

CASE ■

12

centrodearte.com

centrodearte.com es una publicación periódica online de arte y pensamiento crítico contemporáneo, entendiendo el arte como un fenómeno complejo determinado social, económica y políticamente.

En centrodearte.com queremos trabajar sobre las contradicciones que nos encontramos en el “mundo del arte” e indagar nuevos modos de producción, presentación y difusión de éste. Nuestro objetivo es generar un espacio desde el que cuestionar formatos y modelos tradicionales de exposición para investigar nuevas relaciones y experiencias. Crear un lugar de encuentro e intercambio entre espacios y/o personas distantes geográficamente pero afines en intereses e implicaciones.

Nos interesa la web como espacio que está generando nuevas relaciones y como herramienta que permite trabajar de forma descentralizada y facilita crear redes de colaboraciones. Para un número cada vez mayor de artistas, activistas, escritores, músicos, programadores y aficionados en general, internet es una herramienta valiosa y un buen complemento en un momento en el que la comunicación está prácticamente monopolizada y la información dirigida. Pensamos que es fundamental que los artistas y demás personas implicadas en la gestión cultural conozcan estas nuevas herramientas y se posicionen en el mundo de la información.

Nuestro principal ámbito geográfico de trabajo es España, Portugal y las Américas, lugares en los que actualmente se dan situaciones de interés cultural/social, que se reflejan en muchos de los proyectos culturales con los que estamos colaborando.

La publicación tiene carácter temático. Reflexiona, a través de diversas secciones (ensayos, entrevistas, apropiaciones, foro, etc.), sobre un aspecto cultural concreto y sobre su incidencia en la vida cotidiana. Con cada número se produce un proyecto —dentro o fuera de la red—, realizado en colaboración con conocedores del tema en cuestión y se edita material de difusión complementario como folletos, CDs, DVDs o libros impresos.

Nuestra publicación (preferimos usar este término) está pensada para un público muy amplio, todas aquellas personas interesadas por las manifestaciones culturales actuales.

Como principal canal de difusión utilizamos

internet, aunque no exclusivamente. En función del proyecto concreto en el que estemos trabajando, usamos otros soportes e intentamos filtrarnos en otros circuitos. Por ejemplo, en *Ventanas, visibilidad en una oficina*, un proyecto de antropología visual que produjimos con el primer número de centrodearte.com, como quiera que cuestionaba el uso de la etiqueta “arte latinoamericano” como término genérico que homogeneiza una situación extremadamente plural, muy utilizado por parte de las instituciones o/y el mercado del arte, intentamos difundir el proyecto en espacios del arte y por esto lo hicimos coincidir en fechas con ARCO. Los comentarios sobre *Ventanas* se extendieron boca a boca en ARCO, y muchas de las personas que en ese momento estaban en Madrid acudieron a nuestras oficinas a visitar *Ventanas*.

El taller que hicimos con el segundo número, *Read*Write*Execute** reflexionaba sobre la web como espacio político que está generando nuevas relaciones sociales —centrándonos en el ámbito de las relaciones del arte con la cultura y la sociedad—, y sobre temas como copyright/left, acceso, censura, difusión autónoma y vigilancia online, etc. Al tiempo, exploraba las ventajas técnicas e ideológicas de establecer estrategias de colaboración y del trabajo en red.

Por ello, intentamos tener la máxima difusión online entre colectivos que actúan en red, pero también entre personas que no trabajan directamente con las llamadas nuevas tecnologías y que desarrollan modelos de colaboración en sus propuestas.

En el proyecto en el que actualmente estamos trabajando, *El texto es la imagen*, intentamos penetrar e involucrar circuitos de diseño gráfico, música y moda.

Zehar ha sido una publicación de referencia para personas que trabajábamos en la producción cultural por la manera de tratar la complejidad del pensamiento y actividad artística contemporánea a nivel internacional. Una revista que ha crecido en consonancia con la evolución de modelos culturales y que respetamos enormemente por su coherencia y el tono crítico que ha conseguido mantener. ■

Imagen publicada en

Zehar 43



Lygia Clark *Pensamiento mudo* 1971

Contribución enviada por ESTHER REGUEIRA y EMILIA GARCÍA-ROMEU, directoras de revista y foro CENTRODEARTE.COM, revista online producida en Madrid.

centrodearte.com

centrodearte.com arte eta pentsamendu kritiko garaikidearen arloko aldian aldiko argitalpen bat da, online argitalpen bat, sozial, ekonomiko eta politikoki determinatutako fenomeno konplexutzat ulerturik betiere artea.

centrodearte.com-en lan egin nahi dugu “artearen munduan” topatzen ditugun kontraesanen inguruan, eta artea produzitzeko, aurkezteko eta hedatzeko modu berrietan sakondu. Gure helburua espazio bat sortzea da, bertatik erakusketa formatu eta eredu tradizionalak zalantzan jarri eta harreman eta esperientzia berriak ikertzeko. Topaketa eta elkartruckerako toki bat, geografikoki aldentuta dauden baina interes eta inplikazioetan kideko diren espazio edota pertsonen artean.

Weba interesatzen zaigu, harreman berriak sortzen ari den espazio gisa, modu deszentralizatuan lan egitea ahalbidetzen duen tresna gisa, eta lankide-sareak sortzea errazten duen inguru gisa. Gero eta artista, ekintzaile, idazle, musikari, programatzaile eta, oro har, zale gehiagorentzat, internet lanabes baliozkoa da, eta osagarri ona gainera komunikazioa praktikan monopolizatuta eta informazioa zeharo bideratuta dagoen une honetan. Gure ustez, artistek eta kultur kudeaketan sartutako beste pertsonen lanabes berri hauek ezagutzea eta informazioaren munduan bere toki hartzea funtsezkoa da.

Gure lan-esparru nagusia Espainia, Portugal eta Amerika dira, gaur egun toki horietan interes kultural/sozialeko hainbat egoera gertatzen ari baitira, gure lankidetzak eskaintzen ari garen kultur proiektuetako askotan islatzen direnak.

Argitalpen honek izaera tematikoa du. Hainbat ataletan zehar hausnarketa jorratzen du kultur alderdi jakin bati buruz, eta honek eguneroko bizimoduan duen eraginari buruz. Ale berri bakoitzarekin proiektu bat egiten da —sare barruan edo kanpoan—, kasuan kasuko gaia ezagutzen dutenekiko lankidetzan, eta difusiorako material osagarria argitaratzen da, esaterako foiletoak, CD, DVD edo liburu inprimatuak.

Gure argitalpena (nahiago dugu hitz hau erabili) oso publiko zabalarentzat pentsatuta dago, egungo kultur adierazpenekin interesatutako pertsona guztientzat alegia.

Difusio bide nagusia internet dugu, nahiz ez den bakarra. Lantzen ari garen proiektuaren arabera, beste euskarri batzuk erabil ditzakegu, eta beste zirkuitu batzuetan sartzeko ahalegina ere egiten dugu. Esaterako, *Ventanas*, *visibilidad en una oficina* izenekoaren kasuan, centrodearte.com-en lehen alean produzitu genuen ikus antropologiko proiektua bera, “arte latinoamerikar” etiketaren erabilera zalantzan jartzen zuenez zeharo askotarikoa den egoera bat homogenotzen duen termino generiko gisa —instituzioek eta arte merkatuak asko erabiltzen dute— proiektua arte espazioetan hedatzen ahalegindu ginen, eta horregatik data kontuetan ARCO-rekin bat egin zezan saiatu ginen. *Ventanas*-i buruzko aipame-

nak ahoz aho hedatu ziren ARCON, eta une horretan Madrilan zeuden pertsonetako askok gure bulegoetara jo zuten, Ventanas ikusteko.

Bigarren alearekin egin genuen tailerrak, *Read* Write*Execute** izenekoak, gogoeta bat egin zuen webari buruz, berau ulerturik giza harreman berriak sortzen ari diren espazio politikotzat —arteak kulturarekin eta gizartearekin dituen harremanen esparrua hartuz gogoetaren gune nagusitzat—, eta baita beste zenbait gairi buruz ere, esaterako copyright/left, sarbide, zentsura, difusio autonomo eta online jagoletzari buruz. Aldi berean, lankidetzak estrategiak finkatzeak eta sareko lanak dituzten abantaila teknikoak eta ideologikoak aztertu zituen.

Gaur egun lantzen ari garen proiektuan, *El texto es la imagen* izenekoak baita, diseinu grafiko, musika eta moda zirkuituetan sartzen eta berauek ere proiektuan sar daitezten ahalegintzen ari gara.

Zehar erreferentziatzeko argitalpen bat izan da kultur produkzioaren arloan lanean ari garen pertsonentzat, nazioarte mailako pentsamendu eta arte jardura garaikidearen konplexutasuna jorratzeko moduagatik. Aldizkari hori kultur eredu bilakaerarekin bat hazi da, eta izugarriko begirunea zor diogu, mantendu duen koherentziagatik eta tonu kritikoagatik. ■

Ciclo: un proyecto en la periferia

www.ciclo.net

El primer número de la revista Ciclo aparece en septiembre de 1999, pero la gestación y creación se remonta unos meses atrás: marzo de 1999 será el comienzo del proyecto editorial. Ciclo es un proyecto que nace en un principio de la carencia en Zaragoza de revistas gratuitas de tendencias, culturales y dirigidas a la gente joven. Tras esa idea modesta del comienzo y tras numerosas reuniones, un grupo de personas inquietas, de sobrada y reconocida preparación y, sobre todo, jóvenes y emprendedoras deciden formalizar lo que hasta hoy conocemos como Ciclo.

Pero dentro de esa preparación del proyecto se establecieron unas líneas claras de actuación. Ciclo no sólo sería una revista con el tradicional soporte papel, sino que la inquietud y la demanda de la juventud de hoy en día por las cuestiones tecnológicas hacía fundamental en su desarrollo la creación de una revista digital a través de internet, ya que las nuevas tecnologías son el futuro de la comunicación en el mundo y ambos soportes son necesarios para la transmisión de información y llegar al más amplio público posible. Reconociendo las diferencias entre ambos medios, se crea Ciclo.net con la intención expresa de que no sea una mera reproducción del papel, como se hacía en los medios de comunicación más tradicionales, sino que se adapte al canal que emplea haciendo valer unos recursos propios de la tecnología. Otro de los puntos que conforme avanzaba el proyecto tomaba más cuerpo era el de no quedarse el soporte papel como proyecto en la propia comunidad autónoma, sino que la inquietud cultural de sus miembros podría transmitirse al resto del Estado con una buena y coherente organización; así es como Ciclo.net se transmite al resto del mundo.

Conforme ha avanzado en firme cada número de la revista Ciclo, el contenido se ha caracterizado principalmente por el eclecticismo que domina

en sus reportajes, entrevistas y noticias. Más cerca de lo contemporáneo que del clasicismo, la diversidad es el claro exponente que desde un primer momento se planteó desde la redacción de Ciclo. Música, cine, arte, diseño, internet, literatura... todo tiene cabida en la revista. Pese a que el peso específico de los diferentes números ha sido la música, siempre hay amplio espacio para otros temas. Todo tratado desde una óptica inquieta, fiel reflejo de la personalidad del equipo de profesionales que fundaron Ciclo. Accesibilidad a facetas de la vida actual, sin intentar reflexionar ni adoctrinar a las personas que leen la revista. ¡Qué opinen los lectores! Que juzguen si dentro de este eclecticismo y variedad se reflejan sus gustos personales.

Además de ofrecer contenidos, Ciclo.net ofrece unos servicios añadidos de gran utilidad y sencillez de manejo, tales como un extenso y completo directorio, un área de descargas en la que se puede encontrar todo tipo de software, zona de audio donde se puede descargar y oír en *streaming* diversos mp3, así como una completa selección de las mejores emisoras de radio on line de internet. Uno de los servicios con más aceptación es el de los foros, en los que los visitantes tienen la oportunidad de intercambiar opiniones e información. También los usuarios de la página disponen del servicio de chat.

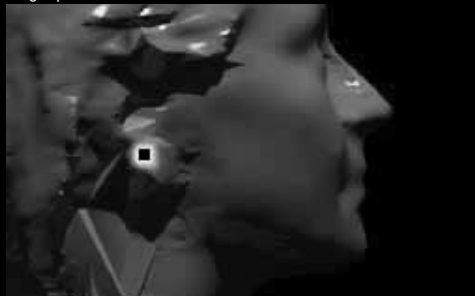
Dado que la temática de la revista trata sobre el ocio consumido y enfocado a gente joven, la población a la que se dirige la revista es la perteneciente a la franja que va desde los 16 a los 39 años, si bien no se excluye a ningún grupo de edad. De hecho, estudios del Instituto Nacional de Estadística concluyen que el medio más utilizado para el consumo de ocio por la franja de edades de entre 14 a 34 años son las revistas (después de la televisión). El lector al que se dirige Ciclo es cualquier persona joven, consumidora de ocio y con inquietudes culturales. Este tipo de lector puede ser desde un adolescente hasta un estudiante universitario, un profesional liberal o cualquier trabajador.

Al tratarse de una publicación gratuita, la forma de distribución que se realiza del papel no es la tradicional a través de kioscos, sino que consiste en extender Ciclo en aquellos puntos por donde se mueve el público al que se dirige la revista. Ciclo tiene una especial sensibilidad en cuanto se comprende que realizar una buena y completa distribución es uno de los factores que más directamente influyen en el éxito de la publicación. Por este motivo, la experiencia a lo largo de este bagaje de dos años ha dado como resultado una muy completa red de distribución, tanto en calidad como en cantidad. Nuestros lectores consiguen su revista sólo con ir a tomar algo a su bar o cafetería de costumbre, comprar discos, salir de marcha, ir de compras, ir a la escuela o a la facultad, a la biblioteca, al cine, etc.

Una característica por la que se ha definido Ciclo desde su creación hasta el día de hoy es que su expansión geográfica ha sido una de las pautas de su crecimiento, y traspasar las fronteras de Aragón ha sido uno de los motivos para su consolidación como unas de las revistas gratuitas de tirada nacional más solicitadas por los lectores y con más prestigio de todo el ámbito estatal. ■

Imagen publicada en

Zehar 36



Eva Wohlgenuth **Bodyscan** <http://thing.at/bodyscan>

Contribución enviada por ALBERTO CORTÉS, director de CICLO, revista publicada en Zaragoza.

Ciclo: periferiako proiektua

www.ciclo.net

Ciclo aldizkariaren lehenengo alea 1999ko irailean kaleratu zen, baina proiektua hilabete batzuk lehenago ernatu eta sortu zen: 1999ko martxoan, hain zuzen ere, hasiera eman zitzaion argitalpen proiektuari. Ciclo sortzearen hasierako arrazoia, Zaragozan, kultur joerak biltzen dituen eta gazteei zuzenduta dagoen dohaineko aldizkariarik ez egotea izan zen. Hastapenetako ideia xume horri heldu eta bilera ugari egin ondoren, trebakuntza oneko eta ezagunekoak eta, batez ere, gazteak eta sortzaileak ziren eta kezka zituzten lagun multzo batek gaur egun Ciclo izenez ezagutzen duguna gauzatzea erabaki zuen.

