

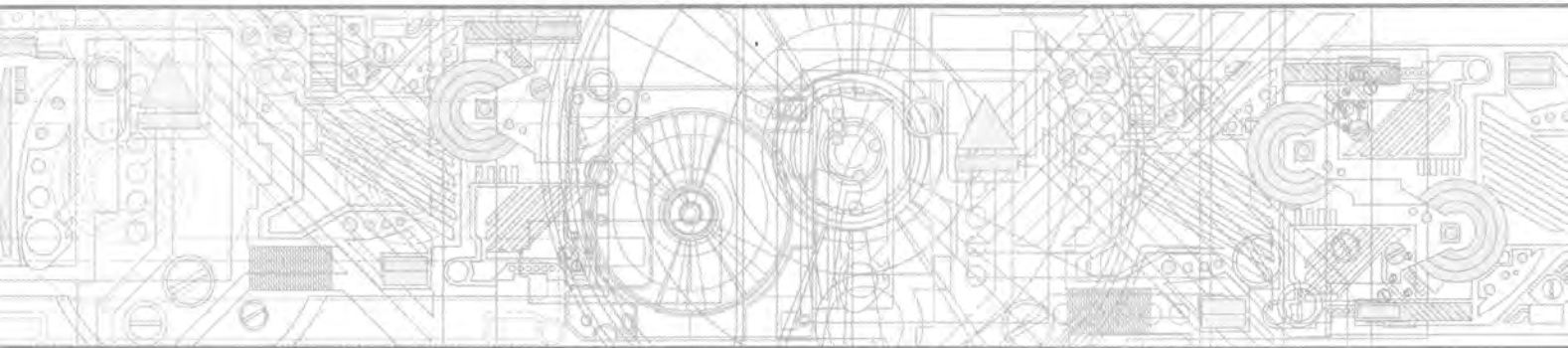
PROTESIS

STOCK LIMITADO

Prótesis tiene un bloque central dedicado a reflexionar desde distintos puntos de vista, acerca de las ideas, procesos creativos y debates culturales de nuestro entorno, que creemos tienen relevancia para la facultad y nuestro quehacer artístico.

En las dos últimas promociones de nuestra facultad ocuparon primeros puestos Olga Engelmann (grabado), Sebastián Burga (escultura) y Fernando Gutiérrez (pintura); asimismo recientemente sustentó su tesis de licenciatura Giuliana Migliori (profesora de pintura). Nosotros encontramos una coincidencia que debe ser tratada, a saber, que las estrategias / formas adoptadas por ellos están emparentadas porque usan / parten / llegan a la idea de producto, esto entendido como una mercancía masiva y de uso cotidiano, que socialmente no es concebida como obra de arte.

De este modo, se apropian de la dimensión simbólica de mercancías existentes, alterándolas, descontextualizándolas o creando nuevas; usando estrategias comerciales / publicitarias que plantean una reflexión sobre las técnicas de mercadeo predominantes en el mundo del arte y en algunos casos como un modo de buscar nuevas maneras de acercarse al espectador.



Dichas estrategias usadas por estos artistas cobran entonces relevancia dentro de la facultad porque no están inscritas específicamente en ninguna de las especialidades existentes, sino que en ellas se insertan formas y mecanismos ajenos a lo que llamamos las bellas artes; lo cual debe invitar a un debate académico ineludible.

Hemos realizado, también, entrevistas a artistas de larga trayectoria como Alberto Casari, Juan Javier Salazar y Susana Torres, porque en su trabajo son recurrentes las reflexiones sobre producto y mercadeo dentro y fuera del mundo del arte.



EngELMann Salazar, Olga (Lima, 1979) estudió grabado en la Facultad de arte de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Se graduó en el 2001. En la exposición final de ese año presentó dos instalaciones: "Te Juego" y "Punch It". En el año 2002 participó en el concurso de la Fundación Telefónica: "Date un gusto, consume con moderación".

Este año presentó su primera exposición individual: "Armarío" en la galería Artco.

¿Cómo surge la idea de trabajar con productos masivos y comercializables?
¿Cómo surge la idea de tu trabajo?
Tiene dos partes. Una es el interés de hacer grabado, no directamente sobre el soporte, sino en la memoria del espectador, o sea ¿cómo hacer grabado en la memoria, utilizar el grabado como un medio y no como un fin? Entonces a lo que la gente se le queda grabado de todas formas son las marcas. Ahora hay un poder de las marcas, un poder de los objetos en sí. Toda la gente reconoce las cosas por marcas, todo lo que usas es marca, todo lo que ves es marca. Lo otro surge de preguntarme ¿por qué lo que yo hago no se puede vender como se vende ropa o comida o cómo se usa un bus por ejemplo? Yo en Artco (galería de arte) no vendo cuadros ni vendo serigrafías normales. No vendo esas cosas. Yo buscaba una forma de insertarme en el comercio normal para que mi obra sea vendida. Hubo un consumo real de las cosas y en realidad, como me dice Miguel Zegarra en un texto que puso, es una crítica tráfuga al consumo, a la manera en la que se compran cuadros como ropa o comida, pero a la vez he creado este consumo.

Tú imprimiste la tela de manera artesanal, no industrialmente ¿Por qué elegir ese medio artesanal si estabas hablando de algo más industrial?

Hablo de grabado pero no de serialidad en los productos. Por ejemplo, no hay un polo igual repetido 10 veces, solo hay uno. Utilizo la serialidad en las etiquetas y en los maniqués y modelos que han desfilado. Serializan de alguna forma mi imagen, con la peluca puesta.

¿Cuál es tu interés en el espectador?

¿Cómo crees que es leído tu trabajo?

Creo que son leídos de la forma más fácil porque son usos y costumbres normales. Es distinto traer a alguien que nunca ha entrado a una galería de arte y decirle: "¡Vamos a ver arte!" Y pararnos frente a un cuadro. Es distinto a decirle: "anda a probarte y comprarte ropa" como si fueras a una tienda normal.

¿Entonces tienes más interés en que sea un comprador o en que cuestione la difusión y el comercio del arte? (¿O fácil ambas cosas?)

Bueno, hay un montón de elementos que te llevan a un cuestionamiento. Las imágenes que utilizo son ya parte del inconsciente. No te estoy presentando una obra abstracta de la cual tu quieras saber el significado, sino que está explícito ahí. Por ejemplo, en algún momento hay una canastilla con bolsitas y choclo puestos que evoca el hecho de ir a comprar ropa de 5 soles donde la gente escoge la ropa como el acto de escoger una buena papa en un canastón de un montón de papas. Después el poner la combi. Yo no he querido decir: ya, esto es una combi, porque obviamente hubiera metido una combi de verdad. Lo que yo quería hacer con esa combi era que la gente sienta mi punto de vista, mi perspectiva visual de estar dentro de un carro y mirar por la ventana. Otra cosa sería el hecho que acá nos enseñan que todas las cosas que hacemos tienen un soporte: el papel, o por lo menos a mí cuando me enseñaron serigrafía, me dijeron que el soporte era el papel. Aquí no me enseñaron a imprimir en tela, lo hicieron en producción gráfica (Curso de la especialidad de diseño gráfico).





En el caso de "armario", requiere que el círculo se complete con el uso de la prenda ¿Te interesa interactuar con el público?

Yo comencé con ambientes vacíos como el "punch it" y el "te juego" donde la gente entraba a interactuar. En el "te juego" la gente podía mover los carros, en el "punch it" movías las cosas, te sentabas, se eliminaba el no tocar de los cuadros. Y en el caso de lo que hice en telefónica, ya había una persona dentro que hacía una performance. Ahí me di cuenta de un error, que faltaba contenido. Y, por ejemplo, en lo último que he hecho, la pasarela no era indispensable. Sin pasarela igual se apreciaba. La gente misma era la que participó, la que se probaba la ropa. El "armario" estará terminado para mí, que hasta ahora quiero verlo, cuando esté en el micro mirando por la ventana y vea una punta con mi prenda: ese es mi cuadro, esa es mi obra, es lo que quiero ver.



¿Qué crees que le faltó a tu trabajo?

¿Qué creo que le faltó? Le faltó tiempo. Pero lo bueno es que en la misma galería me han ofrecido seguir con colecciones de invierno y con todas las que se puedan hacer. Ahora me gustaría lanzar la marca comercialmente, de verdad, y volverme toda una súper empresaria y que se yo, porque la marca como que ha pegado con el nombre, pero no me gustaría dejar de hacer arte. ¿Qué más le faltó? A ver... la pasarela fue de improviso, pero quedó bien, lo que me falta todavía es hacer un buen registro de las cosas.

¿Qué influencia o soportes tecnológicos modernos han contribuido o podrias ubicar en tu trabajo?

La tela, la calidad de la tela y la tinta. El poder aprovechar el jean stretch. Ahí intervendrían toda esta gente que me ha auspiciado. Por ejemplo, cuando yo comencé a realizar este proyecto, con todo este floro de Gamarra, era para mí una forma de escape tranquilizante, porque tenía 6 soles en el bolsillo y podía comprarme un corte de tela para hacerme un vestido y también tenía un stock de tintas que eran bien baratas, pero los resultados en cuestión de calidad a los que yo quería llegar para poder vender un prenda a tal precio, eran que la tela y la tinta sean de buena calidad. Entonces los que me apoyaron con telas fueron Kids. Los de Kids no compran tela en Gamarra, ni en ningún lugar, sino que ellos diseñan su tela y la mandan a preparar y esa es la tela que tienen. Inclusive las impresiones en esta tela se dan en distintas calidades. Había telas en las que parecía plantificado, o sea, tenían varias calidades de impresión. Yo comencé utilizando tinta que no era cubriente en los polos oscuros, y toda la tinta que yo he utilizado es cubriente para polos oscuros, cosa que yo no conocía antes. En lo que es el video, el apoyo de gente que casi la mayoría, es gracioso, son pintores pero hacen sonido, hacen video, hacen diseño gráfico.



¿Tenías a gente trabajando al lado tuyo, en el caso del video, de la música e incluso en el mismo diseño de ropa, cuando diseñabas la ropa con tu mamá? Como que has armado un equipo de trabajo...

Claro, en realidad yo creo que he sido mas productora, o sea, he jugado de las dos partes. He hecho toda una producción, porque yo misma he organizado la búsqueda de los auspicios, de qué forma podía hacerles trueque, todo eso me lo he agenciado yo. En el caso de la serigrafía yo la estampaba sola. Yo no tengo trabajo de taller en equipo, en lo que es impresión, porque obviamente hay alguien que imprime, otro que calza, otro que no sé que y no sé cuantos. Yo no tenía ese tipo de trabajo en equipo, pero sí lo he reflejado en el otro lado, y por eso era lo de la falta de tiempo, porque desde Octubre yo he tenido que gestionar todo lo que son los auspicios y a la par crear y la par decir como se confecciona y si en algún momento me puedo sentir orgullosa, es por todo lo que he logrado sin plata. He egresado sin ningún trabajo y normalmente a uno se le presenta un proyecto y dice "pucha, no tengo plata para realizarlo" y deja de hacerlo ¿no? Lo mejor es armar un proyecto con las herramientas que tu crees tener a tu alcance. Por ejemplo, yo tengo todo un asunto con lo que es el reciclaje. La combi se me ocurrió en un momento en que vi unos asientos de combi en mi casa, sin uso, y dije: "yo tengo que hacer algo con esto", entonces me vino la idea de hacer transporte urbano.



¿Cuál es tu próximo proyecto?

Ahora tengo un proyecto relacionado al kimono. Estoy comenzado a trabajar a trabajar en bipersonales o colectivos con la gente que ya me ha apoyado antes. En Armario tuve el apoyo de los amigos y salieron sus nombres pero no necesariamente están participando en conjunto conmigo, sino que están haciendo un trabajo en función a mi idea. Entonces lo que ahora pretendo es trabajar directamente con el que hizo el diseño gráfico y el que hizo la gran parte de lo que es la estética, lo que es el diseño de la marca. Este kimono es como una bipropuesta. Bueno, ya hice habitaciones solas para que la gente interactúe, ya hice una chica haciendo una performance, ya reuní a gente que pudiera hacer una pasarela y gente que interactúe probándose la ropa, que es como una performance porque la gente está usando la ropa y sabe lo que significa, y lo que pretendo hacer ahora es algo con teatro.



**SUPER
CHACO**



ENTREVISTA FERNANDO GUTIERREZ

Fernando Gutiérrez (Huanchaco) estudió pintura en la Facultad de Arte de la Pontificia Universidad Católica del Perú; de donde se graduó en el 2002. En la exposición final de año presentó la instalación "Bibi, la electrodoméstica de Electrolux". Durante los dos años anteriores el tema de sus trabajos fue "Superchaco", un superhéroe creado por él mismo.

La idea de productos masivos o comerciales, ¿de dónde surgió?

En "Superchaco", era plantear un superhéroe. Los superhéroes existen y se divulgan por productos, entonces necesitaba los productos, en este caso, el cereal o los muñecos. Sin un muñeco de Superman, Superman no existiría, si quieres que "Superchaco" exista tú tienes que tener un cachivache de "Superchaco"; si yo hago un cuadro, el cuadro va ser simplemente para cierto poder adquisitivo. Yo quiero que suceda como conmigo cuando tenía a Superman en mi cajón.

Creo que la primera imagen que tuve en la cabeza era la Robotina de los Supersónicos, por eso es que tiene esas antenas rojas al final. "Bibi" era la única persona que faltaba trabajar de mi familia, y cuando la vi y vi la lustradora al toque la relacioné con Electrolux; "Bibi" plantea una electrodoméstica. Utilicé Electrolux porque recuerdo de chibolo esta marca y era el trabajar la idea como robot, unirla a este tema de lo electrodoméstico; no me planteé originalmente hacer este producto. Es como agarrar a un huachimán y trabajar en base a lo que puedas sacar de él.

Y entonces la "Bibi", como personaje que luego se transforma en un robot, ¿qué significa?

¿Cómo construyes el concepto de "Bibi"?





Lo que me gusta es jugar con una idea sencilla, si tú tomas algo, por ejemplo una empleada, ya estás agarrando una montón de significado y cosas que en verdad no sé, la lectura que uno pueda tener a la hora que decodifique el mensaje puede ser el de esa señora cansada, que trabaja todo el día, servidumbre, esclavitud.

¿Quieres jugar con la memoria colectiva de la gente?

...

Lo que me vacila es jugar con ideas simples y con la reiteración, "Bibi", electrodoméstica, Electrolux, es la única forma que puedo hacer para que la gente se acuerde de la chamba, en casi todos los cuadros va "Electrolux, la electrodoméstica".



Es como cuando ves televisión, todas las frases están en presente, son frases cortas, porque es la única forma que el público recepcione.

¿Cuál fue tu intención al poner, por ejemplo, los accesorios o estas partes de la "Bibi"?

Si quiero hacer una exposición en la que supuestamente se está vendiendo, tengo que jugar con todas las reglas del marketing porque es un producto. Como en "Bibi" todo lo que hago está influenciado por los juguetes, entonces termino cayendo en productos, por ejemplo, "Bibi" está basada en un Robin que yo tenía cuando era chibolo y los puntos de articulación de la "Bibi" son los mismos puntos de articulación de mi Robin.

¿Te interesa que tu obra se confunda con un producto industrial?

Tu forma de trabajar todo esto ha sido bien artesanal,

¿qué tanto te hubiese interesado venderlo como producto?

Como salió el trabajo de la "Bibi" fue para la exposición de fin de año, si tuviera que volver a hacer otro, yo no haría nada, simplemente lo diseño en un papel, voy a unos moladeros en Chorrillos a que hagan la "Bibi" en fibra de vidrio y me hago una serie de "Bibis" y trataría de exponer en un centro comercial. Hacerlo de nuevo artesanalmente para una sala de exposiciones no tiene sentido, si estoy haciendo algo industrial no tengo por qué hacerlo al óleo, debería adecuarlo

¿Y por cuál vía los venderías?

¿Por la vía del arte o de productos comerciales?

a un modo industrial, sino no funciona, estoy disfrazando, es una obra de arte maquillada de producto publicitario o es un producto publicitario maquillado de obra de arte; es ambiguo. De hecho, ahora estoy haciendo unos productos de Superchaco que si son utilitarios, me interesa que funcionen y que la gente los pueda adquirir; no como un cuadro o una escultura. Tengo que bajarle costos haciéndolos en serigrafía. Así, si a la gente le gusta y está a su alcance, puede venir otro día y llevarla.

Me da igual, en verdad, estaba pensando venderla en Internet, en una galería te aumentan el 40% pero mata toda la idea inicial, ya se vuelve un producto artístico, se vuelve un cuadro en todo caso.

Esas indicaciones que venían con la "Bibi", las instrucciones de uso, el folleto, ¿es meterte al plano publicitario que requiere un producto usualmente?

Básicamente estuvo planteado para dárselo a la gente, reitera una vez más hacer que la gente lo conserve en la memoria. Es que el mensaje que te transmiten las imágenes es muy pobre, entonces cuando tú pones un papel pegado al costado la gente lo lee y se olvida a la media hora, entonces reparto el folleto.

Si la "Bibi" ha sido basada en un muñeco tuyo de Robin y usaste el registro de audio de Electrolux de los ochentas, ¿estás tratando con un espectador generacional que haya vivido con estos referentes?

