

“Proyectar Navarra”

Javier SENOSIAIN



Proyectar Navarra nace en 1988 con un objetivo prioritario: la supervivencia. Movidos por ella vamos avanzando y son las leyes del mercado las que condicionan nuestro enfoque y contenidos. Nace con el ánimo de mostrar la realidad constructiva del momento en nuestra Comunidad, recogiendo aquellas obras destacables tanto por su interés constructivo y de proyecto, como por su relevancia social y cultural. En concreto fue a finales del verano de ese año, en una oficina de la calle Nueva (una buhardilla de apenas cincuenta metros cuadrados) cuando, una tarde, tres amigos empezaron a soñar, un sueño que su inexperiencia y juventud hizo llevar adelante, con más voluntad que acierto, consiguiendo que Sáinz de Oiza fuera su padrino, les reconociera y les diera su bendición.

91

A lo largo de estos años, van apareciendo periódicamente números de *Proyectar*. Paso a paso la revista y la construcción van evolucionado de la mano, al tiempo que crece el esfuerzo por mostrar, de la mejor manera posible, estas actuaciones mediante cambios constantes: temática, cabecera, fichas, maquetación, guía, monográficos, CD-ROM, formatos...

A principios de los 90 planea una crisis económica que, en 1994, comienza a dejar respirar a un sector que la había padecido de forma brutal, afectando de igual manera al grande y al pequeño. Entonces, *Proyectar* incorpora en sus páginas lo que luego ha resultado una útil herramienta de trabajo para los lectores: las fichas técnicas. En ellas los profesionales pueden consultar quién puso un determinado material o quién facilitó una sofisticada maquinaria. Un acierto que ha ganado importancia día a día.

Los años siguientes son años de crecimiento y puesta en marcha de una nueva edición: *Proyectar La Rioja*. Además, se establecen nuevas temáticas en forma de monográficos (energía, medio ambiente, climatización); nuevas ediciones especiales (guía de la construcción, especial vivienda...) hasta que en 1998 se produce otro gran cambio en *Proyectar*. Nuevo logo, nueva maquetación, nuevo formato, nuevo equipo, nuevos proyectos y por último nuevas oficinas. Hay que tomar aire y leer despacio para asimilar todo esto, tiempo inversamente proporcional al que tuvimos para conseguir que todas estas palabras tomaran forma y consiguiéramos una nueva revista. Al final lo logramos.

En ese año y tras una década de trabajo llega el momento de detenerse en el camino y de volver la vista atrás para reflexionar sobre este periodo, recogiendo una serie de pinceladas que sirvan de muestra del conjunto de la actividad constructiva en Navarra. Con tal fin nace el número especial X Aniversario que recopila, de forma visual, el camino recorrido, conscientes de que las obras que recoge representan a un grupo mucho más amplio de actuaciones de elevado interés, que hubiera sido imposible recoger en un solo número. No contentos con esto, realizamos una exposición en la ciudadela en la que a través de diapositivas se podía pasear, año tras año, por la arquitectura y las infraestructuras navarras.

Hasta ese momento han pasado diez años de *Proyectar*, pero la vida sigue y se continúa construyendo y proyectando Navarra hacia el siglo XXI, por lo que seguimos mostrando la realidad de esta Comunidad. Al inicio del 2000 publicamos otro número especial, en esta ocasión dedicado a los proyectos más interesantes que se estaban preparando para el futuro: *Proyectar el siglo XXI*

A lo largo de todo este tiempo, palabras como innovación, iniciativa, empuje y proyección, especialmente referidas al amplio colectivo de diseñadores, arquitectos, aparejadores, ingenieros, constructores... han convivido con *Proyectar*. En nuestras páginas se recoge, analiza, comparte y difunde la realidad constructiva de Navarra; servimos de vínculo de unión de ideas, sueños y realidades, a un público objetivo que ha demostrado con su fidelidad que les interesamos. Todos ellos, junto con las personas que hoy forman la plantilla de *Proyectar*, han compartido en esta revista ideas, esfuerzo y amistad. En resumen, buenos y malos momentos.

