

¿ARTE O NEGOCIO?

Cosas del **capitalismo**. Para sobrevivir, un artista **joven** necesita **vender**. Y como el mercado está saturado, algo que no sea estrictamente obra. Éstos son algunos de los **creadores** que no temen al concepto **empresa** o **autónomo** y que se lo montan de otra manera.

TEXTO: MANUELA VILLA



MMMM...

“La gente ya no quiere sólo ver lienzos, sino ser productor y partícipe de la oferta cultural”

Telemadre. Uno de los proyectos más populares de este grupo formado por dos arquitectos, un ingeniero naval, un diseñador y una periodista. Se trata del intercambio entre madres desempleadas y gente que quiere comer bien y no puede permitirse cocinar en casa. Las madres abastecen de comida a sus hijos adoptivos por una módica cantidad de dinero.

Festimar adulto. Durante las ediciones de 2002 y 2003 del madrileño festival de música Festimad, MMMM... llevó de excursión a 65 abuelos de entre 70 y 92 años para que pudiesen compartir sus experiencias con los asistentes, claramente más jóvenes que ellos. Ocho de ellos incluso se quedaron a dormir en el camping del festival.

Integrantes: Alberto Alarcón (Madrid, 1969), Emilio Alarcón (Madrid, 1970), Eva Salmerón (Madrid, 1971), Horacio Díez (Madrid, 1980) y Ciro Márquez (Madrid, 1970).

www.mmmm.tv

SAIOA OLMO

“Como empresa puedo insertar mi trabajo en la sociedad de una manera que no podría como artista”

Emancipator Bubble. Ante la dificultad del acceso de los jóvenes a la vivienda, la bilbaina propuso, en 2004, un habitáculo hinchable con forma de burbuja que, instalado como un parásito en la casa familiar, permitiría emanciparse sin costes añadidos y sin perder calidad de vida. Arte reivindicativo, ironía y, por qué no, idea empresarial.

Brandol stademart. A través de una página web, Saioa invita a la gente a reflexionar sobre cómo se forma la identidad cultural (en la imagen). En concreto la identidad vasca. ¿Qué diferencias hay entre País Vasco, Euskal Herria, Euskadi o Pueblo Vasco? ¿Se ha convertido Euskadi en el nombre de una marca comercial? ¿En qué se diferencia de otras como Nike?

Integrante: Saioa Olmo (Bilbao, 1976).
www.emancipator.org y www.euskadi-tm.com



ZEMOS 98

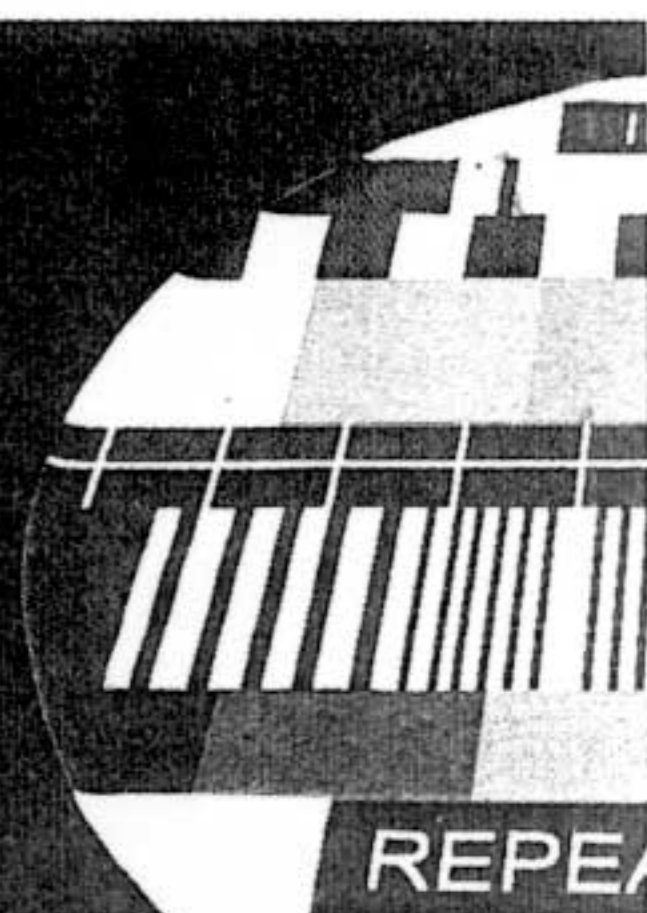
“Aunque no nos guste, aprendemos estrategias de marketing para poder evolucionar”

Hapaxmedia. Este colectivo, que recientemente ha creado la empresa Hapaxmedia, nació como un festival audiovisual: Zemos 98. Esario y está dedicado al arte multimedia (en la imagen), pero con incidencia de las nuevas tecnologías en la sociedad. El festival fue des como la muestra de vídeo hecha por escolares andaluces Fes

Cultura Vj. Uno de sus últimos proyectos y la primera exposición en España, esto es, todo lo relacionado con la creación de imagen

Integrantes: Pedro Jiménez (El Viso del Alcor, Sevilla, 1980), F. González (Santa Cruz de Tenerife, 1981).

www.zemos98.org



ATRÁS queda la imagen del artista bohemio encerrado en su estudio, ajeno a todo lo que ocurre a su alrededor. Hoy en día, en el floreciente mercado del arte, los que quieren vivir de su trabajo deben realizar productos aptos para galerías, coleccionistas, gestores culturales, ferias, empresas o instituciones. El arte es negocio, y las jóvenes generaciones lo saben. Por eso algunos creadores optan por abrazar sin complejos ese intercambio mercantil, salir del incierto mercado del arte y ofrecer sus servicios como empresa.