Alabaina, proiektuaren prestatze lanen barruan, oso garbi zeuden jardura lerro batzuk finkatu ziren. Ciclo ez zen ohiko aldizkaria izango, paper euskarrian oinarrituko zena; alderantziz, gaur egungo gazteek teknologia inguruan dituzten kezka eta eskaera aintzat hartuta, funtsezkoa zen interneten bidezko aldizkari digitala sortzea, teknologia berriak munduko komunikabideen etorkizuna baitira, eta bi euskarriak beharrezkoak baitira informazioa emateko eta informazio hori ahalik eta jende gehienak jasotzeko. Bi euskarrien arteko aldeak kontuan hartuta, Ciclo.net sortu genuen, asmo zehatz batekin: komunikabide tradizionalen egiten denaz bestera, paperean egindakoaren kopia hutsa izan ez zedin, eta teknologia berezkoak dituen baliabideez baliatua, erabiltzen duen bitartekora molda dadin. Proiektua aurrera joan ahala, beste ikuspegi bat gorpuztuz joan zen, alegia, paper euskarria ez geratzea proiektu gisa gure autonomia komunitatean, eta kideen kezka kulturalak, antolakuntza onaren eta koherentearen bitartez, Estatuko gainerako lurraldeetara hedatzea; era horretan, Ciclo.net hedatu da mundu osora.

Ciclo aldizkariaren ale bakoitza era sendoan aurrera joan den neurrian, edukiaren ezaugarri aipagarriena bertako erreportaje, elkarrizketa eta berrietan nagusitzen den eklektizismoa izan da. Gertuago dago garaikide izateki klasikoa izateki baino, eta aniztasuna da Cicloren erredakzioan hasiera-hasieratik bultzatu nahi izan zenaren ezaugarri garbia. Musika, zinema, artea, diseinua, Internet, literatura... guzti-guztia sar daiteke aldizkariaren barruan. Argitaratutako aleetan, musika gai garrantzitsuena izan bada ere, badago beste gai batzuk jorratzeko tokia, eta gai guztiak Ciclo sortu zuen profesional taldearen nortasuna islatzen duen ikuspegitik begiratu daude. Egungo bizitzaren alderdiei heltzen zaie, aldizkariaren irakurleak hausnartzera bultzatzeko edo hezteko asmorik gabe. Adieraz dezatela irakurleek beren iritzia! Ikus dezatela, eklektizismo eta aniztasun horien barruan haien gustuak islatu dauden.

Ciclo.net-ek edukiez gain, onura handikoak eta erabiltzen oso errazak diren zerbitzuak ere eskaintzen ditu, hala nola, direktorio zabala eta

ondo osaturikoa, software mota guztiak aurki daitezkeen deskarga gunea, deskargatzea dagoen eta hainbat mp3 streaming moduan entzutea dagoen audio gunea, eta interneteko online irrati emisore onenetakoen aukera zabala. Zerbitzuen artean, gehien erabiltzen direnetako bat foroak eskaintzen dituen da, erabiltzaileek iritziak eta informazioa trukatzeko aukera ematen duena. Azkenik, orriaren erabiltzaileek chat zerbitzua ere badakute.

Aldizkariaren temak gazteek kontsumitzen duten eta haiei begira eskaintzen den aisialdiaren ingurukoak direnez, aldizkaria 16 eta 39 urte bitartekoei zuzenduta dago, baina ez du beste edozein adin tarte baztertzen. Izan ere, Estatistikaren Institutu Nazionalak egindako hainbat azterketaren ondorioz egiaztatu denez, 14 eta 34 urte artekoek aisialdiaren kontsumorako gehien erabiltzen duten bitartekoa aldizkariak dira (telebistaren ondoren). Ciclo aldizkaria gaztea den, aisialdia kontsumitzen duen eta kezka kulturalak dituen edozein pertsonari zuzenduta dago. Irakurle mota hori nerabea izan daiteke, unibertsitateko ikaslea, profesional liberala edo edozein langile.

Dohaineko argitalpena izanik, paper euskarrikoa banatzeko modua ez da ohikoa, kioskoen bitartez, alegia; horren orde, Ciclo aldizkaria banatu egiten da aldizkaria erostean interesa eduki dezaketen erosleak mugitzen diren lekuetan. Ciclo aldizkarian jakitun gaude banaketa ona eta ahalik eta zabalen egitea argitalpenaren arrakastan eragin handiena daukaten alderdi garrantzitsuenetako bat dela. Horregatik, bi urte baino gehiagoko bitarte horretan bildutako esperientziaren ondorioz, banatzeko sare sendoa sortu da, bai kalitate ona bai eta, jakina, kopuru handia dituen. Gure irakurleek aldizkaria eskuratzeko, ohiko taberna edo kafetegira joan besterik ez daukate, edo diskoak erosi, martxan ibili, erosketak egin, eskolara edo fakultatera joan, liburutegira, zinemara, e. a.

Ciclo sortu zenetik gaur egunera arte, geografian izandako hedapena izan da aldizkaria definitu duen ezaugarri bat, hedapena hazkundera zabaltzeko araua izan delako; eta, ildo horretan, Aragoiko mugak gainditzea arrazoia izan da irakurleek gehien eskatzen dituzten eta, Estatu osoan, nazio mailako tirada duten doako aldizkarien artean, ospe handiena daukan aldizkari gisa finka dadin. Ciclo, gaur egun, hurrengo hirietan banatzen da: Bartzelona, Madril, Zaragoza, Huesca, Bilbo, Donostia, Gasteiz, Valentzia, Castello, A Coruña eta Palma. Era berean, beste hiri eta lurralde batzuetan banatzen da, une zehatzetan eta mota askotako dendetan. Horien artean, Palentzia, Gijon, Teruel, Cuenca edo Nafarroa daude. Eta hori guztia kalean daramatzen bi urteetan bakarrik lortu da. Denboraren poderioz, Estatuko gainerako hirietara ere Ciclo izeneko aldizkaria zabalduko da. ■

CASE ■

14

ESETÉ

ESETÉ nació como un soporte para la creación contemporánea, un laboratorio de ideas y procesos donde buscar maneras diferentes de producir y comunicar. El formato revista de cultura y tendencias (visual-actual-dinámica) nos parecía mucho más eficaz que otros a la hora de conocer a nuevas personas o entidades con las que colaborar, y nos facilitaba acceder a un público más amplio que el del contexto del arte.

Para nosotros es un reto enfrentarnos a un proyecto temático trimestral que tratamos que sea lo más distinto posible de un número a otro. Continuamente se está en procesos de negociación con colaboradores, con anunciantes, dentro de la propia redacción. Hay que tomar decisiones rápidas que muchas veces no dependen de uno mismo, asumir fallos y resolverlos de un modo eficaz o, al menos, cada vez mejor... y todo eso te hace espabilar mucho. El problema es un poco cómo no perder por el camino esa especie de frescura que da el trabajar de un modo más orgánico, desenfadado o caótico.

Nuestra intención es no quedarnos en ser los editores de una revista más o menos moderna, sino poder llegar a producir proyectos más interdisciplinares, que busquen situaciones específicas para su desarrollo, funcionar como algo similar a una agencia de comunicación creativa o de relaciones públicas.

Como pone en nuestro dossier comercial: "ESETÉ se dirige a un público actual, participativo y necesitado de nuevas experiencias. De un nivel cultural medio-alto, compuesto en su mayor parte por profesionales, estudiantes y turistas. Un público interesado por lo que sucede a su alrededor y habituado al consumo, que demanda una información novedosa y centrada en una oferta cultural entendida de un modo amplio (moda, música, arte, tecnología, lugares de interés, etc.)". Así es como nos vendemos y, a partir de ahí, esperamos que cada uno/a se de por aludido/a a su manera y así se cree un público y un grupo de colaboradores lo más heterogéneo posible.

Nos dirigimos a gente con ganas de conocer y de hacer. Personas acostumbradas a ver revistas...

no sabemos si a leerlas o a pensar en lo que muestran, nosotros pocas veces lo hacemos. Imaginamos que nuestros lectores puedan ser parecidos a nosotros mismos... estaría bien que no fuera así. La difusión es un tema complicado y fundamental, porque no sólo se trata de hacer una serie de páginas que queden bien todas seguidas, sino de distribuir adecuadamente toda la tirada y que finalmente llegue al público al que queremos dirigirnos.

Los canales de distribución especializados para este tipo de publicaciones, o no existen como a nosotros nos gustaría imaginárnoslos, o no están preparados para absorber grandes tiradas (más de 10.000 ejemplares); pero sí te permiten llegar a tu público objetivo de un modo muy directo, ya que éste es un público que sabe dónde acudir a buscar y siempre está a la expectativa de cosas nuevas. Los canales generalistas son demasiado masivos, y una publicación como la nuestra, por su tipología (tamaño, contenidos, tiempo que lleva en el mercado...) casi se hace invisible; con la paradoja de que a la vez te convierten, por decirlo de algún modo, en un producto más democrático.

Con una distribución más artesanal, punto por punto, llegas adonde crees que debes estar, y el contacto con el público es mucho más directo, pero supone complicar mucho la gestión.

Al final, nosotros trabajamos de un modo mixto, tratando de ocuparnos cada vez menos del tema y que lo hagan profesionales. Actualmente centramos muchos de nuestros esfuerzos en darnos a conocer (aún somos una revista muy nueva y con una distribución bastante restringida), en estar presentes en eventos relacionados con la cultura contemporánea, donde mezclarnos con otros profesionales del medio y poder llegar a públicos que, por el hecho de acudir a esos eventos, se supone que pueden tener cierto interés por una propuesta como la nuestra.

Zehar es una revista de arte y pensamiento que durante mucho tiempo ha ocupado un espacio que nadie quería, podía o se atrevía a ocupar. Ha cumplido una labor pedagógica y de difusión muy importante, y a muchos nos ha servido para conocer cosas o reflexionar sobre aspectos a los que de otro modo no habiésemos tenido acceso. Pero quizá en los últimos tiempos se ha convertido en esa revista gratuita editada por Arteleku, que periódicamente te llega al buzón y que, si no estás muy interesado en el tema o no te atrae la portada, te da un poco de pereza porque te recuerda a algo que ya conoces.

Puede que nosotros no seamos unos observadores demasiado objetivos porque lo conocemos todo muy desde dentro, pero creemos que hace falta un giro, diferenciarse de otras revistas similares que han ido apareciendo en el mercado y, de algún modo, volver a seducir o sorprender a los suscriptores. Un nuevo formato, ser más mutable, tener contenidos más heterogéneos, etc.

Suena a cultura del espectáculo y probablemente tenga bastante que ver con eso: con sobrevivir manteniendo una postura crítica, adaptada a las nuevas necesidades de Arteleku, en un contexto muy competitivo que cambia vertiginosamente. ■

Imagen publicada en

Zehar 37



Mike Kelley #11 The Giving Old Man 1994

ESETÉ

ESETÉ gaur egungo sorkuntzarentzat euskarria izateko sortu zen, ideien eta prozesuen laborategi moduan, eta bertan ekoizteko eta komunikatzeko era ezberdinak aurkitu ahal izateko. Kulturaren eta joeren aldizkari formatua (ikusizko-dinamikoa) beste batzuk baino eragin-korragoa iruditu zitzaigun elkarlanean aritzeko pertsonak edo erakundeak bilatzeko unean, eta, bestalde, arte inguruneak daukana baino zabalagoa den irakurleko mota geureganatzea errazten zigun.

Guretzat erronka handia da hiruhilekoa den gai proiektuari aurre egitea, eta saiatzen gara ale batetik bestera ahalik eta ezberdinen izaten. Etengabe ari gara negoziazio prozesuan kolaboratzaileekin, iragarkiak jartzen dituztenekin, erredakzioaren beraren barruan. Bat-bateko erabakiak hartu behar dira, askotan gure baitan ere ez daudenak; huts egiteak geure gain hartu behar ditugu, eta behar bezala edo behintzat ahal den hoberen konpondu... Eta horrek guztiak bizkortu egiten gaitu. Era organikoan, ausartean edo kaotikoan lan egiteak ematen duen freskotasan moduko hori bidean ez galtzea da, nolabait, arazoa.

Gure helburua da, modernoa-edo den aldizkariaren argitaratzaileak soilik ez izatea, baizik eta gai edo jakintza arloen artekoak diren proiektuak ekoiztea, eta horiek garatzeko egoera espezifikoa bilatzea, komunikazio agentzia sortzaile gisa, edo harreman publikoen agentzia gisa jardutea.

Gure merkataritza dossierrean idatzita dagoen bezala: "ESETÉ gaur egungoak diren, parte hartzaileak diren eta esperientzia berrien beharra daukaten irakurleei zuzenduta dago; kultura maila ertain-garaiak dira, eta gehienak profesionalak, ikasleak eta turistak dira. Bere inguruan gertatzen denaz kezkatutako dagoen jendea da, kontsumora ohitua, berria den eta era zabalean ulertzen den eskaintza kulturalari buruzko informazioa eskatzen duena (moda, musika, artea, teknologia, interesgarriak diren tokiak, e. a.)". Era horretan

eskaintzen dugu geure aldizkaria, eta hortik aurrera, bakoitzak ikusiko du zer interesatzen zaion; eta, horrela, ahalik eta heterogeneoenak diren jarraitzaileak eta kolaboratzaileak lor daitezke.

Jakiteko eta gauzak egiteko gogoa daukan jendearengana iritsi nahi dugu. Aldizkariak ikusteko... ez dakit irakurtzeko edo erakusten dutenaz pentsatzeko ohitura daukan jendea den, guk oso gutxitan egiten baitugu horrelakorik. Pentsatzen dugu gure irakurleak gure antzekoak izan daitezkeela... ondo legoke gu bezalakoak ez izatea. Hedapena gai zaila eta oinarrikoa da, helburua ez baita elkarren segidan ondo geratzen diren orri batzuk betetzea, baizik eta tirada osoa behar bezala hedatzea eta, azkenean, geureganatu nahi dugun jendearengana iristea.

Argitalpen mota hauek hedatzeko bide espezializatuturik ez dago, ez guri gustatuko litzaigukeen bezalakorik, behintzat, edo daudenak ez daude prestaturik tirada handiak hartzeko (10.000 ale baino gehiago); baina, horien bitartez, oso modu zuzenean iritsi gaitzke gure publikoarengana, izan ere, publiko horrek badaki nora joan behar duen zerbaiten bila, eta gauza berrietara adi-adi egoten da.

Hedapenerako kanal orokorrak masiboegiak dira, eta gurea bezalako argitalpena, tipologiagatik (tamaina, edukiak, merkaturaren daraman denbora...) ia ikusezina da. Eta, gainera, paradoxa bat dago, alegia, aldi berean, eta nolabait esateagatik, demokratikoagoa den produktu bilakatzen gaituztela.

