

# FELICIDAD MUSEÍSTICA



JUNTA DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN,  
CULTURA Y DEPORTE

**INICIARTE**



# FELICIDAD MUSEÍSTICA

Lucas Alcántara - Vlad Cosma - Ignacio Estudillo - Laura Franco - Alejandro Martín -  
Adrián Olivares - Cristina Sánchez - Zeus Sánchez





JUNTA DE ANDALUCÍA

Consejero de Educación, Cultura y Deporte

Luciano Alonso Alonso

Viceconsejera

Montserrat Reyes Cilleza

Secretaria General de Cultura

María del Mar Alfaro García

Director General de Instituciones Museísticas, Acción Cultural y Promoción del Arte

Sebastián Rueda Ruiz

Delegada Territorial de Educación, Cultura y Deporte en Málaga

Patricia Alba Luque

Director de la Agencia Andaluza de Instituciones Culturales

José Francisco Pérez Moreno

## EXPOSICIÓN

El Palmeral. Espacio Iniciarte

Antonio Fernández

Producción

Agencia Andaluza de Instituciones Culturales. Gerencia de Instituciones Patrimoniales

Manuela Pliego Sánchez

Eva González Lezcano

Isabel Villanueva Romero

Carmen Serrano Murillo

Montaje

Japón. Montajes de arte, S.L.

## CATÁLOGO

Edita

JUNTA DE ANDALUCÍA. Consejería de Educación, Cultura y Deporte

Texto

Rogelio López Cuenca

Traducción

Morote Traducciones

Diseño

Agencia Andaluza de Instituciones Culturales

Departamento gráfico

Diseño editorial

Francisco Romero Romero

Diseño y maquetación del catálogo

María José Rodríguez Bisquert

Fotografía

Alejandro Martín Parra

Imprime

Santa Teresa Industrias Gráficas

© de los textos: sus autores

© de la edición: JUNTA DE ANDALUCÍA. Consejería de Educación, Cultura y Deporte

© de las reproducciones: sus autores

ISBN: 978-84-9959-188-9

Depósito legal: SE 318-2015

Comisión de Valoración de Proyectos Iniciarte en Málaga:

Sebastián Rueda Ruiz, Eva González Lezcano, Francisco Aguilar, Salvador Haro González, Isabel Hurley, Francisco Jurado Ternero, José Lebrero Stals, Tecla Lumbreras Krauel, M<sup>a</sup> Teresa Méndez Baiges y María Ascensión Morente del Monte.



Tinta sin metales pesados y papeles procedentes de una gestión forestal sostenible

<b>Impacto ambiental</b> por producto impreso	<b>Agotamiento de recursos fósiles</b> 0,41 kg petróleo eq	<b>Huella de carbono</b> 1,17 Kg CO <sub>2</sub> eq	 JUNTA DE ANDALUCÍA GOBIERNO DE ANDALUCÍA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE reg. n.º 2015/22 Más información en <a href="http://www.ecoedicion.eu">www.ecoedicion.eu</a>
por 100 g de producto	0,07 kg petróleo eq	0,21 Kg CO <sub>2</sub> eq	
% medio de un ciudadano europeo por día	8,76 %	3,83 %	

# ÍNDICE

Presentación Luciano Alonso Consejero de Educación, Cultura y Deporte	5
EL ELEFANTE BLANCO Y LA MARABUNTA Rogelio López Cuenca	7 - 18
Piezas	19 - 53
Biografías	55 - 59
Traducciones	61 - 71



La Junta de Andalucía, mediante el programa Iniciarte orientado al apoyo de los jóvenes creadores andaluces, destina fondos para la producción de obras de nueva creación, su exhibición pública y la edición de catálogos bilingües que ayuden a su internacionalización.

*Felicidad Museística* es una exposición colectiva cuyos artistas Lucas Alcántara, Vlad Cosma, Ignacio Estudillo, Laura Franco, Alejandro Martín, Adrián Olivares, Cristina Sánchez y Zeus Sánchez desarrollan piezas desde una visión artística, crítica y reflexiva sobre la actual “burbuja” museística que vive la ciudad de Málaga. En definitiva, una ocasión para observar como la cultura puede transformar nuestro entorno más cercano.

Luciano Alonso  
Consejero de Educación, Cultura y Deporte  
Junta de Andalucía





## EL ELEFANTE BLANCO Y LA MARABUNTA

Rogelio López Cuenca

*¿Tantas cosas han muerto, que no hay más que museos?*

d'après Rafael Alberti

La víspera de la inauguración de la XXXV edición de la Feria Internacional de Turismo, Fitur, que anualmente se celebra en el Instituto Ferial de Madrid, Ifema, el Ayuntamiento de Málaga ofreció su ya tradicional recepción a las autoridades, tour operadores, agentes de viajes, directores de las oficinas españolas de turismo (OET) en los principales mercados del mundo y empresarios turísticos. Durante el evento, el alcalde declaró que Málaga “es el destino más dinámico de España, con una oferta cultural única y en continuo crecimiento”

Las referencias al *dinamismo*, a la *singularidad* y al *crecimiento continuo* forman parte de la retórica básica de autocelebración del sistema capitalista desde sus orígenes; su extensión al mundo de la cultura es más reciente: pertenece a la panoplia conceptual de su variante neoliberal, y ha gozado de una enorme aceptación por parte de los gestores de lo público. De ello da fe el lema con que el Ayuntamiento de Málaga acudía a Fitur 2015 y que amalgama, con el recurso a la polisemia propio de la publicidad comercial, los términos capital y cultura: “Málaga, donde la cultura es capital”

En España se da la paradoja de que la incipiente instauración de algo mínimamente parecido a una precaria sociedad del bienestar, prácticamente coincide con la crisis del capitalismo industrial y la exigencia de su progresivo desmantelamiento mediante políticas de privatización de bienes y servicios públicos, entre ellos, la cultura que queda subordinada a su rentabilidad económica: lo que conlleva a su vez el desarrollo de una cultura *macdonalizada*, es decir, caracterizada a grandes rasgos por la previsibilidad, la uniformidad y la automatización. La aspiración es una ideal “eficacia”, que todo esté bajo control: que en los museos, por ejemplo, el sentido de la visita esté claramente señalado

y rigurosamente calculada su duración, para que no se pueda sobrepasar un determinado tiempo en cada sala ni se pueda volver atrás, ya que el siguiente grupo viene empujando y no puedes ir a contracorriente... como en la cadena de montaje de una factoría fordista, como en *Tiempos Modernos*, como Charlot.

Esa mecanización, naturalmente, no es un fenómeno que quede restringido a los museos ni al mundo de la cultura. El modelo es, evidentemente, el del turismo masivo, que no es tampoco sino una variante aplicada a un segmento específico del consumo.

El consumo, y no la producción, es el eje y el núcleo del capitalismo contemporáneo.

Y el consumo se motiva mediante la continua excitación del deseo, un deseo que ha de ser, a su vez, sistemáticamente frustrado, situando constantemente un poco más allá la prometida satisfacción: exigiendo de nuevo un esfuerzo más para alcanzar la siempre postergada felicidad.

Acumular objetos y experiencias, con preferencia por la cantidad en lugar de una cada vez menos discernible calidad -por más que otro tópico sea el de la aspiración a un pretendido "turismo de calidad", tropo eufemístico para definir al "de mayor poder adquisitivo", o sea, una cuestión de cantidad.

Cuando la gestión de la cosa pública no tiene otro modelo que el mercado mismo, cuando no se mueve por otra finalidad que la de recuperar lo invertido e incrementar el margen de beneficios, no hay más que hablar sino de cantidades. Cantidades contantes y sonantes: desde el número de turistas al número de museos, o al número de visitas de turistas a cada uno de los museos, o al número de cruceros atracados, o al número del número del número.

La ciudad, el entorno urbano -que a día de hoy representa para la humanidad la tentativa más coherente y, por lo general, más satisfactoria de habitar el mundo-, se ve empujada por el desarrollo del capitalismo globalizado a una situación de competencia y enfrentamiento interurbano por convertirse en foco de atracción de capital, de inversiones, de nuevos habitantes, de valores añadidos, fondos públicos, infraestructuras de transporte y conexión, tanto física como simbólica, y eventos

que singularicen y focalicen la atención del mundo, por lo menos durante un periodo concreto.

Uno de los elementos fijos en la agenda por devenir “global” de las ciudades es la construcción de proyectos “emblemáticos” como parte de la regeneración de su imagen. Por norma, estos proyectos aparecen vinculados a lo que actualmente se conoce como cultura: desarrollo del sector de las industrias culturales y estrategias de consumo a través de la promoción y creación de la imagen de la ciudad: el “city marketing”.

La propia recurrencia del término “marca” para referirse a la ciudad (la “marca Málaga”) denota ya la imposición de una idea propia de la gestión de lo público considerado como mercancía, y la aceptación y “naturalización” de la omnipresencia del mercado como principio rector de la gestión del territorio, o mejor, de su marca, que se maneja mediante folletos y videos publicitarios.

“Marca” también alude directamente a la competencia por “situarse en el mercado”: en esa lucha entre ciudades por atraer al “turismo” -se dice, abreviando-, pero en esa búsqueda de capitales los gastos propios del turista son lo de menos: la parte del león son las inversiones en construcción de infraestructuras y en transporte. Así, el actual boom museístico de la ciudad no difiere en esencia de la burbuja inmobiliaria.

En un video promocional destinado a la ya mencionada feria de turismo, Fitur, en enero de 2015, se recogía una cronología de los museo locales malagueños:

1998, Casa Natal de Picasso  
2003, Museo Picasso Málaga  
2007, Museo del Patrimonio Municipal  
2008, Museo del Vino  
2009, Museo del Vidrio  
2010, Museo Automovilístico  
2010, Museo Revello de Toro  
2011, Museo Carmen Thyssen  
2013, Museo Interactivo de la Música  
2014, Museu Jorge Rando y Casa Gerald Brenan  
2015, Centro Pompidou, Museo Ruso y Museo de Bellas Artes

Pero en anteriores ediciones, sin tantos melindres, se llegó a publicitar una lista de varias decenas,

dando por buena la autoproclamación unilateral como “museo” que cada cofradía de Semana Santa había hecho del *display* de su “colección”.

Lástima que otro singular museo no aparezca tampoco registrado: el llamado “de las Gemas” o *Art Natura, Museo mundial de las gemas. Art Collection*, con breve sede en el edificio de la antigua Tabacalera –donde ahora se prepara la apertura del Museo Ruso-, cuyas obras comenzaron en 2008 y, aunque su apertura estaba programada para 2009, no se abriría al público sino hasta 2012, y solo durante unas horas, ya que a falta de permisos y por deficiencias de seguridad, se decretó su cierre. Y hasta hoy. Coste de la operación: 5,1 millones de euros.

Hubo otro museo, que nunca llegó a ser, que se anunció como *Museo del Turismo*, en la antigua posada de San Rafael, en Puerta Nueva, y que se quedó en sede de la empresa pública Turismo Andaluz S.A. (TURASA), adscrita a la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía.