Lo hemos visto en el congreso Coffee Break 07 promovido por el Gabinete de Iniciativa Joven de la Junta de Extremadura, cuya segunda edición ha tenido lugar a principios de octubre en Cáceres. Un total de 160 personas innovadoras y creativas charlando sobre sus ideas y experiencias en grupos de cuatro alrededor

de un café y unos cruasanes. Publicistas, periodistas, expertos en comunicación o *marketing*, gestores culturales, analistas de tendencias, empresarios con ideas innovadoras y... artistas. ¿Para qué? Para intercambiar ideas, conocerse y generar oportunidades de negocio.

Amasté, MMMM..., Zemos 98 o Saioa Olmo son algunos de los artistas-empresa participantes. "Al final, cada artista es un pequeño autónomo y, por tanto, una pequeña empresa", dice la artista bilbaína de 31 años Saioa Olmo. "Nosotros somos una empresa y, como tal, damos un servicio", apunta Ricardo Antón, bilbaíno de 33 años, director de la agencia de comunicación creativa Amasté. Ellos han participado en la última edición de uno de los acontecimientos artísticos más prestigiosos del mundo: Documenta de Kassel (Alemania). Allí presentaron *Casi tengo 18*, un

trabajo de mediación con adolescentes en el que las nuevas tecnologías juegan un papel destacado. "Si esto es o no es arte, me da igual, para mí es mi trabajo como artista", dice Ricardo.

Pero ¿puede una campaña de comunicación ser arte? ¿Deja uno de ser artista porque su obra se utilice para vender coches? Santiago Eraso, ex director del centro de arte Arteleku, tiene claro que no se puede vivir de espaldas al negocio. "Es lo mismo exponer en una galería o que utilicen tu trabajo para hacer un anuncio", sentencia. "En la sociedad en la que vivimos, el arte se puede transformar en mercancía fácilmente, aunque lo importante es que los orígenes de cada obra estén ligados al discurso emancipatorio de cada artista". Éstos son algunos ejemplos de artistas que se ven como empresas y de algunos de sus trabajos. ■

www.thecoffeebreak.biz



AMASTÉ

"No entendemos la práctica artística que no tiene en cuenta su contexto"

¿Qué es Amasté? Su último trabajo hasta el momento. Junto a colectivos como Basurama o Recrea2, Amasté ha realizado en octubre talleres con vecinos de los barrios bilbaínos de Bilbao La Vieja, San Francisco y Zabala para sacar el máximo partido a los desperdicios. El resultado de este trabajo se ha podido ver en una exposición en el centro cívico de San Francisco.

¿Qué es un work in progress? Es un *work in progress* que fue mostrado en la Documenta de Kassel de este año. El objetivo es dotar de herramientas de participación ciudadana a un grupo de adolescentes con un especial hincapié en la utilización de nuevas tecnologías (en la imagen). Concursos de pequeñas piezas audiovisuales realizadas con teléfonos móviles, colonias creativas o *sound systems* (pequeños conciertos y fiestas móviles) son algunas de las acciones.

¿Qué artistas han participado? Ricardo Antón (Bilbao, 1974), Txelu Balboa (Vitoria, 1974), Oihana Bonilla, (Bilbao, 1980), Itxaso Díaz (Baracaldo, 1974).

www.amaste.com
www.casitengo18.com

YP PRODUCCIONES

"Presentar proyectos como una empresa resulta más sólido que hacerlo como una persona"

Embajada YP: La pasada primavera estos licenciados en bellas artes afincados en Barcelona fueron invitados a presentar una acción artística en Madrid. Su propuesta fue la Embajada YP, una semana de reuniones informales con colectivos, artistas y gestores culturales de la ciudad, cuyas reflexiones quedaron recogidas en su página *web*.

Hamaca: www.hamacaonline.net es la primera distribuidora de videoarte por Internet que se abre en España. Una iniciativa de la Asociación de Artistas Visuales de Cataluña dirigida por YP que permite consultar, comprar y colgar obras de videoarte y contactar con los artistas.

Ypsite: Elisabet Lloveras (Igualada, 1979), Rubén Martínez (Barcelona, 1977), Jaron Rowan (Londres, 1978) y Marc Vives (Barcelona).

www.ypsite.net