Hedapena artisaun moduan eginez gero, gunetik gunera, zure iritzi egon behar duzun lekura iristen zara, eta jendearekin daukazun harremana askoz ere zuzenagoa da; dena den, horrek esan nahi du kudeaketa zaildu egiten dela.

Azkenean, guk bi modutara lan egiten dugu,

baina saiatzen gara gai horretaz gero eta gutxiago kezkatzen, eta profesionaleri uzten. Gaur egun, geure burua ezagutzera emateko (oraindik oso berria den aldizkaria baikara, eta hedapena oso mugatua daukagu), ahaleginak egiten ditugu egungo kulturari lotutako ekitaldietan parte hartzeko; bertan, komunikabide mota horretako beste profesional batzuekin harremanetan jartzen gara, eta, ekitaldi horietara joaten denez, gurea bezalako proposamenen interesaturik egon daitezkeen jendearengana iristen saiatzen gara.

Zehar arte eta pentsamenduari buruzko aldizkaria da, denbora luzean inork eduki nahi ez zuen, edo ezin zuen, edo edukitzera ausartzen ez zen lekua izan duena. Pedagogia eta hedapen arloetan, eginkizun garrantzitsua bete du, eta gutako askorentzat garrantzitsua izan da hainbat gauza ezagutzeko, edo hainbat alderdiri buruz hausnartzeko, bestela, beharbada, ez baikenkeen hori egiterik izango. Baina azken urteotan, agian, Artelekuk argitaratzen duen dohaineko aldizkari hori baizik ez da, zure gutunontzira aldizka iristen dena, eta gaia gehiegi interesatzen ez bazaizu, edo azala gustukoegi ez baduzu, zertxobait baztertzen duzuna, oso ezaguna duzun zerbait gogorarazten dizulako.

Gu, beharbada, ez gara oso ikusle objektiboak, dena barne-barnetik ezagutzen dugulako; baina, uste dugu aldaketa behar dela, merkaturaren pixkanaka agertu diren antzeko aldizkarietatik ezberdindu, eta, nolabait, harpidedunak berriro liluratu edo harritu behar dituela. Hau da, formatu berria, aldakorragoa izatea, edukiak heterogeneoagoak izatea, e. a.

Ikuskizunaren kultura gogorarazten du, eta seguruenahiko lotuta dago horrekin; hau da, bizirik irautearekin ikuspegi kritikoa mantenduz, Artelekuren premia berrietara egokituz, hori guztia izugarritzko abiaduraz aldatzen ari den ingurune lehiakorrean. ■

Sublime: arte + cultura contemporánea

Las perspectivas de creación que nos han impulsado a llevar a cabo un proyecto editorial como Sublime se fundamentan en la simbiosis, el intercambio y la creación de una red de actividad cultural que se vaya extendiendo por muy diferentes puntos de la geografía española, europea e internacional.

Entre nuestros objetivos se encuentran la promoción de artistas emergentes que plantean proyectos de arte específicos para la revista, también que la publicación sirva como plataforma para dar oportunidad a una nueva generación de críticos que quizás encuentren dificultades para encontrar espacios donde publicar sus textos, mientras también se apoyan en colaboraciones de críticos establecidos en el panorama nacional e internacional. La creación de un medio donde se puedan contrastar diversas interpretaciones de lo que es el arte contemporáneo y todo aquello que rodea al mundo de la creación artística.

Sublime nació con carácter bimensual, como futura referencia y guía de consulta de la actual actividad artística, enfocada hacia las nuevas tendencias del arte contemporáneo —*cutting edge*— y todas las manifestaciones artísticas de última generación.

La concepción de Sublime es abierta y en constante evolución, no pretendemos desarrollar un proyecto estático, el dinamismo y la evolución tanto personal como del grupo son parte fundamental de nuestra actividad.

Sublime intenta cuidar al máximo dos elementos básicos dentro del concepto general del proyecto: por un lado los contenidos y por otro el diseño de la publicación.

La revista ha sido concebida como una alternativa accesible dentro del panorama editorial nacional, su ámbito de difusión está localizado en el espacio de las galerías y las instituciones, las universidades, etc. Al tener una distribución posiblemente pionera dentro del medio artístico nacional, su difusión dependerá del éxito de la

iniciativa. Se basa en la idea de que el galerista o/y la institución adquieran un número de revistas a muy bajo precio para después ofrecerlas como regalo a sus clientes, estudiantes y visitantes; al ser gratuita, se asegura su difusión, ofreciendo un producto de buena calidad por apenas nada. Nos interesa fundamentalmente que la revista llegue a la gente, que no se quede en el almacén, es por esto que decidimos intentar que por medio de esta estrategia de difusión la recepción final sea un éxito; tratamos de ofrecer al público arte contemporáneo accesible, algo alejado de la presencia física de la obra de arte, proyectos artísticos llevados a la mano del receptor.

Desarrollamos en cada número de la revista un proyecto en el que participa un artista, al que cedemos seis páginas a todo color para que realice un proyecto con total libertad, a cambio de que nos haga una portada para el mismo número; creemos que es una manera interesante de interactuar con los artistas, de sacar la creación fuera del ámbito habitual del *white cube*, ya que los proyectos solo existen dentro de las páginas de la publicación.

Creemos que Zehar cumple una función muy interesante a modo de herramienta de tránsito, elemento de intermediación que sirve de nexo de unión entre lo que es el espacio para la creación que es Arteleku y el social contemporáneo. También consideramos que es una publicación que está dotada de unas características que la hacen ser una plataforma para el debate y la opinión entre la comunidad artística relacionada con la publicación y el resto de la sociedad. ■

Sublime: artea + kultura garaikidea

Sublime bezalako argitalpen proiektua burutzera bultzatu gaituzten sorkuntza itxaropenak sinbiosian, trukean, eta Espainiako, Europako eta nazioarteko geografian zabalduz joango den kultura jarduerarako sare baten sorreran oinarritzen dira.

Gure helburuetako bat nabarmentzen hasiak diren eta aldizkarirako berriazko arte proiektuak egiten dituzten artistak sustatzea da; helburu dugu, era berean, argitalpena kritikarien belar-naldi berriari aukera eskaintzeko plataforma izatea, kritikari horiek, beharbada, haien testuak plazaratzeko zailtasunak aurkitzen baitituzte, eta, horrela, Estatuan eta nazioartean finkaturik dauden kritikarien kolaborazioetan berma baitaitezke. Azken batez, arte garaikidea eta arte sorkuntzaren mundua inguratzen duen guztia zer den interpretatzeko, edo interpretazioak alderatzeko baliabidea sortu nahi dugu.

Sublime bi hilabete behin kaleratzen da, eta, etorkizunari begira, gaur egungo arte jardueraren erreferentzia eta kontsultatzeko gida izan nahi du, arte garaikidearen joera berrien —*cutting edge*— eta azken orduko arte adierazpen guztien ikuspegia azaltzeko.

Sublime irekia da, etengabe bilakatzen ari da. Gure asmoa ez da proiektu egonkorra garatzea, izan ere, norberaren eta taldearen dinamismoa eta bilakaera oso garrantzitsuak baitira gure jardueraren barruan.

Sublimek, proiektuaren kontzeptu orokorraren barnean, bi funtsezko alderdi zaindu nahi ditu ahal den hoberen: alde batetik, edukiak, eta, bestetik, argitalpenaren diseinua.

Aldizkaria Estatuko argitalpen munduan eskuragarria den hautabidea izan dadin sortu dugu, eta haren hedapen esparrua galeria, erakunde, uni-bertsitate eta abarrekoguneetan kokatzen da. Estatuko arte ingurunearen barruan, banatzeko modua aitzindaria izanik, seguruena, aldizkariaren hedakuntza ekimenak duen arrakastaren arabera izango da. Oinarrizko ideia hau da, alegia, galeriakoek edota erakundeek ale kopuru bat oso merke erostea, eta gero bezero, ikasle eta bisitariei dohain eskaintzea; dohainekoa denez, aldizkariaren hedapena ziurtatu egingo da, eta kalitate ona daukan produktua eskainiko da ia hutsaren truke. Bereziki interesatzen zaigu aldizkaria jendearengana iristea, ez dadila biltegi geratu, eta horregatik erabaki genuen, hedapen estrategia horren bitartez, aldizkaria irakurleek azkenik jasotzea arrakastatsu bihurtzen saiatzea; jendea eskuragarria den arte garaikidea eskaintzen ahalegintzen ari gara, arte lana aurrez aurre egotetik urrun samar dagoena, jasotzailearen eskura jartzen ditugun arte proiektuak, alegia.

Contribución enviada por AVELINO SALA, director de SUBLIME, revista editada en Gijón por Integra Diseño y Comunicación.

Aldizkari ale bakoitzean, artista batek garatutako proiektua eskaintzen dugu; horretarako sei orrialde jartzen ditugu koloretan, artistak proiektua askatasun osoz gara dezan, eta horren truke, artistak azala egiten digu ale horretarako. Gure ustez artistekin elkarreragina sortzeko modu interesgarria da, sorkuntza *white cube* den ohiko esparrutik ateratzeko modua, proiektuak egon argitalpenaren orrialdeetan bakarrik egoten baitira.

Gure ustetan, Zehar aldizkariak, igarotze tresna gisa, bitarteko elementu gisa, eginkizun interesgarria betetzen du, sorkuntzarako gunea den Artelekuren eta gizarte garaikidearen esparruaren arteko lotura baita. Era berean, dituen ezazgarriei esker, argitalpenaren inguruan mugitzen diren artisten komunitatearen eta gizartearen gainerako kideen artean, eztabaidarako eta iritziak emateko bultzatzailea dela uste dugu. ■



Contribución enviada por FRANCESC VIDAL, director de ESQUERP, revista publicada en Reus, Barcelona.

C A S E

16

ESQUERP

Nuestro proyecto editorial en cuanto a la edición de revistas nace en octubre de 1985 con la salida del número 0 de la revista Fenici, pero anteriormente habíamos creado el colectivo Sàpigues i Entenguis Produccions (Sepas y Entiendas Producciones), que durante 3 años, de 1981 a 1984, había enviado por correo unas 10.000 ediciones de pequeña tirada, en una propuesta de carácter alternativo y gratuito de espíritu crítico, como sistema de comunicación cercana al arte postal. Uno de los motivos principales para generar estos proyectos fue el residir en una ciudad, Reus, que en aquellos momentos, y todavía hoy, no ofrece suficientes propuestas que dinamicen el sector de la cultura contemporánea y, así, intentar normalizar —fea palabra— la situación.

Hasta 1993 se editaron 10 números de Fenici con una tirada media de 2.000 ejemplares. El primero fue editado en soporte fotocopia y el último en vídeo, pasando por la impresión en rotativa, offset, serigrafía, etc. incluyendo en algunos números discos de vinilo, cassettes, separatas con las traducciones al castellano y al inglés... todo ello con un planteamiento cercano aún a la objetualidad.

La ingenuidad y el desconocimiento del medio nos hicieron creer que podíamos editar una publicación cada tres meses con contenidos alternativos referidos a varias disciplinas e incluyendo especialmente en creadores locales, financiarla con publicidad y conseguir una distribución normalizada en librerías. Cuando la situación se nos reveló más dificultosa de lo que habíamos previsto —periodicidad incontrolable, mínimo interés por parte de los anunciantes y ninguna posibilidad de distribución estandarizada—, decidimos cambiar el planteamiento inicial y realizar monográficos, con la finalidad de acotar un tema, llegar a un público más definido y adaptar la periodicidad a la consecución de la financiación necesaria para asumir la totalidad de la edición mediante becas o subvenciones que permitieran la distribución gratuita de los monográficos. Con estos nuevos planteamientos se realizaron los dos últimos números de Fenici, el dedicado a la audiopoesía y al vídeo.

Desde 1994 hasta la actualidad se han continuado editando monográficos; un total de 13: 11 en soporte papel, un CD y un CD-ROM. Desde el año 2000 se ha abierto una nueva línea con los 2 primeros números de Esquerp, publicación —editada en catalán con traducción al inglés— de entrevistas a creadores contemporáneos de distintas disciplinas, también de distribución gratuita y con tiradas que van de 1.500 a 2.000 ejemplares cada una. Todas ellas sin publicidad y merced a subvenciones de instituciones, básicamente el Institut Municipal d'Acció Cultural de Reus y el Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

El planteamiento con que se han abordado las distintas ediciones ha sido fruto de la propia evolución de los pocos responsables que las llevamos a cabo y de la colaboración de muchísimas personas que han aportado sus trabajos de forma desinteresada. Hay que tener en cuenta, también, las pocas plataformas independientes existentes que permitan expresar la opinión de los creadores.

En principio se planteó más como una herramienta de carácter divulgativo de trabajos experimentales de difícil difusión, pero con el tiempo hemos tendido a generar debate sobre temas candentes de interés público. Si repasamos los títulos de los monográficos nos encontramos con: *Artista/Públic, Em Preocupa el Dirigisme Cultural que Exerceixen els Governes, del Jardí de Maria* (recopilación de textos de escritores de la Catalunya francesa), *Talp Club* (resumen de las actividades llevadas a cabo por esta programación de cultura contemporánea durante 1996), *Vigència de la Metàfora, Periferia* (versión papel y versión CD-ROM), *Ensenyament i Cultura Visual, In Situ Audiopoètiques 2, Trienni* (CD audiorrecopilatorio de tres años de actividades de la programación *Talp Club*), *Ideologia_Àdhuc, Ideologia_2*.

Aparte de la convicción con la que abordamos los distintos temas tratados en los monográficos, debemos tener en cuenta que el ajustado presupuesto del que disponemos no nos permite hacer alardes de impresión y nos tenemos que limitar a editar en una tinta, lo que nos sitúa en una posición de clara desventaja respecto a las variadas publicaciones que basan sus contenidos en la publicidad y en las excelencias del diseño, de las imágenes y de la ligereza de los textos que contienen, en detrimento de la complejidad de los temas tratados. Esto nos obliga, más si cabe, a apostar por la calidad de los contenidos y por la utilidad —y oportunidad— del producto que elaboramos, dejando de lado veleidades estéticas.

Los mecanismos de distribución de la revista a partir de su carácter gratuito se llevan a cabo promoviendo, o haciendo acto de presencia en actos o en estamentos que por su espíritu nos resulten cercanos, repartiendo la publicación en y entre ellos, entendiéndose conciertos de música experimental, recitales de poesía, inauguraciones de arte, charlas, facultades, escuelas de arte, etc. Esto nos permite llegar a un público receptivo a nuestros planteamientos. También tenemos en cuenta el tema tratado en el monográfico a la hora de escoger estos lugares. Los colaboradores disponen del número de ejemplares que deseen, lo que redundará en beneficio de una mayor distribución.