Y también reaparece, *nasciturus, de temps en temps*, la propuesta de un *Museo del Relax*, que estaría dedicado al turismo y la industria del ocio, especialmente en torno a la que se considera su “edad de oro” en la Costa del Sol, en el empalme entre los años 50 y 60.

Relacionada con la “España de charanga y pandereta”, y más concretamente con aquella “devota de Frascuelo”, existe en el interior de la plaza de toros de la Malagueta el *Museo Taurino Antonio Ordóñez*, que incluye obras de autores como Goya, Picasso, Benlliure o Barjola. Y precisamente en el edificio donde tuvo su sede brevemente el Patronato Provincial de Turismo, en Plaza del Siglo, abre desde febrero de 2015 sus puertas el *Centro de Arte de la Tauromaquia-Colección Juan Barco*, también con obras de Goya, Picasso, Benlliure o Dalí.

Y hay otro museo nonato, que se iba a llamar *Museo del Transporte*, y que se anunció en 2006, e iba a construirse en los terrenos (250.000 metros cuadrados) que ocupaba el Campamento Benítez e iba a costar en torno a 300 millones de euros, según adelantó la ministra

de Fomento, Magdalena Álvarez, quien, para referirse al futuro museo y a su importancia y trascendencia, no dudó en acuñar un epíteto digno de la posteridad: “el Picasso del transporte”.

La compulsiva creación de museos, la obsesiva *musealización* característica de nuestro tiempo –pues nunca antes se había conocido- se ha querido relacionar con el miedo a la vertiginosa velocidad con que las cosas que nos rodean devienen obsoletas o desaparecen: no estamos preparados por la naturaleza para enfrentarnos sin descanso a nuevas oleadas de cosas no familiares e intentamos mitigar esa inseguridad aferrándonos a las certezas de algo permanente, que persista.

Pero más allá de esa explicación (el anclaje simbólico que proporcionarían a la comunidad el hecho de contar con estas boyas de durabilidad), estos museos no tienen como objetivo satisfacer necesidad alguna de la ciudadanía sino generar beneficio económico extrayéndolo del flujo turístico. Su atención se dirige a este tipo específico de transeúnte ajeno en principio a la ciudad, aunque la expansión de la mancha urbana y su división en áreas destinadas a usos específicos (residenciales, industriales, de ocio) ha dado lugar, a que la mayoría de los habitantes de la ciudad vivan en esas zonas residenciales periféricas, por lo que visitan el antiguo centro con la misma actitud y expectativas que el turista foráneo, como turistas en su propia casa.

Para el proyecto *Felicidad Museística*

Se ha hecho una selección de museos –qué remedio: el recuento exhaustivo se revela imposible- pertenecientes casi todos a la variedad más clásica, los “de arte”. Los comentamos:

El más antiguo y, paradójica, a la vez, todavía por ver la luz tras 17 años cerrado, es el **Museo de Bellas Artes**, que va a integrar el **Museo Arqueológico**. Este está constituido a partir de la colección particular de los marqueses de Casa-Loring, iniciada por hallazgos arqueológicos realizados en fincas de su propiedad, fue aumentado de golpe con la compra de colecciones completas de familias aristocráticas en decadencia, caso de la del museo cordobés de Villacevallos. Las motivaciones coleccionistas del marqués de Casa-Loring no son ajenas a los beneficios económicos de la compra-venta de esos objetos (ventas al Museo Arqueológico Nacional, por ejemplo). El marqués acumulaba su colección

en su finca de recreo de La Concepción, donde se había hecho construir el llamado *Museo Loringiano*. El museo Arqueológico de Málaga se inauguró en 1947 y se encontraba en el interior de la Alcazaba -genial *remake* moderno del que quizá no se ha escrito lo bastante- y permanece embalado desde 1996. El de Bellas Artes se fundó en 1915 y, tras sufrir varias mudanzas, fue a parar en 1961 al Palacio de Buenavista, de donde fue desalojado en 1997 (desde cuando también duerme embalada su colección) para dejar sitio a las obras del futuro Museo Picasso. Está previsto que ambos abran sus puertas en 2015, en el antiguo palacio de la Aduana, donde, además de los museos citados, en las dos primeras plantas-más la tercera para biblioteca, talleres y aulas-, y como corresponde a un museo postmoderno, el ático y las terrazas, se dedicarán a “restaurante y sala para espectáculos”.

En la apertura, el año 2003, del **Museo Picasso** en la antigua sede del Bellas Artes, convenientemente corregida y aumentada, hay unanimidad en localizar el punto de partida del proceso de reinención de la identidad local en torno a la *picassización* de Málaga, y a la inversa, la *malagueñización* de Picasso. Esta configuración imaginaria de la que se autonombrará “Ciudad genial” no se puede entender sin el sustento teórico del concepto de “cultura del simulacro”, presente ya en las primeras tentativas de recuperación picassiana iniciadas mucho antes y de las que se dan cumplida cuenta en la **Casa Natal de Picasso**, pero sin la trascendencia en términos de explotación comercial que comportará el museo. Por más que el Picasso, buque insignia de la refundación de la ciudad en torno al turismo “cultural”, no haya alcanzado ni la mitad de las expectativas, en términos de visitas: ni 400.000 al año, del millón prometido.

Meses antes, ese mismo año, 2003, abre el **Centro de Arte Contemporáneo de Málaga**, inaugurado, en lo que con el tiempo adquiere aires de augurio, por los Duques de Palma, Cristina de Borbón e Iñaki Undargarín. El centro es gestionado por una empresa privada con una falta de transparencia solo comparable a los modos en que los gobierna el director de una y otro, Fernando Francés, que va extendiendo progresivamente su presencia en todo lo que en ámbito del arte contemporáneo sea susceptible de generar dividendos, en la capital y en la provincia. El edificio que ocupa el CAC fue concebido y utilizado como mercado de abastos, lo que parece pesar también en su sino, pues su programación no parece atender a otro norte

ni criterio que el mercado mismo: más parece la lista de lo más vendido que otra cosa, el *hit parade* del mercado del arte. Lo mismo que una galería privada. Solo que con dinero público.

Y lo mismo se podría decir del **Museo Carmen Thyssen**, si no fuera porque el oropel que rodea al personaje desprende tantos destellos que casi no hay manera de centrarse en otros aspectos también dignos de reseña: desde la cacicada inaugural con despedida/dimisión de la dirección, y dedazo ad hoc; pasando por el carácter rehén de la colección, siempre sujeta a renegociación y bajo amenaza de mejor postor; y terminando por la colección de estampas costumbristas –toscos precedentes del *souvenir* más *kistch*-.

En el caso del MUPAM, en el **Museo del Patrimonio Municipal**, se da la circunstancia de que su nombre evoca *-malgré lui*, ya que es difícil imaginarse que quien así lo bautizó lo hiciera con intención de escarnio-por asentarse precisamente en el mismísimo lugar del crimen, en el solar de una de las mayores fechorías perpetradas contra el patrimonio de la ciudad: Como culminación de un proceso de deterioro motivado por su concienzudo abandono durante décadas, el barrio de la Coracha –un singular documento cultural y arquitectónico-fue demolido a mayor gloria de la alcaldesa Celia Villalobos. Antes de inaugurarse se le llamaba Museo de la Ciudad –lo que hizo a algunos ilusos fantasear con algo similar al CCCB de Barcelona- y se abrió al público sin necesidad de que tal “museo” tuviera dirección, proyecto ni colección, con una exposición de obras prestadas por Aena (Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea, en aquellos tiempos en manos del entonces ministro Álvarez Cascos, tan amante él del arte). La exposición se subdividía, por plantas del edificio, en: abstractos, figurativos y “últimas adquisiciones, casi todas compradas en la pasada edición de ARCO”; rigor que culminaba con un Botero expuesto en las inmediaciones del edificio. Y, salvo alguna rara excepción, ese es el tono.

Con una clarividencia digna de encomio uno de los proyectos de *Felicidad Museística* se propone trabajar sobre el **Museo Martín de Larios**, un museo que no existe; que todavía no existe, pero que puede, en cualquier momento, en cuanto la chispa prenda en algún cráneo privilegiado, ser realidad –que, en cuanto a museos, en esta ciudad no se puede decir no hay tal lugar ni *non plus ultra*-. El que sería nombrado por Isabel II, primer marqués de Larios



es el patriarca de una casta de comerciantes e industriales (textil, seguros, sal, bodegas y vapores) adinerados que van a ser ennoblecidos por los borbones, y llegarán a convertirse en banqueros poderosos a través del tejido de una red mercantil-familiar basada en la estrategia de enlaces matrimoniales entre los vástagos de los clanes de empresarios.

Que muriera en París, en 1873, en el exilio al que le llevó la *Revolución Gloriosa*, tras salvar la vida por muy poco, perseguido por sus propios obreros, da una idea aproximada de que la consideración hacia su persona y méritos distaba de ser unánime.

Por lo que respecta al **Museo Ruso** –una “selección” de obras de la colección del Museo estatal de arte ruso de San Petersburgo- nos encontramos, por una parte, con el indiscutible carácter “macdonalizado” de ciertos nombres familiares al aficionado *mid-cult*, productos que, ostentando ciertos rasgos de la alta cultura son fácilmente susceptibles de adaptarse al consumo masivo. “Marcas” como Kandinsky, Tatlin, Chagall, ... que al que más y el que menos algo le suenan. Y por otro lado, la extravagancia exótica de la pretensión de esperar que el aterrizaje masivo de una serie de ovnis con la firma de Vereschagin, Repoin, Levita, Venetsianov o Brulov vayan a “convertirse en el foco cultural más importante del oeste de Málaga, en unos distritos con más de 200.000 habitantes”. Tan excéntrico todo que lo más probable es que seguramente se trate de otra cosa que todavía no alcanzamos a comprender.

En un lugar que podría ser escenario de una saga que se titularía *Del Carrefour al Pompidou* se va a abrir la primera franquicia fuera de Francia del **Centre Pompidou**, en un lugar emblemático de ese tipo de arquitectura concebida como imagen, como icono del “ya se verá qué” característico de esas operaciones de privatización de espacios públicos, como ha sido la transformación del llamado *Muelle Uno* del puerto de Málaga en un centro comercial. Bajo esta perspectiva, el proyecto de sala de exposiciones que se plantea parece diseñado a fin de su inclusión en los paquetes turísticos, para que los cruceristas no tengan ni siquiera que salir del puerto. Viendo los mismos cuadros que en cualquier otro sitio. Sin que haga falta saber ni dónde están.

Sólo el *Cubidú* y el Museo Ruso se llevan ocho millones de euros al año, ocho millones de dinero público. Y las obras de acondicionamiento del edificio han pasado, a un mes escaso de su inauguración, de los 3,83 millones de la adjudicación, a los 6,7 millones de euros) Sobre todo si se piensa en la provisionalidad del proyecto en el que la casa madre de París ha insistido hasta la saciedad: el contrato es por cinco años, cinco. Parece que una foto inaugurando un museo –o similar- ante las inminentes elecciones no tiene precio. Se paga lo que sea.

