



LifeWear

UNIQLO y MACBA se unen para abrir el arte contemporáneo a la ciudad de Barcelona

- Puertas abiertas en el MACBA, todos los sábados tarde, gracias a UNIQLO.
- Mediante el acuerdo, cada sábado, además de entrada gratuita a las exposiciones, el MACBA acogerá una programación de distintas disciplinas artísticas, con un evento destacado el último sábado de cada mes.

23 de marzo, 2018 Barcelona -- La marca japonesa UNIQLO y el Museu d'Art Contemporani de Barcelona, MACBA, han anunciado hoy la firma de un acuerdo de colaboración que permitirá al museo abrir gratuitamente sus puertas al público cada sábado por la tarde, de 16h a 20h. La colaboración proporcionará el libre acceso a los visitantes tanto a las exposiciones temporales como a todas las actividades que se llevan a cabo en este horario. Este acuerdo se enmarca en una de las líneas de trabajo prioritarias para el MACBA, favorecer la accesibilidad de su programa a unas audiencias amplias y diversas y, en especial, facilitar la entrada al museo al público local.

Dentro del marco del acuerdo, la compañía nipona y el museo también ofrecerán a los asistentes una experiencia diferencial cada sábado mediante el impulso del programa "Parlem de", una serie de coloquios y charlas inéditas para la divulgación del arte y la cultura. El primero de estos eventos tendrá lugar el sábado 24 de marzo con la interpretación de la obra de la artista norteamericana Rosemarie Castoro por parte del bailarín y coreógrafo Carmelo Salazar. La rueda de prensa de presentación del acuerdo ha contado con un pequeño avance de esta actuación, íntimamente conectada con la retrospectiva *Rosemarie Castoro. Enfocar al infinito*, expuesta en el museo hasta el 15 de abril.

El último sábado de cada mes, adicionalmente, UNIQLO y MACBA organizarán también propuestas artísticas innovadoras en distintos formatos (talleres familiares, conciertos, performances, danza, etc.) y dirigidos a públicos diversos. El primero de estos eventos tendrá lugar el sábado 28 de abril con el concierto de música experimental del polifacético artista británico Luke Fowler, seleccionado para el prestigioso Premio Turner 2012. Más adelante, el 26 de mayo, el museo acogerá la actuación de la banda de pop mallorquina Papa Topo.

Dentro de los ciclos "Parlem de..." UNIQLO y MACBA ofrecerán una variada programación artística entre la que destacan ponencias y coloquios con artistas como Francesc Torres, Domènec o Oscar Masotta como protagonistas.

Conexión con la ciudad de Barcelona y accesibilidad a la cultura

Sobre la colaboración, Kohsuke ‘Koh’ Kobayashi, Director de Operaciones de UNIQLO España, ha señalado: “estamos orgullosos de presentar este acuerdo con un museo de la talla del MACBA porque UNIQLO es una marca estrechamente comprometida la vida local la ciudad de Barcelona. Con esta colaboración, UNIQLO espera democratizar el arte facilitando a cuanta más gente posible el acceso al arte”.

Por su parte, Shu Hung, Fast Retailing Global Creative Director, LifeWear, ha destacado: “la ropa de UNIQLO está hecha para todos. De la misma manera, creemos que el arte es un bien social que debe estar a disposición de la sociedad. Por eso, e igual que impulsamos la democratización de las prendas de calidad, participamos activamente con las instituciones más relevantes de las diferentes ciudades en las que operamos para acercar el arte a las personas”.

Mediante este acuerdo, la marca tendrá la oportunidad de interactuar de una manera más cercana con los vecinos de la ciudad de Barcelona, facilitando su acceso al arte contemporáneo, algo que la compañía ya ha fomentado anteriormente en su colaboración con museos e instituciones de gran referencia a nivel mundial como el MoMA (Museum of Modern Arts) de Nueva York o la galería Tate Modern de Londres.

Conexión con nuevos públicos y audiencias

“Para el MACBA se trata de una oportunidad de conectar con nuevos públicos y audiencias. La colaboración público privada forma parte de la esencia del MACBA. Un modelo de gestión innovador en el mundo del arte, que permite al museo llevar a cabo proyectos ambiciosos, como éste, cuya finalidad es acercar el arte contemporáneo a públicos más amplios”, afirma Ainhoa Grandes, presidenta de la Fundación MACBA.