Entiendo que hemos seguido una evolución paralela a Zehar, partiendo de un entorno geográfico alejado de los circuitos artísticos establecidos y adaptando con agilidad las ediciones a las necesidades que requería cada momento. Conseguir esto en un país en el que el promedio de números editados por cada publicación que sale de los cauces estandarizados de las grandes editoriales es de tres o cuatro números me parece un pequeño milagro. ■

Imagen publicada en

Zehar 32



Paul Garderes *Madonna Madame Duvalier* 1992

ESQUERP

Gure argitalpen proiektua, aldizkariak plazartzeari dagokionez, 1985eko urrian sortu zen, orduan kaleratu baitzen Fenici aldizkariaren 0. zenbakiko alea; baina, horren aurretik, Sàpigues i Entenguis Produccions izeneko kolektiboa (Jakin eta Uler dezazun Ekoizpenak) sortu genuen. Hiru urtez, 1981 eta 1984 artean, tirada txikiko 10.000 bat argitalpen postaz bidali genituen, espiritu kritikoa eta izaera alternatiboa eta dohainekoa zuen proposamenari jarraiki, posta artetik hurbil zegoen komunikazio sistema gisa. Proiektu horiek sortzeko arrazoi nagusietako bat Reus bezalako hirian bizi izatea izan zen, garai hartan, eta gaur egun oraindik ere, ez baitzuen kultura garaikidearen arloa dinamizatze nahikoa proposamenik; era horretan, egoera normalizatzen —bai hitz itsusia— saiatu ginen.

1993. urtera arte, Fenici aldizkariaren 10 ale argitaratu ziren, batez beste 2.000 ale zituen tiradan. Lehenengoa fotokopia euskarrian plazaratu genuen, eta azkena, bideoan, eta tartean, errota-tibako inprimaketa, offset, serigrafia, e. a. izan ziren, eta ale batzuekin batera binilozko diskoak, kaseteak, gaztelarera eta ingelesera itzulpenak zituzten separatak, e. a. Eta hori guztia, objektu-altasunetik hurbil zegoen ikuspegitik egin genuen.

Inozotasunak eta ingurunea ez ezagutzeak pentsarazi ziguten hainbat gairen inguruan, eta bertako sortzaileak bereziki aintzat hartuta, eduki alternatiboak zituen argitalpena hiru hilabetearen behin kaleratzea edukiko genuela, publizitatearen bitartez finantza genezakeela eta liburu dendentan banaketa normalizatua lortzea geneukala. Egoera guk uste baino zailtasun handiagokoa zela ikusi genuenean —kontrolaezina zen aldizkakotasuna, iragarki jartzaileen ia interesik eza, eta banaketa estandarra egiteko aukerarik eza—, hasierako planteamendua aldatzea eta monografikoak egitea erabaki genuen; gure helburuak gai bat mugatzea, zehaztuagoak genituen irakurleengana iristea, eta aldizkakotasuna moldatzea ziren; era horretan, argitaraldi osoa aurrera ateratzeko behar genuen finantzaketa, monografikoak dohain banatzea ahalbidetzen ziguten beken edo diru laguntzen bitartez lortu nahi genuen. Planteamendu berri horiek genituela, Feniciren azkeneko bi aleak egin genituen, audio poesia eta bideoari buruzkoak.

1994. urtetik gaur egunera arte, monografikoak argitaratzen jarraitu dugu, 13 orotara: 11 paper euskarrian, CD bat eta CD-ROM bat. 2000. urtean, joera berriari heldu genion, Esquerp aldizkariaren lehenengo 2 aleak atera genituen. Esquerp argitalpenean —katalanera egiten dugu eta ingelesera itzultzen da—, hainbat gaitako sortzaile garaikideei elkarriketak egiten zaizkie, banaketa dohainekoa da, eta tirada bakoitzeko ale kopurua 1.500 eta 2.000 artekoa da. Ez dugu publizitatearik sartzen, eta erakundearen diru laguntzak jasotzen ditugu, bereziki Reusko Institut Municipal d'Acció Cultural eta Kataluniako Generalitate Departament de Cultura erakundeetatik.

Argitalpenek izan duten ikuspegia argitaratzeaz arduratzen garenok —gutxi batzuk— izandako bilakaeraren eta lanak musu truk eskaini dituzten pertsona askoren kolaborazioaren emaitza da.

Kontuan hartu behar da, baita ere, sortzaileen iritzia adierazteko plataforma independente gutxi dagoela.

Hasiera batean, hedatzen zailak diren lan esperimentalen hedapenerako tresna gisa, batik bat, planteatu zen; baina, denborarekin, interes publikokoak diren eta puri-purian dauden gai buruzko eztabaida sortzeko joera hartu dugu. Monografikoen izenburuei erreparatu gero, hurrengoak aurkituko ditugu: *Artista/Públic, Em Preocupa el Dirigisme Cultural que Exerceixen els Governos* (hau da: Kezkatu Egiten nau Gobernuek Ezartzen duten Kultura Dirigismoak) *Jardí de Maria izeneko argitalpena* (Frantzia aldeko Kataluniako idazleen testu bilduma); *Talp Club* (kultura garaikidearen programazioak 1996. urtean burututako jardueren laburpena); *Vigència de la Metàfora*; *Perifèria* (paper eta CD-ROM bertsioak); *Ensenyament i Cultura Visual*; *In Situ Audio-poètiques 2*; *Trienni* (*Talp Club* programazioak hiru urtetan egindako jarduerak biltzen dituen CD); *Ideologia_ Àdhuc* (hau da: Ideologia_ Baita ere); *Ideologia_2*.

Monografikoetan eskaintzen ditugun gaiak gogogoz garatzen ditugu; baina, kontuan hartu behar dugu daukagun aurrekontua doia dela eta inprimatzeko orduan oso mugatuta gaudela, tinta bakarra erabili behar dugu argitalpenetan, eta horrek, argi eta garbi, desabantaila egoeran jartzen gaitu beste argitalpen batzuekin alderatuta, argitalpen askok edukiak publizitatean, diseinuaren eta irudien bikaintasunean, eta testuen arinkeria oinarritzen baitituzte, tratatzen dituzten gaien konplexutasunaren kaltean. Horrek behar izaten gaitu, edukien kalitatea eta egiten dugun produktuaren onura —eta egokitasuna— areago zaintzera, eta estetikaren arinkeriak alde batera uztera.

Aldizkaria banatzeko mekanismoak —dohainekoa denez—, ekitaldiak sustatzea edo ekitaldietan eta, daukaten espirituari begira, hurbilekoak iruditzen zaizkigun erakundeetan parte hartzea izaten dira, eta aldizkaria hor banatzen dugu; ekitaldiak musika esperimentalari buruzkoak, poesia errezitaldiak, arte inaugurazioak, hitzaldiak izaten dira, eta fakultateetan, arte eskoletan, eta abarretan egiten direnak. Horrela, gure planteamenduen aurrean harkorrak diren irakurleengana iristea daukagu. Bestalde, monografikoan ageri den gaia ere kontuan hartzen dugu lekua hautatzeko orduan. Kolaboratzaileek nahi adina ale eskura dezakete, eta era horretan banaketa zabalagoa egiten da.

Nik uste dut Zehar eta Esquerp-ek bilakaera paraleloa izan dutela, lehendik finkatuta zeuden arte zirkuituetatik urrun eta argitalpenak une bakoitzean zeuden beharretara arintasunez egokituz. Hori herri honetan lortzea, argitaletxe handien bide estandarretatik kanpo dagoen argitalpen bakoitzeko ale kopurua, batez beste, hiru edo lau dela pentsatzen badugu, mirari txikia dela iruditzen zait. ■

CARTA

El proyecto expositivo y editorial “Comer o no Comer” trata de las relaciones de las artes visuales con los alimentos y su ausencia, desde finales del siglo XVII hasta nuestros días.

Lo constituyen una serie programada de trabajos de investigación que comenzaron a finales de 1998 y que concluirán, en su primera fase, el 20 de noviembre de 2002, cuando se presenten en el Centro de Arte de Salamanca, CASA las dos exposiciones, el ciclo de cine/vídeo y el catálogo/publicación que lo componen. Nos referimos a una “primera fase” puesto que el proyecto primigenio, dada la respuesta obtenida en los circuitos internacionales en lo referido a las obras de la segunda mitad del siglo XX, nos ha obligado a recortar la idea original, posponiendo para la temporada 2003/2004, tanto la parte dedicada al arte de los siglos XVIII y XIX como la convocatoria abierta de proyectos. La idea surgió de un grupo de artistas (entre otros Darío Corbeira, Francisco Felipe, Lila Insúa, Galileo Tejero, Carlos Jiménez y Eugeni Bonet) y está siendo desarrollada por ellos con la colaboración de algún que otro crítico/teórico cercano a nosotros y nuestros planteamientos.

A fecha de hoy, y centrándonos en el arte del siglo XX, estamos manejando un fondo de más de 1.300 obras y 4.000 documentos referidos a la imagen proyectada por el arte en lo referido a la comida y el hambre. Hemos entrado, aun sin pretenderlo, en una red informativa y discursiva de artistas, instituciones, galerías, teóricos, gourmets, cocineros, sociólogos, periodistas, etc., interesados en nuestra materia de trabajo. El proyecto se está realizando desde un estudio y no desde un despacho, para bien y para mal; convertir durante dos años un estudio en un laboratorio de impulsión y gestión de ideas sin producto final objetual que comercializar, almacenar o destruir, no es tarea fácil en estos tiempos y lugares donde idear, investigar y gestionar propuestas visuales extramuros del museo/institución sigue siendo inusual.

CARTA nació como una necesidad en un territorio de dificultades. Avalado por una institución por entonces nonata (CASA) en el complejo contexto de una Capitalidad Cultural y con unos autores que no pertenecemos a ninguna de las familias del establishment con poder real y/o fáctico en la provincia del arte español actual.

Ello, según nuestro criterio, implicaba un riesgo que debíamos contrarrestar con nuestra únicas armas: nuestro trabajo y conocimiento de la materia tratada. Nuestros peores y mejores augurios se han visto confirmados y superados, se nos han puesto tantas zancadillas dentro como facilidades en el exterior. El boletín está sirviendo para informar, ensayar, sugerir y esbozar las ideas que nos mueven a hacer una “exposición”. Se configura como un elemento netamente comunicador, en formato tabloide, que nos pone en contacto con el exterior; de otra forma dicha comunicación hubiera sido cortocircuitada o sencillamente anulada.

Casi todos los que participamos sabemos de las dificultades de una publicación de arte si no está dentro de lo moderadamente aceptable. CARTA se dirige a quienes están en la intersección de los conjuntos Arte, Comunicación, Ciencias Sociales, Política, Gastronomía. Hacemos una publicación cualificada y panfletaria que está teniendo una buena acogida y cumpliendo sobradamente los objetivos de partida. Su tipología la definen un editorial (Presentación del proyecto, el hambre, la nueva cocina...), textos de especialistas (Bill Arning, Carlos Jiménez, Carmen Simón, Eugeni Bonet, Elisabeth Hartung...), entrevistas a autores (Ferrán Adrià, Alain Ducasse, Carme Ruscadella, Martín Berasategui...), recetas de artistas (Daniel Spoerri, Gordon Matta-Clark, Les Levine, Antoni Miralda...), textos y entrevistas (James Petras, Manuel Vázquez Montalbán, Noam Chomsky, Peter Sloterdijk...), textos de nuevos autores y recuperación de textos críticos (Galileo Tejero, Marcelo Expósito, Fefa Vila...) e informaciones y noticias tanto del CASA como de la marcha del propio proyecto.

Nuestra valoración de Zehar no podría hacerse al margen del arte actual español: sus aciertos, sus miserias, sus entusiasmos y sus frustraciones. En esa línea Zehar y Arteleku mirados desde España, nos parecen una montaña de oxígeno; mirados desde el País Vasco nos parecen un milagro. Vaya por delante que nuestras revistas favoritas son After All, Grey Room y Brumaria. Respecto a los cambios sociales y culturales que en los últimos años se han producido, Zehar, como casi todo el panorama del arte actual en nuestro entorno, sigue en ascenso, pero con los vacíos que nos son conocidos: acoplémonos, mal que bien, a las últimas propuestas del día a día, pero sin grandes dosis de replanteamiento real de las pautas de comportamiento de los diferentes agentes del entramado del arte. Sería bueno que las palabras y deseos del director de Arteleku, referidas a la “desmaterialización” de los talleres y las obras de los artistas, se vieran acompañadas por un talante, una actitud y unas colaboraciones más críticas en el seno de Zehar. Nos parece estupendo y especialmente gratificante conocer las contradictorias relaciones de Le Corbusier con lo femenino o el arte actual en Beirut; pero el arte español de los últimos 25 años, una disfunción de la cual sólo conocemos los síntomas, un asunto al cual nos asomamos con sumo cuidado, necesita de plataformas críticas que sean capaces de evaluar su intrincada topografía. Creemos que ese es un asunto pendiente de Zehar, y de muchos más. Ocurrir que Zehar puede, y seguramente debe, ofrecer medios que diagnostiquen lo que otros, muy comprensiblemente, callan. ■

Imagen publicada en **Zehar 31**Jon Kessler *Cape Carnival* 1994

CARTA

“Jan edo ez jan” erakusketa eta argitalpen proiektua ikusmen arteek, XVII. mendearen bukaeratik gaur egunera arte, elikadurarekin eta elikadura ezarekin dituzten harremani buruzkoa da.

Proiektuak programatuta dauden hainbat ikerkuntza lan biltzen ditu, 1998an hasi eta, bere lehen fasean, 2002ko azaroan amaituko direnak, Salamancako Arte Gunean (CASA), proiektua osatzen duten bi erakusketak —zinema eta bideoa, eta katalogoa eta argitalpena— aurkezten direnean. “Lehen fasea” aipatu dugu, hasierako proiektuak gure ideia laburtzera behartu gaituelako, XX. mendearen bigarren erdialdeko arte lanei nazioarteko zirkuituetan izandako arrakastak dela eta; eta 2003/2004 denboraldirako atzeratu ditugu —oraindik finkatu gabe dauden leku eta erakundeetan— bai XIX. mendeko arteari buruzko zatia, bai proiektuak jasotzeko irekita egongo den deialdia.

Idea artista talde batek sortu zuen, eta artista horiek beraiek garatzen ari dira, guregandik eta gure interesetatik gertu dagoen kritikari eta teorikoren baten lankidetzarekin batera. Azpimarratu nahi dugu proiektua benetan asmo handikoa dela, eta artistek sustatu, garatu eta zuzendu

dutela (besteak beste, Darío Corbeira, Francisco Felipe, Lila Insúa, Galileo Tejero, Carlos Jiménez eta Eugeni Bonet artistek). Gaur egun, XX. mendeko arteari soilik helduta, arteak proiektatutako irudien bitartez, 1.300 arte lan baino gehiago eta 4.000 agiri dauzkagu eskuartean, janariari eta goseari buruz. Nahi gabe ere, gure lanean interesaturik dauden artista, erakunde, galeria, teoriko, gourmet, sukaldari, soziologo, kazetari, e. a. biltzen dituen artisten informazio eta diskurtso sarean sartu gara. Proiektua, onerako eta txarre-rako, estudio batetik egiten ari da, ez bulego batetik; bi urtetan, estudioa bulkadarako, eta komertzializatu, biltegiratu edo deuseztatuko ez diren eta amaierako produktu objektualik ez daukaten ideien ekoizpen kudeaketarako laborategi bihurtzea ez da lan erraza garai eta leku hauetan; izan ere, oraindik ere ez baita ohikoa museo edo erakundeetatik kanpo ikusmen artearen inguruko proposamenak asmatzea, ikertzea eta kudeatzea.