Creo que mi chamba va a la gente de mi generación. Lo que me moviliza son las series con las que yo he crecido, los muñecos con los que he jugado; entonces de hecho la recepción que tienes de la "Bibi" no es la recepción que tiene mi viejo, no entiende por qué he pintado a la "Bibi" tantas veces y alguien de nuestra edad sí, porque manejamos los mismos códigos.

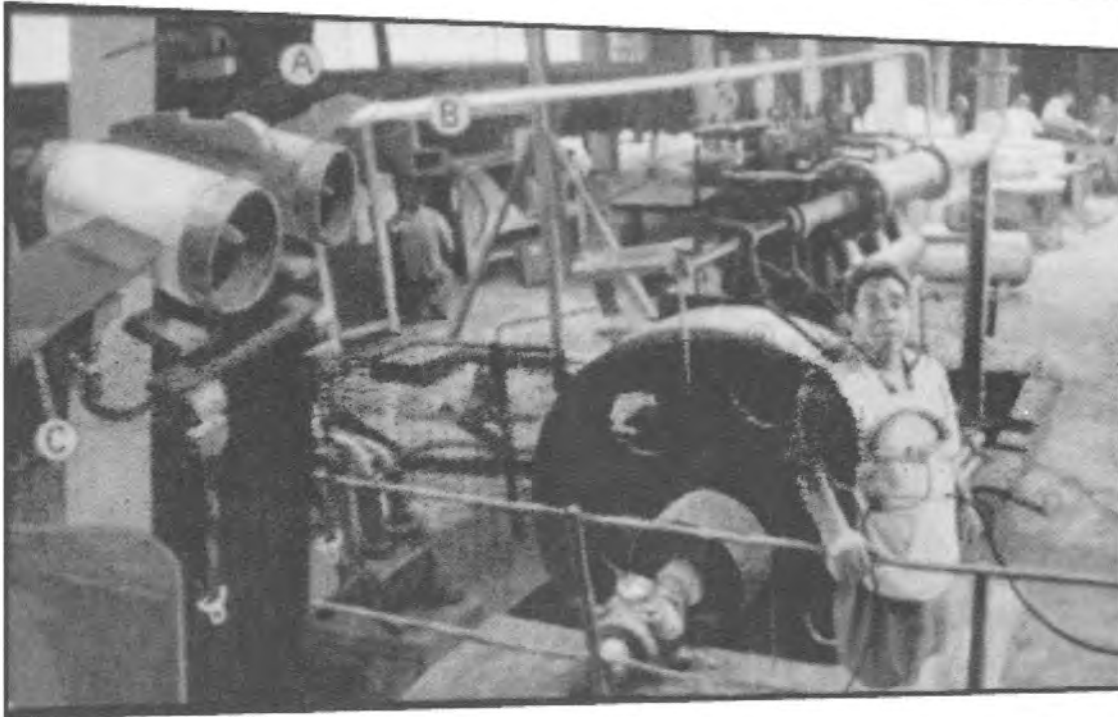
¿Y cómo ubicarías este trabajo dentro de la especialidad de pintura? Porque de hecho tú estás presentando objetos, estás presentando una escultura y, hasta cierto punto, con lo que nos explicas, los cuadros podrían no estar.

De hecho funciona como publicidad, el problema es que acá en pintura te dicen que el cuadro tiene que hablar por sí solo, y lo que yo hago es ponerle texto; pero en realidad un cuadro no te transmite un concepto, lo que tú quieres decir no lo dice, lo que te transmite son sensaciones, entonces a la hora de codificar este mensaje tengo que añadirle un texto porque así se va a entender, no tendría sentido si yo le quito "la electrodoméstica". Si tú ves el cuadro de "Bibi", vas a recordar que es el cuadro de "la electrodoméstica de Electrolux", no te vas a acordar de la imagen, del cuadro, pero del texto sí, aparte porque se repite, entonces dentro de ese sentido yo creo que el texto sí logra que el mensaje llegue al espectador, pero en la especialidad de pintura supuestamente no funciona así, eso te lo tiene que dar el claroscuro, pero la gente ya no decodifica eso.

Entonces, ¿cuál ha sido la crítica que has recibido del trabajo de la "Bibi"?

Tuvo acogida con gente de nuestra edad, manejan los términos, las imágenes, es mucho más fácil que ellos graben esto o de repente la idea sea el jugar con esta reiteración para que se acuerden, "Bi-bi" es fácil de grabar. Otro de mis vehículos es jugar con el humor, la ironía, por ejemplo "Superchaco" parte de un superhéroe que sale del desempleo, tiene que vender sus huevadas, de allí sus productos, el vender polos o cualquier huevada, pero no es el afán de crear un producto sino el afán de subsistencia del superhéroe y son productos medio bamba.

Tú también te sientes un artista que dentro de las circunstancias planteadas en este medio...



¡¡¡Claro!!!,
...

... "Superchaco"
soy yo, entonces para sobrevivir
tengo que vender huevadas, y las
obras de arte no las puedo vender,
entonces tengo que vender
cachibaches,
o sea sale por ahí.



...



¿Y la pintura?

Lo que pasa
es que la publicidad
puedo hacer en serigrafía; creación del
personaje, en escultura; y la animación
del personaje, en video, entonces la pintura
la verdad no sé en que quedaría; de hecho
te queda la culpa porque acá te meten la
huevoada de estar pintando, y no estoy
pintando. Si yo hago un video de
Superchaco, quemo unos cds y los
regalo, los vendo a tres lukas, y mi obra sí
se difunde, y ésa es su función.
Los cuadros los almaceno
en mi techo.

Y... ¿qué te gustaría
hacer después? ¿tienes
algún proyecto
irrealizable?

Cine, lo que pasa es que es bien
complicado, porque si hago una
película en cine, ya rompe toda la
cosa del personaje recursivo, toda
esta huevoada de la precariedad,
porque hacer cine en este país es
un lujo, en verdad, es bien complicado,
porque si lo hago en cine sería una
contradicción; mientras que el video
no, en cierto modo le da todo un
toque personal.

WOW!



¿...?



VSP9 ADVANCE TAP

LOGSTOCKZ
Volkswagen-Sony-
Parentesis-(MoD 9)



Volkswagen-Sony- Parentesis-(MoD 9)



Nueva Quemadora VSP9 para Windows & Macintosh



VOLKSWAGEN



Sony Ericsson



Mac OS X



Get this burner >>>>

VSP9
WWW.LOGSTOCKZ.COM

Name (please print)

Address Apic

City State Zip

Email Payment enclosed Please bill me later

VSP9 PO BOX 74481
TAMPA, FL 33681-1484

Get a DVD-R
for less



Windows XP

Sebastián Burga estudió escultura en la Facultad de Arte de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Egresó de dicha facultad en el 2002. En la exposición de final de año presentó dos trabajos: THAT (2002-1) y THAT PAK (2002-2). Él define su trabajo como la utilización de un lenguaje formal, pero de otro campo (distinto al puramente escultórico), como el diseño industrial o la publicidad, pero privando a estos elementos de sentido: "Es tomar la realidad y quitarle el ingrediente de la coherencia".

entreVISTA a seBAsTIán BuRGA

¿Cuál es la intención que se encuentra detrás de los trabajos que presentaste en la exposición final? ¿Cuál es el sentido de poner anfitrionas alrededor de un trabajo como el THAT, o inclusive de hacer volantes publicitarios?

Bueno, lo que siempre me interesa es el tipo de contacto con el público, la interacción con él. O sea mucha gente me pregunta si es que realmente la idea es que mis trabajos sean manipulables para el público, y me doy cuenta de que no, de que sencillamente lo único que me interesa es que puedan sugerir, es decir, la impresión que pueda crear en él. El hecho de que sean manipulables, por ejemplo, me parece secundario.

O sea es más una cosa como de evocar algo que una que realmente tenga un uso particular... en realidad no tiene uso...

Claro, siempre parto de la idea también de jugar con el público, o sea de cómo tomar al espectador, por qué lado encararlo, por decirlo así.

Y en ese sentido ¿cómo comercializarías tu producto si a la larga lo que buscas es evocar con el producto y que el producto no tenga un uso particular?

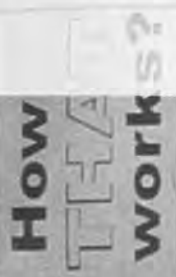
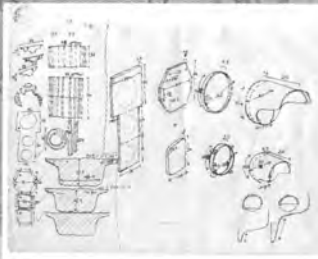
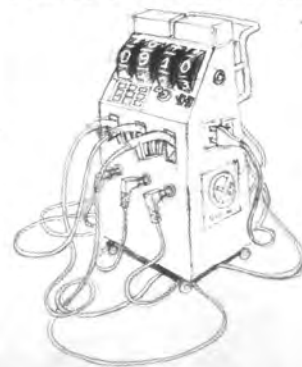
No, lo principal no me parece evocar; lo principal me parece de alguna manera confundir al espectador y que en algunos casos hasta hacer que se sienta atraído por el elemento sin saber por qué razón. Hay diferentes tipos de vínculos que se me ocurre que puedo crear entre el trabajo y el espectador, uno puede ser la idea del engaño, otro puede ser hacerlo sentir dudoso o confundirlo... no sé, como que me gusta la idea de prescindir... o sea que el espectador no tenga total conocimiento o entendimiento sobre el trabajo, que se vea en un dilema a la hora de enfrentarlo... En verdad, a veces sí me doy cuenta de que estoy yendo en la ruta contraria si se trata de hacer negocio, pero también hay algo que me incita en eso, que es el hecho del arte por el arte. Justamente a veces que la ironía se puede ver en el hecho de que sea demasiado esfuerzo por algo que no va a tener mayor resultado, ni funcionalidad, ni comerciabilidad, ni nada. Es decir, hacer algo totalmente en vano, hasta a veces pienso en hacer cosas reales, a veces se me ocurre la idea de la descripción del arte como una realidad a la cual le quitas el significado y le quitas el sentido, como... no sé, se me ocurría hacer una silla... has visto esas sillas que se ponen unas sobre otras, que son esas de plástico ¿no?, hacer el molde para diseñar una sola silla, que sea la unión de todas esas pero que sean una sola... tú la ves juntas y se ve muy práctico pero en verdad es una sola. Una vez me di cuenta que lo que estaba haciendo era tratar de llegar a la realidad y escogiendo un camino alternativo, el camino más artificial para llegar a lo mismo. Como, también, por ejemplo, diseñar, hacer carros chocados, diseñarlos ya estrellados...

De tu trabajo se podría inferir dos tipos de críticas, ya sea al sistema comercial en general o al sistema artístico desde el momento en que se plantea una escultura que es un producto, ...pero en tu caso son también objetos únicos, ¿de qué manera crees que tu trabajo implica este tipo de críticas?

Con respecto a la crítica, creo que es un poco desarrollar el escepticismo en la gente y dar a entender de que toda la parafernalia que uno pueda crear, o sea en un lenguaje especializado, como puede ser la publicidad, como que ya es todo lo que la gente necesita para adquirir confianza en los elementos, ya ni siquiera hace falta pensar para poder sentir que un objeto es atractivo o algo así. Toda esa parafernalia le da un cierto carácter de verosímil, de algo factible ¿no? Me gusta mucho jugar con parafernalias muy desarrolladas en base a ideas en las que hay un cierto vacío, una falta de sustento.

¿Si tuvieras que decir algo que te parece que le faltó al trabajo que presentaste a finales del año pasado?

En el THAT inicialmente el proyecto era hacer dos, dos de esos elementos y de dos marcas diferentes como dos modelos competidores, como tú has visto que siempre cuando una marca saca un producto con una innovación, siempre la contraparte saca un elemento, como en un modelo de carro para el mismo público, entonces la idea era dividir a estos auspiciadores en dos vertientes y que ambos pudiesen ser igualmente ambiguos... en verdad había mucha libertad, podían ser totalmente diferentes siempre y cuando uno asociara ese tipo de dinámica en ambos elementos, pero podía ser totalmente diferente.



Eso hubiese sido bien chévere, además porque hubiese sido una crítica a la competencia y al mercado globalizado...

Esa era la idea y lo que me encantaba, claro, y habrían dos arifitronas, una tratando de robarse el público de la otra, no sé, es como en las tiendas que tratan de llamar la atención del espectador acosando al público y hacer sentir al público en un dilema al cual ni siquiera llega a comprender, pero que ya le resulta familiar...

Y el contraste... ¿te parece más importante como para llamar la atención del espectador?

Era parte del concepto, puedo seguir con la misma idea utilizando muchos conceptos del mercado ¿no? Esto me hace pensar en Marilyn Manson.... ya que él trabaja la idea de la apariencia de un personaje grotesco y si te das cuenta en cada video trabaja un aspecto diferente del tema de lo grotesco, puede ser relacionado al sexo o a diferentes estéticas, puede seguir con la misma idea hablando desde diferentes puntos.

Volviendo a lo anterior, tú has trabajado la idea de un prototipo, ¿en qué medida te interesa que este prototipo se convierta en un producto industrial comercializable de producción masiva?

Ya, ..., estos conceptos que he trabajado ahí sí los he trabajado como piezas únicas, más que como prototipos simplemente como productos que parecen parte del mercado. Claro, se va a ver como nuevo y va a ser tomado como un prototipo, pero no, no tengo interés...., me gusta la idea de que sean piezas únicas por el mismo hecho de que quiero que sean muy representativas de un concepto o el concepto no iba tanto a la idea de producción masiva. Pero si tengo otros proyectos de reproducir un elemento en serie..., claro que también tenemos limitaciones como artistas no podemos hacer tantas cosas pero, bueno si hiciese un producto en serie sería justamente también, eh, tratando de desarrollar el concepto de la producción en serie haciendo un producto totalmente vacío, ya el colmo del producto ambiguo sin significado y eso producirlo en serie... ahí jugaría con el concepto de que un elemento producido en serie ya les da esa coherencia, por el hecho de que está producido en serie por más vacío que esté.

¿Vacío de significado o vacío de funcionalidad?

No, vacío en el sentido de que no tiene ninguna connotación...

...particular, claro, es decir que adquiere una connotación en su falta de sentido... de alguna manera...

No, claro, la connotación está en que esté reproducido en serie. Lo que también he querido hacer es producir bastantes afiches, volantes, a veces se me ha ocurrido ideas para jugar con la publicidad en las calles simplemente pegar letreros o llenar toda la ciudad de una publicidad que cuestione el sistema.

¿Por qué la facturación artesanal para hablar de un producto industrial?

Ya, ahí también va la idea que te dije de satirizar al elemento en base a todo el esfuerzo que se ha dado, o sea, la cantidad de detalles, lo complicado del proceso para llegar a algo tan vacío ¿no?, tan inútil, delatando la inutilidad del arte...

Desde que empezaste con estos proyectos has trabajado de una manera más conceptual. Esto que dices del valor artístico medio inútil... ¿es como que le hubieses dado la vuelta y hablastes del Arte a través del Arte?

Claro, sí, hay una especie de anti-propuestas, o sea, si estoy en escultura me interesa otra vez la idea de hacer anti-propuestas a las cosas que ya hay, ¿no? y que por alguna razón siga siendo escultura, jugando con la definición.

¿Cómo ubicarías tu trabajo dentro del medio artístico local, o sea, dentro de lo que se hace acá, o tal vez de otras cosas que has visto que se puedan relacionar, o que no?

Hay bastante gente, como Giuliana (Migliori), que hizo lo de Sarita Colonia, que me llamó la atención porque creabas un pacto con el espectador ¿no? que era más o menos lo que yo buscaba, esa confusión...

Sí, he visto un pata en corriente que saca como unos afiches de ropa con marca SUVERSA, que son totalmente ridículos, pero tú vez la calidad del trabajo, sí, y es convincente pero es una ropa bastante ridícula. O como lo de Olga y lo de "Huanchaco"...

¿Cómo ves tu trabajo en relación, no sé, al de "Huanchaco", por ejemplo?

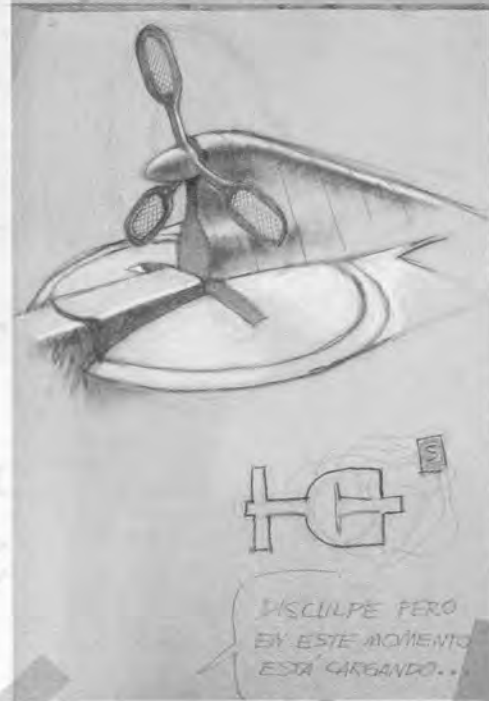
Veo que a él le gusta mucho...mmm...un elemento que él ha tomado mucho es el de la chabacanería acá en el Perú, o los gustos populares ¿no?... cosas que no hay en mi trabajo... no busco tanto eso ¿no? en verdad no estoy tan dirigido al público peruano en especial ¿no? simplemente absorbo todo lo que recibo en TV y me provoca plantear cosas acerca de eso. Soy más consumidor de, no sé, de películas extranjeras...