Asimismo, Ferran Barenblit, director del MACBA define “la cultura como un bien de primera necesidad. Más allá de nuestra vocación internacional, nuestra prioridad son los usuarios de proximidad, ellos son los verdaderos embajadores de nuestro proyecto. Queremos construir con ellos, para ellos”.

Además de la retrospectiva de Rosemarie Castoro el MACBA expone actualmente *Colección MACBA. Bajo la superficie*, una selección de sus fondos que incluye obras icónicas; una instalación multimedia del artista Francesc Torres y la exposición colectiva *Oscar Masotta. La teoría como acción*, que se acaba de inaugurar. Como próximas novedades, el MACBA abrirá una monográfica dedicada al artista Domènec y la más amplia exposición institucional que se ha organizado nunca en Europa del trabajo de Melanie Smith, artista residente en México, país que representó en la 54 Biennal de Venecia. Una nueva puesta en escena de la Colección, así como muestras de Raqs Media Collective y Jaume Plensa, concluirán el año 2018.

#####

Acerca de UNIQLO LifeWear

Prendas que nacen de los valores japoneses de simplicidad, calidad y longevidad. Diseñado para ser de este tiempo y para perdurar en el tiempo, LifeWear está creado con una elegancia actual, como si fueran cada una de las piezas que conforman el estilo individual de cada persona. Una camisa perfecta que ha sido creada para ser aún más perfecta. El diseño más sencillo que esconde los detalles más elaborados y actuales. Lo mejor en cortes y en tejidos pensados para ser accesibles para todos. LifeWear son prendas que están en constante innovación, haciéndolas más cálidas, más ligeras, mejor diseñadas y aportando mayor comodidad a la vida de cada persona.

Acerca de UNIQLO y Fast Retailing

UNIQLO es una marca de Fast Retailing Co., Ltd., holding empresarial de retail japonés líder mundial que diseña, produce y vende prendas textiles bajo siete principales marcas: Comptoir des Cottonniers, GU, Helmut Lang, J Brand, Princesse tam.tam, Theory y UNIQLO. Con cifras de ventas mundiales de aproximadamente 1,8619 billones de yenes en el ejercicio fiscal de 2017, concluido a fecha de 31 de agosto de 2017 (\$16.870 millones, calculado en base al cambio del yen a fecha de finales de agosto 2017, al cambio de \$1 = 110.4 yenes), Fast Retailing es una de las empresas textiles más potentes a nivel mundial, y UNIQLO es el punto fuerte del retailer líder japonés.

UNIQLO continúa abriendo puntos de venta a gran escala en algunas de las ciudades y ubicaciones más destacadas del mundo, como parte de sus continuos esfuerzos por consolidar su estatus como auténtica marca internacional. Actualmente la compañía cuenta más de 1.900 tiendas en 19 países en todo el mundo incluyendo Japón, Alemania, Australia, Bélgica, Canadá, China, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Filipinas, Francia, Hong Kong, Indonesia, Malasia, Reino Unido, Rusia, Singapur, Tailandia y Taiwán. Además, Grameen UNIQLO, empresa social creada en Bangladés en septiembre de 2010, actualmente tiene presencia en varias tiendas Grameen UNIQLO en Daca. UNIQLO dirige un modelo de negocio integrado bajo el cual diseña, produce y comercializa prendas textiles casual y de gran calidad. La compañía cree que la ropa realmente buena debería ser absolutamente cómoda, presentar un diseño universal, ser de gran calidad y ofrecer un corte excelente para que todo el mundo pueda vestirla.

Con una declaración corporativa comprometida con cambiar la ropa, cambiar el juicio convencional y cambiar el mundo, Fast Retailing se dedica a crear grandes prendas con un valor nuevo y único para enriquecer la vida de las personas en todo el mundo. Para más información sobre UNIQLO y Fast Retailing, puede visitar www.uniqlo.com y www.fastretailing.com.