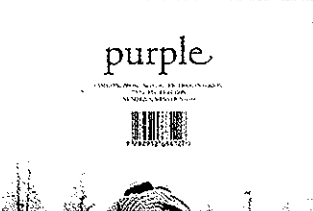
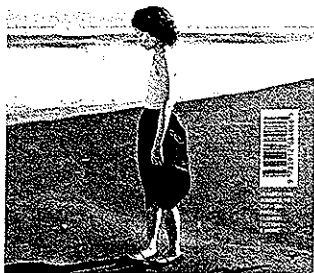


Purple

PURPLE



Purple



3

PURPLE

Distribuida en librerías de fotografía y/o arte contemporáneo, Purple ve la luz dos veces al año con un contenido y un continente más propios del libro de arte que de la revista de moda. A lo largo de casi medio millar de páginas y desde una oficina parisina, su editora Elein Fleiss ordena imágenes y palabras en cuatro bloques que antaño se publicaban de forma independiente: Purple Fashion, Purple Prose, Purple Fiction y Purple Interior. La suma ropa+muebles podría hacer pensar en el chic-de-nuevo-rico de la revista Wallpaper. Nada más lejos. En Purple se busca la belleza en la realidad más ordinaria del mundo que nos rodea. Una sensibilidad capturada por fotógrafos como Wolfgang Tillmans, Juergen Teller o Terry Richardson: disparando sus cámaras desde la tierra de nadie que separa la foto "de moda" de la foto "de artista" y apuntando a las creaciones de la *intelligentsia* internacional del diseño: Helmut Lang, Comme des Garçons, Martin Margiela *et al.* Pero, a diferencia de otros títulos (i-D, Dutch, Surface...); Purple esconde sus sorpresas en las páginas de Prose y Fiction. Allí descubrimos a Thurston Moore (Sonic Youth) escribiendo sobre la política de la vida de cada día, a Harmony Korine ('Kids', 'Gummo') respondiendo a la pregunta 'Do drugs and sex go together?' y a Gerard Malanga (el superviviente de la Factory) colaborando con dos poemas titulados 'Avaricia' y 'Chismes' ■ JOAN MANEL JUBANY



EL GRAN TRUEQUE

Obviando revoluciones más o menos formales, hace lustros que los espacios televisivos son todos iguales. ¿Todos? ¡No! En un (no tan) pequeño canal local resisten la invasión de la homogeneización con 'El Gran Trueque', un programa para el que las palabras innovador y original no son adjetivos gratuitos. La idea parte del artista-filósofo Matthieu Laurette, empeñado hace años en cuestionar la validez del sistema capitalista y quien echa mano de lo que sea para promulgar sus consignas. El programa se inició con la oferta de trueque sobre un coche: aquella persona que propusiera el objeto más atractivo para cambiarlo por dicho automóvil se lo llevaba. Evidentemente, nadie va a proponer un artículo de mayor valor que el objeto ofertado, con lo cual el "concurso" acabará degenerando, indudablemente, en el intercambio de cachivaches irrisorios. Y ahí reside la gracia del asunto: invertir la percepción que se tiene de los términos caro-barato. El trueque, pues, pasa a ser una forma de darle la vuelta a la lógica de la ganancia, convirtiendo el mercantilismo en blanco de burla ■ ÁLVARO MORA. 'EL GRAN TRUEQUE' SE EMITE EN CANAL BIZKAIA (CANAL METROPOLITANO DE BILBAO, 48 UHF) TODOS LOS DÍAS DE LA SEMANA.

IMATRA

Con la puesta a punto de la ría, el Guggenheim a rebosar y ese metro futurista del gran Foster, parece lógico que la ciudad del Nervión troque aquel pasado siderúrgico por industrias mucho más limpias y modernas. Es por ello que, periódicamente, tenemos noticia de la apertura de nuevos centros de diseño, música, arquitectura, arte, interiorismo, moda... que salpican la inquieta Bilbao, con una efervescencia claramente en alza. Imatra es un buen ejemplo. Lo suyo es el diseño industrial (muebles, cocinas...), pero con una sensibilidad artística que hace de su espacio una experiencia que trasciende la funcionalidad del objeto expuesto. En la actualidad preparan un proyecto con diseñadores del colectivo Droog Design y han participado en la muestra 'Coeur Locale', sita en la localidad alemana de Oranienbaum. Y, nos comentan, el objeto estrella que van a promocionar en breve es el mueble experimental Aire. En resumen, Imatra, más que una tienda, es un foro de intercambio entre artistas-creadores-diseñadores-arquitectos-y(por supuesto)-visitantes. Borrar fronteras, esa es la clave ■ MISTER PILLOW. IMATRA. C/ VDA. DE EPALZA, 13 48005 BILBAO. TEL: 94 415 76 90. FAX: 94 415 76 91.

