

MARSO

SOFÍA MARISCAL, 2014

PP. 02

Se habla mucho de la especulación económica a partir de la compra y venta de arte contemporáneo. Se dice que es una burbuja que pronto va a estallar, quién sabe... Lo cierto es que visto desde el entorno del arte contemporáneo en América Latina en general y de México en particular, se trata de una "burbuja" que aún no se termina de inflar.

Sigue habiendo enormes vacíos tanto en la esfera pública como en la privada, que permiten ir inflando la burbuja sin reventarla. Este asunto no me parece necesariamente negativo. Creo que son esos huecos los que han hecho que se desarrollen proyectos híbridos, galerías, espacios culturales y otro tipo de alianzas publico-privadas muy interesantes.

Paradójicamente, la marginalidad de la escena del arte contemporáneo Latinoamericano –mexicano– en relación al mercado internacional ha sido un fuerte incentivo para la búsqueda de nuevas formas de operar, para replantear y reformular las categorías regulares en las que se inserta un determinado proyecto artístico. Al menos ese fue nuestro caso.

Fundamos MARSO en noviembre de 2011, con el único interés de concretar ciertos proyectos que nos entusiasaban. No teníamos muchos recursos, no representábamos artistas y no teníamos espacio, pero se conjuntaron una serie de factores (huecos) que hicieron posible que arrancáramos.

Por un lado, aprovechamos el hecho de que en ese momento estaba en auge una "nueva" forma de hacer marketing: ya no se hacían anuncios, ahora se "generaban experiencias" y los eventos

de arte contemporáneo eran un buen vehículo para introducir ciertos productos entre el público mexicano. Con lo cual no fue difícil conseguir financiamiento para producir nuestros proyectos.

Por el otro lado, en la Ciudad de México siempre había (hay) espacios tanto públicos como privados, que están buscando programación. Tal era el caso de la recién remodelada galería del Polyforum Siqueiros. Este último es una institución que tiene la particularidad de ser privada, lo que significa que tiene bastante libertad en su programación y formas de operación; y al mismo tiempo es un espacio icónico de la Ciudad de México que alberga uno de los proyectos más ambiciosos de Siqueiros.

Produjimos tres exposiciones en el Polyforum Siqueiros y poco a poco encontramos más espacios que albergaran nuestros proyectos. Hicimos, por ejemplo, un par de intervenciones en el Museo Nacional de Arte (MUNAL) y un proyecto más en el MUAC.

Todo lo anterior nos obligó a preguntarnos qué figura legal teníamos que adquirir. Por una serie de razones, no podíamos seguir operando "así nada más". Intuimos que lo mejor era constituirnos como asociación civil sin fines de lucro. Finalmente operábamos a través de patrocinios, no estábamos vendiendo la obra y trabajábamos mayormente con instituciones sin fines de lucro.

Nuestra figura de intermediario era bastante rara para los museos y las instituciones con las que trabajábamos. De alguna forma estábamos trastocando el funcionamiento regular del museo; nos metíamos con el departamento de museografía, de

MARSO

comunicación y de curaduría, y nadie entendía qué hacíamos exactamente.

Pensamos que en términos de "legitimidad" del proyecto debíamos intentar mantenernos al margen del mercado del arte. Para poder concretar nuestros proyectos con las instituciones que nos interesaban debíamos ser todo, menos una galería. Sin embargo, empezó a haber interés de coleccionistas en adquirir las obras que estábamos mostrando, lo cual nos abrió la posibilidad de hacer que nuestro proyecto fuera autosustentable. Era otro tipo de reto y, el hecho de que ya estábamos entrando en un proceso comercial nos hizo replantearnos la pregunta de qué éramos en realidad.

En el marco legal de una asociación civil no está permitido hacer transacciones de compra-venta, así que nos constituimos también como empresa comercial. Nos decidimos finalmente por ser un híbrido. La idea era seguir trabajando con las instituciones generando proyectos sin fines de lucro y generar otros proyectos que estuvieran más enfocados a la venta de arte y así lo hicimos. Una cosa va alimentando a la otra en marcos legales que son en principio opuestos.

Esto fue posible porque, como sabemos, los proyectos artísticos ponen en circulación dos cosas: por un lado un valor simbólico y por el otro un producto comercial. No somos nada nuevo; sino que nuestra forma de operar devela la complejidad de trabajar en el mundo del arte contemporáneo. Hemos comprobado -a partir de mirar cómo operan muchas

galerías, colectivos de artistas e incluso los museos hoy en día- que hay muchas maneras de conjugar estos dos aspectos.

Dice Boris Groys que lo "contemporáneo" tiene que ver con la falta de categorías cerradas, con los cruces entre disciplinas, con la duda, con la incertidumbre, que cuando comenzamos a reformular constantemente nuestros proyectos, lo presente -lo contemporáneo- se vuelve relevante.

