

For copyright reasons
image is not available

For copyright reasons
image is not available

CIUDAD PICASSO

EXPOSICIÓN

Organización y producción
Galería Juana de Aizpuru
C/ Barquillo 44, 1º
Madrid
www.juanadeaizpuru.es

CATÁLOGO

Edita
Galería Juana de Aizpuru
Traducción
Liwayway Alonso Mendoza
Diseño y producción editorial
Manigua
Impresión
Brizzolis

Este libro se publica con motivo de la exposición
Ciudad Picasso, un proyecto de Rogelio López Cuenca,
realizado gracias al premio concedido a
Juana de Aizpuru, como Galerista,
por la Fundación Arte y Mecenazgo,
en su primera edición, 2010.

© de la edición, Galería Juana de Aizpuru
© de los textos, los autores
© de las imágenes, los autores

ISBN: ??????????????
Dep. legal: Gr. 3.818-2011

CIUDAD PICASSO

Un proyecto de
Rogelio López Cuenca

Galería Juana de Aizpuru
Madrid



Fundación
Arte y
Mecenazgo







CLAUDE PICASSO conversa con uno de los invitados al acto de ayer en el Palacio de la Aduana.

**Crónica del acontecimiento cultural
más importante de la historia de la ciudad**

Málaga, capital Picasso

del, Ricardo Arranz, José Francisco Pérez, Rafael del Vera, Rafael Domínguez, Eugenio Carmona, Tully, Francisco Soto y Luccino, Xavier Ojea, Teó-

Pendón, Remedios Cervantes... Una fiesta con caché, con la familia Picasso feliz y contenta. Al frente de todos ellos, los impulsores, los mecenas de esta hermosa historia de amor que ha sido el reencuentro de Picasso y Málaga: Christine Ruiz-Picasso y su hijo Bernard, madre y nieto del malagueño más universal. Bernard con su en-

galerista parisina, y George y Olga, dos jóvenes que apenas dos años después de las delicias de Paloma y María también están en el círculo de amistad de Vilas.

Ciudad flujo

Eduardo Ramírez

11

Orden del día: Picasso

Jorge Luis Marzo

25

El gen Picasso

Elo Vega

41

Si Picasso viviera

Helena Chávez Mac Gregor

51

Del arte al Arte desde el suvenir

Otra perspectiva en torno
a la picassización de Málaga

Willy Kautz

69

Piel de tour

Mariano de Santa Ana

83

La incertidumbre de las certezas

Montse Romaní

95

Sentados en la plaza leyendo poemas

Alfredo Rubio Díaz

105

Ciudad Picasso

Rogelio López Cuenca

125

ENGLISH TEXTS

158

PICASSO

MÁLAGA, SU MEJOR LIENZO



PICASSO

125 Aniversario



AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA



Ciudad flujo

Eduardo Ramírez

“Al ser un subproducto de la circulación de mercancías, la circulación humana considerada como consumo, el turismo, remite fundamentalmente al ocio que consiste en visitar aquello que se ha vuelto banal”.

Guy Debord

“La gente rica viajará grandes distancias para ver gente pobre”.

David Byrne

Los flujos alimentan y desarticulan las ciudades.

En la contraposición entre los flujos y los asentamientos se forman adherencias a sus muros y a sus calles que, de irregulares, pasan a convertirse en comunidades y sectores de la ciudad que se tejen a su tradición. Pero estos flujos humanos, al atravesarla son los que contribuyen también a cuartearla, a desmembrarla, a su ruina.

Ya en su origen, los enterramientos, la acumulación de restos humanos, detuvo el flujo nómada de las tribus para fundar las ciudades e instaurar el trazo de sus calles en una relación con un orden simbólico y sagrado.

En la Edad Media, el flujo de las Cruzadas, las peregrinaciones y las ferias que atravesaba Europa, abrió el ámbito cerrado de las ciudades amuralladas e hizo florecer los burgos.

En este sucederse de flujos y contraflujos se tejen procesos de simbolización del territorio, creación de capital, institución de poder, de peregrinaciones y sacrificios humanos y de levantamiento y derrumbe de fronteras invisibles que tienen su escenario en la ciudad hasta llegar a ser parte de sus características intrínsecas.

¿Qué sentido alcanzan estos flujos —humanos y simbólicos— en la época del capitalismo cognitivo en el que, ya no lo estático y territorial; sino lo volátil y relacional del capital–cultura parece ser su manifestación más clara?

**VENDE
BERNA
222 70 84**



LA MIRADA EN TRÁNSITO

El flujo que conforma la ciudad está motivado por el capital y lo representa: migraciones rurales buscando trabajo y mejores oportunidades de vida, peregrinaciones de consumidores que circulan alrededor del “fetiche que es la mercancía” (Benjamin: 179).

Este peregrinar produce, sobre todo, una manera de ver.

Walter Benjamin, en *París, capital del siglo XIX*, establece a la ciudad como crisol donde el flujo ciudadano, el comercio, y la creación de imagen se convierten en espectáculo que cambia nuestra manera social de ver.

“Las Exposiciones Universales transfiguran el valor de cambio de las mercancías. Crean un marco en el que su valor de uso remite claramente. Inauguran una fantasmagoría en la que se adentra el hombre para dejarse disipar. La industria de la diversión se lo hace más fácil al alzarle a la cumbre las mercancías” (180).

Esta tendencia de volver imagen las mercancías pone en contacto dos flujos y vuelve efímera la experiencia de consumir—desear—mirar. Por un lado, las mercancías pasan frente a nosotros estableciendo una pasarela donde sólo están disponibles para los consumidores momentáneamente, sólo por esta temporada. Por otro, este volver espectáculo a la mercancía estimula o produce una manera de ver—consumir también móvil, fantasmagórica.

Para Benjamin el callejero del *flâneur*, tanto como un movimiento que revitaliza la ciudad, se convierte en una mirada no estática, no asimilada, pero que tiene ya el germen del consumo, una mirada que establece un mercado: “el bazar es el último golpe del *flâneur*”.

En las ciudades actuales esta relación entre el mirar móvil y una imagen espectacularizada, que se construye en la ciudad, instituye una manera de renovarse y de darse el mercado, en la que el turista retoma las características de, y se transforma en, un *flâneur* del capitalismo cultural.

“En el *flâneur* la inteligencia se dirige al mercado. Esta piensa que para echar un vistazo, pero en realidad va a encontrar comprador. En ese estadio intermedio, en el que todavía tiene mecenas, pero empezando ya a familiarizarse con el mercado, aparece la bohemia” (Benjamin: 184).

La acción del *flâneur* tenía una intención de no ser asimilado —en su callejero, en su movilidad, en su necesidad de crear una imagen desde el margen— por el proceso de urbanización y progreso que el crecimiento de la ciudad prometía. Pero, en el turismo, esta bohemia, esta mirada deambulante, que plantea su ideología desde el territorio

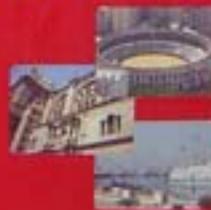
AQUI TICKETS HERE

Málaga Tour



15 Paradas • 15 Bus Stops

- ① Estación de Autobuses
- ② Museo Arte Contemporáneo
- ③ Puerto
- ④ Paseo del Parque
- ⑤ Paseo de la Farola
- ⑥ Playa Málagueta
- ⑦ Plaza de toros
- ⑧
- ⑨
- ⑩ Castillo Gibralfaro
- ⑪ Santuario de la Victoria
- ⑫ Plaza Merced/Casa Picasso
- ⑬ Alcazaba/Teatro Romano
- ⑭ Catedral
- ⑮ Avda. Andalucía
- ⑯
- ⑰



Tel: 902 10 10 81
Fax: 902 10 10 82



www.malaga-tour.com
e-mail: info@malaga-tour.com

15 Paradas
15 Bus Stops

Tel: 902 10 10 81
Fax: 902 10 10 82



ya no de la exclusión sino de la asimilación al capital, resulta industrializada en fábricas del festejo y el callejero, en máquinas que con esa manera de ver producen imágenes—mercancías en cada rincón de la ciudad; en dispositivos reproductores del carnaval que resultan económicamente redituables en miradas del consumo y del deseo que se capitalizan en la reproductibilidad de la fotografía turística y de la producción de experiencias.

La ciudad, en vez de ser el espacio del intercambio social es convertida en imagen del capital, es la productora de estas maneras de ver que se reproducen en el transeúnte-turista. Esto se muestra en la ambigüedad o congelamiento de la dialéctica que Benjamin advierte en la prostituta.

"La ambigüedad es la manifestación alegórica de la dialéctica, la ley de la dialéctica parada. Esta detención es utopía y la imagen dialéctica es, por tanto, una quimera. Es una imagen que expone la mercancía por autonomía: en cuanto fetiche. Imagen que exponen los pasajes que son casas a la vez que astros. Imagen que expone la prostituta que es a la vez vendedora y mercancía" (185).

Esta dinámica, entre la ciudad y sus ciudadanos o visitantes, que se da en las ciudades del capital cultural hace que la ciudad devenga en esa prostituta. En ese proceso de convertirse en imagen, en una manera de ser mirada, se convierte en vendedora y mercancía. El proceso de ruina y regeneración de la modernidad, que se da en estos procesos de gentrificación o de búsqueda de visibilidad para el circuito del turismo, deviene en un proceso en que la ciudad, para regenerarse, vende una imagen, se vende a sí misma y resulta imagen—mercancía y promotora de esta venta.

LA CIUDAD DEVIENE IMAGEN

Ya Paul Virilio destacaba la transfiguración de la ciudad en imagen, no sólo por la manera en la que la publicidad la satura; sino por cómo los medios de transporte crean en nosotros una experiencia de la ciudad como un espectáculo de imágenes móviles pasando frente a nuestros ojos.

"La ciudad es una inmensa sala oscura dedicada a la fascinación de las masas, donde la luz proveniente de la velocidad vehicular (audiovisual y automóvil) renueva el destello de la luz solar. La ciudad ya no es un teatro (ágora, foro) sino puro cine de las luces de la ciudad".

Un paso más en el devenir imagen de la ciudad, en su desmaterialización, lo establece Hal Foster al apuntar que la arquitectura, vuelta imagen, encuentra su territorio ya no en la ciudad, sino en el flujo de los medios de comunicación que, al reproducirla, la insertan en la dinámica de las ciudades globales (38).

El cambio del foco de atención (de lo que “contienen” estos edificios a su propia fachada) es evidente sobre todo en la arquitectura producida para los centros culturales —salas de conciertos, museos, centros de arte— en que

“La experiencia visual se traslada no sólo a la forma exposición, sino al edificio museo como espectáculo; como una imagen que puede circular por los medios de comunicación al servicio de la marca propia y el capital cultural. Esa imagen quizás sea la forma primordial del arte público hoy en día” (82).

De este modo, sea por nuestra experiencia como transeúntes-ciudadanos, o sea por la manera en la que la ciudad adquiere realidad a través de fluir como imagen en la nueva esfera pública de los medios y/o como capital en el circuito de ciudades y capital global —ya no “capital acumulado hasta el punto de convertirse en imagen, [...] sino] una imagen acumulada hasta el punto de convertirse en capital” según apunta Foster—; la ciudad deviene en imagen en movimiento. Es decir, en ciudad-flujo, ciudad-imagen-flujo.

LA CIUDAD EN LA ÉPOCA DE LA REPRODUCTIBILIDAD ELECTRÓNICA

Sin embargo, más que responder a la idea tradicional de imagen estática producida por una manera de ver moderna; la ciudad–imagen actual corresponde a un nuevo estatuto de la mirada: una imagen producida ya no por los medios de reproductibilidad mecánica (la fotografía fija su territorialidad), sino por las tecnologías electrónicas de la información que la definen como flujo.

Así entendida, proponemos el análisis que José Luis Brea hace en su texto *Cambio de régimen escópico: del inconsciente óptico a la e-image*, para tratar de entender las implicaciones y funciones que ahora asume la ciudad–imagen–flujo.

“Toda e–image es entonces imagen–tiempo, en el sentido de que su paso por el mundo es, necesariamente, fugaz, contingente. Ellas no claman por la eternidad marmórea de lo inmóvil, sino quizás al contrario por la intensamente magnífica eternidad del tiempo–instante, del tiempo–ahora” (186).

Estos parámetros, que Brea utiliza para explicar la función de la *e-image*, nos pueden servir para entender, para contextualizar la función de la ciudad en la época del capitalismo cognitivo, de la ciudad convertida en flujo de imágenes.

La ciudad, al devenir imagen, requiere ser analizada de acuerdo al nuevo régimen escópico propuesto por Brea.

Desde su fundación la ciudad tradicional está referida a la función memorística y esto se materializa en arquitectura convertida en monumento. Esta relación se hace manifiesta en la relación ciudad: asentamiento: escritura–letra–ley que permite su arraigo en la historia. Un primer cambio del sentido de la ciudad es el cambio de la letra hacia la imagen y con éste, se da un cambio de su función memorística. De estar relacionada a los procesos de la historia, ahora responde más a los procesos dinámicos de la informática; de las formas de simbolización relacionadas al monumento, ahora la ciudad generará procesos apegados a las conexiones volátiles.

La economía de la imagen que se realiza bajo las condiciones puestas por los desarrollos de las tecnologías electrónicas desplaza de forma radical lo que podríamos llamar su impulso mnemónico, la forma en que ella opera como dispositivo–memoria. Y ello por una razón fundamental: que mientras las formas tradicionales de realización de la imagen cristalizaban en materializaciones estables (docu/monumentales) la forma del darse de la imagen electrónica es volátil, pasajera, tiene el carácter mismo del fantasma (como imagen en su lugar natural: la imaginación) (211).

La ciudad–imagen cambia de su original relación con la memoria a una relación con la instantaneidad. Brea plantea que esta relación ya no es una memoria de archivo (ROM), sino una memoria de proceso (RAM). Esto quiere decir que ya no es el monumento, el panteón, el punto de referencia de las ciudades; sino que ésta se simboliza más en el suvenir turístico.

El suvenir y la mirada del turista, aunque mantiene su relación con el recuerdo, está dirigida a una memoria volátil, que más que prolongarse en el tiempo, su sentido consiste en tender lazos instantáneos para hacernos partícipes de una comunidad. Como esas reuniones con los amigos cuyo objetivo es pasarles las fotos de nuestro último viaje o como la actual costumbre de compartir las fotos incluso de nuestros errabundeos cotidianos a través de las *cargas móviles* en el *facebook*.

Esa comunidad nómada que, guiada por la imagen–capital, fluye por distintas ciudades o por su propia ciudad, ese ciudadano desarraigado y cosmopolita que es el turista–consumidor–espectador, aun en su propia casa.

Pedlo

¡Bienvenido a casa!



Generar comunidad, interconexión, según Brea es la función de la memoria producida por la *e-imagen*, por la ciudad–imagen–flujo

"Una memoria que entonces ya no es *de objeto* sino *de red*, que ya no es *de registro y consignación* sino *de conectividad*, que ya no es *de inscripción* localizada (docu/monumental) sino *relacional y distribuida*, diseminada como *potencia* de relación y actuación *en el espacio* de la interconexión, en la reciprocidad de la acción recíproca de los sujetos que por su mediación se comunican, transmiten y afectan mutuamente de conocimiento y afectividad" (190).

La ciudad al devenir imagen, se somete a la lógica de la imagen ya no como imagen memoria o archivo, sino imagen flujo, información, turismo, generación de redes de conectividad social que devienen en capital para quienes propietarizan esta información.

"Esta lógica es crucial para las economías contemporáneas, de tal modo que el capitalismo avanzado tiene su caracterización más específica precisamente en la forma en que se viene adaptando a esa transformación del dominio de lo público y la circulación en él de las producciones simbólicas que mediatizan la propia regulación de la economía por la eficacia de las producciones del imaginario" (191).

En la ciudad–imagen–flujo se produce imaginario y colectividad; es decir, sentido, en un contexto de capital. Debido a que esa ciudad–imagen es producida por los corporativos, gobiernos o municipalidades, al crear comunidad, la propietariza. En la ciudad–flujo, tanto como en las redes sociales, al compartir opiniones, esperanzas, crear afectos, estamos creando redes de capital ajeno.

Nuestros datos de red son convertidos en estadísticas que aprovecharán estas municipalidades, corporativos o gobiernos. El poder en las ciudades tradicionales residía en quien poseía el terreno y especulaba con él. En la ciudad–imagen–flujo, el poder reside, sobre todo, en quien posee el imaginario de la colectividad y especula con él.

Por eso todo proyecto de regeneración urbana, de cambio de imagen de un barrio o de la comunidad, el impulsar la ciudad como, o vestir la ciudad de... hay que verlo con reserva y entender que, tras estas intenciones, finalmente se está especulando con el imaginario de la colectividad.

EXCEDENTE DE CAPITAL SIMBÓLICO Y SACRIFICIO

En su origen la ciudad establece una clara relación con la muerte, sea por el culto a los muertos que origina su asentamiento, sea a través de la víctima propiciatoria que era sacrificada para ligarla al plano sagrado.

El turismo cultural al refundar las ciudades y generar nuevas peregrinaciones, escarba en el imaginario colectivo y exhuma sus reliquias. Recurrir a la figura totémica del artista o a las imágenes de la cultura vuelve víctima sacrificial a las comunidades que han alimentado de sentido esas imágenes que dan vida a las calles de la ciudad y con dinámicas de identidad de barrio.

La ciudad, en sus orígenes, tenía la función de racionalizar, distribuir y equilibrar la vida económica de la colectividad. Al volverse ciudad-imagen-flujo, la acumulación de excedentes, en vez de convertirse en un sistema de control y albacea del equilibrio, se vuelve una máquina de producción simbólica desmesurada en la que son sacrificados cotidianamente los sentidos comunitarios para producir capital.

