

CONSONNI

Más visto, pero menos reconocible como arte

La organización artística Consonni lleva ocho años en ejercicio y hasta ahora ha producido diecinueve proyectos de artistas, al tiempo que ha generado también otro tipo de actividades. Recientemente ha presentado su última producción, un video clip de la artista Itziar Okariz para el proyecto discográfico de Begoña Muñoz.

Leire BERGARA

La constitución de toda organización artística está condicionada no sólo por un planteamiento del proceso de producción, sino también por el status que ésta adquiere ante la sociedad a partir de un apoyo institucional. Por esto, el esquema de financiación cultural de una ciudad en un momento concreto puede beneficiar o, por el contrario, arruinar todo intento de potenciar iniciativas independientes. La situación cultural de Bilbao en la que surgió la ambiciosa apuesta de Consonni dejaba atrás un largo periodo de congelación de presupuestos. La inversión del gran museo Guggenheim provocaba que espacios como Area2, vinculado a la Sala Rekalde, desaparecieran. Consonni, bajo la lógica del laboratorio artístico, proponía experimentar con ideas como el *site-specific* (trabajo inserto en situaciones específicas), la invitación a producir proyectos de artistas y la relación artista/productor.

Franck Larcade, director de Consonni, y Arantza Pérez y María Mur, coordinadoras de la producción artística, nos hablan del desarrollo ideológico de esta estructura. La conversación comienza con la idea de retroceder en el tiempo e intentar retomar el momento en el que surge esta iniciativa, para valorar su situación actual.

1996. Franck Larcade recuerda ese año, «como el final de una primera etapa del proceso de transformación de la ciudad de Bilbao». Consonni abrió sus puertas entonces, a seis meses de la inauguración del Museo Guggenheim. «Ese momento coincidía con la visita de un gran flujo importante de profesionales atraídos por la dinámica cultural, alimentada sobre todo por los media», recuerda Larcade. «Para todos-añade-, la ciudad ofrecía una doble cara fascinante. Por un lado, la apuesta arriesgada y pretenciosa de un futuro de cultura y servicios; por el otro, las huellas de un pasado reciente industrial, brutalmente negado. Todos los visitantes que pasaron por Bilbao entonces no se perdían las visitas a los espacios industriales. Estos representaban el contrapunto paradigmático al futuro museo. Provocaban el contraste entre lo *underground* y la alianza al conformismo americano, la realidad ante la ficción del *marketing*».

Los gérmenes del proyecto Consonni se dan a partir del marco de la exposición en el espacio urbano "Puente de Pasaje", dirigido por Corinne Diserens, del que Franck Larcade era coordinador: «El artista suizo Roman Signer buscaba un espacio industrial para su intervención. Paseando con él por la Ribera de Zorrozurte, nos fijamos en una fábrica recientemente abandonada. El guardia de seguridad de la empresa vecina nos abrió las puertas y así empezó todo». En relación a la implicación en el proyecto por parte de las instituciones públicas en ese momento inicial, el director de Consonni añade que «durante algunos meses confluyeron en Bilbao varias ideas de recuperación de espacios en desuso. Por un lado, la Fundación Guggenheim barajaba la posibilidad de abrir un segundo edificio en una nave industrial, como un espacio alternativo al museo. Por otro lado, estaba el proyecto de BilbaoArte».

Producción desubicada

En 1999, abandonan definitivamente la fábrica como herramienta de trabajo debido a un cambio de ideología: apuestan por un modelo al que se refieren como «más desubicado». Toman como única base una oficina y se concentran en buscar otro tipo de rentabilidades, como la promoción y difusión, pero incluso la autonomía económica. «Decidimos dejar este espacio de forma natural-aclara su director-. Los proyectos de los artistas son los que, a partir de ahora, van a definir Consonni». Sin embargo, ese momento coincide con la producción de dos proyectos políticamente muy opuestos ("Cantos de Desterritorialización: Palabras de identidad", de Marcelo Expósito y Gabriel Villota, y "Asier Pérez González & Consonni S.L.", de Asier Pérez). De forma bien diferenciada, ambos venían a confrontar el derrumbe definitivo de la vieja economía ante la configuración de una nueva sociedad de servicios. Así explica Larcade el momento: «Esta contradicción definía la situación de Consonni en relación a las preocupaciones de una época. Por un lado, estaba la actitud activista y reflexiva de Marcelo Expósito y Gabriel Villota, con una referencia directa al concepto de desterritorialización de Jean-Christophe Royoux. Por el otro, Asier Pérez, centrado en



