

TAPATÍO

CULTURA DE LA DIFUSIÓN A LA EXHIBICIÓN Y LAS SUBASTAS

Manifiesto envuelve al mundo del arte

KATERINE BERGENGRUEN, DIRECTORA DE LA GALERÍA, COMPARTE LOS DETALLES DE ESTE PROYECTO MULTIDISCIPLINARIO

Por: Ricardo Solís

Una finca histórica que data del Porfiriato y forma parte del patrimonio cultural de la ciudad es el nuevo hogar de la galería Manifiesto, la cual inició labores con la inauguración de la exposición colectiva de Sofía Crimen, Sergio Garval, Juan Carlos Macías y Rocío Sáenz.

En entrevista con EL INFORMADOR, la directora de la galería, Katerine Bergengruen, señala que Manifiesto es un espacio ideal para las artes plásticas y la cultura mexicana, donde los asistentes podrán vivir una experiencia cultural única en sus diferentes salones y aquellos eventos que organicen.

Espacios con amplitud

Bergengruen cuenta que “el año pasado desarrollamos un proyecto en una plaza comercial importante, una Pop Up Gallery que, justamente, tenía miras a que, en un periodo breve de tiempo, tuviéramos un espacio expositivo propio; aquello se planeó para tres meses y ya tiene 10, y la segunda fase de ese proyecto era migrar, y aquí estamos”.

De acuerdo con la directora, siempre tuvieron en mente una casa con grandes espacios “porque la vocación de la galería es la exhibición de arte”; con todo, la tarea “es compleja, porque no siempre las áreas de una casa permiten que el espacio conviva bien con la obra. Por fortuna, conseguimos esta finca maravillosa que, desde luego, requirió de algunas adecuaciones”.

Destaca Bergengruen que la casa se hallaba en buen estado de conservación, “y no necesitó de esfuerzos mayúsculos; ahora, gracias al apoyo de empresas aliadas tenemos espacios que se engalanan temáticamente, y la casa contaba además con áreas amplias que nos permitieron incluir —en esta nueva residencia— una sala de subastas, y creo que seremos la primera galería en el país con esta vocación donde se pretende llevar a cabo una subasta al mes, con capacidad limitada”, explica.

La iniciativa privada

Un detalle esencial para este proyecto es la colaboración con las empresas; explica la directora que “nuestro punto de partida es que, la iniciativa privada es cada vez más sensible a la propuesta plástica; Manifiesto ha hecho esfuerzos por más de diez años para establecer alianzas importantes, desde el principio; y contamos con aliados importantes que han colaborado con nosotros en las subastas que organizamos, lo que ha permitido permeare la vocación de Manifiesto con estos aliados clave, que encuentran en nuestra propuesta



KATERINE BERGENGRUEN. Directora y CEO de la galería Manifiesto.

TOMA NOTA

Consulta la agenda de los eventos programados en la galería en la página de Manifiesto (www.manifestoart.com) y en sus redes sociales: (IG: @manifesto.mx y fb: @manifestomx).

un valor importante para sus líneas estratégicas”.

En estos términos, afirma Bergengruen, “para que converja el interés de la marca con nosotros, es porque el proyecto se empata con las líneas de acción de la empresa con quien se colabora, y sé que están convencidos muchos de ellos de que la plástica mexicana es valiosa y necesita ser promovida y apoyada. Se trata de una alianza y este espacio permitirá que aliados comerciales y socios estratégicos tengan presencia en este lugar, para que se sumen y encuentren valor en nuestra propuesta”.

PARA SABER

La vocación

La nueva sede de galería Manifiesto tiene:

- 10 salones expositivos, incluyendo el primer Art & Tasting Room, cuya función es ser un hospitality privado para coleccionistas.
- Un salón dedicado a subastas mensuales con cupo para 50 personas. Este espacio tiene una vocación de usos múltiples, tendrá una agenda de nueve subastas anuales y será también sala expositiva, salón de conferencias, entre otras actividades.
- Lighting Room, sitio que permite a los coleccionistas tener un acercamiento íntimo y personalizado con obras de arte.

Un equipo profesional

Asimismo, los artistas son un gremio que ha colaborado siempre con Manifiesto; y la directora destaca que es debido a “un trabajo constante, desde hace un año el equipo aumentó a una decena de colaboradores; y los proyectos también se multiplican, porque las nuevas áreas de desarrollo de negocios y relaciones públicas nos permiten gestionar y contar con nuevos aliados, aumentar la fuerza de las ventas y la organización de subastas. Es un equipo profesional que brinda confianza”.

Y justo esa confianza es el primer paso, indica Bergengruen: “Es la base de la gestión del arte que se sustenta en la confianza, porque somos una plataforma múltiple que permite a los artistas promover su labor, pues interesan además las relaciones institucionales, valiosas y que fortalecen la trayectoria de los artistas. Contamos también con un proyecto editorial —Manifiesto Art Magazine— que difunde, porque no sólo estamos hablando de plataformas comerciales, también de difusión”.

