



BALKAN WARS	
PRESENTATION	06
WHAT ARE WE PLAYING AT?	08
BALKAN WARS	10
THE MAKING OF BALKAN WARS: THE GAME	16
INTERACTIVE MULTIPLAYER VIDEOGAME: THE BALKAN MALL	22
AN INTERVIEW WITH PERSONAL CINEMA	26
PARTICIPATING ARTISTS	42
PERSONAL CINEMA	44
CREDITS	46

BALKAN WARS	
PRESENTACIÓN	06
¿A QUÉ JUGAMOS?	08
LA GUERRA DE LOS BALCANES	10
LA CREACIÓN DE LA GUERRA DE LOS BALCANES: EL JUEGO	16
VIDEOJUEGO INTERACTIVO PARA VARIOS JUGADORES: EL CENTRO COMERCIAL BALCÁNICO	22
UNA ENTREVISTA CON PERSONAL CINEMA	26
ARTISTAS PARTICIPANTES	42
PERSONAL CINEMA	44
CRÉDITOS	46

The encounter between art and the new information and telecommunications technologies has brought about a highly innovative field of research, creation and diffusion. With the aim of presenting these new artistic methods to the general public in Madrid, a permanent space for encounters, production and exhibitions has been set up in the Conde Duque Cultural Centre, namely MedialabMadrid, which could be considered as a laboratory of digital culture.

Within this context, collaboration on the part of the Arts Council in the Greek program at ARCO 04 has led to the realisation of an unusual expository project, entitled The making of Balkan Wars: the game, by the collective Personal Cinema.

For this display, the Caja Suiza of the Conde Duque Cultural Centre has been turned into the epic scenario of a video-game, and the visitor becomes a virtual character immersed in a world of multiple outlooks and perspectives taking in the history and present situation of the Balkans. The interactive nature of the game allows the public to behave in different ways in the face of a conflict whose complexity transcends a merely local sphere, and refers us to the issue of co-existence in a world that is becoming increasingly smaller and interconnected.

Alicia Moreno
Arts Councillor

El encuentro del arte con las nuevas tecnologías de la informática y las telecomunicaciones ha abierto un innovador campo de investigación, creación y difusión. Con el objetivo de acercar estas nuevas prácticas artísticas al público madrileño, el Centro Cultural Conde Duque alberga un espacio permanente de encuentro, producción y exposición, el MediaLabMadrid, entendido como un laboratorio de la cultura digital.

En este contexto, la colaboración de la Concejalía de Las Artes con el programa de Grecia en ARCO 04 se materializa en la realización de un insólito proyecto expositivo titulado La creación de la Guerra de los Balcanes: el juego, del colectivo Personal Cinema.

Para esta muestra la Caja Suiza del Centro Cultural Conde Duque se ha convertido en el escenario épico de un videojuego y el visitante, en un personaje virtual inmerso en un mundo de múltiples miradas y perspectivas acerca de la historia y el presente de los Balcanes. El carácter interactivo del juego permite al público actuar de diferentes maneras ante un conflicto cuya complejidad trasciende el ámbito meramente local y nos remite al tema de la convivencia, en un mundo cada vez más pequeño e interconectado.

Alicia Moreno
Concejala de Las Artes

Karin Ohlenschläger

Luis Rico

What are we playing at?

Play, a verb that implies openness, curiosity and the wish to explore, to relate to things, to situations, and to others. Play is a means of constructing the subject and creating a space for freedom between the predetermined and the unpredictable. Play is a way of experiencing and positioning oneself within a constellation of possible worlds. As conceived of by twentieth century art, from Dada, through Surrealism, Fluxus or Situationism, play has also been a means of questioning and transcending order. A way of investigating and becoming aware of different patterns of thought and behaviour in order to deconstruct them, transform them and produce new relationships and behaviours.

Steering between the predictable and the unpredictable, between order and randomness is an individual and collective means of evolving and progressing. A game makes sense through action: by travelling along the path rather than by reaching the goal.

Recuperating the essence of the game as a tool for acquiring experience and free thinking – as formulated by H. Marcuse or G. Debord – is an arduous task when the leisure industry has been transforming games into nothing more than consumer products, trivialised for the purposes of entertainment. Nowadays, the world of the game, and particularly the videogame, is subject to the dictates of a market that fuels an image of the unsatisfied consumer. Thus, the game ceases to be a tool and becomes a product. The player is reduced to being an operator whose field of action is subordinated to binary patterns of behaviour between good and bad, black and white, winners and losers.

One of the challenges and aims of *The Making of Balkan Wars: The Game* is to recuperate the essence of the game as a tool for communication, as a modus operandi for approaching and exploring the complexity of the world around us. It is a virtual, interactive game located within a very specific geographical area. The rules of this game deal with the problems of coexistence among peoples with different cultures, beliefs and ideologies. It is a game that allows us to stand, virtually, in someone else's shoes, to experience different ways of conceiving, perceiving and relating to diverse situations and environments.

The Making of Balkan Wars is located in the heart of Europe, at the junction of many cultures, religions and beliefs, in a zone of confrontational politics masterminded from a distance by a host of economic, social and cultural interests that extend beyond borders and place us at the epicentre of a global conflict.

Almost three decades ago, S. Marchán said that the ludic space in art only made sense if it could mediate between real life and the ideal. This project by the Greek collective Personal Cinema, in which more than 40 artists from 17 countries have taken part, attempts to recuperate this sublime form of the game as a bridge between the real and the possible. It encourages each one of the players to become aware, to experience and to place themselves within a space open to reflection and communication. The recuperation of memory and the rethinking of history to redirect a conflict towards new paths for dialogue and coexistence is the objective of a game whose rules transcend mere virtuality.

Karin Ohlenschläger

Luis Rico

¿A qué jugamos?

Jugar, un verbo que respira apertura, curiosidad, ganas de explorar, de relacionarse con las cosas, las situaciones, los otros. Jugar es una manera de construir el sujeto y crear un espacio de libertad entre lo predeterminado y lo impredecible. Jugar es una forma de experimentar y posicionar el yo en una constelación de mundos posibles. Tal y como lo planteó el arte del siglo XX desde el movimiento Dadá, pasando por el Surrealismo, el Fluxus o el Situacionismo, el juego también ha sido una manera de cuestionar y trascender el orden. Una forma de indagar y tomar conciencia de los distintos patrones de pensamiento y comportamiento, con el fin de deconstruir, transformar y producir nuevas relaciones y modos de actuar.

Navegar entre lo predecible y lo impredecible, entre el orden y el azar es una forma de evolucionar y progresar individual y colectivamente. El juego adquiere sentido en la acción, en el camino más que en la meta. Recuperar el sentido del juego como herramienta para adquirir experiencia y libertad de conocimiento –tal y como lo plantearon H. Marcuse o G. Debord– es una ardua tarea cuando la industria del ocio ha ido convirtiendo el juego en un mero producto de consumo, a merced del espectáculo y el entretenimiento. Hoy día, el mundo del juego, y especialmente el del videojuego, está sujeto a los dictámenes de un mercado que alimenta el perfil del consumidor insatisfecho. Así, el juego deja de ser un medio y se transforma en un fin en sí mismo. El jugador es un mero operario cuyo campo de acción está supeditado a unos patrones de comportamiento binarios entre el bien y el mal, el blanco y el negro, el perdedor y el ganador.

Recuperar la esencia del juego como herramienta de comunicación, como modus operandi para acercarse y explorar la complejidad del mundo del cual formamos parte es uno de los retos y objetivos de *La creación de la Guerra de los Balcanes: el juego*. Se trata de un juego virtual e interactivo que se ubica en una zona geográfica muy concreta. Las reglas de este juego aluden a la problemática de la convivencia de personas de distintas culturas, creencias e ideologías. Es un juego que nos permite situarnos virtualmente en la piel del otro, experimentar distintas maneras de concebir, percibir y relacionarnos con diferentes entornos y situaciones.

La Guerra de los Balcanes se ubica en pleno corazón de Europa, en una encrucijada de culturas, religiones y creencias múltiples, de políticas de confrontación construidas, manipuladas y teledirigidas por un conjunto de intereses económicos, sociales y culturales que trascienden las fronteras locales y nos sitúan en el epicentro de un conflicto global.

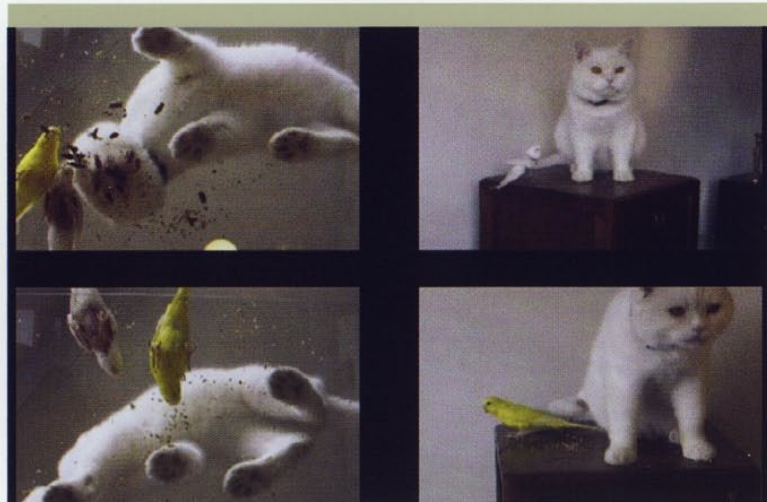
Decía S. Marchán, ya hace casi tres décadas, que el espacio lúdico en el arte sólo tiene sentido si sabe mediar entre la vida real e ideal. El actual proyecto del colectivo griego Personal Cinema, en el que participan más de 40 artistas de 17 países, intenta recuperar esta forma sublime de juego como un puente entre lo real y lo posible. Invita a tomar conciencia, experimentar y situar a cada uno de los jugadores en un espacio abierto a la reflexión y a la comunicación. Recuperar la memoria y repensar la historia para reconducir un conflicto hacia nuevas vías de diálogo y convivencia es el objetivo de un juego cuyas reglas desbordan lo meramente virtual.

LA GUERRA DE LOS BALCANES

Los Balcanes: un espacio virtual para el diálogo, la "diferencia" hostil y la similitud global

Estamos siendo bombardeados por imágenes: imágenes que anidan en la mente o en la imaginación, imágenes que se topan con la vida y que, en ocasiones, la representan, imágenes henchidas de mensajes que dictan la forma en que percibimos el mundo y que moldean nuestra comprensión de nuestro ser y de los demás. Ésta última es la característica más potente de la cultura contemporánea del mundo del espectáculo en el que la televisión ejerce su dominio.

Las impresionantes imágenes recurrentes que los medios de comunicación promueven constituyen el triunfo de los estereotipos. Son las "principales formas ideológicas", como diría Roland Barthes, ya que no se trata al espectador como a un individuo libre, sino como objeto y parte de una ideología. La interpretación de las imágenes y de su mensaje es una actividad condicionada socialmente, que presupone una estrategia interpretativa por parte del espectador o de la parte interpretante. Ésta, a su vez, es una estrategia dictada por el sistema de mitos, fantasías y estereotipos nacionales y sociales inherente a la cultura del espectador. Sobre esta base, el espectador introduce en su realidad los elementos con los que se identifica.



Robert Alias Dragot. La culture du conflit

BALKAN WARS

The Balkans: a virtual space of dialogue, hostile "difference" and global similarity

We are being bombarded by images: images that inhabit the mind or the imagination, images that meet life and sometimes represent it, images laden with messages that dictate the way which we perceive the world and that shape our understanding of ourselves and of others; the latter being the most powerful feature of the contemporary culture of the spectacle in which the television holds sway.

The impressive, recurring images that the media promote constitute the triumph of stereotypes. They are the "major forms of ideology", as Roland Barthes would say, since the viewer is not treated as a free individual, but as a subject to and within ideology. The interpretation of images and of their message is a socially conditioned activity and presupposes an interpretative strategy on the part of the viewer or interpreting party. This in its turn is a strategy dictated by the system of national and social myths, fantasies and stereotypes inherent in the viewer's culture. On this basis, the viewer will bring into his/her reality the elements which he/she will identify with.

This is why the contemporary spectacle - the images that make up our civilisation - is a colossal system of silent propaganda, of global proportions that uses highly aggressive methods of promoting the stereotypes produced by the most powerful cultures. In other words, one may



Balkan Mall Game. House

Balkan Mall Game. Batangels 2



trace within the world of images a representation of the way in which the peoples of the world perceive themselves and others, a reproduction of contrasts, distinctions and marginalisation that best serve the interests of the planet's most powerful economies and that help them spread and establish their power further.

An interesting field of research in terms of the stereotypes that are being reproduced by the media and that impose ways in which the people negotiate their existence and their relationships with their neighbors or perceive their place within the global reality, is the media field of the Balkans.

The media field of the Balkans can be seen as the crucial meeting point of an old world of ghosts, the spawn of the divisive, discriminatory, hostile politics that have for ages plagued the Balkan peoples, and of a new world that by means of technology can question the confrontational dimension of different identities, turning them via the channels of communication into a richness of culture.

This potential is present in the work of the Personal Cinema group, which by making the most of new technologies creates works that belong to the space of the internet where through a role playing game (video games) the visitor/user/viewer can come face to face, be acquainted with and become aware of the stereotypes that have constituted the various national cultures in the Balkans and on which were based the hostility and fear of one people for the other. The work is an impressive combination of elements from what we know as the space of the Balkans, of the fantasies that make it up and of its special features. The Balkans, a space of deeply rooted tradition

Dimitris Tzamouranis. Scars on landscape



Por ello, el espectáculo contemporáneo –las imágenes que conforman nuestra civilización– es un sistema colosal de propaganda silenciosa de proporciones globales, que utiliza métodos muy agresivos para promover los estereotipos producidos por las culturas más poderosas. En otras palabras, dentro del mundo de la imagen es posible hallar indicios de la forma en que los habitantes del mundo se perciben a sí mismos y a los demás, una reproducción de contrastes, distinciones y marginalizaciones que están al servicio de los intereses de las economías más poderosas del planeta y que ayudan a extender y a asentar aún más su poder.

Uno de los campos de investigación más interesantes en términos de los estereotipos que reproducen los medios y que están imponiendo en los habitantes formas de negociar su propia existencia y su relación con sus vecinos o de percibir su lugar dentro de la realidad global es el campo mediático de los Balcanes.

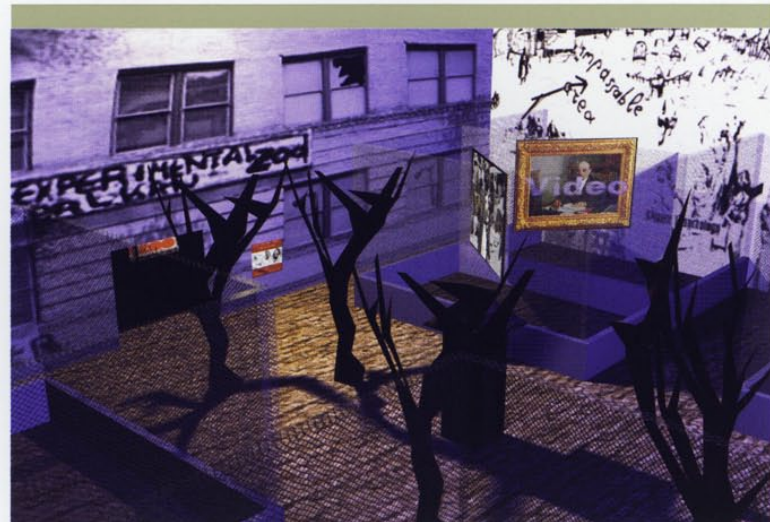
El campo mediático de los Balcanes puede ser considerado como el principal punto de encuentro entre un mundo antiguo de espectros –producto de las políticas divisorias, discriminatorias y hostiles que durante siglos han plagado a las poblaciones balcánicas– y un mundo nuevo, que mediante la tecnología puede cuestionar la dimensión polémica de diferentes identidades convirtiéndolas, a través de los canales de comunicación, en riqueza cultural.

Este potencial está presente en el trabajo del grupo Personal Cinema, que, sacando partido de las nuevas tecnologías, crea obras que pertenecen a la palestra de Internet, donde a través de un juego de roles (videojuego)

el visitante/usuario/espectador puede ver cara a cara, llegar a conocer y ser consciente de los estereotipos que han formado parte de las distintas culturas nacionales en los Balcanes y aquellos en los que se basa la hostilidad y el miedo entre sus habitantes. La obra es una combinación excelente de elementos de lo que conocemos como el área balcánica, de las fantasías que la constituyen y de sus características particulares. Los Balcanes, un área de tradiciones arraigadas y reconstituciones históricas, de fronteras siempre cambiantes, de culturas y religiones entremezcladas, es un campo idóneo para la investigación de los mitos sobre los que se basa la cultura local y los estereotipos reproducidos por la cultura de masas –en especial la televisión– al servicio de una política de producción de diferencias, que desde hace tiempo ha hecho posible el conflicto y el cambio geopolítico.

UN DIÁLOGO ENTRE IDENTIDADES NACIONALES Y VIRTUALES

El término 'cultura nacional' significa la cultura de uno u otro grupo que predomina sobre varios otros incluidos en la nación-estado. Por consiguiente, las imágenes promovidas por los medios de comunicación reproducen los símbolos y mitos de la cultura predominante, que utiliza el mundo del espectáculo, especialmente a través de la televisión, para ejercer su poder. Éste, sin embargo, no es un proceso sencillo, a pesar de la pasividad del espectador, ya que las características específicas que conforman la realidad del televidente filtran el mensaje de la imagen. La distancia que existe entre la realidad virtual y la vida real sirve de base para crear un sistema de cuestionamiento y, en última instancia, para rechazar las elaboraciones de los medios de comunicación.