REFERENCIAS

- Arpal Poblador, Jesús (1983). *Las ciudades, visión histórica y sociológica*. Barcelona: Montesinos.
- Bernjamin, Walter (1972). *Iluminaciones 2*. Madrid: Taurus.
- Brea, Jose Luis (2007). *cultura_RAM: Mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica*. Barcelona: Gedisa.
- Cirlot, Juan Eduardo (1982). *Diccionario de símbolos*. Barcelona: Labor.
- Debord, Guy (1999). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-textos.
- Foster, Hal (2004). *Diseño y delito*. Madrid: Akal.

Orden del día:
Picasso
Jorge Luis Marzo

“Ha de haber una dictadura absoluta [...] una dictadura de los pintores [...] una dictadura de un pintor [...] para acabar con todos aquellos que nos han traicionado, para acabar con los trampos, para acabar con los trucos, para acabar con los amaneramientos, para acabar con los encantos, para acabar con la historia, para acabar con un montón de cosas más”.

Pablo Picasso (1935)¹

(*voces varias*) Sin duda, sin duda... Desde luego... claro, claro...

– Salvador Dalí: Porque eso no lo podemos olvidar. Otra cosa sólo sería confundir el tocino con la velocidad.

(*alguien se pone de pie en la primera fila*) Absolutamente cierto, cada cosa en su sitio.
(*voces de aprobación*)

– Salvador Dalí: Al fin y al cabo, la genialidad siempre está por encima de las ideas particulares. Es por eso que todo el mundo está de acuerdo en señalar a los genios: imagínense si no qué disparate. Es verdad que Picasso ha intentado a veces matar el arte con su materialismo comunista, pero les digo una cosa: ya casi no es comunista, y es por eso que ahora le debemos pedir que regrese de una vez a su casa, a su patria, a la tierra que lo vio nacer y que lo formó. (*Mira hacia la lámpara de araña del techo*) De un genio a otro genio: Pablo, tú eres la gloria de la pintura española y debes estar por encima de cualquier diferencia de pensamiento. (*cerrada ovación*)

– Brassaï: Sólo un apunte. Les aseguro que hasta la Guerra jamás se ocupó de política. Y su comunismo, pues bueno... más bien tenía que ver con algunos de esos amigos suyos surrea... de París. Como buen español, era más bien monárquico... sólo este apunte, gracias.

– Luis Araquistáin: Señores, yo puedo constatar que Picasso ya no es comunista. No sé si han visto el retrato que ha hecho de Stalin. No me negarán que es de un profundo

(1) Pablo Picasso, “Conversación con Christian Zervos”, *Cahiers d’Art* 10, nº 7–10, París, 1935, p. 173.



e insuperable humorismo. Ya habrán leído la que le ha caído de Breton y de otros. Además, ha dejado de pagar la cuota del Partido Comunista francés. Doy fe, porque me lo dijo él mismo.

– Javier de Salas (*desde el fondo de la sala*): Pero ¿cómo vamos a celebrar a Picasso sin Picasso? Por favor, ¡seriedad! Cualquier cosa que diga en la prensa internacional nos hará papilla. (*murmullos*)

– Juan Cortés: Bueno, una cosa no quita la otra: siempre podemos reunir un buen número de obras sobre las que no tenga posibilidad de veto y venderlo como una muestra de amor nacional hacia uno de sus hijos. Al fin y al cabo, algunas de sus obras puede que estén bien, pero aceptémoslo, él es un poco mamarracho. ¿No son los artistas un poco raros? Nos podemos acoger precisamente al hecho de que los grandes artistas españoles siempre han sido rebeldes...

– Alfredo Sánchez Bella: No, no, no... sigo pensando que vamos a ser el hazmerreír de todo el mundo. No lo veo nada claro. Hay que hacer algo. ¡Demonios! ¿Por qué lo moderno es patrimonio exclusivo de los rojos? Y cuando nosotros queremos hacer algo, nuestros intentos los convierten en intención política... ¡Es indignante!

– José Ortega y Gasset: Veamos, señores. Centrémonos. Todos queremos que Picasso regrese a España y tenga el reconocimiento que merece ¿verdad? (*voces de aprobación*) Bien. Escuchen, ya he hablado con d'Ors, con el duque de Alba, con don Pedro Sainz Rodríguez, con Marañón, y hemos preparado también una carta para pedirle que cambie su residencia a España, y que así pueda ser enterrado en su país. Este es un paso importante y necesario. No podemos empezar la casa por el tejado. No hace falta que viva todo el tiempo aquí, pero al menos unas temporadas.

– Federico García Sanchiz (*grita*): Como académico de la lengua, rechazo a Picasso como hombre y como artista. (*alboroto*)

– Ernesto Giménez Caballero: Totalmente de acuerdo con el señor. El éxito de Picasso se debe a la burguesía y a los capitalistas...

– Federico García Sanchiz: Oiga, que yo no me refería a...

– Juan de la Encina (*gritando por encima de las cabezas*): Porque Picasso no es en ningún caso un precursor de tiempos nuevos o un abridor de nuevos caminos,

PICASSO VUELVE

Málaga 27 octubre 2003



JUNTA DE ANDALUCÍA



Alegria en la calle. El pasacalles de Els Comediants, al que acudió la consejera de Cultura, Carmen Calvo. (GREGORIO TUBO



FERIA DE TURISMO. La ministra Margarita Alvarado, con el conseller Paulino Plata y el presidente de Aena, Manuel Arancibia. / J. SALAS

Deseando a lo

| Día de despedida en la feria de Berlín y día del mercado alemán para el próximo verano

sino tan sólo un hábil y ecléctico reproductor de modas. Picasso todo lo imita y lo reproduce. (*crece el alboroto*)

- Camilo José Cela (*a viva voz*): ¡Pero qué falacias dice usted! ¡Si los españoles como Picasso son los auténticos renovadores! Son los soldados de un arte combativo que miran desesperadamente la realidad, como lo hacían san Juan de la Cruz o Miguel Hernández: un arte con los pies en la tierra, y no sobre una tierra cualquiera —pecado de los cubistas y de los surrealistas— sino sobre la tierra madre que nos nutre y nos da arrestos para el combate, metiéndose de lleno en el mundo, salpicándose de sangre y, si es preciso, cubriendose de mierda y de oprobio. Picasso es barroco, ¡cojones! Y no hay nada más radicalmente español que un artista barroco. (*aplausos unánimes*)
- Luis Felipe Vivanco: Sí señor. Picasso es ante todo un expresionista, no un cubista. Su *Mujer que llora* ¿no es una Dolorosa? ¿no hay en ella un arcaísmo desesperado y rebelde de dolor que la sitúa muy próxima a lo religioso, a la máxima tradición española?
- Manuel Abril: ¡Vaya tontería! ¡Mancillar así la pintura nacional! Picasso es un fracaso completo, se ha dado a la manía de inventar extravagancias, es un ídolo de los marchantes judíos y de los peras de la crítica y el ensayismo... ¡Este acto es una farsa! (*alboroto total*)
- Dionisio Ridruejo y Miguel de Unamuno (*al unísono*): ¡Ustedes sí que son una farsa! Son ustedes unos miopes culturales, cerriles y bobalicones. Pero, ¿no se dan cuenta de que, por encima de todo, Picasso es español? ¡Español! ¿Que no lo entienden? (*atronadores aplausos cubren algunos abucheos*)
- Antonio Manuel Campoy: La pintura, concretamente en esta hora del mundo, tiene paradigmáticamente un nombre español: ¡Pablo Ruiz Picasso! (*algarabía*)
- José Ortega y Gasset (*moviendo las manos de arriba a abajo*): Por favor, por favor... (*dirigiéndose a su vecino en voz baja*): He aquí por qué el artista nuevo divide al público en dos clases de individuos: los que lo entienden y los que no lo entienden)... por favor, por favor... estamos aquí para ver qué podemos hacer, no para tirarnos los trastos a la cabeza. La cultura nos debe unir... La cultura no está para crear conflictos.
- Eduardo Ducay: Permitidme una palabras, por favor. Tiene que ver con lo que acaba de señalar don José. ¿De verdad creen que el arte puede poner en peligro la



EL CHINITAS EN RECONOCIMIENTO
AL MÁLAGUENO UNIVERSAL PABLO
RUIZ PICASSO, POR SU VOLUNTAD DE
QUE SU TIERRA NATAL TINGA UN MUSEO
CON PARTE DE SU OBRA PARA DISFRUTE
DE SUS PAISANOS.

A CRISTINA RUIZ PICASSO POR LA
ENTREGA, GENEROSIDAD Y GRANDEZA,
HACIENDO POSIBLE DICHO MUSEO DANDO
A MÁLAGA LA INTERNACIONALIDAD
ARTÍSTICA QUE LE CORRESPONDE.
EL CHINITAS SE HONRA EN QUE DICHA
DAMA SEA FIRMANTE DE SU LIBRO DE
ORO EL 2 DE DICIEMBRE DE 1991, FECHA
EN LA QUE SE GESTIONABA EL
PROYECTO DE DICHO MUSEO.

HACEMOS PÚBLICO NUESTRO MÁS
SINCERO AGRADECIMIENTO.
EN MÁLAGA PRIMAVERA 2002.

personalidad nacional? ¿Atentar contra la integridad de esa condición colectiva y humana? Me parece difícil que enemigos cañones estéticos puedan volverse contra un país para aniquilarlo y destruir su carácter y modo de darse a entender. Un modo de pintar no puede ir en contra de nadie. El calificativo de anti-español no puede concederse simplemente porque un pintor cree a su manera. El vocablo es todavía más inadecuado si se aplica a artistas que, con todas sus obras, han demostrado ser españoles hasta la médula, por grandes rebeldes, por grandes inventores, por grandes creadores.

(*aplauso largo y prolongado, vivas y rostros emocionados*)

– José Ortega y Gasset: Gracias señor Ducay. Estamos conmovidos. A ver, el señor Roces, que me parece que quería usted decirnos también algo.

– Wenceslao Roces: Sí. Ya sabrán que el señor Renau, aquí presente a mi lado, ha hecho las gestiones necesarias para que Picasso se haga cargo del Museo del Prado. En una carta aprobada por el propio presidente Azaña...

Voces: ¡Fuera! ¡Fuera!

– José Ortega y Gasset: Por favor, por favor...

– Wenceslao Roces: ... se indicaba explícitamente que la decisión se debía a que se trataba del artista más universal que tiene España. Picasso ha respondido de forma entusiasta, y cito literalmente: “nunca me he sentido tan español y tan compenetrado con la causa que se está ventilando”. (*fuertes aplausos*) Sí, y en la carta, el señor Renau, y que me corrija ahora si no digo la verdad, le pide que venga a España y le ofrece todos, absolutamente todos los elementos de orden material y espiritual para que pueda hacerlo.

Voz entre los asistentes: ¿Y por qué no viene, entonces?

– Wenceslao Roces: Pues no lo sé, pero yo mismo le volví a escribir para que viniera aunque fuera sólo unos días a cerciorarse sobre el terreno de la labor que está realizando el Gobierno para gestionar nuestro tesoro artístico nacional. En definitiva, ¿por qué les cuento esto? Porque creo que habrá que tomar otras vías para convencerle. No creo que sirvan simples invitaciones, por suculentas que sean.

– Florentino Pérez Embid (*pide la palabra*): Yo también he hecho algunas gestiones al respecto. El otro día me puse en contacto con el gobierno...

Voces: Buuuu... buuuu...

– Florentino Pérez Embid: ... y les subrayé que Picasso es el primer gran nombre en la historia del pintura después de Goya. Según es frecuente entre los artistas, y como ya ha señalado antes el señor Cortés, en algunas ocasiones ha adoptado actitudes políticas estrañarias, nunca coherentes ni sostenidas durante mucho tiempo. El problema es que la política francesa ha tratado en repetidas ocasiones de identificar al pintor con este país, pero, les guste o no, Picasso sigue siendo español (*vivas y bravos*). Además, el estado español es propietario del más famoso y pictóricamente más importante de los cuadros de Picasso, el *Guernica*. Ahora estamos preparando el Museo de Arte Contemporáneo Español, de inminente creación, y este cuadro nos iría muy bien, ¿verdad, Luis?

– Luis González Robles: Absolutamente.

– Luis Carrero Blanco: Es verdad que...

Voces: ¡Fuera! ¡Fuera!

– Luis Carrero Blanco: Es verdad que el señor Pérez Embid se puso en contacto conmigo para conocer nuestro parecer sobre la conveniencia de proceder a las gestiones necesarias para la recuperación del cuadro. Y después de hablar con el Jefe del Estado, puedo confirmar que tenemos plena conformidad.

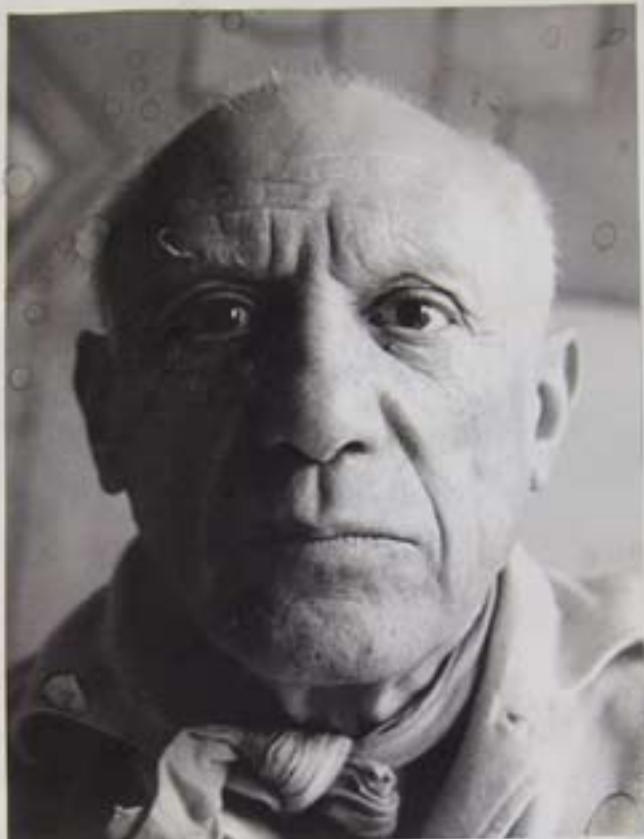
– Florentino Pérez Embid: Además, el señor Joaquín de la Puente ha pensado en que alguien como Luis Miguel Dominguín pueda ayudarnos en esta tarea... lo digo por los contactos del torero con el artista. (*gestos de aprobación en la sala*)

– Joaquín de la Puente: No tengan la menor duda de que ese es un camino fértil. Ya saben lo que le gustan los toros al malagueño. Creo que tenemos el deber de ofrecer a Picasso tanto cuanto se pueda y él se merece. A su llegada a Madrid, el cuadro sería mostrado al público en el Museo del Prado. La obra se expondrá exactamente como él quiera. Incluso cabe perfectamente la posibilidad de hacer un pabellón que alojase todo cuanto pudiéramos reunir de su obra, a manera de monumento a su genialidad ibérica.

Voces: Brillante idea... muy bien... desde luego... cuenten con nosotros...

– Luis González Robles: Creo necesario remarcar la necesidad que todos tenemos de impedir que los franceses se hagan con Picasso de forma irrevocable. Por cierto que

DESAPARECIDO



F - 112 EMERGENCIAS

F - 062 GUARDIA CIVIL

F - 112 EMERGENCIAS

F - 062 GUARDIA CIVIL

F - 112 EMERGENCIAS

F - 062 GUARDIA CIVIL

F - 112 EMERGENCIAS

F - 062 GUARDIA CIVIL

F - 112 EMERGENCIAS

F - 062 GUARDIA CIVIL

F - 112 EMERGENCIAS

F - 062 GUARDIA CIVIL

F - 112 EMERGENCIAS

F - 062 GUARDIA CIVIL

F - 112 EMERGENCIAS

....

dar

bajos

en pinturas
Pintor Anticrisis ...
Su Piso
Desde ... 300 €

Preguntar Por
Jose.

aquí tenemos al Sr. O'Hara, del MOMA, que piensa exactamente lo mismo que yo. Adelante Mr. O'Hara, que está usted entre amigos. Cuéntele lo que piensa, que así verán que no se trata de vanos patrioterismos.

– Frank O'Hara: No sé si deber... en fin, yo sólo decir que cuando ver lo que hacen artistas españoles en el exilio... hum... cuando vivir fuera siempre ser notorio cómo buscan identidad española. Estoy convencido que la razón es raíces de España ser muy profundas. Eso es lo que querer decir. (*bravos*)

– Luis González Robles: ¿Ven?

– Luis Felipe Vivanco: Sólo una cosa, sólo una cosa. Recuerden que Picasso no se fue del país, sino de una ciudad, Barcelona, por falta de ambiente artístico. Nunca abandonó su tierra sino la pobreza de miras. Eso es lo que tenemos que ofrecerle. Que la cosa ha cambiado radicalmente, que este es ya un país moderno.

– Dionisio Ridruejo: Muy bien dicho, sí señor.

– Roland Dumas: A ver, y hablo como abogado de Picasso, siempre hemos dicho que a lo mejor regresaría si también regresaba la república... no se trata sólo de ser modernos. (*solemne abucheo, y gritos de fuera, fuera*)

– Alexandre Cirici: Un momento, un momento. Si alguna ciudad siempre ha sido moderna, esa ha sido Barcelona, sin menosprecio a nadie, claro está. (*algunos abucheos*)

– José María Moreno Galván: Efectivamente, ¿se imaginan a Picasso en Madrid? ¡Habría acabado en la escuela de Gutiérrez Solana! Picasso es símbolo de mediterraneidad.

– Carmen Calvo: Pues claro, como que es de Málaga. ¡Sólo faltaría! (*algunos aplausos*). Dicen que una vez Picasso pensó que para ser cubista había que haber nacido en Málaga.