El *franchising* cultural consiste en el alquiler por parte de museos prestigiosos de parte de los fondos que no exhiben, obras de segunda fila (o de segunda para atrás) que no tienen la oportunidad de mostrarse, ya que el turismo masivo acude a ver las obras maestras, las mismas de siempre. Pero Louvre o Pompidou son marcas registradas como Prada o Gucci, e igual que las grandes marcas de alta costura tienen una línea de *by products* destinada al consumo popular –perfumes con su nombre, por ejemplo- mediante los que las grandes marcas de la alta cultura ofrecen la oportunidad de disfrutar del capital simbólico asociado a obras menores que no por ello dejan de lucir cierto aroma afín al de las obras maestras.

La figura del *franquimuseo* la inaugura el Guggenheim-Bilbao en 1997 con un alto grado de éxito en cuanto a la transformación de la ciudad en un objetivo de visita turística. A partir de ahí, el museo-fetiché se convierte en el sueño húmedo de todo político aspirante a pasar a la historia sin derramamiento de sangre. Los elementos básicos son mínimos: un arquitecto estrella, un edificio-espectáculo y una programación midcult y de tirón mediático. Por ejemplo, puestos a exponer “algo” conceptual, una exposición de Yoko Ono, que quién no la conoce. O una exposición de Armani (que quién no tiene una camiseta, aunque sea falsa), o de motos.

*Guggenheims* hay, además de la casa matriz neoyorkina y en Bilbao, en Venecia y en Berlín y en Abu Dhabi, en los Emiratos; y aunque fracasó en Las Vegas -nadie es perfecto-

trabaja en una sede para Guadalajara (México)  
y, por supuesto, Shanghai y Hong Kong.

El Lejano Oriente y Oriente Medio son mayoritariamente los polos de atracción de estas operaciones, que no dejan de tener cierto regusto colonial: anteriormente el sistema encubría su carácter depredador mediante la idea de exportación de modernización vía desarrollo tecnológico, y antes, mediante la retórica de la evangelización. El otro, sea el salvaje, el ignorante o el subdesarrollado -o el periférico del sur- no tiene más remedio que incorporarse, de un modo u otro, a una modernidad global definida por los viejos imperios coloniales. Y no deja la memoria de evocar la escena tópica del timo del intercambio de oro por cuentas de vidrio.

Es una constatación dolorosa del síndrome del colonizado, que ha asumido su inferioridad, su incapacidad, y se ve obligado a importar la “verdadera cultura”, lo que de verdad importa y vale.

El acto final de esta tragicomedia es que esa obsesión por diferenciarse para así atraer inversiones vinculadas a la industria turística, esa carrera por la distinción recurre, en todas partes a los mismos recursos que ya hemos señalado: arquitectos-estrella, edificios emblemáticos y marcas de prestigio..., concluyendo en una homogeneización e indiferenciación total, lo que se salda con la imposibilidad de competitividad ninguna dada la semejanza extrema alcanzada por su banalización. Se dibuja en la retina fácilmente un horizonte sembrado de ballenas varadas y de elefantes blancos, pues el modelo de Málaga como ciudad-de-museos es el mismo que el de Dubai, que el Abu Dabhi o Doha. La única diferencia es de grado. Una vez más, de cantidad.

La expansión de las pautas culturales tiene como objetivo ser absoluta: no sólo que veamos en todas partes museos con obras de los mismos artistas canónicos de la cultura occidental constituida en global, sino que en cualquier lugar del mundo veamos las mismas películas, se vista igual y se coma

lo mismo. Todo previamente decidido. Es la lógica  
de la franquicia. Y de la subcontrata: alguien, en tu lugar,  
construye tu memoria, hace un museo,  
organiza tu boda,  
o decora nuestra casa  
o diseña mi imagen personal,  
y pasea y educa en mi lugar  
a mi perro  
o a mis hijos.

La reutilización de antiguas fábricas como espacios dedicados  
a “cultura”  
ha sido una práctica común en los tiempos recientes.  
Y lo mismo ha sucedido con cárceles y cuarteles.  
En estas transformaciones podrán verse ecos de viejas  
promesas libertarias, resonancias de los movimientos revolucionarios  
que aspiraban a la demolición de esas maquinarias de opresión  
y tiranía; pero en realidad son la prueba irrefutable  
de que aquellos dispositivos de control y castigo quedaron obsoletos  
y que el orden se mantiene a base y a través  
de mecanismos mucho más sutiles, entre los que la “cultura”,  
entendida como entretenimiento y espectáculo,  
como bien de consumo y mercancía,  
se revela como el más sofisticado ingenio  
de creación de consenso.

Parecería que el museo hubiera renunciado  
a su finalidad originaria, su función formativa, educativa,  
de dotar de sentido a la identidad colectiva,  
de pertenencia a la ciudadanía... pero si esto no está ya  
entre las prioridades del museo postmoderno, del postmuseum,  
sin embargo esa función la ejerce, solo que ahora mediante  
la seducción y la mareante oferta continua de novedades.  
Y la identidad que se construye es la del consumidor global.

Cuando Adorno proponía la analogía museo-mausoleo  
-los museos como sórdidas tumbas  
de las obras de arte del pasado-  
ni se imaginaba que aquel rancio modelo,  
el museo aquel del vigilante que daba cabezadas, las telarañas,  
el inhóspito y frío museo que querían dinamitar  
los futuristas, lo iban a acabar  
liquidando la codicia  
y las avalanchas de turistas.  
Y nosotros íbamos a terminar  
echándolo de menos.

## REFERENCIAS DOCUMENTALES Y BIBLIOGRÁFICAS

Theodor W. Adorno, *Museo Valéry Proust*  
Rafael Alberti, *Balada para los poetas andaluces de hoy*  
Jean Baudrillard, *Cultura y simulacro*.  
Manuel Cruz, *Las malas jugadas del pasado*.  
David Harvey, *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura*.  
Pau RausellKöster, *Museos y excelencia en las ciudades*.  
David Lowenthal, *El pasado es un país extraño*.  
Yves Michaud, *El nuevo lujo. Experiencias, arrogancia, autenticidad*.  
P. Rodríguez Oliva, *De Córdoba a Málaga: avatares de la colección arqueológica de Villacevallos*.  
George Ritzer, *La Macdonalización de la sociedad*.  
Robert Park, *La ciudad y otros ensayos de ecología urbana*.  
Los diarios Málaga hoy, La Opinión de Málaga, El País y El Mundo.  
Las webs de malagaturismo.com y andalucia.org  
Y la revista on line elobservador.com

PIEZAS

## LUCAS ALCÁNTARA

***El museo***, 2015  
Fotografía color digital  
58,75 x 100 cm

Páginas 22-23:

***Invitado 1***, 2015  
Fotografía color digital  
46'6 x 70 cm

***Invitado 2***, 2015  
Fotografía color digital  
46'6 x 70 cm

***Invitado 3***, 2015  
Fotografía color digital  
46'6 x 70 cm

***Invitado 4***, 2015  
Fotografía color digital  
46'6 x 70 cm

***Invitado 5***, 2015  
Fotografía color digital  
46'6 x 70 cm

***Invitado 6***, 2015  
Fotografía color digital  
46'6 x 70 cm









VLAD COSMA

Página 25:

***Sin título***, 2015  
Técnica mixta  
40 x 40 cm

***Sin título***, 2015  
Técnica mixta  
40 x 40 cm

Páginas 26-27:

***Sin título***, 2015  
Técnica mixta  
40 x 40 cm

***Sin título***, 2015  
Técnica mixta  
40 x 40 cm











IGNACIO ESTUDILLO

*La penúltima copa*, 2015  
Técnica mixta  
170 x 120 cm



PALACIO DE LA ADUANA

***Modelo de experiencia***, 2015  
Técnica mixta  
300 x 200 cm



LAURA FRANCO

Un gigantesco Mickey  
ntescó Mickey se cu  
se cuela en el CAC  
en el CAC de Málaga  
Málaga Un gigantes  
gigantesco Mickey s

*Simulación de museo nº1*, 2015

Mixta sobre lienzo

195 x 130 cm





***Pivote Naranja***, 2015  
Mixta sobre tela  
75 x 112 cm



***Pivote rojo***, 2015  
Mixta sobre tela  
73 x 103 cm



*Simulación de museo nº2*, 2015  
Mixta sobre tela  
113 x 112 cm



***Simulación de museo nº3***, 2015  
Mixta sobre tela  
106 x 127'5 cm



***Simulación de museo nº4***, 2015  
Mixta sobre tela  
112 x 107'5 cm



ALEJANDRO MARTÍN



*Picasso 1*, 2015  
Fotografía digital  
70 x 50 cm



**Picasso 2**, 2015  
Fotografía digital  
70 x 50 cm

**Picasso 4**, 2015  
Fotografía digital  
70 x 50 cm

**Picasso 3**, 2015  
Fotografía digital  
70 x 50 cm

**Picasso 6**, 2015  
Fotografía digital  
70 x 50 cm

***Librería 1 (díptico)***, 2015  
Fotografía digital  
400 x 30 cm

***Librería 2 (díptico)***, 2015  
Fotografía digital  
400 x 30 cm



ADRIÁN OLIVARES

*Patrimonio 1*, 2015  
Técnica mixta  
195 x 114 cm



***Patrimonio 2***, 2015  
Técnica mixta  
195 x 114 cm







## CRISTINA SÁNCHEZ

GUIÓN LITERARIO: FALSO DOCUMENTAL MUSEO MARTÍN DE LARIOS

ESCENA 1

INT. HABITACIÓN. DÍA. LUZ ARTIFICIAL.

Personaje 1: ¿Museo Martín de Larios? No. No lo conozco.

ESCENA 2

INT. HABITACIÓN. DÍA. LUZ ARTIFICIAL.

Personaje 2: Museo Martín de Larios, no me suena.

ESCENA 3

INT. HABITACIÓN. DÍA. LUZ ARTIFICIAL.

Personaje 3: Museo Martín de Larios. Algo he leído por ahí.

ESCENA 4

INT. HABITACIÓN. DÍA. LUZ ARTIFICIAL.

Personaje 4: Sí, Museo Martín de Larios. Me han comentado algo.

ESCENA 5

INT. HABITACIÓN. DÍA. LUZ ARTIFICIAL.

Personaje 5: Museo Martín de Larios, sí. He escuchado que lo inauguran la semana que viene y que lo financian los herederos de Larios, del Marqués de Larios. Dicen que será el primero en Málaga con ese tipo de colección.

INT. HABITACIÓN. DÍA. LUZ ARTIFICIAL.

Personaje 6: Sí. Museo Martín de Larios, sí claro. Me han dicho que servirá para dar a conocer la marca "Málaga, ciudad cultural".