CARTA behar gisa sortu zen, zailtasunen lurralde batean. Kultura hilburutzaren ur mugikorretan eratu gabe zegoen erakundeak bermaturik (CASA), eta, egungo arte espainiarraren probintzian, inolako botere erreal edota benetakorik ez duen establishment-en familien barruan ez gauden egileak izanik. Horrek, gure irizpideen arabera,

geneuzkan arma bakarrez —gure lana eta tratatzen dugun materiaren ezagupena— indargabetu behar genuen arriskua zeukan berekin. Gure augurio onenak eta txarrenak egiaztatuak eta gaindituak izan dira, izan ere, kanpoan jarri diguten erraztasun adina oztopo jarri baitigute barruan. Aldizkaria baliagarria zaigu “erakusketa” bat egitera bultzatzen gaituzten ideiei buruz informatzeko, ideion inguruan saioak egiteko, horiek iradokitzeko eta zirriboratzeko. Argi eta garbi komunikatzailea den elementu gisa antolatzen ari da, kanpoaldearekin harremanetan jartzen baikaitu, bestela, komunikazio hori eten edo, besterik gabe, deuseztatu egingo zatekeen.

Parte hartzen dugun ia guztiok badakigu arte argitalpenek izaten dituzten zailtasunak, neurrian onargarria denaren barruan ez baldin badago. CARTA Arte, Komunikazio, Gizarte Zientzi, Politika, eta Gastronomia multzoen elkargunean daudenengana zuzenduta dago. Trebatutako argitalpen panfletarioa egiten dugu; aldi berean gustuko dugu eta ez dugu gustuko, baina, harrera ona izan du, eta abiaguneko helburuak sobera lortzen ari da. Aldizkariaren tipologia hurrengo alderdiek definitzen dute: editorialak (proiektuaren aurkezpena, gosea, sukaldaritza berria, ...), espezialisten testuek (Bill Arning, Carlos Jiménez, Carmen Simón, Eugeni Bonet, Elisabeth Hartung...), egileei egindako elkarrizketek (Ferrán Adriá, Alain Ducasse, Carme Ruscadella, Martín Berasategui...), artisten errezetek (Daniel Spoerri, Gordon Matta-Clark, Les Levine, Antoni Miralda...), testu eta elkarrizketek (James Petras, Manuel Vázquez Montalbán, Noam Chomsky, Peter Sloterdijk...), egile berrien testuek eta testu kritikoen berreskuratzeak (Galileo Tejero, Marcelo Expósito, Fefa Vila...), eta informazio eta albisteek, bai CASA bai proiektuaren beraren garapenari buruz.

Zehar. Guk ez genuke Zehar baloratzerik edukiko egungo arte espainiarretik kanpo: alegia, horren on, miseria, kartsutasun eta frustrazioetatik. Ildo horretan, Zehar eta Arteleku, Espainiatik begirata, oxigeno piloa direla iruditzen zaigu, eta Euskal Herritik begirata, berriz, miraria. Eta esan beharra dugu gure aldizkari gustukoenak After All, Grey Room eta Brumaria direla. Azken urteotan gertatu diren gizarte eta kultura aldaketek dagokienez, Zeharek, gure inguruko arte garaikidean dagoen ia guztiak bezala, gorantz jarraitzen du, baina denok ezagutzen ditugun hutsuneak ditu: lot gatzazkion, ondo edo gaizki, egunez eguneko proposamenei, baina arte sarean ari direnen portaera ereduze egiatan gehiegi hausnartu gabe. Ondo legoke tailerren eta artisten lanen “desmaterializazioaz” hitz egitean Artelekuko zuzendariak esandako hitzak eta adierazitako desioak Zeharen barruko jarrera, joera eta kolaborazio kritikagoek lagunduta egotea. Oso ondo dagoela eta bereziki atsegin-garria dela deritzogu Le Corbusier-ek femenino denarekin edo Beiruteko egungo artearekin dituen harremanen berri edukitzeari; baina, azken 25 urteotako arte espainiarrak —sintomak baizik ezagutzen ez dugun disfuntzioa, kontu handiz begiratzen diogun auzia—, plataforma kritikoa behar ditu, daukan topografia korapilatsua aztertzeko gai direnak. Uste dugu hori dela Zeharek (eta beste askok era bai) betetzeke daukan alderdia. Hala eta guztiz ere, Zeharek beste batzuek, zentzu handiz, isiltzen dutena diagnostikatzeko bitartekoak eskaintzea dauka, eta, seguruenak, eskaini behar ditu. ■

Contribución enviada por DARÍO CORBEIRA, director de CARTA, boletín informativo de un proyecto en curso publicado por Centro de Arte de Salamanca (CASA).

PARABÓLICA

El espacio temático desde donde PARABÓLICA pretende desarrollar sus contenidos es el arte contemporáneo y zonas socioculturales limítrofes. Nos interesa la cultura contemporánea como escenario de actuaciones; por eso nos interesan sobre todo las zonas de contacto periféricas del espacio del arte, porque allí, en su indefinición, se están desarrollando las ideas y proyectos más interesantes.

Es difícil encontrar circuitos de difusión para revistas como la nuestra con tiradas inferiores a los dos mil ejemplares. Prácticamente te los tienes que construir tú. Nuestra difusión se está comenzando a realizar a partir de los contactos de la anterior publicación, "arte/facto", en la que algunos de nosotros participamos; es decir, un mailing de personas interesadas, librerías especializadas y centros y escuelas de arte de España y América Latina.

Desde las primeras reuniones en que planeamos editar PARABÓLICA, pensamos utilizar internet como parte de la edición, no como la reproducción o versión virtual de lo editado en papel, sino como su dimensión natural en la red, aprovechando la operatividad que internet facilita para la comunicación entre individuos y la transmisión de información.

Fundamentalmente, lo que nos interesa de internet es el acceso a la información, el diálogo entre individuos y la construcción de campos de debate que posibilite. Por medio de la página web pretendemos facilitar conexiones a otras páginas relacionadas con los contenidos que cada número de la revista desarrolle, e ir ampliando y debatiendo estos contenidos en la web con los aportes de los visitantes que quieran participar.

Vemos internet como una gran base de datos de uso público, a la vez que un gran espacio de sociabilización abierto a la convivencia. Su capacidad de transmisión de información, de divulgación de conocimientos y de vivencias y su bajo costo está favoreciendo la creación de redes culturales, de "campos culturales" basados en la afinidad de perspectiva e intereses de los usuarios. Facilita la emergencia y visualización de contextos y la construcción de posibilidades de acción sobre aspectos concretos compartidos por grupos de individuos.

En principio PARABÓLICA va dirigida fundamentalmente al mundo del arte y de la cultura en general. La revista se va a distribuir en Universidades, centros de arte y colectivos de artistas de España y Latinoamérica. Al pretender interactuar con los lectores, nos interesa acceder a una audiencia crítica, que contemple la cultura como escenario de actuaciones y debate. Cuando piensas en el espectador de lo que haces siempre piensas en ti mismo como espectador y no sé si eso es muy buen criterio. ■

PARABÓLICA

PARABÓLICA aldizkariak barne hartu nahi duen gai eremua arte garaikideak eta inguruko kultura eta gizarte esparruak osaturiko eremua da. Arte garaikidea interesatzen zaigu jarduteko gunea den aldetik. Horregatik, artearen inguruan dauden esparruak interesatzen zaizkigu, batik bat; izan ere, hor, zehaztugabetasun horretan, interesgarrienak diren ideiak eta proiektuak garatzen ari baitira.

Zaila da gurea bezalako aldizkarietarako —mila ale baino gutxiagoko tiradak baitauka— hedapen zirkuituak aurkitzea. Esan daiteke zirkuituak norberak osatu behar dituela. Gure aldizkariaren hedapena egiten hasi da aurreko argitalpenak, “arte/facto” izenekoak, zituen harremanetan oinarrituta, gutako batzuk bertan ibili ginen eta. Hau da, interesa duten Espainiako eta Latinoamerikako pertsonen, espezializatutako liburu dendan eta arte zentro eta eskolen arteko mailing-a.

Lehenengo bileretan, jadanik, PARABÓLICA argitaratzea pentsatu genuenean, internet argitalpenaren osagai bat bezala erabiltzea bururatu zitzaigun; hau da, ez genuen paperean argitaratutakoaren erreprodukzio edo bertsio birtual gisa erabili nahi, sarean izan dezakeen dimentsio natural moduan baizik, internetek banakoen artean komunikatzeko eta informazioa banatzeko errazten duen eraginkortasunez baliatuta.

Funtsean, interneten interesatzen zaiguna zera da, hari esker, informazioa eskura daitekeela, banakoen arteko elkarrizketa eta eztabaida eremuak sor daitezkeela. Web orriaren bitartez, aldizkari ale bakoitzak garatzen dituen edukiei lotutako beste orri batzuekin konektatzea erraztu nahi dugu, eta eduki horiek, pixkanaka, web orrian zabaltzea eta eztabaidatzea, parte hartu nahi duten erabiltzaileen ekarpenak erabiliz. Internet, gure ikuspegitik, erabilera publikokoa den datu base izugarria da, eta, aldi berean, elkarbizitzara irekita dagoen gizartekotzeko eremu handia. Internetek daukan informazioa zabaltzeko eta ezagupenak eta esperientziak hedatzeko gaitasuna, eta, baita ere, hain koste txikikoa izatea kultura sareak sortzea errazten ari dira, “kultura eremuak”, alegia, erabiltzaileen ikuspegi eta interesen kidetasunean oinarrituta. Internetek inguruneak agerian jartzea eta ikusi ahal izatea, eta banakoen taldeek elkarren artean dauzkaten alderdi zehatzetan jarduteko aukerak sortzea errazten ditu.

Hasiera batean, PARABÓLICA zuzenduta dago, funtsean, arte mundura, eta, orokorrean, kultura mundura. Aldizkaria Espainiako eta Latinoamerikako unibertsitateetan, arte guneetan eta artisten kolektiboen artean banatuko da. Irakurleekiko elkarreragina sortu nahi dugunez, kontsumitzaile kritikoak eduki nahi ditugu, kulturaren esparrua jarduerak eta eztabaidak biltzen dituen espazio gisa ikusten dutenak. Egiten duzunaren hartzaila zein izan daitekeen pentsatzen duzunean, zeure burua irudikatzen duzu beti, eta ez dakit hori oso irizpide ona den. ■



ROJO magazine

www.revista-rojo.com

“La perspectiva es la parte de la geometría descriptiva que elabora las reglas gráficas por las que se representa un objeto tridimensional en una superficie plana; en plural, también se dice de las cosas que se prevén como posibles en un futuro.”

SINTONISON es un grupo de personas dedicadas íntegramente a crear imágenes, espacios y sonidos. Micro-climas que envuelvan de una manera muy particular, que proyecten esencias antes de que desaparezcan de tu retina, de tu oído, de tu cabeza...

ROJO es un proyecto curativo. Un medio de comunicación experimental, abierto a colaboraciones, en formato papel y online, que transmite con total libertad las ideas y trabajos seleccionados de creadores-colaboradores de todo el mundo, mostrando sus obras en su estado más puro abordando temas de comunicación y diseño gráfico, moda, artes plásticas, fotografía, gastronomía, publicidad y arquitectura, con el único y claro propósito de despertar curiosidad... mucha curiosidad.

ROJO nació para que los creativos/artistas expongan sus trabajos y para que interactúen entre ellos. Por eso hacemos fiestas para lanzar cada número y por eso queremos que las colaboraciones sean, si es posible, realizadas entre varios colaboradores que no se conozcan... Queremos que ROJO sea un INTERCAMBIADOR de ideas y gentes... para que todos tengamos un punto en común desde donde relacionarnos...

ROJO se autodefine como “un proyecto curativo”... ya que ejerce como CURADOR en su concepto más artístico y como sanador para los creativos que, en un momento determinado tiene la necesidad de dar rienda suelta a su creatividad y de que los resultados sean vistos por una gran audiencia...

TRABAJAMOS de una manera muy sencilla: buscamos colaboradores; explicamos nuestras tres reglas básicas para colaborar; los artistas/creativos entregan sus trabajos acabados; componemos el número programado de la revista, donde la unión de los trabajos de diferentes autores componen un ente único; el número de la revista ROJO lo presentamos con una fiesta (o dos, o tres... depende); lo distribuimos, lo promocionamos, lo disfrutamos y... vuelta a empezar; y, si se puede, evitando el estrés.

El presente de ROJO a día de hoy es claro...

ROJO son sus colaboradores... todas las personas que entregan trabajos con la ilusión de que se publiquen, sin más condiciones que esa... que algún día se publiquen, además de un montón de gente que nos ayuda a distribuir, a buscar más colaboradores, a organizar eventos por todo el mundo, que nos menciona en prensa, etc. y también el apoyo económico. Tenemos algunos patrocinadores que entienden a qué público vamos, que entienden nuestra filosofía de trabajo... y que nos apoyan de manera casi incondicional: la gente de ADIDAS, de Pepe Jeans, del ayuntamiento de Barcelona, de Diesel, de Altoids... Gracias a ellos ROJO existe en el presente y tiene posibilidades de futuro... ROJO es un gran colectivo de gente... y todos y cada uno de los que lo forman tienen parte de culpa de que ROJO exista. Desde estas líneas gracias a todos. De corazón.

La distribución selectiva de ROJO en formato papel se realiza actualmente en las librerías especializadas, centros de cultura contemporánea, tiendas de objetos de diseño y de moda, tiendas y restaurantes de museos y fundaciones culturales, estudios de diseño gráfico, arquitectura, comunicación y fotografía de ciudades como Barcelona, Madrid, San Sebastián, La Coruña, Santiago de Compostela, Granada, Alicante, Elche, Castellón, Zaragoza, Palma de Mallorca, Ibiza, Menorca, Lisboa, Alcabideche, Milán, Roma, Nápoles, París, Marsella, Burdeos, Rotterdam, Amsterdam, Edimburgo, Londres, Berlín, Viena, Bruselas, Copenhague, Estocolmo, Ginebra, Zurich, São Paulo, Rio de Janeiro, Buenos Aires, Santiago de Chile, Santa Fe de Bogotá, Medellín, México DF, Nueva York, Los Angeles, San Francisco, Oakland, Seattle, San Luis Obispo, Toronto, Tel Aviv, Tokio, Melbourne y Bandung.

ROJO cuenta además con una versión online, desarrollada por SUPERMEDIA, creada para albergar los trabajos interactivos y abierta en todo momento a colaboraciones de creadores-colaboradores de todo el mundo. ■

Contribución enviada por DAVID QUILES, director de ROJO MAGAZINE, revista publicada en Barcelona por SINTONISON S.L.