Balkan Mall Game. Zoo

Koen Wastjin Deschuymer. Sniper



and historical reconstitution, of ever changing borders, of intermixing cultures and religions, in any case make for an ideal field of research into the myths on the basis of which local culture is built and the stereotypes reproduced by mass culture – television in particular – to serve the politics of generating difference that has long made conflict and geopolitical change possible.

A DIALOGUE BETWEEN NATIONAL AND VIRTUAL IDENTITIES

The term national culture signifies the culture of one or other predominant group among many others included in the nation-state. Consequently, images promoted by the media reproduce the symbols and myths of the predominant culture, which uses spectacle, especially via the television, to enforce its power. This, however, is no simple process despite the viewer's given passivity. At the same time, the image's message is filtered through the viewer's special conditions that make up his/her reality. The distance between virtual reality and real life is the basis for drawing up a system of questioning and, in the end, for the rejection of media constructs.

We might say that the work of Personal Cinema transforms the field of technology into one of active dialogue and of an artistic expression of identities and stereotypes in exactly the same way as the canvas was once transformed into an arena for action rather than a space for the

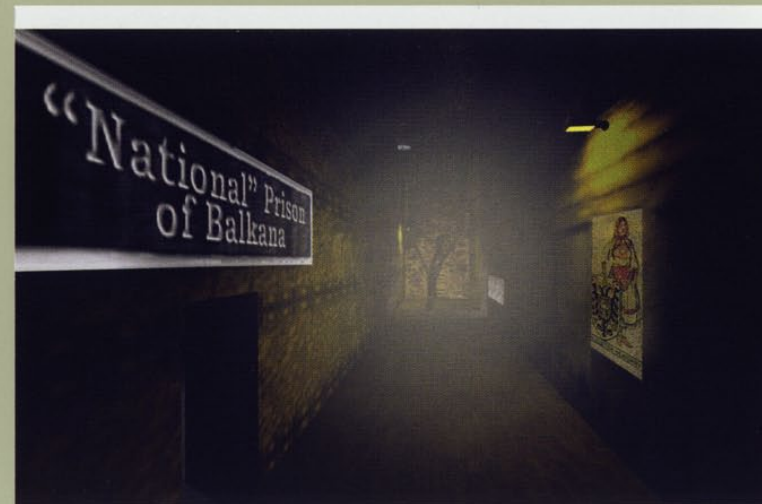
representation of a real or fictional object.

This is a unique kind of dialogue, open to those who are privy to a knowledge of the syntax of technology, which can offer the viewer/activist the possibility to take on different identities and in doing so to recreate historical events or to devise and "direct" new ones that are, however, conditioned by preexisting stereotypical roles and identities. In reality, the global scene of the media is one where mythological constructs of local identities with roots in the history of each area clash with the new model of man as consumer of products and images.

Isolation, combined with a fear of the "other", the neighbor, at the same time when identical consuming habits are encouraged around the world, finally leads man to a conflict with his own self. There is conflict between the images on the basis of which his identity has been constructed and the constructed needs that the global model of life as consumption attempts to create in him. It is so that what emerges as the era's principal conflict is that between traditional culture – which includes national and social myths – and the new culture of consumerism which attempts to impose its own life-style myths as more powerful than the largely intricate and versatile previous ones.

Like Lewis Carroll's Alice, the viewer is invited to enter the mirror and converse with ghosts, with representations of reality and the world around him.

Waves of immigrants in the area of the Balkans (the result of fluctuating economic conditions), emotional wounds caused by the disintegration of former communities in the wake of war and divisive propaganda that made the most



Balkan Mall Game. Prisoncorridor

Se podría decir que el trabajo de Personal Cinema transforma el campo de la tecnología en un espacio para el diálogo activo y la expresión artística de las identidades y los estereotipos, de la misma forma que en otros tiempos el lienzo se convirtió en una arena de acción más que en un espacio para la representación de un objeto real o ficticio.

Se trata de un tipo de diálogo único, asequible a aquellos que tienen conocimientos de la sintaxis de la tecnología, que puede ofrecer al espectador/activista la posibilidad de adoptar distintas identidades y, al hacerlo, de recrear acontecimientos históricos o de concebir y "dirigir" eventos inéditos que, no obstante, están condicionados por identidades y roles estereotípicos preexistentes. En la realidad, el panorama global de los medios de comunicación es un escenario en el que las construcciones mitológicas de las identidades locales arraigadas en la historia de cada área chocan con el nuevo modelo de hombre consumidor de productos e imágenes.

El aislamiento, combinado con el temor a lo "ajeno", a lo vecino, en una época en la que se fomentan los mismos hábitos de consumo en todo el mundo, crea en el ser humano un conflicto consigo mismo. Existe un conflicto entre las imágenes sobre las que su identidad se ha construido y las necesidades que el modelo global de vida como consumo intenta imponerle. De tal forma que lo que emerge como el conflicto principal de la época es el que existe entre la cultura tradicional –que incluye los mitos nacionales y sociales– y la nueva cultura del consumismo que intenta imponer su propia mitificación de un estilo de vida por encima de los antiguos mitos, en buena parte más intrincados y versátiles.



Balkan Mall Game. Balkan ghosts

Como a la Alicia de Lewis Carroll, se invita al espectador a entrar en el “espejo” y conversar con espectros, con representaciones de la realidad y del mundo que lo rodea.

Las oleadas de inmigrantes en el área de los Balcanes (resultado de la fluctuación de las condiciones económicas), las heridas emocionales causadas por la desintegración de antiguas comunidades tras la guerra y la propaganda divisoria que ha sacado partido de los estereotipos de la “diferencia” son todos hechos que forman parte del contexto en el que el ciudadano balcánico se enfrenta a la realidad de unos esfuerzos organizados por construir identidades polarizadas de la diferencia. Como Alicia, él también es invitado a entrar en el “espejo” y negociar las condiciones de su existencia con la misma tecnología utilizada para crear su representación.

Así, utilizando el mismo método que hace posible que el universo de imágenes se dirija hacia el aislamiento y la conservación de un campo de diferencias hostiles, a través de una serie de imágenes construidas, se pueden parodiar esas mismas identidades y mitigar las diferencias con una estrategia conciliatoria de intercambio e inversión de papeles, de desintegración y reconstrucción de identidades y de sus elementos constituyentes.

Dentro del espacio inmaterial e intemporal de la realidad virtual, se invita al espectador/visitante/usuario de la obra de Personal Cinema a participar en un juego de reinención de sí mismo, ayudado, a la hora de explorar la web y los medios de comunicación, por una conciencia del carácter global de los elementos culturales.

Por eficaz y compleja que sea una faceta de la tecnología,

of the stereotypes of “difference”, are all facts in the context of which the citizen of the Balkans is confronted by the reality of orchestrated efforts to construct polarised identities of difference. Like Alice, he too is invited to enter the “mirror” and negotiate the conditions of his existence by means of that very same technology used to create their representation.

Thus, by the same method that allows the universe of images to function toward the direction of isolation and conservation of a field of hostile difference through constructed identities, one may also parody those very same identities and abate difference through a conciliatory strategy of exchange and reversal of roles, of disintegration and re-construction of identities and of their constituent elements.

Within the immaterial and timeless space of virtual reality, the viewer/visitor/user of the work of Personal Cinema is invited to a game of re-inventing him/herself assisted in his/her web-based and - in general - media-based exploration by an awareness of the global nature of cultural elements.

However effective and complex a facet of technology may be, it is never neutral. No one can ignore the fact that it always goes hand-in-hand with a programme of social change. Personal Cinema attempt the construction of an impressive “mirror” of the Balkans, in which the ideologically charged elements of mythological constructs are reflected, subject this time to the social change symbolised by the language of that very same technology that has re-produced them, by the technology of the media and of communications.

Balkan Mall Game.

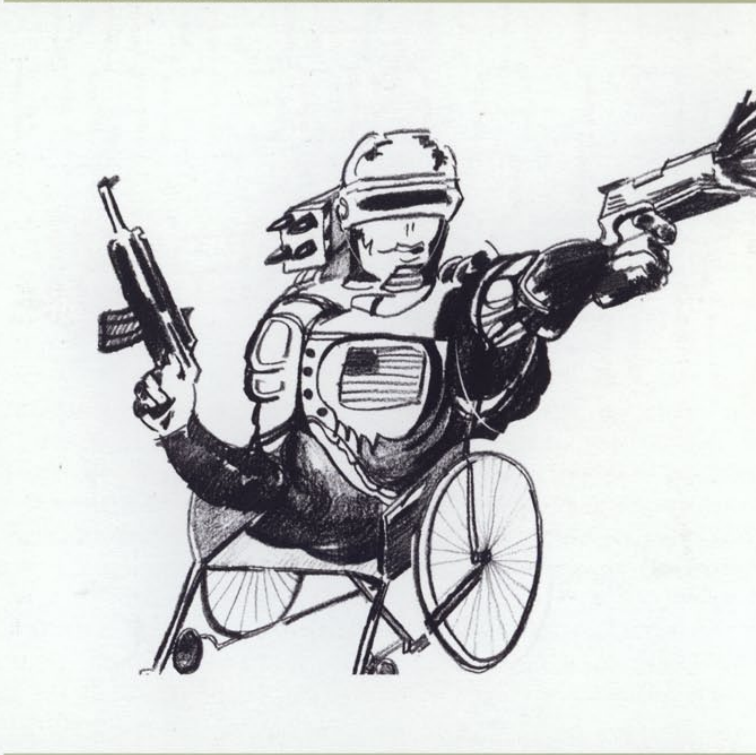


Popi Diamantakou

Translated from Greek by: Maria Skamanga



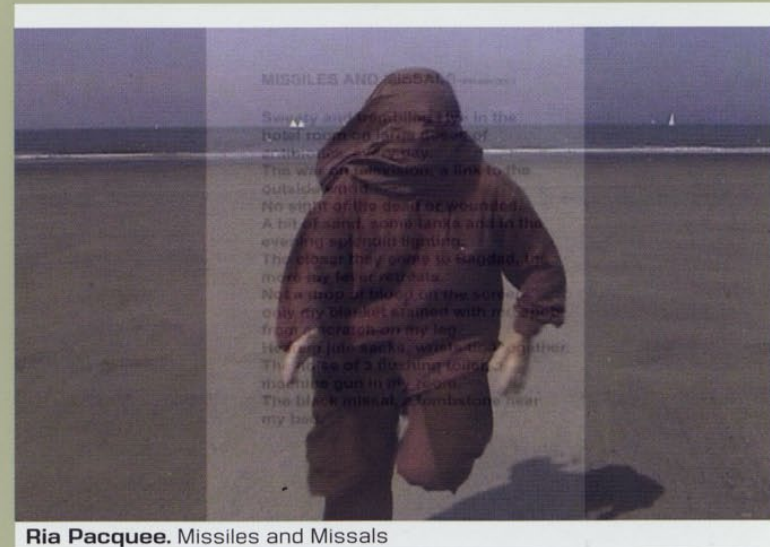
Balkan Mall Game. American multipass



nunca es neutral. Nadie puede ignorar el hecho de que siempre va de la mano de un programa de cambio social. Personal Cinema intenta construir un impresionante “espejo” de los Balcanes, en el que se reflejen los elementos de las construcciones mitológicas con carga ideológica, sometidos esta vez al cambio social simbolizado por el lenguaje de esa misma tecnología que los ha re-producido, así como por la tecnología de los medios y de las comunicaciones.

Popi Diamantakou

Traducido del griego al inglés por: Maria Skamanga



LA CREACIÓN DE LA GUERRA DE LOS BALCANES: EL JUEGO

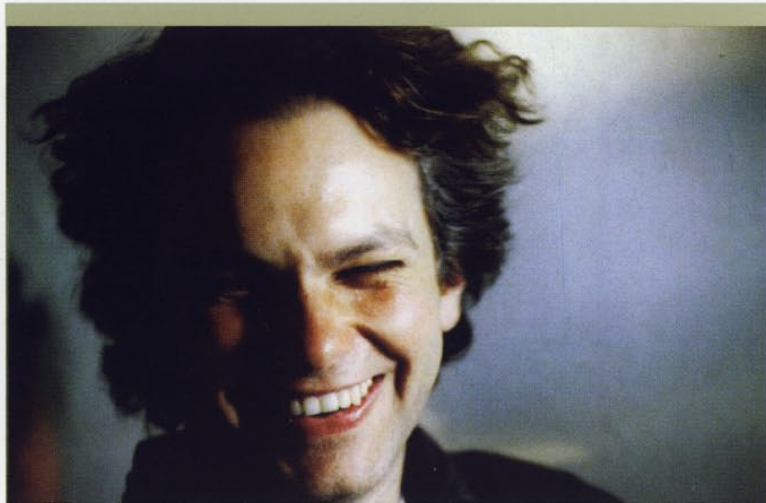
"La creación de la Guerra de los Balcanes: el juego" es un proyecto internacional en el que participan más de cuarenta artistas que trabajan con los nuevos medios para expresar su reacción a los conflictos religiosos, sociales y políticos, tanto históricos como actuales, que persisten en la región.

La creación de la Guerra de los Balcanes: el juego consiste en una exposición, un sitio web, un videojuego, un catálogo y un CD-Rom.

Los objetivos del proyecto son:

- Mostrar las preocupaciones de artistas con distintos antecedentes culturales, religiosos e históricos, en su mayor parte (si bien no exclusivamente) del sudeste de Europa, quienes, a través de su experiencia, desean comunicar sus ideas para tratar de entender las diferencias que existen entre ellos.

- Promocionar un debate internacional virtual entre artistas, audiencias y críticos para crear una red importante en la región.



Vassilis kokkas. Smile

THE MAKING OF BALKAN WARS: THE GAME

"The Making of Balkan Wars: The Game", is a multinational project which involves the participation of over forty artists, working with new media to express their reaction to past and current religious, social and political conflicts that persist in the region.

The Making of Balkan Wars: The Game, consists of both an exhibition, as well as a web site, a video game, a catalogue, and a CD Rom. .

The goals of this project are:

- To demonstrate the concerns of artists of different cultural, religious and historical backgrounds, mostly, but not exclusively, from South-East Europe, who through their experience, wish to communicate their ideas in order to promote understanding of their existing differences ...

- To promote a virtual, international discussion between, artists, audiences, and critics, in order to create an important network in the region ...

- To explore the field of new media art and the possibilities offered by new technological tools.

"TOUTE RESSEMBLANCE AVEC LA REALITE N'EST QUE PURE COINCIDENCE"

Aniceto Expósito-López. Toute ressemblance

Andrej Tisma. Find Criminal



The idea:

The idea of *The Making of Balkan Wars: The Game* project arose from discussions within the Personal Cinema group concerning the reality (or virtual reality) presented through official narratives and industrial entertainment, about war games and epic strategy video games; about the primacy of an American/Californian industry in the production and control of this specific market, which engages millions of people worldwide. In their frenzied search for the creation of local heroes and imagined zones of conflict, the creators of these hyper-realistic virtual games most often present a simplified interpretation of human history and culture. As a consequence, this form of virtual reality does not – indeed cannot – adequately describe the experience of the people who are caught within actual war games. By entering homes all over the world these fictional narratives threaten the character of national identity and any kind of democratic principles and rights to free opinion. In the live real-time/real-war videos of global news broadcasters and in video games, this simplification of culture and history is itself a form of violence.

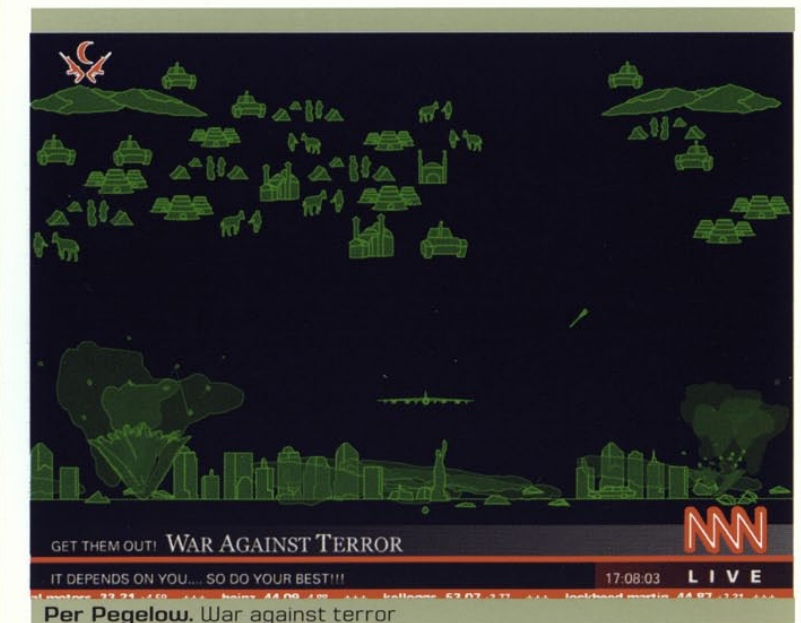
Wars project uses the formal characteristics of the epic adventure video game to critique the real historical game that transpires on the plane of geopolitics and everyday

- Explorar el arte en los nuevos medios y las posibilidades que ofrecen las nuevas herramientas tecnológicas.