ESCENA 7

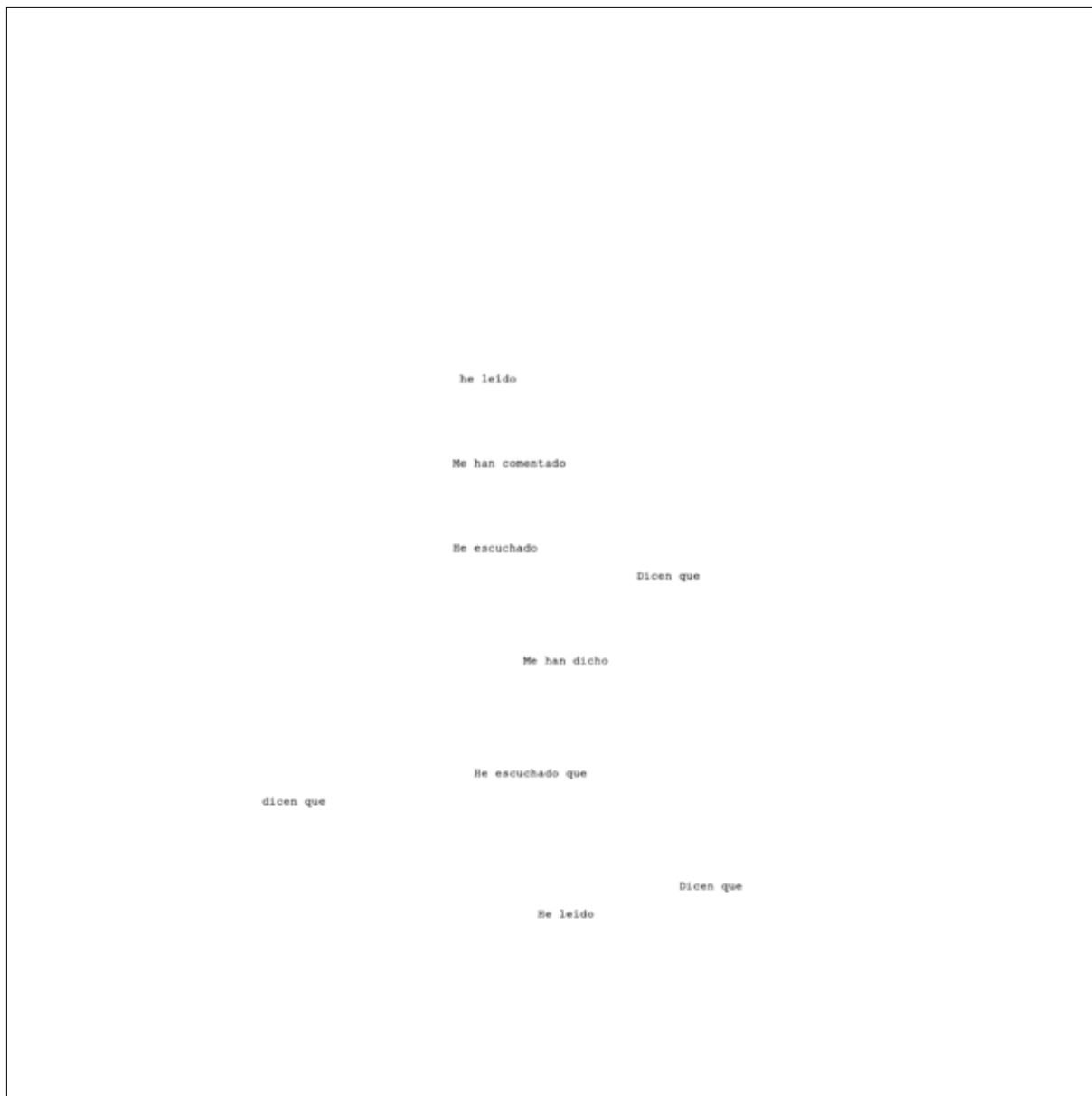
INT. HABITACIÓN. DÍA. LUZ ARTIFICIAL.

Personaje 7: El Museo Martín de Larios, sí. He escuchado que será importante para una ciudad cosmopolita como Málaga y dicen que la colección que trae en la primera exposición nunca ha sido vista en España.

ESCENA 8

INT. HABITACIÓN. DÍA. LUZ ARTIFICIAL.

Personaje 8: Sí claro. Museo Martín de Larios. Lo conozco perfectamente. Dicen que es necesario abrir un espacio que fomente la formación cultural de los ciudadanos. He leído que están preparando exposiciones espectaculares y que tendrá mucho éxito. Málaga está creciendo mucho, cada vez hay más museos.



***Un nuevo museo en la ciudad***, 2014  
Texto impreso papel fotográfico  
75 x 75 cm

# Museo Martín de Larios

## La nueva apuesta por la cultura en Málaga.

"El Museo Martín de Larios es el máximo de la felicidad del coleccionista" - nos comenta el director financiero de este proyecto - "Estoy muy satisfecho, he cumplido un sueño al inaugurar esta noche en Málaga mi colección de piezas de formación estética e intelectual"

La directora del centro ha aprovechado el discurso inaugural para animar a los jóvenes de la ciudad a participar de las diversas actividades. Según ella "Exponer es ser mencionado y no exponer es no existir. La regla de oro es: Si me citas, te cito".

Entre los objetivos de esta iniciativa se encuentra el de difundir la producción y las tendencias de creadores emergentes e independientes, revitalizar y fomentar la tradición y la identidad arraigada en el sentir de la ciudad y ofrecerla para el asentamiento de empresas y personas relacionadas con el conocimiento, apoyando la cultura emprendedora y de nuevas vanguardias.

El nuevo museo Martín de Larios apuesta por la cultura como elemento de cohesión social y elemento generador de actividad económica, apostando por la educación e implicación del ciudadano en la cultura, definiendo una apuesta global e integrada de actuaciones en materia de cultura, potenciación del atractivo cultural de los tres mil años de historia del Centro Histórico y configuración de la metrópolis como referente internacional de la cultura y el ocio.

A las ocho de la tarde se recibieron a los invitados al acto de inauguración, entre ellos, al actor malagueño que ha hecho de padrino y aprovechó para resaltar que "esta iniciativa pretende acercar las nuevas tendencias del arte de vanguardia a la ciudadanía en general"

También asistieron al evento un torero malagueño y su esposa, una cantaora, y expertos en conservación, adquisición y difusión de la cultura. Así como el director de la Fundación Nacional para la Conservación del Patrimonio Cultural Permanente y la directora del Centro Regional para la Interpretación de la Experiencia Humana en Espacios Expositivos.

**"El nuevo museo Martín de Larios apuesta por la cultura como elemento de cohesión social y elemento generador de actividad económica, "**

Todos aseguran que este nuevo museo en la ciudad de Málaga será un punto de gran importancia para el desarrollo intelectual de los ciudadanos y, lo más importante, sin olvidar la tradición turística de la ciudad, una gran atracción para el público extranjero.

El primer viernes del mes próximo se inaugurará la primera exposición temporal a la que se espera que asistan cientos de espectadores y personajes célebres del circuito de la cultura malagueña.

*Un nuevo museo en la ciudad*, 2014

Texto impreso papel fotográfico

30 x 40 cm

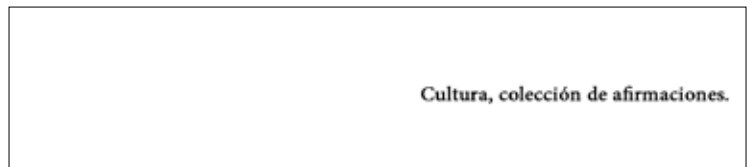


***Un nuevo museo en la ciudad*, 2014**  
 Texto impreso papel fotográfico  
 30 x 40 cm

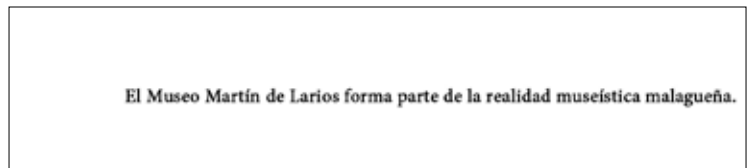


***Un nuevo museo en la ciudad*, 2014**  
 Texto impreso papel fotográfico  
 30 x 40 cm

***Un nuevo museo en la ciudad*, 2014**  
 Texto impreso papel fotográfico  
 20 x 30 cm



***Un nuevo museo en la ciudad*, 2014**  
 Texto impreso papel fotográfico  
 20 x 30 cm



ZEUS SÁNCHEZ

*La distancia del Volga*, 2015  
Técnica experimental  
130 x 195 cm



***La distancia del Volga 2***, 2015  
Técnica experimental  
195 x 130 cm







## APÉNDICES OBRA COMENTADA FELICIDAD MUSEÍSTICA

### **Lucas Alcántara**

#### AQUELLOS QUE FUERON INVITADOS

Las expectativas de apertura del nuevo museo se alzan frente a una época caracterizada por una carencia de nexos de unión entre la figura museística y determinado sector del público potencial. Las relaciones que se establecen en muchos de los casos no consiguen ligar la experiencia de este tipo de no-visitantes que, por otro lado, si se ven relacionados con formas culturales de diferentes ámbitos. Algunos por suerte o por desgracia se han visto educados bajo un formalismo estético modernista, distando mucho estos principios de la realidad que los circunscribe. Sujetos a experiencias nocturnas y desequilibrios identitarios, aparecen aquí recogidos estos individuos anónimos invitados al evento.

### **Vlad Cosma**

Viajar significa conocer otras formas de cultura, dentro de las cuales, se encuentran los museos. Cuando visité Málaga me fascinaron diversas piezas del recientemente creado Museo Thyssen. Me interesaron por su potente narratividad conectada con el costumbrismo español del siglo XVII. Ya que soy “turista” y no conocía todos los aspectos de la cultura de esta ciudad me pregunté qué elementos formarían parte de la narrativa contemporánea. Me planteé la hipótesis de que quizá no existiesen signos diferenciadores entre las distintas civilizaciones, ya que los modelos representativos que se han ido dando en los últimos años, conectan más bien con el carácter globalizador de la cultura actual.

### **Ignacio Estudillo**

Nuestras expectativas influyen en el modo en el que finalmente descubrimos y experimentamos un lugar, un museo.

El Palacio de la Aduana, Museo de Bellas Artes y Arqueología, abrirá sus puertas a finales de 2015, en un auténtico ambiente de fiesta y auge museístico en Málaga.

Mi propuesta trabaja sobre la experiencia en un museo que aún no se conoce. La presentación del museo y un modelo de experiencia, son mis piezas.

El recorrido de una pieza a otra, de lo apetecible e incluso delicioso a lo empalagoso. Propuesta de experiencia beta.

El no saber medir, el estar enamorado o ser bruto.

### **Laura Franco**

#### SIMULACIONES DE MUSEO

Introducir en el buscador el título del museo asignado : CAC Málaga. Recopilar capturas de pantalla con titulares de prensa digital relativos a dicho museo. Analizar la relevancia de estos titulares. Descubrir símbolos del impacto que el museo genera en su entorno, más allá del propio edificio.

La simulación del CAC Málaga se extiende a través de Google Chrome, en las señales que restringen el tráfico rodado para que un gigantesco Mickey se cuele dentro, en las pantallas de nuestros ordenadores, en nuestra propia obra artística.

Apropiarse de estas manifestaciones virtuales del Centro de Arte Contemporáneo de Málaga, significa confeccionar nuevas simulaciones del museo.