ARTEA

la lógica del artista como proveedor de servicios y empresario, que basaba su propuesta en la creación de tres nuevos mecanismos de promoción para el nuevo Consonni: una página web, una línea de camisetas y una Sociedad Limitada».

La configuración de una entidad privada capaz de generar beneficios económicos en servicio de una propuesta cultural, inevitablemente, disparaba dudas por parte de la comunidad artística, sobre todo teniendo en cuenta que esta estructura contaba al mismo tiempo con un apoyo de las instituciones públicas. El director de Consonni argumenta: «No se trataba de transformar Consonni (asociación cultu-

hora de insertar nuestros proyectos en la sociedad. Esto, hasta hace poco, ha supuesto la transformación integral de la estructura incluso a nivel legal. El proyecto discográfico de Begoña Muñoz, por ejemplo, nos ha llevado a darnos de alta en la SGAE (Sociedad General de Autores de España). Pero esta transformación también ha llegado a ser interna. Para 'El Gran Trueque' de Matthieu Laurette fue parecido, en el sentido que teníamos que convertirnos en un equipo de producción televisiva. O en la subasta internacional de las tipografías vascas 'Euskara', de Hinrich Sachs, entrábamos en el debate del copyright aplicado a un valor cultural, ya que

el taller en Arteleku '+-televisión' hablabamos constantemente de la desmaterialización de la obra de arte y la desmaterialización del lugar donde ésta se inscribe. Estas dos ideas han sido fundamentales para nosotros -insiste-. Esto tiene como consecuencia que las cosas que hacemos son más vistas. Es decir, el número de audiencia es mayor, pero, al mismo tiempo, son menos reconocibles como arte. Para mí, esto es algo fundamental, porque cuestiona los parámetros básicos entre la obra, el espacio en el que se presenta y el público. La gran virtud de la obra de Matthieu Laurette ha sido la de relacionar de forma bastante conflictiva al público del arte y al

gica entre enseñar y nombrar. Al mismo tiempo que se muestra una obra en la exposición también se tiende a fijar su definición». María Mur apunta también el hecho de que «es algo de lo que no podemos alejarnos porque sabemos que el proyecto va a tener una vida posterior a su producción. Hoy en día, estamos entrando en relaciones contractuales con los artistas, para establecer el modo en el que ser nombrados como productores. Incluso, otra posibilidad es la de llegar a negociar porcentajes de venta con las galerías que vayan a comercializar con nuestras producciones». «Por muy paradigmático que esto parezca -continúa Franck Larcade-,



De izquierda a derecha, Arantza Pérez, Fran Larcade y María Mur.

ral) en una sociedad privada, sino que el mismo proyecto artístico generaba otra entidad paralela: la "Sociedad Limitada Asier Pérez González & Consonni S.L.". Esto suponía un interés mutuo, el de un artista que buscaba la manera de hacer posible otros modos de funcionamiento, al margen del mercado del arte, y la posibilidad de crear una autofinanciación para Consonni». En este punto interviene María Mur, que entró a formar parte de la organización, junto a Arantza Pérez, en el 2000. «Hay dos cuestiones importantes que venimos investigando desde hace tiempo y que tienen mucho que ver con este proyecto -puntualiza-. La primera es la idea de visibilidad, es decir, cómo insertarnos en la sociedad, cómo mostrar al público esta estructura. La otra tiene que ver con hacer posible el seguir funcionando como Consonni. Y esto supone la búsqueda de una rentabilidad a todos los niveles: económico, mediático...».