– Alexandre Cirici: Bueno, será de Málaga, pero todo lo que es como artista se lo debe a Barcelona. ¿Y qué mejor ejemplo de ello que la participación activa del artista en el Museo que le hemos hecho allí? ¿Por qué se ha negado a otras ofertas y en cambio ha sido tan entusiasta con el Museo de la calle Montcada? ¿eh? Díganme, díganme.



PABLO RUIZ PICASSO

Malagueño y *Republicano*



Centro de Estudios
Históricos

Ricardo
Ricardo
del Toro



Málaga

13.40 €

- María Zambrano: Él, como yo, se siente malagueño de pies a cabeza. Eso se lo juro sobre la tumba de mis padres. Hablen con cualquiera en París. No para de cantarlo a los cuatro vientos.
- Alexandre Cirici: Además, no entiendo por qué hacerle otro museo en Madrid, como se ha dicho por ahí, cuando ya tenemos uno.
- Juan Eduardo Cirlot: Eso, ¿por qué?
- José Ortega y Gasset: María, Alejandro... por favor, ahora no es el momento de discutir sobre eso. Es español, y eso es lo importante. Como ven, seguimos en el atolladero de no dar con la clave para traerlo con nosotros. Tomás...
- Tomás Llorens: Estoy muy sorprendido de lo que oigo. No entiendo por qué hay que traerlo al país, cuando en realidad, de lo que se trata es de atraerlo hacia nuestro arte. Me explico. Nosotros estamos preparando ahora el pabellón español de la Bienal de Venecia, y lógicamente queremos hacer algo diferente, demostrar que España está cambiando, que somos modernos. Ya le hemos pedido al MOMA que nos deje el *Guernica* para el pabellón, como símbolo universal del arte español, como ícono del encuentro de la nación consigo misma. Se trata de eso: de hacer que Picasso entienda que España está allá donde se encuentra el arte, o sea en todas partes. (*aplausos*)
- Luis González Robles: ¡Pero si eso ya lo decía yo! En las exposiciones de España, no se pone el sol.
- Felipe González: Estoy de acuerdo que es un camino que hay explorar. Si somos nosotros quienes nos acercamos a su obra, él se acercará a nosotros. Les recuerdo que yo fui el primer político español en fotografiarse con el *Guernica* en Nueva York. (*insultos aislados*)
- Juan José Ibarretxe: Y con eso ¿qué? Otra turbia maniobra española para desposeernos a los vascos del cuadro. (*abucheos*)
- Miguel de Unamuno: ¡Pero si no hay nada más español que un vasco, diantres! (*risas y algunos aplausos*)
- Juan José Ibarretxe: Todo es una cortina de humo. Nosotros pusimos los muertos y ellos se quedan con el cuadro. Las llamas de la tela son las llamas de nuestras casas, y

sus calles nuestras calles. Se trata de un auténtico secuestro cultural realizado por el gobierno de Madrid. Es perfectamente factible que el *Guernica*, que ha recorrido medio mundo, llegue a Euskadi, uniendo el cuadro y la ciudad mártir que le da nombre, en la tierra donde ocurrió la tragedia. Además, en el Reina Sofía el *Guernica* es ahora uno entre tantos; en el Guggenheim quedaría convertido en un centro preferente de atención.

– Javier Tusell: Eso sí que es cierto. La voluntad de Picasso es que el cuadro esté en El Prado. Es una vergüenza falsear sus deseos, una vergüenza.

– Carmen Calvo (*dirigiéndose a Ibarretxe*): Sí, hombre... El cuadro es un emblema universal en contra de cualquier guerra. Si Picasso hubiera visto el bombardeo con sus propios ojos, pues aún... pero para él el *Guernica* es una metáfora para el mundo. Nosotros creemos que el cuadro debe estar precisamente en la tierra natal de su autor, en su Málaga querida, con su poso de mezcla de culturas, turistas y por lo tanto, símbolo de la fraternidad universal.

– Ángeles González Sinde: Mover el *Guernica* fuera del Reina Sofía está fuera de discusión.

– Manuel Borja-Villel: Del todo.

Muchas voces de Tongo! Tongo! Tongo!

– José Ortega y Gasset: Por favor, por favor... calma, calma... qué imagen la que estamos dando. Les propongo un receso para un breve refrigerio y a ver si así enfriamos los ánimos. Todos tenemos la mejor voluntad para salir airoso de este asunto. Vamos, vamos, amigos...

La mayoría de comentarios están extraídos de las siguientes fuentes bibliográficas:

- *España. Medio Siglo de Arte de Vanguardia. 1939–85*, Fundación Santillana y Ministerio de Cultura, Madrid, 2v., 1985.
- Brassai, *Conversaciones con Picasso*, Turner/Fondo de Cultura Económica, Madrid, 2002 (1966).
- Jorge Luis Marzo, *¿Puedo hablarle con libertad, excelencia? Arte y poder en España desde 1950*, Cendeac, Murcia, 2010.
- Julián Díaz Sánchez y Ángel Llorente, *La crítica de arte en España (1939–1976)*, Istmo, Madrid, 2004.
- Ángel Llorente, *Arte e ideología en el franquismo (1936–1951)*, Visor, Madrid, 1995.
- Miguel Cabanillas Bravo, *Artistas contra Franco*, Universidad Autónoma de México, 1996.
- Javier Tusell, *Arte, historia y política en España (1890–1939)*, Biblioteca Nueva, Madrid, 1999.
- Diferentes ediciones del diario *El País*.

El gen Picasso

Elo Vega

“En la antigua Roma, los *genii* eran los espíritus masculinos protectores que garantizaban la supervivencia de las propiedades del *gens* o del clan familiar, asegurando la fertilidad de la tierra y del propio paterfamilias. La familia romana era patrilineal: [...]. Siguiendo la acepción latina, en la *Iconología* de Cesare Ripa, el diccionario de símbolos más importante del siglo XVII, el ‘Genio’ (*Genio*) aparece representado como un niño desnudo con una corona de amapolas en la cabeza y un racimo de uvas y una horca de maíz entre las manos. Los símbolos de la fertilidad de la cosecha (las amapolas, la vid y el maíz) son, a su vez, metáforas de la simiente paterna. Es por el contrario el ‘Ingenio’ (*Ingegno*) el que aparece caracterizado con los atributos que hoy en día asociamos al genio: se trata de un joven alado de aspecto audaz y vigoroso con un casco en forma de águila y un arco y unas flechas en una de las manos”¹¹.

Genio es el epíteto que con mayor frecuencia se aplica a Picasso y una expresión favorita de los medios de comunicación para referirse al pintor. “Genio”, “genial”, son términos que denotan la excelencia de algo extraordinario, sobresaliente, por encima de la norma y del común. Calificar a Picasso como genio o genial no es precisamente, a estas alturas, una ocurrencia original. En Internet, en español hay cerca de dos millones de sitios donde el término “genio” aparece vinculado al nombre “Picasso”, y si la búsqueda se realiza en inglés, “Picasso” y “genius” aparecerán asociados en más de cinco millones de websites.

Quizá lo más distintivo del mito picassiano sea precisamente la amplitud de su reconocimiento, la práctica unanimidad con que se le aplica y reconoce el estatus de genio del siglo XX, a lo que en modo alguno puede ser ajena la fascinación que los “número uno” ejercen sobre el público. *Nothing succeeds like success*. Nada tiene tanto éxito como el éxito mismo; es el éxito el que, mediante un proceso de goteo, unas veces más rápidamente que otras, va extendiendo el renombre del artista hasta alcanzar a sectores que no tienen una relación directa con las obras —no digamos con el autor en persona— y no la conocen sino a través de reproducciones, o de oídas.

Actualmente, como no podía ser de otro modo, Picasso se estudia en las escuelas de márketing como modelo de manejo de sí mismo como una empresa y la gestión de la propia imagen como marca, como ejemplo de renovación permanente de la misma ejecutada de modo que esas variaciones no incidan negativamente en su percepción, a modo de disolución o falta de definición, sino como señal de evolución, versatilidad y adaptación a los cambios; y sobre todo el que puede considerarse su propiedad más enviada, el don de la oportunidad, la capacidad de esperar el momento adecuado para

(11) MAYAYO, Patricia, *Historias de mujeres, historias del arte*, Madrid, Ediciones Cátedra, 2003.



lanzar un producto al mercado. Su gran habilidad comercial queda ejemplarmente ilustrada en la historia de una de sus consideradas obras maestras, *Les Demoiselles d'Avignon*. El cuadro fue pintado en 1907 pero no fue hasta nueve años más tarde, en 1916 que se mostró al público por vez primera, cuando su autor consideró que el ambiente era más propicio, cuando el valor de *shock* del cuadro, que podía haber dañado su reputación, había sido mitigado por la exhibición del trabajo de otros artistas que, involuntariamente, le habían preparado el terreno.

Genio de la pintura, genio de los negocios, lo que ha hecho de Picasso una referencia recurrente de la flexibilidad y creatividad que exige el capitalismo postfordista es su habilidad de utilizar su propia personalidad, sus diferencias, que podían haber constituido un frustrante hándicap, en todo lo contrario, al ponerlas a trabajar en el sentido que demanda la obsolescencia programada de la sociedad de consumo.

"No puedo evitar pensar en Picasso como en una especie de monstruo (...) obstinado, despiadado, indomable, cruel; es como si le faltara algún sutil elemento humano; él está con nosotros, pero no es de los nuestros. Deriva de alguna especie de raza mitológica como el centauro o el minotauro"².

Tanto "genealogía" como "genio" derivan de una raíz común indoeuropea, *gen* (producir, generar, nacer), que dará lugar en griego a *genos*, *génesis* y en latín a *genus*, todos pertenecientes al mismo campo semántico que raza, nacimiento, familia, descendencia, gente, engendrar, procrear, producir, etc.

En la ciencia moderna, el término *gen* fue acuñado en 1905 por el biólogo danés Wilhelm Ludvig Johannsen, considerado justamente como uno de los padres de la genética. Por más que la razón aconseja restringir la aplicación de la genética al ámbito de la biología, su raíz compartida con conceptos como "genuino" y "genio" es una tentación demasiado fuerte de atajar por la vereda del innatismo y la fuerza de la sangre. No sucede lo mismo con otro concepto, procedente de la misma raíz, el de "género", que encuentra resuelta resistencia y aversión, lo que resulta en que sea una consideración proverbialmente ausente de los estudios de Historia del Arte. Y esta ausencia no es en absoluto una casualidad, como ha señalado Joan W. Scott en "El género como categoría para el análisis histórico"³, pues al estar tradicionalmente excluidas las mujeres de los asuntos políticos, de la guerra, de la diplomacia y de toda la esfera pública, la perspectiva de género no se aplica a ninguno de estos análisis ya que se trataría de un tema irrelevante dentro del pensamiento de los historiadores interesados en el análisis político y cultural, poco amigos de la consideración de las producciones culturales como fruto de un proceso colectivo, y más

(2) MILLER, Henry, *Picasso at 90*, LIFE, nº 18, 29 octubre 1971.

(3) SCOTT, Joan W., "El género: una categoría útil para el análisis histórico", en AMELANG, J. S. y NASH, M., *Historia y género. Las mujeres en la Europa moderna y contemporánea*, Valencia, Alfons el Magnànim, 1990.

proclives a la recreación en el doble mito de la obra maestra y el artista genial, el santoral de los grandes maestros “por la gracia de Dios” y los hitos que marcan el progreso en las artes... y que guardan una relación directa con el valor mercantil de la obra.

De ahí la obsesión por los aspectos personales de la vida del genio, como si ahí radicaran las razones de su venerada diferencia —por ejemplo, en el aeropuerto de Málaga, en las tiendas de suvenires se vende la carta astral de Picasso— lo que no hace sino embrorronar las posibilidades de trascender la trampa tautológica de la genialidad predestinada, pues la fascinación que el personaje genera se fundamenta en la facilidad de identificarse con alguien que encarna las fantasías de poder de la mitología patriarcal:

“Amó a unas 100 mujeres o más. Picasso fue cíclico, fue siempre fiel a la mujer que estaba a su lado. Tuvo el tiempo y la capacidad de ser fiel a muchas mujeres. A las 20 principales las he conocido personalmente”⁴.

Las mujeres de Picasso. Este es uno de los platos, por morboso, de más éxito del menú turístico y, por lo tanto, no me detendré demasiado. Solamente señalar que algunas de las compañeras de Picasso, como Fernande Olivier, que se dedicaba a realizar traducciones durante los años difíciles que pasó con Picasso; Dora Maar, que era fotógrafo y militante de izquierdas; y Françoise Gilot, pintora, encarnarían el modelo de mujer independiente de la primera mitad del siglo pasado, en plena eclosión de un modernismo que pareció capaz de provocar una fragmentación seria de la cultura patriarcal dominante, pero que terminó por afianzar la noción del genio masculino. Ellas, como tantas otras, apenas aparecen reseñadas sino como lo que representaban en relación con los logros de sus compañeros.

Desde el punto de vista de la crítica feminista, la figura del genio no sería una excepción sino la regla, la norma exigida por una concepción patriarcal del arte y de la cultura. Si nos preguntamos por qué características podrían definir al prototipo de genio —si es que fuera eso posible, dada la condición de único e irrepetible con que se nos presenta—, una de las más evidentes es que “genio” no tiene femenino, es intrínsecamente masculino. Definitivamente no hay “genias”. Eso sí hubiera sido la verdadera excepción.

Una vez más, en este aspecto, el de su relación con las mujeres, el comportamiento de Picasso no es tan excepcional y, al contrario, se ciñe al prototipo del artista moderno, un artista de nuevo cuño, un macho práctico aunque poético cuya obra recoge y describe lo que de único hay en su vida —su estudio, sus amigos y colegas— pero donde las mujeres, si se las incluye, nunca lo serán como iguales: todo lo más, amantes, musas⁵... El patrón prevaleciente será el de “el pintor y la modelo”, donde no hay reciprocidad, es más,

(4) OLANO, Antonio, “Picasso un genio: suma de virtudes maravillosas y tremendos defectos”, <http://www.laondadigital.com/laonda/laonda/301-400/303/a6.htm>

(5) COTTINGTON, David, *Modern Art: a very short introduction*, Oxford University Press, 2005.



25 de Octubre de 2006

125º ANIVERSARIO DEL NACIMIENTO DE PICASSO

Cuando nadie creía en la evolución del arte
un joven pintor les hizo cambiar de perspectiva

UN GUIÑO AL CUBISMO :)

Te damos más que los demás

CENTRO COMERCIAL
ROSALEDA
LO ENCONTRARÁS TODO



Una de las grandes
ilusiones de Picasso
era venir a Málaga a
comer chanquetes

no hay vínculo, no hay eros: el cuerpo femenino no es más que un mero proveedor de información del lado oscuro, un suministrador de irracionalidad.

Entre la ingente picassografía existente, Antonio Olano, amigo personal del pintor y biógrafo, autor de libros como *Picasso íntimo*, *Picasso y sus mujeres* y *El señor de las palomas*, atribuye a Jaume Sabartés, secretario personal de Picasso, la idea de que la mayor parte de las épocas pictóricas de Picasso podrían llevar el nombre de una mujer en vez de ser designadas por un término estilístico. El propio Olano abunda en el tema, afirmando que “no sería necesario conocer los nombres y apellidos de las mujeres de Picasso porque todas están en sus lienzos”.

Y lo curioso, lo hemos ya señalado en el “macho poético moderno”, es que el genio aparece como portador de cualidades tradicionalmente despreciadas, precisamente por “femeninas”—la intuición, la sutileza, el cuidado por los detalles, la sensibilidad por la belleza— en contraste con valores “masculinos” como la razón, el valor, la fuerza, y las habilidades técnicas. De este modo, los hombres pueden continuar presentándose a sí mismos como más profundamente creativos que las mujeres: en contacto, pero *siempre como hombres*, con el lado femenino, mientras que las mujeres serían simplemente esclavas de su naturaleza irracional⁶.

Las aportaciones, pues, del genio, en términos de cambio, de transformaciones radicales, realmente son menores en comparación con la continuidad que representa y el modo en que se configura como un eslabón, siempre el último, de una tradición de la que obtiene legitimidad al tiempo que, finalmente, la justifica.

En el célebre artículo, “¿Por qué no han existido grandes artistas mujeres?”⁷, uno de los textos pioneros de la crítica de arte feminista, donde se cuestionan los discursos hegemónicos basados en el mito del “genio excepcional” como fundamento del modelo de Historia del Arte dominante todavía, su autora, Linda Nochlin, se refiere al caso concreto del genio Picasso y su mítica precocidad:

“[...] estos mitos acerca de las manifestaciones tempranas del genio son engañosas. Por ejemplo, sin duda el joven Picasso aprobó todos los exámenes para ingresar a la Academia de Arte de Barcelona, y después a la de Madrid, a la edad de 15 años, en un solo día, proeza que para la mayoría de los candidatos requiere un mes de preparación. Pero uno quisiera saber más sobre otros aspirantes, igualmente precoces, a las academias de arte y que más tarde no alcanzaron nada excepto la mediocridad y el fracaso —en quienes, por supuesto, los historiadores de arte no tienen interés alguno— o estudiar en mayor detalle el papel que tuvo el padre de Picasso, profesor de arte, en la precocidad pictórica de su hijo. ¿Qué hubiera sucedido si Picasso hubiera nacido niña? ¿Hubiera el señor Ruiz prestado tanta atención a una Paolita o estimulado tanto la ambición por su realización?”.

(6) BATTERSBY, Christine, *Gender and Genius: Towards a Feminist Aesthetics*, The Women's Press, London, 1990.

(7) NOCHLIN, Linda, “¿Por qué no han existido grandes artistas mujeres?” (1971) en CORDERO, Karen, SÁEZ, Inda (comp.), *Crítica feminista en la teoría e historia del arte*, México, Universidad Iberoamericana, 2007.