¿Cómo crees que ha visto el público tu trabajo y que reacciones crees que has obtenido?

En verdad, creo que uno a veces no escucha cierto tipo de críticas, al artista mismo a veces no le llegan tanto algunas cosas o información. Pero me gusta el impacto que éste ha tenido, el tipo de reacciones que ha habido en la gente de confusión. Todo el mundo preguntaba ¿qué es eso?, cada taxi al cual subía el aparato preguntaba ¿qué es eso? ¿en dónde lo compro? O sea ese tipo de cosas... Y creo que sí habría lugar para eso en el mercado acá, no tanto en el mercado pero sí en las galerías o la gente en el negocio del arte que sí podría apreciarlo...

¿Cómo definirías la diferencia entre un proyecto personal, como el tuyo, y el aparataje artístico que es consumido comercialmente?

No sé, realmente todavía no llego a conciliar mucho la idea de mi arte como negocio. Pero también pienso en ideas para instalaciones que no funcionan como negocio... se me ocurre en cosas relacionadas con el público, o sea de qué manera puedes hacer un negocio haciendo algo interactivo, podría encontrar a veces maneras de hacer negocio con algo que vaya con el concepto, como la idea de la estufa, entonces jugar a estafar a la gente y de repente es un negocio también para mí, o si no también hacer esculturas públicas, trabajos con auspiciadores, como hizo Olga ganando un poco de plata, o instalaciones en lugares públicos.



¿Cuál sería tu siguiente proyecto? ¿Seguirías en la misma línea?

Sí, en cuanto al concepto me parece que he encontrado una veta, creo que hay bastante que desarrollar o esa idea de jugar con el público o de llegar a la realidad, o sea crear realidades muy artificiosas, ¿no?, me gusta el concepto de la cosa artificial. Incluso tratar de copiar elementos... la idea del plagio... tratar de copiar la idea de la arbitrariedad ¿no? O sea, bueno, eso va más a la idea del arte que pase desapercibido, de que la gente pueda ver algo y no darse cuenta de que todo eso es artificial o es falso y que pueda pasar muy desapercibido, el hecho de que ya sea confundido como parte de la realidad ya es la respuesta que necesito. Puede ser disfrazado, camuflado, bueno, eso es un lado de mi propuesta, cosas que tal vez puedan llamar la atención y que no sean entendidas o comprendidas, jugar de esa manera con el espectador, hacer del espectador parte de, pero que no llegue a saber qué cosa hará eso...

Estaba pensando, también en la idea del arte invisible... a la cuestión de si es que un arte no es compartido por el público sigue siendo arte. Si uno hace una performance solo, pero con la intención conceptual de que sea una performance por el hecho de que quieres hacer algo que no tenga público, que haya una intención, siempre es importante que haya una intencionalidad detrás de eso, ... si es que eso sería arte, ... si es que se puede prescindir del público a la hora de hacer arte... Una vez un pata me dijo, justamente como decía hace un rato, por qué trataba de imitar cosas que ya se daban en la realidad, como que esa ironía ya estaba implícita en la realidad.

Pero, es evidenciarlas, ¿no? de alguna manera...

Claro, tienes razón, es evidenciarlas, pero como te digo también es el hecho de haberlo hecho de una manera tan intencional, sin ningún tipo de propósito comercial, que sé yo ¿no? Como sacar una línea de productos, no para venderlos sino para que la gente crea que es un producto y haya una intencionalidad escondida atrás de eso. A veces le doy mucho peso a la parte de la intencionalidad, ¿no?

Y en esa cosa de la estufa, por ejemplo, un poco el juego es que la otra persona no se dé cuenta, estafar, engañar ... pero siempre hay una intención de que al final se dé cuenta y que...

¿caiga en la situación ridícula? o ¿podrías inclusive llegar a hacer cosas en las que no te importe que el espectador se dé cuenta de su situación?

Sí, pero eso sería ya ahondar más en ese límite, o sea en esa barrera entre salirse y perderse, hacer cosas que sean imperceptibles, pero que de alguna manera sean evidentes, es decir, que se note que hay algo ahí. A veces el elemento burlón o irónico puede funcionar simplemente por el hecho de que se vea la intencionalidad, justamente. Si lo hago como algo demasiado completo, demasiado convincente, demasiado real, incluso que funcione comercialmente y todo... eh, ya no sería perceptible ese elemento intencional...

...que sería la ironía máxima...

Claro, cuanto más ligero sea ese elemento, ese sentido que estoy quitando, más ironía, o sea hay que encontrar esa barrera.

entrevista

GiULiANa MigLIORI

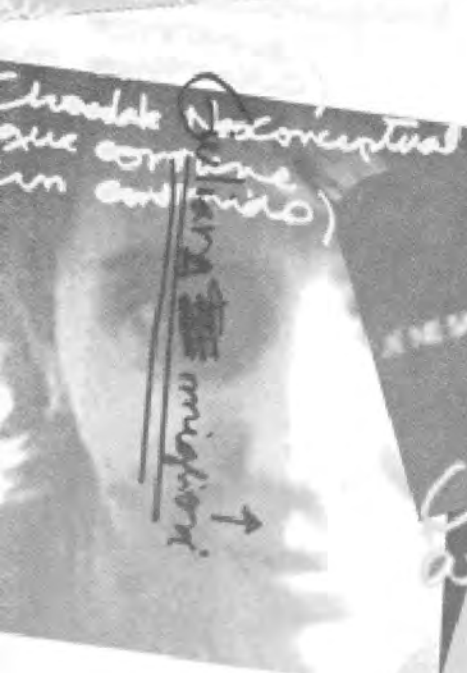
Giuliana Migliori egresó de la Facultad de Arte de La Pontificia Universidad Católica del Perú en 1993. Después de varias exposiciones colectivas en el medio local en el campo de la pintura, realiza sus primeros proyectos personales en 1996, en la galería Parafernalia bajo el título "Ensayo de Recuperación de Moléculas de ADN en Hematocitos de Rata (I y II)". En 1998, presenta "Sublima Migliori - chocolate neo-conceptual de leche que contiene un contenido-", acción de producción, promoción y distribución de un objeto-arte. En el año 2000 presenta como tesis de licenciatura y como parte de la III Biental Iberoamericana de Lima el trabajo "Eau de Sarita, Colonia".

Giuliana respondió a nuestras preguntas via internet.

que contiene un contenido
Caution: Flammable
attention: inflammable
Vorsicht: feuergefährlich
Attenzione: infiammabile



Detalle de eau de Sarita Colonia



¿Cuáles son tus referentes?

Todos mis trabajos entre 1994 y 1996 fueron intentos cuasi rituales de hacer de lo material significativo para un patrón personal y jerarquizado de coordenadas formales, con énfasis en el uso racional del espacio, antes que en el aprovechamiento técnico: un cementerio espontáneo. Cuando desaparece el cuerpo irreal pero decididamente muerto de aquellas imágenes, queda solo la idea del tiempo y siempre la palabra. Entonces es que decido parodiar mi producción y en consecuencia el contexto: Ensayo de Recuperación de Moléculas de ADN en Hematocitos de Rata I, que principia en el título y acaba en su soporte material mediante un marco de acciones particularmente periféricas a la plástica académica en ese momento. A esa experiencia (editada en una cinta magnetofónica de 63') escogida como primera exposición individual, la bauticé "primer producto". Al poco tiempo en evocación del primero y pretendiendo hacer una serie surgieron tres, dos de ellos realizados: Sublima Migliori, chocolate neo-conceptual que contiene un contenido (1998) y eau de Sarita colonia (2000-2002).

ritual
de
de
Stabrich

en un...

natural
a very small
product quantity (ESOW)
of...

¿Cuál es el primer trabajo que realizaste en esta línea?

No creo situarme en una "línea" con estos trabajos, porque tanto lo industrial como lo publicitario han sido elementos aleatorios que contextualizaron mis indagaciones dentro del campo material (medios) en un tiempo determinado (1996-2000), pero no los han fundamentado en una tendencia actual compartida aunque coincidente en ciertas fórmulas de aproximación a crear cosas, como los PPPP (productos peruanos para pensar) de Casari, por dar un ejemplo. En un producto si se quiere, existen dos aspectos mínimos que pueden generar distintos catálogos del tema para la entrevista: el que soporta su apariencia y el que soporta su proceso.

¿Cuál es el hilo conductor entre tus trabajos?

El hilo conductor en el caso de los 4 trabajos tal vez podría estar allí, en la alteridad del contexto interno (la organización en cada uno), la pretensión y la disección plástica.

¿Te interesan o has acogido las reacciones del público?

El público me encanta. Más si todo le-pa-rece bonito... (También los involucrados...esos que te ojean la obra con exceso de compromiso...).
-Es necesario- El público más interesante lo vi en SUBLIMA y en la Bienal. En general, en la última década lo encuentro más variado gracias a los espacios e iniciativas individuales (que quieras) e institucionales y a la posición más activa de los artistas. Lo que me parece negativo es su estandarización en una oferta cultural chauvinistamente parametrada.

Giuliana Migliori egreso de la
de Arte de la Pontificia
Católica del Perú en 1996

Después de varias
exposiciones colectivas
en el medio local,
con obra EN puntillita y
realiza sus primeros proyectos
personales en 1996 por la
Galería Parafornalix
Título de Ensayo de Recupera
Los de Adm en Hema

ia

PPPP (Productos Peruanos para Pensar) presenta al público objetos de Arte de producción limitada. Es decir que si bien la PPPP se presenta como una Empresa, no crea objetos para el consumo en gran escala; sin embargo, ya sea que algunas veces la PPPP produzca objetos artísticos en serie, estos han de considerarse siempre como productos de "número limitado".

¿Cómo nace PPPP?

En 1994 yo comienzo a trabajar con esto. Me dio de la noche a la mañana por cambiar mi nombre por el de una sociedad anónima que sería Productos Peruanos para Pensar y a firmar toda mi obra con un logo.

Al olvidarme del nombre uso PPPP como una cosa comparativa y a la vez nace el alterego de Alfredo Covarrubias para firmar todo el trabajo escrito. Con Casari y Covarrubias nace el PPPP.

La Primera vez que me acerqué a algo de tu trabajo asumí que era un colectivo, pero PPPP eres tú. ¿Cuál es la intención de conformar una "Sociedad Anónima" a través de estos alter ego?

Cuestionar la vanidad del artista que tiene por ejemplo al firmar. La firma personal es el ego del artista llevado al extremo. Al poner una Sociedad anónima en la cual yo desaparezca, toco un poco el tema de esta vanidad.

Pasan los años y cuando vuelvo al Perú siempre en las muestras hago que todo aparezca con el logo.

Hablas de jugar con los paradigmas del marketing y concebir productos de manera industrial, al margen de tu trabajo plástico, pero, ¿qué objetos tienen implícitamente estas connotaciones? ¿Los antisofás por ejemplo?

El antisofá era darle un poco la contra al diseño. Nosotros acá en el Perú no hemos entendido aún el tema del design; en otras partes del mundo es tomado como algo totalmente creativo y ha entrado al mundo ha reemplazar al arte.

Ante la falta de ideas hay mucha gente que se dedica al design aunque sea aún una cosa fría y no tenga la magia del arte.

Al proponer estos anti sofás le estaba dando más importancia al arte que al lado utilitario.

alberto
Casari

¿Cuál es la idea del logo tipo o la marca en las piezas?

La idea es siempre la difusión usando los paradigmas del marketing, entonces en lugar de Alberto Casari aparece el logo como si fuera salido de una fábrica.

El producto con el logo es todo un tema ahora. Están dominados por ellos... el poderío del logo.

El Capitalismo no es ya estar en la explotación de la fábrica, si no en la explotación de la imagen, del Logo. Yo propongo el logo pero ironizando esta situación de vivir "logotizados"; ya no es como antes, en que por ejemplo el logo se encontraba dentro de la prenda, ahora lo llevas adelante y tu le haces propaganda a algún fulano sin querer.

¿Cómo se unen ahora en tu trabajo la industria, el logo y el diseño?

Yo quiero cerrar una etapa, cerrar lo que era PPPP estrictamente, para quedarme con PPPP design que se va a volver un negocio y Alberto Casari y Alfredo Covarrubias viven separados.

¿Qué es PPPP design?

PPPP design es una sociedad real con mi esposa que es arquitecta y diseñadora. El diseño en tanto no es arte, ni tampoco es artesanía, es una nueva figura.

Entonces PPPP del mundo ficticio del arte ha llegado a la realidad del trabajo, porque esto es una tienda, es una empresa en la que hay que pagar impuestos.

¿Cuál es el rumbo que toma con esto el trabajo conceptual de PPPP?

PPPP ha llegado a un punto que no esperaba, todo comenzó como un juego conceptual y ahora se está convirtiendo en algo serio. Hay gente a la que le tengo que pagar, yo soy el director gerente. PPPP ha desembocado en el mundo del comercio, de artista a empresario, esta es la madre de mis performance. Además el Arte no se vende, sobre todo lo que yo hago que es muy conceptual, y el artista tiene que vivir.

Poner una tienda de objetos es una forma alternativa de ganar plata. En un mes PPPP design va a tener una tienda con toda la producción de diseño que hago con mi esposa, que básicamente consiste en el diseño textil de alfombras.

De artista a empresario, la idea es desmitificar la idea que del comercio tiene los artistas, pues nosotros estamos haciendo abiertamente comercio pero de un modo conceptual, utilizándolo de una manera lúdica.

Yo voy a estar ahí en la tienda, para mí es como una performance en la que tengo que vender.

¿Es producción única o masiva?

En el fondo en el Perú no hay una industria, pero sí utilizamos la industria artesanal o tecnología artesanal, que es una tecnología antigua con diseños contemporáneos.

Siempre dentro de PPPP el asunto no es hacer las cosas solo, sino colaborar con artesanos, siempre estamos hablando con gente. El trabajo del artista con el artesano es siempre interesante.

Ya hemos hecho un catálogo y el año pasado me presenté como empresa en NY. Ellos quieren cantidades, y yo no puedo hacer este trabajo de manera masiva como quieren los gringos, ya que todo es hecho a mano, podría tener 10 al mes, pero siempre mi producción es limitada.

¿Tus alfombras en esta tienda son consumidas como objetos de arte?

El tema de las alfombras me nace en la primera Bienal de Lima en una instalación en 1997 en la que expuse una alfombra donde apareció el logo. Ahora el consumidor está comprando un objeto utilitario en una tienda.

Todos los artistas a los que nos hemos acercado, toman el producto industrial de otra manera o toman un discurso crítico al respecto

¿Tú has cruzado ya esa línea?

Yo voy a ser el primer artista con tienda propia y no voy a exponer arte, va a funcionar en la ex-galería de Lucía de la Puente en Barranco.

Pero, ¿Para el imaginario de la gente sigue siendo una galería?

No, es una tienda, no voy a exponer arte. Mi esposa va a diseñar muebles y yo alfombras. Quiero separar un poco las cosas, estoy haciendo lo que hacía en pintura con las alfombras y en cuanto a lo escrito siempre lo trabaja Alfredo Covarrubias.

¿Así funcionaba en PPPP, tu hacías pintura y Covarrubias escribía?

Yo he inventado su identidad y quiero ahora montar una exposición individual de Alfredo Covarrubias. Esta sería su primera individual fuera de PPPP y Alberto Casari, quien es ahora el director gerente de una empresa de muebles y alfombras.

Entonces a través de él, ¿te permites seguir haciendo arte?

Arte puro, si quieres llamarlo así y ahora también estoy detrás de la publicación del libro de Alfredo Covarrubias. Mi experiencia como sí/sí es otra cosa que quiero tratar de manera conceptual.



El retorno de los inkas (no retornables): La recuperación de lo sagrado a través del consumismo no.
El retorno de los inkas (no retornables): La recuperación de lo sagrado a través del consumismo no.



entRevisTA
El retorno de los inkas (no retornables): La recuperación de lo sagrado a través del consumismo.
El retorno de los inkas (no retornables): La recuperación de lo sagrado a través del consumismo.
El retorno de los inkas (no retornables): La recuperación de lo sagrado a través del consumismo.

¿De qué elementos parten tus trabajos?

entRevisTA a SuSaNa TorRES

Artista autodidacta con estudios formales en artes femeninas (cocina, taquigrafía, mecanografía, costura, cosmética) también estudió historia del Arte en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Ha participado en exposiciones individuales y colectivas así como las bienales de Lima y de la Habana.

Yo he trabajado con muchos elementos de consumo porque me encanta no sólo crear, sino señalar un objeto y utilizarlo ya que en sí tiene muchos significados, por ejemplo los productos que tienen el logo "inca" tienen una simbología enorme, entonces qué más le vas a hacer si en sí connotan un mensaje bien fuerte, hay épocas por ejemplo que su mensaje es casi mítico y hay épocas en la que ese contenido se vuelve hasta huachafo, se vacía de contenido, etc. Los productos en sí tienen significados y connotaciones propias.