92

Cultura, revista cultural

Agradecemos la inclusión dentro de este grupo de revistas culturales a las que dedicáis este número, pero cultura pueden ser los contenidos de *Proyectar Navarra* en la misma medida en que lo es la arquitectura dentro del mundo de la construcción, donde los costos, las plusvalías, el precio del suelo... van superponiendo filtros que acaban por distorsionar los proyectos de los edificios. En paralelo, una revista dedicada a la arquitectura y a la construcción tiene el aspecto cultural condicionado por muchos otros, el primero de ellos el económico.

En una sociedad de consumo, ¿qué lugar ocupa la cultura?, ¿es un producto o está más allá del mercado? y, entonces, ¿a quién pertenece?

Vemos que hay dos tipos de artes: las que son un acto de creación individual (pintura, literatura, música, escultura...) y las que para llevarse a cabo necesitan el trabajo remunerado de muchas personas, las que en su preparación y montaje precisan realizar la inversión de una mayor o menor cantidad de dinero, además de un lanzamiento/promoción que haga que la sociedad pague por disfrutarlo. Este es el caso del cine, el teatro, la danza, la arquitectura... actividades/artes que para su realización hoy día necesitan sumergirse en la sociedad de consumo y organizarse como "industrias" (la del cine, la

teatral, la editorial...) y cuyos productos puestos en el mercado suelen ser, en muchos casos, vistos peyorativamente y calificados como "espectáculo" para diferenciarlos de la cultura "académica/institucional".

Pero todos nos tenemos que mover en el mismo terreno, que es aquel en el que nos ha tocado vivir, y salimos al mercado a vender nuestro producto "cultural": unos se decantan por la "puridad", están por encima del dinero, se refugian en su torre de cristal y viven ¿de qué?... de las subvenciones institucionales (incluso con obligadas concesiones más o menos asumidas) y ahora incluso de esas "instituciones de mecenazgo" en las que algunas empresas camuflan sus beneficios en aras de la "optimización fiscal". Otras, por las características de sus "industrias", se ven, nos vemos, obligados a competir, a hacernos un hueco en el mercado y a conseguir en él unos ingresos que, al menos, compensen los gastos y no nos cuesten pérdidas y cierres.

¿Cómo sobrevive uno en el mercado?

Como una empresa: buscar los clientes-lectores, ofrecerles algo de su interés y, mejorando constantemente, conseguir fidelizarlos y obtener esa introducción en un sector que permita satisfacer al anunciante que ve así satisfechas sus expectativas de difusión.

Por otro lado, hay un componente en la revista cultural que hay que desbrozar ¿somos información u opinión? Hay que trasladar la libertad de expresión hasta la obligación de decir lo que se piensa. ¿No llevamos demasiado lejos estas actitudes casi "religiosas" por su carga de fanatismo? O acaso, ¿no somos un medio informativo y como tal lo que debemos hacer es contar (en nuestro caso enseñar) lo que se hace, dar voz a los protagonistas y si se quiere (y siempre bajo un rótulo de "opinión") decir lo que a uno le parece?

Y finalmente, ¿qué tenemos de cultural las revistas que no tengan, por ejemplo, las librerías y... ¿acaso las consideramos como algo cultural?... y ¿a los cines?... y ¿a los grupos de *rock and roll*?... y ¿a los arquitectos?...

En resumen, agradezco mucho la invitación que nos hacéis puesto que implica que nos incluíis dentro de las Revistas Culturales, pero después de doce años de trayectoria, debemos reconocer que, sin renunciar a la cultura que suponen los contenidos que manejamos, aspiración cultural no tenemos ninguna, preferimos alinearnos entre los medios de comunicación con la particularidad de que sólo hablamos, nos movemos en el mundo de la arquitectura y de la construcción y, como uno de ellos, nos limitamos a mostrar lo que se hace en ese mundo; mostrarlo lo mejor posible (desde su planteamiento hasta sus aspectos formales más mínimos) y pelear por la supervivencia sin deber nada a nadie... excepto dinero a los bancos.