

Entrevista a Sergio Abraín y Antonio de Clemente, directores de la revista El ojo vaciado

Malos tiempos para la lírica, pero a pesar de ello dos tenores se han unido para crear una "revista de arte" analógica-digital. La experiencia de Sergio Abraín y la juventud de Antonio de Clemente unidos en una feliz sinergia y sincronicidad.

Sirva esta cita de Matisse para definir el espíritu en el que se mueven sus dos directores: "La gente creativa es curiosa, flexible, persistente e independiente con un enorme espíritu de aventura y amor al juego".

Ciertamente no es un producto novedoso como tal, pues hay bastantes precedentes, pero si es cierto que se desmarca de otras publicaciones actuales de arte, aportando aspectos inéditos hasta el momento. Frente al escepticismo de los conservadores y la incredulidad de los pragmáticos, una apuesta valiente, fresca, arriesgada e ilusionante. Una revista parnasiana llena de propuestas que de un lado concita las distintas disciplinas artísticas y de otro condice diferentes registros artísticos.

La revista está llena de meandros en donde se esconden muchos mundos por descubrir llenos de evocaciones. Por ello la publicación se conforma como el tótem (objeto de culto) estético de un acto coral, guiados por vectores y líneas maestras de una estrategia eficaz.

La revista es una apuesta estilística que contiene propuestas transversales donde convergen lo poético, lo narrativo, lo intelectual, lo ensayístico, lo documental, lo visual... que

permite expresar pensamientos, ideas y emociones.

Para hacer las cosas bien hay que perder el miedo a hacerlas mal. No hay diseño sin disciplina, no hay disciplina sin inteligencia.

El nuevo paradigma de hipermodernidad, donde dominan el exceso, el descontrol, el hiperconsumo, el hipernarcisismo, el hiperindividuadilismo, el estrés permanente, la sobreestimación y se contrapesa con este oasis visual emocional, que es el ojo vaciado, y que contribuye, como marchamo, de auténtico contrapunto equilibrador.

En *Gustar y emocionar: ensayo sobre la sociedad de seducción*, publicación de Lipovetsky, establece que los procesos de seducción se han constituido en la nueva “centralidad y potencia estructuradora de la vida colectiva e individual”.

Nos sentimos seducidos por una materialización exquisita y cuidada y con un contenido, no solo visual (emoción) sino intelectual (razón) que se recoge en el cuadernillo que acompaña a la revista. No es meramente una colección de láminas, sino una muestra muy visual de "Filosofías Estéticas" que invitan a reflexionar sobre una época convulsa y rica en producción en todos los registros artísticos. Es un Grand Tour por el campo del Arte. Las ideas tiranizan al que tiene pocas y esta publicación es un buen ejemplo de todo lo contrario, pues contiene un amplísimo abanico y oferta de poética.

No es una revista de éxito, es una revista de valor. Una revista más sensual que cerebral, más pragmática que conceptual; en la que uno de sus objetivos básicos es la de manumitir la sensualidad. Un trabajo minimalista en los medios y maximalista en las emociones. Una revista temáticamente épica, visualmente plástica, conceptualmente contundente y humanamente sensible. En donde frente a la indolencia de la razón ha primado el epicureísmo de la inteligencia.

-¿Cómo surge la idea de la revista y cómo se inserta en el panorama cultural de las publicaciones sobre arte?

Esta publicación es un proyecto labrado desde hace mucho tiempo. Ni siquiera nos habíamos dado cuenta hasta que finalmente en un encuentro fortuito de sus componentes con el compositor Jesús Torres uno de ellos nombró la revista visual *Zoo-Tropo*, *espacio Pata Gallo* y al poco tiempo tirando de aquel hilo apareció *El ojo vaciado* a la que en ese mismo momento Jesús le dedicó “Arrebatos” que fue la primera obra con la que contó *El ojo vaciado* y que abrió su primer número interpretada por el acordeonista Rodrigo Ramos.

-¿Qué antecedentes y referentes se encuentra entre la revista y cuáles son sus objetivos? ¿A qué obedece el título de “El ojo vaciado”?

Hay un halo de rebeldía frente al conformismo, respeto y convencionalismo por lo establecido que se respira en la revista. Transgredir, crear y actuar parecen ser los lemas de la revista donde la imaginación -la impostura de la razón- tiene su valedor.

El ojo vaciado a su vez rinde un homenaje a: *Orgón*, *Atelier Bonanova*, *Neón de Suro* y *Zootropo* entre otras. Y también a los muchos artistas que han trabajado en este tipo de publicaciones y otros tantos que han publicado sobre el arte visual como: George Braziller, Judd Tully, Catherine Coleman, Martha Wilson, Emily Dickinson, Howard Goldstein, Fernando Millán o Javier Maderuelo entre otros.

-¿Cuáles son los criterios de maquetación, de selección de contenidos y temáticos?

El ojo vaciado se presenta como un ensayo visual, una acción

poética interdisciplinar basada en el comisariado experimental, que nace en un no-lugar sin límites espacio-temporales y que se convierte en un museo imaginario que permite establecer nuevas relaciones dentro del panorama creativo actual huyendo del conocimiento parcial y distorsionado del arte.

El impacto de una obra de arte es proporcional a la astucia de sus insinuaciones. Y en la revista hay una mirada, una aproximación con mucha luz y muchos posos. Desde el arte retiniano pasando por el abstracto y recogiendo el conceptual. Todo ello matizado por el pensamiento útil y la creatividad que conforman una publicación entendible como “objeto de arte” o “libro de artista” que como una revista al uso.

El diseño de la revista es el primer paso para externalizar visualmente a *El ojo vaciado*. La revista está conceptualizada como señalábamos anteriormente como un objeto de arte que hace de vehículo o medio para transmitir un proyecto al espacio público y artístico actuando como un sobre sorpresa, ofreciendo experiencias visuales y sonoras interactivas relacionadas con el arte y la creación.

En la publicación hemos dispuesto las obras de los artistas no tanto por su planteamiento formal, sino principalmente por sus contenidos emocionales y vivenciales que le son propios cerca de un arte ligado a la experiencia y la vida. Por tanto, la maquetación se guía según nuestro criterio artístico - arbitrario naturalmente- de lo que a nosotros nos interesa, mostrando el diferente y gran potencial creativo de los creadores, que son nuestros compañeros de viaje.

Desde el punto de vista del diseño, *El ojo vaciado* tiene su estética propia. Una estética inusual en el contexto actual de publicaciones de arte, artísticas o sobre arte. Se ha creado un contexto estético lo más neutro posible con la libertad creativa necesaria para este fin, pero siempre con un carácter propio. La revista está diseñada como un conjunto de

individualidades relacionadas entré sí -es la expresión de la totalidad el objetivo final-.

El ojo vaciado propone una actividad más que una mera experiencia visual de un objeto artístico impreso. Este soporte de papel está tratado en diferentes texturas, planos, olores, sonidos y textos con relación a las obras publicadas. Todo ello como parte de un poema visual y sonoro. Cada elemento y espacio tiene un significado propio, así como las intervenciones plásticas, de volumen y sonoras, (incluso las accidentales también cuentan).

Los márgenes son las costuras de la revista, las ventanas hacia el exterior que marcan algunas pautas fundamentales del carácter hermenéutico desde el punto de vista poético y filosófico, aparentemente aleatorio. Como módulos que estructuran el discurso y la trama de *El ojo vaciado*.