

**“Programar, editar, producir”**  
eremuak // 22-24 junio 2015

Relatora// Adriana Laespada

**eremuak**

## PROYECTOS EREMUAK // 22.06.2015

### SUPERBIA (Sahatsa Jauregi + Leire San Martín)

Sahatsa Jauregi y Leire San Martín presentan *Superbia*, el proyecto que han realizado con el apoyo de *Eremuak*. Fue un ciclo de ocho proyecciones de películas de Ulrike Ottinger: directora de cine cuya filmografía es difícil de descubrir a través de los canales tradicionales. La idea surge de una proyección realizada en *Bulegoa z/b*, donde pensaron en la posibilidad de hacerse con la filmografía completa para compartirla y hablar sobre ella. Me pregunto si hubiera entendido de qué hablaban de no haber sabido de antemano qué era *Superbia*, porque más que a una presentación *per se*, asistimos a una lectura de una lista de elementos, lugares y conceptos que han conformado el proyecto. No modificó mucho la estructura de su discurso, pero tampoco la transcribo.

#### SAHATSA

- Nombra intérpretes de las películas y enumera los personajes que protagonizaron.
- Datos de asistencia a *Superbia*: siete personas en la proyección que menos, *treinta y pico* en la que más.
- Habla brevemente de la película *Prater* y la relaciona con el parque de atracciones de Igeldo. Por eso la proyectaron en Donostia.
- Ottinger no accedió a ir a *Bulegoa z/b* a hablar sobre su trabajo.
- Sahatsa se pregunta si las películas de Ottinger están encasilladas como feministas.
- ¿De dónde consigue Ulrike la financiación para sus películas?
- El dramatismo se aligera gracias a procesos estéticos abrumadores.
- En la última sesión surge la idea de hacer una *playlist* con los trozos musicales de las películas. Dura tres horas y tienen que descartar la idea de hacer una *discoteca Ottinger*.
- Metodología: "ser fuerte (...) y aceptar las situaciones tal y como son, grabar y dejar que suceda".
- Los negocios nupciales de Seúl. Ottinger se pregunta por qué los coreanos sacan tantas fotos en las bodas.

#### LEIRE

- Datos sueltos sobre las películas y el proyecto.
- La información sobre Tabea, persona encargada del vestuario en las primeras películas y ex pareja de Ottinger, es difícil de encontrar. Sahatsa tiene su teoría.
- Relación con el cine de Fassbinder.
- Gestión con Berlín: Barbara y Melanie, las *ulrikes*.
- Reflexión acerca de los modos de producción.
- Contactos con las *ulrikes*, gestión de los espacios de proyección, difusión.
- Reflexión sobre los coloquios pos-visionado, su dificultad. "El coloquio real era la *birra de después*".
- Procesos de trabajo: en las reuniones, primero hablaban de sus vidas. Después, trabajaban.
- Melanie y Barbara contestan los mails, *Ainize* cree que en realidad es Ulrike.
- Opiniones de las películas extraídas de los coloquios. Reflexiones.
- Sahatsa dobló una de las películas. A un gorila que decía: *entrad, entrad*.
- Ulrike contesta a una invitación de *skype*. No le gusta. Sahatsa escucha esto por primera vez.

## **AINIZE SARASOLA**

Ainize Sarasola presenta THE NEWS, proyecto audiovisual que deriva de *Tarot Nights*, cortometraje que realizó a partir de muchas horas de metraje que acumuló grabando vídeos en su día a día. "Cosas que vienen de lo cotidiano transformado en algo cinematográfico", explica. Es un collage audiovisual y musical, construido con pequeñas piezas y tomando todas las decisiones en el momento de la edición. La narración la construye *a posteriori*, a partir de lo ya existente, aunque no tiene una importancia o un protagonismo excesivos. El trabajo de edición fue duro, y eso le hace querer seguir trabajando pero no en un formato "tan cerrado" como una película.

Para THE NEWS toma la estructura de un programa de noticias haciendo una interpretación libre de ello. En este proyecto quería evitar todo ese proceso duro y difícil que "sufrió" en *Tarot Nights*; trabajando con un guión previo y decisiones tomadas de antemano, no relegando todo el peso al momento de la edición. Pero al final ocurrió algo similar, cuenta. En THE NEWS introduce su trabajo gráfico en la propuesta, acrecentando la sensación de collage, y continúa construyendo la historia y las sensaciones a través del sonido. Éste y la imagen no casan muchas veces. Realiza cortes bruscos y el humor que emana la imagen no concuerda con el suspense de la música. Esa incoherencia que a veces le critican (que por otra parte viene trabajándose en el cine desde la *Nouvelle Vague*) le interesa mucho. No busca la perfección a nivel de realización.