Por ejemplo utilicé la Coca Cola, justamente para enfrentarla con la Inca Kola, para hablar de dos caras de una misma moneda, las utilizaba para unos trabajos que tenían que ver con estereotipos y construcciones sobre la mujer, el ser femenino, la Coca Cola connotaba entre comillas todo este lado de la mujer superficial, la Inca Kola era este lado estereotipado de lo natural, que en realidad no es. Después comencé a utilizar los productos "incas" en estas entre comillas parodias, porque también son como museos actuales, acá hay una cosa bien fuerte con el pasado y hablamos así de estos museos como neo incas.

Ahora estoy juntando cosas que tienen que ver con la cuestión de lo negro pero no son cosas de marcas, sino cosas más artesanales que hacen señoras mayores, esas negritas a crochet, adornitos para servilleteros, aleros, azucareros, creo que como ahora ya uno no puede servirse de una esclavitud de color entonces te sirves, literalmente, de esos objetos, te sirves tu azúcar, te sirves sal, igualito los mantienes en tu hogar, están como sirviéndote y siempre son imágenes caricaturizadas. Es una cosa bien fuerte y ambivalente, tienes tu "Doña Pepa" que te encanta como "qué linda mi Doña Pepa" pero en realidad es una imagen políticamente incorrecta. Entonces, por ejemplo Bolívar o Ña Pancha, tú dices "el libertador", "la esclava", que hablan de limpieza; tienen connotaciones que pueden ser cosas en mi opinión fuertes entonces no necesito hacer mucho más.

Pero ¿en qué momento cierras la idea de "negro"?, porque apenas dijiste negro yo pensé en cosas más folclóricas como tipo máscaras folclóricas...

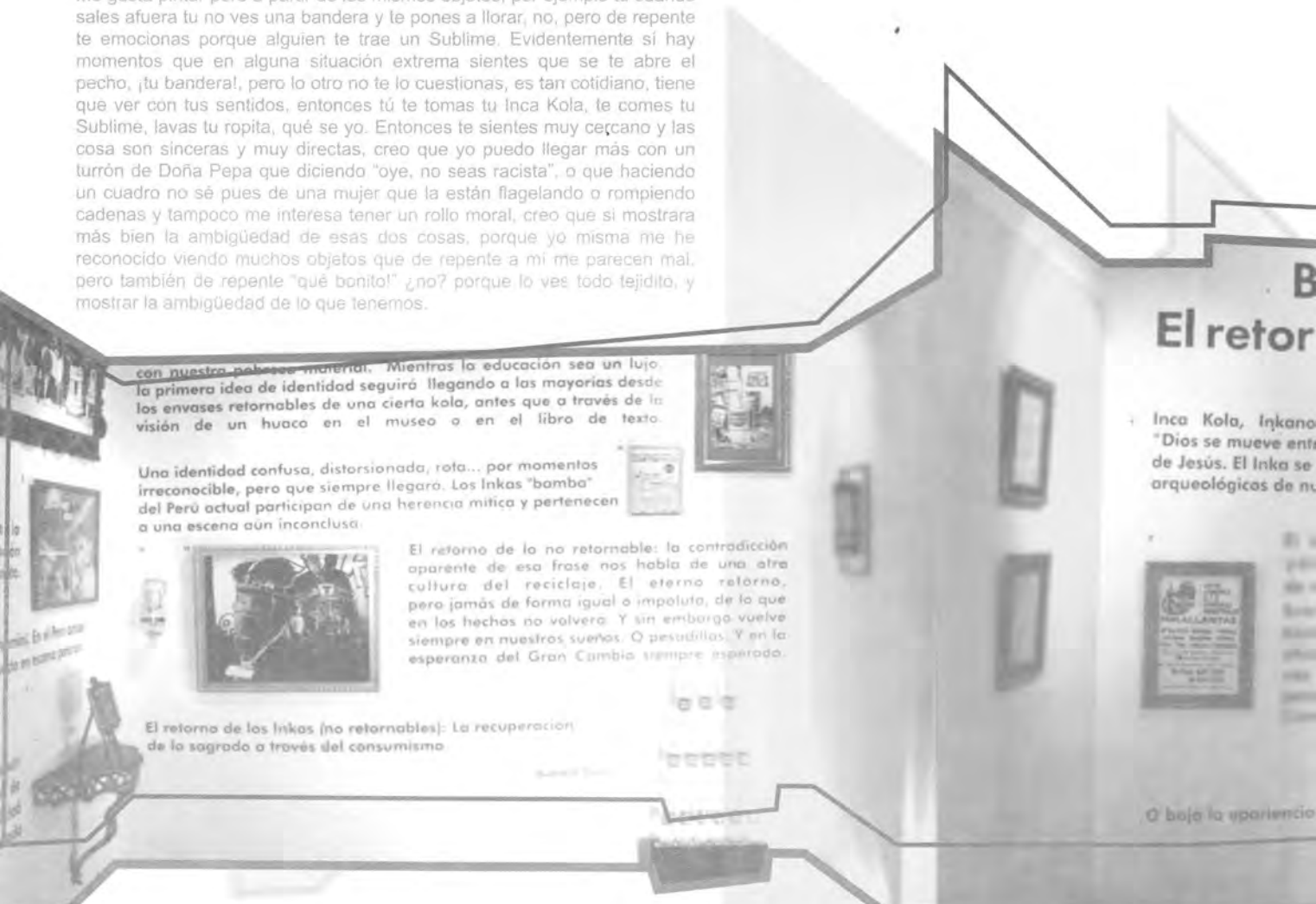
No, me interesa el estereotipo, y más que hacer un llamamiento moral porque me parecen políticamente incorrectas todas estas representaciones, me interesa señalarlas, creo que sería más efectivo un señalamiento que una crítica, creo que es más efectivo estudiarlas, entonces, son piezas bien interesantes; es como una cultura de tía abuelas, ¿no?, y que tienen toda su ideología en torno a la servidumbre de color. Son apreciaciones actuales de cosas que no existen ¿qué mujer de color anda por la calle con su cofia alunarada?, y sin embargo todas las representaciones siguen siendo iguales. Y en la costa había más servidumbre de color que en la sierra. Ellos eran los que estaban dentro de la casa, hay todos estos estereotipos del temperamento, entonces, siempre sonriendo, bonitos pero siempre en estos papeles, no salen de una cocinera ni una lavandera, y lo gracioso es que actualmente, gracioso entre comillas, todos son caricaturas, o sea tú no vas a ver ninguna representación realista en los productos, porque de pronto es chocante, solamente en Cafetal, pero que al final son personas disfrazadas y son caricaturas de su cultura, por ejemplo chicos hablando como nadie lo hace en el comercial tienen que "hablar todo así" (imitando voz de "negro") Me interesa empezar a estudiarlo y empezar este señalamiento, es como lo incaico también, que no es decir "uff esto es lo máximo", no es lo máximo, simple y llanamente es señalar por qué eso es vendible, porque evidentemente lo inca es un referente en común en nuestra cultura, es como el paraíso y de repente la conquista se convierte en algo así como el pecado original, y no es así, pero todos lo ven así, la sociedad incaica era esclavista pero no importa, todo el mundo ve que hasta ese momento todo era idílico, dicen que no habían homosexuales (risas), y cada cosa y te matas de la risa de verdad, yo he leído cada cosa.

Me gusta pintar pero a partir de los mismos objetos, por ejemplo tú cuando sales afuera tu no ves una bandera y te pones a llorar, no, pero de repente te emocionas porque alguien te trae un Sublime, Evidentemente sí hay momentos que en alguna situación extrema sientes que se te abre el pecho, ¡tu bandera!, pero lo otro no te lo cuestionas, es tan cotidiano, tiene que ver con tus sentidos, entonces tú te tomas tu Inca Kola, te comes tu Sublime, lavas tu ropita, qué se yo. Entonces te sientes muy cercano y las cosas son sinceras y muy directas, creo que yo puedo llegar más con un turrón de Doña Pepa que diciendo "oye, no seas racista", o que haciendo un cuadro no sé pues de una mujer que la están flagelando o rompiendo cadenas y tampoco me interesa tener un rollo moral, creo que si mostrara más bien la ambigüedad de esas dos cosas, porque yo misma me he reconocido viendo muchos objetos que de repente a mí me parecen mal, pero también de repente "qué bonito!" ¿no? porque lo ves todo fejítilo, y mostrar la ambigüedad de lo que tenemos.

Y eso, ¿cómo es tu forma de señalarlas? ¿Cómo es la forma de presentarlas como trabajo artístico?

Bueno. tratar de alterarlas lo menos posible, y darles un valor. Si de repente pones un jabón Bolívar en una repisa y dices "barra" con sus luces, en una vitrina, ya no es un jabón Bolívar, sino se vuelve una pieza, el único problema es que si alguien quiere comprar eso se va a comprar un jabón y nadie me compra nada (risas).

Por ejemplo, en el museo neoinca era mostro, porque lo único que hacia era ir de compras y era como un estudio, te habla de lo frágil que es la economía porque si no lo compras de repente la empresa quebró y hay miles de productos que ya no existen y se van volviendo cosas de colección para mí arqueológicos. Entonces iba dándoles el trato de una pieza de valor, no el trato cotidiano, entonces lo mismo, ponerlo en una vitrina, ponerlo en valor. Con las botellas de Inca Kola era muy gracioso porque las ponía en una vitrina arqueológica, decían horizonte temprano, intermedio, desde las antiguas, esas que tienen anillos, hasta las más modernas, hay unas medias raras y de repente se convierten en piezas arqueológicas, una arqueología actual pero arqueología al fin.



con nuestra palabra material. Mientras la educación sea un lujo, la primera idea de identidad seguirá llegando a las mayorías desde los envases retornables de una cierta kola, antes que a través de la visión de un huaco en el museo o en el libro de texto.

Una identidad confusa, distorsionada, rota... por momentos irreconocible, pero que siempre llegará. Los Inkas "bomba" del Perú actual participan de una herencia mítica y pertenecen a una escena aún inconclusa.



El retorno de los Inkas (no retornables): La recuperación de lo sagrado a través del consumismo.

El retorno de lo no retornable: la contradicción aparente de esa frase nos habla de una otra cultura del reciclaje. El eterno retorno, pero jamás de forma igual o impoluto, de lo que en los hechos no volverá. Y sin embargo vuelve siempre en nuestros sueños. O pesadillas. Y en la esperanza del Gran Cambio siempre aspirado.

B El retor

Inca Kola, Inkanos "Dios se mueve entre de Jesús. El Inka se arqueológicas de nu



O bajo la apariencia

Y con respecto a eso de presentarlo como objeto artístico, o como pieza de museo, ¿es solo una vía de presentación o es una crítica que va más allá?

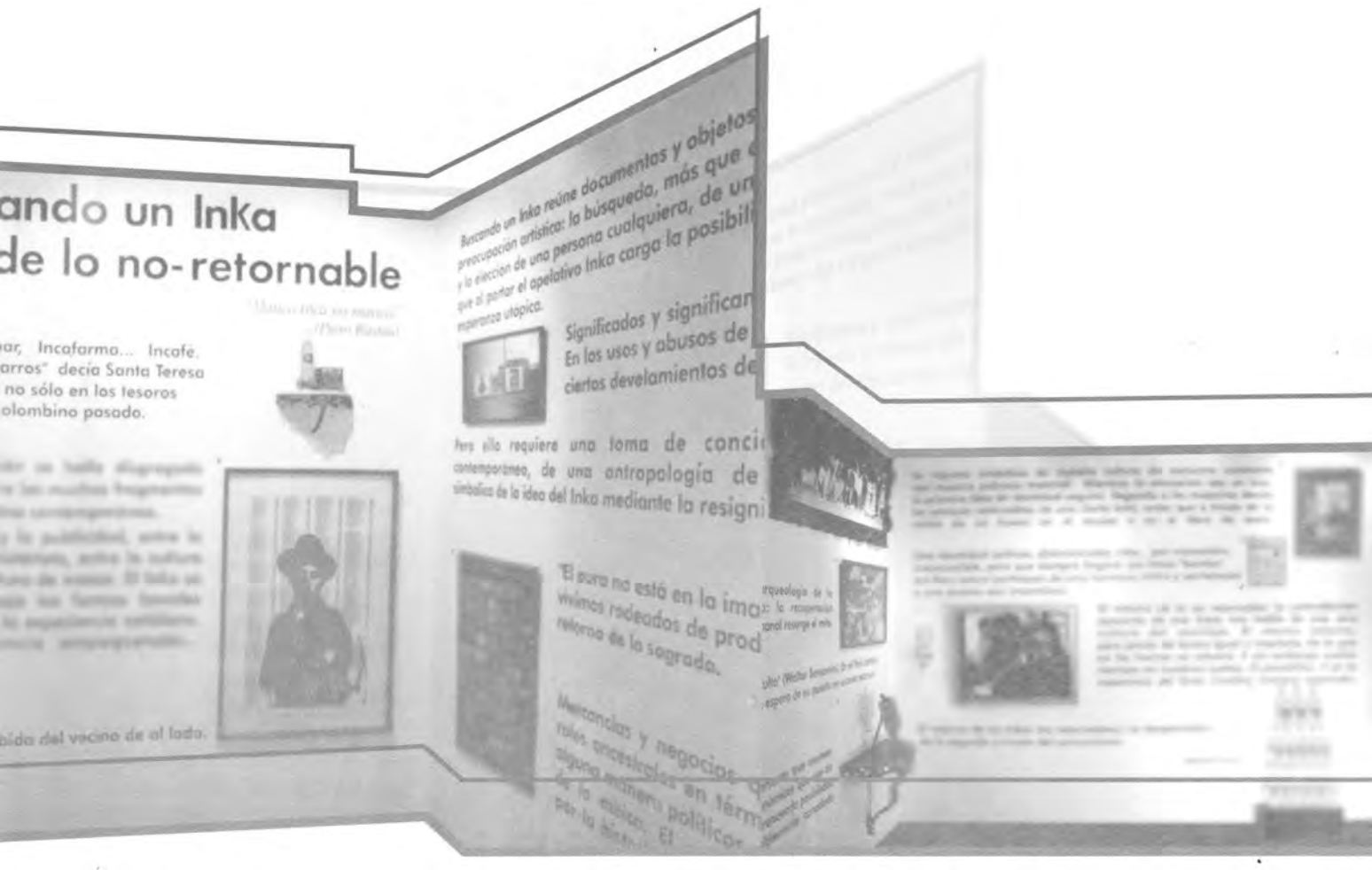
¿Qué reacciones buscas en el público?

La verdad que no lo tengo nada en claro, una cosa que sí se me viene a la mente pero no sé si es lo que busco, es que me encanta cuando se ríen, me encanta, evidentemente que les interese lo que quiera decir, mi discurso, pero que aparte de eso que también les cause gracia.

¿Cuáles son tus referentes?

Ya bueno, internacionales me gusta mucho Duchamp, Warhol, hay miles de artistas que me gustan, Beatriz González; de acá básico es Juan Javier Salazar que, por ejemplo, en el museo neo inca de frente le compre una tela, esta de piedras y forré toda la vitrina, después los de Perú Fábrica, Alfredo Marques que con ellos siempre hemos tenido un trabajo por intercambio bien bacán.

En un momento no, porque era lo adecuado, o sea servía para los fines, por ejemplo, en lo incaico era adecuado hacer eso porque tenía lógica con toda esta cultura que habla del pasado en términos actuales, entonces lo más coherente era presentarlo museísticamente pero no necesariamente porque por ejemplo, otras veces podría ser más bien como esa chica que hizo la ropa en términos de una tienda. Evidentemente siempre es darles un valor distinto al que tienen, separarlo de lo que es, ya no es solamente un objeto, ya no un pisco Inca que te lo vas a tomar y listo, o sea de pronto adquiere un cuidado, después, yo la voy a envolver, la voy a guardar, se vuelve una pieza artística pero la forma de presentar tiene que ser coherente con lo que quiero decir y con el objeto en sí, por ejemplo los jabones Bolívar, yo me acuerdo que hace tiempo los presenté en una cama a manera de colchón, porque se llamaba "El sueño de San Martín" era una instalación de hace años luz que en realidad era la pesadilla, en la que su silueta estaba formada por jabones Bolívar, entonces no era una presentación museística. De repente si quería hacer como esta pieza de barra que aludía a unos lingotes de oro como de un jabón, entonces sí necesitaba estar en una vitrina; en Cuba estaban en el suelo y estaban con agua porque allá hay escasez de jabones, yo me enteré allí, entonces también la presentación era otra, tenía que ser como una cosa más sencilla o de repente no, podría haber sido muy pomposa para hablar justamente de esta cosa que es tan preciada, el contexto hace al texto y la presentación.



ando un Inka de lo no-retornable

ar, Incafarma... Incafé. "arros" decía Santa Teresa no sólo en los tesoros colombino pasado.

Buscando un Inka reúne documentos y objetos



Buscando un Inka reúne documentos y objetos y la elección de una persona cualquiera, de una que al poner el apelativo Inka carga la posibilidad de una esperanza utópica.