## **Alejandro Martín**

No mucha gente conocerá aquella anécdota de 1953, cuando Pablo Picasso responde a la petición de Juan Temboury, por aquel entonces Delegado Provincial de Bellas Artes de Málaga, de donar dos obras de cada técnica para el que hubiese sido el primer museo del mundo dedicado a él en exclusiva, diciendo que no donaría dos obras sino dos camiones. Pero aquella idea no se pudo llevar a cabo ante la negativa de las autoridades de la época a aceptar dicha donación.

Esa historia es el punto de partida de mi proyecto, donde presento una serie de fotografías con Picasso como protagonista. ¿Qué pensará de su museo?

## **Adrián Olivares**

PATRIMONIO 1,2,3.

Entradas de museos, hojas de sala, folletos informativos sobre las exposiciones, es el tipo de material acumulado por cualquier visitante de museos y centros dedicados a la cultura.

La espectacularización de los interiores del Museo del Patrimonio Municipal busca el reflejo de una ambigüedad. Un atractivo interesado, como marco de una exposición ficticia compuesta por carteles o tickets de entrada encaran el papel de este espacio dentro de la ciudad.

El patrimonio municipal, que por definición es herencia, se desvirtúa para este proyecto, sustituyéndose por elementos que aluden a un circuito de visitas a museos directamente ligado al turismo.

## **Cristina Sánchez**

UN NUEVO MUSEO EN LA CIUDAD

Un nuevo museo en la ciudad supone la construcción de una verdad basada en una ficción mediante el lenguaje oral y escrito. De este modo, partiendo de la afirmación de P. J. Göbbels de que “Una mentira repetida mil veces se convierte en verdad”, así como de diversos textos sobre antropología lingüística y psicología de las masas, se presentan en este proyecto diversas piezas que cuestionan los conceptos ficción/verdad/realidad, empresa/museo, producto/cultura y dejan al espectador la libertad de interpretar según su propio criterio.

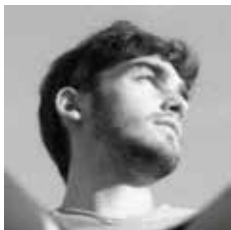
## **Zeus Sánchez**

Vivir en la época del silicio nos brinda numerosas ventajas, aunque debemos atisbar que este excesivo ritmo de consumo, tanto de información como de experiencias, está modificando nuestra forma de ver, transitar y construir ciudades, museos, relaciones... El viajero ha pasado en la mayoría de los casos de disfrutar la ciudad, a registrarla.

Al igual que las interferencias discursivas del arte ruso contemplado en la capital malagueña, mi obra se vuelve más críptica, generando imágenes que cuestionan la percepción, jugando con las distancias e incitando a plantearse preguntas sobre lo que se está viendo.



# BIOGRAFÍAS



### **Lucas Alcántara Luján (Málaga, 1990)**

Posee el título de Máster de profesorado de educación secundaria, bachillerato y formación profesional por la Universidad de Málaga en 2014.

Es licenciado en Bellas Artes por la Universidad de Málaga en 2013.

Última promoción de becados con el programa Sicue-Séneca en la Universidad de Salamanca en el año académico 2012/2013.

Durante el año 2010 fue becado en el programa ERASMUS en la Universidad AKV. St Joost de Breda, Holanda.

Actualmente está dedicado al estudio del idioma japonés.



### **Vlad Cosma (Ploiesti, Rumanía, 1988)**

Graduado en Bellas Artes en la Universitatea Nacional de Arte de Bucarest en 2014.

Durante 2011/2012 recibió una beca Erasmus en República Checa, participando en una muestra colectiva en la Galería nº 20 de Praga, junto a artistas de varias nacionalidades.

Establece contacto con artistas malagueños y participa en 2012 en la exposición de jóvenes contemporáneos de Málaga en la Galería Cutarte. En 2013 viaja a Málaga y comienza sus investigaciones sobre el paralelismo entre la narratividad del costumbrismo español en el siglo XVII y la narratividad pictórica contemporánea.

Actualmente colabora con los artistas españoles del Espacio Cienfuegos y cursa un Máster dentro del departamento de pintura en la Universitatea Națională de Arte de Bucarest.

## Ignacio Estudillo Pérez (Jerez de la Frontera, 1985)

Vive y trabaja en Málaga.

Licenciado en la Facultad de Sevilla en la especialidad de pintura, ha cursado la Cátedra Francisco de Goya impartida por Antonio López García, recibiendo matrícula de honor (2010 y 2012). Ha sido galardonado con el segundo premio en el BP Portrait Award 2012, organizado por la National Portrait Gallery de Londres y ha sido seleccionado en la XIV International call for young artists en la galería Luis Adelantado (Valencia).

Recientemente ha recibido el premio Young Artist en el BP Portrait Award 2014.



## Laura Franco Carrión (Málaga, 1985)

Obtuvo en 2010 el Diploma de Estudios Avanzados en Bellas Artes, Diseño y Nuevas Tecnologías. Es Licenciada en Bellas Artes y Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga y Técnico Superior en Fotografía Artística. Durante el curso 2010-2011 disfrutó de una estancia en la AKV St.Joost en Breda, Holanda, cursando estudios de Bellas Artes.

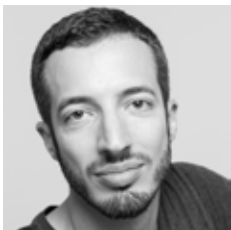
Lleva varios años participando en diferentes muestras artísticas como la Jornada de puertas abiertas de la Casa Velázquez de Madrid en 2014, las exposiciones de finalistas del Málaga Crea en 2014 y 2013 en el Centro de Arte Contemporáneo de Málaga o la exposición del Certamen Andaluz de artes plásticas Desencaja 2012.

En el ámbito poético ha sido reconocida con el primer premio de Ucopoética en 2014 publicando en la Editorial La Bella Varsovia *Todo principio. Poetas ganadores de Ucopoética 2014*; el accésit en el programa de creación del INJUVE con el poemario Cuadernos de Holanda en 2011 o el Primer Premio de poesía de la Universidad de Málaga en 2010.

Ha obtenido becas de la Casa de Velázquez de Madrid en 2013, de la Fundación Antonio Gala para jóvenes creadores durante el curso 2011-2012 y de la Fundación Rodríguez Acosta en colaboración con el programa Iniciararte durante el verano de 2011.

Actualmente trabaja junto a sus compañeros en el proyecto cultural Espacio Cienfuegos: [www.espaciocienfuegos.com](http://www.espaciocienfuegos.com)





## Alejandro Martín Parra (Málaga, 1982)

Ha desarrollado su trayectoria profesional como desarrollador web y fotógrafo en diversos ámbitos comerciales, aunque en la actualidad ha centrado su quehacer en el campo de la fotografía. Interesado por los procesos creativos de la imagen contemporánea, ha participado en algunos cursos de interés como *Fotografía Hoy* impartido por Eduardo D'Acosta en el Cacmálaga (2014), *Territorio Visual*, impartido por Michelo Toro (2014) o *La calle: teatro de la vida*, impartido por Roland Laboye (2009).

En 2013 se unió a Rafael Moreno-Mata para crear la asociación cultural *El arte inesperado*, organizando y participando en diferentes exposiciones. En ese mismo año se integra en el colectivo artístico *Cienfuegos* -taller y espacio de creación- donde ahora tiene su estudio y lleva a cabo sus proyectos personales, además de gestionar actividades culturales que abarcan exposiciones, talleres, proyecciones, coloquios y recitales, entre otras.

Exposiciones más destacadas:

*Muestra Aleatoria II*. Colectiva. Espacio Cienfuegos (Málaga). Dic. 2014.

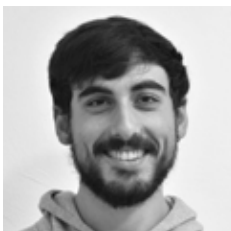
*Artistas Acoge*. Colectiva. Galería Central (Málaga). Nov. 2014.

*Límites*. Colectiva MIDAC, Belforte del Chienti (Italia). Sept. 2014.

*La Moto del Americano*. Conjunta. CUC Antequera. Jun/ Sept. 2014.

*Instamoments*. Patronato de Turismo de Torrox. Abr/ May. 2014.

*Muestra Aleatoria*. Colectiva. Espacio Cienfuegos (Málaga). Dic. 2013.



## Adrián Olivares Coronado (Benalmádena, Málaga, 1990)

Actualmente cursa un Máster en Producción Artística Interdisciplinar por la Universidad de Málaga, además de desarrollar sus proyectos artísticos y gestionar eventos culturales en Cienfuegos Taller/Espacio de creación (Málaga).

En 2014 obtiene la Licenciatura en Bellas Artes por la Universidad de Málaga y participa en la exposición colectiva *La vespa del americano*, en el Centro Unicaja de Cultura en Antequera (Fundación Unicaja).

En 2013 disfrutó de una beca de un mes de prácticas para la creación artística en la Real Academia de España en Roma, en colaboración con la Universidad de Málaga.

A finales de 2012 se funda Espacio Cienfuegos (Málaga).

Participó en una muestra dedicada a Elena Laverón en el IES Arroyo de la Miel, así como en la Galería Cutarte, en la exposición de jóvenes contemporáneos de Málaga durante el año 2012.

Durante el curso 2011/2012 disfrutó de una beca ERASMUS en la República Checa, donde participó en una muestra colectiva en la Galería nº 20 de Praga.

Comienza la carrera de Bellas Artes en 2008. En los primeros años participó en varias exposiciones realizadas tanto en el Ateneo de Málaga como en la sala de exposiciones de la propia facultad.

## **Cristina Sánchez Vicaria (Jaén, 1985)**

Actualmente reside en Málaga, donde se licenció en Comunicación Audiovisual en 2009, y obtuvo los títulos de Técnico Superior en Ilustración y Técnico Superior en Fotografía Artística en 2010 y 2012 respectivamente.

En 2008 recibe el Accésit del Vicerrectorado de Cultura de Málaga por su blog *Tinta y Luz* y en 2011 resulta ganadora del concurso *FotoActitudes* en el reto de José Manuel Navia. En 2012 la Universidad de Huelva compra su obra *Intra superficie: el acontecimiento fotográfico como testigo de la experiencia* con motivo de *Contemporarte 2012*. También en este año es seleccionada como finalista en *Obra abierta, Certamen Internacional de Artes Plásticas Caja Extremadura* con su trabajo 140 intervenciones a la imagen de una pera hasta su desaparición.

Ha participado en la exposición colectiva *Latitudes: fotografía y paisaje* en Sala Moreno Villa de Málaga en 2012.

En este último año también pudo verse su trabajo en otras exposiciones como *Contemporarte 2012*, *Obra Abierta* en Plasencia (Cáceres) y *Teulades* en la Plaça Joan Fuster y Ortells de Girona a través de MOVIC. En 2013 su instalación *Autorretrato sin revisar* se mostraba en la Sala Fundación Unicaja de Ronda y en el Archivo Municipal de Málaga con motivo de la celebración de La Noche en Blanco.