El proyecto inicial consistía en realizar diferentes episodios del programa, pero ahora quiere seguir experimentando sin repetirse ni encerrarse en algo. Ha realizado otro vídeo, un falso anuncio de un producto capilar milagroso, y también lo muestra al público.

Su trabajo puede encontrarse en internet y en el blog de THE NEWS. También realiza *screenings* y ha comenzado a enviarlo a festivales. En la ronda de preguntas dice que en futuros proyectos su idea es ir delegando diferentes aspectos del proceso, como la iluminación, y que el motivo de que hasta ahora ella se haya encargado de todo era la falta de un plan y la incapacidad de transmitir a alguien lo que deseaba hacer (por que no lo sabía).

EDITAR // 23.06.2015

## **JUAN PABLO HUÉRCANOS + GONZALO GOLPE**

Juan Pablo Huércanos es el encargado de inaugurar el apartado *Editar* de las jornadas. Periodista cultural, desde 2003 trabaja para la Fundación-Museo Jorge Oteiza y es subdirector de la misma desde 2005. Como agente cultural, tiene también proyectos personales ligados al arte y la cultura como *AutoEdit. Nuevas formas y modelos en la autoedición y publicación independiente*, exposición de la que es comisario, y que fue llevada a cabo en el Centro de Arte Contemporáneo Huarte entre octubre del 2014 y febrero de 2015 y de la que está preparando una segunda edición.

Juan Pablo Huércanos comienza con un vídeo producido durante la exposición *AutoEdit* para "iniciar la sesión dando voz a los propios autores". Se titula *Algo está pasando* y está realizado y editado con la estética *naif* y cuidada que está tan en boga en el sector audiovisual: comienza con primerísimos planos en *zoom in* de

dibujos acompañados de música *indie*, tipografía *handwritten* y manos envueltas en látex extrayendo fanzines de sobres como si de una operación quirúrgica se tratase. Después, se suceden extractos de preguntas realizadas a los autores dentro del cubo blanco, imágenes de dibujos, más música. Los autores, editores, el director del museo y otros agentes se intercalan hablando acerca de la autoedición, cuál es su valor, su interés. El vídeo no pierde su ritmo constante, casi de videoclip. La mirada no puede detenerse. Y parece haber una serie de términos que condensan el sentido de la opción de autoeditarse: libertad, control del proceso, necesidad, resistencia, no presiones, autogobierno, criterio propio, facilidad de difusión, no imposiciones, proyectos híbridos. Sorprendentemente, el director del Centro de Arte Contemporáneo Huarte, Javier Manzanos, afirma que querían, "desde un centro de arte contemporáneo (...), legitimar de alguna forma ese canal creativo que las ediciones independientes están aportando hoy al arte contemporáneo".

El carácter reivindicativo, libre y autónomo que la autoedición parece tener se antoja empero contradictorio con una exposición absolutamente institucional, con la intención de *legitimar* y con un vídeo de esa estética y características tan *mainstream* y poco atrevidas.

El vídeo se detiene, Huércanos pasa a explicar el proyecto llevado a cabo en el Centro de Arte Contemporáneo Huarte y sus motivaciones para emprender el mismo. Consistió en una exposición de casi cuatrocientas publicaciones complementado con un programa de actividades en las que los autores presentaban sus proyectos o se realizaban talleres de autoedición.

En los últimos años, el mundo de la autoedición ha visto expandido su ámbito de actuación y se ha vinculado más a los lenguajes plásticos, surgiendo una escena. Las publicaciones crecen exponencialmente cada año. "Personalmente me interesaba la autoedición como síntoma (...) de la necesidad de un conjunto de creadores de ocupar una posición de autogestión ante una cierta crisis o por lo menos una percepción de una crisis". Una crisis económica, de las estructuras editoriales, artísticas, museísticas e institucionales. El objetivo del proyecto era, por tanto, visibilizar esa escena. No se pretendió seleccionar las mejores autoediciones, si no, según el comisario, "lo contrario": visualizar un gran número de ellas que (de)mostrase el tamaño de la escena (en términos cuantitativos).

Entre los debates que se suscitaron en torno al proyecto se planteaba la necesidad o no de una mirada crítica que estableciese un filtrado crítico. Acotar esa realidad, asociarla a la lógica de un discurso. Huércanos opina que no, que el objetivo de la exposición era lo contrario a eso. Admite que la reflexión es necesaria, que el aprendizaje parte de ciertos cánones y jerarquías, pero que en el proyecto no querían aplicar las jerarquías propias del sistema del arte. Querían mostrar los materiales de un modo no vinculado a las normas museísticas o del mercado. Buscaban otro posicionamiento acorde con el material mostrado: *AutoEdit* como un proyecto en proceso y evolución en paralelo a la autoedición, un "fenómeno cambiante, creciente y activo en el que el autor ejerce de modo autónomo y sin apenas limitaciones las diferentes fases del proceso creativo".

