

ARTES VISUALES BUSCAN FORMAS ALTERNATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN

APOYO A OTROS. N. Samara Guzmán dedica sus esfuerzos a la creación de nuevos públicos, pero también a impulsar a otros creadores como ella.



Artistas desafían a las galerías

“Estar en una galería no te garantiza ventas, ni reconocimiento ni prestigio (...) Yo he visto que de repente las galerías se desprecupan de vender y les rentan el espacio a los artistas”, dice Diana Martín, dibujante, grabadora y pintora que ha hecho su carrera de forma individual, buscando otras alternativas para posicionar su obra.

Como ella hay muchos creadores que andan por el mundo sin una galería, sin un espacio físico en el que puedan exhibir su obra y esperar a que ésta se venda. Hoy, las redes sociales se han convertido en un escaparate para algunos, mientras que otros recurren a las plazas públicas —como la artista plástica Gabriela Tolentino— para mostrar y vender su trabajo, o los colectivos de artistas que suman esfuerzos para mover sus obras.

La realidad que habitan algunos creadores de la ciudad no dista mucho de la que se percibe en otras latitudes: Charly Nijensohn, artista visual argentino, vive en Berlín sin saber alemán y promociona su trabajo de manera directa con quien pueda estar interesado; no recurre a galerías, e incluso, procura estar lo más alejado posible de las instituciones, porque éstas a veces cuartejan la creatividad de los artistas y tienden a establecer ciertas reglas en aras de que resulte más sencillo posicionar la obra.

En un artículo publicado en *asri, Artye Sociedad. Revista de Investigaciones*, de las universidades de Málaga y Sevilla (España), Erika Pardo Skoung, artista contemporánea, señala que ha escuchado el lamento de comisarios de exposiciones “que dicen sentir coartada su libertad para la selección de obras, por las directrices ya dadas por los que realmente manejan el cotarro de la actividad cultural”. Sin embargo, ellos reciben un pago por su trabajo —les guste o no—, en tanto que a los creadores “no se les paga por exponer” y lo único que les queda es esperar que una galería se fije en ellos y les compre obra.

Gabriela Tolentino asegura que ya la han buscado de algunos galeros, pero ella prefiere seguir su propio camino: “No quise porque lo primero que me decían es que no querían ciertas temáticas, colores o formatos. Yo que siempre he trabajado, me pagué la carrera y he vendido mis cuadros... de repente es muy complicado que alguien venga y me diga qué hacer”.

Así, muchos artistas deciden buscar otras alternativas que les den mayor libertad, aunque a veces resulten mucho más peligrosas.

Libres de intermediarios, prefieren vender ellos mismos su obra en la calle, por internet, en bazares o en sus propias casas



SACRIFICIO. Para Gabriela Tolentino es mejor pasar por algunos problemas, que perder su independencia creativa.

N. Samara Guzmán, promotora y artista contemporánea

Buscamos otro público de profesionistas jóvenes que tengan interés en el arte, salir del círculo de estar a fuerzas en una galería

Gabriela Tolentino, pintora

Hay gente muy talentosa que se queja de no ventas o no invitaciones. Pero yo siento que las puertas me las ha abierto mi trabajo, nada más”

Diana Martín, dibujante, grabadora y pintora

La mayoría de las expos que he tenido en mi vida, las he tenido porque las he buscado

Acción colectiva sin intermediarios

“Hasta cierto punto el concepto de galería está quedando medio obsoleto. Es un ambiente superhostil para el artista (...) hablando de galerías locales, uno tiene la idea de que tienen un montón de clientes, pero realmente en Guadalajara hay una cantidad muy pequeña de coleccionistas”, dice N. Samara Guzmán, co directora de Trama Centro, un colectivo de artistas y gestores culturales que busca diversas alternativas para poner su trabajo a la vista.

Como parte de sus actividades, surgió la iniciativa paralela Materia Prima, que consiste en la venta colectiva de obras a precios accesibles (de tres mil pesos para abajo), la cual celebrará su segunda edición en mayo próximo.

Samara —promotora y artistas contemporánea— explica que se trata de “buscar otros mercados que no sean el mercado del arte, que son miles de pesos por una pieza. Se busca otro público de profesionistas jóvenes que tengan interés en el arte, salir del círculo de estar a fuerzas en una galería que va a vender a comisiones altísimas, que tienen compradores de mucha lana que sólo lo ven como una inversión y no les gusta realmente”.

Materia Prima es un apoyo para los artistas jóvenes que buscan nuevos métodos para vender sus obras. De hecho, el movimiento ha llamado la atención de algunos agentes de ventas.

“Nos buscaban para vender obra de nuestros artistas, pero en realidad es otro intermediario. Al principio te seducen porque crees que tienen muchos clientes o que te van a llevar a una feria, pero viéndolo como parte de la misión de este proyecto, que es crear nuevos públicos, pues no embona”.

