

Entrevista al colectivo [Fatal de lo mío].

Tomo algo en *Madrid me mata*, el bar-museo dedicado a la Movida Madrileña. Sus paredes albergan fotografías de Ouka Leele, obras de Carlos García Berlanga, algún fanzine y varios instrumentos de Radio Futura o Alaska y los Pegamoides. El camarero es bastante amable. Conversamos sobre los cambios que ha sufrido el barrio de Malasaña en los últimos años: bohemios, jóvenes, familias y turistas llenan ahora calles y comercios alternativos. Tiendas *do it yourself*, ropa *fashion*, bares típicos y pubs de estilo londinense se concatenan hasta desembocar en la típica plaza del Dos de Mayo. Es una zona para tomar algo, pasear y charlar. Algo de lo que rápidamente se dieron cuenta Belén Isasi y Rocío Córdoba, de cuya mente surgió la idea del Dosde Market, una apuesta decidida por el diseño de autor que llena la plaza de cuidados objetos y ropa única.

¿Cómo se os ocurrió la idea de organizar un mercado como éste en pleno corazón del barrio? En Madrid tenéis mucha competencia en eventos vinculados al diseño, a muchos niveles: desde Nomada Market hasta Mad in Spain ¿A qué público está dirigido?

Rocío Córdoba: El que asiste es cualquiera que pase por la calle en ese momento. La gente lo descubre casualmente. Compran toda clase de personas: hay quien viene buscando el Dosde Market y llega a propósito hasta él. Porque ha visto algo en cualquier medio o porque ha venido al Dosde pasado y va buscando algo en concreto. Por supuesto, también hace mucho el boca a boca. Pero al final hay tanta variedad que ves comprando a gente mayor, a chicos, familias y también a muchos turistas.

Belén Isasi: La diferencia entre una feria de diseño que se hace en interior y el Dosde es que la gente que va a un Nómada, por ejemplo, es gente que conoce la feria y acude expresamente buscando ese producto. Es decir, entra sólo el público que tiene que entrar. Sin embargo, por la calle pasa cualquier persona. Gran parte de la gente que viene descubre por primera vez el producto. Muchos nunca se hubieran planteado que existiera algo tan cuidado y *de autor*.

Belén y Rocío regentaban una pequeña tienda en Malasaña que organizaba periódicamente exposiciones de jóvenes diseñadores e ilustradores. Su apertura les ayudó a conocer mejor el barrio y a darse cuenta de sus posibilidades pero, hace unos meses, acabaron cerrando el comercio para dedicarse de lleno a otras actividades ¿Fue un paso difícil?

RC: Sopesamos el asunto y, con todo el dolor del corazón, cerramos para comenzar otra etapa. Fue un acierto porque a raíz de ello nos hemos podido dedicar a nuestras profesiones y han surgido otros eventos.

BI: Llevar una tienda es difícil y resulta muy sacrificado. Intentábamos compaginarlo con trabajos de *freelance* y acabó siendo demasiado. Necesita una dedicación completa.

Ambas son licenciadas en Bellas Artes y están especializadas en diseño gráfico. Belén es ilustradora, ha colaborado con uno de los suplementos culturales de The Guardian y posee su propia marca de diseño gráfico, *Breaking the Pana*, mientras que Rocío imparte clases en “conocer Madrid” y ha formado parte de múltiples iniciativas ligadas a la gestión cultural. El cierre de la tienda no fue para nada un fin sino una forma de continuar con nuevos proyectos. ¿Dosde Market fue en cierta manera una prolongación de lo que hacíais en vuestro espacio de la calle de San Andrés?

BI: Sí, pensamos: si cuesta vender dentro de la tienda ¿por qué no intentamos sacar el producto a la calle? Es algo que la gente no está acostumbrada a ver en mercadillos al aire libre. Tuvimos una idea: vamos a hacer un mercadillo, pero intentando sorprender con el producto.

RC: Y la verdad es que la respuesta ha sido muy positiva, es un mercado pequeñito pero al público le gusta y los diseñadores venden.

¿Resulta complicado organizar algo en un espacio público?

RC: En este caso no mucho. En la Plaza del Dos de Mayo se organiza desde hace años un mercado de antigüedades del que tomamos el permiso. Sólo tuvimos que ampliarlo. Lo cierto es que tuvimos suerte, partíamos de algo ya creado y sumamos nuestra idea.

La periodicidad con la que lo organizáis ha ido cambiando.

RC: La idea original era hacerlo todos los sábados, pero la calle es muy sacrificada y acabamos optando por hacerlo sólo en Primavera y Verano.

BI: Lo vamos a hacer exclusivamente en Mayo, Junio, Septiembre y Octubre. Cuatro meses al año. Hemos comprobado que son las temporadas de mayor afluencia.

Habéis propuesto además actividades paralelas al Dosde Market.

RC: Intentamos crear distintas propuestas. Muchas de ellas sirven como reclamo por si mismas: algún concierto, magia para niños, desfiles de moda, talleres de coser, de hacer broches...

proponemos una gran variedad [sonríe].

Y tienen muy buena aceptación.

RC:[Sonríen] De momento, los vecinos no se quejan. Damos un *rollito* nuevo al barrio.

He oído que queréis dar *rollitos* nuevos a otros barrios cercanos.

RC:[Ríen] Se habló en un momento de invadir otras plazas. De “expandir el imperio”. En su momento lo pensamos, pero conlleva muchísimo trabajo. Y, además, no estamos solas. Hay muchísima gente detrás: están los permisos, la gente con la que trabajas, la comunicación... ¡Y menos mal que nosotras somos diseñadoras! Belén se encarga de crear toda la imagen corporativa.