La idea:

La idea del proyecto *La creación de la Guerra de los Balcanes: el juego* surgió de una serie de discusiones celebradas dentro del grupo Personal Cinema sobre la realidad (o realidad virtual) que se muestra a través de las versiones oficiales y la industria del ocio; sobre los juegos de guerra y los videojuegos de estrategia épica; sobre la primacía de la industria americana/californiana en la producción y control de este mercado, que mueve a millones de personas en todo el mundo. En su búsqueda frenética por crear héroes locales y zonas imaginarias de conflicto, los creadores de estos juegos virtuales hiperrealistas presentan, la mayoría de las veces, una interpretación simplificada de la historia y la cultura humana. Por consiguiente, este tipo de realidad virtual no describe –no puede describir– adecuadamente la experiencia de las personas que están atrapadas en los juegos bélicos reales y actuales. Introduciéndose en hogares de todo el mundo, estos relatos ficticios amenazan el carácter de la identidad nacional y cualquier tipo de principio y derecho democrático a la libre opinión. Tanto en los videos en tiempo-real/guerra-real transmitidos en directo por los noticiarios globales como en los videojuegos, esta simplificación de la cultura y la historia es en sí misma una forma de violencia.

El proyecto de *La creación de la Guerra de los Balcanes* usa las características formales del videojuego de aventura épica para criticar el verdadero juego histórico que tiene lugar en el plano de la geopolítica y la vida cotidiana. La



idea es crear una plataforma lúdica basada en hechos históricos reales en la que el territorio seleccionado en el storyboard es la península balcánica. Se elige esta zona por varias razones:

- Los 'productos' más y mejor conocidos de los Balcanes son la guerra (en los libros de historia se citan unos 55 episodios bélicos), los conflictos (religiosos, políticos, sociales...), el nacionalismo, el odio y la limpieza étnica. Por tanto, disponemos de una verdadera estructura para crear un juego bélico de estrategia épica sin necesidad de inventar situaciones o héroes.

- Esta región sufre un abandono total en la producción de videojuegos de estrategia épica, de forma que podemos ofrecer un punto de vista absolutamente nuevo.

- Proponemos cambiar la antigua posición de los Balcanes de la categoría de objeto a la de sujeto en la relaciones internacionales, aunque lo hagamos a través de medios virtuales.

Estamos brindando a los artistas la posibilidad de expresar y mostrar otros aspectos de la historia: la historia narrada en términos balcánicos, utilizando las imágenes y los códigos de las nuevas tecnologías como lenguaje común de las sociedades tecnológicas. Esto es muy poco habitual, ya que la tecnología, por lo general, se genera en sociedades con un alto nivel de desarrollo y tolerancia. En los Balcanes seguimos trabajando en ambas áreas – en el desarrollo de la tecnología y en el de la tolerancia.



Milena Zevu. One

life. The idea is to create a game-like platform based on real-time historical facts in which the chosen storyboard territory is the Balkan Peninsula ... this for a few reasons:

- because the best and the most known Balkan 'product' is war (some 55 counted in the history books), conflict, (religious, political, social, gender...), nationalism, hate, and ethnic cleansing. All this means that there is a real structure available to create an epic strategy war game in which no imaginary situations or heroes are necessary.

- because this region is completely neglected by the epic strategy video game production, so there is a completely new point of view to be offered.

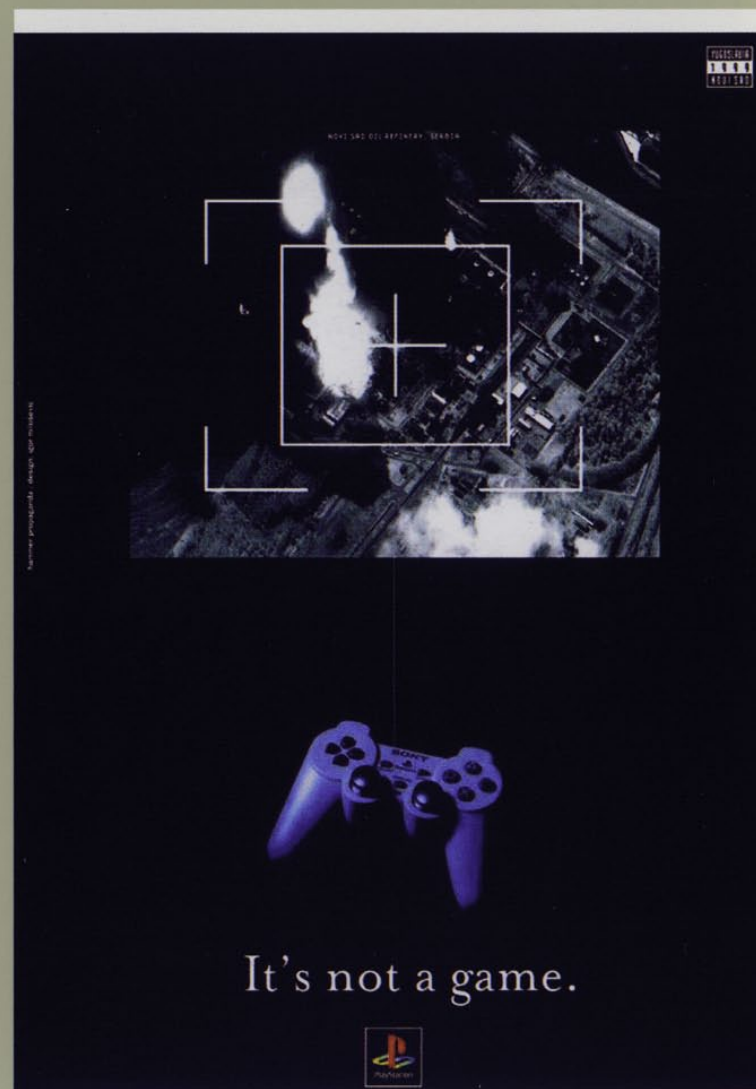


Eugene Savitzkaya. Contre la Guerre renverser vous

- because we propose to change the long-standing position of the Balkans from the status of an object to the status of a subject in international relations, even though we approach this through virtual means.

We are providing the possibility to all artists to express and to demonstrate the other aspects of the story, the story told in Balkan terms using images and the codes of new technology as a common language within hi-tech societies. This is something that is very unusual since technology in general follows highly developed and tolerant societies. In the Balkans we are still working on both – on the technological and on tolerance development.

Participating artists are called to provide alternate representations of Balkan history and identity, to depict the reality of the Balkan Wars from a Eurasian perspective.



Windows 99 / HAMMER creative. Sony

Invitamos a los artistas participantes a exponer representaciones alternativas de la historia y la identidad balcánica, a describir la realidad de la Guerra de los Balcanes desde una perspectiva euroasiática. Los alentamos para que hagan uso del humor, la parodia, el "détournement" y la irreverencia para sacar a la luz temas relacionados con *La creación de la Guerra de los Balcanes: el juego*.

Nuestra intención es volcar estos poderosos mensajes en un diálogo continuo y constructivo creando distintos niveles de conflictos virtuales y reales. El proyecto apela a las prácticas artísticas, los conocimientos, las habilidades y los recursos específicos de los autores participantes con el fin de re-imaginar un futuro en el que la población de los Balcanes sea algo más que víctima de la historia. Ofrecemos un espacio para el diálogo basado en la historia y la experiencia personal.

Es una oportunidad de articular nuevos relatos que resuenan con las memorias y las experiencias de los artistas, muchos de los cuales han tenido la oportunidad de experimentar directamente las contradicciones de las representaciones predominantes en los medios de comunicación.

La creación de la Guerra de los Balcanes: el juego es más que un simple videojuego. Es un evento virtual y un evento real: virtual, como un sitio web que presenta extractos de las obras seleccionadas convirtiéndose en un avance o preestreno virtual de la exposición durante todo el periodo del proyecto; real, en forma de exposiciones montadas en distintos espacios y en distintos países patrocinadas por



Catal. Selanik

instituciones locales durante el periodo comprendido entre el otoño de 2003 y el invierno de 2004.

El proyecto es un proceso dinámico. De ahí que invitemos y acojamos intervenciones adicionales relativas a las obras de arte ya expuestas y presentemos nuevas obras durante la itinerancia de la exposición. El uso de los nuevos medios requiere la colaboración entre artistas, de forma que el trabajo de grupo y el intercambio artístico forman parte importante del evento.

En la era de la guerra preventiva, pretendemos que *La creación de la Guerra de los Balcanes: el juego* sea la primera "guerra artística" preventiva. El carácter del juego ofrece la posibilidad de realizar una indagación seria sobre



Dimitris Tsardakas. Balkan window

They are encouraged to use humour, parody, "detournement", and irreverence to bring to light themes related to *The Making of Balkan Wars: The Game*.

We aim to put these very strong messages into a continuous and constructive dialog creating different virtual and real levels of conflict. The project addresses the specific knowledge, abilities, resources, and creative practices of the participating artists, in order to re-imagine a future in which the people of the Balkans are something more than victims of history. It offers space for dialogue based on history and on personal experience.

It is an opportunity to articulate new narratives that resonate with the memories and experiences of the artists, many of whom have faced first-hand the contradictions of the dominant media representations.

The Making of Balkan Wars: The Game, is not only going to be a video game. It will be a virtual as well as real event: virtual in the form of an internet site, which will host extracts of selected works thus offering a virtual exhibition preview during the entire period of the project; real, in the form of exhibitions hosted at different spaces in different countries and supported by local institutions during the period from autumn 2003 through 2004.

The project is intended as a dynamic process, inviting and welcoming further intervention on already submitted and exhibited art works, and the submission of a new works, during the exhibition series. Dealing with new media often requires a collaboration between artists, so group work



Albena Mihaylova. Bendji

and artistic exchange is an important part of the event. In the era of preventive wars, *The Making of Balkan Wars: The Game* is intended as a first preventive "art war", in which the character of the game offers the opportunity for serious inquiry into the matter of preventive strategy, development of the dialogue and tolerance between the peoples in the Balkans and the creation of an exchange art network which could provide a base for future regional collaboration.

Authors

Andy Deck, Ilias Marmaras, Nina Vagic, Stewart Ziff

estrategias preventivas, formas de desarrollar el diálogo y la tolerancia entre los habitantes de los Balcanes y la creación de una red de intercambio de arte que pueda servir de base para futuras colaboraciones regionales.

Autores

Andy Deck, Ilias Marmaras, Nina Vagic, Stewart Ziff

VIDEOJUEGO INTERACTIVO PARA VARIOS JUGADORES: EL CENTRO COMERCIAL BALCANICO

El videojuego *El centro comercial balcánico* tiene tres ejes:

A- La creación de un dominio virtual.

B- La adaptación de parte del material artístico de *La creación de la Guerra de los Balcanes: el juego* a este dominio virtual.

C- El desarrollo del videojuego on-line con incorporaciones aleatorias de material artístico y de investigación.

A. La creación de un dominio virtual

Personal Cinema construye un dominio interactivo tridimensional (*El centro comercial balcánico*) basado en *La creación de la Guerra de los Balcanes: el juego*. La idea

INTERACTIVE MULTIPLAYER VIDEOGAME: THE BALKAN MALL

The video game *The Balkan Mall* has three axes:

A - The creation of a virtual domain by the Personal Cinema team

B - The adaptation of a part of the artistic material of *The Making of Balkan Wars: The Game* within this virtual domain

C- The maintenance of continuity of the on-line video game with random additions of artistic and research material.

A. The creation of a virtual domain by the Personal Cinema team

Personal Cinema is planning to construct a 3D interactive domain (*The Balkan Mall*), based on the main idea of the project *The Making of Balkan Wars: The Game*. The main idea of the video game is the elevation of social, historical and cultural elements of the Balkans in the form of an imaginary Balkan shopping mall. It is in fact a poetic metaphor, which has often an ironic stance towards the

prevailing multicultural concepts, the historic disputes and the contemporary political developments in the area. The use of the international discourse of show business media in combination with the medieval structures that compose the Balkan communities produce a hybrid and quite particular material of ideas and audiovisual applications. A material that is on the one hand differentiated towards the mythology of orientalism and on the other expresses a critical stance against the existing trends that perceive and project the Balkans as a zoo in the back yard of central Europe.

B. Participation of artists:

The artists selected to participate in the first stages of the deployment of the *Balkan Mall* will be chosen among those that have already worked for the wider project "The Making of the Balkan Wars: The Game."

All artists' works will contribute actively in the construction of the venues of the virtual domain of the *Balkan Mall* thus avoiding the exhibitional approach of the museum and the gallery, since they will be literally transformed into interactive domains. Moreover, a selection of artists shall have the opportunity to take advantage of the technical assistance of Personal Cinema in order to create their own script in the framework of the game.

C. Internet portal

The Mall is currently being designed in a parametric manner (which means that there shall be an alternative to change the domains and their structure at the real time of action) in order to obtain renewal with new participators and reach the objective of expanding the network between artists that live in both regional and metropolitan

central del videojuego es presentar elementos sociales, históricos y culturales de los Balcanes en forma de un centro comercial balcánico imaginario. Se trata, de hecho, de una metáfora poética que, a menudo, adopta una postura irónica hacia los conceptos multiculturales imperantes, las disputas históricas y los acontecimientos políticos actuales en el área. El uso del lenguaje internacional de los medios del mundo del espectáculo en combinación con las estructuras medievales que componen las comunidades balcánicas produce un material híbrido y muy peculiar de ideas y aplicaciones audiovisuales. Un material que, por una parte, se distingue por su inclinación hacia la mitología oriental y, por otra, expresa una postura crítica en contra de las tendencias existentes que perciben y proyectan a los países balcánicos como un zoológico en el patio trasero de Europa central.

B. La participación de los artistas

Los artistas seleccionados para participar en las primeras etapas del despliegue de *El centro comercial balcánico* han sido escogidos entre los que ya han colaborado en el proyecto de mayor escala *La creación de la Guerra de los Balcanes: el juego*.

Todos los trabajos de los artistas contribuyen activamente a la construcción de los locales del dominio virtual de *El centro comercial balcánico*. Evitan, de esta forma, el enfoque exhibicionista de un museo o una galería, ya que los transforman literalmente en dominios interactivos. Por otra parte, una selección de artistas aprovecha la asistencia técnica de Personal Cinema para crear su propio guión dentro del marco del juego.



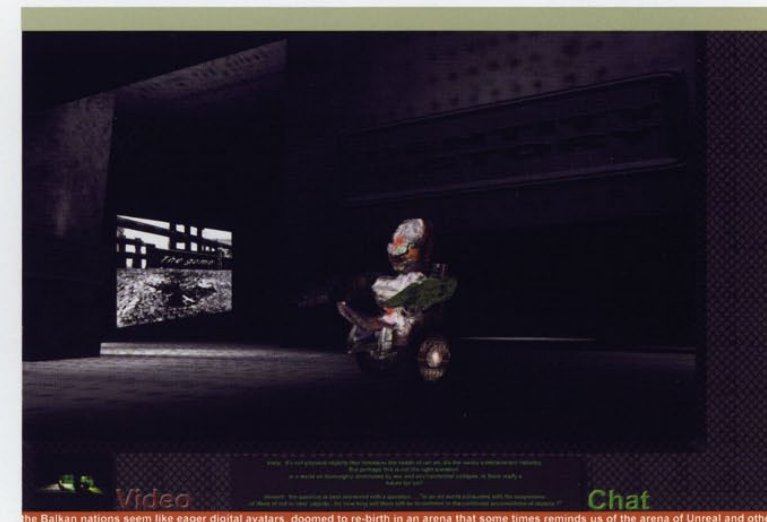
Balkan Mall Game. Lobby



Balkan Mall Game. Passa



Balkan Mall Game. Prison



Balkan Mall Game. Idfac

C. Portal Internet

El centro comercial está diseñado de forma paramétrica (lo que significa que hay alternativas para cambiar los dominios y su estructura en el tiempo real de la acción) para poder renovarlo con los nuevos participantes y expandir la red entre artistas que vivan tanto en áreas regionales como metropolitanas. Las áreas regionales están representadas, en su mayor parte, por un portal de Internet permanente que da a conocer los trabajos de los artistas a una audiencia internacional y contribuye así a establecer un lenguaje universal en los nuevos medios.

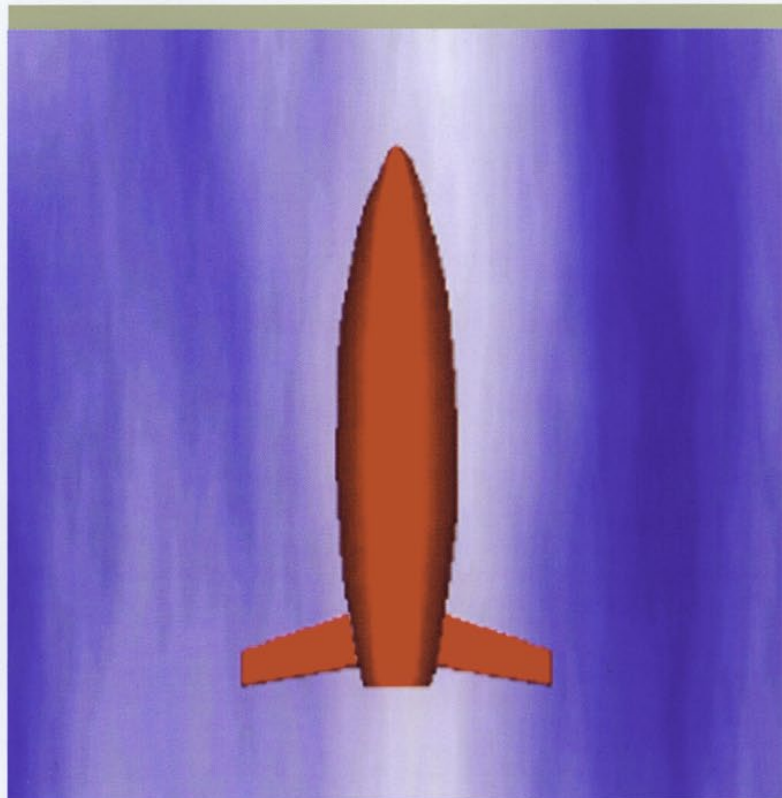
Estructura:

El centro comercial balcánico es un videojuego para varios jugadores (muchos usuarios se pasean simultáneamente por un dominio virtual con la consiguiente capacidad de interactuar y comunicarse). Está dividido en tres partes construidas. La primera es una instalación en un espacio físico; la segunda, un portal de Internet; y la tercera, el potencial de renovación constante del dominio.