Camuflaje, invisibilidad y silencio

Esta lógica de mutar la estructura a partir de los proyectos tiene que ver con una palabra constantemente utilizada en el vocabulario de Consonni: «camuflaje». Esto ha supuesto para la estructura adoptar una actitud de invisibilidad y silencio que, en ocasiones, les ha llevado a replantearse su relación con la audiencia (una audiencia del arte ante una audiencia más heterogénea). «La idea de 'camuflaje' -indica Larcade al respecto- está totalmente vinculada con nuestra metodología de trabajo a la

queríamos producir una subasta real y no quedarnos en la representación artística de esta idea».

La dificultad de compatibilizar la idea de camuflaje con la necesidad de conseguir una mayor visibilidad mediática que permita a esta organización justificar ante las instituciones la labor que realiza crea discrepancias entre el grupo. María Mur y Arantza Pérez coinciden en que «continuamente estamos analizando el modo de mantener la idea de experimentación al mismo tiempo que queremos también buscar cierta estabilidad o supervivencia». En este sentido, Pérez puntualiza que «son los proyectos los que tienen visibilidad, pero no Consonni», y a María Mur las dudas le surgen «sobre esta idea

público en general a partir de programas de televisión populares en los que él mismo participaba».

Alternativas a la exposición

Otra de las señas de identidad de esta estructura ha sido un rechazo activo al *white cube* (espacio expositivo) como marco de trabajo. Larcade expone: «Hace algunos años, cuando me refería al espacio expositivo solía hablar de éste como un lugar demasiado protegido, donde la obra queda aislada y no consigue relacionarse con el exterior. Hoy por hoy, en mi opinión, el espacio expositivo ha caminado más hacia una mera auto-representación, auto-promoción del artista para nutrir el resto de mecanismos que pasan por la galería: co-

necesitamos dar con alternativas a una economía pública cada día más escasa, sin que esto nos lleve a convertirnos en proveedores de servicios».

Público / privado

En los últimos años se ha debatido en diferentes contextos artísticos lo que viene dándose como un progresivo recorte de la financiación pública de las artes visuales. La idea de potenciar una mayor inversión de capital privado en arte y cultura por parte de grandes corporaciones es la nueva lógica. El proceso inverso a este nuevo esquema de financiación privada se apoya en una creciente transferencia de dinero público destinado a cultura, a ser gestionado por entidades privadas. «Nuestra actitud ante estas dos realidades -argumenta el director- es abogar por una cierta hibridación. Esto en base a que el sector privado da un amplio margen de funcionamiento. Hoy por hoy, ya funcionamos como una estructura híbrida (entre público y privado) que hace uso de la flexibilidad propia de una estructura privada». María Mur comenta, además, que «en una situación ideal, a nosotros también nos interesaría que pudiésemos contar con una inversión privada. Por esto hemos investigado un cambio de status legal y convertimos, por ejemplo, en fundación». Arantza Pérez concluye que «todo este debate interno deja ver un constante proceso de re-definición de la estructura que llevamos a cabo de forma paralela al desarrollo de los proyectos».

«Continuamente estamos analizando el modo de mantener la idea de experimentación, al tiempo que intentamos buscar cierta estabilidad o supervivencia»

de caer en la trampa de la representación cuando hablamos de trabajar en lo real. Consonni se conoce en el mundo del arte pero no fuera de éste». Esta bipolaridad entre visibilidad e invisibilidad tiene que ver, también, con una división en cómo el proyecto se recibe o consume en la audiencia del arte y fuera de éste. En relación a esto, Franck Larcade comenta que «cuando organizamos con Alexis Vaillant

mercantil, el mercado, la colección...».

A pesar de esta actitud tomada ante el formato expositivo, es posible comprobar que muchas de las producciones de Consonni han participado en exposiciones, sobre todo internacionales, e incluso algunas forman parte de diversas colecciones. Su director confiesa que «esto es inevitable». «De todas formas, creo que es interesante intentar romper con la ló-