Sin embargo sí que habéis dado un “nuevo rollo” al Museo ABC con la organización de Ilustrísima. La tercera planta del edificio ha servido durante varios días de Diciembre como mercado de dibujo e ilustración, además de albergar varias actividades paralelas vinculadas al campo. Realmente parece respirarse la esencia del Dosde Market, pero dentro de un museo.

RC:Sí. Conocíamos a Inma [Inmaculada Corcho] la directora del Museo ABC. Era *fan* lo que hacíamos en la tienda y conoció también el Dosde Market. El concepto le atrajo y tras varias reuniones acabó surgiendo la idea: hacer un mercado dentro del museo. Destinado, por supuesto, a la ilustración, pero manteniendo la misma idea.

Cobrando otra dimensión muy distinta. Ahora parece un salto lógico, la perfecta aplicación de la idea del Dosde Market, pero no debía de resultar tan obvio cuando se os planteó la idea.

RC: Íbamos con mucho miedo. Contaban con nosotras para organizar algo en lo que tampoco teníamos mucha experiencia. Es un museo nuevo, con poca trayectoria, pero que está empezando a definirse. Resulta muy gratificante que lo haga con una actividad que tú le propones.

BI: Sabíamos hacer el Dosde Market y tuvimos que adaptarlo, *darle una vuelta de tuerca*. Y surgió la duda: ¿esto funcionará o no funcionará? Quizás en un museo hay que *cambiar el chip* completamente. Pero la verdad es que funcionó. Y muy bien.

Y eso que dista mucho trabajar con diseñadores gráficos a hacerlo con ilustradores.

RC: Una de las conclusiones que hemos sacado de esta primera edición es que el ilustrador está acostumbrado a trabajar solo en su estudio. Se encuentra ligado al trabajo para una editorial. Pero el concepto de mostrar la obra en un formato vendible es algo que han agradecido mucho. Extraerla de la publicación, exponerla y venderla.

No sólo eso, sino que la feria ha logrado aunar a ilustradores consagrados y nóveles. Se han dado cita en un mismo espacio Javier Olivares, Fernando Vicente o el creador de las ilustraciones de Manolito Gafotas, Emilio Urberuaga, junto a recién licenciados en Bellas Artes. ¿Ha sido una convivencia interesante?

BI: Buenísima, con un trato siempre muy cercano. Estuvimos los cuatro días constantemente en contacto con ellos, compartiendo

todo y viéndoles trabajar. Fue una experiencia muy enriquecedora y todo quedó realmente unificado: no hubo separación entre unos y otros, entre los de más y menos experiencia.

RC:El ambiente era perfecto. Casi parecíamos una familia.

BI:El funcionamiento de un mercado es así. No expongo la obra y me voy sino que durante cuatro días los artistas se mantienen ahí. Era otro reclamo para el público: no sólo es posible comprar obra sino también hablar con cada ilustrador. Ellos estaban encantados de atender a todo el mundo.

Llegasteis a cerrar un telediario de difusión nacional. ¿Se nota mucho el respaldo de una institución como el Museo ABC?

BI:Hay un antes y un después. Con el Dosde Market ni siquiera podíamos imaginarnos algo así a nivel publicitario.

La simbiosis organizativa con el museo ha sido perfecta.

BI:Ha sido un trabajo conjunto con los responsables de actividades del museo desde el principio. Se han repartido tareas, obviamente: nosotras hemos aportado la organización o la parte de comunicación pero la selección de los artistas o las cuestiones logísticas se han hecho de forma coordinada.

RC:Hemos aprendido muchísimo. Por ambas partes.

Algo verdaderamente interesante de Ilustrísima es que además de una convivencia entre profesionales con más y menos recorrido existía también una gran diversidad de precios. No existiendo quizás un público definido para comprar tanta variedad ¿Acabó resultando rentable el encuentro a nivel

económico?

[Con seguridad tras pensarlo un momento] **RC:** Sabemos de gente que vendió mucho. Depende del público que va, pero por lo general se vendió. Los artistas se fueron muy contentos. Además, surgieron colaboraciones: entre ellos, con editoriales...

¿Habrá entonces una segunda edición?

[Sonríen] **RC:** Sí.

BI: La estamos preparando ya [ríen] Esta segunda vez será más fácil porque ya ha existido. El evento ya ha tenido una primera *prueba de fuego* y los artistas conocen su funcionamiento. Y aquellos que no han acudido a esta edición la tienen como precedente para hacerse una idea.

Os espera mucho trabajo. ¿Resulta difícil organizar este tipo de eventos? ¿Es complicado el trabajo del gestor y más desde una perspectiva *freelance*?

RC: Es agotador. Ocasiona mucho estrés: visualizas la idea, te coordinas con el museo, encargas stands y después de todo eso todavía te queda la reunión con los seleccionados o la planificación de las actividades.

BI: Y luego cada artista te va preguntando dudas ¿Y esto cómo se hace? ¿Cómo preparo mi obra? ¿De qué forma debo disponerla? ¿Por qué?

RC: Además nosotras nos resulta muy importante el trato cercano con la gente con la que trabajamos. Somos muy empáticas y nos complicamos un poco la vida.

Trabajando con tantas personas puede ser un objetivo verdaderamente difícil.

BI: Sí, pero al final aprendemos y seguimos hacia adelante con todo: ilustrísima ha sido un gran paso con respecto al Dosde Market.

RC: Luego vuelves a encontrarte a los artistas y que te recuerden con cariño es algo muy bonito.

Hay que trabajar duro pero el balance acaba resultando siempre positivo.

RC: Sí, la organización de eventos tiene un poco de masoquismo: sufres, pero en el fondo te gusta.