Dar confianza a artistas

En ese contexto, agrega la directora de la galería, “estamos en pláticas con el gobierno de la ciudad para orquestar una campaña importante, para la difusión de arte a través del espacio urbano. Es decir, no operamos en un sólo flanco, tenemos cercanía con las empresas pero también con el sector público, cuyo objetivo es crear un espacio de convivencia saludable en la urbe, y el arte es un medio para conseguirlo. Compartir la creación de nuestros artistas en la ciudad es un elemento valioso para sentirnos orgullosos de estar en la ciudad más prolífica y con mayor potencial para el arte plástico en el país”.

Otro punto importante, enfatiza Bergengruen, “es que la curaduría es estricta, cada día más. A mí me interesa trabajar con artistas; y un artista es un individuo que cuenta con un proyecto de vida exclusivamente abocado a la creación artística, que apuesta todo por eso y ha construido un imaginario que le permite expresarse a través del medio que elija. A quienes, de ese modo, cuentan con una propuesta sólida (o en vías de eso), es a los que se convoca. Eso fortalece los vínculos con ellos, y que confíen en nosotros”.

Por igual, vale destacar —comenta la directora— que “trabajamos con artistas vivos, buscamos generar valor que impacte su obra, la que el coleccionista adquiere. ¿Cómo se genera este valor? Por medio de la publicación digital e impresa, exposiciones públicas, exposiciones privadas y contenido audiovisual (tenemos canal en YouTube y se alimenta periódicamente)”.



GALERÍA. Este espacio dedicado al arte cuenta con 10 salones expositivos.

CRÓNICAS DEL ANTROPOCENO

El deseo en el Antropoceno

MUSEO DE CIENCIAS AMBIENTALES
DE LO VIVO Y EL FUTURO

PARA SABER

Crónicas del Antropoceno es un espacio para la reflexión sobre la época humana y sus consecuencias producido por el Museo de Ciencias Ambientales de la Universidad de Guadalajara que incluye una columna y un podcast disponible en todas las plataformas digitales.

Por María Grace Salamanca

Encontramos anuncios publicitarios por todos lados: las redes sociales predicen lo que queremos comprar, los algoritmos adivinan nuestros deseos, las calles están llenas de espectaculares. La radio me sugirió que comprara “sin fin”, ¿qué significaría comprar sin fin? No hay publicidad para ninguna moderación, tampoco hay ninguna referencia a comprar productos que no sean el resultado de la explotación de seres humanos. La consigna de Reusar, Reciclar y Reducir queda ya muy lejos.

El problema del consumo ya no está solamente en los medios de comunicación, o en la cultura que nos propone demostrar afecto por medio de regalos, sino en que hemos aprendido a desear, a soñar y a emocionarnos con objetos. Verdaderamente queremos un auto, soñamos con viajes largos en avión, deseamos los anillos con piedras preciosas, el reloj, la tablet o el celular más novedoso. En principio, no hay nada malo con desear, ni con soñar, lo que se convierte en problemático es la escala. Es decir, ¿cuántos somos los que deseamos lo mismo?

Nuestra manera de desear exige magias en las concretizaciones y desapariciones de los deseos: que los regalos aparezcan inmediatamente, llevados a la puerta de casa por una paquetería internacional que entrega el mismo día. Además, deseamos que los objetos de nuestros sueños desaparezcan, una vez que no los deseamos más, y que desaparezcan sin dejar rastro. Desafortunadamente el antropoceno es la época en la que no podemos desha-

cernos de los rastros que nuestros deseos dejan en la tierra. El antropoceno es la época en la que la vida del planeta está amenazada a causa de ciertas ideas y decisiones humanas; y una de las ideas que sostiene las crisis que vivimos es que todas y todos queremos cumplir nuestros deseos, y nuestras aspiraciones muchas veces implican recursos raros, contaminantes o no reciclables. El problema es que nuestros deseos dejan rastro.

Por supuesto que no es que deseemos contaminar, acidificar los océanos o que las especies se extingan. Tampoco creo que busquemos la explotación laboral. Buscamos generar una imagen de nosotros: como alguien tecnológico, elegante, importante, a la moda. Sin embargo, un pensamiento situado en nuestra crítica época implica que ya no podemos separar las acciones individuales de los efectos globales.

Desear en el antropoceno implica conectar dos procesos que no nos gusta vincular. Los deseos pueden ser virtuosos o terribles, y juzgar su realización en el antropoceno, implica preguntarnos: ¿de dónde vienen y cómo se producen los productos que queremos? Y en un segundo momento ¿a dónde van? ¿Qué pasa con todo lo que desechamos? ¿A dónde va lo que ya no queremos?

Pensar la responsabilidad en el antropoceno implica vincular las escalas, las consecuencias, los procesos. Ya no podemos delegar la responsabilidad por lo que comemos, por lo que vestimos, por lo que utilizamos, por lo que deseamos. Hacer frente a las crisis de habitabilidad del planeta nos obliga a responsabilizarnos de las implicaciones de nuestras aspiraciones.

SOBRE EL AUTOR

María Grace Salamanca es doctora en filosofía, mención ética, política y derecho en el marco de una codirección entre la Universidad de Lyon (Francia) y el Programa de Investigación Actores Sociales de la Flora Medicinal en México (INAH). Especialista en Epistemologías del Sur. Actualmente es fellow del Centro María Sibylla Merian de Estudios Latinoamericanos Avanzados en Humanidades y Ciencias Sociales “CALAS”.



Aranza Rodríguez