Lo que Nochlin sin duda ignoraba al enunciar su hipótesis era que “Paulita” sí existió, aunque se llamaba Lola; tres años menor que él, tuvo también inclinaciones artísticas, que no pasaron de afición, confirmándose que la dedicación del padre al hijo varón, su especial perseverancia en estimular el desarrollo de las aptitudes de Pablito, no podían sino tener como sombrío trastero el menospicio de la formación y el desarrollo de las cualidades de la niña, destinada al matrimonio y a la reproducción: ¡siete hijos!, dos de ellos, pintores, con los que su estatuto de hija y hermana quedó redondeado con el de madre de pintores. ¿Cuestión de genes?

La que parece ser la única exposición pública de obras de Lola Ruiz Picasso tuvo lugar el pasado año 2003, coincidiendo con la inauguración del Museo Picasso en Málaga y como parte de las actividades del “XVI Octubre Picasiano”, celebraciones con las que anualmente el ayuntamiento de la ciudad conmemora el nacimiento del pintor. La muestra, titulada *Lola Ruiz Picasso (1884–1958)*, recogía “toda la obra de esta mujer hasta que dejó de pintar al contraer matrimonio” en total diez dibujos, así como diversos objetos —fotografías familiares, cartas “y piezas de gran valor sentimental, como la alianza de boda con la que se casó”.

Con motivo de este debut público, de esta puesta de largo post mortem, realizada en la Casa Natal del pintor, la autora estuvo arropada por tres retratos suyos firmados por su célebre hermano, así como por “un cuadro de su marido, Juan Bautista Vilató, y un retrato de Antonio Muñoz Degraín a su propio hijo —padrino a su vez de Dolores R. Picasso”⁸.

Para la exposición de Lola, a la que en un árbol genealógico⁹ publicado en la prensa local se agasaja con el calificativo de “primera musa de Picasso”, el Museo Casa Natal publicó un cuaderno didáctico destinado a estudiantes de secundaria. En él leemos:

“Su obra hay que contemplarla como un reflejo de su cálido mundo interior y su intuición artística. Los objetos de su entorno más próximo, de su hogar, y la representación de lo femenino, son una manifestación de la intensidad de sus inquietudes artísticas, a la vez que descubren su formación autodidacta”.

Los dibujos de Lola —jarones, plantas, macetas, damas...— son un documento de la negación del acceso a la esfera pública por parte de la mujer de bien y su consagración al ámbito doméstico. Las “otras” mujeres, las de la calle, las de los cafés y los prostíbulos serán las que frecuenten los “pintores de la vida moderna”, quienes las “inmortalizarán” en sus obras. Siempre mudas. Sobre el silencio de unas y de otras cariátides se levanta el altar donde enfáticos e interesados sacerdotes ofician los misterios de la excepcionalidad del genio.

(8) “El Ayuntamiento se suma al regreso de Picasso con una muestra de la hermana del artista”, <http://servicios.diariosur.es/picasso/archivo/not22.htm>

(9) <http://servicios.diariosur.es/picasso/img/arbolblanco.swf>

Si Picasso viviera
Helena Chávez Mac Gregor

1.

De todos es bien sabida la compleja relación entre arte y valor, ya que como objeto material encarna el misterio de un valor social que influye con fuerza inusual en el individuo. El arte siempre está en un espacio ajeno de pureza y su valor se constituye en la dependencia del valor social a sistemas institucionales específicos que permiten determinar el valor de las cosas materiales. En esta institucionalidad la obra, ese extraño poder material, muchas veces se borra y se pierde, ya sea, por un lado, bajo el peso del propio culto a la personalidad que crea un índice donde la obra no es una finalidad sin fin sino la materialización de una presencia o, por el otro lado, bajo el artificio del suvenir que hace que el condicionamiento afectivo permita relacionar el objeto con un lugar determinado y que supone la transformación del arte en una forma de entretenimiento.

Una de las figuras que mejor materializa esta condición es Pablo Picasso. Su arte (obra y personaje) es al mismo tiempo fetiche, mito y suvenir. Esta propia condición nos da la pauta para no sólo pensar al artista y su obra sino al fenómeno del capitalismo, sus apropiaciones y sus perversiones.

2. "TODOS AMAMOS LOS FETICHES"

Pensar la obra de Picasso desde el concepto del fetiche no sólo nos refiere al valor que como mercancía han adquirido las obras de arte, crítica que nos acercaría al análisis marxista, sino también al incomprendible misterio del poder de las cosas





materiales para ser objetos sociales colectivos que son experimentados por los individuos como verdaderas encarnaciones de valores y virtudes. Esta particularidad del objeto como encarnación de valor ha obsesionado y desquiciado las lógicas de equivalencia y permitido que esta curiosa palabra, nacida de los viajes mercantiles entre Europa y África durante la expansión colonial, haya significado un problema esencial para etnólogos, psicólogos, economistas, críticos de la cultura y artistas. Como afirman Cuauhtémoc Medina y Mariana Botey en su texto *La defensa del fetiche*:

"Pocos conceptos acechan tan incansablemente al pensamiento como el *fetiche*. Y no sin motivo: quizá ninguno anude tan apretadamente la relación entre pensamiento crítico, las economías modernas del deseo y el entramado de la condición colonial, que este concepto—metáfora—relato trazando en el espacio de transacciones y deseos que operan en relación con objetos materiales, a partir de códigos heterogéneos e irreductibles"¹.

No pretendemos aquí hacer una teorización sobre el fetiche, ni intentar definir el amplio espectro de problemas que éste supone, tarea que está perfectamente desarrollada en los análisis de William Pietz², lo que aquí pretendemos señalar es que dentro el entramado que el fetiche ha tomado en la teoría económica, sexual y estética aparece como posibilidad para confrontar la condición específica del obra de arte en tanto objeto con el modo en que la modernidad, y sobre todo, Picasso, supo utilizar esta forma sensible para fracturar la representación en la tradición occidental y generar un nuevo flujo libidinal donde la forma manifestaba unos complejos sistemas de valor basados en los paradigmas de lo "primitivo":

"Históricamente, lo primitivo ha sido articulado por Occidente en términos privativos o suplementarios: como espectáculo de salvajismo o como estado de gracia, como socio sin escritura o palabra, sin historia o complejidad cultural; como sitio de unidad originaria, plenitud simbólica, vitalidad natural. No hay nada extraño en esta construcción eurocéntrica: el primitivo ha servido como otro codificado al menos desde la Ilustración, usualmente como un término subordinado en su bloque imaginario de oposiciones (claro/oscuro, racional/irracional, civilizado/salvaje)"³.

Artistas modernos en los que podemos citar a Cézanne, Gauguin y los surrealistas, sobre todo los de la parte maldita, Leris, Manson, Bataille, Caillois, Klossowski, supieron ver este poder y hacer resonar en todos los registros del discurso del fetiche (etnográfico, marxista, psicoanalítico y moderno) al presentar la representación como una cosa perversamente antropomorfizada o sexualizada. Sin duda, hoy no podríamos entender

(1) Medina, Cuauhtémoc y Botey, Mariana. "En defensa del fetiche", *Feticches críticos: residuos de la economía general*, publicación para la exposición que se realizó en el CA2M. Madrid 2010, p. 8.

(2) Para una lectura exhaustiva del fetiche confrontar: William Pietz. "The problem of Fetish, I", *Res: Anthropology and Aesthetics*, 9, primavera 1985, pp. 5–17.

(3) Foster, Hal. "The 'primitive' Uncounscious of Modern Art", *October*, 34, Otoño, 1985, p. 58.

la modernidad sin las investigaciones que éstos realizaron y en las que, como dice Hal Foster, “supieron transformar el ‘trauma’ del otro, en una ‘epifanía’ de lo mismo”⁴.

El “primitivismo”, en el caso de Picasso, no sólo es sólo un estilo sino que marca uno de los momentos clave para la historia del arte moderno donde el fetiche entra no sólo como metáfora de transacciones no equivalentes sino como formalización para la ruptura de la representación desde la incorporación en el objeto material de un flujo de deseos e intensidades.

La obsesión de Picasso por los objetos de África negra, a los que su amigo Cézanne introdujo en 1906, generó tanto en su escultura como en la pintura una proyección de la vida tribal que intentaba producir un purismo artístico asociado a la simplicidad de la vida “instintiva”. Estas búsquedas de transformación en la representación a partir de los desquizamientos “primitivos” se consolidan en obras claves como *Les Demoiselles d'Avignon* que sin duda marcaron un hito en el arte moderno del siglo XX dando paso a ciertas vanguardias históricas de corte más formal, como es el cubismo, a establecer una investigación no sólo sobre las formas, perspectivas y volúmenes sino sobre fuerzas, visiones y deseos desde una apropiación del relato colonial, que, como el fetiche, intentaba nombrar algo que desbordaba y excedía esa normalización de las fantasías occidentales en las figuras del salvaje y el primitivo.

Es interesante cómo Picasso negó durante mucho tiempo que su acercamiento a los objetos africanos o sus visitas al Musée d’Ethnographie du Trocadéro hubieran influenciado a las *Demoiselles* intentando subrayar la parte instintiva de su genialidad, pero después, con la importancia que el arte primitivo alcanzó en los circuitos internacionales auspiciados principalmente por el MOMA de Nueva York, afirmaría que la pintura había nacido de aquellas muñecas y máscaras, como una especie de exorcismo. La complejidad del primitivismo es que abre una tradición moderna llena de tensiones ya que, por un lado, modifica estéticamente la tradición con la incorporación del otro en la forma de representación occidental, pero, por otro lado, también abre una tradición crítica que modifica el objeto políticamente. En el caso de los surrealistas disidentes, con Bataille a la cabeza, su relación con el fetiche y las culturas “primitivas” supuso una crítica al sujeto de la modernidad donde el sacrificio se volvía el epicentro de la eclosión para revertir las formas políticas dominantes de Occidente. Acá el otro tampoco existía en sí mismo, pero su mera exploración suponía el desquiciamiento de la normalización civilizatoria.

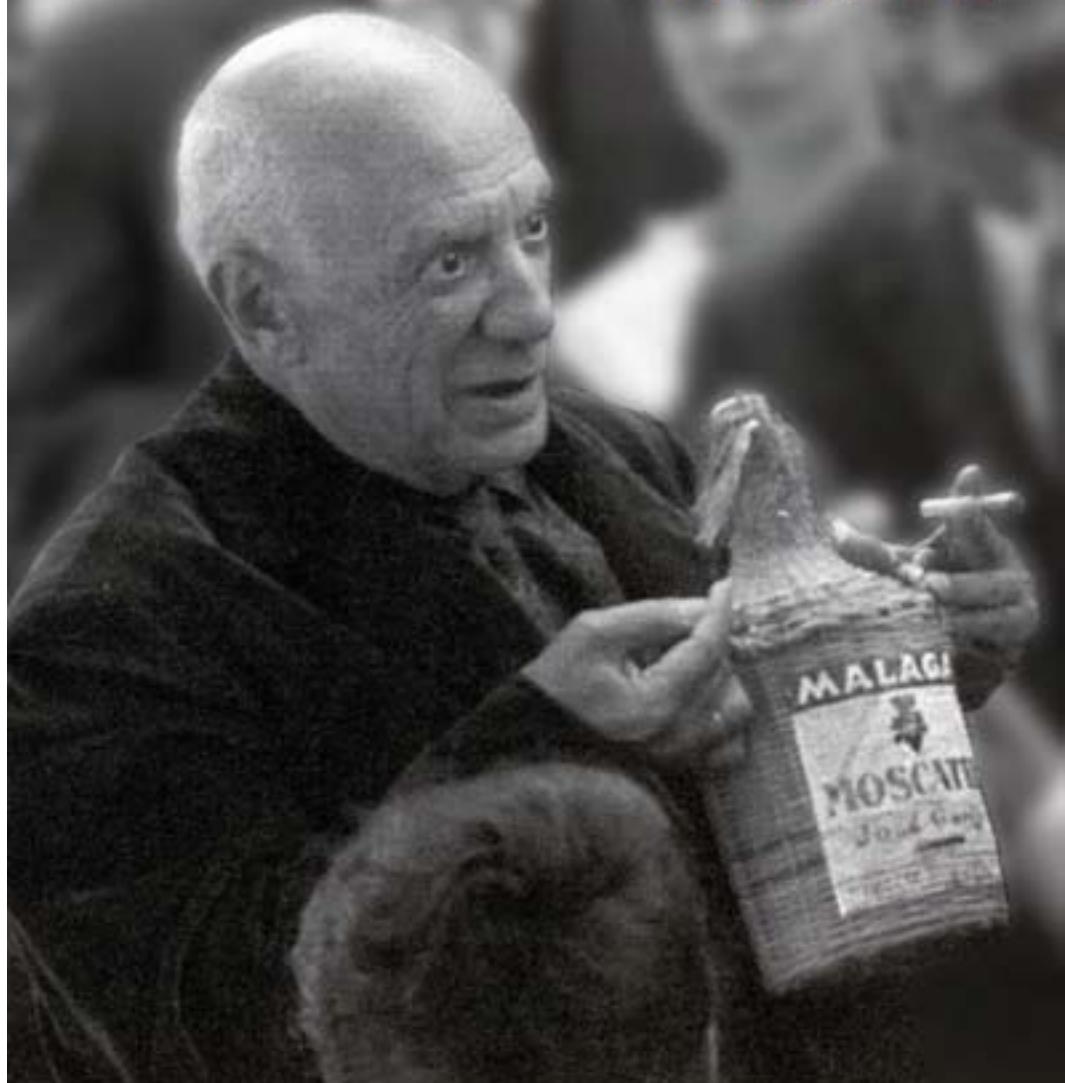
Picasso, como uno de los más grandes artistas modernos, supo vislumbrar la importancia del fetiche para la sociedad occidental no sólo como forma estética sino no

(4) Ibídem, p. 56.

WINE • LUXE

A Magazine for Wine and Luxury Life

福布斯生活



como producción de deseo, como le explicaría a André Malraux, casi apologeticamente, “Todos amamos los fetiches. Van Gogh una vez dijo, ‘el arte japonés —todos tenemos eso en común’. Para nosotros es el negro”⁵. Picasso buscaba una transgresión formal que, a diferencia del surrealismo disidente, todavía deja abierta la pregunta sobre si es posible entender esta quiebra como una formalización psicológicamente regresiva y políticamente reaccionaria.

La fetichización del fetiche en la tradición moderna transformó estéticamente y políticamente al objeto artístico. La tensión de sistemas heterogéneos de valor fueron absorbidos completamente por las formas de representación occidental. Este tipo de primitivismo ya no sólo es la apropiación de esta metáfora que expresa los límites del sujeto occidental sino también su explotación para marcar las obsesiones del individuo: el sexo y la muerte.

3. “LA CELEBRACIÓN DE LA VIDA”

No hay quizás otro artista moderno del que más se haya escrito como Picasso, su obra se entremezcla no sólo con su época sino con su biografía generando una amalgama entre arte y vida que consolida a la modernidad como una tradición que no puede desligarse de los valores del aura, ya no sólo de la obra sino del culto a la persona.

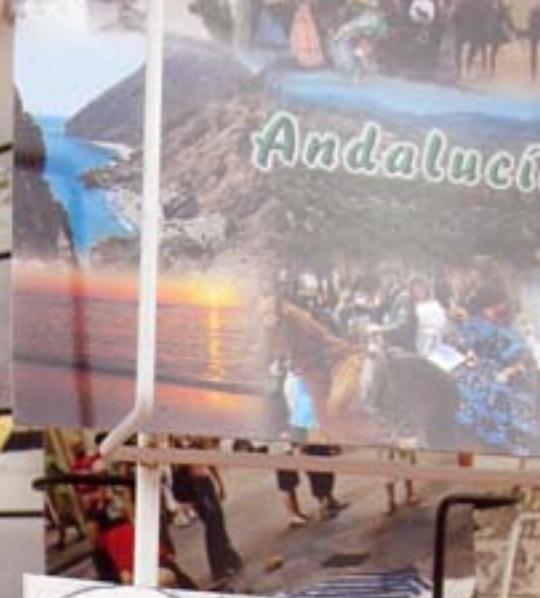
Las exploraciones formales sobre la sexualidad se convierten ya no en una crítica del sujeto moderno sino en un recorrido por las obsesiones del individuo. El propio Picasso hace de su vida una obra de arte, una apología del macho ibérico que crea como forma de reproducción o se reproduce como forma de creación. Las mujeres de Picasso —Olga Koklova, Marie-Thérèse Walter, Dora Maar, Jacqueline Roque y las que faltan— se vuelven un tópico para pensar en sus estilos y sus dramas y aventuras en la mejor clave para interpretar su obra: “Es como si proclamase que todo el secreto de su existencia se resuelve en la ecuación de arte y de amor, o, si se quiere, que el uno y el otro se confunden y, en el fondo, apuntan a lo mismo: a la celebración de la vida”⁶.

El culto a la personalidad es una característica de buena parte del arte moderno que se resiste a los cambios en la propia función del arte. Que, ante la puesta en cuestión de la tradición y valores heredados como el de “genialidad”, “creatividad” o “valor imperecedero”, reclama un poder aurático de la obra que sigue afirmando tanto la noción de autonomía como el papel del artista como genio creador, aumentando así la plusvalía del objeto.

Así, la materialidad de la obra como encarnación de un valor natural, que transmuta una cosa en otra —el fetiche— es absorbido por la lógica mercantil como ícono, que siguiendo la lógica de la estructura cristiana de la representación, convierte a la imagen

(5) Malraux, André. *Picasso's Mask*, traducción June Guicharnaud y Jacques Guicharnaud, Reinhart & Winston, Nueva York, 1976 p. 10–11.