Significados y significar En los usos y abusos de ciertos develamientos de

Pero ella requiere una toma de conciencia contemporánea, de una antropología de símbolos de la idea del Inka mediante la resigni



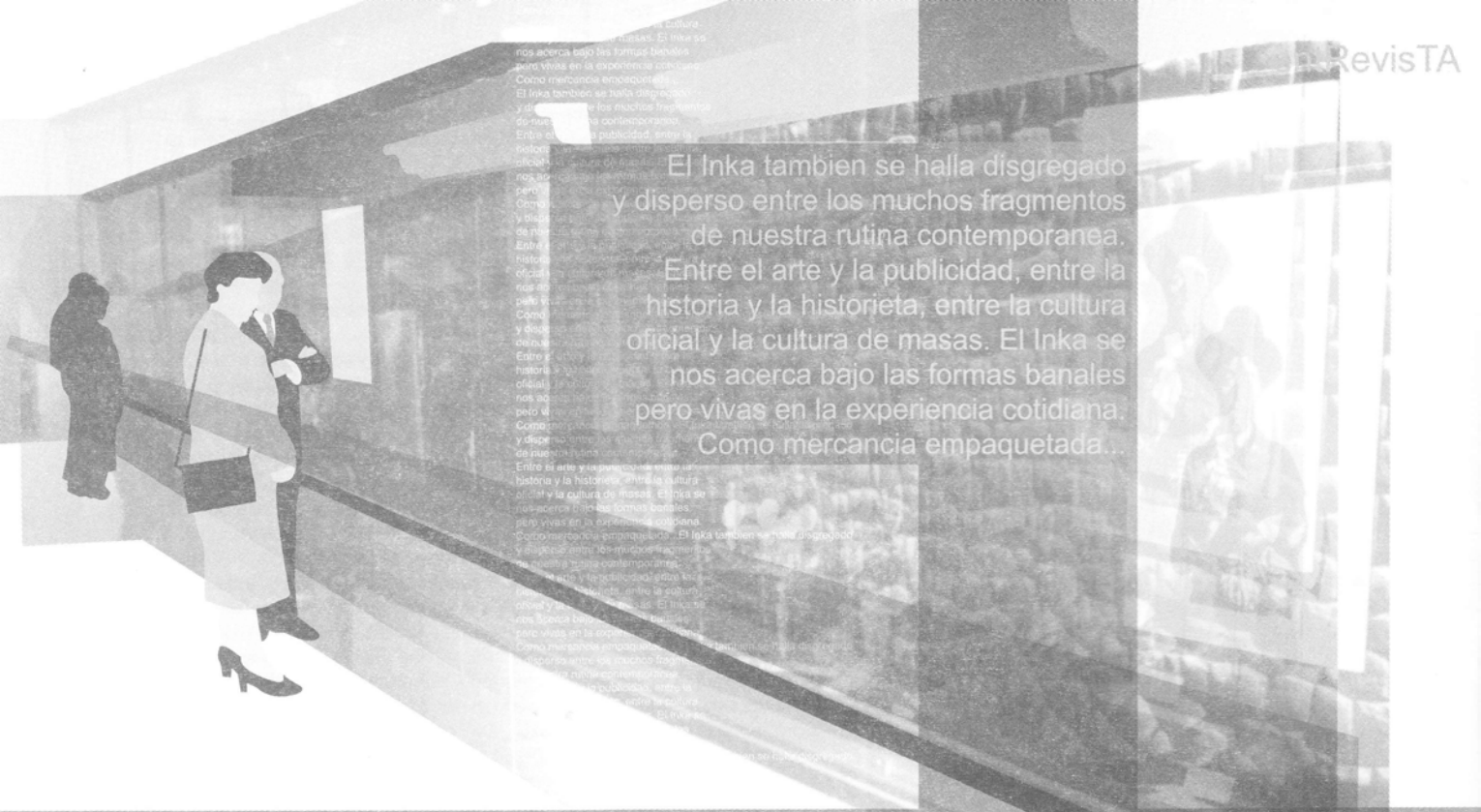
El para no está en la imo vivimos rodeados de prod retorno de la sagrada.



arqueología de la que la respuesta para el resque el mi

Mercancías y negocios roles ancestrales en términos de la esfera política per la distri

la segunda dimensión del sistema cultural de un sistema...
una dimensión cultural...
El sistema de...
El sistema de...
El sistema de...



El Inka también se halla disgregado y disperso entre los muchos fragmentos de nuestra rutina contemporánea. Entre el arte y la publicidad, entre la historia y la historieta, entre la cultura oficial y la cultura de masas. El Inka se nos acerca bajo las formas banales pero vivas en la experiencia cotidiana. Como mercancía empaquetada...

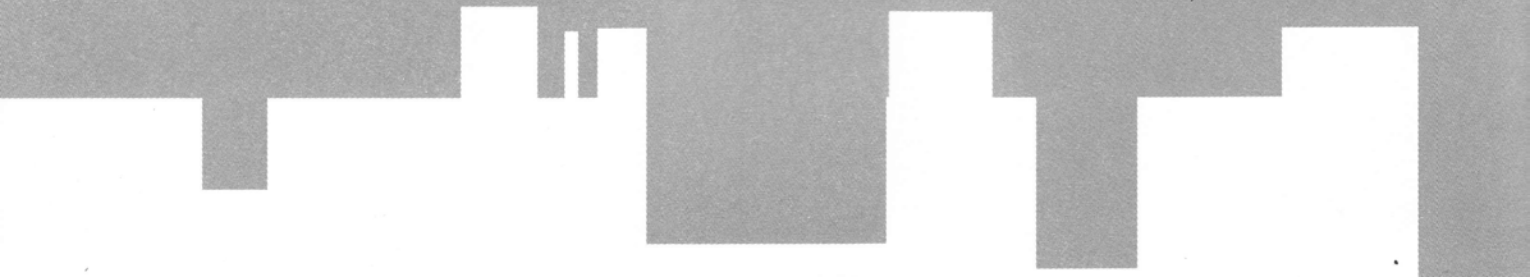
El Inka también se halla disgregado y disperso entre los muchos fragmentos de nuestra rutina contemporánea. Entre el arte y la publicidad, entre la historia y la historieta, entre la cultura oficial y la cultura de masas. El Inka se nos acerca bajo las formas banales pero vivas en la experiencia cotidiana. Como mercancía empaquetada...

¿Y cómo comienza todo esto, con qué trabajo por ejemplo, con qué ideas, de qué manera?

Empiezo exponiendo en una muestra que se llama "Tematetétita", que habla de estereotipos sobre la mujer y uno de los estereotipos era enfrentar a la Coca Cola con la Inca Kola, pero antes de eso yo estuve viviendo varios años afuera, un poco como gitana y afuera siempre había esto, de que alguien te da la bienvenida y pum!, saca escondida una Inca Kola o eso que tú extrañabas, o llegabas a un lugar donde había peruanos y hacían como logias, y de repente "estamos vendiendo leche gloria" y carisma, "pero, por qué, si acá es más barata", ya que en Argentina la leche es baratísima, "no, es que el ají de gallina no sabe igual"; o estas cosas que la gente compra a sobreprecio, que ya parece tráfico de drogas y cosas así, o hacen estos grandes paquetes en los que te envían tu panetón con tu chicle Adams, tu Sublime. Cuando estás afuera comienzas a ver todos los delirios que existen y todo es psicológico, el sabor, "no, es que el sabor..." y uno extraña los sabores, los olores, yo nunca había comido ají en mi vida y en Argentina aprendí a comer ají donde no existía ají, entonces tú me veías buscando y veía una mamacha Y "¿tú eres peruana?" "no, soy boliviana", no importa, tienes ají, es lo mismo, imagínate todo es psicológico, entonces como a partir de todo eso que yo misma me mataba de la risa, que primero me burlaba de los otros y luego yo me veía en lo mismo, es interesante cómo todas estas cosas domésticas connotan tanto, entonces eso de hablar "sí, que yo estaba lavando la ropa con mi jabón Bolívar" "ah sí, tu jabón Bolívar!!!", como que les da una nostalgia por las cosas y que son como los nuevos símbolos patrios modernos, yo no hablaba como "mi bandera, rojiblanca", no, no te saca una lágrima, pero de repente te hablan de un Sublime y lloras por tu Sublime.

Y otra cosa que se me ocurrió era por ejemplo, lo de Inca Kola o lo de algún producto que estás siguiendo, la línea de los envases, qué cosa has visto ahora que Inca Kola ha sido comprada o sus acciones han sido traspasadas o de repente el logo ya tiene elementos azules.. en realidad, lo paja es que estás trabajando con algo que sigue evolucionando todo el tiempo, nunca va a acabar al final de cuentas

Sí, siempre va a seguir, es como en las culturas, por ejemplo, en el caso del museo neo inca, siempre sigues encontrando piezas, siempre siguen apareciendo, entonces sigues coleccionando. Si cierro mi proyecto no importa, lo puedo reeditar porque no es un espacio físico ni es algo físico, es un concepto. Lo he hecho dos veces, una era un museo tal cual, la otra era los conceptos en la pared.



Juan Javier Salazar (Lima 1955) estudió en la Sociedad Nacional de Bellas Artes de Lisboa, 1972, arquitectura en la Universidad Ricardo Palma de Lima y en la Escuela Nacional de Bellas Artes, 1973-1976. Fue miembro del Taller Huayco entre 1977 y 1981. Su obra se caracteriza principalmente por presentar una mirada crítica de la sociedad peruana. En muchas ocasiones se aleja de la galería a través de acciones desarrolladas dentro del contexto urbano limeño. Es considerado uno de los primeros artistas conceptuales en el Perú.

¿Cómo surge la idea de trabajar el arte como un producto comercial cotidiano?

Te puedo dar una respuesta en dos palabras: la crisis. Y puede haber otra respuesta más larga, un poco cínica y de tío, además; es que era más simple ser joven en la época en que yo era joven, porque había un mundo dual y eso permitía moverse de un lado a otro con gran libertad.

Yo creo que la libertad está ahí, e incluso más en el Perú, porque el nivel de caos se ha incrementado y es más fácil ser libre en medio del caos. Nosotros teníamos toda esta tendencia socialista, que todavía es válida, más que el marxismo. Pretendíamos hacer un arte no sólo masivo, sino que la gente también lo pudiera comprar, que son dos maneras de decir la misma cosa, pero en realidad tiene su diferencia: a todos los artistas les gusta que sus obras lleguen a sitios e incluso que tengan vida propia, es decir, que una vez que salgan de sus manos estas obras se muevan contradictoriamente, sueltamente, a su manera.

Yo hago arte conceptual, o mis trabajos están llenos de significados e ideas, que es una cosa curiosa en el arte peruano, donde sucede todo lo contrario, pero siento que tiene que haber un momento en el que uno tiene que soltar para que haya magia. Tú no puedes construir una cosa de lógica, de inteligencia y de buen gusto, tiene que haber un momento de azar.

Entonces, ¿hasta qué punto construyes? y ¿en qué momento sueltas?

Creo que esa sería mi lección. Es lo que he aprendido ahora, porque si no sueltas no pasa nada tampoco. No puede ser que regresemos a este asunto del niño que hace su dibujo para que su papá le de una palmada en la espalda

Yo creo que debe haber una cosa más profesional ahí, que es la cultura, que es el espíritu colectivo de una especie: los seres humanos, que somos un animal visual además (porque hay animales que son auditivos, olfativos y el ser humano es básicamente visual). En ese sentido yo le tengo un gran aprecio al hecho de las artes plásticas, en la consideración de que somos un punto central de la sociedad y que debe evolucionar paralelamente a todas las posibilidades de información y conocimientos que hay, pero con una independencia del sistema. Los pintores podemos terminar siendo los estúpidos de la película, los huachafos, los que terminan decorándole las paredes a la gente que le sobra la plata, en un momento en el que se desarrolla toda una cultura, por ejemplo, de murales callejeros que nadie paga, sin embargo alguien los hace, o por ejemplo el cómic o la animación.

Yo no estoy seguro si la pintura al óleo va a seguir existiendo, pero el cómic estoy completamente seguro que va a existir. También los dibujos animados y todo ese tipo de cosas. Entonces la manera de filtrarse por ahí, como artista profesional, sí me parece válida.

En Huayco pretendíamos sabotear un mercado pequeño, provinciano, lleno de prejuicios, y hacer un mercado de clase media, y para eso la serigrafía era un vehículo de arte maravilloso.

Hacíamos cojudeces como hacer el mismo grabado en un papel que costaba S/.1.50 y en un papel de S/.0.50, entonces nuestra diferencia de costo era un sol, y nuestra diferencia de calidad era enorme, y sin embargo la que costaba un sol menos la vendíamos barato a la gente en la calle (trabajos que seguramente luego se destruían) y las que costaban más las vendíamos en las galerías. Todo está lleno de significados, es interesante equivocarse, si no te equivocas no puedes ver tampoco, pero, con la crisis económica, la clase media desapareció, entonces esto se convirtió en un proyecto casi suicida en lo personal, porque Huayco

había aparecido para crear un producto intermedio para un mercado intermedio que iba desapareciendo. La gente que tenía dinero, seguía teniendo dinero como siempre y la gente que estaba en la mitad se iba volviendo más pobre, digamos que esas cosas fallaron. El mundo no es como uno quiere, sino de una manera. Yo siento que un artista sincero siempre trata de empujar al mundo para un costado, digamos en términos profesionales. Lo que estoy diciendo es que el artista es centralmente un tipo que maneja el espíritu de una comunidad, los espíritus colectivos, lo que está sucediendo y todo, y lo maneja con conocimiento. Estoy seguro que no hay una formación artística para eso, por ejemplo: me parece que las especialidades grabado, no sólo en la Católica sino también en Bellas Artes, han tratado de que el grabado compita con la pintura, haciendo un grabado con complejo de inferioridad. Nosotros por otro lado hemos pateado, otros incluso hemos estado presos, todos hemos estado jodidos en el sentido que no teníamos mercado para esta gráfica, una gráfica que venía del pop, que venía de la publicidad, de la política, de los periódicos, es decir, podía venir de cualquier lado, no tenía los complejos que tenía la pintura en ese momento, que es otro complejo del arte peruano: que todo está muy amarradito. En otros países lo que están haciendo los artistas es tratar de volver a integrarse a la vida.

Entre VISTA a
juan JAVIER salAZAR

Hay muchas cosas que un artista plástico puede hacer, de hecho, para mí, es el mejor puente que se puede tender entre una cultura amazónica peruana, por ejemplo, y el mundo moderno. Prefiero poner ahí a un artista bien preparado que poner a un antropólogo, a un historiador, a un etnólogo. Es la forma en la que me gusta ver al artista: como el individuo capaz de captar los espíritus colectivos y a la vez tiene cierta magia, ha llegado a aprender a procesar estas cosas desde su punto de vista, pero digamos que la respuesta de hacer un arte masivo es que hay muchas cosas que hacer, y si todos nos vamos a enfocar a las paredes es porque hay un problema. El arte peruano tiene un problema: que está enfocado con la decoración de interiores. O sea, los cuadros gigantes de Ramiro Llona siguen siendo decoración de interiores gigantes. A mí no me interesa quien le decora las paredes a los millonarios.



Con respecto a esto del anonimato, justo tenemos una pregunta, ¿cómo podrías diferenciar un producto personal, como la obra firmada, y esta obra anónima que es mucho más popular, masiva y todo esto?

Ahí hay una discusión grande. Por decirte, una de las investigaciones que se está haciendo ahora es sobre autores precolombinos, o sea hay una obsesión por encontrar artistas individualizados en el pasado precolombino. Ya lo han hecho en México, hay tres o cuatro pintores.

A mí me encanta que las cosas tengan vida propia y también me encanta filtrar cosas, pero el proceso yo creo que es inverso, me parece que lo que ha sucedido ha sido una extensión de un fenómeno de la música rock con las multitudes, el hecho de que el artista ya nunca se baja del escenario. Siempre estamos hablando de una elite cuando hablamos de los artistas "cultos", pero no es así en Europa. En Holanda un escultor puede ser él mismo su propia escultura e ir a un bar a tomarse unos tragos y el Estado lo va a financiar, y bueno, no va a entrar al club nacional, pero se va a ir a un bar. Y hay un sentido democrático y racial que funciona muy bien, pero este caso no se da en el Perú.

Este es un país que todavía nadie puede manejar. Yo pienso que es un país con vida propia y yo creo que los artistas debemos colaborar a que esta vida propia crezca, desarrolle un orgullo frente al mundo exterior, y tratando además de eliminar algunas cosas importadas, como el pecado original, el sentimiento de culpa, el complejo de inferioridad, cosas que tú no las tienes en el arte precolombino y que insisten en el arte contemporáneo peruano.

A mí como anarco, me parece que esas cosas deben de ir y venir. En realidad mientras más libertad mejor, no me hago paltas. Incluso, por ejemplo éste (señala un peluche en forma de Perú con cola y piel de otorongo, que vendía en los micros a 1 sol) es un objeto que yo hace años que quiero que me lo copien y el otro día con una amiga llegamos a la conclusión de que no me lo copian porque lo vendo muy barato, entonces tengo que subirlo de precio para que me lo copien. Yo lo vendo barato y además no hago negocio, entonces el 27 de julio yo me subo a la vía expresa y lo vendo. Lo que yo estoy haciendo no es negocio. Lo que estoy tratando de hacer es que los peruanos vuelvan a tener el país en sus manos, aunque sea por un instante, por eso los vendía a 1 sol.