ROJO magazine

www.revista-rojo.com

“Hiru dimentsioko objektu bat azal lau batean irudikatzen arau grafikoak lantzen dituen geometria deskribatzailearen parte da perspektiba; pluralean dagoenean, perspektibak esaten zaie etorkizunean gerta daitezkeela igartzen zaien gauzei”.

Irudiak, espazioak eta soinuak sortzera buru-belarri dedikatzen diren pertsona talde baten izena da SINTONISON. Sortu nahi izaten dira mikroklimak, modu oso berezian inguratzen dutenak, esentziak proiektatzen dituztenak zure begi-ninitik, zure belarritik, zure burutik desgertu baino lehen...

ROJO proiektu sendagarria da. Komunikabide esperimentalak, lankidetzetara bideratua, paper formatuan eta online, erabateko askatasunez mundu osoko sortzaile-kolaboratzaileen ideia eta lan aukeratuak transmititzen dituena, haien lanak egoera puruenean erakutsita, eta askotariko gaiak landuta, hala nola komunikazioa eta diseinu grafikoa, moda, arte plastikoak, argazkilaritza, gastronomia, publizitatea eta arkitektura, betiere jakin-mina pizteko, jakin-min asko pizteko asmo bakar eta argiarekin.

Sortzaile/artistek beren lana erakutsi eta beren artean elkar eragina izateko sortu zen ROJO. Horregatik antolatzen ditugu festak zenbaki bakoitza kaleratzean, eta horregatik nahi dugu kolaborazioak, ahal den neurrian, elkar ezagutzen ez duten kolaboratzaileen artean eginak izatea. ROJO ideia eta jende TRUKAGAILU izatea nahi dugu, denok puntu komun bat izan dezagun, bertatik elkarrekin harremanetan hasteko.

ROJOk “proiektu sendagarri” gisa definitzen du bere burua, komisario moduan jarduten duelako arte kontzeptuari dagokionez, eta SENDAGILE moduan sortzaileentzat, halako batean beren sormenari ateak zabaldu eta emaitzak ikuslego zabal batek ikus ditzan premia sentitzen dutenean.

Oso modu sinplean LAN EGITEN DUGU; kolaboratzaileak bilatzen ditugu; kolaborazioa abiarazteko gure hiru arauak azaltzen ditugu; artista/sortzaileek beren lanak bukatuta entregatzen dituzte; aldizkariaren zenbaki programatua konposatzen dugu; zenbait egileren lanen batuketak gauzaki bakarria osatzen dute; ROJO aldizkariaren zenbakia festa baten (edo biren, edo hiruren...) bidez aurkezten dugu; banatzen dugu, sustatzen dugu, gozatzen dugu, eta... berriro hasi, eta ahal bada, estresa saihestuta.

Gaur egun ROJOren etorkizuna argi dago.

ROJO bere kolaboratzaileak dira, beren lanak entregatzen dituzten pertsona guztiak, argitaratuko direlakoan, baldintza bakarra hori izanik, noizbait argitaratzea. Gainera badago jende mordo bat, banaketa egiten, kolaboratzaile gehiago bilatzen, gertakariak mundu osoan zehar antolatzen laguntzen diguna, prentsan aipatzen gaituena, etab. Eta laguntza ekonomikoa; zenbait babesle badauzkagu, zer irakurlerengana goazen ulertzen dutenak eta gure lan filosofia ulertzen dutenak, eta lagundu egiten digutenak, ia baldintzarik gabe: ADIDAS, Pepe Jeans, Bartzelonako

Udala, Diesel, Alroids... Haiei esker, ROJO orainean existitzen da eta aukerak dauzka geroari begira.

ROJO jende talde zabala da, eta hura osatzen duten guzti-guztiek dute ROJO existitzearan errua. Lerro hauetatik eskerrak eman nahi dizkiegu denei. Bihotz-bihotzez.

ROJOren paper formatuko banaketa hautatua liburu denda espezializatuetan, gaur egungo kultur zentroetan, diseinu objektu eta moda dendetan, museo eta kultur fundazioetako denda eta jatetxeetan, diseinu grafiko, arkitektura, komunikazio eta argazkilaritza estudioetan egiten da gaur egun, munduko zenbait hiritan zehar, hala nola: Bartzelona, Madril, Donostia, A Coruña, Santiago de Compostela, Granada, Alicante, Elche, Castellon, Zaragoza, Mallorcako Palma, Eivissa, Menorca, Lisboa, Alcabideche, Milan, Erroma, Napoli, Paris, Marseilla, Bordele, Rotterdam, Amsterdam, Edinburgo, Londres, Berlin, Viena, Brusela, Kopenhage, Estokolmo, Ginebra, Zurich, São Paulo, Rio de Janeiro, Buenos Aires, Santiago de Chile, Santa Fe de Bogotá, Medellin, Mexiko DF, New York, Los Angeles, San Francisco, Oakland, Seattle, San Luis Obispo, Toronto, Tel Aviv, Tokio, Melbourne eta Bandung.

Gainera, ROJOk badu online bertsioa ere, SUPER-MEDIAk garatua, bere baitan lan elkarreragileak hartzeko eta une oro mundu osoko sortzaile-kolaboratzaileen ekarpenei zabalik egoteko. ■

LA MÁS BELLA: DEL FANZINE A BELLAMÁTIC

Los orígenes de La Más Bella, el motor que nos impulsó a crear una revista abierta y experimental, fue la necesidad de crear un soporte donde publicar nuestros propios trabajos, los de las tres personas que en aquel momento pusimos en marcha el proyecto, y publicar además lo que estaban haciendo amigos nuestros y gente cercana. Si en aquel entonces llegamos a esa conclusión (hablamos de hace diez años en Madrid y alrededores), es porque las personas que teníamos muy poco o ningún currículum artístico teníamos las puertas cerradas a las publicaciones del momento, y seguramente nos pareció más fácil editarnos a nosotros mismos que comenzar a pelearnos por entrar en las revistas "establecidas". No podemos afirmar que en nuestros orígenes hubiera una intención rebelde contra las editoriales o revistas de arte o pensamiento que existían en aquellos momentos. Sí había tal vez un lamento generalizado por la desaparición de algunos títulos emblemáticos de la década de los ochenta, títulos identificados con lo que se dio en llamar la "movida madrileña" (con la que, dicho sea de paso, apenas tuvimos nada que ver porque hace años que había expirado). No hubo, como decimos, una intención consciente de ponernos enfrente de lo que había porque lo que había apenas nos interesaba, salvo excepciones importantes que, como *El Canto de La Tripulación*, nos sirvió de modelo en cuanto a su filosofía de proyecto autogestionado por las mismas personas que publicaban en sus páginas. Esta filosofía de proyecto editorial autogestionado sí animó los orígenes de *La Más Bella*, y diez años después creemos firmemente en su vigencia, en las posibilidades de la autoedición y la gestión autónoma e individual (o de pequeños colectivos) de proyectos editoriales paralelos a los circuitos comerciales habituales. Sin caer en el error (a nuestro juicio) de querer ser como "ellos", de querer hacer grandes tiradas, de sentirse obligado a que lo que uno hace le tiene que gustar a todo el mundo y debe tener una gran repercusión, de querer entrar en circuitos de distribución a los que, sencillamente, no les importamos. Uno ha de dirigirse a quien esté interesado en escucharle, y tratar de ir un poco más allá. Lo contrario es fuente diaria de frustraciones.

Desde otro punto de vista, para *La Más Bella* fue fundamental desde el principio el aspecto formal, la experimentación no sólo desde el punto de vista gráfico, sino como producto editorial complejo y global. Puesto que las páginas de *La Más Bella* se abrían a la pura experimentación de los artistas, a sus trabajos más libres y personales, ofrecer una simple hoja de papel en blanco no era suficiente. De ahí nuestra obsesión por la

constante experimentación en cuanto a formatos o soportes, que a menudo nos ha alejado incluso del papel impreso. Una filosofía más cercana al libro de artista que a la revista de difusión de contenidos.

Nuestro último proyecto, *BELLAMÁTIC*, responde a esta filosofía, trata de ir más allá: no conformarse con hacer de una revista un objeto artístico, sino hacer de la propia distribución de la revista un acto artístico. *BELLAMÁTIC* es una máquina expendedora automática, un prototipo diseñado para vender revistas como *La Más Bella* y muchas otras revistas, libros, CD, obra original... creada por artistas y colectivos afines al nuestro. En resumen es hacer de todo el proceso editorial (incluido el acto de comprar una revista a cambio de dinero) un acto artístico.

Todos sabemos que este tipo de ediciones o proyectos le interesan a un círculo de personas muy reducido, muchas veces los propios artistas y editores, y en esas personas confiamos para que se acerquen a nuestras ediciones y las compren. Es evidente que un editor ha de tener la habilidad de difundir sus ediciones lo máximo posible, pero también ha de tener claro qué tipo de producto está ofreciendo y cuántas personas hay interesadas en ello. Nada más triste que ver almacenes donde se acumulan revistas y libros, dinero y materias primas gastados en nombre de altos ideales culturales tras los que había objetivos quizá demasiado pretenciosos. Tal vez el editor deba editar por y para aquellas personas que van a ser receptoras, y eso suponga pequeñas ediciones y una limitada difusión y repercusión de nuestro trabajo. Pero siempre será mejor eso que tirar a la basura ediciones enteras. Existen métodos de difusión y promoción que no son necesariamente el quiosco, los grandes puntos de venta o las distribuidoras. El quiosco no es el espacio natural de este tipo de ediciones, nunca lo ha sido. Pero el correo, el boca a boca, determinadas librerías o galerías y desde luego internet ofrecen vías de difusión que pueden permitir una distribución muy directa a personas que están interesadas en ediciones diferentes. Casi todo el mundo en su ciudad sabe dónde ir a buscar una edición artística experimental e independiente.

La Más Bella tiene, a primera vista, poco que ver con publicaciones como *Zehar*, pero entendemos que al fin y al cabo son distintas caras de la misma moneda; nuestra revista dedica principalmente su labor a la experimentación formal, hecho que a menudo nos ha alejado incluso del papel impreso, estando más cercana al libro de artista; *Zehar* experimenta e investiga principalmente desde la teoría y el debate, pero también lo hace desde formatos, en este caso teóricos, distintos, analizando el arte actual desde perspectivas variadas, no siempre específicamente artísticas. Sin lugar a dudas, ambos campos de la edición se necesitan y complementan, contribuyendo a dar una visión más acertada y cercana de la creación actual. ■



Mies van der Rohe *La casa Farnsworth* 1945-50

LA MÁS BELLA: FANZINETIK BELLAMÁTIC-ERA

La Más Bellaren jatorria, aldizkari ireki eta experimental bat egitera bultzatu gintuen motorra, geure lanak —une hartan proiektua abiarazi genuen hiru pertsonen lanak— eta gure lagunak eta hurbileko jendea egiten ari zirena argitaratzeko beharra izan zen. Garai hartan ondorio horretara iritsi baginen (alegia, duela hamar arte Madrilen eta inguruetan), arrazoia zen arte curriculum eskasa edo bat ere ez genuen pertsonak garaiko aldizkarietan ateak itxita geneuzkela, eta ziur aski errazagoa iruditu zitzaigun geure gauzak argitaratzea aldizkari “ofiziale-tan” sartzeko borrokan jardutea baino. Ezin esan dezakegu gure hasieran garai hartan existitzen ziren arte argitaletxe edo aldizkarien aurka matxizatzeko inongo asmorik zegoenik. Bazegoen agian, hori bai, deitoratze orokor bat laurogeiko hamarkadako zenbait aldizkari enblematikoren desagertzearen aurrean, “Madrilgo mobida” esan zitzaion harekin identifikatzen ziren aldizkariak. Bide batez, esan beharra daukagu mobida harekin ez genuela ia zerikusirik izan, urteak baitziren hura amaitu zela. Esan bezala, ez zen asmo kontzienterik izan zegoenari aurre egiteko, zegoena apenas interesatzen baitzitzaigun, salbuespenak salbuespen, hala nola *El Canto de la Tripulación* izenekoa; huraxe hartu genuen eredu, bertako orrietan argitaratzen zuten pertsona beraiek autogestionatutako proiektu baten filosofiari jarraiki. Argitalpen proiektu autogestionatuaren filosofia hark bai, hark eman zien bizia La Más Bellaren hasierari, eta hamar urte iragan direnean tinko sinesten dugu haren baliagarritasunean, auto-edizioaren aukeretan eta ohiko zirkuitu komertzialen paraleloan dauden argitalpen proiektuen kudeaketa autonomo eta banakoan (edo kolektibo txikietan egindakoan). “Haiek” bezalakoak izan nahi izateko akatsa (gure ustez) egin gabe, ale askoko edizioak egin nahi izan gabe, egiten duguna mundu guztiari gustatu eta oihartzun handia izan behar duela uste izan gabe, azken finean bost axola diegun banaketa zirkuituetan sartu nahi izan gabe. Entzuteko prest dagoenarengana jo behar duzu, eta apur bat haratago joaten ahalegindu. Bestela, eguneroko kontua izango dituzu frustrazioak.

Beste ikuspuntu batetik ikusita, La Más Bellarentzat funtsezkoa izan zen hasiera-hasieratik alderdi formala, esperimentazioa, ez bakarrik ikuspuntu grafikotik, baizik argitalpen proiektu konplexu global moduan ikusita ere. La Más Bellaren orriak artisten esperimentazio puruari, haien lan libre eta pertsonalenei zabaltzen zitzaizenez, paper orri zuri bat ez zen nahikoa.

Horregatik genuen esperimentazio etengabearen obsesioa, formatuei edo euskarriari dagokienez, sarri askotan paper inprimatutik urrundu gaituena. Gure filosofia hurbilago zegoen artista liburutik edukiak hedatzeko aldizkaritik baino.

Gure azken proiektua, BELLAMÁTIC, filosofia horren barruan kokatua, haratago joaten saiatzen da: ez da aldizkari bat arte objektu bilakatzearekin konformatzen, baizik eta aldizkariaren banaketa bera arte ekintza egin nahi du. BELLAMÁTIC saltzeko makina automatikoa da, La Más Bella bezalako aldizkariak eta beste asko, liburuak, CDak, lan jatorrizkoa... saltzeko diseinatutako prototipoa, gurean antzeko kolektiboek eta artistek sortua. Labur-labur esanda, helburua argitaratze prozesu osoa (baita aldizkari bat diruaren trukean erosteko ekintza ere) arte ekintza bihurtzea da.