(6) Calvo Seraller, Francisco. *Picasso Siglo XX (1901–1972)*, ed. Carmen Giménez, Museo Picasso Málaga, TF editores, 2003, p. 21.





aifos
ASOCIACIÓN DE FERIAS Y SALONES

La Opinión

en objeto de culto. La obra ya no es más la pura manifestación estética del objeto sino la presencia del genio.

Esta estructura es sugerente para el capital ya que permite que la obra de arte entre a la producción cultural, no como crítica o resistencia, sino como mera industria. El deseo que se produce es, por un lado, un fin mercantil y, por el otro, una zona de homogeneidades que controlan al sujeto a sus formas y figuras dominantes.

El arte entonces deja de ser objeto de excesos y desproporciones, de pulsiones y deseos heterogéneos para convertirse en figura de culto para la industria cultural. Iconos que, aunados a las formas de representación nacional, se presentan como la fórmula más eficaz para que la cultura no permita ser un espacio de experiencia sino un suvenir para identificar un territorio. Picasso ya no sólo es un español, sino que su "genio", "hombría", "voracidad" y "brutalidad" se vuelven parte del vocabulario con el que se quiere construir la representación universal de lo español.

4. "UN ANDALUZ GENIAL ENTRE ANDALUCES"

Es bien conocida la anécdota de que lo único que no odiaba Picasso de Málaga era el cante jondo, por lo demás, sus biógrafos afirman que sentía un profundo y arraigado desprecio por la tierra en la que nació:

"Su afán por borrar completamente de su memoria esta ciudad provinciana de su Andalucía paterna, aletargada, empobrecida y anclada en una España de charanga y pandereta, era fruto, al parecer, de un profundo resentimiento"⁷.

Muchas son las interpretaciones de este rechazo, la figura problemática del padre, las limitaciones económicas que vivió, el conservadurismo de la región, etc., pero el caso es que Picasso no tenía que ver mucho con Málaga. Se cuenta que durante su vida siempre desdeñó los acercamientos de la élite malagueña que buscó, con regalos sentimentales, ganarse el afecto del artista. En 1961 una delegación de respetables le regaló al pintor algunos bosquejos sobre palomas de su padre para que los terminara y él mandó de regreso una postal firmada como "el hijo de José Ruiz Blasco". En 1971 volvieron a intentar congraciarse al hijo pródigo, mostrando que la municipalidad había comprado la obra más importante del padre, y esta vez, ni siquiera pudieron pasar la reja de la fortaleza en Nôtre-Dame-de-Vie. Sin embargo, en 2003 se realizará la reconciliación con el hijo perdido para, por fin, institucionalizar la *Picassización* de Málaga:

(7) Clair, Jean. "Un recuerdo de infancia de Pablo Picasso" en *Colección Museo Picasso Málaga*, Ed. Carmen Giménez, Museo Picasso Málaga y TF editores, 2003, p. 5.

"Ese anhelo del autor del *Guernica* de tener un 'hermoso museo' en su ciudad natal fue asumido como un compromiso por parte de su familia y, posteriormente, por la Junta de Andalucía y los malagueños, que ya dispusieron una gran acogida a aquella primera exposición de Picasso en Málaga. [...] Este Museo difundirá la obra del insigne creador, cuya presencia entre nosotros no deja de ser algo familiar: la de un andaluz genial entre andaluces"⁸.

En este recorrido sobre las figuras que dentro del capitalismo la obra de arte genera como producción de valor es interesante anotar el carácter épico que en la narrativa española tienen muchos de estos personajes que, de una u otra manera, se encuentran desplazados, desterrados, traicionados o resentidos por su tierra. No sólo Picasso quería olvidar Málaga, España mucho tiempo también se olvidó de él. Vale la pena recordar que el *Guernica*, que se presentó en el Pabellón de la República en la Exposición Universal de París de 1937, no pudo ser visto en territorio español hasta la muerte del general Francisco Franco en 1975. Durante todos esos años el cuadro se exhibió en el MOMA y permaneció ahí como recordatorio de las masacres cometidas durante la Guerra Civil Española.

Una vez realizada la "transición democrática" hubo que generar, post mortem, la reconciliación donde el héroe, que se negó a participar del régimen que gobernó España cerca de cuarenta años, ahora se volvía el símbolo de lo español, borrando y dejando atrás todas las tensiones y conflictos sociales e ideológicos que ahí sucedieron. En la reconciliación, salvo muy honrosas excepciones —como el Reina Sofía que ahora articula su colección desde el *Guernica* para explorar la vanguardia histórica, sus genealogías y sus expansiones—, también se prefirió eliminar el perfil político del artista y se consagró su iconización a sus mujeres, los toros y las palomas.

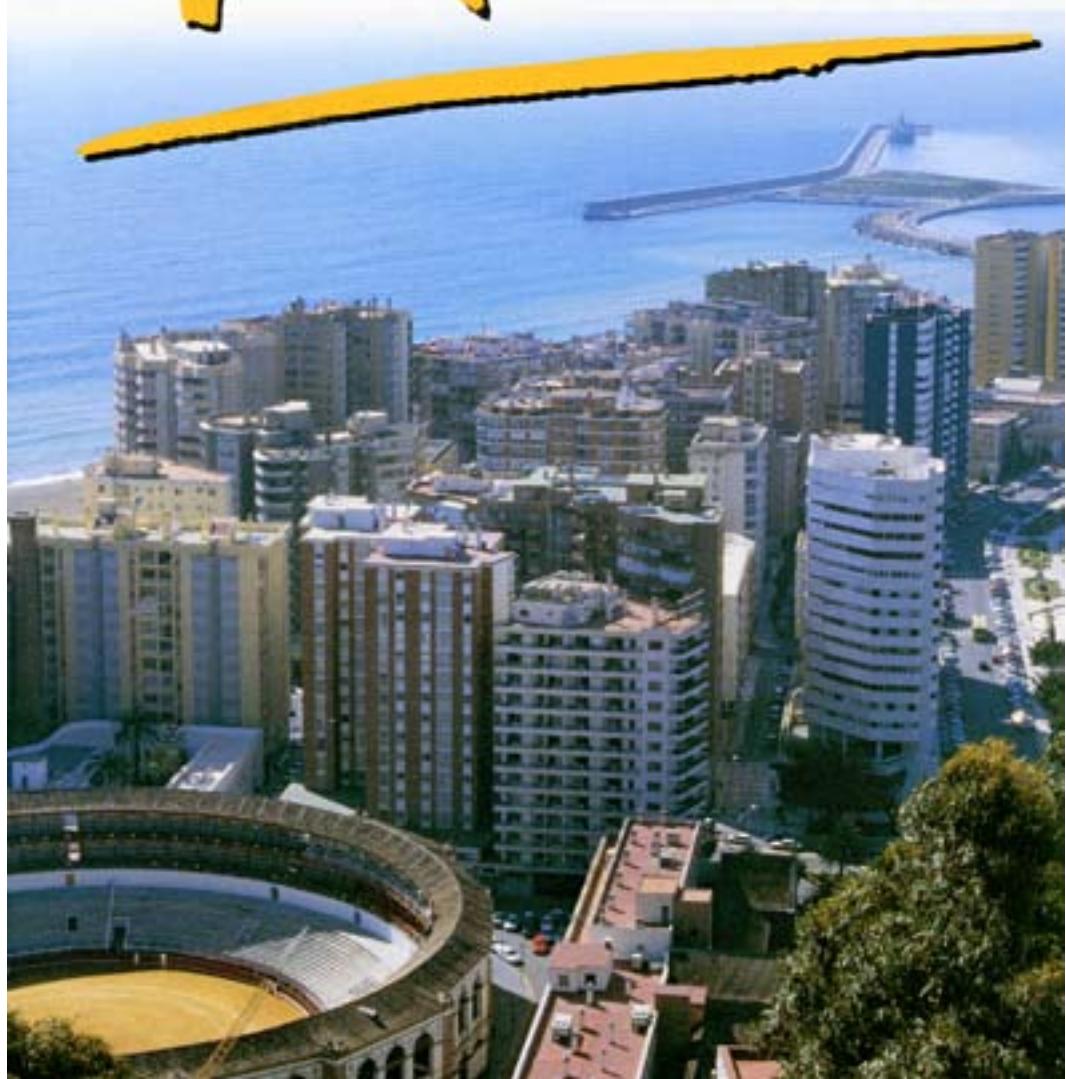
No deja de ser sintomático a esta utilización deslavada que la nuera de Picasso y presidenta de honor de la Fundación Museo Picasso Málaga, Christine Ruiz-Picasso, se negara a inaugurar la exposición *Viñetas al frente*, que gira en torno a la serie de aguafuertes del artista *Sueño y mentira de Franco* (1937), en este verano de 2011. Ya que a su entender la muestra supone una "utilización política oportunista [de la obra de Picasso] en un periodo electoral polémico". Por lo que declaró: "no deberá ser usado nunca con fines políticos" y que éste persigue "el respeto a la memoria pacifista de mi suegro" y a todas las víctimas de la Guerra Civil en España, "incluidos de todos los bandos", además de entender que el Museo Picasso de Málaga ha de mirar "hacia el futuro y no hacia el pasado"⁹. Este tipo de tensiones y declaraciones hace evidente el conflicto de intereses en las interpretaciones del artista y la determinación de los

(8) Chaves González, Manuel (Presidente de la Junta de Andalucía). *Picasso Siglo XX (1901–1972)*, ed. Carmen Giménez, Museo Picasso Málaga, TF editores, 2003.

(9) Confrontar. *El País*, 20 de junio de 2011. Universalidad del arte sino también poner en evidencia la imposibilidad de movilidad en territorios ocupados.

Agencia Inmobiliaria
Real Estate

Pisos



ILAN
COSTA



SA

REL SOLAR



apoderados a legitimar un discurso sobre lo “políticamente correcto” en una España que todavía no puede habérselas con su pasado.

Es interesante confrontar esta despolitización de la obra como forma de preservación del patrimonio con la estrategia que, por ejemplo, está realizando el museo Van Abbe de Eindhoven con el proyecto *Picasso en Palestina* que justamente apunta a utilizar el valor simbólico del artista para hacer un recorrido por los espacios de exclusión que hoy existen en el mundo. *Buste de femme* fue la obra escogida por los estudiantes de la Academia Internacional de Arte de Palestina para exponerse en Ramallah. Este proceso re-politiza la obra como un valor “universal” que confronta la situación real de los territorios ocupados. La odisea de llevar una obra de Picasso se convierte en la manera más contundente de declarar la existencia de un territorio negado permitiendo que la obra no sólo sea un espacio de intercambio sino también de tensión y de negociaciones. Para Charles Esche, director del museo Van Abbe, esta acción no sólo pretende complejizar las geopolíticas del arte sino recordar los principios de las vanguardias y de sus luchas, tan convencido está de la politicidad de Picasso que declaró: “Creo que si Picasso estuviera vivo, estaría aquí mismo”¹⁰. En contrasentido a *Picasso en Palestina*, la Picassización-malagueña no intenta activar un territorio hecho de despojos, sino que utilizó el valor simbólico del artista para generar una nueva interpretación de su obra en la que la ciudad —pues la intención era claramente no sólo *Picassizar* Málaga sino *malagueñizar* a Picasso— cobraría un papel central para la historia del arte occidental:

“Picasso quería olvidar Málaga, borrar con ella las huellas de su padre y el arte académico que éste representaba, pero no pudo más que retomar del recuerdo, confusa pero imperiosamente, la imagen de infancia de esta arquitectura singular, de este modo diferente de construir, de esta inédita manera de ocupar y estructurar libremente el espacio. Con ella se escribiría ese capítulo triunfal de la modernidad que fue el cubismo”¹¹.

La vida de Picasso no sólo permitió la creación y propagación del culto de un personaje, sino que este personaje se convirtió en la manera de investir a un territorio y lugar específico, no para que la cultura intentará propagar una forma social participativa sino para reforzar, con la idea de una tradición, la industria cultural a partir del turismo.

5. SOL Y PLAYA... Y PICASSO

Es conocido que si algo logró sobrellevar la pobre economía española de los años sesenta y durante las dos décadas siguientes fue la mágica fórmula de “sol y playa” que generó que el

(10) Cfr. *La Voz*, Argentina, 25 de junio, 2011.

(11) *Ibidem*, p. 7.

turismo fuera una de las industrias más importantes del país. Con la entrada de España a Europa, en el año de 1986, de la mano de Felipe González, se vio un gran incremento de la inversión extranjera y de un impulso modernizador de las empresas españolas con la competencia exterior. España se vio en la necesidad de incrementar la inversión pública en infraestructura, que aceleraría tanto el sector de la construcción como el del turismo, casos ejemplares de estos años son las Olimpiadas de Barcelona y la Exposición Universal de Sevilla en el año de 92. Durante esos años se produjo un tirón del consumo motivado por un efecto de enriquecimiento provocado por la subida de la Bolsa y del valor de los inmuebles. Así, “el milagro económico” fue el protagonista de la transformación radical de España, no sólo dejaba de ser un país pobre, marginal y periférico sino que se convertía en la quinta economía más importante de Europa y la séptima del mundo. España ya no era el “principio” de África sino el corazón de Europa.

El “milagro”, como siempre pasa, y que en este 2011 pasa su factura más alta con un desbordamiento social sin precedentes, no era más que un truco de la élite política que sedujo con los encantos del capital a la población española. En una combinación entre la ley de suelo (1998) que privatizaba e incentivaba el mercado de la propiedad para generar mayores construcciones y la reforma laboral (2002) que reducía los derechos laborales para incentivar mayores contrataciones y bajar el desempleo, se generó una burbuja inmobiliaria que en 2007 llegó a representar el 9,5% del PIB, frente al 4,4% que suponía en 1997.

Este “milagrito”, ha estado bien acompañado del sector económico del turismo, quien también supo explotar la burbuja inmobiliaria y las precarias condiciones laborales. Pero que, sin embargo, todavía supone el único “respiro” de una economía en picado y en la que un sector pujante y pudiente todavía cree que se encuentra la salvación de España¹². Obviamente, el viejo paradigma de “sol y playa”, se ha complejizado en una industria que, aunando a estos dos elementos imprescindibles, ofrece la cultura como principio de encantamiento para el turista.

Durante la última década hay un promedio anual aproximado de 50 millones de turistas en España, récord sólo superado en el mundo por Francia. Esta condición, además de suponer una infraestructura en servicios enorme, también ha implicado una sofisticación en la oferta del entretenimiento. No debe haber otro lugar en el mundo con más museos que España, desde el museo del Fútbol Club Barcelona hasta el Prado, pasando por el Thyssen-Bornemisza, el del Abanico y el del Jamón.

Desde que en 1997 se sintió el efecto Guggenheim¹³, que colocó a Bilbao en el mapa turístico de España y del mundo, no hay comunidad que no cuente con un centro,

(12) Confrontar: “A estas alturas no sé si hemos aprendido algo del pasado. Pero creo que, o apostamos decidida y estructuralmente por la España turística o nos vamos al garete”. Juan Antonio Moreno, “Crisis, recuperación y aterrizaje”. *El País*, domingo 26 de junio de 2011.

(13) Confrontar: “El efecto Guggenheim es una inversión en una infraestructura cultural que sirve de catalizador a todo un proceso de transformación de la ciudad”, explicó a *BBC Mundo*, el director del museo, Juan Ignacio Vidarte. *BBC*, marzo, 2007. http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid_6514000/6514271.stm

museo, palacio o ciudad de las artes. España se ha vuelto un sofisticado paraíso artificial donde, más allá de su playa y su sol, sus estructuras culturales han logrado generar el mayor parque de diversiones de la tierra. Este paraíso artificial, basado en la explotación de símbolos, iconos, ídolos y deseos se ha convertido en meca del turismo. No deja de ser contradictorio que en el caso del arte —no ocurre lo mismo con otras industrias como la deportiva o la gastronómica—, esta explotación de la industria cultural no se corresponda con la producción artística que se hace en España y, mientras más museos se construyen, más artistas emigran buscando menos paraísos y más oportunidades. En la consolidación de este capitalismo cultural el fetiche se ha pervertido y, en la era de la reproductibilidad técnica el objeto material se ha “democratizado” en la figura del suvenir. La producción masiva de baratijas que se presentan como un “he estado ahí” acompañan el proceso de la cultura de masas para hacer del turismo la nueva forma de explotación donde si bien es importante ver un cuadro de Picasso, lo que resulta imprescindible es llevarse un llaverito con una de sus obras, o mejor, con él mismo como obra para no olvidar nunca que hemos estado en un lugar y, claro, poder presumir con parientes y amigos.

La *Picassización* de Málaga es síntoma de una forma de producción de valor donde la economía cultural está en el centro de las operaciones financieras y donde el arte es una pura mercancía que encarna el deseo de una sociedad de masas que espera encontrar un poco de sosiego en los paraísos artificiales.

Si bien es seguro que intentar eliminar el valor del arte sólo alimenta un radicalismo fallido que también se traga a la propia obra —pues es ahí que radica su poder y su misterio—, lo que sí es posible es pensar desde dónde se está instituyendo el valor y qué es lo que produce. No se trata de eliminar el valor del arte, sino utilizarlo como fuerza a nuestro favor, como espacio de contaminación, de provocación, de resistencia. Hoy, sobrevivir a la *Picassización* no significa borrar a Picasso sino devolver a la obra su espacio como detonante, como factor contaminante de un intercambio que nunca es equivalente.