Por otro lado no es raro que los mismos ministros de economía de estos países sean los que coleccionan estos cuadros, que por otro lado no tienen cotización internacional, porque el arte peruano no tiene cotización internacional. Entonces, recapitulando, ha sido una desgracia que Fernando de Szyszlo haya sido el pintor más importante en los últimos 40 años y sería terrible que Ramiro Llona heredara ese título por 40 años más. Tenemos que cambiar al pintor más importante del país como ropa interior.

Hay mucho que hacer acá y yo sospecho que no es la mejor educación formar artistas para vender en galerías, es decir, hay que transformar el mercado y hay que abrir el espectro laboral del artista plástico a una serie de campos donde realmente es valioso en términos de su formación central como profesional visual, como profesional de la cultura.

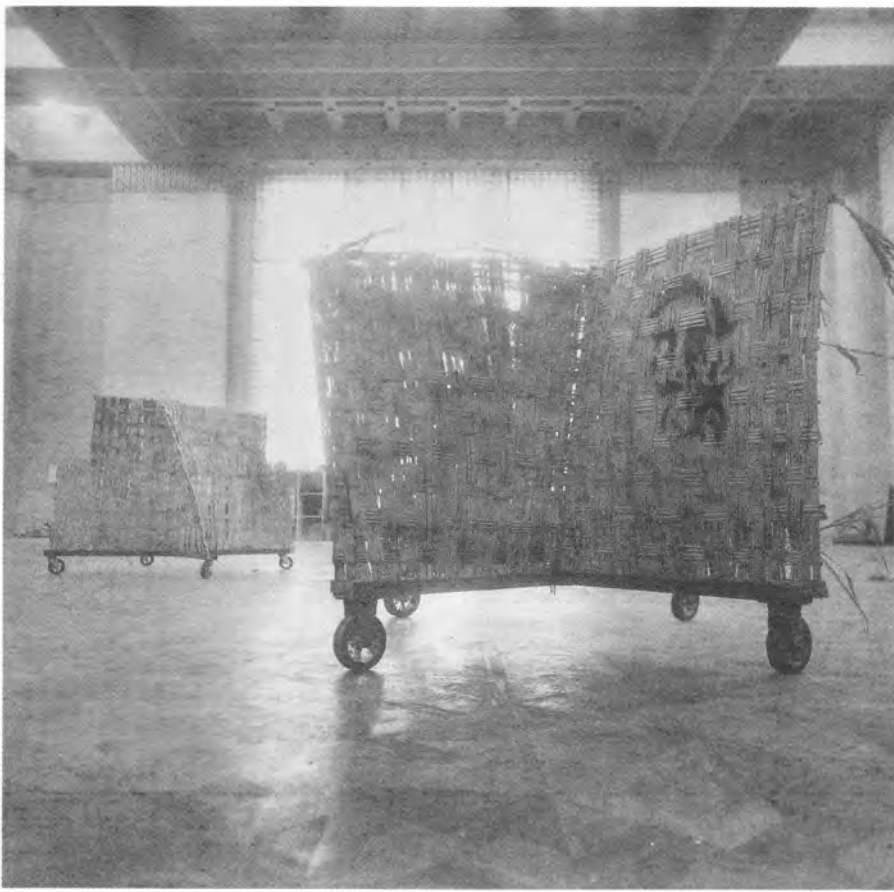


GRAN REMATE DE EXISTENCIAS

16 MARZO - 5 ABRIL '94

JUAN JAVIER SALAZAR

Miércoles: 10 de marzo de 1994: 10:00 - 16:00 p.m.
 La muestra estará abierta hasta el Sábado 5 de Abril
 Miércoles: Lunes a Viernes 10 a 1 - 2 a 7:30 p.m. Sábado 10 a 2 - 5:30 a 7:30 p.m.
 LA GALERÍA PARAGUAY



Claro, además tenía un precio distinto en la galería.

Sí, o sea mi ideal sería vender afuera a muy buenos precios y venderle aquí a mis patas, porque además las galerías nunca me han vendido. Ahora estoy comenzando a venderle a los museos directamente, sin haberle vendido a las galerías, y da pena, porque son mis patas, las conozco a todas (las galeristas), porque son una collera (podría hacerse un campeonato de voley intergalerías). Ventrán nuevas generaciones y tendrán otra actitud, pero todavía estamos medio afectados. Yo subo al ómnibus a vender el Perú y la mitad de la gente se hace la dormida.

Salí a la calle primero porque ya no me interesaba exponer en las galerías, además que es como un sacrificio de las galerías el fijarme una fecha, porque cada vez que voy a exponer ya saben que va a ser un desastre económico. Y cada vez que salgo a la calle tengo un sentimiento de odio y de venganza contra la generación de jóvenes artistas porque son ellos los que deberían estar saliendo a la calle y evitarme a mí el ridículo.

Un trabajo que tenía era pasear el desierto por las calles. Era una imagen del desierto formado por trapecios invertidos, y para eso tengo una anécdota muy graciosa, la parte del cielo es de color amarillo cálido porque es el calor y la parte de abajo es de color carne. Es un desierto cerrado por todos lados, y le he puesto ruedas, entonces lo empujaba por dentro como Pedro Picapiedra y tenía un tipo de sonido, entonces interactuaba con la gente, y lo que quería hacer era que este desierto fuera un paisaje turista, que no fuera turístico si no turista, y que se paseara por la ciudad, y hablara. De vez en cuando salía y escribía: "¿que hay desierto?". Entonces la gente daba vueltas y de vez en cuando pasaba alguien de la Católica, y yo les gritaba: ¡Qué hago yo, que soy un tío, empujando esta huevada! ¿Cuándo se les va a ocurrir algo a ustedes?"

TEXTO PIRATA

Entrevista al Artista español **JOAN MOREY**,
extraída del libro
PASOS DE CEBRA, muestra InJuve 2001

Del mismo modo que ocurre con las grandes firmas de éxito en el mercado, en los últimos años Joan Morey y STP se han convertido casi en sinónimos, confundiendo producto y marca: en este caso un proyecto creativo, STP (Soy Tu Puta), con su autor. Así, te has convertido en creador no sólo de imágenes y de un producto emblemático, sino también de imagen, a través del diseño y la reproducción de aquellas en toda una línea de artículos exclusivos: camisetas, videos, fotografías, complementos de vestuario, perfume, etcétera, dedicando además especial cuidado a su particular puesta en escena ¿Qué es lo que te ha llevado a vehicular tu trabajo como una trade mark? En ese terreno, ¿qué relación cabe establecer con el uso del inglés en todos tus trabajos?

La estructura de mis proyectos generalmente involucra diversos creativos de otros campos de la creación; así al trabajar un concepto más cercano al terreno real (donde la propuesta está sometida al *briefing* de un supuesto cliente, stp) resulta más interesante gestar un proyecto bajo las directrices de stp como marca, que establecer vías de trabajo entre un solo artista y los demás colaboradores. Así apareció *soy tu puta_brand*, desde ese *feedback* con colaboradores. Por lo que se refiere al uso del inglés, o francés, o cualquier otro idioma, no es sólo un capricho, sino una estrategia de proximidad al marketing real, donde los idiomas potencian la internacionalidad del producto, o, sencillamente lo elevan en función de su calidad, aunque muchas veces ni siquiera es debido a una cuestión idiomática sino sencillamente son vocablos que dan nombre a colecciones, videos... Tratándose de conceptos de difícil traducción (la *joie de vivre*, *sideration soft*, *sens du look*, *surmenage*...) en los que la intensidad comunicativa reside en la propia concepción de ese término (o concepto) en su lengua de origen.

Slogans como "Looking for young talents" funcionan en tus propuestas como reclamos publicitarios de algo exclusivo, sólo asequible a unos pocos elegidos. ¿Identificas el arte contemporáneo en esa órbita?

¿Por qué? No creo que todos los *slogans* tengan que ver con la exclusividad, sino más bien con la experiencia. Un "looking for young talents" o un "get your kit on" son *slogans* que hacen referencia a una colección de ropa sport donde el deporte representativo es el sexo, intentan potenciar la experimentación como filosofía de marca, puesto que stp elabora una imaginería donde los productos responden a una experiencias sociales y culturales, más que al propio consumo. Como otros ejemplos de esa experiencialidad, el *slogan* que encabeza el *spot* de la marca: "stp_la joie de vivre" (un recurso que nos remite a otra actitud experiencial de un personaje sometido a un desequilibrio situacional que poco tiene que ver con el reclamo publicitario), o el mismo nombre del perfume de la marca >bd< bipolar disorder (ese desorden bipolar en términos psicológicos nos remite directamente a un desequilibrio de comportamiento, a una experiencia con el mundo, y como persona). ...aunque todo "producto" de stp tiene un carácter exclusivo (porque está producido bajo las estructuras comerciales del mundo del arte y no del mundo de la moda; una prenda de una supuesta colección de stp, es única, pero no tiene ningún interés comercial en sí misma, sino en el contexto procesual en que está situada) donde se potencia ese elitismo acomodado en contextos tanto culturales como (sub)culturales (de hecho, "privé", mi última propuesta, a través de una estructura performática, re_crea la diferenciación clasista y privilegiada del espacio vip en un evento sociocultural). En su libro **No Logo**, Naomi Klein

ASI
QUE
STP!!!



En su libro *No Logo*, Naomi Klein

considera que "ha aparecido una nueva especie de empresario, que nos informa con orgullo de que la marca X no es un producto sino un estilo de vida, una actitud, un conjunto de valores, una apariencia personal y una idea (...) Renzo Rosso, el propietario de Diesel Jeans, dijo a la revista *Paper*: "Nosotros no vendemos un producto, vendemos un estilo de vida. Creo que hemos creado un movimiento(...). El concepto Diesel está en todas partes. Es la manera de vivir, la manera de vestir: es la manera de hacer las cosas"... ". A menudo te defines como "Conceptual designer". ¿Se corresponde esta denominación, adoptando estrategias próximas al marketing y con relación a la práctica artística, a un modo de actuar diferente?

Defino mi actitud en el espacio creativo como "conceptual designer" debido a que mis proyectos responden más a una cuestión de diseño, estilismo y dirección artística que a una creación en sí misma. Apareciendo así un alejamiento progresivo de la concepción de artista tradicional, al adoptar en ese proceso configurador diversos sistemas de producción pertenecientes a otros campos de la creación. En el texto "*Ficcionalizaciones de la (sub)cultura juvenil*", Manel Clot, especula sobre esa actitud creativa con la que me siento identificado: "...se tratará de artistas para los que la práctica genérica del arte se constituye como un intenso territorio de búsqueda y de proyección, como una actitud pública de abandono de prejuicios y limitaciones, abogando por la superación de las ortodoxias acomodaticias que propicia la inercia evolutiva tradicionalista y por una adecuación consciente y necesaria a lo que podríamos denominar los síntomas del presente". Este posicionamiento no sólo engloba la realización del trabajo sino que parte ya desde la propia gestación, conceptualización del mismo. Si campañas de grandes marcas potencian ese nuevo estilo o filosofía de vida, stp refleja, re_dibuja, revisa... ese cambio de actitud, de comportamiento, de sometimiento, dependencia, sumisión... que experimenta el *teenager*, el *fashion victim*, el *cool hunter*, el creativo.... Ante las direccionalidad impuesta por las tendencias, tendencias que no sólo hacen referencia a un *look*, un aspecto, sino a un estilo de vida.

"young talents" funcionan en tus
os de algo exclusivo, solo asequible
arte contemporáneo en esa orbita?

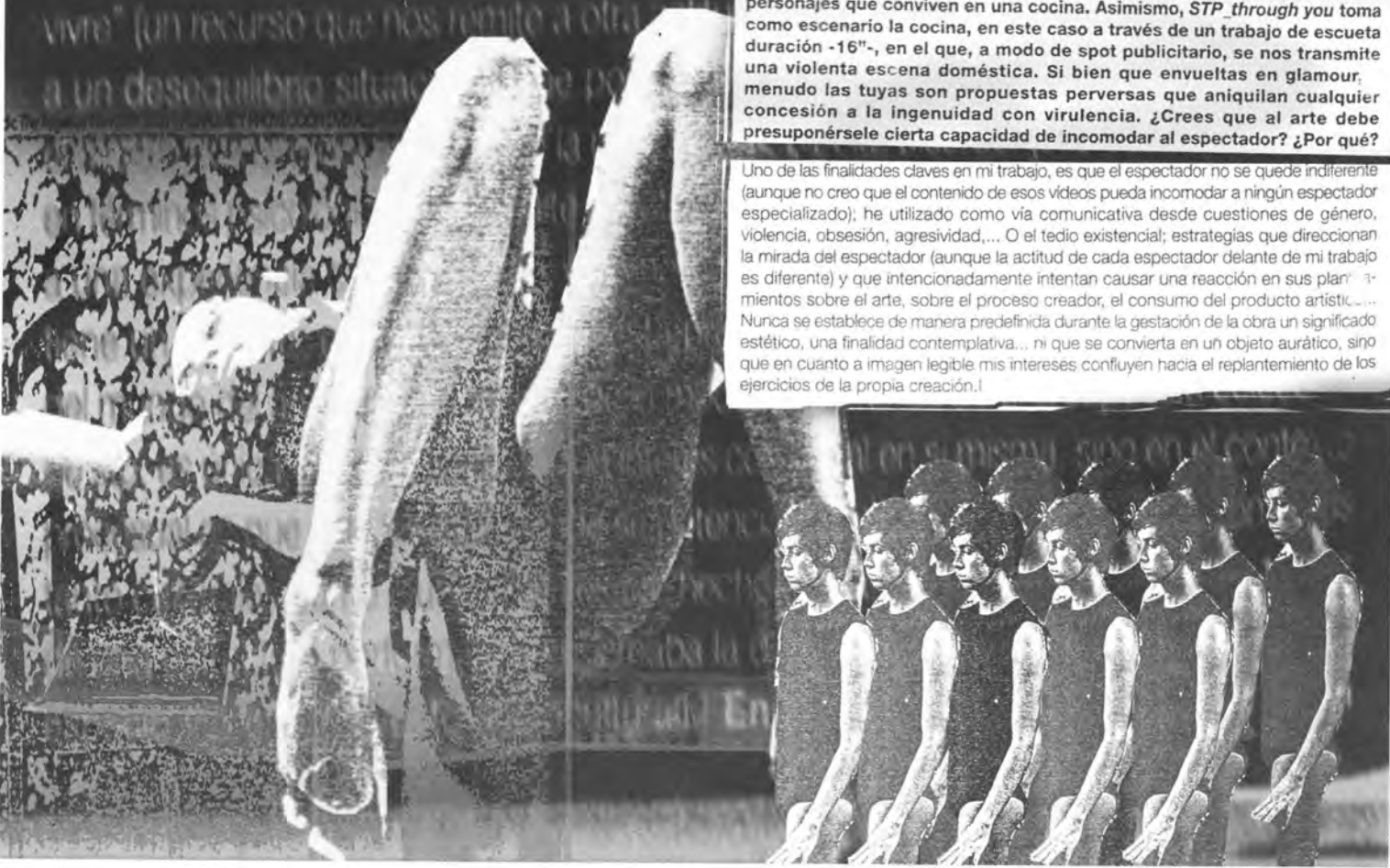
La moda es un ingrediente esencial en tu trabajo. Una de las citas que encabezan tu dossier corresponde a la diseñadora de moda Agnès B: "Whatever you do don't call it fashion". ¿Qué es lo que te atrae de estas palabras?. En tu opinión, ¿qué es lo que convierte un pase de modelos en una propuesta de arte contemporáneo, más allá de la moda?

Agnès B, una diseñadora de moda "tradicional", rebasa, con una sola frase, el límite del propio valor, finalidad, dilatación del producto *fashion*. Ese deseo de ir más allá, ver más... hace que stp, a través de una estructura *fashion*, revise la propia concepción del arte; y eso no quiere decir que pretenda convertir un pase de modelos en arte contemporáneo, sino que, a través de prácticas substraídas de otras escenas de la creación y readaptadas a los mecanismos del arte contemporáneo, ese supuesto *fashionshow* devenga producto arte.

Otra constante en tus proyectos es cierta

estética de lo ambiguo. Personajes andróginos se relacionan entre la diversión y la violencia, el lujo y la austeridad, el glamour y la frugalidad, la sensualidad y la pornografía, el placer y el dolor. Así lo demuestran trabajos como el vídeo de 45' *TechnoBodyBuildingRoom*, donde asistimos a un juego que deriva en metamorfosis transexual por parte de dos personajes que conviven en una cocina. Asimismo, *STP_through you* toma como escenario la cocina, en este caso a través de un trabajo de escueta duración -16"-, en el que, a modo de spot publicitario, se nos transmite una violenta escena doméstica. Si bien que envueltas en glamour, menudo las tuyas son propuestas perversas que aniquinan cualquier concesión a la ingenuidad con virulencia. ¿Crees que al arte debe presuponersele cierta capacidad de incomodar al espectador? ¿Por qué?

Uno de las finalidades claves en mi trabajo, es que el espectador no se quede indiferente (aunque no creo que el contenido de esos vídeos pueda incomodar a ningún espectador especializado); he utilizado como vía comunicativa desde cuestiones de género, violencia, obsesión, agresividad,... O el tedio existencial; estrategias que direccionan la mirada del espectador (aunque la actitud de cada espectador delante de mi trabajo es diferente) y que intencionadamente intentan causar una reacción en sus planes de mientos sobre el arte, sobre el proceso creador, el consumo del producto artístico.... Nunca se establece de manera predefinida durante la gestación de la obra un significado estético, una finalidad contemplativa... ni que se convierta en un objeto aurático, sino que en cuanto a imagen legible mis intereses confluyen hacia el replantamiento de los ejercicios de la propia creación.