Pero hay algo que resulta contradictorio o confuso. Este contexto tan comunitario, libre, reivindicativo y de nuevos posicionamientos y maneras de relación; esta escena que presume de la posibilidad de proyectar su trabajo al margen de un canon previamente establecido... está de pronto presente en una estancia dentro del

Centro de Arte Contemporáneo Huarte; inscrito en un sistema codificado y regulado en el que, aparentemente y por las propias palabras de Juan Pablo Huércanos, ni encaja ni se inscribe el mundo de la autoedición. Un lugar que por sus características se aleja de las ideas de comunidad, libertad, autogestión, autonomía. Un lugar encerrado en los canales tradicionales y dentro de las paredes del sistema del arte. Un lugar en el que los fanzines se manejan con guantes de látex.

Después de Juan Pablo es el turno de Gonzalo Golpe, editor de arte que tiene muy claro qué es lo que quiere (y qué no). Habla sin pausa y de manera contundente sobre su trabajo, el sistema editorial dominante, los autores y los libros.

Comienza explicando qué es lo que hace y para ello aclara el significado de las palabras (las cuáles desde el principio parecen no significar lo que él querría). La denominación formal de lo que realiza es editor de arte, pero matiza que él no trabaja con artistas. Trabaja con autores y busca hablar de sí mismo a través de un trabajo ajeno. No diferencia mucho entre edición independiente y autoedición, lo que cambia es su posicionamiento hacia el *hacer* libros. Él autoedita, hace lo que haría si tuviese un sello editorial pero sin marcarse una línea a continuar. Es decir, se aleja de la autoedición de fotocopia y grapa fanzinería. Hace libros pero sin depender de los grandes sellos editoriales y sus normas. "Editar es todo esto: dar formato, elaborar, revisar, seleccionar, montar, redactar, publicar y organizar (...) la edición tiene que ver antes que nada con el amor", concluye. Enamorarse de un trabajo, apostar por él y necesitar compartirlo. Ese es para él el origen de todo.

Gonzalo Golpe define la autoedición como un ejercicio de autogobierno en el que se da una libertad pero también una responsabilidad: la responsabilidad del autor frente a su obra y la libertad que eso le concede. Los autores se financian sus publicaciones pero también recuperan su dinero. "Para mi hacer un libro es una responsabilidad, es invertir un dinero, es buscar recuperarlo. Porque el autor al recuperar ese dinero vuelve a invertirlo y entonces está constantemente avanzando". Y la ecuación para que los proyectos sean rentables y posibles es "ingresos, gastos y eliminación de intermediarios".

Lejos de las acepciones académicas de la palabra libro, que nada parecen satisfacerle, Golpe se queda con otra acepción de libro, la de Ulises Carrión, que habla de dispositivos espacio-temporales. El formato libro se ha mantenido prácticamente inamovible los últimos quinientos años y no cree que sea una casualidad. Aprovecha para dar su opinión sobre el formato digital, y desmiente las afirmaciones que auguran la desaparición del libro-papel frente al formato digital. Él lo entiende como el principio del orden, como una reordenación, "habíamos perdido total y absolutamente el respeto al papel, se imprimía sin ningún tipo de control y sin ningún tipo de ambición".

Pero Gonzalo Golpe no se limita al formato libro, ya que ese *mensaje* también puede ser interpretado a través de un espacio (una exposición) o a través de una aplicación informática. Él se define como editor en todos los casos, porque su papel es siempre el de irrigador, conector. Se ha especializado en el fotolibro y menciona una retahíla de galardones que la edición independiente y la autoedición españolas han logrado a nivel nacional e internacional. "Independiente y autoeditada no significa *igual a fracaso*", quiere recalcar con todos esos datos. Pero me pregunto qué tienen que ver el éxito o el *fracaso* con los premios. Qué demuestran los galardones o el "éxito" comercial.

Por otra parte, en relación con las grandes editoriales, Golpe explica que la autoedición “es el sistema que hemos tenido debido a la desatención que se producía”. Este es un tema que le causa gran resquemor. No duda al afirmar que “el mundo de la edición, el mundo de los libros, ha sido absolutamente secuestrado. Es un mundo demencial para el autor”. No puede comprender a los autores que se someten a ese sistema. En su trabajo desactiva eliminando la figura del distribuidor y su margen de beneficio. Y aquí da comienzo un baile de cifras y porcentajes que se extiende hasta la ronda de preguntas. En resumen, en el sistema tradicional de edición, un ochenta y cinco por ciento de los beneficios de los libros van a parar a intermediarios ajenos al proceso constitutivo. Para Golpe no hay márgenes fijos, cada libro es un proyecto independiente. El riesgo es del autor, el margen de beneficio también.