Presentación:

El centro comercial balcánico se presenta de tres maneras:

A. En una instalación en un espacio físico (galerías, museos, centros de nuevos medios y cibercafés).



Chiara Passa. Bomb

areas. Regional areas will be mainly represented by a permanent Internet portal that will publicize the works of the artists to an international audience and thus contribute in the establishment of a worldwide language in new media.

Structure:

Balkan Mall is a multiplayer video game (many users will wonder in a virtual domain simultaneously with the consequent ability to interact and communicate). It is divided in three constructed parts, the first will be an installation in a natural environment, the second an Internet portal and the third, the potential of constant renewal of the domain.

Presentation:

Balkan Mall will be presented in three ways:

- A. An installation in natural venues (galleries, museums, new media centers and cyber cafés)
- B. On the Internet
- C. With a CD-Rom that shall include a manual/catalogue

A. The installation in the venues will be constructed with a LAN network, connected with a corresponding virtual domain. The quantity of data transferred will be ten times



Balkan Mall Game. Stamina



larger than that through the Internet and the resolution much better.

B. A server will host all data and every user shall have the opportunity to log-in and play *Balkan Mall* from his/her home. Due to the limited fluctuation of data in regional countries on the Internet, the presentation of the 3D virtual domain will be relatively abstract.

C. Initially, a CD-Rom of the game will be included in the catalogue of the project *The Making of Balkan Wars: The Game* in two forms (one of high data resolution and one with lower resolution for the Internet).



B. En Internet.
C. En un CD-Rom que incluirá un manual.

A. La instalación en el espacio expositivo se construye mediante una red LAN conectada con el dominio virtual correspondiente. La cantidad de información transferida es diez veces mayor que la transmitida a través de Internet y la resolución es mucho más alta.

B. Un servidor alberga toda la información, de forma que cada usuario tiene la posibilidad de conectarse con el sistema y jugar a *El centro comercial balcánico* desde su hogar. Debido a la fluctuación de información limitada en Internet que sufren algunos países, la presentación del dominio virtual tridimensional es relativamente abstracta.

C. Un CD-Rom del juego en dos formatos (uno con alta resolución de datos y otro con baja resolución para Internet).

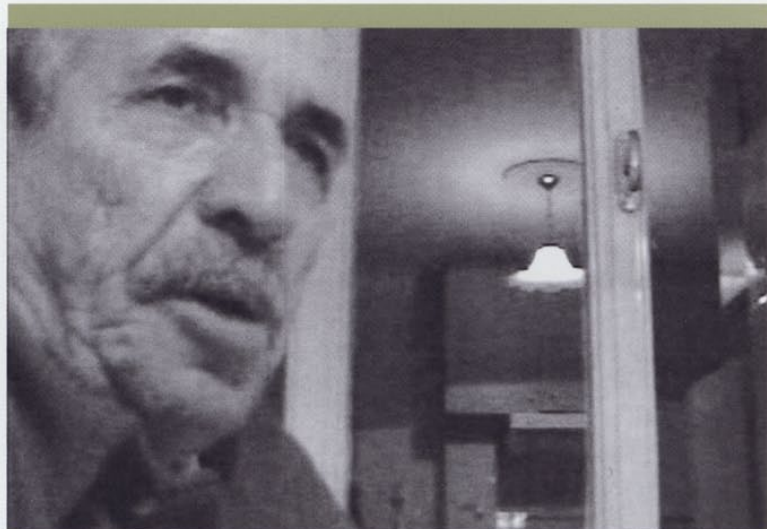


UNA ENTREVISTA CON PERSONAL CINEMA

Katerina Gregos: ¿Quiénes sois?

Stewart Ziff: Personal Cinema es un espacio para el discurso y el intercambio. No poseemos la plusvalía del capital económico y social propio de la identidad personal asociada a una idea, de convencionalismos estilísticos, ni del modo de expresión de la autoría individual...

Ilias Marmaras: En Personal Cinema, parte del ejercicio artístico consiste en cuestionar constantemente las posibilidades del espacio de grupo para re-evaluar las necesidades de la identidad artística y cultural. Si el resultado de las prácticas artísticas del siglo XX ha sido desdibujar la relación entre arte y vida, los artistas y el público, en una orgía de "consumo de arte" (con los mismos fines comerciales que la publicidad), los tiempos que corren exigen una especie de "limpieza cultural" y la reconstrucción de los papeles y mitos que actualmente impiden a los artistas de cualquier clase y cualquier técnica trabajar en



Gulsen Bal. In -Out

AN INTERVIEW WITH PERSONAL CINEMA

Katerina Gregos: Who are you?

Stewart Ziff: Personal Cinema is a space of discourse & exchange. We do not invest in the economic & social capital of self identity associated with the ideas, stylistic conventions and means of expression of individual authorship....

Ilias Marmaras: As we perceive it within the framework of Personal Cinema, part of artistic practice is to constantly put forward the question of the possibility of group space as a re-examination of the necessities of artistic and cultural identity. If the artistic practices of the 20th century resulted in the blurring of art and life, of the artists and the public, in an orgy of "art consumption" (for the purposes of commercial practices like advertising), the present time demands a kind of cultural "cleansing" and specific release from the roles and myths that prevent art practitioners of all kinds and all media, from being able to work in the fluid stream of the dominant global networks. The role of the individual either as artist or spectator must be reconsidered and there are no particular disciplines in the



Marie Andre. Etat de siege

Reggy Timmermans. Monopoly



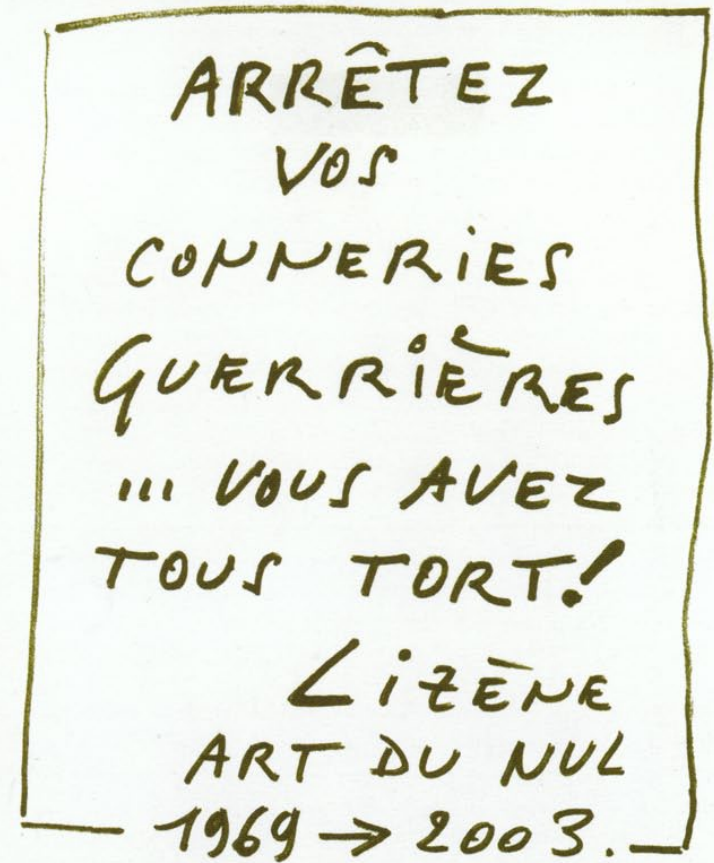
schools of fine arts that provide, by definition, the necessary arsenal for such a purpose.

Katerina Gregos: In your group mission statement you mention that Personal Cinema was formed out of the necessity to address some particular problems associated with the production, exhibition and distribution of new media. What do you think these problems are and how do you attempt to address them?

Alex Spyropoulos: That was only one of our mistakes!

Stewart Ziff: Works in the new media have no guarantee of how long they will exist, either as objects or manifest experiences, being dependent at all times on their relationship to developing technologies?. It is not possible to apply the old economic strategies that invest in the archival stability of the work (of art) to support the activity, its exhibition and presentation. This "necessity" you ask about arises partly from the fact of there being nothing

Jacques Lizene. Arretez



el flujo de las redes globales dominantes. El papel del individuo, ya sea como artista o como espectador, ha de ser reconsiderado, pero en las escuelas de bellas artes no hay disciplinas específicas que planteen, por definición, el arsenal necesario para acometer este propósito.

Katerina Gregos: En vuestros objetivos mencionáis que Personal Cinema responde a la necesidad de tratar ciertos problemas relacionados con la producción, la exhibición y la distribución de los nuevos medios. ¿Cuáles creéis que son estos problemas y cómo pretendéis abordarlos?

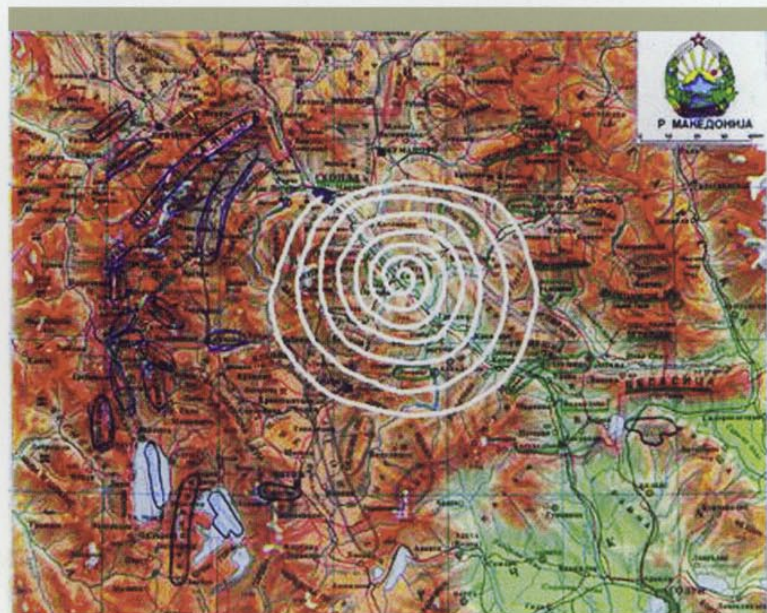
Alex Spyropoulos: ¡Ese fue uno de nuestros errores!

Stewart Ziff: Las obras multimedia no tienen garantía alguna de longevidad, ya sea como objetos o como experiencias manifiestas, al depender en cada instante de su relación con el desarrollo tecnológico. No se pueden aplicar las antiguas estrategias económicas que invierten en la estabilidad del soporte de la obra para apoyar la creación, la exhibición y la presentación. Esta "necesidad"

por la que te interesas surge en parte del hecho de que no hay nada intrínseco que "coleccionar", difundir y criticar formalmente como "objeto de arte".

Ilias Marmaras: En esta cuestión hay varios problemas relacionados tanto con las prácticas "antiguas" de arte como con las de los nuevos medios. Personal Cinema intenta centrarse en algunos de ellos. Por ejemplo, las innovaciones tecnológicas han establecido nuevas reglas de relación con un público acostumbrado a un medio cada vez más frenético y fluido. Hoy día, la utilidad comercial de los nuevos medios, extensamente demostrada por el marketing, está generando prácticas creativas que rompen, parodian, socavan y se apartan de los imperativos del consumo. Que los principales sistemas de distribución continúen en estado de cambio cuestiona el posible paralelismo histórico con la aparición del cine y la radio. ¿Qué sucedería si los sistemas de distribución y los medios digitales asumieran una configuración estable? ¿Sería esa configuración algo más que una apoteosis de marketing? ¿Se asemejaría más a los deportes extremos, a los videojuegos violentos o al archivo de artefactos convencionalmente conocido como cine?

Stelios Giannoulakis: Las estructuras de distribución tienden a enjaular violentamente la creatividad. Aunque dejan abierta la posibilidad de utilizar algún tipo de pretexto artístico, en realidad están determinadas por una red de intereses completamente ajena a la necesidad de expresión artística. Personal Cinema reacciona a esto usando la red en sí como material para reprocesar, articular y estructurar dentro del proceso de creación artística.



Hristina Ivanoska / Yane Calovski. Spiral Trip

Irena Paskali. On the way to-from Macedonia



intrinsic to 'collect', disseminate or formally review? as an "art object".

Ilias Marmaras: Well, there are many problems related to this question, concerning both "old" art practices and new media ones. Personal Cinema tries to focus on some of them. For instance, technological innovations have established new rules for engagement with a public that has become accustomed to an increasingly frenetic and effortless media. The amply demonstrated utility of new media for the purposes of marketing now motivates creative practices that short-circuit, parody, deflate, and digress from the imperatives of consumption. While relevant distribution systems are clearly in a state of flux, historical parallels with the emergence of film and radio lead us to think that this fluid condition will not last. What would it mean for digital media and distribution systems to assume a stable configuration? Would such a configuration be something other than an apotheosis of marketing? Would

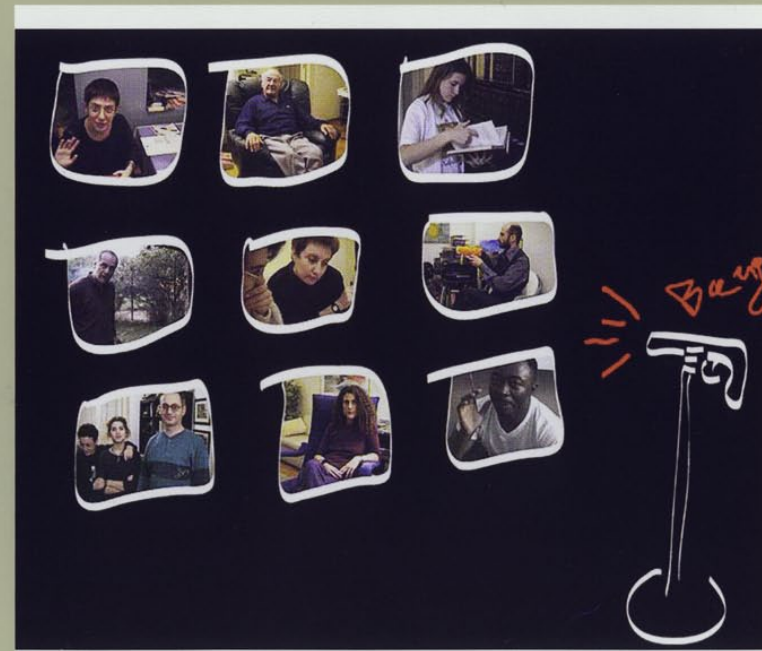
it more closely resemble extreme sports, violent video games, or the archive of artefacts that is conventionally known as cinema?

Stelios Giannoulakis: Distribution structures tend to violently confine creativity within forms that may use some kind of artistic pretext but generally remain determined by a web of interests clearly detached from the need for artistic expression itself. Turning this situation on its head, Personal Cinema uses the idea of the network itself as the material to be reprocessed, articulated and structured within the process of artistic creation.

Katerina Gregos: How would you describe your working method both in terms of the use of new media and as a collaborative group?

Alex Spyropoulos: The line dividing the two factors you mention is unclear. It is the use of new media which dictates the group collaboration. There are so many areas of work within multimedia that it is certainly never a one-man-show. Of course this doesn't mean that it's easy to work as a group, especially when we are not using any particular working method.

Stewart Ziff: Entropic ! ...akin to cinema, but not cinema, akin to broadcasting, but not broadcasting, akin to theatre, but not theatre, akin to soccer, but not soccer, akin to rock'n'roll, but not rock'n'roll. Each player in the group contributes their different ideas as vectors of action and perspective, and their varying skills with craft and studio



Kostas Beveratos. Wow you must be an intellectual

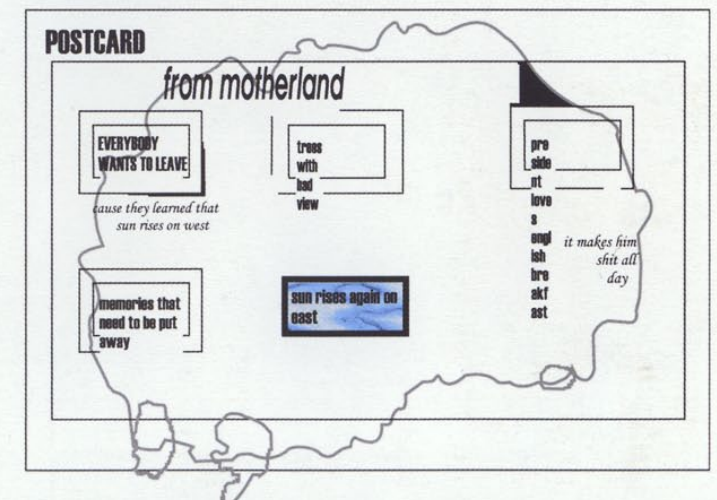
Katerina Gregos: ¿Cómo describiríais vuestro método de trabajo en términos tanto del uso de los nuevos medios como de trabajo de creación colectiva?