MARCEL DUCHAMP (1887-1968)

Caja maleta. 1941 (Boite-en-valise)>

Catálogo que presenta la retrospectiva del artista en una caja con forma de maleta; contiene réplicas miniaturizadas, fotografías y reproducciones en color de obras de Duchamp. Funciona como un museo portátil que resume la actividad artística de Duchamp, creando una especie de museo dentro del museo en el que esta expuesto. Esta obra tiene un carácter autopromocional.

http://www.artcyclopedia.com/artists/duchamp_marcel.html

<http://www.zumbacombo.com/duchamp/>

<http://www.marcelduchamp.org/>

http://www.babab.com/no09/marcel_duchamp.htm



ANDY WARHOL (1931-1987)

Lata de sopa campell. 1962 (Campbell's soup can) <<<<

Da inicio a una extensa serie de imágenes trabajadas en serigrafía, en las cuales se muestra una vista de este conocido producto de comida fácil que es ofrecido en el mercado norteamericano; utiliza líneas simplificadas y colores planos primarios como símbolo por excelencia de una cultura y una forma de vida.

>>>>Caja de esponjas metálicas brillo. 1986 (Brillo Box)

Utiliza las cajas originales fabricadas industrialmente para empaquetar esponjas metálicas "Brillo", las cuales son apiladas y exhibidas como obra de arte. Las cajas están vacías, venden la estética y no el producto. Una manera de rendir un homenaje al fetichismo de la mercancía.

>>>>Con Warhol, el uso industrial de la técnica serigráfica ingresa dentro de los criterios plenos de producción artística por primera vez. El tiene formación como diseñador gráfico y es una de las figuras que, de la mano del marketing, lleva más lejos la idea del artista-empresario. En su obra se establece un cruce entre el mundo comercial masivo y el mundo del arte. Toma imágenes de los circuitos de comunicación de masas que, a través de su sistemática repetición, se convierten en nuevas realidades a los ojos del espectador. Dentro de este tipo de manifestaciones, el proceso de producción es tan o más importante que el producto mismo. Por esta razón el taller de Warhol se llamaba "The Factory" (la fábrica), donde la premisa era producir todo el tiempo.

http://www.artcyclopedia.com/artists/warhol_andy.html

<http://www.warholfoundation.org/>

<http://www.warhol.dk/>

PIERO MANZONI (1933-1963)

>>>Mierda de artista. (1961) (Merda d'artista).

Esta obra se presenta como el excremento del artista enlatado y ofrecido en edición limitada, a manera de producto comestible. Manzoni le da a su excremento categoría de producto (artístico/comestible), criticando así la noción que se tiene acerca de lo que el artista produce (arte). Curiosamente, dicha pieza sufre una valorización monetaria alta. El año pasado una de las latas fue vendida en alrededor de 23 000 libras esterlinas, lo que implica que cada gramo de la mierda de Manzoni cuesta más que el gramo de oro.

<http://home.sprynet.com/~mindweb/page21.htm>

http://www.macba.es/castellano/04/04_02_08.html

<http://www.eha.boj.org/repositorio/biografias/m/msg00021.html>





http://www.artcyclopedia.com/artists/holzer_jenny.html
http://www.bundestag.de/bau_kunst/kunstwerke/holzereng.html
<http://www.geocities.com/Paris/Rue/5047/>
<http://www.proa.org/exhibicion/holzer/>

Yves Klein (1928-1962)

Jenny Holzer (1950)

Tópicos (Truims, 1977).

En éste trabajo la artista estampa aforismos en polos y carteles que reparte por Nueva York con frases como la famosa "protect me from what i want" ("protégeme de lo que quiero"), que después será reutilizada y colocada en un panel electrónico (destinado para propaganda) en pleno Times Square. Además del carácter inminentemente político y social de su obra, Jenny Holzer se destaca por el uso de los medios de comunicación y las estrategias publicitarias para introducir clandestinamente sus mensajes críticos, ya sea en mayor o menor medida, en la opinión pública.

Domingo, periódico de un sólo día. (1960) (Dimanche-le journal d'un seul jour)

Fue un periódico presentado y puesto a la venta en el primer festival de arte de vanguardia de París, en 1960. La información de este periódico no era con respecto a la obra artista, sino a sus preocupaciones, como por ejemplo la idea del vacío, que casi con carácter cósmico es objeto de un artículo. Es la primera vez que un artista utiliza un formato periodístico existente para hacer de él una obra.

Valie Export (1940)

Smart Export / Autorretrato (Smart Export/ Selbstporträt, 1967-1970).

En ésta como en otras obras, utiliza su cuerpo como soporte. La artista se presenta vestida como miembro del movimiento juvenil de protesta de los años 60, sosteniendo en las manos una cajetilla de cigarrillos con su foto impresa donde se lee "VALIE EXPORT", como si fuese el nombre de la marca, además se lee alrededor de la imagen la frase "semper et ubique-immer und überall" (siempre y en todas partes) y en la parte superior se puede leer "made in Austria" (hecho en Austria). Con este trabajo Valie Export, a través de su propia imagen endosada al producto critica la utilización de lo femenino como una entidad comercializable -algo que parece llevar implícita su propia construcción como artista- tanto en el mundo publicitario, como en el mundo del arte. Valie Export busca transgredir los prejuicios predominantes de su época, tales como el machismo en una sociedad como la austriaca de post guerra.

Barbara Kruger (1945)

Compro luego existo (I shop therefore I am, 1987).

Este trabajo constaba de una serie de bolsas de mercado sobre las cuales Kruger estampó dicha frase. Al igual que Jenny Holzer, Barbara Kruger aborda también temas como la violencia, el poder y la sexualidad. Utiliza las formas asumidas por la publicidad para potencializar un mensaje crítico inmerso en un contexto urbano. Pero no solamente se limita a hacer críticas directas a la sociedad de consumo, sino que se vale de la estrategia mediática para elaborar manifiestos sobre los temas que más le atañen, especialmente los ligados al movimiento feminista norteamericano y sus luchas reivindicatorias. Una de las características formales de su trabajo radica en la combinación de texto e imagen, con una tipografía particular (rojo, blanco, negro) sobre fotografías en blanco y negro.

<http://www.arts.monash.edu.au/visarts/globe/issue4/bkrutit.html>
<http://www.tfaoi.com/aa/1aa/1aa667.htm>
http://www.eng.fju.edu.tw/Literary_Criticism/feminism/kruger/kruger.htm
http://www.babab.com/no08/barbara_kruger.htm



<http://home.sprynet.com/~mindweb/page30.htm>
<http://www.immortalist.org.uk/klein/klein1.htm>
<http://hrshhorn.si.edu/education/modern/modern4.html>
<http://es.geocities.com/dada1391/yvesklein.htm>
http://redescolar.lice.edu.mx/redescolar/proyectos/acercarte/como_yves/Klein.htm
<http://museoreinasofia.mcu.es/esp/conteni/sala24/default1.htm>

<http://www.eai.org/eai/artist.jsp?artistID=5769>
http://vax.wcsu.edu/~mccarney/Valie_Export.html
<http://www.gfound.orai/sample/export/export2.htm>

PROTESIS

ÓRTESIS

/// Conjunto de elementos que se **adjuntan** al cuerpo, los cuales **contribuyen** a dar soporte, corregir, o colaborar con el funcionamiento del **conjunto**///



/// Gianfranco Piazzini/
Gabriel Alayza/
chavezharry@hotmail.com/
Luis Salcedo/
Rubicon Gonzales/
Roberto Chevez/
Antonio Felices///



TE AMO Y SIN PALABRAS
EL FERROCARRIL SE
LAS TRAE

CABALLITO DE MAR LINDO DE OLAS
SPLASH Y SSCHHHH

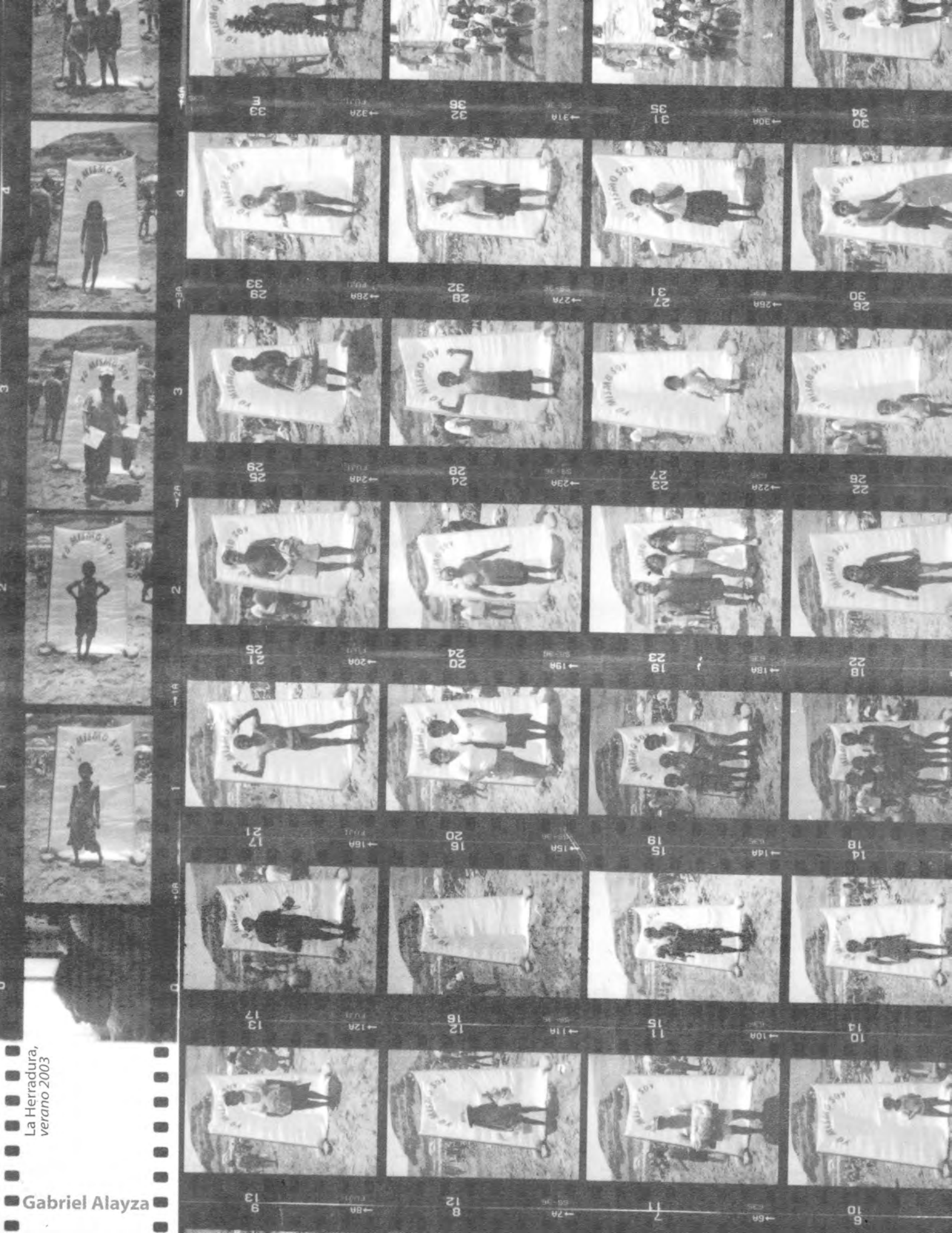
Y EL VIENTECITO HHHHH (UU)

ALGUIEN SABE TANTAS COSAS MÁS
QUE TE HARÍAN FELÍZ

TE PONDRÉ UN NOMBRE: CALIXTO.
¿CÓMO LLAMARÍAS LAS COSAS QUE NO SUPISTE
NOMBRAR?

CALIXTO SUPERÁTOMO Y CUANTITATIVAMENTE
IGUAL SUPER DIATOMEA ASUME LAS COSAS
COMO DEBERÍAN SER Y NO COMO FUERON CREADAS,
POR EJEMPLO EL TELEFONO, QUE DESDE UNA
VISIÓN NOCTURNA PODRÍA CONVERTIRSE EN UN
ARMA DE PUNTA ROMA SOBRE EL JARDÍN

○ EN EL JARDÍN RIN RIN



**Yo
Soy
Tu**



**Y
tu
quien
Eres**

Diego Molina





chavezharry@hotmail.com

Comportamiento Luminoso

"liberar el pensamiento de los grilletes del espacio y del tiempo es una de las aspiraciones del poeta y el místico"
Arthur Stanley Eddington

Isaac Newton estableció en 1687 que la relación del hombre con la realidad (la percepción) estaba determinada por leyes físicas universales:

-"el tiempo absoluto, verdadero y matemático, en sí mismo y por su propia naturaleza, fluye de una manera ecuable y sin relación alguna con nada externo (...); el tiempo relativo es una medida sensible y externa de la duración por medio del movimiento, y se utiliza corrientemente en lugar del tiempo verdadero."

-"el espacio absoluto, por su propia naturaleza y sin relación alguna con nada externo, permanece siempre similar e inmóvil. El espacio relativo es una dimensión o medida móvil de los espacios absolutos, que nuestros sentidos determinan de acuerdo con su posición con respecto a los cuerpos."

La historia demuestra que la ciencia, el arte y la filosofía (en la actualidad diferenciadas entre sí) han evolucionado juntas, nutriéndose mutuamente, educando la relación entre el hombre y la realidad; educando la percepción. El pensamiento newtoniano con sus leyes irrefutables sobre el comportamiento de la realidad física estructuró las pautas con las que actualmente decodificamos lo real (percibimos). En resumen, propone que la realidad se entiende a partir de lo fenomenológico. La materia es susceptible de ser ubicada en el espacio si se compara con otro conjunto material. La comprensión del espacio es entonces relativa. De manera análoga "a la idea de tiempo llegamos a través de la conexión que existe entre aquello que está contenido en los dominios de la memoria y aquello otro que está contenido en los dominios de nuestra percepción sensorial". La relación entre estos dominios conforma nuestra idea de tiempo. El tiempo es también relativo. El hombre fue educándose y construyendo una historia considerando a priori este

pensamiento como un sistema coherente con el cual se percibía la realidad. El arte y la filosofía influidas por el pensamiento newtoniano desarrollaron, cada uno en su respectivo campo de acción, formas (plásticas o mentales) concebidas a partir de este sistema. La filosofía construyó un pensamiento antropocéntrico (el hombre como sujeto en relación al objeto), el arte investigó sobre el efecto de la luz en los objetos (claroscuro) y la relación de los objetos entre sí (composición); todo bajo la sombra de este comportamiento dialéctico (modus operandis de la razón), relativo, irrefutable.

Albert Einstein, a comienzos del siglo pasado propuso la teoría de la relatividad. Esta teoría desarrolla la idea de que el tiempo y el espacio no son ni pueden absolutos tal como creía Isaac Newton; se pueden concebir únicamente cuando se relacionan dos objetos. La razón, cuyo modus operandis es la dialéctica, es quien crea esta ficción. La razón, sin embargo, llevó a Einstein a concluir, con la certidumbre de una ecuación matemática, que "conforme un objeto se acerca a la velocidad de la luz, el tiempo aminora su velocidad gradualmente. A la velocidad de la luz, el tiempo se detiene. No existe un espacio absoluto. Ni siquiera existe un tiempo absoluto".

Tales afirmaciones influyeron sobre el arte y la filosofía modernos. Filosofía y arte concluyeron que "el individuo, para conquistar el máximo posible de verdad, no deberá, como durante centurias se le ha predicado, suplantar su espontáneo punto de vista por otro ejemplar y normativo (...). En vez de esto, procurará ser fiel al imperativo unipersonal que representa su individualidad. (...) La teoría de Einstein es una maravillosa justificación de todos los puntos de vista." Este pensamiento en el siglo XX, es el que fundamenta ideas postmodernas en las que se considera que cualquier cultura distinta de la dominante (occidental) posee en sí misma una verdad igual de poderosa que cualquier otra. De la misma manera fundamenta la idea de que todas las manifestaciones artísticas son verdades inequívocas dado que cada una posee una verdad en sí misma donde el punto de referencia es la vivencia del artista en relación a su experiencia de conocimiento. Todo es válido porque todo es relativo.

