

Escaparates de arte reciclado

Estimulante intervención creativa de Naturaldia en varios comercios de la villa

Jóvenes creadores han utilizado material reciclado con un presupuesto muy reducido

:: JUANMA GOÑI

TOLOSA. El trabajo conjunto llevado a cabo entre fotógrafos locales, comerciantes de Tolosa, y jóvenes creativos de Box.A y GKO, está siendo una de las más estimulantes actividades complementarias de las Jornadas de la Naturaleza 'Naturaldia'. Los comerciantes han ofrecido el espacio de sus escaparates para que se muestren en ellos –hasta el 5 de junio–, diferentes imágenes fotográficas colocadas de manera atractiva y armoniosa por jóvenes creadores, utilizando siempre materiales reciclados, partiendo de un presupuesto muy limitado para la compra de material, de entre sólo tres y diez euros.

Garikoitz Murua, de la Galería GKO, valora muy positivamente la experiencia, en la que han participado finalmente 25 establecimientos comerciales, que han puesto sus escaparates al servicio de la creación y de las fotos de Miguel Cortés, José Antonio Abaigar y Jo-setxo Gabarain.

Garikoitz destaca algunos ejemplos llamativos, como los de la peluquería Frida o lotería Oñativia. Aquí se ha trabajado un concepto minimalista, «donde no se muestra ningún producto relacionado con el establecimiento pero que presenta un equilibrio temporal y reservado a la fotografía presentada». En la lencería Nerea o en la mercería Ayerza se trató de complementar de manera original y básica «una composición basada en los productos del comercio, y la fotografía seleccionada».



Uno de los escaparates 'intervenidos' con esta iniciativa de las Jornadas Naturaldia. :: KLISK

El hecho de haber conseguido plasmar en los escaparates de los comercios una ventana para mostrar una de las bases de Naturaldia, que consiste en la participación y difusión de propuestas culturales y medioambientales, ha sido la clave de esta propuesta conjunta, según remarca la directora de las Jornadas, Shole Martín.

Al final, ha quedado demostrado, según constata Garikoitz, que no hace falta un gran capital ni una gran inversión de dinero para pre-

sentar un escaparate que sea atractivo y llamativo. «Sólo hay que escuchar lo que nos proponen otros, buscar recursos en nuestro entorno, ser muy observador de lo que plantean los demás, y procurar darle una vuelta de tuerca más a la idea que nos surja».

Desde la galería GKO dicen que resulta comprensible que actualmente la base de los escaparates sea mostrar los productos en cantidades que permita el comprador visualizar desde el exterior aquello

que se puede adquirir y comprar. Pero tal vez con ciclos de cambio, se consigue que los clientes, los espectadores y los clientes potenciales sean atraídos por la novedad, la diferencia y lo alternativo. El producto no es siempre la base del escaparate, sino más bien la capacidad de innovar en su composición.

Lo decía Segunda Iztueta Armentariz, de la tintorería Kaiz, jubilada hoy día. «En los escaparates que he hecho siempre he integrado elementos que no tienen nada que ver

con nuestro trabajo, así a todo el mundo le llamaba la atención. Esto siempre me ha parecido atractivo y divertido.»

Desde BoxA y GKO quieren agradecer a los comerciantes y Tolosa&Co, su paciencia, su disponibilidad y su valentía «al dejarnos intervenir de manera libre e independiente». También agradecen las críticas «que nos permiten seguir mejorando y aprendiendo sobre el trabajo y experiencia de las personas de nuestro entornos».