Golpe elimina intermediarios en su proceso, pero es consciente de la importancia de ciertos elementos, por eso son necesarias personas que conceptualizan las ideas de los autores y otras que las llevan a formato libro de manera exitosa y rentable. Los libros son elementos que pueden parecer sencillos, pero no es así. Son extremadamente complejos.

En relación a lo mismo, de la ronda de preguntas, destacaré la última, relacionada con el caos editorial en España y más concretamente acerca de la industria papelera que genera la materia prima de los libros. Golpe responde tajante: las empresas papeleras tienen el poder en el mundo editorial, son negocios inmensos que tienen el monopolio del producto. En el caso concreto de los libros, la masificación e industrialización afecta a la calidad del producto final y se extiende a todo; el papel se encuentra en los márgenes de acidez permitidos, la cola se rebaja con agua y no pega adecuadamente, el hilo no es el indicado, se destensa, los encuadernadores desaparecen y se sustituyen por máquinas. Antiguamente, recuerda Gonzalo Golpe, los libros se hacían con la intención de que sobreviviesen al paso del tiempo, ahora se producen industrialmente; amarillean, se despegan y tienen una vida de diez o veinte años. Se deshacen en nuestras baldas y no nos sobreviven.

### **ELISABETH KLEMENT**

La estonia Elisabeth Klement, de veintisiete años, lee manteniendo la vista fija en su papel y tan sólo alza la mirada a su público en contadas ocasiones. Pese a su juventud, Klement posee una variada e interesante experiencia, desarrollada de manera transversal y basada en una fuerte iniciativa y el deseo de sacar cosas importantes adelante. Dice que su práctica se mueve entre la autoorganización, los encargos y la práctica social. Por ello, le cuesta definirse como diseñadora gráfica, por la multiplicidad de sus intereses y proyectos, pero matiza que, para ella, el diseño gráfico no es sólo algo estético en manos de las esferas culturales, sino algo que juega un papel importante en el conjunto del contexto social, cultural y político. Además de realizar trabajos como diseñadora gráfica, regenta una librería especializada en Amsterdam junto a Pieter Verbeke y organiza una escuela de verano para estudiantes en Estonia con Laura Pappa.

Su experiencia en el mundo de la edición comienza cuando era aún estudiante. En esa época decidió qué debían hacer algo con todas las publicaciones que derivaban de los trabajos universitarios, y frente a la imposibilidad de acceder a los circuitos de venta y distribución corrientes, organizaron “La librería portátil *Asterisk*”. La primera edición tuvo lugar en el único edificio ocupado de Tallinn, y vendieron casi todo lo que

llevaron. Debido al éxito, volvieron a organizarlo repetidas veces en diferentes lugares de la ciudad, con un formato similar. Algo que comenzó como un lugar donde vender publicaciones autoeditadas terminó siendo un lugar de encuentro e intercambio, generándose una comunidad. *Asterisk* comenzó a crecer y a tener visibilidad, e instituciones como el Museo de Arte Nacional comenzaron a llevarles libros para que los vendiesen, siendo *Asterisk* una de las pocas entidades que tenía un *stock* importante de publicaciones de arte y diseño estonios.

La última vez que organizaron *Asterisk* se hizo también un simposio sobre la autoorganización, donde se generó un intercambio muy interesante entre los ponentes (personas que autopublicaban) y la audiencia. Tras esta experiencia, lo social y lo educativo cobró una fuerza mucho mayor para Elisabeth que el hecho de vender libros. Ésto, unido a su mudanza a Amsterdam y a que unos amigos abrieron una librería en Tallinn, hicieron que el proyecto acabase ahí.

El siguiente proyecto del que Elisabeth habla es *San Serrife*, la librería que regenta junto a Pieter Verbeke. Además de la experiencia que ambos poseían en la autoedición y la organización de eventos en torno a ella, coincide que los dos sienten una falta de contexto en Amsterdam y que el gobierno holandés recorta drásticamente el presupuesto de cultura. Tampoco había eventos en torno al tema de las publicaciones en la ciudad ni un lugar de encuentro para personas con las mismas inquietudes. En contraste, cuando visitaban ciudades como Berlín o París, encontraban libros maravillosos en librerías especializadas y, por tanto, debido a todo ello, deciden entrar a la acción.

*San Serrife* nace sin financiación pero con energía. Como dice Elisabeth, "No funding means acting now and having the ability to 'respond', while funding means predicting". Por ello, la librería se asienta en sus comienzos en diferentes espacios que no requieren de un alquiler, y con el paso del tiempo se dirige hacia el lugar donde se encuentra ahora. Por sus características, su *stock* de libros no es muy extenso, pero pueden permitirse vender lo que quieren, utilizando su gusto personal como filtrado principal. Es hoy por hoy un lugar referente de encuentro en el cual se ha formado una comunidad de creadores y consumidores que ha generado a su vez una economía. Por tanto, y tal y como ocurrió con la Librería portátil *Asterisk*, la venta de libros se funde con las conquistas sociales, con lo pedagógico y lo comunitario.