Del arte al Arte desde el suvenir
Otra perspectiva en torno
a la picassización de Málaga

Willy Kautz

El concepto de política en el arte no se refiere únicamente a aquellos dispositivos que, de forma literal, ilustran explícitamente las contingencias históricas, o que relevan el arte con pretensiones mesiánicas, sino que puede también remitirnos a prácticas que incurren en los mecanismos de inserción de lo estético a los ámbitos de la vida. Para algunos tan sólo mencionar lo político en relación a lo estético es suficiente motivo para fruncir las cejas frente al posible derrumbe de posiciones de resguardo de lo ético frente a experiencias estéticas desinteresadas. No obstante, cuando del arte se trata, el crucigrama se repliega a la discusión interminable de la teoría del arte: la tensión entre las categorías de autonomía y heteronomía. O bien, la compulsión obsesiva de una modernidad ejemplificada en la máxima que aspira a superar el concepto de *l'art pour l'art*, a través de su entrada definitiva a las formas de organización de la vida, tal como han escrito muchos teóricos del arte y la estética, y que hoy Jacques Rancière vuelve a colocar como una de sus discusiones centrales del arte contemporáneo. Pero, para nuestra causa, ¿qué significa hoy el ingreso del arte a las formas de vida? A diferencia de las vanguardias del siglo pasado, hoy parece ser el caso de que esto también se puede llevar a cabo a través de la conversión de los iconos de esa misma vanguardia en imaginarios que se reparten en suvenir, tal como ocurre en el caso paradigmático de la picassización de Málaga.

Este fenómeno de institucionalización del Arte vale la pena observarlo desde los mecanismos de poder que acarrea su institucionalización. Es de notarse que su modus operandi se compone esencialmente de dos facetas principales, y por tanto, una doble ejecución. Desde la lupa de la postura crítica del arte contemporáneo, es notoria la



estetización que encarnan las políticas culturales oficiales y los productos culturales en general, mismas que siempre van de la mano de estrategias de ejecución que, tanto dependen de la permanencia de un mito, como del soporte mercadotécnico que active su financiación. Por lo mismo, cuando queremos hablar respecto a la relación entre el uso de la figura de Picasso y las estrategias de márquetin articuladoras del turismo cultural, es importante por un lado discernir el significado de la autonomía del Arte en la formación de los mitos, así como entender las formas en que ésta se integra a las organizaciones de vida, ya sea a través de su conversión en objeto aurático para la historiografía, en mercancía o marca para el mercado, o bien, implemento o *readymade* para el arte crítico. Desde esta mirada, el juego que propone Rancière se vuelve esencial para nuestra causa, ya que analizar el ingreso de lo que desde la Ilustración se constituyó como arte autónomo, y las teorías y prácticas que predicen su disolución en su ingreso a la vida, detonan una serie de contradicciones insolubles, que no obstante nos permiten entender el quehacer del arte en la actualidad, como un terreno propicio para el desenlace de estrategias que desvelan el modus operandi de las diversas formas de institucionalización y comercialización del Arte y sus mitos.

Bajo el esquema que integra la tensión entre la autonomía y la heteronomía entendemos que la modernidad se encierra sobre una paradoja. Por un lado, se empeña en construir un nuevo mundo para una nueva sensibilidad; pero sus mismos preceptos comprenden la necesidad de distanciarlo de la esfera del poder político, esto es, preservarlo en un estado de autonomía diferenciado de la estetización de la mercancía y del poder. Como bien explica Rancière entonando a la estética adorniana: “El potencial político de la obra está ligado a su diferencia radical de las formas de la mercancía estetizada y del mundo administrado”¹. Sabemos entonces que el arte es siempre una inscripción política, de una forma u otra. Por lo mismo, aun cuando afirmativamente autónomo, termina pervirtiéndose por políticas culturales por un lado; o bien, enfascado en nuevas formas de organización de los beneficios mercantiles, o como obra aurática catalogada en la ennoblecadora y encumbrada historiografía del arte.

Ahora, lo curioso en todo este proceso es que la criticidad que otrora se empeñaba en diluir la categoría de la autonomía burguesa del arte, hoy también tiene una doble cara. Entonces, por un lado tenemos el arte crítico, aquel que busca redimir de su estatus el carácter de objeto fetichista, y por tanto, sopesa la autocrítica o crítica hacia su posible ingreso en el mercado del arte u otros circuitos de poder; y por otro, el Arte, —de la modernidad—, que, dada su institucionalidad y aura, se vuelve atractivo al mundo del márquetin y del turismo cultural. Mientras que el primero toma las políticas culturales

(1) Rancière, Jacques. *Sobre políticas estéticas*. Museu d'Art Contemporani de Barcelona, Servei de publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona: 2005, p. 33.



Málaga
SEMANA SANTA 1998

como dispositivo de análisis, la segunda empresa, es y ha sido el sistema académico que ha instaurado a la temática del genio y del aura artísticos.

Para los agentes encargados de las políticas culturales y su relación con la economía, el ingreso del arte a la vida viene justamente de la tergiversación banalizadora de lo que la historiografía ha catalogado como valioso. Entonces nos estamos refiriendo a esa figuración hiperbólica capaz de sostener narrativas que pretenden a toda costa refrendar los iconos culturales singulares como un bien económico para una comunidad en general. Un ejemplo ampliamente visitado es el paradigma conocido como “Guggenheimficción”, que tiene como su máximo logro al fenómeno Bilbao. De forma similar, también se habla de diferentes modos y grados de gentrificación, o bien, del uso de los dispositivos culturales para atraer inversión inmobiliaria y así reactivar ciertos territorios y sectores económicos de las ciudades; como también de *branding*, es decir, transformar la imagen integral de una ciudad a través de su vinculación con un ícono cultural al estilo parque temático.

El fenómeno de la acaparación de un ícono de la modernidad, tal como ocurre con Picasso en relación a Málaga, sucede, igualmente, a partir de un doble sentido. Por un lado vemos la “picassización” de Málaga; y, viceversa, la malagueñización *post mortem* de tal pródigo hijo”. Es decir, se utiliza un ícono mediático para diferenciar una ciudad, al tiempo que esa ciudad se convierte en sede de su genialidad y por tanto debe de ser venerada “culturalmente”. Tal estrategia de mercadotecnia es una suerte de “mantra” en torno a la figura idolatrada, de tal suerte que la peregrinación masiva es un indicativo seguro para la activación de una economía de servicios turísticos.

Este modelo de servicios característicos de la economía postfordista lo podemos entender en este caso, como un giro que va del Arte de Picasso a la de su propagación desde la reproducción de su Arte en los suvenires. Así, la disolución del arte en vida se ejecuta como satisfacción y bienestar de lo local, cuando la narratividad que entraña el “mantra” del hijo pródigo, sustituye a la eficacia estética en el ámbito de la historiografía del arte, por una hipnosis que ve en el Arte más que un dispositivo reflexivo, un signo para el culto de masas.

Dentro de los discursos que hoy intentan encausar una defensa respecto a ciertas tendencias culturales, sobre todo al papel que desempeña lo simbólico en el imaginario colectivo, se despliega invariablemente un soporte de tipo narrativo —ya sea meta, universal, local o micro—, picassiano si se quiere, para soportar unas elecciones sobre otras, es decir, “repartir los beneficios” que ostenta ese dispositivo de valores estéticos, de acuerdo a ciertas agendas e intereses. No obstante, en lo que al Arte se refiere, mientras





que algunos apuestan por una disolución total de éste al “estilo hegeliano”; algunos celebran victoriosamente la superación del Arte y por tanto la liquidación definitiva de su historiografía, en la crisis sin precedentes de la abolición de su autonomía. Bajo estas premisas podemos entender el rostro positivo de la picassización: cuando el Arte se reproduce masivamente ya sea en tiendas, restaurantes y, por supuesto, suvenires, para la repartición de los beneficios de su plusvalía.

La picassización de Málaga es un síntoma latente que ejemplifica esta nueva patología. El triunfo de lo heterónomo a través de práctica que se confunden con el ámbito de la vida, tal como predicaban algunas vanguardias del siglo pasado, hoy, paradójicamente, se confunden con la fascinación de la moda, el mercado, la publicidad y el turismo cultural en un mundo que demanda otra cosa. El llamado arte crítico por otro lado, igualmente masificado hasta cierto punto en la proliferación de las bienales, tampoco dista mucho del temperamento del mercado, no obstante todavía es capaz de entonar algunas excepciones. Sobre todo, cuando se posiciona de forma crítica, o bien, se dispone a reorganizar las formas sensibles que permiten entrever lo común de manera distanciada, y así cuestionar los mecanismos de diferenciación y valoración sobre los que descansa la institucionalización del arte

En relación a los fenómenos de turistificación en nombre del mito artístico, y las agendas que sostienen tales programas, se dan casos de supresión del paradigma de la modernidad social y democrática, ya que se piensa que la incursión del arte crítico a sus itinerarios locales, a veces resulta peligroso e incluso contraproducente, por increíble que parezca. Pronunciar la pluralidad en nuestras democracias actuales no siempre es visto como un beneficio general, una vez que los consensos entre aquellos que orquestan la oficialidad y el mercado, están por encima de las formas culturales disensuales del arte que hoy se empeña en actuar responsablemente como un catalizador crítico o reflexivo que da voz de la civilidad. Y esto no significa que el segundo no sea partidario de que existan los primeros o busquen irrumpir con sus formas de politización y estetización, sino que la salud de cualquier comunidad se sostiene en su tolerancia y aceptación de lo diverso, es decir, en la coexistencia, tolerancia y el respeto a lo otro. De no ser así incurrimos en estetizaciones unilaterales en las que el disentir es una enfermedad que hay que extirpar de raíz, o cuando menos relegar a lo inexistente. En este sentido, a la manera inversa, la salud de una sociedad en un momento dado, debe de medirse a través de su tolerancia frente a aquellos que proponen reflexionar críticamente sobre sus mismos modelos de bienestar supuestamente generalizados y disentir cuando es necesario.

I 
MLG
MALAGA



Por lo mismo, a una política cuya operatividad descansa en la estrategia de transformar al Arte de Picasso en imaginario turístico, incluso después de la desmitificación de esos artistas por parte de la crítica postmoderna, le corresponde, invariablemente, una contraoferta cultural, e incluso, si se da el caso, muchas otras. Y es aquí cuando una contraoferta hace que el arte siga siendo capaz de visibilizar lo que de otro modo pasaría inadvertido: la turistificación del Arte en su reproducción masiva como suvenir, después de la postmodernidad.

En este clima de banalización y disolución de aquellas voluntades de persistencia del Arte moderno, vemos algo que va más allá del arte sin mayúsculas de la postmodernidad. En esta mercantilización en la que circulan las reproducciones de los valores que encarnan lo auténtico, radica el triunfo de un doble enmascaramiento: la del mito del genio romántico, y el de la aurificación del mito de la tradición fundacional en su reproducción mediática. Esta conjunción es lo que posibilita que un lugar como Málaga se consagre diferencialmente, y cobre importancia justamente por ser la cuna de una progresión vital, por el banal y, no obstante, significativo hecho de que Picasso viviera ahí durante los primeros ocho años de su vida.

La simbolización se vuelve imaginario cuya mediatización, aurifica a todo una ciudad. Se instaura el mito fundacional en la construcción de un museo, y así se perpetra en el ritual su trascendencia. De ese modo, la progresión de vida del genio se vuelve manantial para la devoción de los peregrinos, ahora asiduos a los congregaciones de un nuevo género de turismo que entremezcla el culto con la cultura laica. Ese fenómeno que hoy se reconoce como turismo cultural, opera bajo los mismos preceptos de lo cultural, con su aureola de autenticidad que a todos enorgullece y que nada se cuestiona. Fruto de una bifurcación, la misma que da pie a la mitologización de la figura del artista, y que hace proliferar a los productos culturales derivados en nombre de la revitalización económica; el modus operandi de esta forma de agenciar el turismo, descansa en la relación intrínseca entre rentabilidad económica y la manipulación de la representación identitaria tan común a los mecanismos de control y dominio del capital. No obstante lo dicho, por debajo de este escenario intrincado algunos celebran profusamente que el Arte sea cosa del pasado y que no haya nada que lamentar. Gozan del abrazo pleno entre el arte y la vida, adaptados a las condiciones del presente que, en el horizonte actual, no puede ser otra cosa que el mercado. Por otra parte, algunos melancólicos se muestran sospechosos respecto a la aureola perfumada y celebratoria que se transpira con el advenimiento de esa pérdida, y se oponen tácitamente a la idea de la mercantilización de la figura del artista al grado de que el Arte se vuelva tan sólo

un accesorio. Otros todavía defienden una aproximación hacia lo autónomo. Pero, adiestrados respecto a la coyuntura del arte en la época de la plenitud de su forma mercantil, cuando el arte se fusiona con la vida pero a través del filtro de la economía del turismo, o bien, como mero suvenir en la estetización generalizada de las *formas de vida*, anhelan un resquicio que preserve la condición de criticidad en lo heterónomo. Entre las últimas posturas vemos emanar una serie de conductas críticas que perviven en los desmontajes del modus operandi que instrumenta lo cultural, así como los mecanismos de representación que controlan a los imaginarios identitarios y colectivos. En su tesis sobre la partición de lo sensible, Jacques Rancière explica la permanencia de lo político en el arte contemporáneo, a partir del análisis de las metamorfosis que afectan a la política fundada sobre el juego de los intercambios y los desplazamientos entre el mundo del arte y el del no–arte. Rancière arguye que la política no es el ejercicio del poder o la lucha por el mismo, sino más bien el conflicto de los regímenes de sensorialidad: la política es la actividad que reconfigura los marcos sensibles en el seno de los cuales se definen objetos comunes, y que responden a una decisión común, de sujetos considerados capaces de designar a esos objetos y de argumentar sobre ellos. Es ahí cuando el arte y la estética entran en la política². En ese sentido, podríamos entender que la repartición de los *bienes* y lo sensible se da en distintos niveles, así como en distintas esferas y organizaciones. Estos operan tanto de manera comercial en la estetización de la mercancía o consensual en las políticas culturales oficiales; como de forma disensual en lo que él llama régimen estético, esto es, la política que reparte lo común y que practica el arte desde la ilustración. Con este grado de diferenciación, cuando Rogelio López Cuenca instaura un dispositivo de exhibición entre instalación y tienda de suvenires, irónicamente llamado *Chiringuito Picasso*³, articula una política de posicionamiento crítico frente a los fenómenos culturales que, engarzados a la economía del capital global, tiñen al mundo de marcas artísticas que hacen proliferar la estetización del Arte de la modernidad.

Curiosamente, esa elucubración es un doble enmascaramiento. Por una parte, denuncia en su estetización, una nueva forma de organización de lo mercantil, ahora como industria de servicios fecundados por el turismo cultural. Para contrarrestar ese tipo de repartición de los bienes y proliferación de la riqueza encadenada al Arte desde el suvenir, se desmonta su modus operandi, y al presentarlo en su mismo formato, como su doble, pero dotado del estatus que el arte enviste a los objetos, se despliega una maniobra de eficiencia estética, esto es, una práctica que reparte lo común, para echar luz a lo que de otra forma no sería visible. Este doble enmascaramiento, es

(2) Rancière, Jacques. *El espectador emancipado. "Las paradojas del arte político"*. Ellago Ensayo, Castellón, España: 2010, p. 63.

(3) Exposición en la que presenta una parte de su investigación referente a la picassización de Málaga. Centro de Andaluz de Arte Contemporáneo (CAAC), ciclo *La construcción política del presente*.

CHIRINGUITO

Picass

decir, algo que es idéntico en apariencia a una tienda de suvenires, es justamente lo que hace posible ejecutar el desmontaje crítico de las imágenes constituidas desde la institucionalización de sus mismos mitos.

Es de llamar la atención que esa doble identidad de la forma mercantilizada, en la cual ya no se discute la relación entre obra de Arte aurática y su condición de fetiche en el capital especulativo, sino que en el doble es la misma mercancía la que se exhibe en el *Chiringuito Picasso* a través una agrupación exhaustiva de recortes, afiches y documentos en los que figuran la marca Picasso. Entonces, ante lo que nos encontramos no es ni instalación per se, ni obra, ni tampoco texto, sino un dispositivo híbrido que, curiosamente, no ejecuta la otra cara del arte, en el sentido de no convertirse en una colección de productos que, al ser “obra de artista”, adquiere otro estatus en el mercado. Esto no significa que no se inscriba una denuncia de los procedimientos de mistificación desde el arte. Sin embargo, lo eficaz de su propuesta radica más bien en que parece eludir el juego de la doble moral tan común al arte crítico, en la que éste nunca es capaz de doblegar aquello que critica sin que se convierte eventualmente en su idéntico.

Así que se podría decir que la propuesta de investigación en forma de arte político que despliega el trabajo de López Cuenca, desvela a los mecanismos del Arte desde su entrada definitiva a la cultura del suvenir, pero sin auto-mistificarse en el intento. Entonces, el desmontaje de lo heterónomo requiere del distanciamiento crítico que salvaguarda toda autonomía del arte. Tan es así que esa autonomía surge como estrategia para diferenciar a los mecanismos de banalización y consagración, en lugar de aquella noción de la estética que se usaba para discernir visualmente entre el Arte y el no-Arte. De ese modo, los accesorios heterónomos pueden incurrir invariablemente en este cruce entre formas de vida y el Arte, una vez que el reconocimiento del arte sin mayúscula no se puede exemplificar desde lo formal. Desde aquí el juego de tensiones contradictorias que circunda el devenir heterónomo del arte, se resuelve igualmente en esa apuesta por su autonomía, ahora entendida como una práctica que nos permite comprender el modus operandi de su institucionalidad. Esto es, el conjunto de métodos que convierten el Arte en vida, cuando el Arte se vuelve suvenir, para sucesivamente desenmascararlo en la apariencia de sí mismo, esto es, el Arte desde el suvenir que, a partir de la apuesta crítica, se vuelve nuevamente arte, pero esta vez sin ningún mito que respalte su valor.

Piel de tour
Mariano de Santa Ana

En la fase tardía del capitalismo corresponde a la industria turística la función de transformar al mundo en una descomunal anamorfosis.