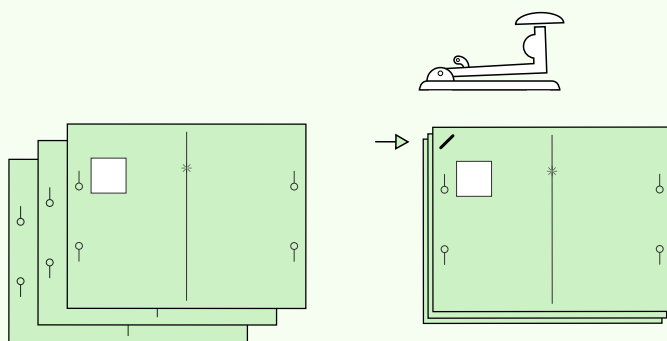
MARSO es una forma más de barajar estas posibilidades que ofrece nuestra contemporaneidad. Finalmente todos estamos especulando con ellas y somos parte de los procesos naturales por medio de los cuales se tiene que operar hoy en día en el entorno contemporáneo.

INSTRUCCIONES DE ENCUADERNACIÓN

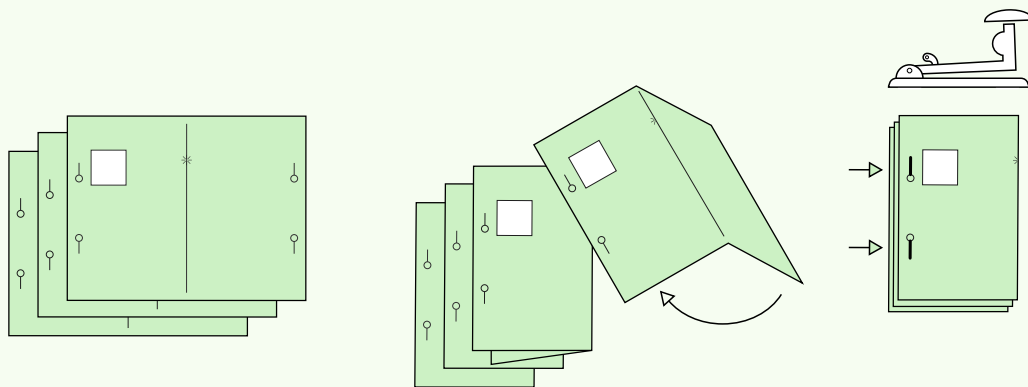


NO ENCUADERNES
ESTAS INSTRUCCIONES

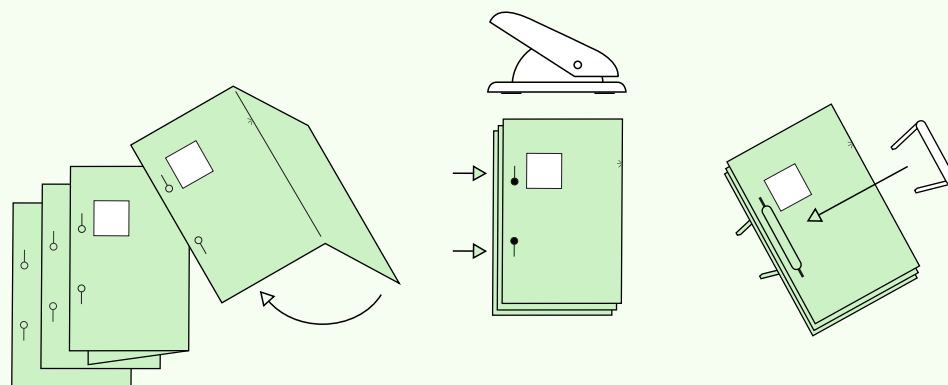
★ ENCUADERNACIÓN CON GRAPA



★ ENCUADERNACIÓN FRANCESA CON GRAPA



★ ENCUADERNACIÓN FRANCESA CON BROCHE BACO



MARSO

SOFÍA MARISCAL, 2014

PP. 02

There is much talk about the economic speculation that surrounds the buying and selling of contemporary art. It is a bubble soon to burst, but who knows, etc, etc... What is true is that from the perspective of the Latin American contemporary art scene in general, and from here in Mexico in particular, we are talking about a bubble that is still not fully inflated.

There remain large gaps, in both the public and private spheres, which allow the bubble to keep inflating without bursting. But in my opinion, this is not necessarily negative. I believe that these gaps have actually made it possible for the emergence of new hybrid projects, galleries, cultural venues and a variety of partnerships between public and private institutions.

The marginality of the Latin American and Mexican contemporary art scene in the international market, paradoxically, has proven to be a great stimulus by encouraging new ways of operating that rethink and reformulate the regular categories in which art projects take form.

Or at least, this has been our experience.

We founded MARSO in November of 2011, with the sole interest of putting together projects that we were excited about. We didn't have many resources, nor did we represent artists, and we didn't have an exhibition space. But a series of factors, or gaps in the system, made it possible for us to launch this project anyway.

On the one hand, we made the most of a "new" form of product marketing. At that time there was a trend in advertising to "generate experiences"

and contemporary art events were a good way to introduce certain products to the Mexican public. By curating these contemporary art experiences, we were able to easily obtain the funding that produced several projects.