La escuela de verano que lleva organizando Elisabeth durante dos años consecutivos, también llamada *Asterisk*, nace de las mismas ganas de compartir y debatir que surgieron en aquella última edición de Tallinn. Se trata, en grandes rasgos, una escuela de diez días para estudiantes de diseño, la mitad de ellos estonios y la otra mitad extranjeros. Es un curso diferente, pues el objetivo final no es producir, sino experimentar, y además, tampoco utilizan el ordenador como medio. Esto se debe a que Elisabeth percibe una tendencia de creciente individualismo en la educación, donde el estudiante se convierte en algo así como un cliente, y cree que es una gran idea poder pasar ese tiempo en un entorno de comunidad, trabajando en grupo y compartiendo la experiencia.

En conclusión, Elisabeth vuelve a remarcar que, pese a ser diseñadora gráfica, su práctica se centra en muchos ámbitos que, en principio y según definiciones tradicionales, no pertenecen al diseño. Pero no importa, Elisabeth Klement deja claro que es una mujer trabajadora y que lucha para que sus ideales y la realidad estén cada vez más cerca.

## MORITZ KÜNG + MELA DÁVILA

Juan Luis Moraza presenta brevemente la publicación *Publicidad de lo político* (eremuak) y da paso a la intervención que cierra (y contrasta) el apartado de *Editar* de las jornadas. Moritz Küng ha sido comisario, director de instituciones y es editor desde hace mucho tiempo. Un amante de los libros. Mela Dávila comenzó editando en museos y descubrió, a raíz de ello, el fascinante mundo de las publicaciones de artista.

Moritz Küng comienza diciendo que pensaba mostrar tres libros que él ha editado, pero que en la pequeñísima pausa que se da entre la intervención de Elisabeth y la suya han decidido improvisar (a raíz de lo dicho en las anteriores conferencias del apartado *Editar*). Adelanta que hablarán de *Arts Libris*, feria internacional de edición contemporánea donde él y Mela Dávila son *content advisors* desde la pasada edición.

Küng, con el tono punzante tan propio del habla inglesa, al tiempo educado e irónico, se muestra sorprendido por lo dicho en las intervenciones anteriores por artistas y editores que trabajan en el campo de la autoedición. El término *libertad*, tan utilizado, es lo que le confunde. La libertad de hacer lo que se quiera, como se quiera. Hacer un libro no tiene porque estar ligado a la libertad, dice. Es, desde el principio del proceso, un campo complejo y restringido. "No es sólo la apariencia del libro; si no lo que el libro te cuenta, lo que quiere comunicar. Es el intermediario entre el autor y el lector, un vehículo, y en ese sentido, y como estamos hablando de tiradas, es también un producto". Habla de leyes y normas a seguir y de que uno puede saltárselas de manera consciente (o no). En realidad, ni siquiera él es capaz de dar respuesta a eso que se cuestiona. Parece que algo de lo dicho le molesta, pero no es claro en el qué.

Mela Dávila le releva y se detiene un poco más en el motivo de la improvisación. Tras escuchar todas esas referencias a la libertad, se les hace evidente algo que ya sabían: que están en una grieta entre dos espacios que no se solapan necesariamente. Decide hablar sobre la feria y su contexto para que sus palabras sean mejor comprendidas.

Mela, diferenciándose de las anteriores intervenciones de la tarde, matiza: "ni Moritz ni yo somos protagonistas de la escena o de las comunidades que están en estos momentos produciendo toda esta explosión de publicaciones (...) *Arts Libris* tampoco lo es". Esta lejanía es evidente y se remonta a los inicios de la feria. *Arts Libris* es una iniciativa que surge desde una galería apoyada por una institución, el *Centre d'Arts Santa Mónica*. Es un lugar problemático y con muchos altibajos pasados, ubicado en un contexto muy lejano al de la autoedición. Comienza hace seis años con un perfil claro que va desdibujándose poco a poco y el motivo de la incorporación de Dávila y Küng al proyecto es volver a delinearlo y orientarlo hacia las publicaciones de artista. Por tanto, lo primero que se plantean es el papel que tiene *Arts Libris* en el panorama de edición actual. La comunidad que se ha generado les parece extremadamente importante, y saben que *Arts Libris* no pertenece a ella (por su propia definición, carácter y tamaño). Esto influye en su trabajo, pues desde el principio partieron sabiendo que no se trata de una feria muy querida por esas comunidades que autoeditan y autoorganizan.