* * *

El nuevo orden mundial de movilidad pone a la ciudad misma en movimiento. Ésta ya no aguarda al turista, sale en su busca, “comienza a circular globalmente, a reproducirse a escala mundial, a expandirse en todas las direcciones” (Boris Groys, “La ciudad en la era de su reproductibilidad turística”).

* * *

Lo que se ofrece al turista que arriba a una ciudad acondicionada para su venta turística no es la ciudad misma sino la prueba visible de que esta ciudad existe.

* * *

“A veces, una ciudad antigua y singular, como Barcelona, al simplificar excesivamente su identidad, se torna Genérica. Se vuelve transparente, como un logotipo. Lo contrario no sucede nunca... al menos por ahora” (Rem Koolhaas, *La ciudad genérica*).

* * *



Pese a que la ingeniería de la conciencia proclama lo contrario, la producción cultural en España no goza de buena salud. Síntoma de ello es que la condición de este país como objeto de deseo preferente en el mercado turístico mundial no ha tenido como correlato una eclosión reflexiva sobre la crisis perceptiva inherente a esta fase de acumulación del capital. Por ello no es el menor de los valores del proyecto sobre la “picassización” de Málaga de Rogelio López Cuenca el de la intempestividad.

La economía ha llegado a un punto tal de imbricación con los sistemas simbólicos de información y persuasión que la noción de una producción ajena a la cultura pierde sentido. En cuanto que tejido ineludible bajo el estadio actual del capitalismo, la cultura es ahora nuestra segunda naturaleza.

En la época del capital transnacional la industria cultural socava al arte su ilusión de autonomía para recuperarla a posteriori, sólo que ahora subordinada a la forma publicitaria.

La proclama *beuysiana* que vislumbra en “cada hombre, un artista” resuena por doquier en el orbe estetizado, bien que distorsionada por el eco de la época, como *cada hombre, un turista*.

El arte hace brillar ante los ojos del hombre moderno una ilusión de plenitud temporal, de potenciación ilimitada de los valores vitales mientras que la industria turística le ofrece expectativas de escape de su conflictiva conciencia de las cosas. Diferida en lo sublime, la promesa del arte remite su cumplimiento total a un tiempo por venir en tanto que disuelta en el consumo, la promesa de la industria turística se disipa con prontitud.

MOSCATEL

GUITARRA ESPAÑOLA



SWEET WINE

RECUERDO DE ESPAÑA

“¿Por qué todo el mundo piensa que un nuevo logo de un país funciona? A causa de España. Hace dos décadas Joan Miró diseñó un impactante y caluroso símbolo para promover el turismo. Gracias en parte al logo de España, la imagen de este país ya no está asociada a Franco, la Guerra Civil y Don Quijote. Hoy es un país de vino (Rioja), cine (Almodóvar) y arte (Miró)” (Sarah Boxer, “Nation–Branding”, *New York Times*, 1 de diciembre de 2002).

* * *

El régimen turístico de visibilidad asigna al museo de arte moderno la función de apuntalar la estetización banal del mundo mediante la satisfacción aparente de unas expectativas de totalidad cultural cada vez más extremas.

* * *

“El turismo cultural posee la misma función que las marcas de medio lujo: popularizan la distinción, una distinción que el ornamento Guggenheim refuerza por su estrambótica arquitectura y su teórico carácter de museo de arte moderno y contemporáneo, signo chic aunque, de nuevo, acceder a él esté al alcance de una ancha y vasta clase media mundial” (Iñaki Esteban, *El efecto Guggenheim*).

* * *

El museo monográfico será relevante sólo en la medida en que logre cuestionar el fenómeno artístico en todas sus dimensiones y en que construya su proyecto en torno a las necesidades específicas de la comunidad que lo integra. No será relevante si su único objetivo es la celebración turística de una mitología personal.

* * *

Crear dos, tres, muchos museos Picasso.

* * *



11-25
ABRIL
2009

Ajuntament
de Molins
2016
www.molins.cat



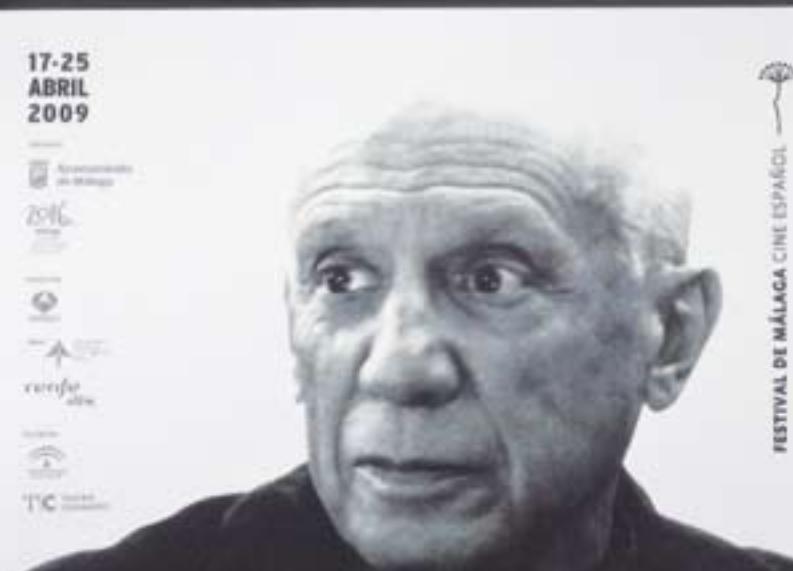
12 MCE

FESTIVAL DE MÁLAGA CINE ESPAÑOL 2009

CATÁLOGO OFICIAL

17-25
ABRIL
2009

Armenia
in Photos
2016
Yearbook
Photo by
Tigran
Chubaryan



卷之三

A DIE MEDICINAS ALTERNATIVA
CHAMAN®

OFESIONAL DE **SAJE**

TICO-DEPORTIVO
(ROMASAJE)

PREMIO
a la MEJOR
ESCUELA de
ANDALUCIA

BOLSA de
TRABAJO

Información

908 27 64 26 / 629 433 527
www.chamancenter.com
centrochaman@chamancenter.com

2011

Las éticas del consumo y del desarrollo personal, en principio irreconciliables entre sí, encuentran un terreno común en la estetización de la experiencia, en el poder de la estética para comunicar normas culturales. Por ello, en tanto que movilizador de formas colectivas de identificación, el futuro de la democracia es indisociable del arte crítico.

* * *

La expansión de la industria turística comporta la acumulación flexible de patrimonios culturales por todo el mundo. Los nativos creen que disponen de esos patrimonios y que los muestran al turismo pero es la industria turística la que impulsa su construcción y la que los exhibe. La que los muestra con parámetros nostálgicos y publicitarios que despolitizan los conflictos inherentes a la memoria.

* * *

“La etnia hispánica se reduce a un vasto ballet clásico, a una suerte de comedia del arte muy cuerda, cuya tipología sirve para enmascarar el espectáculo real de las condiciones, de las clases y de los oficios. Socialmente, para la *Guía Azul*, los hombres existen únicamente en los trenes, donde pueblan una tercera clase ‘mezclada’. Por lo demás, sólo sirven como elementos introductorios, componen un gracioso decorado novelesco, destinado a rodear lo esencial del país: su colección de monumentos” (Roland Barthes, *Mitológias*).

* * *

Las prácticas artísticas con vocación crítica resultan indispensables en nuestros días para visibilizar las enormes presiones que ejercen sobre el museo dos fuerzas que se solapan entre sí: la industria cultural y turística, que intenta someterlo a su lógica, y la instrumentación política, que proyecta en él un interés exclusivamente legitimador de su propia actuación.

* * *

“Todo viaje es filosófico y, como advierte el título de un libro especialmente apropiado aquí, la aventura está a la vuelta de la esquina. Esa misma apreciación

valdría para la imagen tan injustamente desacreditada del turista, especialmente de aquel que llega a una ciudad en coche o en autocar con el tiempo justo para conocer lo indispensable y volver a marcharse a otra ciudad, acaso en otro país” (Manuel Delgado, *Sociedades movedizas*).

El límite del análisis sobre el turismo de buena parte de la Teoría Crítica está en su abordaje paternalista o elitista de la figura del turista. Todo el que viaja por placer o por afán de conocimiento en el mundo contemporáneo es un turista que usa a su conveniencia las ventajosas condiciones que le ofrece la industria turística. Ésta, guiada por la lógica del beneficio, organiza el desplazamiento de forma masificada, pero ello no acredita la existencia de una única y genuina experiencia turística. Es imposible saber con certeza qué es lo que busca cada turista, si una experiencia auténtica o profundamente *kitsch*, un remanso de paz, una juerga desmesurada, un exilio imposible en un mundo unificado o una investigación sobre la producción del espacio.

“Por supuesto que el interés de Debord por Sevilla superaba la mera vivificación del paraíso alcohólico. Su elección de la ciudad, que con la italiana Florencia y París componen su terna de favoritas, la apunta con precisión: Sevilla, *la Babilonia*, como decían en la época dorada” (Pedro G. Romero, “Tercera vértebra torácica”, *Refractor*, nº 4–5, 1998).

Las clases trabajadoras del mundo occidental comenzaron a disfrutar del derecho a vacaciones periódicas retribuidas a finales de los años cincuenta merced a las presiones de los sindicatos y los partidos socialistas sobre los gobiernos. Paradójicamente, esta conquista de la izquierda provocó un salto adelante del capitalismo, que encontró un fabuloso negocio en la oferta de destinos vacacionales a millones de personas. Según algunos autores, el turismo va camino de ser la primera industria mundial. Según otros ya lo es.



“De acuerdo con Henri Lefebvre Benidorm es la ciudad mejor construida después de la II Guerra Mundial. El sociólogo y filósofo francés iba más lejos: decía que era la única que merecía ser habitada” (José Miguel Iribas, “Aprendiendo de Benidorm”, *Arquitectura Viva*, nº 117, noviembre–diciembre 2007).

El énfasis del *collage* cubista en el significante manufacturado redirigió la atención del espectador a los factores ocultos que determinan la obra y las condiciones de su percepción. El *collage* inauguraba así una economía política del signo artístico que acabaría abocando al museo a autocriticar su otorgada autoridad.

Quizá, más que nuevos museos de arte contemporáneo, lo que España como referente turístico mundial necesite sea un museo que investigue a través del turismo la inscripción del arte en las lógicas más vastas de la visualidad contemporánea. Un museo en el que los nativos puedan comparar sus imaginarios con los de los turistas y los turistas, nativos de viaje al fin y al cabo, puedan a su vez verse vistos desde la óptica de los nativos.

La incertidumbre
de las certezas

Montse Romaní

“Cómo hacer para que la cultura salga de esas esferas cerradas en sí mismas? ¿Cómo organizar, disponer y financiar procesos de singularización cultural que desmonten los particularismos actuales en el campo de la cultura y, al mismo tiempo, las empresas de pseudo-democratización de la cultura?”.

Félix Guattari, Suely Rolnik, *Micropolítica. Cartografías del deseo*, Traficantes de Sueños, Madrid, 2006.

PRÓLOGO

Cuando Rogelio López Cuenca me propuso escribir un texto que acompañara esta publicación sobre los esquemas que rigen hoy la cultura, me asaltó un sentimiento de decepción vital que hace tiempo he interiorizado. Se trata de un malestar sobre la propia noción de cultura en tanto que principal instrumento del capitalismo postfordista, entre cuyas repercusiones el fenómeno de la *picassización* de Málaga emerge como resultado de un proceso de producción y reproducción de lo simbólico, estratégicamente planeado por la ciudad, para regenerar su tejido urbano, proyectarse como atractivo turístico en Europa y recuperar competitividad económica¹. A pesar de las divergencias que sostengo con este modelo de cultura administrada, no pretendo que sea éste un espacio de lamentación sobre los desajustes o la inadecuación de un repertorio subordinado a los imperativos económicos. Más bien, desearía apuntar algunas reflexiones que aporten sentido para seguir cuestionando la concepción de la cultura “como recurso” y sus formas de legitimación, con la finalidad de imaginar otras experiencias posibles desde una política cultural emancipadora.

EN NOMBRE DE LA CULTURA

El lema humanista “cultura para todos, cultura de todos”—que la década de los setenta del siglo pasado consiguió restituir en pleno desarrollo de las democracias sociales en Europa—, se diluyó en los ochenta bajo un nuevo paradigma basado en el espectáculo, el ocio, la productividad inmaterial y la creatividad. Entrábamos así en una fase de

(1) Sharon Zukin, *The Culture of Cities*. Blackwell Ed., Oxford, 1989.



revitalización de la ingeniería social por la cultura, que se manifestó inicialmente mediante la estetización de lo político, seguida de una progresiva culturalización de la economía.

Los primeros trabajos realizados por el artista alemán Hans Haacke² —asociados a las prácticas artísticas de crítica institucional— ponían de relieve las implicaciones de poder de determinados miembros de los patronatos de los museos en relación con los beneficios corporativos que se interpretaban de su concepción del arte. Unas décadas más tarde, el colectivo de artistas Bureau d'Études (2003)³ elaboró un complejo diagrama en el que se desplegaban las conexiones oligárquicas (los flujos de poder y las relaciones no visibles que tejen) entre las entidades bancarias, las multinacionales, los museos públicos y el Arts Council (Consejo de las Artes) en la ciudad de Londres. La representación resultante mostraba cómo las viejas contrapartidas del modelo filantrópico habían dado paso a una sofisticada alianza estratégica por el control económico de lo simbólico, más allá de la producción y difusión de mercancías culturales⁴.

Sabemos que este cambio de concepción de la cultura tiene su origen en los efectos que la reconversión del modelo industrial trajo consigo: la reestructuración del nuevo estado neoliberal —encabezado por EE UU e Inglaterra—, que incorporó las capacidades cognitivas desarrolladas por los postulados sesentayochistas para convertirlas en fuerzas de producción. Como consecuencia, los valores sociales, culturales y simbólicos, que se consideraban externos a la economía en el fordismo, empezaron a adquirir una creciente centralidad. Este proceso, que algunos autores han denominado “capitalismo cognitivo” “cultural”, “fue inventado precisamente como salida a la crisis provocada por los movimientos de los años sesenta y setenta, e incorporó los modos de existencia que éstos inventaron y se apropió de las fuerzas subjetivas, en especial de la potencia de creación que en ese entonces se emancipaba en la vida social, poniéndola de facto en el poder”⁵.

CONTRADICCIONES Y PLUSVALÍAS SOBRE CIERTOS USOS QUE COMPRENDEN LA CULTURA COMO RECURSO

En las últimas dos décadas, la producción de cultura sujeta a los intereses del capital financiero con responsabilidad pública, ha sido implementada por las élites gubernamentales mediante una serie de actuaciones decididas a impulsar un alto valor añadido a las economías urbanas. Por ejemplo, se han alzado monumentales equipamientos culturales como recurso para la regeneración urbana, tematizado centros urbanos y celebrado macro–eventos como constructos de un imaginario turistizado para

(2) Nos referimos a *MOMA Poll* (1970), obra de encargo para la exposición *Information* realizada en el MOMA de Nueva York, y a *Shapolsky et al. Manhattan Real Estate Holdings, A Real Time System as of May 1, 1971*, que supuso la cancelación de su exposición en el museo Guggenheim de Nueva York.

(3) <http://bureaudetudes.org/>

(4) De acuerdo a la lógica del beneficio de los agentes implicados, el sector cultural puede considerarse hoy una contribución muy positiva al crecimiento del PIB nacional. En Inglaterra el PIB ronda entorno al 7,3%. En febrero de 2010, las industrias culturales en España alcanzaban el 5% del PIB, y empleaban a 800.000 trabajadores.

(5) Suely Rolnik, “Geopolítica del chuleo”, 2006, <http://eipcp.net/transversal/1106/rolnik/es>





atraer capital inversor extranjero. No negaremos un cierto éxito de estas operaciones que han propiciado la estimulación del mercado laboral local (el caso del museo Guggenheim en Bilbao sigue siendo paradigmático). Sin embargo, los efectos especulativos derivados de los planes de desarrollo urbano y de recalificación de la ciudad, han tenido un impacto social y medioambiental demasiado negativo en la ciudadanía, especialmente agresivo en las comunidades ya de por si vulnerables. Paralelamente a estos procesos de marcado carácter urbano, los informes gubernamentales y los organismos oficiales europeos han prestado una especial atención a la relación entre cultura y derechos humanos, al diálogo multicultural y al reconocimiento igualitario de culturas, como competencias a alcanzar en las condiciones de crisis moral del estado democrático. Para tal empeño no han escatimado recursos a la hora de reproducir un lenguaje afirmativo y estandarizado (mediante el uso de términos como cohesión social, coexistencia, desarrollo colectivo y personal, etc.), cuya verdadera génesis oculta las relaciones de autoridad, segregación social y homogeneización que se siguen manifestando en nombre de la cultura.

El Forum 2004 de las Culturas en Barcelona ejemplifica en el contexto español el uso de esta retórica —asociada a nuevas tecnologías de control— que tiende a desactivar la dimensión conflictual de las prácticas sociales y culturales. Pensado a modo de acontecimiento internacional singular, el Forum se articuló en base a tres grandes ejes: diversidad cultural, desarrollo sostenible, y condiciones de la paz, “para reflexionar sobre los principales retos y problemas culturales y sociales que plantea el mundo en el siglo XXI”. No fue difícil deducir que los objetivos reales de tal escenificación iban encaminados a reestructurar económicamente la ciudad tras los JJ OO de 1992. Y para ello era necesario generar una nueva inyección de orgullo ciudadano que paliara toda posible percepción negativa de la acción gubernamental. Bajo estas premisas, el Forum no hizo sino encubrir un falso discurso que lejos de empoderar a las comunidades locales, contribuyó a descomponer las endebles políticas de participación ciudadana —tan representativas en los inicios de la democracia— por una esfera pública despolitizada e intencionadamente erosionada como espacio de expresión de las identidades colectivas.