La también artista visual opina que el internet es una gran oportunidad para los artistas de hacer su propio mercado. De hecho, Trama Centro habilitará en breve una plataforma virtual de Materia Prima para acelerar las ventas por este medio.

La calle, el lugar de las ventas

En un principio la pintura era pura diversión para Gabriela Tolentino. De niña y adolescente ganó varios concursos, hasta que decidió a estudiar Artes Visuales en la Universidad de Guadalajara (UdeG) y se enfrentó con la necesidad de comercializar su trabajo.

“El mercado del arte es uno de los mejores que hay. Que no se diga que del arte no se vive”, afirma la pintora. Desde hace 10 años, Tolentino es de las afortunadas que pueden presumir que su arte sigue dándole el sustento para vivir.

En 2003, la pintora vendió sus primeros cuadros en el Pasillo del Arte, un pabellón que se instalaba en el Centro Magno. “Fue un aliciente muy interesante, la primera venta de un cuadro, de alguien que lo quisiera. Fue muy interesante pensar que podía vender una obra, que no era necesario regalarla”.

Después, en el 15 aniversario de la Glorieta Chapalita, se abrió una invitación a estudiantes de arte para que se instalaran y ofrecieran su obra. Entre ellos estaban los de Artes Visuales de la UdeG. Gabriela Tolentino llevó 13 cuadros y para su sorpresa se vendieron dos, “había gente que llevaba un año y no había vendido nada”.

Al poco tiempo se desocupó un espacio en la glorieta y ella lo tomó junto con una amiga. En noviembre cumplirá 10 años ahí, a pie de calle, vendiendo sus pinturas surrealistas.

Gabriela nunca ha formado parte de una galería. Sólo ha participado en exposiciones temporales, de las que ya suman 100 colectivas y 19 individuales, además de que ha ilustrado diversas portadas de libros y revistas.

“Todavía no me venden más las galerías que yo misma. También creo que es esta cuestión de cuando le hablas al comprador, que no le habla un tercero de manera rebuscada, sino que le hablas tú de por qué estabas así en ese momento”.

A su parecer, las galerías a veces pueden interferir con el proceso creativo del artista. “Hay que entenderlo como un negocio: ellos están pagando la promoción, la renta del lugar, las invitaciones y el coctel”.

Pero afortunadamente, a ella siempre le han gustado las ventas, por lo que prefiere ir por la libre y promocionar ella misma su obra, aunque —asegura— a veces ha habido tiempos de vacas flacas, pero prefiere hacer el sacrificio que comprometer su independencia.

Además, cada vez hay más canales directos que conectan al artista y su cliente. La pintora ha sabido capitalizar las redes sociales para promover su obra. Aprovecha casi todas las invitaciones para exponer y las colaboraciones con artistas visuales o de diversas disciplinas.

De la calle al mecenazgo

Diana Martín ha sabido aprovechar las ventas de arte en la calle, donde la gente se acerca con más facilidad que en el ambiente intimidante de una galería. Cuando llegó a instalarse por primera vez al Tianguis de Chapultepec, los otros artistas le dijeron que ya no había lugar. A la semana siguiente, llegó y se puso a vender sin permiso de nadie.

Allí conoció a su primer mecenas, una relación laboral que sostuvo durante cuatro años. Ese contacto la llevó a un segundo mecenas, un empresario de Los Ángeles, con quien trabajó poco más de un año. Esos acuerdos le garantizaron sustento económico para vivir de su arte.

Pero no siempre fue así. La ilustradora y pintora tapatía ha emprendido diversos caminos para mantenerse de su obra, sin pertenecer a ninguna galería externa, aunque alguna vez se acercó a pinacotecas en Londres, Alemania y en Los Ángeles, pero siempre le respondían que su catálogo de artistas estaba lleno.

Después de pasar un tiempo en Los Ángeles, la creadora regresó a Guadalajara para emprender un proyecto similar a lo que hacen los artistas de aquella ciudad, que consiste en acondicionar un espacio para su galería personal o estudio, donde exhibe su obra en eventos una vez al mes.

La primera sede de su galería estaba en la calle Miguel Blanco, cerca del Expiatorio. Cada semana organizaba eventos y aunque vendió muchas reproducciones (los originales los enviaba a Los Ángeles), no fueron las suficientes para sostener la renta del lugar y generar ganancias. Después creó el programa de coleccionistas, que consiste en un grupo de compradores paga una mensualidad por un año a cambio de una obra; ellos pueden sugerir temas a la artista para que los desarrolle, sin comprometer el proceso creativo.

Ahora el viento sopla a favor: Diana acondicionó su casa como galería y una vez al mes muestra los avances de su obra y se acercan nuevos y antiguos compradores.



INICIATIVA. Diana Martín trabaja con base en un programa de coleccionistas que aseguran que ella pueda seguir creando.