Lo que deciden desde un primer momento es darle contenido y calidad. Esta decisión se tomó en gran medida gracias a Guy Schraenen, editor británico que se mostró furioso por la baja calidad de *Arts Libris* el año previo a la incorporación de Dávila y Küng. Moritz se ríe y se muestra agradecido ante las quejas de Schraenen sobre



los expositores de aquella edición; confiesa que fue esto lo que le abrió los ojos y lo que marcó la línea que siguieron. Paradójicamente, al cambiar los criterios y eliminar expositores, el número de visitantes de la feria aumentó junto con las ganancias medias de los vendedores.

Definen también un programa de actividades (paralelo al hecho de vender libros) con la intención de que la feria resulte interesante tanto para el público como para los expositores. Por ello organizan la segunda edición del simposio internacional sobre la producción, el coleccionismo y la distribución de libros de artista y el *Speakers' Corner*, rincón abierto para los expositores (charlas, presentaciones de libros, proyección de películas, *book DJ's*...).

Otra novedad que la feria incorpora es la publicación de un libro de artista (Iñaki Bonillas, en este caso) en lugar del clásico catálogo. Esto tiene como objetivo crear, a lo largo de los años y las sucesivas ediciones, una serie de libros de artista con la marca de la feria: la *Serie AL*. Mela Dávila destaca que un catálogo se desactualiza en cuanto la feria termina y les pareció mejor reinvertir ese dinero en una publicación de artista. Además, los libros de artista son a veces difíciles de publicar y distribuir y desde *Arts Libris*, buscan posicionarse e invertir parte del presupuesto en publicar. El presupuesto este año era insuficiente y sorprende lo que dice Küng: "nadie ganó dinero. No se le pagó al editor, no se le pagó al diseñador gráfico mexicano que el artista escogió, el artista mismo tampoco (...) todo se fue en imprimir y publicar el libro". Resulta llamativo dado que Mela Dávila, un rato antes, afirmaba: "*Arts Libris* es gigante a nivel de presupuesto, a nivel de público, a nivel de número de visitantes". Y además, la feria tiene exigencias económicas para los participantes que no todos pueden permitirse. Es por tanto chocante que una feria que surge desde la institución y que, en palabras de sus conceptualizadores, tiene un gran presupuesto, no pague a las personas que contribuyen a generar su publicación. Pese a haber editado una única publicación por el momento, presumen ser la única feria que "produce activamente" libros de artistas. Ciertamente, es significativo y coherente con la identidad de la feria, pero queda claro bajo qué condiciones se ha hecho. Sorprende su asombro ante la búsqueda de *libertad* de los autores. Tal vez posean en su propio planteamiento la respuesta a la pregunta del comienzo. *Why this happiness about freedom?*

La última de las iniciativas que mencionan haber incorporado a la feria (y con la que planean continuar) es una exposición sobre libros de artista: *This is the cover of the book*. El título deriva del libro de George Brecht (artista *Fluxus*) que a través de sus dieciocho páginas se define a sí mismo como objeto libro. La exposición quería reflejar los libros de artista que reflexionan sobre sí mismos como artefactos. También les interesaban las cubiertas como elemento inaugural de una serie futura de exposiciones. Y como el título indica, la exposición se centró en las portadas de una serie de libros de artista. Al articular los libros en el espacio expositivo, Küng decidió, como había hecho con anterioridad, enmarcarlos como objetos bidimensionales en un acercamiento convencional a las piezas. Los libros se apoyaban en la parte inferior del marco, donde quedaban sostenidos por el efecto de la gravedad. Además, por razones de presupuesto, hubo que colocar dos libros en cada marco, y lo que comenzó por un motivo económico terminó siendo la pauta que guió y delimitó la selección de los libros, pues había que emparejarlos y buscar *conexiones*.

Para cerrar la conferencia, Moritz y Mela buscan el *feedback* de la audiencia. Admiten que el formato de *Arts Libris* es complejo y animan a los asistentes a

contribuir a su confusión mental y multiplicidad de preguntas sin respuesta. En el diálogo que se genera con el público, Dávila destaca la problemática del propio modelo de feria, pero ensalza las posibilidades de intercambio y descubrimiento que ofrece. Küng se pregunta en voz alta por qué los artistas no van a *Arts Libris* y pregunta a un público profesional como el que está reunido en BilbaoArte: "¿Vais a comprar? ¿Vais a inspiraros?". Finalmente, surge la esperada cuestión: los criterios de selección; decidir quién entra y quién no, qué tipo de libros *merecen* estar en la feria y cuáles no. Mela dice que hay algo que tienen claro, y es la búsqueda de coherencia. Ambos comparten criterios que aplican pese a admitir que es algo absolutamente subjetivo.

En conclusión, *Arts Libris* es una feria en construcción y constante replanteamiento que se rige por los criterios de sus dos *content advisors*. El formato está repleto de posibilidades y de limitaciones. Mela Dávila y Moritz Küng, pese a tener ideas y opiniones muy claras y fuertes, parecen sensibles y permeables, escuchan lo que sucede a su alrededor y lo digieren, buscando siempre la mejora de la experiencia de *Arts Libris*.

