

Carmen Cruañas se suma al fenómeno creciente de proyectos nómadas sin espacio estable con Me & The Curiosity

# La hora de las galerías 'pop up'



DIEGO BUSTAMANTE

Una imagen de la inauguración de la exposición de Mike Swaney en un antiguo plató fotográfico de Gràcia

## Experiencia presencial, ventas on line

■ El modelo de galerismo se encuentra en pleno proceso de transformación, y con él la estrategia de negocio. "Sé que las ventas no están en los espacios de exposición, sino on line", admite Cruañas, quien además de ofertar las obras a través de su web (meanthecuriosity.net) piensa asociarse a plataformas internacionales, como artsy.net o artspace.com, que ponen en contacto a galerías con coleccionistas. Ella quiere estimular a esos jóvenes amantes del arte, que justo están empezando su colección o no disponen de grandes recursos, por lo que el precio máximo de las obras que vende se sitúa en los 5.000 euros. De ahí para abajo, es posible adquirir hasta una fanzine por 6 euros.

TERESA SESÉ  
Barcelona

Una proyección de cine en una antigua gasolinera? ¿Una exposición en una panadería? ¿Un concierto de rock en el fondo de una lavandería? Y, ya puestos, ¿por qué no un festival musical de britpop en el jardín trasero de casa? En los últimos años ciudades como Londres, Berlín, Pa-

rís o San Francisco están viviendo una auténtica fiebre de eventos pop up, que aparecen y desaparecen, casi siempre en espacios inesperados, con la emoción de la urgencia y de su carácter efímero. Al principio respondían a una actitud alternativa, de cultura de guerrilla, pero ha acabado sucumbiendo al fenómeno hasta el sector del lujo, que abre tiendas por días o incluso horas en lugares poco convencionales. Después de cada proyecto parece es-

tar el deseo de escapar de la monotonía, pero la crisis también está empujando lo suyo. Sobre todo en el sector del arte, donde cada vez son más los galeristas y artistas que, lejos de resignarse a estar cruzados de brazos -para la mayoría el precio de los alquileres es en verdad una cima inalcanzable-, se apuntan a la tendencia de las galerías nómadas.

En Barcelona la primera en emprender ese camino fueron Carmina Gaudes y Silvia González

Ehlers, que a través de su proyecto CiS Art Lodgers se daban a conocer en octubre del 2011 con una primera exposición de Anna Taratiel en un antiguo estudio de danza. Desde entonces han realizado prácticamente otra decena de exposiciones, tanto aquí (un piso de la calle Petritxol, un hotel, el Convent de Sant Agustí...) como en otras ciudades como Berlín. Más recientemente, el pasado junio, se incorporaba Me & The Curiosity, la nueva aventura creativa de Carmen Cruañas (Figueras, 1972), que durante los diez últimos años dirigió el Espai Cultural de Caja Madrid en Barcelona y aún antes había puesto en marcha, desde Madrid, los programas Generaciones e Inéditos, consagrados al arte emergente. Se estrenó con *You just got blogged*, una exposición del canadiense afinado en Barcelona Mike Swaney, que pudo verse en un antiguo plató fotográfico de los años 60 situado en Gràcia, y a partir del 22 de octubre ocupará durante cinco días la última planta de lo que fue una fábrica de bombillas, también del barrio de Gràcia, que actualmente está siendo restaurada para acoger un centro de *coworking*. El protagonista en este caso será el barcelonés Enrique Baeza, artista que experimenta con los límites de la comunicación personal y de masas, prácticamente un desconocido que el pasado año realizó un proyecto de intervención en el espacio público de Nueva York, sutil y desafiante, titulado *Reality is spam*. Y unos días antes la galería aprovechará la plataforma que le brinda la feria de arte emergente Swab (del 3 al 6 de octubre) para darse a conocer a los coleccionistas.

Carmen Cruañas admite que económicamente su primera ex-

periencia resultó desastrosa. "La idea es aparecer en lugares que no suelen asociarse con exposiciones de arte y eso supone que en la mayoría de los casos tengas que adecuar los espacios. Eso, obviamente, es un inconveniente pero espero que con el tiempo vayan apareciendo patrocinios", confía. "También es muy importante la comunicación previa, porque las exposiciones en sí mismas duran muy poco, una semana o incluso un par de días, son eventos que se viven con una intensidad máxima pero en los que por su propia naturaleza no hay lugar para el boca oreja". Y, por supuesto, el factor sorpresa, el encuentro de esos visitantes que tro-

## Aparecen y desaparecen en espacios inesperados, con la emoción de la urgencia y de su carácter efímero

pezan inesperadamente con una propuesta artística y por tanto su experiencia también cambia sustancialmente. "Creo que es un fenómeno muy interesante", reflexiona, en tanto que implica también una actitud mucho más proactiva de los artistas y "propicia una relación muy estrecha con el galerista". De ahí, dice, que únicamente va a trabajar con artistas locales, hayan nacido donde hayan nacido. "Cuando había dinero no se les dio apoyo y ahora creo que es obligatorio. Este tipo de proyectos les abre nuevos espacios". Además de los ya citados, cuenta con el argentino Max-o-matic y la performer y bailarina Sonia Gómez.●



© Fundació Antoni Tàpies, Barcelona / VEGAP, 2013. Obra exposada al Museu Nacional d'Art de Catalunya.

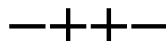
## Tàpies Des de l'interior

Fins 3 novembre 2013

Una exposició, dos museus



Museu Nacional  
d'Art de Catalunya  
Parc de Montjuïc



FUNDACIÓ ANTONI TÀPIES

C. Aragó, 255  
Barcelona

[www.tapiesinterior.com](http://www.tapiesinterior.com)



Patrocinen