Alex Spyropoulos: La línea que separa los dos factores mencionados es oscura. El método de trabajo con los nuevos medios impone la creación colectiva. El multimedia abarca tantas áreas de trabajo, que nunca es el producto de un solo individuo. Naturalmente, esto no significa que sea fácil crear en grupo, especialmente cuando no utilizamos un método de trabajo en particular.

Stewart Ziff: ¡Es entrópico! ...es similar al cine, pero sin ser cine; similar a la radiodifusión, pero sin ser radiodifusión; similar al teatro, pero sin ser teatro; similar al fútbol, pero sin ser fútbol; similar al rock and roll, pero sin ser rock and roll. Cada jugador del grupo aporta sus ideas como vectores de acción y perspectiva y sus habilidades artesanales y técnicas para proyectar y crear (un todo cambiante de fronteras movedizas). Reconocemos implícitamente que nadie está familiarizado con todas las áreas, herramientas y tecnologías necesarias para utilizar los nuevos medios. El capital colectivo de experiencias es el que nos permite desarrollar un trabajo potencialmente maduro.

Ilias Marmaras: Los nuevos medios son productos tecnológicos. Por lo tanto, desde mi punto de vista, pertenecen a la gran familia de la "maquinaria" del mundo occidental inventada y desarrollada en pleno campo de batalla. No deja de ser significativo que en inglés se utilice la misma palabra –shooting– para describir tanto el disparo

BALKAN PEOPLE ARE THEY DIFFERENT THEY MUST BE



Natasha Dimitrievska. Postcard from motherland

de una pistola como la función de grabación de una cámara. En este campo no hay lugar para el autor (auteur). Los artistas de los nuevos medios son editores engranados en un contexto mayor que exige una interrelación permanente. Algunas veces también hay guerras civiles o peleas dentro de los equipos. Por dar un solo ejemplo: "Alex, deja ya de poner tu nombre siempre el primero en la línea de respuestas".

Stewart Ziff: ¡... similar a un kindergarten, pero sin ser un kindergarten!

Katerina Gregos: ¿Podéis explicar a grandes rasgos algunos de vuestros anteriores proyectos y sus principales puntos de interés?

Ilias Marmaras: Personal Cinema ha organizado varios eventos colectivos fuera del circuito institucional conocido o establecido. *Video Show* (Muestra de video, 1999), por ejemplo, reunió a un grupo de artistas visuales contemporáneos que trabajan a menudo con/en espacios no "artísticos", como áreas con fuerte presencia de las actividades cotidianas, el comercio y los ritmos de la ciudad. Este evento mostraba una selección de videoocreaciones en los escaparates de varias tiendas de electrodomésticos en el centro de Atenas. Dado que la exposición tuvo lugar en un área pública, los empleados de las tiendas, los clientes, y el personal de oficina de los edificios colindantes se convirtieron, de algún modo, en visitantes de la muestra. Una de las características de la exposición era que no alteraba la apariencia ni interfería con el funcionamiento normal de estas tiendas. *Glimpses* (Visiones, 2001), por

techniques to project and create (a changeable whole with shifting boundaries). We recognize implicitly that no one is skilled enough in all areas, or has all the tools and technologies needed for the new media; it is the collective capital of skill that allows us to develop potentially mature work.

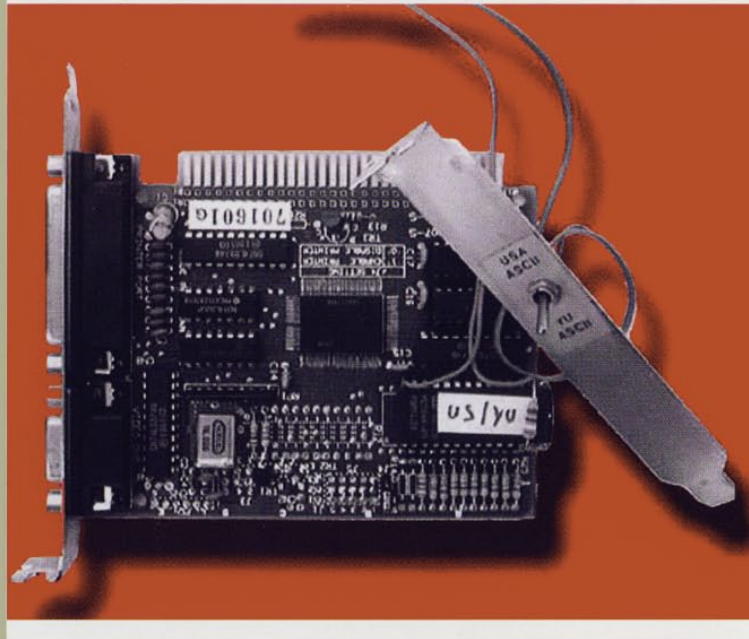
Ilias Marmaras: New media are technological products. Thus, in my view, they belong to the big family of "machinery" of the Western world that has been invented and evolved on the battlefield. It is significant that in English the word "shoot" is used to describe both the action of a gun and the function of a camera. There is no space for authors (auteurs) in such a field. New media artists are editors engaged within a broader context that demands a permanent inter-relationship. Sometimes fights or civil wars break out within the group of people involved. Just to give an example: "Alex, stop always being the first to answer the questions."

Stewart Ziff: ... akin to kindergarten, but not kindergarten!

Katerina Gregos: Can you briefly outline some of your previous projects and their principal areas of interest?

Ilias Marmaras: Personal Cinema has organised a number of collaborative events outside established or expected institutional venues. "Video Show" (1999), for example, brought together a group of contemporary visual artists who often choose to work with/in spaces that are not "artistic" but are rather areas where intense everyday activities, commerce, and city rhythms are in evidence.

Vuc Gosic. UsaYu ascii



This event showcased a selection of video works in the front windows of electrical goods shops in central Athens. Since this took place in a public area, store employees, customers, office workers from the adjoining buildings all became, in a sense, visitors to the show. One feature of the show was that it did not alter the appearance of, or interfere with, the normal function of these shops. "Glimpses" (2001), on the other hand, was proposed to various artists from around Europe as a web project in which they could comment on the events of 9/11 and its consequences. As the media spectacle continued to rage, Personal Cinema wondered whether artistic responses to the events could serve as the starting point for a constructive discourse that addressed the causes of terrorism.

Katerina Gregos: *The Making of the Balkan Wars: The Game*, which you will be presenting at MediaLab Madrid, is a multi-disciplinary project which fuses the visual and performing arts and the use of new media. It makes use of the formal characteristics of the epic adventure video game as a metaphor for the geo-political "games" that occur in reality, with a focus on the Balkan region. What does the project consist of and how does it operate? How does it fuse experiment, critique and play?

Alex Spyropoulos: "Balkana City" is full of critical analysis focusing primarily on the internal structure of the Balkans, its relations with the internal and external "other", outside pressures and intervention. This latter phenomenon? is

otra parte, fue un proyecto web propuesto a varios artistas europeos en el que podían hacer comentarios sobre el 11 de septiembre y sus consecuencias. Mientras la vorágine del espectáculo mediático continuaba, Personal Cinema se preguntaba si las respuestas artísticas al 11-S podían servir como punto de partida para construir un discurso sobre las causas del terrorismo.

Katerina Gregos: *La creación de la Guerra de los Balcanes: el juego*, que presentáis en MediaLabMadrid, es un proyecto multidisciplinar que fusiona las artes visuales y performáticas con el uso de los nuevos medios y utiliza las características formales del videojuego de aventura épica como metáfora de los "juegos" geopolíticos que tienen lugar en la realidad, enfocados en la región de los Balcanes. ¿En qué consiste el proyecto y cómo funciona? ¿Cómo fusiona el experimento, la crítica y el juego?

Alex Spyropoulos: La ciudad de Balkana está repleta de crítica a la estructura interna del territorio balcánico, a las relaciones con los "otros" internos y externos y a la presión e intervención exterior. Esto hace que la realidad balcánica sea muy similar a la estructura que se utiliza para construir un videojuego, ya que el "balcanismo" es una de las bases de muchas construcciones imaginarias de estrategia. Por eso el enfoque del videojuego es esencial para comprender y comunicarse con el territorio balcánico, especialmente si la metáfora se transforma en un videojuego de tipo divino (*1). La ciudad de Balkana intenta centrar la atención en varios de los factores que transforman y crean a los países balcánicos: todos los imperios que han gobernado en la zona desde la era de Bizancio hasta el actual occidentalismo, la encrucijada de religiones, la lucha por conseguir una identidad propia, la sociedad que excluye al individuo y mucho más. Los nuevos medios son sólo un vehículo con GPS (Global Positioning System).



Krassimir Terziev. On the BG track 03



Angel Vergara. Discours

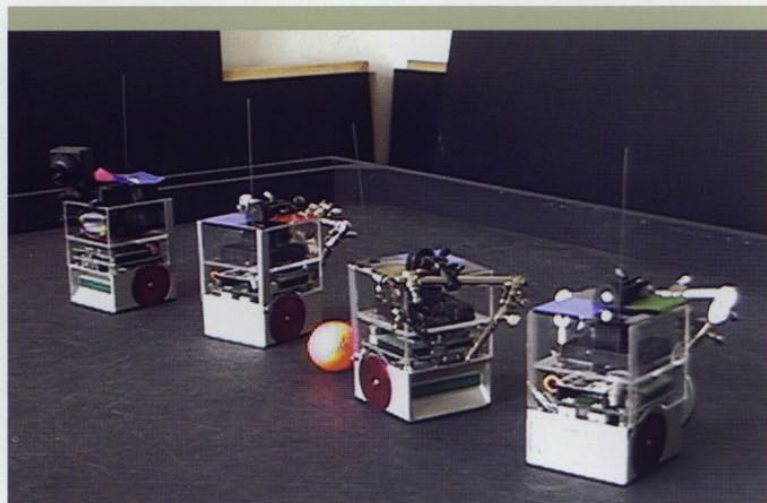


Doron Golan. Melech

Stewart Ziff: Una Babelia plurilingüe, multiteocrática, de fuerzas enfrentadas en la que no hay caminos evidentes hacia metas evidentes y en el que no hay distinciones claras entre el "bien" y el "mal", ni entre construcción y destrucción. Lo heroico y lo despótico se funden en un laberinto de referencias históricas siempre cambiantes.

Ilias Marmaras: Los denominados "new media" se han erigido en el principal administrador de la memoria colectiva. Los países balcánicos o el sudeste de Europa, dependiendo de en qué contexto se nombre, y el tema de la administración de la memoria, o para ser más exactos de la política de esta administración, tienen su origen en la recesión global de principios del siglo XX. Esta gestión de la memoria también se aplicó en los nuevos estados balcánicos como forma de lograr mayor poder político y, en un principio, pretendía ser común a toda la región para gestionar las crisis locales. La necesidad de crear y sostener esta política de crisis nacionales permanentes debe su existencia a un fracaso. Si los países balcánicos se viesan con perspectiva histórica en la cima de la épica del imperio otomano, entonces serían la esencia del fracaso europeo: de la incompetencia permanente y evidente (inspirada por Hegel) de los planes de Europa central para imponer y manipular un mosaico de Estados sobre un mosaico preexistente de naciones.

Desde los tiempos en los que los imperios luchaban por el control territorial alternando campañas bélicas, marcando fronteras y creando nacionalismos (cuando la morfología y las distancias territoriales eran factores claves en el proceso del juego), hasta las guerras galácticas de hoy en día, las naciones balcánicas parecen entusiastas avatares digitales, condenadas a renacer en una arena que en ocasiones nos recuerda la palestra de lo irreal y en otras



Genco Gulan. Football and war



Selda Ashal. Home sweet home

what makes Balkan reality very similar to the structure that is used for the construction of a video game, since 'Balkanism' is one of the primary objectives of many strategic imaginary constructions. That's why the video game approach is essential to understanding and communicating with the Balkan territories, especially if you transform the metaphor into a god-like video game (*1). "Balkana City" is trying to focus on the many factors that have transformed and created the Balkans: including all the empires that have ruled the area from the Byzantine era to the current Occidentalism; it being the crossroads of religions; its struggle to achieve self-identification; the social whole that excludes the individual, and much more. The new media is just a vehicle with G.P.S. (Global Positioning System).

Stewart Ziff: A Babel-like world of multi-linguistic, multi-theocratic, oppositional forces in which there are no evident pathways to any evident goals, and in which there is no obvious distinction between either 'good' or 'bad' and constructive or destructive action. The heroic and the despotic become one in a labyrinth of ever shifting historical reference.

Ilias Marmaras: The so-called "New Media" are becoming the principal medium for the administration of collective memory in general. The Balkans, or in other words - depending on the circumstances - South-Eastern Europe, and the issue of administrating memory, or, to be more exact, the policy behind its administration, originates from the global recession at the beginning of the 20th century.

Eventually, this policy was also applied regionally in the new states incorporating fresh forms of political empowerment, which initially attempted to encompass them in order to manage local crises. The necessity of the creation and the sustainability of this policy of these permanent national crises, owes its existence to a failure. Put in historical perspective, if the Balkans were the culmination of the epic of the Ottoman Empire, then they were, consequently, the essence of European failure: the result of the obvious, perpetual incompetence (inspired by Hegel) of Central European plans to impose and manipulate a mosaic of states over a pre-existing mosaic of nations. From those times of sovereignty, when empires were fighting for territorial control, combining military campaigns with the redrawing of borders and the creation of nationalisms (while territorial morphology and distances were important factors in the game process) to the "Star Wars" of today, the Balkan nations seem like eager digital avatars, doomed to re-birth in an arena that sometimes reminds us of the arena of Unreal and other times of textures of Medieval War. In no other area did nations as a whole change borders, languages and religions so many times. A platform that records this psycho-geography can be easily found in one of the categories of video games, known as Epic Strategy Games. The fall of the Berlin wall and the ordeal of Yugoslavia in the '90s add more levels to the imaginary production of history. The innovations in

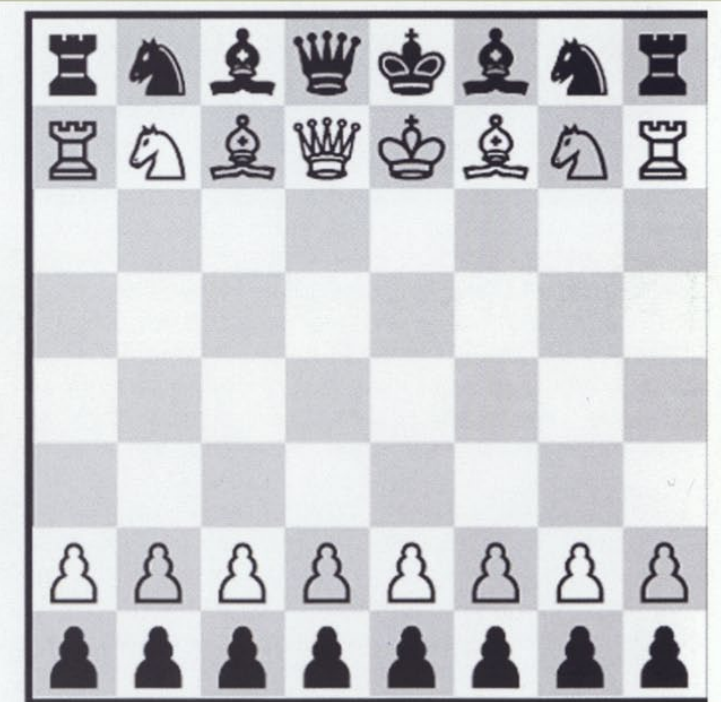


Morgan Showalter. Moments in Albania

las texturas de la Guerra Medieval. En ninguna otra zona del planeta las naciones en su conjunto han cambiado de fronteras, idiomas y religiones tantas veces. Se puede encontrar una plataforma que registra esta psico-geografía en una de las categorías de los videojuegos, conocida como "juegos épicos de estrategia". La caída del muro de Berlín y la ordalía de Yugoslavia en los noventa añaden más niveles a la producción imaginaria de la historia. Las innovaciones en las técnicas de producción propagandística son bien conocidas. El "accidente" de la alta tecnología es un nuevo elemento en la tradición de los fracasos europeos, que transfiere la guerra a un escenario virtual y que sólo baja al terreno durante los debates preelectorales, en general, al servicio de los barones locales.

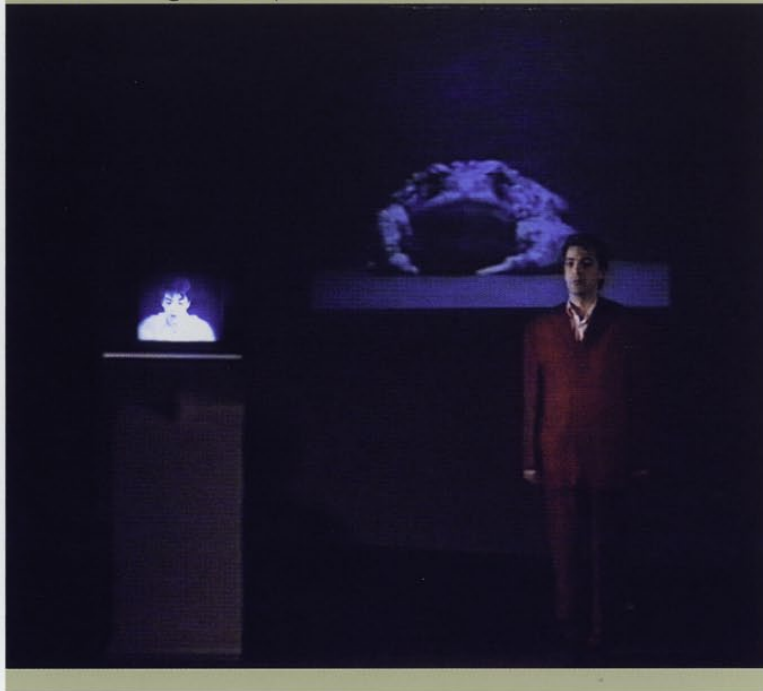
Los juegos que se adaptan a este periodo son los de primera generación, es decir, los que consisten en pegar tiros, tienen tareas organizadas y buscan lograr una rápida descarga de adrenalina con su espectáculo correspondiente.