PRODUCIR // 24.06.2015

### SERGIO PREGO

Sergio Prego es el encargado, junto a Carlos Díez, de cerrar el apartado de *Producir*. Con la sala a rebosar, el artista se ubica en un costado de la proyección y no se mueve de ahí en el tiempo que dura su intervención. Todo lo que dice es complejo y lleno de matices; hace pocas pausas e hila un tema con otro, vuelve hacia atrás, retoma ideas que ya había mencionado, nombra referentes, ejemplos de todas las disciplinas. Puede ser difícil seguir el hilo de todo lo que dice, y lo es más relatarlo, convertirlo a ceñidas palabras.

Comienza su intervención diciendo que encuentra una dificultad en el uso de la palabra, en establecer una discursividad. Distingue dos tendencias en el uso de la palabra por parte de los artistas: el discurso y el balbuceo. Se inscribe con media sonrisa en el segundo, habla de la incoherencia pero de como ésta, en realidad, se integra con la actividad artística.

Respecto a la *Producción*, el tema a tratar, dice tener un sentimiento ambivalente, pues no comprende del todo el significado del concepto. En su opinión, en un momento como el actual, la diferencia entre edición, producción y programación es difusa porque todo tiende a unificarse. Le parece que el consumo es más definitorio de lo que es nuestro tiempo que la idea de producción, donde le cuesta verse inscrito.

No obstante, su intervención se centra en su trabajo y en el de otros creadores que se relacionan con lo que él hace. Nos presenta producciones propias y ajenas. Comienza con imágenes de un trabajo realizado en el 98 en Zorrozaurre y habla sobre su vínculo con el imaginario de la fábrica y con la ocupación de espacios vaciados de la función que tenían originalmente (la cual es limitada y con una estructura de pensamiento orientada, paradójicamente, a la *producción*). El carácter fuerte y terrible de esas estructuras y la dificultad de comprender al sujeto en ese espacio culminan en esos vídeos en los que él mismo parece estar suspendido en el aire, habitándolo de manera extraña. Muestra otro trabajo, realizado esta vez en un solar, en el que ocupa de manera inconsciente un lugar que se ha visto liberado de la estructura que lo

ocupaba. Menciona que desde que el trabajo fue realizado, el horizonte de ese solar ha cambiado (y lo hará aún más). Esto se debe a las nuevas formas de relacionarnos con el espacio, la gentrificación, las nuevas definiciones del espacio público. Lo relaciona con una zona de New York donde también realizó proyectos, en la que ahora hay una zona residencial y parques. Todo es más "natural" pero menos salvaje. Los lugares públicos se insertan en una nueva lógica y desaparecen esas intersecciones donde Matta Clark, Joan Jonas, Vito Acconci y el propio Sergio Prego intervenían. Retoma el tema de lo industrial y lo relaciona con *Tetsuo*, una película que, aunque la descubrió después de hacer muchos de los trabajos, se entrelaza muy bien con ellos. En ella se perciben los restos de la posibilidad de lo mecánico como elemento transformador de la naturaleza, del ser humano. Lo monstruoso de esa relación.

El siguiente trabajo que presenta se aleja de lo anterior y se centra en la relación entre el artista y una institución de arte (en la que, es cierto, había alguna reminiscencia a lo industrial por el aspecto hormigonado del lugar pero de un modo meramente decorativo). Prego habla brevemente de su proceso de trabajo, donde la pieza central es una gran escultura hinchable. En el desarrollo del proyecto realizó una gran serie de pruebas con todos los materiales y posibilidades que se le ofrecieron en aquel momento, pero fue la primera de las pruebas realizadas la que resultó ser más eficaz. "Se me aparece como la más bella a pesar de lo fea que era en un sentido..." La dicotomía entre lo *bello* y lo *feo*. A raíz del tema de los hinchables y su problemática, Sergio Prego se sumerge en un mar de referentes y ejemplos, hablando especialmente de José Miguel de Prada Poole y de su arquitectura de carácter liviano y nómada, no destinado a la permanencia eterna ni ligado al carácter simbólico de la arquitectura tradicional. Nos habla también de las membranas, de su organicidad y de la relación que se crea entre lo interior y lo exterior. La ocupación de un espacio mediante un elemento arquitectónico de transición que, además, por sus características es difícil de comprender o de "habitar", de relacionarse con él.

Sergio Prego muestra otro proyecto más: la serie de vídeos que tiene de explosiones suspendidas en el aire. También realizado en consonni, el trabajo deriva de un sueño recurrente de su infancia en torno a la idea del desastre nuclear. El hongo nuclear como figura. La expresión más monstruosa de la figura en su deformación y lo terrorífico de esa figuración. Muestra dibujos que realizó previamente de formas informes; nubes, explosiones, erupciones... y define el posterior experimento como un intento de mantener esa figura de destrucción bajo control, de cosificarla de alguna manera.