On the other hand, in Mexico City there have always been spaces, both public and private, that are looking for new shows to fill their exhibition calendars. Such was the case of the newly refurbished gallery at the Polyforum Siqueiros. A privately run institution, the Polyforum enjoys substantial freedom when it comes to its choice of shows and internal administration, while at the same time it is an iconic 'heritage site' in Mexico City, hosting the most ambitious project by the Mexican muralist, David Siqueiros.

MARSO produced three exhibitions at the Polyforum and little by little we collaborated with other spaces to host our projects. For example, we curated several interventions at the Museo Nacional de Arte (MUNAL) and another large project at the MUAC (University Museum of Contemporary Art).

When the time came to register MARSO as a business, these collaborations forced us to consider the pros and cons of a for-profit or not-for-profit organization. For a number of reasons, we could not continue operating "as is" and we thought it best to become a non-profit civil association. After all, we were operating through sponsorships, we were not selling artwork, and above all we were working with non-profit institutions.

However we found that our middleman modus operandi, linking curated

MARSO

exhibitions with institutions, was too unfamiliar to the museums and institutions we were working with. In a way we were messing with the museum's internal structure, sticking our fingers in the exhibitions, communications and curatorial departments, without anyone seeming to understand what exactly we were doing.

We thought that in terms of MARSO's legitimacy, we should try to stay outside of the art market. In order to collaborate with the institutions we were aiming for, we thought that we could be everything but a gallery. However, collectors were beginning to show interest in buying the artworks we were exhibiting and this raised the possibility of making MARSO a self-sustaining project. Thus, we were presented with a different kind of challenge—by entering into the commercial process, we were again forced to question what kind of organization MARSO was becoming.

A civil association is not legally entitled to carry out purchase and/or sale transactions, so, in addition to MARSO's status as a civil organization, we established ourselves as a trading company. We decided to be a hybrid. The goal was to continue working on non-profit projects with institutions while at the same time, generating other projects focused on selling art. And that's exactly what we've done. Along the way we have come to find that the two business models mutually coexist even though in the legal framework and the principles underlying them, appear in opposition.

This has been possible because, as we all know, art projects put into circulation two things: on the one hand,

the symbolic value of artworks and on the other, the commercial value of the art product. MARSO is not particularly original in this way, yet the structure of our business reveals the complexity of working in the contemporary art world. By observing how numerous galleries, art collectives, and museums function, we have found that there are many ways to combine art's symbolic and commercial values.

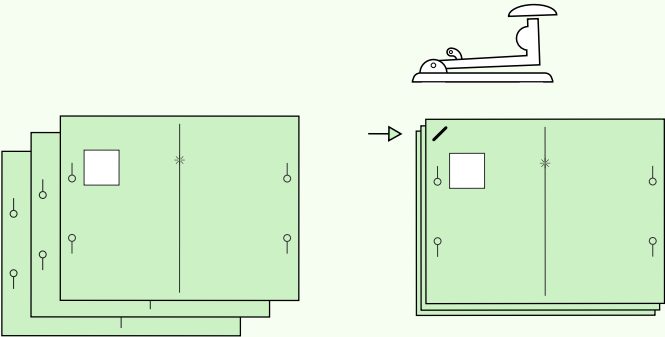
Boris Groys says that *contemporary* has to do with the lack of strict categories, with crossovers between disciplines and without a doubt, with uncertainty. It is only when we constantly re-formulate our projects that the present, the *contemporary*, becomes relevant.

MARSO is just another way of shuffling the possibilities offered up by the *contemporary*. In the end, we are all speculating about how to maximize these possibilities, as each of us is part of the natural processes through which, in the contemporary scene, one has to operate today.

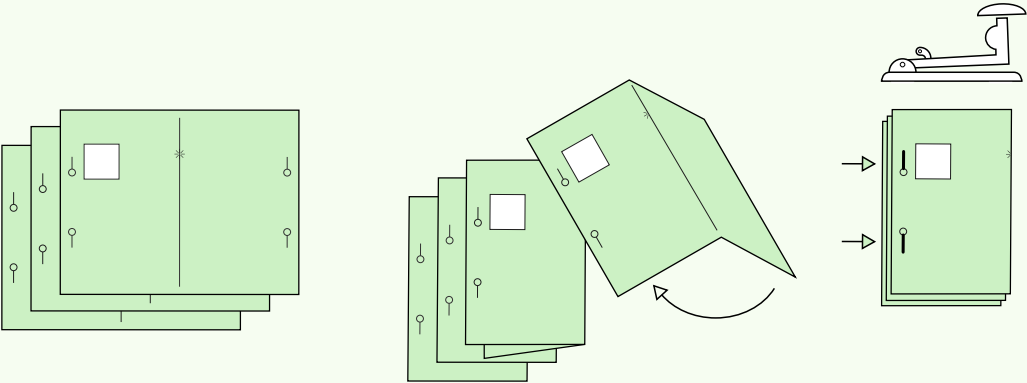
BINDING INSTRUCTIONS

- -
DO NOT BIND THIS
INSTRUCTION PAGE

★ STAPLED
BINDING



★ FRENCH
STAPLED
BINDING



★ FRENCH BINDING
WITH FASTENER