Sus trabajos más recientes han sido expuestos en 2014 en el Centro Cultural Provincial de Málaga y en la Sala Fundación Cruzcampo de la misma ciudad.

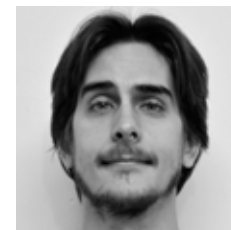


## **Zeus Sánchez Cañete (Córdoba, 1985)**

Se licencia en Bellas Artes por la universidad de Málaga en el año 2012, asistiendo a diferentes cursos, destacando el Taller de creación artística con Santiago Ydáñez.

En 2013 concluye sus estudios de Master en investigación en Arte y Creación por la Universidad Complutense de Madrid. Ese mismo año recibe la beca de producción *Art Inflammation and Me* dentro de la Cátedra Arte y Enfermedades, (ABBVie +UPV) por la Universidad Politécnica de Valencia. También en el 2013 pasa a formar parte de Espacio Cienfuegos, donde colabora y realiza sus proyectos personales.

En el año 2014 recibe el primer premio de pintura CARSARTE, Bilbao; el segundo premio de pintura de la Universidad de Málaga y mención de honor en IX Certamen Nacional de Pintura, *Miradas*, Alicante.







**TRADUCCIONES**  
**TRANSLATIONS**

## THE WHITE ELEPHANT AND THE MARABUNTA

Rogelio López Cuenca

*So many things have died, why are there not more museums?*  
d'après Rafael Alberti

On the eve of the inauguration of the 35th edition of the International Tourism Fair Fitur, which is held every year in the Fair Institution of Madrid (IFEMA), the Malaga City Council gave its now traditional reception to the authorities, tour operators, travel agents, directors of Spanish tourist offices (OET) in the main worldwide markets and tourism entrepreneurs. During the event, the mayor declared that Malaga "is the most dynamic destination in Spain with a unique cultural offering and continuously growing".

The references to *dynamism*, *uniqueness* and *continual growth* are part of the basic rhetoric of self-celebration of the capitalist system since its origins; its extension to the world of culture is more recent: it belongs to the conceptual panoply of its neoliberal variant and has been widely accepted by managers of the public domain. It attests to the slogan that Malaga City Council brought to Fitur 2015 and which combines the terms capital and culture using the polysemy of commercial advertisement: "Malaga, where culture is capital".

In Spain we have the paradox that the incipient introduction of something minimally similar to a precarious welfare society practically coincides with the industrial capitalism crisis and the need for its dismantling through policies of privatisation of public goods and services including culture that is subordinated to its economic profitability: this, in turn, involves the development of a McDonaldised culture, that is, one broadly characterised by predictability, uniformity and automation. The aspiration is an ideal "effectiveness", with everything being under control: that in museums, for example, the meaning of the visit is clearly indicated and its duration strictly calculated in order that you cannot exceed a certain amount of time in any given room or go back, since the group following behind will be pushing through and you cannot go against the flow like in the assembly line of a Fordist factory, like in Modern Times, like The Tramp.

That mechanisation, naturally, is not a phenomenon that is restricted to museums or the world of culture. The model is obviously the mass tourism model, which is simply a variant applied to a specific consumer sector. Consumption and not production is the axis and nucleus of contemporary capitalism. Consumption is motivated by the continuous excitement of desire, a desire that must be, in turn, systematically frustrated, with the satisfaction promised always being a little bit further away: this demands repeated efforts to achieve the ever postponed happiness.

Accumulating objects and experiences, with a preference for quantity instead of an ever decreasingly discernible quality – even if another issue is the aspiration to supposed "quality tourism", a euphemistic trope for defining that "of greater purchasing power", that is, a matter of quantity.

When the management of the public domain does not have another model than the market itself, when there is no other aim than that of recovering investments and increasing the profit margin, the only thing to discuss is quantities. Hard numbers: from the number of tourists to the number of museums or the number of visits of tourists to each museum or the number of cruise ships docked, or the number of the number of the number.

The city, the urban environment, which nowadays represents for humanity "the most coherent and, in general, the most satisfactory attempt to inhabit the earth, is driven by the development of globalised capitalism to a situation of intercity competition and confrontation and have become centres for attraction of capital, investment, new residents, added value, public funds, transport and connection infrastructure, both physical and symbolic, and events that capture and focus the attention of the world, at least for a specific period of time. One of the key elements in the agenda of cities to become "global" is the construction of "emblematic" projects as part of the regeneration of their image. As a rule, these projects appear to be linked

to what is currently known as culture: development of the sector of cultural industries and consumer strategies through the promotion and creation of the image of the city: “city marketing”.

The recurrence of the term “brand” to refer to the city (the “Malaga brand”) now denotes the imposition of an idea of managing the public domain considered as merchandise, and the acceptance and “naturalisation” of the omnipresence of the market as the main governor of territory management, or better still, of its brand, which is managed by leaflets and video advertisements.

“Brand” also directly alludes to competition due to “being in the market” in these fights between cities to attract “tourism” –as it is abbreviated-, but in this search for capital the expenses of the tourist are what least matters: the lion’s share is investments in construction of infrastructure and transport. As such, the current museum boom of the city is essentially no different than the property bubble.

In a promotional video intended for the abovementioned tourism fair, in January 2015 Fitur compiled a chronological list of the local museums in Malaga:

1998, Picasso’s Birthplace Museum  
2003, Picasso Museum, Malaga  
2007, Municipal Heritage Museum  
2008, Wine Museum  
2009, Glass Museum  
2010, Automotive Museum  
2010, Revello de Toro Museum  
2011, Carmen Thyssen Museum  
2013, Interactive Music Museum  
2014, Jorge Rando Museum and Gerald Brenan House  
2015, Pompidou Centre, Russian Museum and Fine Arts Museum

However, in previous editions, without as much prudishness, it advertised a list of several dozen, relying on the unilateral self-proclamation as a “museum” that each Holy Week brotherhood had made from the display of their “collection”.

It is a shame that another unique museum is not recorded on the list: the “Gems” or *Art Natura*, *worldwide gem museum. Art Collection*, briefly housed in the building of the former Tobacconists – where the opening of the Russian Museum is now being prepared- the work for which began in 2008 and, although it was scheduled to open in 2009, it would not open to the public until 2012, and only for a few hours, since due to a lack of permits

and safety failures, its closure was ordered. This is its current status. Cost of the transaction: 5.1 million euros.

There was another museum that did not come into existence, announced as the *Museum of Tourism*, at the former inn of San Rafael in Puerta Nueva, which remained at the headquarters of the public company Turismo Andaluz S.A. (TURASA), attached to the Ministry of Tourism of the Local Government of Andalusia.

There was also a reappearance of *nasciturus*, *de temps en temps*, the offering of a *Relax Museum*, which would be dedicated to tourism and the leisure industry, particularly regarding what is considered to be its “golden age” in the Costa del Sol between the 1950s and 1960s.

In relation to the “Spain of brass bands and tambourines”, and more specifically the “devotee of Frascuelo”, inside the La Malagueta bullring there is the *Antonio Ordóñez Bull Museum*, which includes works by artists such as Goya, Picasso, Benlliure or Barjola. In the same building in which the Tourism Provincial Board of Trustees was briefly based, in the Plaza del Siglo, the *Bullfighting Art Centre Juan Barco Collection* opens its doors in February 2015, also with works by Goya, Picasso, Benlliure and Dalí.

There is another museum that failed to materialise, which was going to be called the *Museum of Transport*, announced in 2006. It was going to be built on the land (250,000 square metres) occupied by the Benítez Camp and it was going to cost around 300 million euros, according to the minister of Development, Magdalena Álvarez, who in reference to the future museum and its importance and significance did not hesitate in coining an epithet worthy of posterity: “the Picasso of transport”.

The compulsive creation of museums and the obsessive *museology* which is characteristic of our age –since it had never been a phenomenon before- have attempted to relate to the fear of the breakneck speed with which the things that surround us become obsolete or disappear: we are not prepared by nature to relentlessly face new waves of unfamiliar things and we try to mitigate this insecurity by clinging to the certainties of something permanent, which persists.

However, beyond that explanation (the symbolic anchor that having these buoys of durability would provide to the community), these museums do not have the aim of satisfying any need that citizens may have but rather,

the aim of generating financial profits, extracting them from the flow of tourists. Their focus is on this specific type of passer-by – in principle from outside the city, although the expansion of the urban sprawl and its division into areas intended for specific uses (residential, industrial, leisure) has resulted in most inhabitants of the city living in these peripheral residential areas, and as such, they visit the old centre with the same attitude and expectations as foreign tourists, like tourists in their own home.

For the *Museum Happiness* project, a selection of museums were chosen – what a task: the comprehensive amount proves it to be impossible – almost all belonging to the most classic variety, that of “art”. They are as follows:

The oldest and most paradoxical yet to appear, after having been closed for 17 years, it is the **Fine Arts Museum** that will integrate the **Archaeological Museum**. The latter is formed from the private collections of the marquis of Casa-Loring, begun by archaeological finds carried out in estates he owned, it suddenly increased with the purchase of complete collections from aristocratic families in decline, which is the case of the Cordoba museum of Villacevallos. The motivations of the marquis of Casa-Loring for collecting are not unconnected to the financial rewards of buying and selling these objects (sales to the National Archaeological Museum, for example). The marquis accumulated his collection in his recreational estate of La Concepción where he built the *Loringiano Museum*. The Archaeological museum of Malaga was opened in 1947 and was located inside the *Alcazaba* – a great modern *remake* of that which has perhaps not been written about enough – and has been closed since 1996. The Fine Arts Museum was founded in 1915 and, after moving several times, in 1961 it settled at the Buenavista Palace, which it vacated in 1997 (and its collection has remained closed since this time) to make way for the works of the future Picasso Museum. Both are planned to open in 2015 in the former Customs Palace where, in addition to the aforementioned museums on the first two floors, -plus the third floor for the library, workshops and lecture theatres -, as is fitting for a modern postmodern museum, the loft and the terraces will be dedicated to “a restaurant and a room for shows”. At the opening, in 2003, of the **Picasso Museum** where the Fine Arts Museum was formerly based, conveniently adjusted and increased, there was unanimity in having, as the starting point for the reinvention of the local identity, the *picassisation* of Malaga, and conversely, the *Malagisation* of Picasso. This imaginary configuration of the self-appointed “Great city”

cannot be understood without the theoretical basis of the concept of “simulation culture” present in the first attempts to recover Picasso that had begun a long time before, of which a full account is given in **Picasso’s Birthplace Museum**, but without significance in terms of commercial exploitation that the museum will bring. However, the Picasso Museum, flagship of the refounding of the city around “cultural” tourism has not even achieved half of what was expected in terms of visits: not even 400,000 a year of the million promised.

Months earlier, in that same year of 2003, the **Contemporary Art Centre of Malaga** was opened, which with time acquires an air of omen, by the Duke and Duchess of Palma, Infanta Cristina and Iñaki Undargarín. The centre is managed by a private company with a lack of transparency that can only be compared to the ways in which the director Fernando Francés governs his different centres. He is progressively extending his presence throughout the field of contemporary art, and is likely to generate dividends in the capital and the province. The building occupied by the CAC was conceived and used as a farmers’ market, which also seems to have an impact on its destiny, since its programme does not seem to have a goal or criterion other than the market itself: the best seller list appears more than anything else, the hit parade of the art market. This is the same as for a private gallery. Only with public money.