El tiempo se agota. Prego pasa rápidamente sin comentar las diapositivas que le quedan y el público ríe al ver todas las que son. "Tenía para otra hora", bromea.

## **CARLOS DÍEZ**

Carlos Díez es diseñador de moda y la persona elegida como colofón de las jornadas organizadas por eremuak. Está nervioso y permanece sentado a la derecha de Prego durante su intervención. Se siente extraño en unas jornadas sobre arte, dice, porque él pertenece al mundo de la moda, donde la producción es un concepto muy diferente. También es consciente de que la audiencia allí reunida no es cualquiera, es el contexto artístico del País Vasco, o por lo menos una buena parte del mismo. Empieza diciendo que el término 'producción' y sus connotaciones le resultan *horribles*. Diferencia dos partes del proceso de diseñar prendas: el trabajo creativo de *hacer*, y la parte de producir ropa en masa para venderlas.

En ese hacer, la parte con la que más disfruta, identifica un componente caprichoso, hedonista e incluso egoísta que relaciona con los artistas visuales y donde sitúa también su metodología de trabajo. Habla de la libertad, de la creación impulsada por un deseo íntimo y personal. Mirando su trayectoria en perspectiva, dice darse cuenta de que pese a no tener unas características formales claras, todo su trabajo habla de él, de sus vivencias personales, de sus estados de ánimo... Colecciones cambiantes a través de su vida y su intimidad. Producir, en su caso, responde al "deseo de gustarme a mí mismo y contarme una historia que tiene lógica para mí".

Es por eso que le cuesta tanto la segunda fase del proceso, la de la *producción*. "No lo sé hacer" admite entre risas, y dice que algo que envidia del arte es que allí las piezas son únicas, y el paso de los años hace que se revaloricen. En la moda ocurre lo contrario: se fábrican grandes cantidades de cada diseño (cuántas más, mejor) y el consumo es inmediato; las temporadas marcan implacables la pronta caducidad de las prendas. Por eso, Carlos Díez admite que disfruta más cuando puede realizar colaboraciones. En el caso de las marcas, aunque supone tener que adaptarse a las firmas y a sus condiciones, no tiene que ocuparse de la financiación, difusión, distribución y venta, cuatro puntos problemáticos. Menciona varias colaboraciones; la marca de ropa interior *Jockey*, la ya quebrada *Lois*, *Converse*...

Carlos Díez retoma el tema del mundo de la moda y critica su frivolidad, su frenetismo. En la moda no hay tiempo para el análisis: "o es lo más o es lo menos". Es un lugar sin matices donde todo el mundo opina y donde el consumo es extremadamente veloz: se ve, se compra, se utiliza, se tira. Carlos compara cómo un Picasso se revaloriza con el paso del tiempo y llega a costar millones mientras que sería impensable que él pidiese por una prenda más dinero del que costó en su momento. En este punto, interviene Itziar Okariz que, pese a admitir que el proceso de producción en la moda es extremo, sí ve similitudes con los procesos del arte. También rebate el ejemplo de Picasso, porque los trajes de Balenciaga, perteneciente al mundo de la moda, se encuentran en una situación comparable. Pero en realidad, y si pensamos en el grosso de artistas y diseñadores, ambas partes realizan una labor similar: trabajan en lo que quieren con los medios que disponen en cada momento, y lo que realizan es una propuesta estética. El comprar, vender o distribuir es un tema aparte.

Carlos Díez cuenta que decidió dejar de participar en la pasarela Cibeles hace dos temporadas. En las dos anteriores obtuvo la financiación de la firma *Smiley* –con lo que ello implica–, pero después optó por dejarlo. Toda la complejidad del mundo de la moda "te echa para atrás, te hace perder dinero e ilusión". Ante la pregunta de por qué, Carlos dice que por una parte está el tema económico, por supuesto. El invertir en una colección para estar allí y "después qué". Pero por otra parte, *para qué* hacerlo y *cómo* hacerlo son las cuestiones que se plantea el diseñador cuando Cibeles le "reclama" o cuando se plantea crear nuevas colecciones de ropa.

Actualmente, prefiere buscar vías en las que la responsabilidad económica no recaiga sobre sus hombros: el cine, la publicidad, el teatro, la música... Por ejemplo, colaborando con directores de cine como Julio Medem o con Helena Taberna como diseñador y estilista. No obstante, es consciente de haber tenido suerte desde el comienzo, contando siempre con la ayuda de instituciones como el MUSAC o con diferentes marcas que le han dado libertad y posibilidades. "Seguiré haciendo en función de mis deseos", concluye.