Para resumir, antes de que los videojuegos aparecieran como una nueva plataforma que fusiona las distintas disciplinas de representación, ya existían como mecanismo de pensamiento y producción cultural. El videojuego del centro comercial balcánico, como la plataforma que creamos, aspira a ser una herramienta de investigación



Ruth Catlow. Rethinking war games

Matthias Wagner. The past is an error



de la arqueología del pensamiento en cuestión.

Katerina Gregos: Aunque emplea las herramientas universales de los nuevos medios, el proyecto tiene un carácter local muy específico. Más allá del deseo de desafiar las narrativas históricas dominantes asociadas con la región de los Balcanes, ¿qué otros temas pretende abordar el trabajo? ¿Cómo examina la noción de sesgo mediático – una de las preocupaciones clave de Personal Cinema?

Alex Spyropoulos: Por supuesto que el proyecto *La creación de la Guerra de los Balcanes: el juego* tiene un carácter local, pero no se debe olvidar que algunos de los temas que Personal Cinema plantea en este proyecto también son aplicables a otras circunstancias. El racismo se forma a partir de procedimientos similares en todas partes. La “toponimización” de las identidades nacionales es la misma desde la antigüedad. La lingüística de los medios de comunicación en la periferia se ha aplicado exactamente de igual forma desde hace mucho tiempo.

Stewart Ziff: Es importante no hacer demasiado hincapié en el carácter “universalizante”. La cuestión está más en el potencial de la iconografía visual de las herramientas de los nuevos medios. Y en que esa iconografía se configura a través de estrategias que se aplican en un contexto corporativo de medios de comunicación. El carácter “universalizante” no es tanto una condición intrínseca a las herramientas –el historicismo parcial es un asunto

the production techniques of images for propaganda purposes are very well known. A new element in the tradition of European failures is the “accident” of high-technology, that transfers war to a virtual scenario, only coming back to earth during pre-election debates and, generally, to suit the needs of the local barons?

Games that suit this period are first generation? i.e. ‘shoot ‘em’ up games with organized tasks and the aim of achieving a quick rush of adrenalin along with the entertainment? In short, before video games appeared as a new platform that fused different disciplines of representation, they already existed as a mechanism of thought and culture production. The aim of *The Balkan Mall* video game, like the platform that we have created, is for it to become a tool to investigate the archaeology of the thinking in question.

Katerina Gregos: Though employing universalising new media tools, the project has a very specific local character. Apart from the desire to challenge dominant historical narratives associated with the Balkan region, what other issues does the work aim to address? How does the notion of media bias – one of the key concerns of Personal Cinema – come under scrutiny?

Alex Spyropoulos: There is certainly a local feel to the project *The Making of Balkan Wars: The Game* but we shouldn't forget that some of the issues that Personal Cinema is considering in this project also apply in many other circumstances. Racism is formed with similar procedures everywhere. The “toponymization” of national identities has been the same since ancient times. The



Dimitris Dokatzis. That time

linguistics of the mass media at the periphery have long been applied in exactly the same way.

Stewart Ziff: It is important not to over-emphasize this matter of a ‘universalising’ character. The issue has more to do with the condition of potential iconography defined within the visual state of new media tools as defined by the strategies for their application in a corporate mass media context. It is mostly ‘not’ an intrinsic condition of the tools that they are universalising – the issue of addressing biased historicism is independent of these new media tools – despite the significant similarity of products like games and movies in popular culture from Hollywood to Kyoto. In our work, we seek to distinguish between the formal aspect of the tools we use and the discourse through which we explore social & political issues.

Ilias Marmaras: We examine the conditions under which this media bias is formed. We employ several techniques referring to both representation and to tactics concerning organization and production. Talking about media bias is somehow to put the question: why are western cultures based so much on the representational? What historical necessities have led up to this? War maybe? The specific means of war as they have been invented and perceived in the West? Alex, stop always putting your name first!

Katerina Gregos: As I understand it, players and spectators have the opportunity to learn how to “behave” and “act” in a simulated Balkan reality. How does this happen?

Alex Spyropoulos: Were it easy for a player to learn how



Angelos Skourtis. Kesariani

independiente de estas herramientas–, a pesar de que existe un sesgo significativo en los productos de cultura popular, como los juegos y las películas, que viene tanto de Hollywood como de Kyoto. En nuestro trabajo intentamos distinguir los condicionantes formales de las herramientas del discurso a través del cual exploramos los fenómenos sociales y políticos.

Ilias Marmaras: Analizamos las condiciones bajo las cuales se forma el sesgo mediático. Engarzamos varias técnicas relacionadas tanto con la cuestión de la representación como con las tácticas de organización y producción. Discutir el sesgo mediático equivale de algún modo a formular la pregunta: ¿por qué las culturas occidentales se basan tanto en la representatividad? ¿Qué necesidades históricas han dado lugar a este hecho? ¿Tal vez la guerra? ¿O los significados específicos de la guerra tal como se han construido y percibido en Occidente? Alex, ¡deja ya de poner tu nombre siempre el primero!

Katerina Gregos: Entiendo que los jugadores y los espectadores tienen la oportunidad de aprender a “comportarse” y a “actuar” en una realidad balcánica simulada. ¿Cómo ocurre esto?

Alex Spyropoulos: Si un jugador pudiera aprender de este juego a comportarse y a actuar en una realidad balcánica simulada, no habría ningún problema balcánico en la región. A menudo mientras creábamos el juego nos topábamos con asuntos muy delicados relacionados con minorías e identidades. Si tenemos en cuenta que durante la última década en la antigua Yugoslavia murieron alrededor de



Gem Genser. La Ronda

700.000 personas, resulta evidente que es imposible aprender a comportarse y a actuar en la región sin vivir realmente allí o en una región con “sensibilidades” similares.

Stewart Ziff: A través de la confusión, la desorientación y la subversión moral.

Ilias Marmaras: Al igual que en la vida. Aplicando características personales y culturales a un ambiente menos conocido.

Katerina Gregos: ¿Cómo veis el desarrollo del arte en los nuevos medios? ¿Los artistas están adoptando los principios de la globalización en sus prácticas o están utilizando sus ejercicios y sus redes para diseccionar, resistir y cambiar los dictados de la globalización y de una cultura mediática global homogeneizada?

Alex Spyropoulos: La cultura mediática global homogeneizada es una realidad. Lo importante es la transformación bidireccional (centro / periferia) de esta cultura. En concreto, en la periferia balcánica la amalgama entre los medios importados recientemente y los del antiguo enfoque soviético crea un nuevo lenguaje inmune al pluralismo de la producción mediática occidental acelerada y con un importante grado de escepticismo hacia la propaganda. No obstante, este lenguaje tiene dificultades para expresarse porque está asombrado ante la nueva era. La intención del artista va desde imitar el método occidental, pasando por casos fronterizos entre ambos enfoques, hasta llegar a los que se niegan en redondo a colaborar.

Stewart Ziff: El tema de la globalización es irrelevante en el contexto, salvo, por supuesto, con aquellas tecnologías que se producen y se financian a través de una relación entre productores y consumidores dentro del mercado global.

Ilias Marmaras: Depende de los artistas, aunque, por supuesto, hay diferencias en la percepción y utilización de los nuevos medios entre Estados Unidos y Europa.

Katerina Gregos: ¿Qué opináis de la estética del arte en los nuevos medios? ¿Cómo describiríais las nuevas posibilidades estéticas que aportan?

Alex Spyropoulos: La estética del arte en los nuevos medios se basa en una mezcla de la industria militar, la publicidad, el software y el cine. Resulta muy difícil circunvalar estas industrias y centrar la atención en el arte. La mayoría de los artistas que trabajan con los

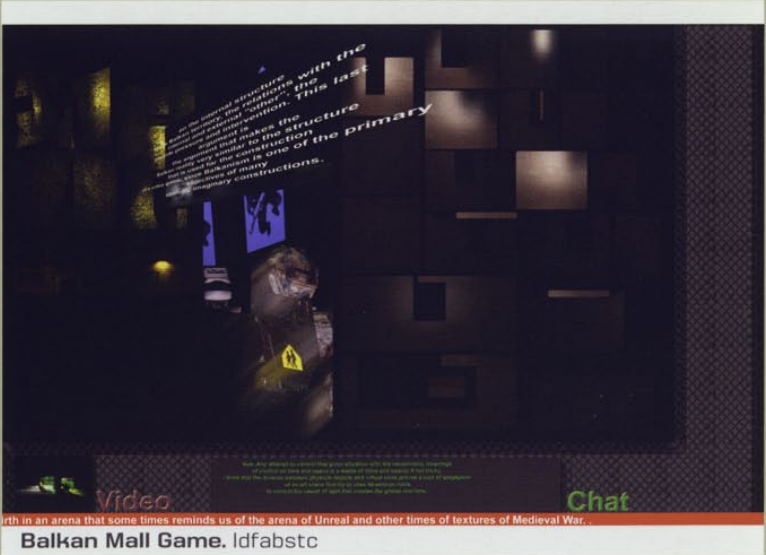
to behave and act in a simulated Balkan Reality from this game, then there wouldn't be any Balkan problem at all in the region. We often faced very sensitive issues concerning minorities and identities while we were creating the game. If one considers that around 700,000 people died in the former Yugoslavia over the past decade, it becomes apparent that it is impossible to learn how to behave and act in the region without actually living there -or in a region with similar "sensitivities".

Stewart Ziff: Through confusion, disorientation & moral subversion.

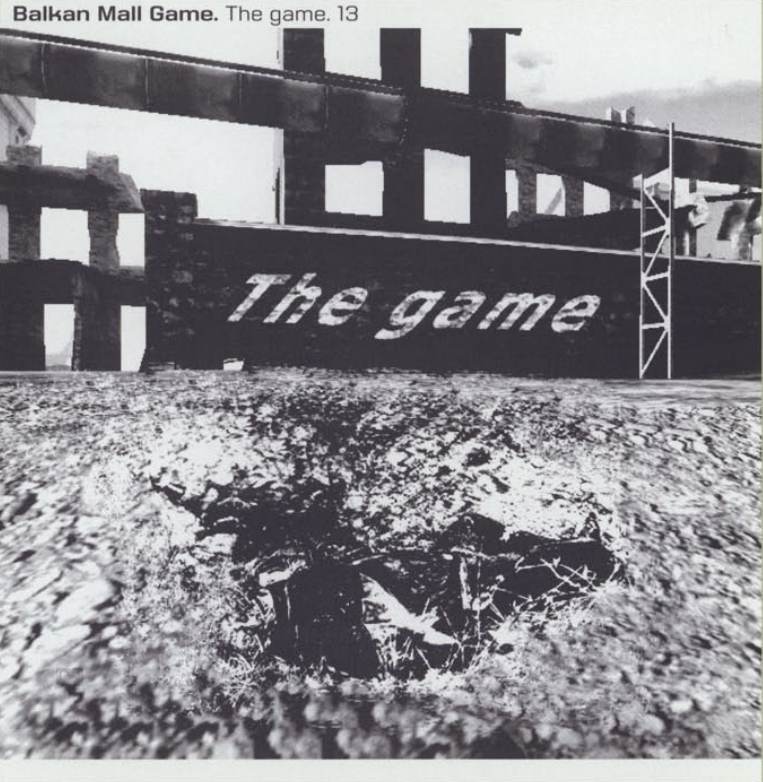
Ilias Marmaras: Same as in life. By applying personal and cultural characteristics to a not-so-familiar environment.

Katerina Gregos: How do you see the development of new media art? Are artists embracing the tenets of globalisation in their practice, or are they using their practice and networks to dissect, resist and re-work the dictates of globalisation and a homogenised global media culture?

Alex Spyropoulos: The homogenised global media culture is a reality. The transformation of this media culture bi-directionally (center / periphery) is what is of greatest importance. Specifically, in the Balkan periphery the amalgam of the newly imported media and the old Soviet approach creates a new language that not only remains immune to the pluralism of accelerated western media production but also retains a healthy scepticism towards propaganda. However, this language has difficulties in expressing itself because it has not come to terms with this new era. Although the intention of some artists may be a wholesale imitation of the western method, there are nonetheless many who come somewhere in between the



Balkan Mall Game. The game. 13



two and others who completely refuse to collaborate.

Stewart Ziff: The issue of globalization is irrelevant to the context except, of course, those technologies that are produced and financed? as part of a relationship between producers and consumers within a globally distributed economy.

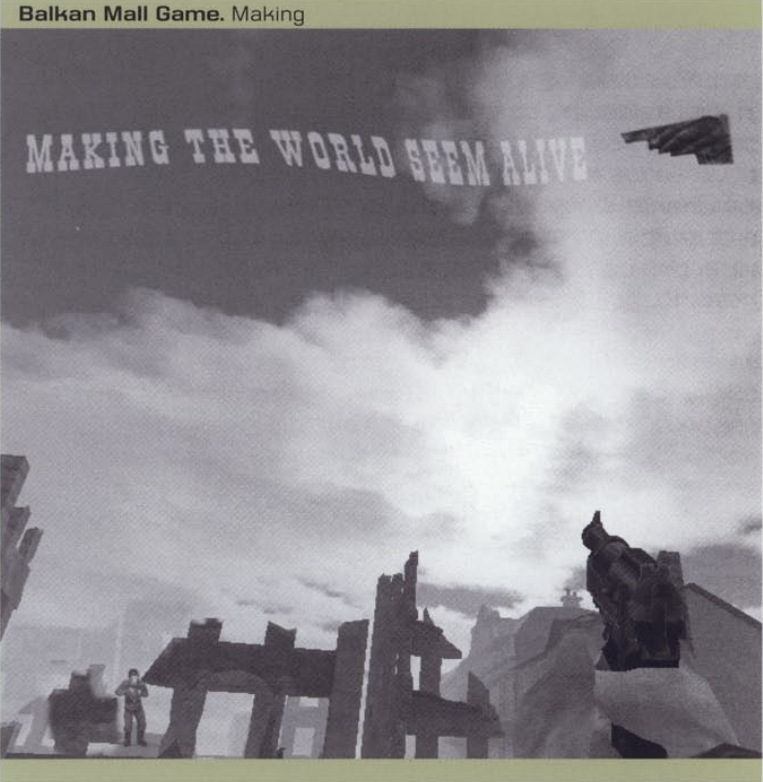
Ilias Marmaras: It depends on the artists. Though there are certainly differences in the perception and use of new media in United States and in Europe.

Katerina Gregos: How do you see the aesthetics of new media art? How would you describe the new aesthetic possibilities, which have arisen as a result?

Alex Spyropoulos: The aesthetics of new media art are based on a mixture of the military, advertising, software and film industries. It is very difficult to disregard these industries and focus on what is art. Most of the new media artists are influenced by the tools that they are using. On the other hand, there are so many options, and the last two decades have not been enough for the creators to mature.

Stewart Ziff: The aesthetic potential rests in the possibility of shifting the gaze of the viewer from passive observation

Balkan Mall Game. Making



nuevos medios están influenciados por las herramientas que utilizan. Por otra parte, existen tantas opciones, que las últimas dos décadas no han bastado para que los creadores maduren.

Stewart Ziff: El potencial estético radica en la posibilidad de transformar la mirada del espectador de una observación pasiva a un compromiso activo. La estética está en estado de cambio. Ha superado los límites formales de la iconografía estática, de los héroes y las certezas en las que se movían la idea y la expresión.

Ilias Marmaras: Si el modernismo fracasó en su intento de dotar de sentido al sujeto circunvalando la red de relaciones de poder que definen ese sujeto, las prácticas de los nuevos medios parecen estar aprisionadas en un juego a largo plazo.

Katerina Gregos: ¿Cómo ha redefinido la naturaleza de la práctica artística el uso de la informática y los nuevos medios y cómo describiríais el efecto de la informatización sobre la cultura visual?

Stewart Ziff: Potencialmente puede lograr que resulten obsoletas las prácticas que invierten en experiencias estéticas fijas, estáticas y despreocupadas de lo social.

