

Loop Barcelona uneix art i negoci

Crear art amb la utilització dels mitjans electrònics és la premissa bàsica del videoart. Loop Barcelona celebra la vuitena edició d'un festival de videoart que entrellaça difusió, reflexió i negoci.



LOOP BARCELONA

Projecció d'una de les peces del festival al Palau de la Virreina de Barcelona.

Ja fa vuit anys que el festival Loop Barcelona acostia les darreres tendències de videoart a la ciutat, una proposta que, tal com defineix Jordi Martí, delegat de Cultura de l'Ajuntament de Barcelona, “va saber trobar un forat allà on pocs l'haurien pogut veure” i que, any rere any, s'ha anat consolidant a l'escena artística i ha despertat l'interès del públic, tant del més professional com de l'afecionat. El festival Loop d'enguany, que es va engegar el prop passat dia 6 amb una retrospectiva del festival a l'Arts Santa Mònica –“Visió remota”, a càrrec de Paul Young, que es pot visitar fins el 23 de maig–, se celebra a la ciutat del 12 al 22 de maig. Enguany el festival creix, no solament pel nombre i la qualitat dels artistes que hi participen, sinó també per les xarxes que ha creat amb centres culturals

de Barcelona i universitats i festivals internacionals.

La mostra, la més extensa que mai hagi presentat Loop, compta amb prop de 1.000 peces de vídeo de 754 artistes, en un total de 101 espais repartits per tota la ciutat, des d'emplaçaments habituals per a exposicions –com ara museus, centres d'art i galeries– fins a uns altres de menys convencionals però igualment adients per a veure projeccions –com ara llibreries, botigues, biblioteques, hotels i restaurants i tot.

D'una altra banda, els dies 20, 21 i 22 de maig es durà a terme la Fira Loop, orientada al sector més professional, en què galeries de tot el món mostraran a les habitacions de l'hotel Catalonia Ramblas la transcendència del festival al mercat internacional. Si a la primera Loop tenia alguna cosa

de projecte quimèric, amb els anys ha esdevingut un referent internacional en l'art contemporani, que ha anat obtenint més implicació, i que s'ha anticipat a les necessitats d'un sector que progressivament guanya pes en el mercat artístic mundial. Borja Sitjà, director de l'àrea de creació de l'Institut Ramon Llull, fins i tot l'equipara a un Miró pel que fa a l'interès artístic com a mostra del *savoir faire* català.

Una de les claus de l'èxit de Loop recau en l'enfocament, que fa ressaltar la importància d'allò local per arribar a allò global. Un altre dels punts destacats del festival és que té un caràcter híbrid; Loop és un espai de compra-venda sense deixar de ser un festival expositiu. És una plataforma de difusió que no pretén amagar l'afany de generar activitat econòmica. I fins i tot és híbrid quant al finançament, perquè aproximadament un 40% prové de la part institucional. Antoni Lladó, director de l'Institut Català de les Indústries culturals (ICIC) destaca els tres pilars bàsics de Loop: difusió, intercanvi de coneixement i negoci.

“L'art ja no es fa només amb marbre.” Aquesta va ser la frase pronunciada per Antoni Lladó per referir-se a la presència creixent de les noves formes i suports artístics i especialment del videoart. Loop és una activitat de venda que desenvolupa mercat. Com explica Carlos Durán, un dels directors del certamen, cada any s'han venut una cinquantena de peces. I en constata la importància la conservadora en cap del Museu d'Art Contemporani de Barcelona (Macba), Chus Martínez: “En matèria artística, el videoart va esdevenint una disciplina molt rellevant, no tan sols pel que s'adquireix al museu, sinó pel que es contempla.” L'interès del públic és l'indicador més fiable, i el videoart hi compta cada cop més.

“Menyspreat durant anys, el vídeo comença a sortir del gueto”, titula *Le Monde*, amb referència a la importància del certamen.

Maria Junyent