Denok dakigu argitalpen eta proiektu mota hau pertsona multzo oso txiki bati —maiz askotan artistek eta editoreek osatutakoa— interesatzen zaiola, eta pertsona horiengan jartzen dugu konfiantza gure argitalpenetara hurbildu eta eros ditzaten. Begien bistakoa da editore batek bere argitalpenak ahal bezain zabal hedatzeko gai izan behar duela, baina era berean argi izan behar du zer nolako produktu ari den eskaintzen eta zenbat pertsona dauden horretan interesatuta. Triste da, gero, biltegietan aldizkari eta liburu piloak ikustea, kultur ideal handien izenean —baina atzean beharbada helburu handinahie-giekin— xahututako diru eta lehengaiak. Agian editoreak jarrera irekiko pertsonentzat argitaratu behar du, eta horrek edizio txikiak ekartzen ditu, eta gure lanaren hedapen eta oihartzun mugatua. Baina hori beti izango da argitalpen osoak zaborrera botatzea baino hobea. Badira hedapen eta sustapenerako metodoak, nahitaez kioskora, salmenta gune handietara edo banatzaileengana jo behar izan gabe. Kioskoko ez da argitalpen mota honetarako espazio naturala, ez da inoiz izan. Baina postak, ahotik belarrirako sistemak, liburu denda edo galeria jakin batzuek eta, noski, internetek hedapen bideak zabaltzen dituzte, argitalpen desberdinetan interesa duten pertsonen modu oso zuzenean banatzea ahalbidetzen dutenak. Nork bere hirian jakin ohi du nora jo behar duen arte argitalpen esperimental eta independente baten bila.

La Más Bellak, lehen begiratuan, zerikusi gutxi dauka Zehar bezalako argitalpenekin, baina azken batean txanpon beraren aurkia eta ifrentzua dira; gure aldizkariak esperimentazio formalaren alorra jorratzen du batik bat, eta horrek tarteka urrundu ere egin gaitu paper inprimatutik, eta artista liburura hurbildu; Zeharrek teoriatik eta eztabaidatik esperimentatu eta ikertu egiten du, batez ere, baina bestelako formatuetatik ere, kasu honetan formatu teorikoetatik, egiten du lan hori, eta egungo artea aztertzen du zenbait perspektibatik abiatuta, beti artistikoak ez direnak. Zalantzarik gabe, argitaratzearen bi alor horiek elkarren premia dute eta elkar osatzen dute; hartara, egungo sorkuntzaren ikuspegi egokiago eta hurbilagoa ematera laguntzen dute. ■

Contribución enviada por DIEGO ORTIZ y PEPE MURCIEGO, directores de LA MÁS BELLA, revista publicada en Madrid.

C A S E ■

21

ACTO

Podemos extraer alguna orientación para la publicación de una revista de arte, por ejemplo, por lo que atañe al lector escribir de verdad sólo para quien quiera leer de verdad, es decir para el semejante; o, dicho de otro modo, escribir la revista que a uno mismo le gustaría leer. Respecto a su distribución, publicar con absoluta indiferencia respecto a si esos semejantes son escasos o numerosos, incluso con indiferencia por si existen o no como tales; ahora bien, una vez publicada, facilitar, en la medida de nuestras posibilidades, que el otro pueda acceder a ella. Respecto a sus contenidos, enfrentarse al arte de hoy con absoluto menosprecio por la actualidad, o mejor, con la plena conciencia de que la actualidad es un dictado; dicho de otro modo, intentar apuntar a la radicalidad del acto artístico con una actitud despierta y crítica tanto hacia los dictados de la Historia como hacia los dictados de la Actualidad, y en ambos casos por los mismo motivos.

Para acometer esta tarea es posible que el ámbito universitario, es nuestro caso, pueda constituir un lugar privilegiado —a pesar de su mezquindad— desde el que observar con la suficiente independencia —siempre, por supuesto, que se evite el pánico académico a errar— la situación presente de las obras e ideas sobre arte. A propósito de todo esto, no debemos olvidar que los discursos teóricos e históricos sobre arte en nuestro pasado reciente han sido escritos, en buena medida, desde instituciones directamente involucradas en su evolución. En el siglo pasado la institución Museo (con su corolario de exposiciones, publicaciones, festivales y congresos) ha tenido, sin duda, más

responsabilidad en la redacción de la historia del arte contemporáneo que los departamentos correspondientes de la institución Universidad. En el campo específico de las artes, el modo en que el Museo ha venido ejerciendo como legitimador, a tiempo real, de determinadas tendencias lo ha llevado a interactuar con las orientaciones del Mercado y a convertirlo en juez y parte, tanto por lo que respecta a la evolución práctica de las artes como a su interpretación teórica. De aquí la necesidad de hacer una relectura atenta y razonable de esas historias recibidas del Museo, del Mercado y de la Universidad, en especial, por lo que atañe a ese fenómeno todavía tan difícil de interpretar que conocemos como vanguardia.

Para finalizar, os adjunto el planteamiento genérico de ACTO expuesto en su número cero y que vendría a resumir todo lo anterior:

“Sus intenciones son las que dicta el sentido común para este tipo de iniciativas, de manera especial la de ofrecer una revisión de las ideas recibidas sobre el arte moderno y de las historias del arte que con ellas se han tramado. Se trata, pues, de poner a andar una revista que cumpla con la tarea que le encomienda su primera acepción, segunda vista: una revista que nos invite a ver y visitar de nuevo —y, por tanto, a criticar en sus presupuestos— los discursos vigentes sobre el arte y las prácticas que sobre ellos se construyen.”

Como es obvio, esto es a lo que aspira, no lo que es; esa diferencia sería el camino que le queda por recorrer. ■

ACTO

Arte aldizkari bat argitaratzeko orientabideren bat ateratzea daukagu; adibidez, irakurlea aintzat hartuz gero, egia idaztea bakar-bakarrik egia irakurri nahi duenarentzat, hau da, antzekoa denarentzat; edo, bestela esanda, norberari irakurtzea gustatuko litzaiokeen aldizkaria idaztea. Banatzeari dagokionez, antzekoak diren horiek gutxi edo ugari ote diren, baita berez existitzen ote diren ere, erreparatu gabe argitaratzea; eta, behin aldizkaria argitaratu ondoren, besteak argitalpen hori eskuratzetik edukitzea bultzatzea, ahal dugun neurrian; argitalpenaren edukiei gagozkielarik, gaur egungo arteari aurre egitea gaurkotasuna inolako begiramenik gabe baztertuz, edo, hobeto, gaurkotasuna agindutako zerbait dela guztiz jakitun egonda; beste era batera esanda, arte ekintzaren erradikaltasunari aurre egitea Historiaren zein Gaurkotasunaren aginduen aurrean jarrera adi eta kritikoa azalduz, eta bi kasuetan arrazoi berberengatik.

Eginkizun horri heltzeko, litekeena da unibertsitate esparrua —gu horren barruan gaude— leku ezin hobeaz izatea, daukan zikoizkeria izanda ere, hortik behar den independentziak behatzeko —eta, jakina, arteari buruz dauden egungo lanen eta ideien egoera okertzeko izu akademikoa saihesten bada, beti ere—. Hori horrela izanda, ez dugu ahaztu behar, igaro berri den iraganaldian, arteari buruzko diskurtso teoriko eta historikoak artearen bilakaeran esku hartu duten erakundeetatik idatzi direla, neurri handian. Joan den mendean, Museo erakundeak (eta antolatutuen erakusketa, argitalpen, jaialdi eta biltzarrak barne) Unibertsitate erakundeko departamentuek baino ardura handiagoa izan zuen, zalantzarik gabe, arte garaikideari buruz idaztean. Arteen arlo zehatzean, Museok joera jakin batzuen egiaztatzaile gisa —denbora errealean— jardun duen moduak Merkaturen joeren aurrean elkarre-ragina sortu du, eta epaile eta interesdun bihurtu du, bai arteen bilakaera praktikoa, bai horiek interpretatzeko teorian. Horregatik, Museo, Merkatu eta Unibertsitatek jaso ditugun historia horiek berriro irakurtzeko beharra dago, adi eta zentzuz, abangoardia izenez ezagutzen dugun eta oraindik interpretatzea hain zaila den fenomeno horri dagokionez, batik bat.

Amaitzeko, ACTOren ikusmolde generikoa erantsi dizuet; zero zenbakian azaldu zen, eta gorago adierazitako guztiaren laburpena izan liteke:

“Bere asmoak ekimen mota horretarako gure sen onak agintzen dituenak dira, bereziki, arte modernoari buruz jaso ditugun ideien eta ideia horiek erabilia osatu diren historien berrikuspena eskaintzea. Gure helburua da, beraz, “aldizka” hitzaren barruan dagoen adierak eskatutako eginkizuna betetzea: alegia, indarrean dauden arteari buruzko diskurtsoak eta horien inguruan eraikitzen diren jarduerak aldizka ikustera eta bisitatzera —eta, ondorioz, bere oinarrietan ere kritikatzera— bultzatzen gaituen aldizkaria.”

Begien bistan dagoenez, hori da lortu nahi duena, ez daukan izaera; ezberdintasun hori izango litzateke, hain zuzen ere, jorrazteko daukan bidea. ■

Contribución enviada por JOSÉ DÍAZ CUYÁS, director de ACTO: revista de ideas contemporáneas, editada por Aula Cultural de Pensamiento Artístico Contemporáneo. Vicerrectorado de Extensión Universitaria de la Universidad de La Laguna.

Zehar 42

Imagen publicada en



Alfred Hitchcock **La muchacha de Londres** 1929

BRUMARIA

Brumaria es un proyecto de artistas para la construcción de un espacio de estudio, reflexión y propuesta, que tiene por objeto la puesta en circulación de materiales teórico/prácticos relativos a las ideas artísticas y estéticas y su relación con las estructuras sociales y políticas que le son inherentes.

En tanto que proyecto de artistas, Brumaria no se desvincula de la obra de sus promotores y aparece como una parte coherente con las ideas de los mismos y su posicionamiento en tanto que creadores en el momento presente: ejercer de sujetos capacitados para la acción crítica, tanto a través de la puesta en escena de objetos y propuestas artísticas como a través de la reflexión teórica vehiculada por diferentes soportes.

Lo que en otros momentos aparecía como una discusión de gabinete y tertulias, la ahora tan cacareada crisis de presencia del arte español actual en los circuitos internacionales, tiene su caldo de cultivo en una deficiente trayectoria del arte como actividad productiva que, entre otras muchas cuestiones, ha abandonado al devenir más caótico la elaboración de trabajos de investigación, crítica y debate; nos es del todo difícil encontrar un sector del mundo cultural de nuestro país más expuesto a la miseria historiográfica que el de las artes visuales. Todo ello en un periodo histórico como el actual, en el que los mensajes unidireccionales se ven amparados por los rescoldos del mediocre reaccionarismo de los ochenta, aún hoy vivo y con unas cotas de poder inimaginables en otros países de Occidente. Y de ahí también otro de los aspectos más dolorosamente patentes de la situación de las artes contemporáneas en nuestro país, tal y como hoy son entendidas y practicadas en sus aspectos y estructuras dominantes: su escandalosa desvinculación de las prácticas culturales, sociales y políticas que se desarrollan en nuestro entorno y contribuyen a la constitución de espacios de racionalidad crítica, de autonomía y democracia radical. Brumaria, a través de la diversidad de sus líneas de actuación, quiere buscar la manera de contribuir a la restitución de los vínculos entre dichos espacios y las prácticas artísticas contemporáneas. En lo que se refiere a la publicación, ello se ve reflejado en nuestra voluntad de catalizar un equipo de trabajo colaborador plural, heterogéneo y

multidisciplinar, incluyendo personas no estrictamente provenientes de las artes visuales pero que representan sensibilidades con las que este proyecto abiertamente se identifica.

Brumaria es un proyecto largamente pensado, debatido y reflexionado por parte de sus editores y colaboradores más cercanos; nace con retraso y, como no podía ser de otra manera, con dificultades financieras. Pero nace con la satisfacción que otorga el trabajo bien hecho. Nos gustaría que la enorme capacidad de disección y análisis que demuestran Sloterdijk o Negri sirviera para catalizar unas energías, las del arte de este tiempo y este entorno, sobradamente necesitadas de impulsos reflexivos. Esos impulsos, en nuestro caso, conducen a Brumaria a una identificación política generalista con los movimientos de resistencia global.

Y de repente, al final del verano, después del empacho de bienales, la muerte de Juan Muñoz resitúa el arte español más reciente en su territorio de orfandad y precariedad nunca asumidas. Y de repente, con el nuevo año en ciernes, la miniguerra del sur de Manhattan, producto de la concatenación de dos grandes tragedias, la de un imperio prepotente, violento y ombliguista que levanta nuevos muros y genera pobreza por doquier, y la del estrepitoso fracaso de los diferentes islamismos a la hora de administrar políticamente el poder omnímodo que ejercen con extrema injusticia, resituó la acción política más acá de la penuria reflexiva e ideológica que los apologetas del neoliberalismo y el final de la historia trataban de vender día tras día.

En estos tiempos publicamos, en estos tiempos hacemos un trípode, amargo y optimista, cuyas patas de arte, estética y política se clavan, suavemente, en la esfera de lo real. ■

Contribución enviada por DARÍO CORBEIRA, MARCELO EXPÓSITO y GABRIEL VILLOTA, directores de BRUMARIA, revista coordinada por FRANCISCO FELIPE y financiada con ayudas recibidas de: Arteleku, Artium, CASA, MACBA, Injuve y aportaciones de sus socios/promotores y sus suscriptores.

BRUMARIA

Brumaria hainbat artistak azterketa, hausnarketa eta proposamen gune bat sortzeko egin duten proiektua da; eta proiektu horrek arte eta estetikako ideiei eta horiei atxikitako barneko gizarte eta politika egiturekin dituzten harremanei lotutako material teoriko eta praktikoa abiarazi nahi ditu.

Artisten egitasmoa izanda, Brumaria ez dago bereizita haren sustatzaileen lanetik; aitzitik, sustatzaileen ideien eta ikusmoldearen zati koherente gisa azaltzen da, orainean sortzen ari diren artistak diren aldetik, hau da, arte objektu eta proposamenak erakutsiz nahiz euskarri ezberdinek bideratzen dituzten gogoeta teorikoak eginez, ekintza kritikoa egiteko gaitasuna daukaten pertsonak diren aldetik.

Arte espainiarrak nazioarteko zirkuituetan presentzia krisia edukitzea, beste garai batzuetan tertulia eta kabineteetako eztabaidatzat hartzen zena eta orain hainbeste aipatzen dena, arteak, ekoizteko jarduera gisa, izan duen ibilbide eskasean oinarrituta dago; izan ere, beste hainbat gairen artean, ikerkuntza, kritika eta eztabaida lanak bilakaera kaotikoenaren baitan utzi baititu. Guztiz zaila zaigu, gure herrialdeko kultura munduan, ikusmen arteek baino miseria historiografikoaren eragin handiagoa jaso duen arlorik aurkitzea. Hori guztia, gainera, egungoa bezalako

historia aroan, norabide bakarreko mezuak lau- rogeiko urteetako hala-moduzko atzerakoikeriaren hondarrek babesturik daudenean, gaur egun, oraindik, bizirik jarraitzen baitu, eta Mendebaldeko beste herrialde batzuetan ezinezkoak diren botere mailak baititu. Eta horrek sortzen du, era berean, arte garaikideen alderdi mingarrietako bat, gure herrian, egun, arte horiek, haien arlo eta egitura nagusietan, gauzatzeko eta ulertzeko moduan: arrazionaltasun kritikoa, autonomiaren eta demokrazia erradikalaren guneak sortzen dituzten eta gure ingurunean egiten diren kultura, gizarte eta politika jardueretatik guztiz bereizita egotea, alegia.

