



## **Manifiesto del #ArtMadeForPeople (Vol.1)**

Durante los últimos años hemos visto como grandes cadenas de tiendas crecían y parecían en cada uno de los centros comerciales existentes hasta el punto de parecer réplicas unos de otros con los mismos conceptos, mismos productos y mismas experiencias de compra. Nuestras opciones a la hora de adquirir algo nuevo se redujeron a la mínima expresión desde que comenzó la desaparición del pequeño comercio en los 90.

Como contraparte hemos visto también cómo se ampliaba el comercio electrónico en cada una de sus versiones: desde el espejo de las grandes cadenas y sus catálogos hasta las tiendas online especializadas que compiten en coste y servicio de manera imbatible frente a las tiendas físicas. El comercio electrónico está en pleno crecimiento haciendo partícipe al comprador en todo el proceso de compra, desde el asesoramiento hasta la entrega del producto o el servicio.

Todo lo anterior ha sucedido y continúa sucediendo en la mayor parte de los sectores: moda, tecnologías, entretenimiento, alimentación... Es difícil pensar en algo que no se venda en Internet. Pero... ¿Qué ha pasado con el arte? En un entorno donde se desvincula al comprador cada vez más de la personalización en las pequeñas tiendas, y se orienta a buscar esa relación en internet frente a la opción masiva de las grandes cadenas. ¿Dónde queda la compra de obras de arte?

Nada de todo lo anterior ha sucedido en el mercado del arte.

Mientras las galerías sufren para mantener su modelo tradicional de negocio por el desinterés generalizado ante la sustitución del arte verdadero por réplicas de poca calidad compradas en grandes cadenas de decoración, los artistas esconden sus talentos con trabajos no relacionados con el arte por la inaccesibilidad del mercado. El arte se esconde en armarios y salas vacías, se oculta bajo mantas y se reduce por la falta de movimiento en el mercado.

Nuestra voluntad es dinamizar el sector del arte, destapando las obras escondidas, favoreciendo la creación, la visualización de las obras y las experiencias relacionadas para que cualquier persona pueda disfrutar del arte en su casa, en su negocio o simplemente en sus visitas a galerías y otras formas de exposición. Queremos hacer visible el talento de los artistas actuales y venideros de forma que se reconozca la profesión de artista de una forma nunca antes vista mediante los medios de Internet, el comercio electrónico y las redes sociales para su visualización, exposición y venta.

- El arte no se esconde, se muestra
- El arte es de la gente, es para la gente
- El arte es una forma de expresión, una experiencia que todos pueden vivir



## **Manifiesto del #ArtMadeForPeople (Vol.2)**

La innovación ha hecho más pequeño el mundo. Es la culpable de que podamos hablar cara a cara con cualquier persona del planeta; comprar cualquier producto y marca desde un teléfono móvil, y hacer todo eso además sin movernos del sofá. La innovación debe ser entendida no solo como las nuevas tecnologías que hacen posible todo eso sino también como los servicios que se han transformado para educarnos en una realidad de infinidad de opciones, gustos y sabores.

La innovación es lo que nos hace adaptarnos al cambio que implica el mero hecho de pertenecer a una sociedad. Un requisito necesario para sobrevivir que debe aplicarse a personas, productos y servicios. Quien no esté dispuesto a aprender cada día se equivoca de mundo.

Existen casos puntuales que parecen permanecer exactamente iguales a lo largo de los años, simulando una adaptación inexistente con pequeños gestos que son desenmascarados con un simple vistazo. Esos casos, donde los cambios se modulan con una frecuencia tan baja que cualquier innovación parece ser inexistente, están destinados a transformarse tarde o temprano como cualquier otra parte del mundo del que forman parte. Este es el caso del sector del arte.

¿Por qué seguir yendo a las mismas galerías de una sola ciudad para comprar una obra de arte? ¿Por qué limitar las opciones a unos pocos artistas conocidos? Las limitaciones actuales a la hora de adquirir una obra de arte no tienen cabida en esta nueva realidad, donde cada vez estamos más informados, más educados, y como quasi-nativos digitales, podemos recordar y procesar muchas más imágenes, nombres y marcas que nuestros padres.

Internet, el comercio electrónico y las nuevas tecnologías móviles deben incluir al arte como sector estratégico transformando y mejorando las experiencias en torno a la promoción y compra-venta de obras de arte original.

Debemos ser capaces de simular en nuestro propio salón la obra de artistas de cualquier parte del mundo, eligiendo estilos, tamaños, colores o simplemente la cantidad de dinero que queremos invertir. Debemos ser capaces de disfrutar de nuestra propia galería donde aprender, comparar, compartir, y hasta comprar la obra de arte original que mejor se adapta a nuestros gustos y necesidades. Y además debemos ser capaces de hacer todo ello, sin movernos del sofá.



ART MADE FOR PEOPLE



Simulación en la pared de la aplicación móvil de Mecenus (próximamente)

Una vez logrado ese punto, podremos transformar cualquier experiencia de exhibición, promoción o venta del sector del arte. En galerías. En ferias. En eventos. En todos los lugares que imaginemos, innovando no solo en la tecnología que nos hará disfrutar de geniales obras allá donde estemos, sino también en los servicios que podamos ofrecer para hacer llegar a todo el mundo el arte que aún está escondido detrás de la resistencia a los cambios.

Eso es #ArtMadeForPeople