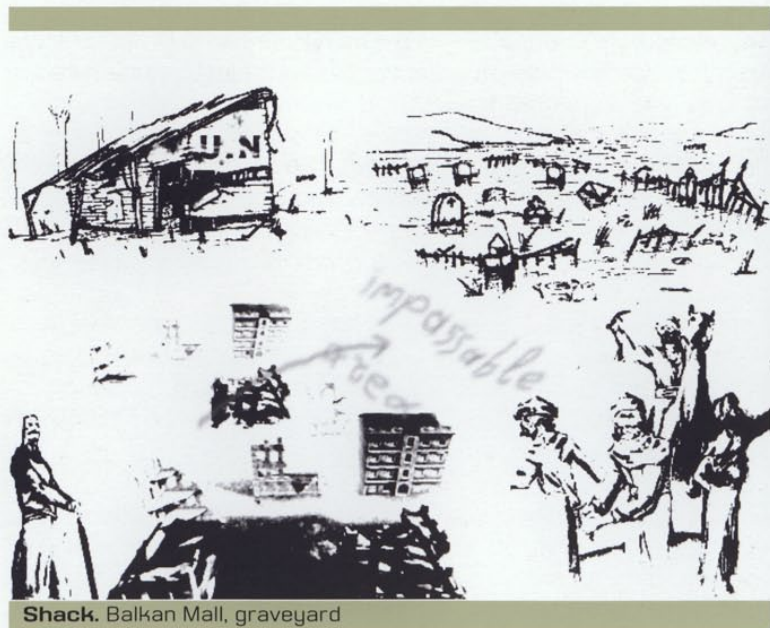
Ilias Marmaras: Desconozco cuáles serán las consecuencias a largo plazo de la informatización de la estética, pero, por el momento, el elemento "poético" esencial, tan bien conocido en Europa, parece estar cediendo su lugar a lo mecánico. Pero este cambio es un fenómeno de mayor envergadura. Un simple vistazo a la pérdida de importancia que han tenido las ciencias humanas frente a las supuestas ciencias tecnológicas nos da un indicio del futuro que nos espera.

Stelios Giannoulakis: Aunque ofrecen un potencial enorme para el análisis, la realización y la comunicación del arte, las nuevas tecnologías, en el fondo, no cambian mucho los procesos. Los cambios paradigmáticos y las áreas inexploradas pueden ser atractivas e influyentes, pero sólo para reinterpretar antiguos problemas.

Katerina Gregos: En un mundo artístico aún dominado en gran parte por los objetos físicos, ¿existe un futuro para el net art?

Andy Deck: No son los objetos físicos los que ponen en peligro la salud del arte en la red, sino la industria del ocio. Pero tal vez esa no sea la pregunta adecuada. En un mundo dominado hasta tal punto por la guerra y el colapso ambiental, ¿existe realmente un futuro para el arte?

Katerina Gregos: El mundo siempre ha presenciado conflictos y luchas a distintos niveles que nunca han detenido la creatividad ni la producción de arte. De hecho, algunos de los ejemplos de arte más emblemáticos se han producido en tiempos difíciles.



Shack. Balkan Mall, graveyard

to active engagement. Aesthetic consideration is in flux, as it is no longer engaged in the formal consideration of idea and expression being defined through static iconography, heroes and a certainty of form.

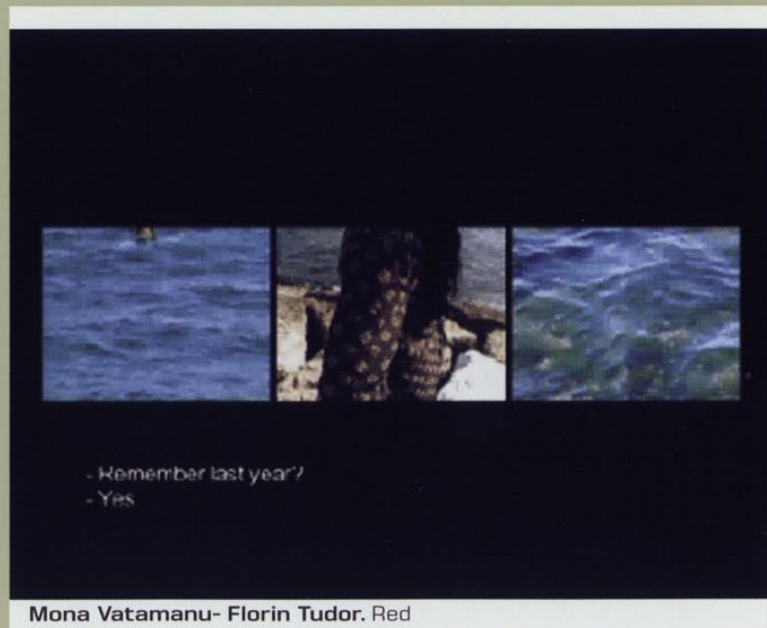
Ilias Marmaras: If modernism finally failed to give an essence to the subject, that bypasses the network of power relations which define that subject, new media practices seem to imprison it in a long-term game?.

Katerina Gregos: How do you think the shift to computer-based media has redefined the nature of artistic practice and how would you describe the effect of computerization on visual culture?

Stewart Ziff: It will potentially render obsolete practices that invest in fixed, static & socially detached aesthetic experiences.

Ilias Marmaras: I don't know what the long-term consequences of the computerization of aesthetics will be, but for the moment the essential "poetic" element so well known in Europe, seems to be giving way to the mechanical. But this shift is a much vaster phenomenon. Just by looking at the downgrading of the human sciences in favour of the so-called technological ones, one gets a hint of the future to come.

Stelios Giannoulakis: Offering immense potential for analysis, realisation and communication of art, new technologies don't really change much, as far as low level processes are concerned. Paradigmatic shifts and unexplored areas



Mona Vatamanu- Florin Tudor. Red

Maurice Ganis. Balkan house



may be attractive and influential but only by shedding new light on ancient problems.

Katerina Gregos: In an art world still very much dominated by physical objects, is there a future for net art?

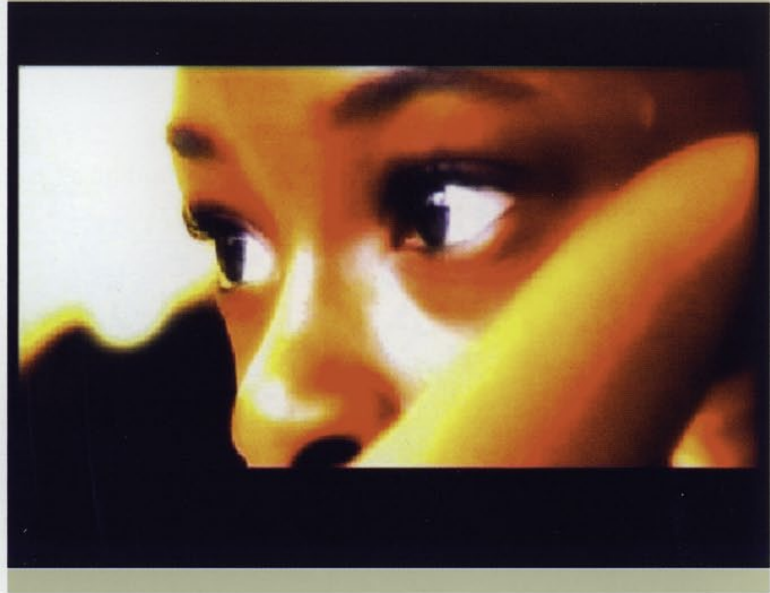
Andy Deck: It's not physical objects that threaten the health of net art, it's the media entertainment industry. But perhaps this is not the right question. In a world so thoroughly dominated by war and environmental collapse, is there really a future for art?

Katerina Gregos: The world has always seen conflict and strife at many levels that have never prevented creativity or the production of art. In fact, some of the greatest art has been made during troubled times.

Stewart Ziff: That question is best answered with another question: "In an art world in which ideas of 'old' persist in 'new' objects how long will there still be investment in the continued accumulation of these objects?"

Katerina Gregos: A good question, theoretically, but human beings have always been obsessed with accumulating objects. Our material culture is based on this assumption. In the field of art (whether contemporary or not) we not only continue to accumulate material objects, but to document, archive, preserve and conserve them. (Institutions the world over are spending more and more of their time doing so). It is a kind of obsession and frankly, I don't see that changing because I think it is ingrained in

Panos Vittorakis. Multibalkans



Stewart Ziff: La mejor respuesta a esta pregunta es otra pregunta: "En un mundo artístico exhausto ante la repetición de las ideas de siempre sobre objetos 'nuevos', ¿durante cuánto tiempo más se invertirá en la acumulación de objetos?"

Katerina Gregos: Buena pregunta, en teoría, pero los seres humanos siempre han estado obsesionados con la acumulación de objetos. Nuestra cultura material está basada en este hecho. En el campo del arte (ya sea contemporáneo o no) no sólo seguimos acumulando objetos materiales, sino que los documentamos, los archivamos, los mantenemos y los conservamos (instituciones en todo el mundo invierten cada vez mas tiempo en ello). Es un tipo de obsesión y, francamente, no veo que esto vaya a cambiar, porque creo que está profundamente arraigado en la naturaleza humana. Simplemente sentimos la necesidad de poseer.

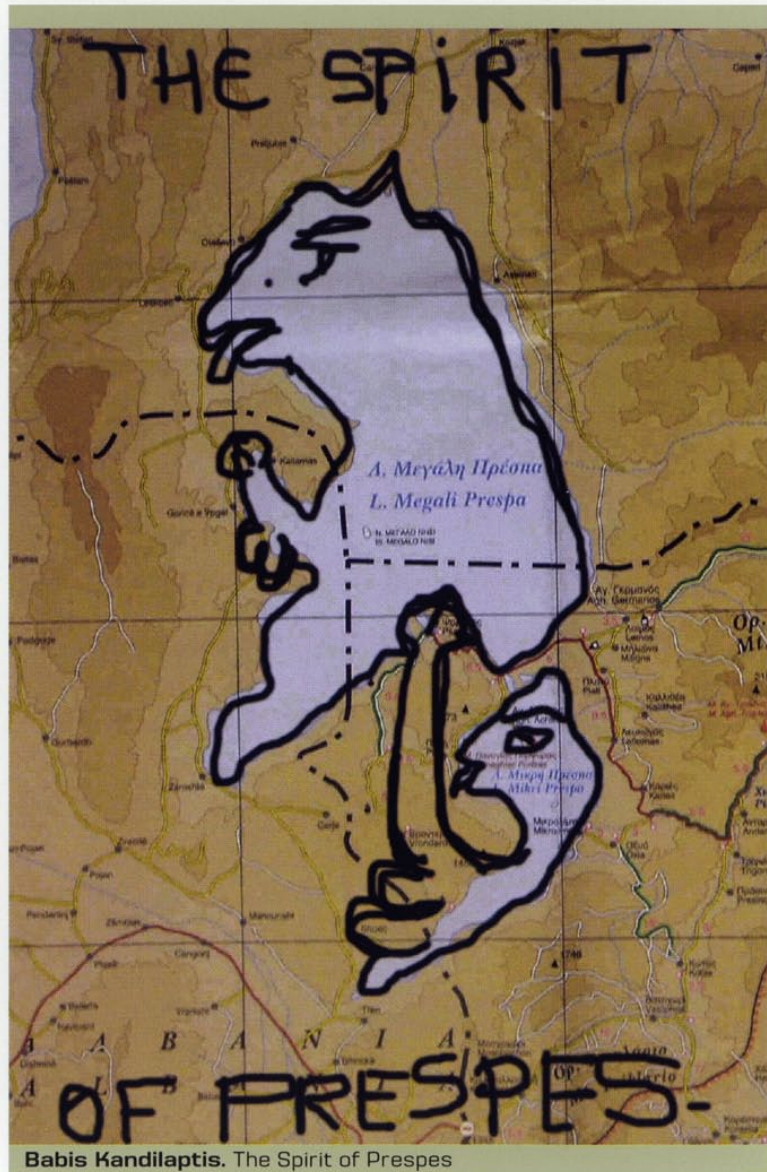
Ilias Marmaras: Hoy día el sistema de mercado ha pasado de la producción de trabajo material en tiempo controlado a la de trabajo inmaterial en las redes (en su mayor parte procesos de producción lingüística) que se produce 24 horas al día y no está sujeto a un escenario específico. Cualquier intento de controlar esta situación con los significados modernistas de control de tiempo y espacio es un derroche (de tiempo y espacio) cuando no un asunto delicado. Creo que la división entre objetos físicos y virtuales no es más que la falta de adaptación de una escena artística que intenta usar herramientas newtonianas para controlar la velocidad de la luz que crea el tiempo real global.

Stelios Giannoulakis: Sería como preguntar si tiene futuro la poesía en un mundo dominado por la arquitectura.

(*1) En el que el participante juega con los avatares mientras intenta conquistar el mundo.

Katerina Gregos es crítica y comisario independiente, así como comisario de Grecia en ARCO '04

Personal Cinema es un grupo de creación colectiva. Sus miembros básicos son:
Maya Bontzou, Andy Deck, Dimitris Dokatzis, Stelios Giannoulakis, Vassilis Kokkas, Nikolas Kozakis, Ilias Marmaras, Panos Papadopoulos, Yannis Scoulidas, Alexandros Spyropoulos y Stewart Ziff.



Babis Kandilaptis. The Spirit of Prespes

human nature. We just feel the need to possess.

Ilias Marmaras: Capital production today has shifted from material labour and controlled time production, to the immaterial labour of the networks (mostly linguistic production processes) that occur 24 hours-a-day and recognise no specific locale. Any attempt to control this given situation with the modernistic meanings of control on time and space is a waste (of time and space), not to mention the difficulties. I think that the division between physical objects and virtual ones proves the lack of adaptation of an art scene that tries to use Newtonian tools to control the speed of light that creates global real-time.

Stelios Giannoulakis: It would be like asking if there is a future for poetry in a world dominated by architecture.

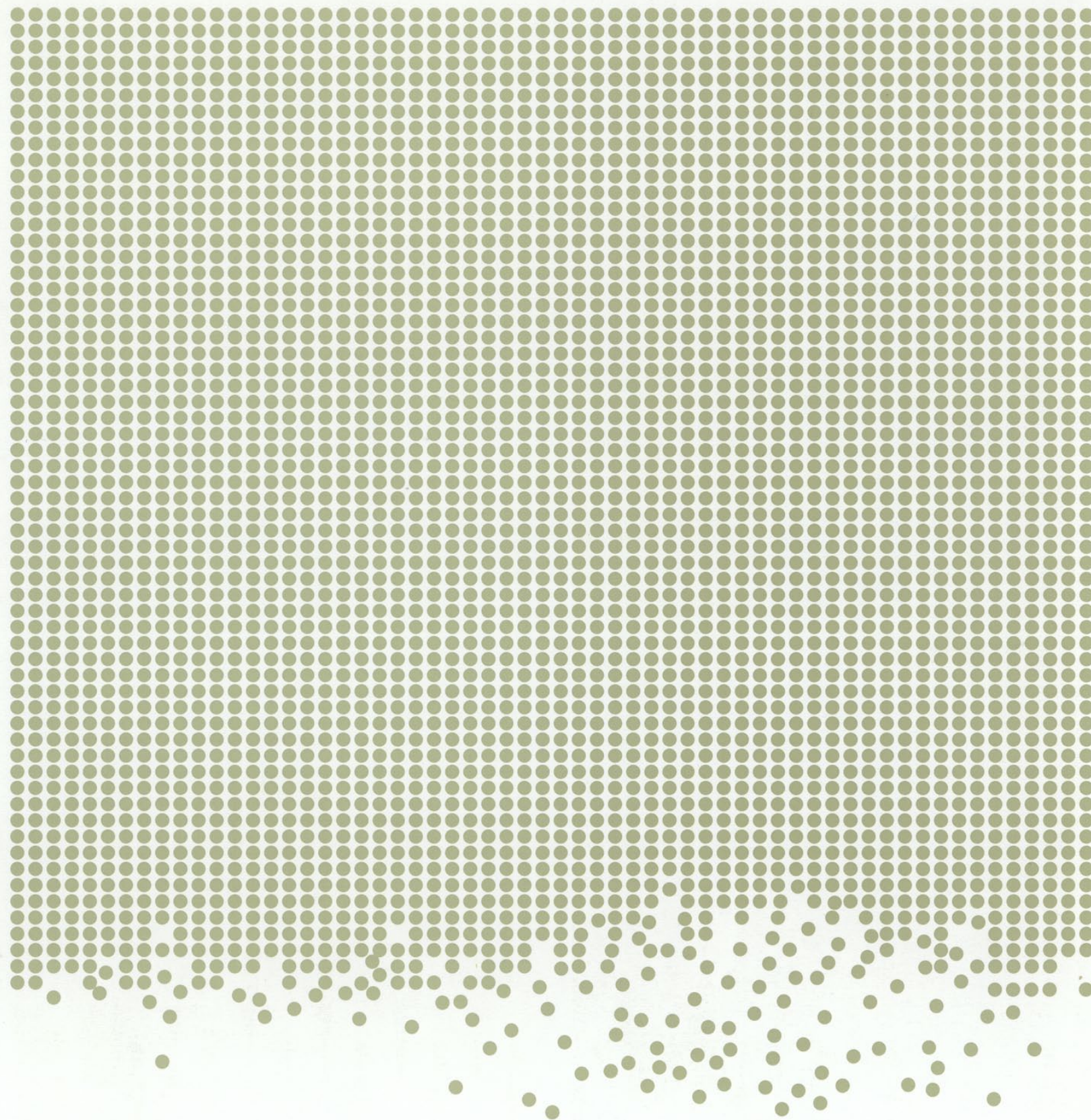
(*1) Where the player plays with the avatars while s/he is trying to conquer the world.

Katerina Gregos is an independent curator and critic and commissioner for Greece at ARCO '04

Personal Cinema is a collaborative group. Its core members are:
Maya Bontzou, Andy Deck, Dimitris Dokatzis, Stelios Giannoulakis, Vassilis Kokkas, Nikolas Kozakis, Ilias Marmaras, Panos Papadopoulos, Yannis Scoulidas, Alexandros Spyropoulos, Stewart Ziff.