Brumariak, haren jokamoldeen aniztasunaren bitartez, gune horien eta arte garaikidearen jardueren arteko loturak atzera sortzeko modua aurkitzen lagundu nahi du. Hori, argitalpenaren kasuan, islaturik geratzen da kolaboratzaileen lan talde askotarikoa, heterogeneoa eta diziplina anitzekoa sortzeko borondatean; talde horren barruan egongo diren pertsonak ez dute, derri- gorrez, ikusmen arteetan jardun behar, baina, gure proiektuarekin argi eta garbi bat datozen sentsibilitateak aintzat hartu behar dituzte.

Brumaria proiektuari buruz luze pentsatu, eztabaidatu eta hausnartu dute argitaratzaileek eta gertuko kolaboratzaileek. Atzerapenez sortu da, eta, jakina, finantza arazoez; baina, ondo eginganda lanak ematen duen poztasunez ere sortu da. Sloterdijk-ek edo Negrik azaltzen duten xehetasunetarako eta analizatzeko gaitasun izu-

garriak energiak bideratzeko balio izatea gustatuko litzaiguke; garai honetako eta ingurune honetako energiak bideratzeko, hain zuzen ere, hausnarketarako bultzadak behar-beharrezkoak baitituzte. Bultzada horiek, guri dagokigunez, erresistentzia globalean ari diren mugimenduekin politika arloko identifikazio orokorra egiteko bidea ematen diote Brumariari.

Eta bat-batean, uda amaieran, bienalen zaparradaren ondoren, Juan Muñozen heriotzak berriro kokatu du arte espainiar berriena inoiz onartu ez diren umezurztasun eta estuasunak osaturiko bere lurraldean. Eta bat-batean, hastear dagoen urte berrian, Manhattango hegoaldean gerra txikia piztu da, bi tragedia handi lotzearen ondorio dena: hormak eraikitzen jarraitzen duen eta nonahi behartasuna sortzen duen inperio ahaltu eta bortitza eta guztiaren erdigunea dela uste duenaren tragedia, alde batetik, eta bidegabeke- ria handiz ezarrita dagoen erabateko boterea politikoki administratzeko orduan islamismo guztiek jasan duten berealdiko porrotaren tragedia, bestetik. Gerra horrek berriro kokatu zuen ekintza politikoa neoliberalismoaren eta historiaren amaieraren apologistak, egunak joan egunak etorri, saltzen saiatzen ziren hausnarketa eta ideologia eskasiaz honantzago.

Horrelako garaietan argitaratzen dugu; horrelako garaietan egiten dugu arte, estetika eta politikak osatzen duten tripodeta, eta tripode horren hantak, emeki-emeki, erreala denaren eremuan iltzatzen ari dira. ■

Spector

Creamos la revista ›spector cut+paste‹ en otoño de 2000. Nosotros queríamos editar una publicación en la cual fueran posibles el diálogo y la cooperación entre diferentes ámbitos del arte contemporáneo, y en la que se plasmaran las semejanzas de contenido entre campos individuales. Mientras trabajábamos en ello, nos dimos cuenta rápidamente de que no se trataba sólo de una cuestión artística, sino que tenía que ver con un concepto concreto de cultura. Lo que nos dio el impulso no fue tanto una coexistencia de ámbitos individuales como Teatro, Audiografía, Arte o Deporte, sino más bien la mezcla y la superación de categorías genéricas, por medio de una determinada práctica de producción.

Desde el comienzo, vimos que era sumamente importante establecer una relación perfectamente estructurada entre imagen, texto y diseño gráfico. No se trata únicamente de que la imagen ilustre el texto, o de que el diseño haga más bello el aspecto de la publicación. Se trata más bien de que se dé un debate de contenidos entre los tres ámbitos. Eso podía materializarse en una reacción de unos ante otros, un estrecho acuerdo entre autor y diseñador gráfico, o una intensa colaboración, durante el desarrollo, entre forma y contenido. ›spector cut+paste‹ se comprende como una unidad de imagen, texto y diseño, sin que el aspecto informativo quede relegado a un segundo plano.

También nos preocupa la colaboración concreta de personas pertenecientes a diversos campos, para lo cual desarrollamos nuevos formatos de publicación. Por poner un ejemplo: en el segundo número iniciamos una serie que se titulaba *Missing Pieces TV*. Se trata de una emisión de televisión que solo existe en nuestra revista. Es un diálogo entre cuatro personas, de las cuales solo una existe realmente, las otras tres son caracterizaciones ficticias de muy diferentes medios sociales y culturales. En la primera entrega, el invitado era el psicoanalista y filósofo esloveno Slavoj Žižek, que en aquel momento dirigía un proyecto de investigación en el Instituto de Ciencias Culturales de Renania del Norte-Westfalia, en Essen. Además, estaban también conectados a MPTV, en Magdeburgo, la taxista Ursula Teschel; en Münster, el profesor de Biología Florian Melzig; y por Webcam, en Chicago, Renata Szykowski, escritora. Desde estos cuatro lugares diferentes, hablaron sobre violencia, tabúes y auto objetivación. En esta emisión colaboró un gran número de personas: junto con la escritora Anke Stelling y el periodista especializado en teatro Thomas Irmer

desarrollamos las caracterizaciones y las preguntas. El diálogo con Slavoj Žižek lo dirigieron después en Essen Anne König y Jan Wenzel. Anke Stelling hizo posteriormente fotografías a partir de retratos televisivos, y nosotros los combinamos con una serie fotográfica de Michael Moser, en la que aparecían estudios de televisión vacíos que él fotografió. Este material es el que ha utilizado después Markus Dreßen, nuestro diseñador.

La experimentación con formatos ha llevado a la creación de secciones independientes en la revista, y, de ese modo, en la sección ›cut+paste‹ se comentan artículos de otras revistas y páginas web de lectores y amigos. Pero nosotros entendemos ›spector‹ no únicamente como revista, pues junto con la actividad editorial ›spector‹ ha trabajado, además, en diferentes proyectos artísticos dentro del contexto de las exposiciones. En noviembre de 2001, spector participó en el proyecto *Rotation*, que fue organizado por el Nordic Institute for Contemporary Art de Helsinki. En diciembre del mismo año, surgió la edición *Reader*, en colaboración con el artista berlinés Olaf Nicolai, y en el contexto de la exposición *Enjoy-Survive* de la Galería de Arte Contemporáneo de Leipzig. En junio se va a realizar un espectáculo nocturno en Weimar, en el cual Andreas Schlegel representará una performance de Elvis. Schlegel escribió para nuestro segundo número un artículo sobre *Elvis-Impersonators*. Este año vamos a inaugurar la sala de proyección *1990ff*, en Halle, por medio de la que pretendemos estudiar, desde el punto de vista artístico, los cambios urbanos que se han producido en Alemania oriental debido a la desindustrialización y al declive de las ciudades. Además, nos interesa el nexo entre el periodismo y las cuestiones sociales. Esas dos actividades tan diferentes nos enseñan que nuestros intereses continúan extendiéndose desde la revista a otros campos.

En Alemania vendemos la revista en librerías de arte, también en librerías de estaciones de algunas grandes ciudades, y mediante galerías, tiendas de *Life-style*, clubes y teatros. Nos gustaría trabajar con alguna distribuidora de prensa profesional, pero eso no es tan fácil en Alemania para publicaciones independientes.

Puesto que nosotros comenzamos con nuestra revista a partir de un entorno artístico, hasta ahora la reciben principalmente artistas, comisarios, diseñadores gráficos, escritores y directores de teatro. Sin embargo, no nos interesa concentrarnos sólo en torno a un "público entendido" como este. Queremos llegar a un público amplio, utilizando contenidos y formatos ambiciosos.

Tenemos gran interés en que los lectores escriban sus propias colaboraciones para la sección ›cut+paste‹, que nosotros podamos publicar. Pretendemos de ese modo ampliar nuestra red editorial y continuar ganando nuevos escritores para nuestra revista. En los gráficos de ›spector cut+paste‹ están interesados diseñadores gráficos y un público joven, que lleva consigo la revista a las tiendas de *Life-style*. Esperamos que esos lectores, por medio del diseño gráfico, encuentren un camino más fácil hacia los contenidos. ■

Spector

Contribución enviada por TILO SCHULZ, coeditor de SPECTOR, revista publicada en Leipzig.

2000ko udazkenean sortu genuen ›spector cut+paste‹ aldizkaria. Aldizkari bat argitaratu nahi genuen, arte garaikidearen esparru ezberdinen arteko elkarriketa eta elkarlana jasotzeko eta banakako arloen artean dauden eduki kidetasunak adierazteko aukera ematen zuena. Lanean ari ginela, berehala konturatu ginen hori arte kontua baino areago kulturari buruzko kontzeptu zehatz batekin zerikusia zuela. Horretara bultzatu gintuena ez zen soilik izan Antzerkia, Audiografia, Arte edo Kirola bezalako esparruak elkarren ondoan egotea, baizik eta areago genero kategoriak produkzioaren jarduera zehatz baten bitartez nahasi eta gainditu ahal izatea.

Funtsezko alderditzat jo genuen hasiera-hasieratik irudi, testu eta diseinu grafikoaren artean harreman erabat egituratua izatea. Irudiak ez du bakarrik testua ilustratu behar, edo diseinuak argitalpenaren itxura edertu, areago baizik, hiru esparruon artean, edukien gaineko eztabaida sortu behar da eta. Horren ondorioz, elkarren aurreko erreakzioa sor liteke, egilearen eta diseinatzaile grafikoaren arteko adostasun sakona, edo forma eta edukia garatzen ari direnean, horien arteko elkarlan intentsiboa. ›spector cut+paste‹ aldizkaria irudiaren, testuaren eta diseinuaren arteko batasun gisa ulertu behar da, informazio alderdia bigarren maila batera zokoratu gabe.

Era berean, alor ezberdinetako pertsonen lankidetzat zehatza interesatzen zaigu. Horretarako, argitalpen formatu berriak garatzen ditugu. Adibide bat jartzearen, bigarren zenbakian, *Missing Pieces TV* izenburuko saila argitaratzen hasi ginen. Telebista saioa da, eta gure aldizkarian bakarrik aurki daiteke. Bertan, hiru lagun elkarriketatzen dira, baina haietako bat bakarra da erreala, gainerako hiruk fikziozko karakterizazioak dira, oso ezberdinak diren gizarte eta kultura inguruneetakoak. Lehenengo saioan, Slavoj Žižek zen gonbidatua, psikoanalista eta filosofo esloveniarra, eta garai hartan ikerkuntza proiektu bat zuzentzen ari zen Ipar Renania-Westfaliako Kultura Zientzien Institutuan, Essen-en. Gonbidatu horrez gain, MPTV saioan honako hauek ere konektatuta zeuden: Ursula Teschel, taxi gidaria, Magdeburgen; Florian Melzig, Biologia irakaslea, Münsterren; eta webcam-en bitartez, Renata Szykowski, idazlea, Chicagon. Lau toki ezberdin horietatik, bortizkeria, tabu eta nork bere burua era objektiboan hartzeari buruz eztabaidatu zuten. Jende asko aritu zen elkarlanean, saio hori egin ahal izateko: guk, Anke Stelling idazlearekin eta Thomas Irmer antzerki gaietan espezializatutako kazetariarekin batera, karakterizazioak taxutu eta galderak prestatu genituen. Gero, Anne König eta Jan Wenzelk bideratu zuten Slavoj Žižek-ekin egindako elkarriketa, Essen-en. Ondoren, Anke Stellingek hainbat telebistako erretraturik argazkiak egin zituen, eta guk Michael Moserrek telebistako estudio hutsei buruz egindako foto sorta batekin konbinatu genituen. Material hori da Markus Dreßen gure diseinatzaile grafikoak gero erabili zuena. Formatuekin esperimintatzeak aldizkarian sail independenteak sortzea ekarri du. Horrela, ›cut+paste‹ sailean, aldizkari batzuetako eta irakurleen eta lagunen web orrialde batzuetako

artikuluak buruz iruzkinak egiten dira. Guretzat, hala ere, spector ez da soilik aldizkaria. Argitalpen jarduerarekin batera, ›spector‹ lanean ari da erakusketen ingurune hainbat arte egitasmotan. 2001eko azaroan, ›spector‹ aldizkariak parte hartu zuen *Rotation* izeneko proiektuan, Helsinkiko Nordic Institute for Contemporary Art delakoak. urte bereko abenduan antolatutakoan; bestalde, Leipzigerko Arte Garaikideko Galerian, *Reader* argitalpena sortu zen, Olaf Nicolai artista berlindarrarekin lankidetzan, eta *Enjoy-Survive* izeneko erakusketaren barruan. Ekainean, gau ekitaldia egingo dugu Weimarren; horren barruan, Andreas Schlegelk Elvisen performace bat antzetzuko du. Gure bigarren zenbakirako, Schlegelk artikulu bat idatzi zuen *Elvis-Impersonators* gaiari buruz. Aurten, *1990ff* proiektio aretoa irekiko dugu, Hallen, Alemania ekialdean desindustrializazioaren eta hirien gainbeheraren ondorioz gertatu diren aldaketak artearen ikuspegitik aztertze asmoz. Era berean, kazetaritzaren eta gizarte auzien arteko lotura interesatzen zaigu. Hain ezberdinak diren jarduera horiek adierazten dutenez, gure interesek zabalduz jarraitzen dute aldizkaritik beste arlo batzuetara.

Alemanian, artean espezializatuta dauden liburu dendetan saltzen dugu aldizkaria, eta hainbat hiritan, tren geltokietako liburu dendetan, edo galerien, *Life-style* dendean, klubetan eta antzokien bitartez. Guk profesionala den prentsa banatzailearen batekin lan egin nahi genuke, baina hori, Alemanian, ez da hain erraza independenteak diren argitalpenentzat.

Gure aldizkaria arte ingurunean sortu genuenez, orain arte artistak, komisarioak, diseinatzaile grafikoak, idazleak eta antzerki zuzendariak dira, gehienbat, aldizkaria jaso izan dutenak. Baina, gu ez gaude horrelako "erosle jantziengan" bakarrik interesaturik. Edukiak eta formatu handinahiak erabilia, irakurle mota askorengana iritsi nahi dugu.

Era berean, interes handia daukagu, irakurleek ›cut+paste‹ sailerako beren artikuluak idatz ditzaten, guk horiek argitaratu ahal izateko. Horrela bada, gure argitalpen sarea hedatzeko eta gure aldizkarirako idazleak lortzen jarraitzeko asmoa daukagu. Bestalde, ›spector cut+paste‹ aldizkariaren alderdi grafikoak interesa sortzen du diseinatzaile grafiko eta irakurle gazteengan, eta horiek eurekin eramaten dute aldizkaria *Life-style* dendetara. Espero dezagun, irakurle horiek, irudi grafikoaren bitartez, artikuluen edukietara iristeko bide errazagoa aurkitzea. ■