"A la velocidad de la luz, el tiempo se detiene. No existe un espacio absoluto. Ni siquiera existe un tiempo absoluto". La luz. La luz es el objeto de estudio (consciente o inconscientemente) de todo artista, sin embargo, la manifestación plástica investiga sobre la luz a partir de lo fenomenológico, de su reacción frente a la materia y viceversa. No toman en cuenta los conocimientos científicos sobre la luz que señalan que "por lo general no vemos la luz; únicamente vemos con ella. No se puede apreciar la belleza de una rosa, si se reflexiona en que el color rojo es tan solo la interpretación que hace el cerebro

de una longitud de onda específica de la luz con crestas de aproximadamente 700 nanómetros de separación". No consideran que la luz trasciende y anula el espacio y el tiempo como tampoco consideran que la materia es energía cuando se le multiplica por la velocidad de la luz al cuadrado. La luz es el elemento unificador. La pintura supo eso desde hace tiempo pero el tratamiento sigue siendo superficial (por tanto variable). La luz, tal como sabemos hoy en día tiene características invariables: Viaja en un instante (300 mil km/s). No tiene volumen. Se comporta como onda cuando viaja y como partícula (fotón) cuando tiene contacto con la materia. Es masa cuando se la divide por la aceleración de la luz al cuadrado. ($E=mc^2$)

La aproximación fenomenológica de la luz, tradicional en la pintura occidental, es actualmente irrelevante y obsoleta. Aprisiona al ser humano en el limbo de las apariencias ocultándole la verdad subyacente, invariable. Estudiar el efecto de la luz en el espacio es impedir la evolución del hombre que, a través de la dialéctica (sujeto-objeto), ha dividido la realidad en dos componentes irreconciliables. División que roe la vida de las nuevas generaciones sometiéndolas a la enfermedad del siglo XX, la ansiedad, un conflicto de fluidez con la realidad. Una realidad aprendida espacio temporalmente, pero que, en la actualidad, supera estas dimensiones a partir del desarrollo de las telecomunicaciones. La tecnología nos plantea una nueva percepción de la realidad: no importa que estés en cualquier parte del mundo físicamente (espacio temporalmente), la verdad es que estás aquí y ahora en la pantalla del televisor, de la computadora, del celular (medios que comunican a través de la luz). Estudiar el efecto de la luz en el espacio es una acción metafórica, figurativa, por ende una acción que traza una herida en nuestra percepción de la realidad y la aleja de nosotros irreconciliablemente, ya que lo que vemos no es lo que es sino su representación determinada según las construcciones mentales psicosociales derivadas del pensamiento newtoniano. "No se puede apreciar la belleza de una rosa, si se reflexiona en que el color rojo es tan solo es una onda". Efectivamente, ya no se puede. Eso es historia. La razón nos ha revelado la verdad: la realidad es una onda.

"El viejo nagual pasó a explicarlo que la humanidad estaba en el primer punto, el de la razón, pero que no todos los seres humanos tenían el punto de encaje" localizado exactamente en el sitio de la razón. Quienes lo tenían justamente allí eran los verdaderos líderes de la humanidad. Casi siempre se trataba de personas desconocidas cuyo genio era el ejercicio de la razón.

Dijo luego que en otros tiempos la humanidad había estado en el tercer punto, el cual, naturalmente era entonces el primero. Pero que después, la humanidad entera se movió al lugar de la razón. Y que en los tiempos en que el primer punto era el conocimiento silencioso, tampoco todos los seres humanos tenían el punto de encaje localizado directamente en esa posición. Eso significaba que los verdaderos líderes de la humanidad habían sido siempre los pocos seres humanos cuyos puntos de encaje están situados en el sitio exacto de la razón o del conocimiento silencioso. El resto de la humanidad, le dijo el viejo nagual a don Juan, eran simplemente espectadores. Eran los que admiraban y cantaban odas a los héroes de cada una de esas posiciones"

* Punto de encaje: lugar en la estructura del ser a través del cual los filamentos luminosos propios se relacionan con los filamentos luminosos ajenos para construir una determinada percepción de la realidad.



PINTA LUISITO
Y NO MOLESTES
¡DHII!



Te levantas de día, te levanta el sol, me aburre tu "aburre", sí, ese aburre tan infante, tan incoherentemente niño, ya tienes más de veinte y sigues igual. Igual de casa, de cama, igual de años viviendo de miedos, igual de años viviendo entre drogas; te llegó a gustar ese dulce estado, ese agrio mundo.

- ...Hola, que tal como te fue en el ciclo.

- ...Sí, bien todo bien - háblale pues huevón -.

-... Y....., viste esa película que estaban dando en el Pacífico, una mexicana creo, no sé - puta que esta cojuda es la más Hollywoodense -.

- No..... pero la última de Tom Cruise..... - cállate y vete mejor, pero qué te pasa, ya, vamos a ver cualquier cagada, ya, que chucha -.

Tengo miedo, sí!. Tengo miedo, y qué importa eso, ¿te importa a tí?. sí, a tí, mundo de dinero y ficticio, tan ficticio como tu mismo o mi amor por las nubes. Las nubes son buenas, las nubes son nubes, quisiera ser nube, nube de mierda, yo te quiero, nube-mentira, nube de alma, nube de mí; me siento una mierda y soy una mierda, ¿te gusta la mierda?, ¿por qué no?, siempre vivimos así, no?, rodeados o dentro de ella, y total, pues somos humanos ¿no?, te acostumbras al fin ¿no?. Sí, tengo miedo, a mí mismo y a tí mismo, a todos los "mismos", a todos los locos, y a todos los soles y lunitas del pasaje o jirón de esa avenida larga y bullanguera, todos esos domingos (que me rompiste la pista en la bilis), que me jodiste la resaca y a las nueve nomás me mandaste

directo al water, con todo mi odio, ahí en el hígado de vida que te buscaste, hígado de madre buena, hígado (tal vez también páncreas) de tu viejo loco, loquito, pero bueno también, todos los lunes siguientes que no me dijiste nada, y nada pues, ándate a llorar toda tu resaca de juventud hinchada a la otra calle si quieres, si pues, yo llorando todas mis jodidas neuronas, soy joven dice el macho

huevón, si pues es joven tu cabeza de burro y medio bestia, bien sericito el cojonudo se defiende, sí, yo veinte años, saber algo de "algo", tres referentes en historia y ya la hiciste, que huevón, todo es así, la vida es así y no la he inventado yo, y te fuistes en composición masiva, de letra para vals o lo que sea, no sé, toda esa música que me llega al pincho; no seas huevón, si los créditos que te faltaron el ciclo pasado y te jodiste, te cagaste, todos los Barrancos y todos los sábados y todas tus insatisfacciones amorosas, sentimentaloides, sensibleras; te cagaste, la boleta vence mañana, y te agarraste a la Sandrita y a la Andreita y a las demás itas, claro, que yo pongo la jato, yo la pongo, vamos a mi casa, cuál casa, cuando tu viejo se enteré, nada de las "socios" o las "antros" con las que tanto fantaseabas, derecho al derecho (y te quedastes sin logías), si pues por adolescente tardío te pasa, y mis miedos, dónde se quedan; tú si que eres el más huevón, si que el cine, que vamos a la feria del libro nomás, y te cagas por la otra esa, sí, esa cojuda, si pues, pero qué mierda te pasa, no pasa nada, no lo sé, sí que lo sabes, tus inseguridades las sabes, tus timideces las sabes, tus drogas favoritas las sabes; sí, sí, sí! que quiero romper ese esquema, ese mundo fantasmal, ese mundo de trances adultoides, déjate de falsedades nenito, hijo de papito, no lo sé, si pues, tengo problemas, voy a cambiar, no me jodas con tu rollo ese, si pues, que algún deporte, que el yoga, no sé, ya pareces esos panfletos de mierda de autoayuda, te inventas cada huevada, sí, y sí, sí! que me cago por la Sandrita, pero no le digo nada pues, otras excusas, inventas mundillos, que vámonos de viaje y que en la playa me la tiro pues, puras huevadas, no sé; mi viejo quiere que haga algo, no me da billete, semejante conchudo, puta pero la de Lima es la mejor, si que comunicaciones y pásame el fono del James, si que 9714 5687, si que la máxima hierba y vuelves siempre a la misma cagada, domingo de mierda y ese jironcito de mierda, pero más mierda aún, los alcaldes bufones pues, esos cagados que dicen reparar las pistas, justo en la mañana, y tu resaca siempre jodida y tu Barranco siempre quebrado; si pues, que vendiste los de Black Sabbath y el boxset de los Doors, te cagaste pues, y doñó, pero pasó, si pues, tu vas acabar en Chaclacayo recitando las Biblia de memoria con esos curas rehabilitadores de mierda, y tus viejos se cagaron, cambíaste tu discman y vh por pepas y fiestas, ya no te alcanzan más Barrancos, si pero el festival de..... y la concha de tu madre, si que para el cine, si que me gusta tomar fotos y que voy a pasar varios cursos este ciclo, si que nadie te comprende, puta, que tu de cuantas adolescencias vas a vivir zángano color vergüenza, color clase media, si pero no sé....., no pasa nada; y Sandrita, puta no sé, pero cuándo es la matricula huevón que si no me cago, ya me faltan dos ciclos nomás, si huevón, dos años, dos miedos, dos mundos, que te falta para irte de este país de mierda que tiene toda la culpa ¿no?, que será pues, pero huevón cuándo sale la boleta pues, no me cagues. Si pues, y tengo miedo, cuál miedo, quiero una nube, cuál nube: cállate y apúrate y dame los diez dólares, qué, no la fbamos a hacer entre los tres, sí, pero el Javier dice que no tiene plata, que la puta madre, puta que ni se aparezca ese huevón; hola, habla, que tal, cómo te fue en el ciclo, si bien todo bien, háblale pues huevón, y viste esa película que estaban dando en el Pacífico, esa pues, creo que era mexicana, no sé, puta, esta cojuda es la más hollywoodense, ay, que el cine como diversión, y que la

Cómoda tu bilis

Rubicón Gonzales

última de Tom Cruise, cállate y vete mejor, pero, qué te pasa, ya pues, vamos a ver cualquiera cagada, sí, mañana puedes, sí, ya; y otro ya de puro nervioso, y la nube que se vaya al cielo pues; oe y tu primo ese, el quemadazo, qué, sigue en la Católica, no sé, creo que lo botaron y se fue a la Richi, si pero el huevón se rehabilitó, se fue con los evangelistas creo, o demás dioses al paso, si mi tía estaba rehappy, cada estupidez que dices, huevadas nomás, y vamos a la feria y vamos a buscarnos algo que hacer, pero algo, sino yo quiero a mi nubecita y cállate marica, sí, y los miedos siempre están ahí, sí, ahí pues, como de adorno, que se va hacer.

- Nada - dice Jorge tratando de no botar el humo que había aspirado -.

- Si pues, nada - le responde casi atorándose -.

-Oe, mañana hazme la taba a las Malvinas, quiero vender unos discos, puta no sabesayer.....

- Chéveres! , yo también quiero..... - le vuelve a responder Jorge, pero ahora con los ojos totalmente inyectados de sangre -.



Carta a Paul

Antonio Felices



Querido Paul Alonso:

Ayer por la noche mientras festejábamos el cumpleaños de un amigo me sucedió algo muy extraño.

Luego de la cena k compartimos y mientras conversábamos empezamos a fumar porros y te seré sincero yo no fumaba tantos desde k tenía 15 años. Así y mientras me quedaba mirando a una chica k no paraba de armarlos, me acordé de lejanas épocas cuando algunos fumábamos tanta marihuana como para reírnos durante horas y me preguntaba k había pasado con ese tiempo ¿por qué ahora lo tenía tan presente e idealizado? Y ¿por qué sabía con tanta certeza k ese tiempo estaba conmigo y k yo soy ese tiempo?

Entonces recordé lo que alguien escribió alguna vez: "toda historia es una interpretación y si bien antes veíamos los sucesos de allá (de un pasado lejano) estando acá; ahora con las fotos, los videos y todos esos registros podemos decir que ya no hay un allá y que desde acá interpretamos y reinterpretemos nuestros sucesos infinidad de veces dependiendo de tal o cual estado anímico o dependiendo de infinidad de factores."

Y fue entonces cuando la historia se detuvo para mí. Con un pasado k siempre estaba presente, en gran medida x la manía k hemos desarrollado ciertas personas x registrarlos todo. Ya no había más una única historia lineal que con el sueño del progreso te llevaría a la felicidad. Caí en la cuenta k hay una infinidad de maneras de contar un mismo suceso, así mientras anoche recordé gratamente a mis amigos y los porros, quizás mañana no sea así; pero al final todo eso no me atormentó en ese momento.

Lo k empecé a preguntarme era sobre quien me había estado contando la historia hasta ese momento, si antes había concluido k no había una sola historia ¿cómo era posible k solo me enseñaran una historia?, ¿k intereses se escondían detrás de esta "historia"?

Bueno pero te diré que hasta es momento todo seguía un devenir sin sobresaltos, la chica continuaba armando mas petardos y x otro lado yo persistía en mis divagaciones sin k ellas generan preocupaciones capaces de desencadenar una crisis, es cierto eso de que "la historia" me estaba haciendo pensar no obstante para ser sincero ya la había oído antes aunque sin entenderla.

Pero fue entonces cuando sucedió, Paul, y fue justo mientras me acerqué a esta chica que cayó esa frase no se de donde salió ni k detono su explosión solo recuerdo k alguien me había dicho k todos las culturas son códigos y por tanto nos desenvolvemos y somos sistemas de códigos y así mientras intentaba hablarle a está chica, k no paraba de hacer porros, lo único k hice fue poner en práctica una secuencia codificada, ya no solo a nivel del lenguaje sino también cuando movía mis manos cuando la miraba, todo mi anatomía estaba al servicio de estas secuencias. No pensé en otra forma de comunicarme, así lo había aprendido y aun no olvido los códigos k me enseñaron de pequeño en aquel balneario del norte de país y tampoco soy, aunque lo anhele, un receptor sin tabúes de nuevos códigos. Comparto ciertos significados con ciertos grupos sociales y esto me permite comunicarme.

Sin embargo y ya k aun no olvidaba el asunto de "la historia" me pregunté otra vez quien estaba detrás de esos significados, que intereses de poder se ocultaban detrás, ¿qué subjetividades habían construido algunos de los significados k estaba usando y porque ahora no los re-definía y más bien los asimilaba sin cuestionármelos?

Qué problemas más complejos se me presentaban esa noche, estimado amigo, pero para entonces y para suerte mía recordé lo k hacía en casa cuando despertaba de una noche de fiesta al día siguiente. Si era verano salía a la calle y mientras bebía mucha agua, manejaba un carrito a control remoto x una pista en la que no pasaba nunca nadie, te cuento esto y no creo k puedas imaginarte mucho aquel estado de tregua. Porque es la luz de ese día y la tierra entre los dedos de mis pies lo k recuerdo, son los olores y esa cabeza k no paraba de doler.

Porque, Paul, al final es esa mi historia, la k empecé en algún momento y en la k ahora escarbo a la k recuerdo y relaciono.

Y a la k tal vez, mañana al despertar reinterprete una vez mas, porque esa noche mientras pensaba me dije k en una mañana de estas tenía k salir a ver una calle pese a andar sin un carrito a control remoto.

Hasta luego Paul

Hasta luego

Qué tremendo fue mi susto cuando me di cuenta de ello, tenía y concluí k me era muy difícil llegar a recordarlo.

No recuerdo muy bien k me dijo pero yo le dije sí. Entonces ella me pregunta: eres amigo de Pablo?, caí en la cuenta k se refería a mi amigo Pablo el chico k cumplía años y yo empecé a contarle la manera como lo conocí.

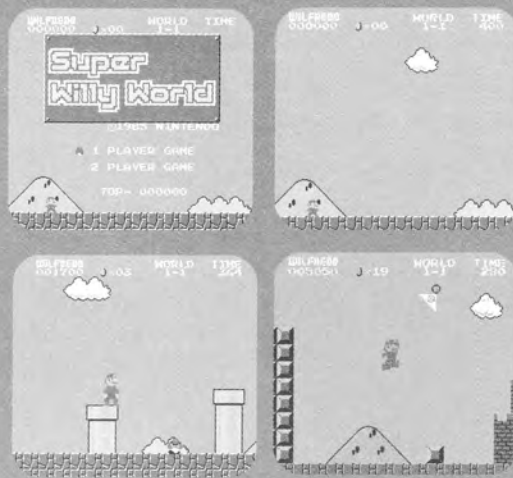
Al final concluí k mis recuerdos son todos una suma y sigue..., me puse a pensar en todos los traumas, en todos los sucesos k había dejado sin resolver o en aquellos k por alguna nefasta razón recordaba y k poco a poco se han ido convirtiendo en un lastre cada vez mas pesado. Y los empecé a desmenuzar y escarbé y busqué los relacioné...

Eso de recordar e interpretar los sucesos también sucedió cuando no existían estos artilugios de registro, sin embargo en ese entonces nadie se preocupaba de si en verdad sucedió o no, simplemente te lo contaban, ahora en cambio si registramos un suceso podemos decir k lo hemos vivido así no sea cierto.

**PORQUE MANDAR
UN FONTANERO
CUANDO UN ZERMAJE
PUEDE HACER
EL TRABAJO?**



ZERMAJE tm



Para que conformarnos con el clasico juego del fontanero, cuando tenemos valores nacionales dispuestos a mucho mas. Juega a traves de los niveles y trata de limpiar todo a tiempo antes que se te haga tarde para llegar a tu oasa. Lleva a Willy por los salones de Graficas, descubre los power ups de conejo y derrota a las huestes del mal, todo antes que tu esposa te de una paliza. Super Willy World, diversion para toda la familia!!!

**SUPER
WILLY
WORLD**
namco tm
ZERMAJE
SEGA
PS2

En este primer número queremos recordar y solidarizarnos con las víctimas del conflicto armado interno que vivió el Perú entre 1980 y el 2000,* y con todos aquellos que siguen buscando en el esclarecimiento de los hechos una manera de afrontar el futuro con optimismo y justicia.