Batrijs Aliberts. Wartalk



THE MAKING OF BALKAN WARS: THE GAME

Proposed by
Katerina Gregos, Sania Papa, Denys Zacharopoulos

Curated by
"Personal Cinema"

Coordinated by
Ilias Marmaras and Nina Vagic.

Personal Cinema Core Members

- 1. Maya Bontzou
- 2. Andy Deck
- 3. Dimitris Dokatzis
- 4. Stelios Giannoulakis
- 5. Vassilis Kokkas
- 6. Nikolas Kozakis
- 7. Ilias Marmaras
- 8. Panos Papadopoulos
- 9. Yannis Scoulidas
- 10. Alexandros Spyropoulos
- 11. Stewart Ziff



Participating Artists

- 1. Robert Alias Dragot - Albania
- 2. Genti Shkurti - Albania
- 3. Beatrijs Albers - Belgium
- 4. Francis Schmetz - Belgium
- 5. Jacques Lizene - Belgium
- 6. Marie Andre - Belgium
- 7. Eugene Savitzkaya - Belgium
- 8. Reggy Timmermans - Belgium
- 9. Koen Wastijn Deschuymer - Belgium
- 10. Ria Pacquee - Belgium
- 11. Albena Mihaylova - Bulgaria
- 12. Krassimir Terziev - Bulgaria
- 13. Irene Paskali - Macedonia
- 14. Natasha Dimitrievska - Macedonia
- 15. Christina Ivanoska-Yane Calovski - Macedonia
- 16. Mathias Wagner K - Germany
- 17. Kostas Beveratos - Greece
- 18. Dimitris Tsardakas - Greece
- 19. Babis Kandilaptis - Greece / Belgium
- 20. Nicolas Kozakis - Greece / Belgium
- 21. Maya Bontzou - Greece
- 22. Dimitris Dokatzis - Greece
- 23. Ilias Marmaras - Greece
- 24. Angelo Skourtis - Greece
- 25. Maurice Ganis - Greece
- 26. Alexandros Spyropoulos - Greece
- 27. Vassilis Kokkas - Greece / Germany
- 28. Dimitris Tzamouranis - Greece / Germany
- 29. Stelios Giannoulakis-- Greece
- 30. Panos Vittorakis - Greece
- 31. Chiara Passa - Italy
- 32. Antonio Riello - Italy / Holland
- 33. Floe Tudor - Romania
- 34. Mona Vatamanu - Romania
- 35. Per Pegelow - Russia
- 36. Vuk Cosic - Serbia / Slovenia
- 37. Andrej Tisma - Serbia
- 38. Windows 99-HAMMER CREATIVE - Serbia
- 39. Milena Zevu - Serbia / Hungary
- 40. Aniceto Expósito - López - Spain / Belgium
- 41. Ángel Vergara - Spain / Belgium
- 42. Selda Ashal - Turkey
- 43. Gulsen Bal - Turkey
- 44. Cem Genser - Turkey
- 45. Genco Gulan - Turkey
- 46. Ruth Catlow - UK
- 47. Stewart Ziff - UK / USA
- 48. Andy Deck - USA
- 49. Goron Dolan - USA
- 50. Morgan Showalter - USA

LA CREACIÓN DE LA GUERRA DE LOS BALCANES: EL JUEGO

Propuesta
Katerina Gregos, Sania Papa, Denys Zacharopoulos

Comisariado
"Personal Cinema"

Coordinación
Ilias Marmaras and Nina Vagic.

Miembros básicos de Personal Cinema

- 1. Maya Bontzou
- 2. Andy Deck
- 3. Dimitris Dokatzis
- 4. Stelios Giannoulakis
- 5. Vassilis Kokkas
- 6. Nikolas Kozakis
- 7. Ilias Marmaras
- 8. Panos Papadopoulos
- 9. Yannis Scoulidas
- 10. Alexandros Spyropoulos
- 11. Stewart Ziff



Artistas participantes

- 1. Robert Alias Dragot - Albania
- 2. Genti Shkurti - Albania
- 3. Beatrijs Albers - Bélgica
- 4. Francis Schmetz - Bélgica
- 5. Jacques Lizene - Bélgica
- 6. Marie Andre - Bélgica
- 7. Eugene Savitzkaya - Bélgica
- 8. Reggy Timmermans - Bélgica
- 9. Koen Wastijn Deschuymer - Bélgica
- 10. Ria Pacquee - Bélgica
- 11. Albena Mihaylova - Bulgaria
- 12. Krassimir Terziev - Bulgaria
- 13. Irene Paskali - Macedonia
- 14. Natasha Dimitrievska - Macedonia
- 15. Christina Ivanoska-Yane Calovski - Macedonia
- 16. Mathias Wagner K. - Alemania
- 17. Kostas Beveratos - Grecia
- 18. Dimitris Tsardakas - Grecia
- 19. Babis Kandilaptis - Grecia / Bélgica
- 20. Nicolas Kozakis - Grecia / Bélgica
- 21. Maya Bontzou - Grecia
- 22. Dimitris Dokatzis - Grecia
- 23. Ilias Marmaras - Grecia
- 24. Angelo Skourtis - Grecia
- 25. Maurice Ganis - Grecia
- 26. Alexandros Spyropoulos - Grecia
- 27. Vassilis Kokkas - Grecia / Alemania
- 28. Dimitris Tzamouranis - Grecia / Alemania
- 29. Stelios Giannoulakis-- Grecia
- 30. Panos Vittorakis - Grecia
- 31. Chiara Passa - Italia
- 32. Antonio Riello - Italia / Holanda
- 33. Floe Tudor - Rumanía
- 34. Mona Vatamanu - Rumanía
- 35. Per Pegelow - Rusia
- 36. Vuk Cosic - Serbia / Eslovenia
- 37. Andrej Tisma - Serbia
- 38. Windows 99-HAMMER CREATIVE - Serbia
- 39. Milena Zevu - Serbia / Hungría
- 40. Aniceto Expósito - López - España / Bélgica
- 41. Ángel Vergara - España / Bélgica
- 42. Selda Ashal - Turquía
- 43. Gulsen Bal - Turquía
- 44. Cem Genser - Turquía
- 45. Genco Gulan - Turquía
- 46. Ruth Catlow - Reino Unido
- 47. Stewart Ziff - Reino Unido / Estados Unidos
- 48. Andy Deck - Estados Unidos
- 49. Goron Dolan - Estados Unidos
- 50. Morgan Showalter - Estados Unidos



PERSONAL CINEMA

Personal Cinema nació en 1998 con Maya Bontzou (artista), Stewart Ziff (artista), Dimitris Dokatzis (artista), Ilias Marmaras (artista) y Panos Papadopoulos (director / productor).

Con el paso del tiempo otros miembros se sumaron al grupo: Andy Deck (artista multimedia), Vassilis Kokkas (compositor), Alex Spyropoulos (artista), Nikolas Kozakis (artista), Yannis Scoulidas (artista / programador) y Stelios Giannoulakis (diseñador de sonido).

www.personalcinema.org

Proyecto actual

La creación de la Guerra de los Balcanes: el juego
www.balkanwars.net

Comisario del proyecto

Personal Cinema

Coordinación

Ilias Marmaras / artista, Nina Vagic / comisario

Texto original (para el catálogo)

Ilias Marmaras, Andy Deck, Nina Vagic y Stewart Ziff.

Colaboradores

Instituto Goethe de Atenas
Biljana Tanurovska / LOKOMOTIVA, Skopje
Gulsen Bal, artista / investigador, Londres
Panos Vittorakis, director / productor, Atenas
Fotini Kariotaki, artista, Tesalónica
Nikos Hydakis, escritor artístico, Atenas
PROSENGHISI
Eixon Acoustic Arts Studio, Atenas
Vassilis Kazis
DOC's Studios, Atenas

PERSONAL CINEMA

Initially, Personal Cinema was formed in 1998 by Maya Bontzou (artist), Stewart Ziff (artist), Dimitris Dokatzis (artist), Ilias Marmaras (artist) and Panos Papadopoulos (director/producer).

In the meantime other members were added: Andy Deck (media artist), Vassilis Kokkas (composer), Alex Spyropoulos (artist), Nikolas Kozakis (artist), Yannis Scoulidas (artist/programmer) and Stelios Giannoulakis (sound designer).

www.personalcinema.org

For the actual project

The Making of Balkan Wars: The Game
www.balkanwars.net

Curating of the project

Personal Cinema

Coordination

Ilias Marmaras / artist, Nina Vagic / curator

Original text (for the catalogue)

The making of Balkan wars:The game, written by: Ilias Marmaras, Andy Deck, Nina Vagic and Stewart Ziff.

Collaborators

Goethe Institut of Athens
Biljana Tanurovska/ LOKOMOTIVA, Skopje
Gulsen Bal , artist/researcher, London
Panos Vittorakis, director/producer, Athens
Fotini Kariotaki, artist, Thessaloniki
Nikos Hydakis, art writer, Athens
PROSENGHISI
Eixon Acoustic Arts Studio, Athens
Vassilis Kazis
DOC's Studios, Athens

CRÉDITOS/ CREDITS

ESPAÑA / SPAIN

Ayuntamiento de Madrid / City Council of Madrid
Alcalde de Madrid / Mayor of Madrid
Alberto Ruiz-Gallardón

Concejal de Gobierno de Las Artes /
City Councilor for the Arts
Alicia Moreno

Delegada de Las Artes / Delegate for the Arts
Mora Aprea

Director Gerente de Patrimonio Cultural /
Director General for Cultural Heritage
Juan José Echeverría

Director del Centro Cultural Conde Duque /
Director of the Conde Duque Cultural Centre
Juan Carrete

GRECIA / GREECE

Ministerio de Cultura / Ministry of Culture
Ministro de Cultura / Minister of Culture
Evangelos Venizelos

Olimpiada Cultural / Cultural Olympiad
Presidente / President
Evgenios Giannakopoulos

Asociación Griega de Galerías de Arte /
Hellenic Art Galleries Association

Presidenta / President
Julia Dimakopoulou

Vicepresidenta / Vice President
Ileana Tounta

Coordinadora / Coordinator
María Panayides

Este proyecto ha sido organizado por la Concejalía de Las Artes del Ayuntamiento de Madrid, el Centro Cultural Conde Duque, MediaLabMadrid y la Asociación Griega de Galerías de Arte en colaboración con la Embajada de Grecia en España. Forma parte del programa de la Olimpiada Cultural, con el apoyo del Ministerio de Cultura Griego.

This project has been organised by the Arts Department of the City Council of Madrid, the Conde Duque Cultural Centre, MediaLabMadrid and the Hellenic Art Galleries Association, in collaboration with the Greek Embassy in Spain. It is part of the Cultural Olympiad program with the support of the Hellenic Ministry of Culture.

PERSONAL CENTRO CULTURAL CONDE DUQUE / CONDE DUQUE CULTURAL CENTRE STAFF

Coordinación / Coordination
Alicia Navarro
María Josefa Pastor
Paula Criado

Encargado de montaje / Assembly
Fernando Arias

Administración / Management
María Ángeles Fernández
Isabel Yela

Prensa / Press
Javier Monzón
Isabel Cisneros



Colabora / With the collaboration of:



EXPOSICIÓN / EXHIBITION

Propuesta / Proposal
Katerina Gregos
Denys Zacharapoulos
Sania Papa

Comisariado / Curator
Personal Cinema

Coordinación Atenas / Coordination in Athens
Ilias Marmaras
Nina Vagic

Dirección Madrid / Direction in Madrid
Karin Ohlenschläger
Luis Rico

Coordinación General Madrid /
General Coordination in Madrid
Sonia Díez Thale

Ayte. de Coordinación / Coordination Assistant
Francisca Blanco Olmedo

Producción Ejecutiva / Executive Production
Miguel Sanz
Todo Fluye

Prensa / Press
Marta Rodríguez

EQUIPO TÉCNICO MEDIALABMADRID / MEDIALABMADRID TECHNICAL TEAM

Coordinación General / General Coordination
Alfredo Puente

Dirección Técnica / Technical Direction
Gustavo José Valera Marín

Asistencia Técnica / Technical Assistance
José Luis Pajares
Abelardo Gil-Fournier
Alvaro Castro
Marc Salent

Realización Audiovisual / Audiovisual Production
Raúl Díez Alaejos

Programa Didáctico/Didactic Program
Marcos García Cristobal y Laura Fernández Piñar

Diseño de Montaje / Assembly Design
Waskman

Montaje / Assembly
Gaba 5

Rotulación / Panels
Trama

Transporte / Transport
Manterola

Seguros / Insurance
AXA

Iluminación / Lighting
Intervento

CATÁLOGO / CATALOGUE

Diseño / Design
Numen

Diseño logotipo / Logo Design
Waskman

Fotomecánica e impresión / Colour separation and printing
Artes Gráficas Luis Pérez

Textos / Texts
Karin Ohlenschläger
Luis Rico
Katerina Gregos
Popi Diamantakou
Andy Deck
Ilias Marmaras
Nina Vagic
Stewart Ziff

Traducciones inglés-castellano /
English-Spanish Translations
Erica Witschey
Patricia Newey
Kevin McCourt

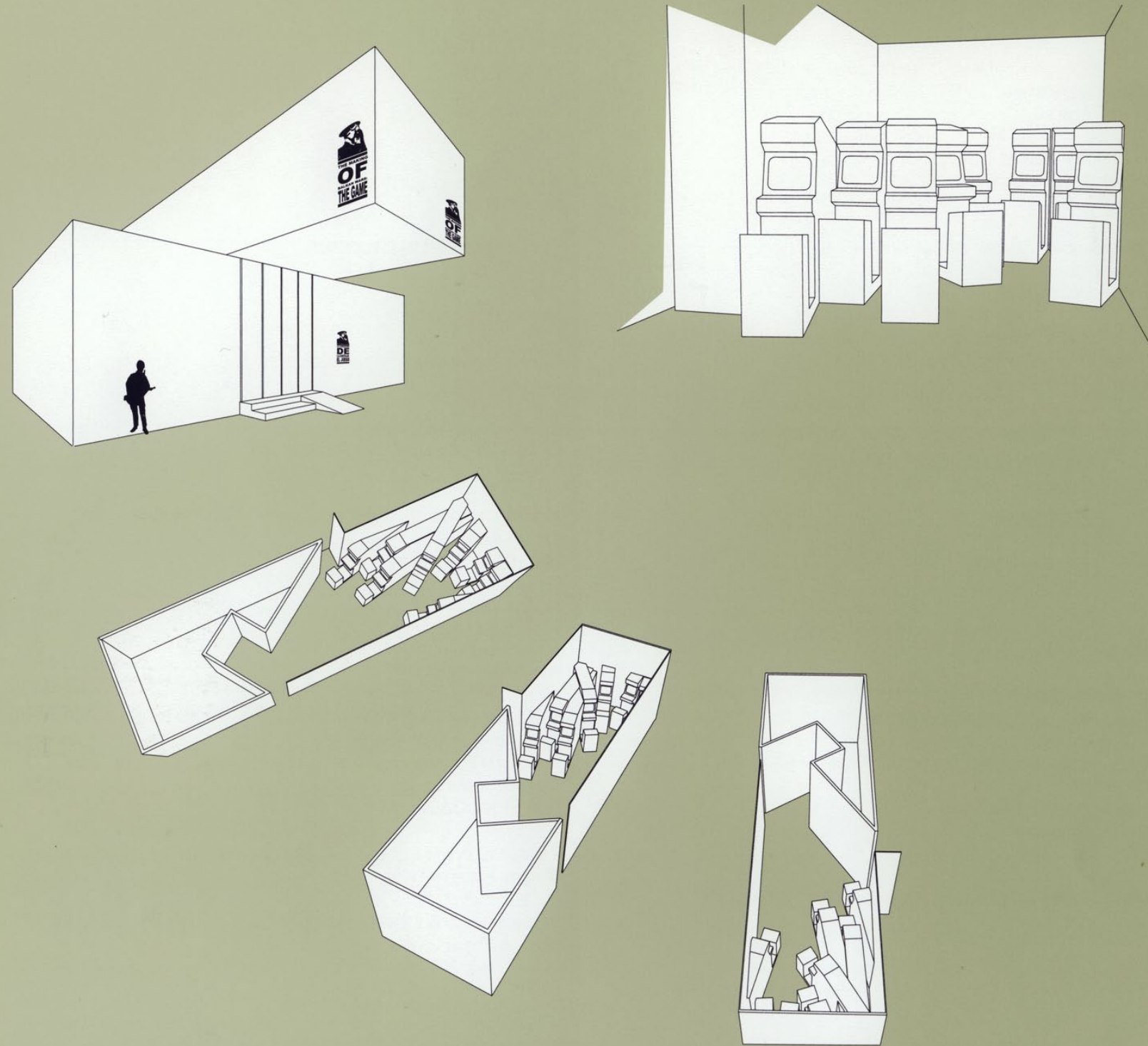
Traducción griego-inglés / Greek-English Translations
Maria Skamanga

Edición textos / Text Editing
Marta Rodríguez

ISBN: 84- 96102 -06 - 8
Depósito legal: M. 4.800-2004
Copyright de los textos: sus autores / Text copyright: original authors
Copyright de las fotografías: sus autores / Photograph copyright: original photographers

EXPOSICIÓN / EXHIBITION

Diseño de Montaje / Assembly Design
Waskman





madrid

CONCEJALÍA DE LAS ARTES

**CONDE
DUQUE**

CENTRO CULTURAL



CULTURAL
OLYMPIAD
HELLENIC MINISTRY OF CULTURE

ERT

Communication Systems
and Infrastructure