The same could be said of the **Carmen Thyssen Museum**, because the glitz that surrounds the personality has so many sparkles that there is almost no way of focussing on other aspects that are also worthy of appreciation: from the inaugural abuse of authority with the dismissal/resignation of the directors and the ad hoc handpicking, to the hostage nature of the collection, which is always subject to renegotiation under threat of selling to the highest bidder, to genre prints – coarse precedents to the most *kitsch* souvenir.

As for the **Municipal Heritage Museum**, there is an occurrence of the circumstance evoked by its name - *malgré lui*, since it is difficult to imagine that whoever christened it did so with the intention of derision – because it is established at the very site of the crime, where one of the greatest misdeeds against the heritage of the city took place: in the culmination of a process of deterioration motivated by its conscientious abandonment for decades, the Coracha district – a unique cultural and architectural document – was demolished to the glory of the mayor Celia Villalobos.

Before opening, it was called the City Museum – which made some dreamers fantasise about something similar to the Centre of Contemporary Culture in Barcelona – and it was opened to the public without the need for this “museum” to have directors, projects or collections, with an exhibition of works borrowed by Aena (Spanish Airports and Air Navigation, at that time in the hands of the then minister Álvarez Cascos, a great art lover). The exhibition was subdivided, by stories of the building, into: abstracts, figuratives and the “latest acquisitions, almost all of which were bought in the previous edition of ARCO”; rigour which culminated with a Botero exhibited on the site of the building. With some rare exceptions, this is the tone.

With a praiseworthy vision one of the projects, *Museum Happiness*, has proposed to work on the **Martín de Larrios Museum**, a museum that does not exist; which does still not exist, but which could, at any time, as soon as the spark ignites in the head of some privileged person, become a reality – in terms of museums in this city, it cannot be said that there is no such place or *non plus ultra* -. The person that would be appointed by Isabel II as the first marquis of Larrios is the patriarch of a class of traders and industrialists (textiles, insurance, salt, wineries and steam), part of the wealthy who would be made noble by the Bourbons and would become powerful bankers through the fabric of a commercial family network based on the strategy of intermarriage between the offspring of the entrepreneurial clans. His death in Paris in 1873 in the exile brought by the *Glorious Revolution*, after he just barely saved his life while being persecuted by his own workers, gives us a rough idea that regard for him and his merits was far from unanimous.

With regard to the **Russian Museum** – a “selection” of works from the collection of the state museum of Russian art in St. Petersburg – we see, on one hand, the undeniable “mcdonaldised” nature of certain names familiar to the mid-cult enthusiast, products that, displaying some features of high culture are very likely to adapt to mass consumption. “Brands” such as Kandinsky, Tatlin and Chagall, etc. with which people are familiar to a greater or lesser extent. On the other hand, the exotic extravagance of the pretension of expecting that the mass landing of a series of UFOs with the signature of Vereshchagin, Repin, Levita, Venetsianov or Briullov will “become the main cultural focal point of the west of Malaga, in some districts with over 200,000 inhabitants”. It is all so eccentric that it is most likely about something else that we have still not understood.

In a location that could be the setting for a saga entitled *From Carrefour to Pompidou*, the first franchise outside of France of the **Pompidou Centre** will be opened in a location that is emblematic of the type of architecture conceived as an image, as an icon of the “we’ll see” characteristic of these privatisation transactions of public spaces, such as the transformation of *Pier One* of the port of Malaga into a shopping centre. From this perspective, the exhibition hall project that has been proposed appears to be designed for its inclusion in tourist packages, so that the cruise passengers don’t even have to leave the port. They will see the same paintings as anywhere else. They don’t even need to know where they are.

Only the *Cubidú* and the Russian Museum receive eight million euros a year, eight million euros of public money. The cost of refurbishing the building barely a month after it was opened increased from the 3.83 million euros allocated to 6.7 million euros. The headquarters in Paris has endlessly insisted on the temporary nature of the project: the contract is for five years, five. It seems that a photo of opening a museum, or something similar, prior to the imminent elections has no price. The amount required is paid.

Cultural franchising consists of prestigious museums hiring part of the works that they do not exhibit, second or lower rank works that do not have the opportunity of being displayed, since mass tourism involves seeing masterpieces, always the same ones. However, Louvre or Pompidou are trademarks just like Prada or Gucci, and similarly to major haute couture brands they have a line of by-products aimed at popular consumption – perfumes bearing their name, for example – through which the great brands of high culture provide the opportunity to enjoy the symbolic capital associated with lesser works that nevertheless do not give off the same aroma as the masterpieces.

The figure of the *franchise museum* was begun by the Guggenheim-Bilbao in 1997 with a high degree of success in terms of the transformation of the city into a tourist destination. From there, the museum fetish has become the wet dream of every aspiring politician to go down in history without bloodshed.

The basic elements are minimal: a starchitect, a show building and a mid-cult programme to draw the media.

For example, for “something” conceptual, a Yoko Ono exhibition. Who doesn’t know her?

Or an Armani exhibition

(who doesn’t have an Armani shirt, even if it is fake?)

or a motorbike exhibition.

There are *Guggenheims* in Venice and Berlin and Abu Dhabi in the Emirates, as well as the New York headquarters and Bilbao, and although it failed in Las Vegas – nobody is perfect – it is working on a venue for Guadalajara (Mexico) and, of course, Shanghai and Hong Kong.

The Far East and the Middle East are the main centres of attraction for these transactions and still have a certain colonial aftertaste: the system previously concealed its predatory nature through the idea of exportation of modernisation through technological development, and before that, through the rhetoric of evangelisation. The other, the savage, the uneducated or the underdeveloped – or the peripheral southerner – has no choice but to become incorporated, one way or another, into a global modernity defined by the old colonial empires. It evokes the topical scene of the scam of exchanging gold for glass beads.

It is a painful realisation of the syndrome of the colonised, who have assumed their inferiority, their incapacity, and are obliged to import the “true culture” that is of real importance and value.

The final act of this tragicomedy is that the obsession to differentiate oneself in order to attract investments linked to the tourism industry, that race for distinction, always uses the same resources that we have indicated: starchitects, emblematic buildings and prestigious brands, which results in total homogenisation and a lack of differentiation, which is settled with the impossibility of any competitiveness given the extreme similarity achieved by their trivialisation. You can easily draw on the retina a horizon strewn with beached whales and white elephants, since the model of Malaga as a city of museums is the same as that of Dubai, Abu Dhabi or Doha. The only difference is the grade. Once again, quantity.

The expansion of cultural patterns has the aim of being absolute: not only must we see museums everywhere with works by the same canonical artists

of western culture incorporated globally, but everywhere in the world

we can see the same films, people dress the same and we eat the same food. All has been decided in advance.

This is the logical result of franchises.

And subcontracting: someone, in your place, builds your memory, creates a museum, organises your wedding or decorates our house or designs my personal image, and walks my dog or raises my children in my place.

The reuse of old factories as places dedicated to “culture”

has been a common practice in recent times.

The same thing has happened with prisons and military headquarters.

In these transformations we can see echoes of old libertarian promises, resonances of the revolutionary movements that aspired to demolish this machinery of oppression and tyranny; but in reality they are the irrefutable proof that these devices of control and punishment were obsolete and that order is maintained on the basis of and through much more subtle mechanisms, amongst which “culture”, understood as entertainment and shows, as a commodity and merchandise, is revealed as the most sophisticated consensus-building ingenuity.

It would appear that the museum could have renounced its original purpose, its training and educational function of giving a meaning to collective identity, of belonging to citizenship... however, if this is not yet one of the priorities of the postmodern museum, the post-museum, it nevertheless exercises this function, only now through seduction and the irritating continuous offer of novelty. The identity built is that of the global consumer.

When Adorno proposed the museum-mausoleum – museums as sordid tombs of past works of art – it could not be imagined that this state model, the museum of the dozing guard, the cobwebs, the inhospitable and cold museum that the futurists wanted to destroy, was going to end up finished by greed and avalanches of tourists. And that we would end up missing it.

#### DOCUMENT AND BIBLIOGRAPHIC REFERENCES

Theodor W. Adorno, *Museo Valéry Proust*  
Rafael Alberti, *Balada para los poetas andaluces de hoy*  
Jean Baudrillard, *Cultura y simulacro*.  
Manuel Cruz, *Las malas jugadas del pasado*.  
David Harvey, *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura*.  
Pau RausellKöster, *Museos y excelencia en las ciudades*.  
David Lowenthal, *El pasado es un país extraño*.  
Yves Michaud, *El nuevo lujo. Experiencias, arrogancia, autenticidad*.

P. Rodríguez Oliva, *De Córdoba a Málaga: avatares de la colección arqueológica de Villacevallos*.  
George Ritzer, *La Macdonalización de la sociedad*.  
Robert Park, *La ciudad y otros ensayos de ecología urbana*.  
The papers *Málaga hoy*; *La Opinión de Málaga*, *El País* y *El Mundo*.  
The web sites [malagaturismo.com](http://malagaturismo.com) and [andalucia.org](http://andalucia.org)  
And the online journal [elobservador.com](http://elobservador.com)



## APPENDICES TO THE WORK DISCUSSED\_FELICIDAD MUSEÍSTICA [MUSEUM HAPPINESS]

### THOSE WHO WERE INVITED

#### **Lucas Alcántara Luján**

The expectations of the opening of the new museum are raised in a period characterised by a lack of links between the museum figure and a certain sector of the potential audience. The relations established in many cases do not manage to connect the experience of these kinds of non-visitors, who conversely associate with other cultural forms from diverse contexts. Some, by luck or misfortune, have been educated according to a modernist aesthetic formalism, considerably distancing these principles from the reality by which they are circumscribed. Subject to nocturnal experiences and identity imbalances, these individuals are gathered here, invited to the event.

#### **Vlad Cosma**

Travelling means discovering other forms of culture, of which one kind is museums. When I visited Malaga, several pieces fascinated me at the recently created Thyssen Museum. They interested me because of their powerful narrative quality connected to the Spanish costumbrismo of the 17th century. As I am a “tourist” and did not know all the aspects of the city’s culture, I wondered which elements would be part of the contemporary narrative. I entertained the hypothesis that perhaps there were no distinguishing markers between different civilisations, because the representative models that have been given in recent years are instead linked to the globalising nature of modern culture.

#### **Ignacio Estudillo Pérez**

Our expectations have an effect on the way we finally discover and experience a place, a museum.

The Palacio de la Aduana, museum of fine arts and archaeology, will open its doors in late 2015 into Malaga’s vibrant museum boom.

My proposal works on the experience had at an as-yet undiscovered museum. The presentation of the museum and a model of experience are my pieces.

The route from one piece to another, from the appetising and even delicious to the sickly sweet. Beta experience proposal.

Not knowing how to measure, being in love or being ignorant.

### MUSEUM SIMULATIONS

#### **Laura Franco Carrión**

Do a web search for the museum chosen: *CAC Malaga*. Gather screenshots with digital headlines related to the museum. Analyse the significance of these headlines. Discover symbols of the impact the museum has on its surroundings, beyond the building itself.

The simulated CAC Malaga spreads over Google Chrome, on road traffic signs for a giant Mickey to sneak inside, on our computer screens and in our own artwork.

To appropriate these virtual displays from the Malaga Centre of Contemporary Art is to make new simulations of the museum.

#### **Alejandro Martín Parra**

Not many people will know that anecdote from 1953, when Pablo Picasso responds to the request of Juan Temboury, at that time the Fine Arts Delegate for the Province of Malaga, to donate two works from each technique to the first museum in the world dedicated exclusively to him, by saying that he would not give two works of art but two lorries. But the idea could never be brought to fruition due to the refusal of the authorities at the time to accept the donation.

This story is the launch point of my project, in which I present a series of photographs with Picasso as the protagonist. What will he think of his museum?

HERITAGE 1,2,3.

**Adrián Olivares Coronado**

Museum hallways, room information sheets, exhibition information leaflets: this is the kind of material accumulated by any visitor to museums and cultural centres.

The spectacularisation of the interiors of the Municipal Heritage Museum seeks to reflect a certain ambiguity. An interested appeal, as the setting of a fictitious exhibition composed of posters or entrance tickets, cements the role of this space within the city.

The municipal heritage, which is by definition its legacy, is distorted for this project, replaced with elements that allude to museum tours directly linked to tourism.

**A NEW MUSEUM IN THE CITY**

**Cristina Sánchez Vicaria**

A new museum in the city means constructing a truth based on fiction using oral and written language. Thus, starting with P.J. Göbbels' statement that "A lie told a thousand times becomes truth", as well as several texts on linguistic anthropology and mass psychology, this project presents various pieces that question the concepts of fiction/truth/reality, business/museum and product/culture, and leave the viewer the freedom to interpret according to his/her own judgment.

**Zeus Sánchez Cañete**

Living in the age of silicon affords us many advantages, although we must note that this excessive rhythm of consumption, both of information and experiences, is altering how we see, move around and build cities, museums, relationships, etc. In most cases the traveller has moved away from enjoying the city to recording it.

Just like the discursive interference of the Russian art viewed in the city of Malaga, my work becomes more cryptic, creating images that question perception by playing with distances and invoking questions on what is being seen.

**BIOGRAPHIES**

**Lucas Alcántara Luján (Málaga, 1990)**

He holds a Master's Degree in Teaching Secondary School, Baccalaureate and Vocational Training from the University of Málaga in 2014.

He has a Bachelor's Degree in Fine Arts awarded by the University of Málaga in 2013.

Last year group of scholars of the Sicue-Séneca programme at the University of Salamanca for the academic year 2012/2013.

In 2010 he was an ERASMUS student at AKV|St. Joost University in Breda, Holland.

He is currently dedicated to studying the Japanese language.

**Vlad Cosma (Ploiești, Rumania, 1988)**

Graduated in Fine Arts from the National University of Arts in Bucharest in 2014.

In 2011/2012 he obtained an Erasmus Grant in the Czech Republic, taking part in a joint exhibition at Gallery no. 20 in Prague, alongside artists of various nationalities.

He made contact with artists in Málaga and in 2012 he took part in the Málaga exhibition of young contemporary artists at Galería Cutarte. In 2013 he travelled to Málaga and began research on parallelism between the narrativity of Spanish costumbrismo in the 17th century and contemporary pictorial narrativity.

He is currently collaborating with Spanish artists from Espacio Cienfuegos [A Hundred Fires Space] and is studying for a Master's in the department of painting at the National University of Arts in Bucharest.

### **Ignacio Estudillo (Jerez de la Frontera, 1985)**

Lives and works in Málaga.

With a Bachelor's Degree from the Faculty of Seville with a specialism in painting, he studied on the Francisco de Goya Course taught by Antonio López García, graduating with special honours (2010 and 2012). He was awarded second prize in the BP Portrait Award 2012, organised by the National Portrait Gallery in London, and was selected in the 14th international call for young artists at the Luis Adelantado gallery in Valencia.

Recently he received the Young Artist award at the BP Portrait Award 2014.

### **Laura Franco (Málaga, 1985)**

In 2010 she gained the Diploma of Advanced Studies in Fine Arts, Design and New Technologies. She has a Bachelor's Degree in Fine Arts and Audiovisual Communication from the University of Málaga and a Higher Technical Qualification in Art Photography. She spent the academic year 2010-2011 studying Fine Arts at AKV|St. Joost University in Breda, Holland.

She has been taking part in various art exhibitions for several years, such as the Casa de Velázquez Open Day in Madrid in 2014, the exhibitions of Málaga Crea finalists in 2014 and 2013 at the Málaga Contemporary Arts Centre, and the Desencaja Andalusian Plastic Arts Competition 2012.

In the world of poetry, she was acknowledged with the first Ucopoética award in 2014, publishing at publishing house La Bella Varsovia *Todo principio. Poetas ganadores de Ucopoética 2014* [It all begins. Ucopoética 2014 winning poets]; second place in the programme created by INJUVE with the book of poems "Cuadernos de Holanda" [Notebooks of Holland] in 2011, and First Prize in poetry at the University of Málaga in 2010.

She received grants from the Casa de Velázquez in Madrid in 2013, the Antonio Gala Foundation for creative young people in academic year 2011-2012 and the Rodríguez Acosta Foundation as part of the programme *Iniciarte* in summer 2011.

She is currently working with colleagues on the cultural project Espacio Cienfuegos ['A Hundred Fires' Space]:

[www.espaciocienfuegos.com](http://www.espaciocienfuegos.com)

### **Alejandro Martín (Málaga, 1982)**

Has developed his career as a web developer and photographer across various commercial fields, although at present he has focused his efforts in the field of photography. Interested by creative processes in contemporary imaging, he has taken part in several courses of interest such as *Fotografía Hoy* [Photography Today], taught by Eduardo D'Acosta in CAC Málaga (2014), *Territorio Visual* [Visual Territory], taught by Michelo Toro (2014) and *La calle: teatro de la vida* [The street: life's theatre], taught by Roland Laboye (2009).

In 2013 he joined Rafael Moreno-Mata to create the cultural association *El arte inesperado* [Unexpected art], organising and participating in several exhibitions. That same year he got involved in the art collective Cienfuegos [A Hundred Fires] – a workshop and creative space – where he now has his studio and carries out his personal projects, in addition to managing cultural activities encompassing exhibitions, workshops, projections, discussions, debates and recitals, among others.

Most notable exhibitions:

*Muestra Aleatoria II* [Random Display II]. Joint. Espacio Cienfuegos (Málaga). Dec. 2014.

*Artistas Acoge* [Artists Welcome]. Joint. Galería Central (Málaga). Nov. 2014.

*Límites* [Limits]. Joint. MIDAC, Belforte del Chienti (Italia). Sept. 2014.

*La Moto del Americano* [The American's Motorbike]. Joint. CUC Antequera. Jun/ Sept. 2014.

*nstamoments*. Sponsored by Torrox Tourism. Abr/ May. 2014.

*Muestra Aleatoria* [Random Display]. Joint. Espacio Cienfuegos (Málaga). Dec. 2013.

### **Adrián Olivares (Benalmádena, Málaga, 1990)**

He is currently studying for a Master's in Interdisciplinary Artistic Production from the University of Málaga, as well as undertaking his art projects and managing cultural events at Cienfuegos Taller/Espacio de creación (A Hundred Fires Workshop/Creative Space) in Málaga.

In 2014 he obtained a Bachelor's Degree in Fine Arts from the University of Málaga and took part in the joint exhibition *La vespa del americano* [The American's Motor Scooter] at the Unicaja Culture Centre in Antequera (Unicaja Foundation).

In 2013 he was awarded a one-month internship grant for art creation at the Royal Academy of Spain in Rome, in collaboration with the University of Málaga.

The Espacio Cienfuegos was founded in Málaga in late 2012.

He took part in a display dedicated to Elena Laverón at IES Arroyo de la Miel, as well as at the Galería Cutarte, at the exhibition of young contemporary artists in Málaga in 2012.

In 2011/2012 he had an ERASMUS grant in the Czech Republic, where he participated in a joint exhibition at Gallery no. 20 in Prague.

He began his degree in Fine Arts in 2008. In the first few years he took part in several exhibitions held both at the Ateneo de Málaga and the faculty's own exhibition hall.

### **Cristina Sánchez (Jaén, 1985)**

She currently lives in Málaga, where she graduated in 2009 with a Bachelor's Degree in Audiovisual Communication, and obtained Higher Technical qualifications in Illustration and Art Photography in 2010 and 2012 respectively.

In 2008 she was awarded second place from the Vice Rector's Office of Culture in Málaga for her blog *Tinta y Luz* [Ink and Light] and in 2011 she won the competition FotoActitudes in José Manuel Navia's challenge. In 2012 the University of Huelva purchased her work *Intra superficiem: el acontecimiento fotográfico como testigo de la experiencia* [Intra superficiem: photographic event as a witness of experience] for Contemporarte 2012. Also in 2012 she was selected as a finalist in *Obra abierta, Certamen Internacional de Artes Plásticas Caja Extremadura* [Open work, Caja Extremadura International Plastic Arts Competition] with her piece "140 intervenciones a la imagen de una pera hasta su desaparición" [140 interventions on a pear until it disappears].

In 2012 she took part in the joint exhibition *Latitudes: fotografía y paisaje* [Latitudes: photography and landscape] in Sala Morena Villa in Málaga. That year her oeuvre could also be seen in other exhibitions such as Contemporarte 2012, *Obra Abierta* in Plasencia (Cáceres) and Teulades at Plaça Joan Fuster y Ortells in Girona through MOVIC. In 2013 her feature *Autorretrato sin revisar* [Unrevised self-portrait] was exhibited at Sala Fundación Unicaja in Ronda and the Málaga Municipal Archive as part of White Night. Her most recent works were exhibited in 2014 at the Málaga Provincial Cultural Centre and Sala Fundación Cruzcampo, also in Málaga.

### **Zeus Sánchez (Córdoba, 1985)**

Graduated from the University of Málaga in 2012 with a Bachelor's Degree in Fine Arts, attending various courses, most notably the artistic creation workshop with Santiago Ydáñez.

In 2013 he finished his Master's studies in Art and Creation Research at the Complutense University of Madrid. In the same year he received the *Art Inflammation and Me* production grant within the Art and Disease Department (ABBVie +UPV) from the Polytechnic University of Valencia. Also in 2013, he became part of Espacio Cienfuegos [A Hundred Fires Space], in which he collaborated and undertook personal projects.

In 2014 he won Bilbao's CARSARTE first prize for painting, the University of Málaga's second prize for painting, and honourable mention in the 9th National Painting Competition, *Miradas* [Gazes], Alicante.





ISBN 978-84-9959-188-9



9 788499 159188