A finales de los años noventa, el Gobierno laborista británico da un paso más introduciendo, como fundamento de la “nueva economía”, las denominadas industrias creativas y culturales en la construcción de una narrativa ligada a los valores de la creatividad y la innovación. Como potenciales transmisores de conocimiento social, ambos valores —propios de la práctica artística— devienen ventajosos

recursos empresariales en la promoción de estilos de vida, la creación de actitudes urbanas, o la aplicación de métodos más competitivos (basados en la flexibilidad, la descentralización, la comunicación interdisciplinaria y el *networking*) en las estructuras de trabajo corporativas⁶. El resultado de todo ello, con la ayuda de las comunicaciones y de la tecnología informática, es una cultura que, tal como han señalado algunos analistas, “se ha transformado en la lógica misma del capitalismo avanzado”.

En definitiva, el desarrollo de la dimensión utilitarista de la cultura se ha revelado un instrumento eficaz de control biopolítico, en la medida en que: “sirve para todo y para todos. Crea puestos de trabajo, aumenta los índices del PIB, ofrece diversión y entretenimiento para todos los gustos y para todas las capas sociales, cohesiona el país y lo hace competitivo en el mercado global. La cultura, por tanto, es una actividad de alto valor añadido que sirve tanto a la economía como a la ingeniería social: ofrece competitividad y cohesión social a un mismo tiempo. En el ámbito de lo cultural, cada uno encuentra su lugar para participar de lo social, a través del consumo de productos, de tiempo y de acontecimientos, y sin entrar en conflicto con los demás”⁷. Hoy podemos afirmar que la cultura mayoritariamente se expresa en relación con la producción, con el consumo, con el ocio, con las representaciones de los *media*... El lema “todo es cultura”, se ha impuesto como un gran espacio de consenso y bienestar, a través del cual se nos invita a “ser” y a “participar”, de forma individual o colectivamente, en la “sociedad del conocimiento”. Con el pretexto que otorgan nuevas formas de libertad, la cultura modela a la vez que afirma una concepción del individuo de acuerdo a las reglas cambiantes del mercado neoliberal (hecho que se observa especialmente en los ámbitos de la educación y del trabajo).

Si bien es obvio que el proceso de capitalización de la cultura ha ejercido una influencia determinante en la sociedad actual, sin embargo, como ya hemos señalado, en su interior yacen demasiadas paradojas (desajustes y fracasos) que ponen en riesgo las propias formas de la democracia y sus representaciones. En este sentido, deberíamos considerar una tarea irrenunciable reemplazar los “falsos derechos (y deberes) culturales” que han legitimado la función política y económica de la cultura, por una política cultural redefinida desde la capacidad de una sociedad de pensarse a sí misma. Hecho que implicaría sustraerse (idealmente) de aquellos paradigmas económicos, jurídicos e ideológicos, que han terminado por secuestrar la naturaleza antagonista de la cultura como verdadera transmisora de las dinámicas vivas, plurales, colectivas y anónimas de una sociedad.

(6) El sector productivo cultural y creativo es hoy clave en algunas ciudades europeas.

(7) Marina Garcés, “Los desafíos de una política cultural hoy”, 2009.

<http://www.menoslobos.org/?cat=12> // <http://www.marinagarcés.com/p/publicaciones.html>

2

CASI DE TODO

BEBIDAS
GOLOSINAS
TABACO

PICASSO

DULCES
HELADOS
HIELO

DIARIO SUR

HICOSOL
VENTA DE HIELO
ICE FOR SALE
+53 23 55 83
REFRESCOS TODOS FRÍOS
CERVEZA SAN MIGUEL 1L
CERVEZA CRUZ CAMPOLI 1L
LADA SI d. SAN MIGUEL
LADA SI d. CRUZ CAMPOLI
VINO TINTO Y BLANCO
SANGRIA

TRAY PAN

MERCADO ALIMENTICIO
DÍAS LUNES 22:00 H
MARTES AL VIERNES 18:00 H
SÁBADO 18:00 H

HICOSOL
VENTA DE HIELO
ICE FOR SALE
+53 23 55 83

REFRESCOS
CERVEZA
LADA
VINO
SANGRIA
YOTON
PAN
HUEVOS
LECHE
ZUMOS
AGUA
GASEOSA



POR UNA CULTURA POLÍTICA

A modo de resistencia, Marina Garcés sugiere en su magnífico texto *desapropiar la cultura* “para implicarla de lleno en la realidad en la que se inscribe”⁸. *Desapropiarla* pero también *desaprenderla* para que emanen otras posibilidades alternativas del contexto en el que vivimos. Bajo este mismo planteamiento, determinados interrogantes comunes que en los últimos años se han ido formulando en el seno de los movimientos sociales y de las militancias grupales⁹, parecen fundamentales con el fin de reflexionar sobre un enfoque que propugne una transformación radical de la política cultural.

Los recientes debates públicos, que estos actores políticos han impulsado, en torno a las consecuencias desproporcionadas derivadas de las restricciones de la cultura por el régimen de propiedad intelectual; los usos corporativos del capital simbólico colectivo para producir marca; o los efectos de la industria creativa en la promoción de las nuevas identidades del trabajo; son algunos ejemplos que, sin duda, han devuelto, en tiempos de crisis de lo común, la posibilidad de generar otra idea políticamente consciente de la cultura como espacio de producción del común. Además de trabajar por la transferencia de un conocimiento crítico al conjunto social, estas alternativas organizadas se encaminan a buscar alianzas con la acción colectiva, bien ensayando formas de autonomía (temporal) en la cultura, bien produciendo estructuras autoorganizadas, que actúen en la construcción de relatos y lugares comunes como ejercicio de *desapropiación* de los imaginarios culturales dominantes. En este sentido, el modelo de *software libre*, las formas de financiación *crowdsourcing*, o el derecho a la renta básica, serían algunas de las expresiones emergentes por la comunidad, que comprenden la libertad de acceso, de autoproducción y de gestión de los conocimientos. Para terminar, y en relación a los acontecimientos de los últimos meses, el presente texto no puede sino sumarse a la Declaración de Principios para un Nuevo Modelo Cultural¹⁰ surgida al calor del movimiento 15M en España. Un modelo, que opuesto a la concepción cultural como recurso que proponen los poderes establecidos, desea ser pensado desde la experiencia que supone la producción de saberes compartidos y transversales. Dada su génesis, constituye a su vez un intento de profundizar en las estructuras de juicio y productividad inscritas en los dispositivos de gobernanza actual, para así desafiarlas mediante nuevas prácticas que entronquen la democracia participativa, con la autoeducación y la vida cotidiana, con la voluntad de restituir el sentido público de lo político.

(8) Marina Garcés, *op. cit.*

(9) David Vercauteren, Olivier “Mousse” Crabbé, Thierry Müller, *Micropolíticas de los grupos. Para una ecología de las prácticas colectivas*, Traficantes de Sueños, Madrid, 2010

(10) Consultar la declaración redactada por la Comisión de Cultura de acampada BCN de Plaza Catalunya, Barcelona, publicada el 21 de julio de 2011: http://culturaacampadabcn.wordpress.com/declaraciodeclaracion/declaracio_comissio_cultura_acampadabcn/castellano/

Sentados en
la plaza leyendo poemas¹

Alfredo Rubio Díaz

La Geografía de la tematización turística se refiere a la conversión de un lugar en destino turístico, con independencia de su escala, mediante la aplicación de un sistema (y de una sistemática) compuesto por todo tipo de elementos relacionados: paisajes, lugares, ámbitos, calles, hitos, ejes de relación, sistemas hosteleros, hoteleros y sistemas comerciales, cultura y sistema de los equipamientos culturales, procesos de reurbanización, infraestructuras (aparcamientos), gentrificación, procedimientos de vigilancia, materiales de comunicación y márquetin y un largo etcétera de cuestiones que acaban por definir y concretar un territorio (hiper)especializado y segregado del resto que, además, en múltiples ocasiones adquiere funciones precisas de imagen corporativa.

En el artículo que revisamos nos interesaba resaltar las formas iniciales de dos procesos, que hemos seguido estudiando hasta la fecha. En el primer caso tomábamos como ejemplo la propuesta de Europan para las riberas del río Duero en la ciudad de Soria. En el segundo, el Núcleo histórico de la ciudad de Málaga donde se ha procedido selectivamente y mediante fases sucesivas a su conversión en destino turístico, con una tendencia encaminada a la conformación de un espacio museístico global, tanto en sí mismo (megamuseo), como en la disposición de varios museos como piezas nodo singulares que conformarán un sistema básico de atracción.

Entre otras muchas cosas, el primero era una expresión clara de cómo ha quedado fijada una razón tematizadora en los campos de la Arquitectura y la Urbanística. Ahora podríamos agregar algún otro documento planificador donde esta razón se

(1) Este texto procede de la revisión del preparado en su momento para la revista *Archipiélago*. En el mismo también colaboraron E. Serrano, J. M. Romero y R. Reinoso. Véase, *Rizoma*, 2007: "Lo común y la tematización de sus lugares potenciales". En *Archipiélago*, núm. 77–78, editorial Archipiélago, Barcelona. Versión on-line en <http://ingentes.es/?p=401>



cultural



cosmopolita



picassiana

luminosa

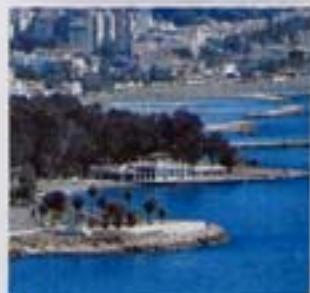


mediterránea

Málaga

Ciudad Genial!

cálida



divertida



Ayuntamiento
de Málaga

adueña por completo de la definición del futuro de todo un territorio. Nos referimos a la comarca de la Axarquía–Costa del Sol Oriental de Málaga².

En la ciudad castellana, Europán proponía para su conocido concurso como área de proyecto el territorio comprendido desde la presa de la fábrica de harinas hasta San Saturio. Para quien no lo conozca diremos que, a grandes razgos, se trata de intervenir en las riberas del río a su paso por la pequeña ciudad. Su calidad ambiental y paisajística es de tal dimensión que hace falta realmente ser poeta para reflejar la atmósfera que allí reina, consecuencia de entrecruzamientos diversos: el flujo del río y sus trabajos, la densidad de la vegetación de ribera, los trabajos humanos, con decisivo aporte templario en San Juan de Baños o en San Polo, previsiblemente un antiguo monasterio, junto con el aprovechamiento de su energía para usos industriales y de abastecimiento y los puentes, pues, en realidad, también está allí el río Golmayo. Por decirlo de algún modo, son los paisajes de los recorridos de A. Machado que quedaron en sus poemas, también de Gerardo Diego, Dionisio Ridruejo y de otros poetas más cercanos en el tiempo. Pocas veces, el deambular por la serenidad de la ribera de un río, especialmente si hacemos el camino desde el claustro de San Juan hasta San Saturio, alcanza significaciones tan profundas.

Visitantes asiduos de estas riberas no hemos percibido ningún problema significativo. Tan sólo hemos notado la ausencia de aglomeraciones de visitantes, la serenidad del paseo calmo, a veces con el sonido de las hojas de los árboles mecidas por el viento; el majestuoso paso de una cigueña, siguiendo las curvas del río como senda, a la caída del sol; la belleza de lo no homologado, con sus imperfecciones y defectos. La ausencia de todas esas presencias que acaban por agotarnos en cualesquiera ciudades turísticas (centros de interpretación, dispensadores de agua mineral y cocacolas, restaurantes tradicionales, puntos de venta de artesanía y un larguísimo etcétera). Por el contrario, sí hemos visto sorianos que pasean, hacen deporte o meditan, incluso algunos llevan libros. Gentes de todas las edades y condiciones que usan aquellas veredas, caminos y puentes con familiaridad notable aun cuando para ser precisos nos dicen que ha dejado de tener el uso social intensivo que tuvo en el pasado reciente. Aquí, como en tantos otros lugares amenazados, un informe técnico sensible con el lugar no podía ser otra cosa que un discurso desde la razón poética que niega el arte de obtener rentas y fundamenta el derecho ciudadano a una atmósfera determinada.

(2) Consejería de Obras Públicas y Transportes de la Junta de Andalucía, 2006. *Plan de Ordenación del Territorio Costa del Sol Oriental–Arrorquía*. Al respecto pueden verse, Rubio Díaz, A. y Serrano Muñoz, E., 2009: "Lo que no se dice en los Planes de Ordenación Territorial: el caso de la Costa del Sol (España)" en *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, Vol. 1, núm. 1 (Número especial dedicado al Primer Coloquio Internacional sobre Ciudades del Turismo, abril, 2008), Centro de Estudios América del Norte, Colegio de Sonora, México y Rubio Díaz, A., 2010: "Turismo y cultura", en *Revista PH*, núm. 71, Págs. 65–70, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, Junta de Andalucía, Consejería de Cultura, Sevilla.



Según los redactores de la propuesta para el concurso Europan, el río ha quedado aislado del desarrollo de la ciudad, que atribuyen a que se localiza en su área más marginal, lo que como mínimo resulta tendencioso pues se confunde barrio popular con barrio marginal. Sin embargo, ignorantes reales o cínicos ante lo evidente, definen como primer objetivo del proyecto la “recuperación e incorporación a la vida de los ciudadanos tanto del barrio colindante, como del espacio natural ocupado por el río, abordando la problemática siguiendo una línea de reflexión a escala urbana”. Después sigue ese discurso habitual que traba ciertos conceptos: sostenibilidad, articulación, conexión, funcionalidad, revitalización e implementación de nuevos usos para “revitalizar y ampliar la diversidad de la vida social del barrio del río”³.

Obviamente, el lenguaje técnico y el aparente interés por la vida ciudadana y sus sedes posibles sirven para ocultar el verdadero asunto de fondo. Sin que por ello el texto, con la precipitación y la despreocupación habituales, no deje de referirse al “espacio natural ocupado por el río” (?). Se confirma que estamos ante el cuadro de mandos previo a la tematización si enumeramos las “posibles” veinte intervenciones⁴ y “puestas en valor” que se proponen: “recuperaciones” de San Polo, El Molinete, los lavaderos, creación de un centro multiusos (lúdico, deportivo y cultural), rutas y Museo del Agua, entre otras.

Soria es un primer ejemplo de cómo la razón tematizadora ha acabado por ocupar incluso a quienes tienen que definir los programas de los concursos y prefigura el futuro de la ribera. Con tales miembros no cabe que los participantes se atrevan a romper el esquematismo tematizador buscando fisuras y lugares desde donde aplicar la imaginación para un proyecto bien distinto. Cualquier proyecto urbano, de la escala que sea, debe, además de responder a la demanda que lo origina, dar una respuesta razonable con el lugar y con los lugares. Es decir, proyectar mal una calle, colocar incorrectamente un puente, orientar mal la futura edificación, olvidar la topografía, la geología, el clima o la atmósfera puede crear incomodidades, marginalizar sectores y gentes, despilfarrar energía, subvertir la lógica de los lugares con sobrecostos innecesarios o simplemente hacerlos desaparecer para siempre. Las intervenciones

(3) “El río Duero –dice el texto de Europan– es un elemento de gran importancia en toda la provincia. Su paso por la ciudad de Soria históricamente ha sido decisivo, habiendo quedado actualmente aislado del desarrollo de la ciudad, al encontrarse en su área más marginal. Así, el primer objetivo es la recuperación e incorporación a la vida de los ciudadanos tanto del barrio colindante, como del espacio natural ocupado por el río, abordando la problemática siguiendo una línea de reflexión a escala urbana, planteándose la articulación de los tejidos urbanos existentes, reforzamiento de la conexión con el núcleo mediante la investigación sobre la plurifuncionalidad del espacio residencial mediante su compatibilidad con diferentes usos, para revitalizar y ampliar la diversidad de la vida social del barrio del río”.

(4) Posibles actuaciones en el entorno de las márgenes del río Duero a su paso por la ciudad de Soria. 1. Recuperación arqueológica de la ermita y el entorno de “San Polo” (antiguo Monasterio). 2. Recuperación del antiguo Molino “El Molinete”. 3. Recuperación del antiguo lavadero junto a la Elevadora de Aguas. 4. En el antiguo lavadero de lanas crear un centro multiusos de carácter lúdico, deportivo y cultural. 5. Ruta en barco con energía solar que cubra la zona de Soria a Los Rábanos por los acantilados de la Sequilla. 6. Recuperación y puesta en valor de los puentes sobre el río Golmayo. 7. Puesta en valor del puente de hierro sobre el río Duero. 8. Realizar zona deportiva en la desembocadura del río Golmayo, zona de huertas, llana, practicable. 9. Recuperación y puesta en valor de la noria de la antigua casa del Carbonero. 10. Recuperación de la noria de San Juan de Duero. 11. Recuperación del camino del Cristo. 12. Recuperación nevera (siglo XVI). 13. Recuperación antigua iglesia románica con ábside semicircular. 14. Recuperación de las murallas de Soria y Portillo frente a los Arcos de San Juan de Duero. 15. Recuperación del Convento de San Agustín, fábrica de luz y antiguo bar del Augusto. 16. Museo del Agua, antigua Elevadora de Aguas. 17. Recuperación de la nivelación del Sotoplaya y adecentamiento de la zona. 18. Pasarela peatonal que une por encima de la presa del Molinete el Sotoplaya con el antiguo fielato. 19. Recuperación de la antigua presa de la Fábrica de harinas. 20. Eliminación total de la fábrica de grasas.



relacionadas con la tematización asumen un riesgo cierto: actuar como destructoras de un intangible que exigiría una cuidadosísima y humilde postura (proyectual) frente a la impostura del creer que todo puede ser “mejorado” y que necesariamente debe serlo. En este, como tantos otros casos, ese intangible es la atmósfera del silencio.

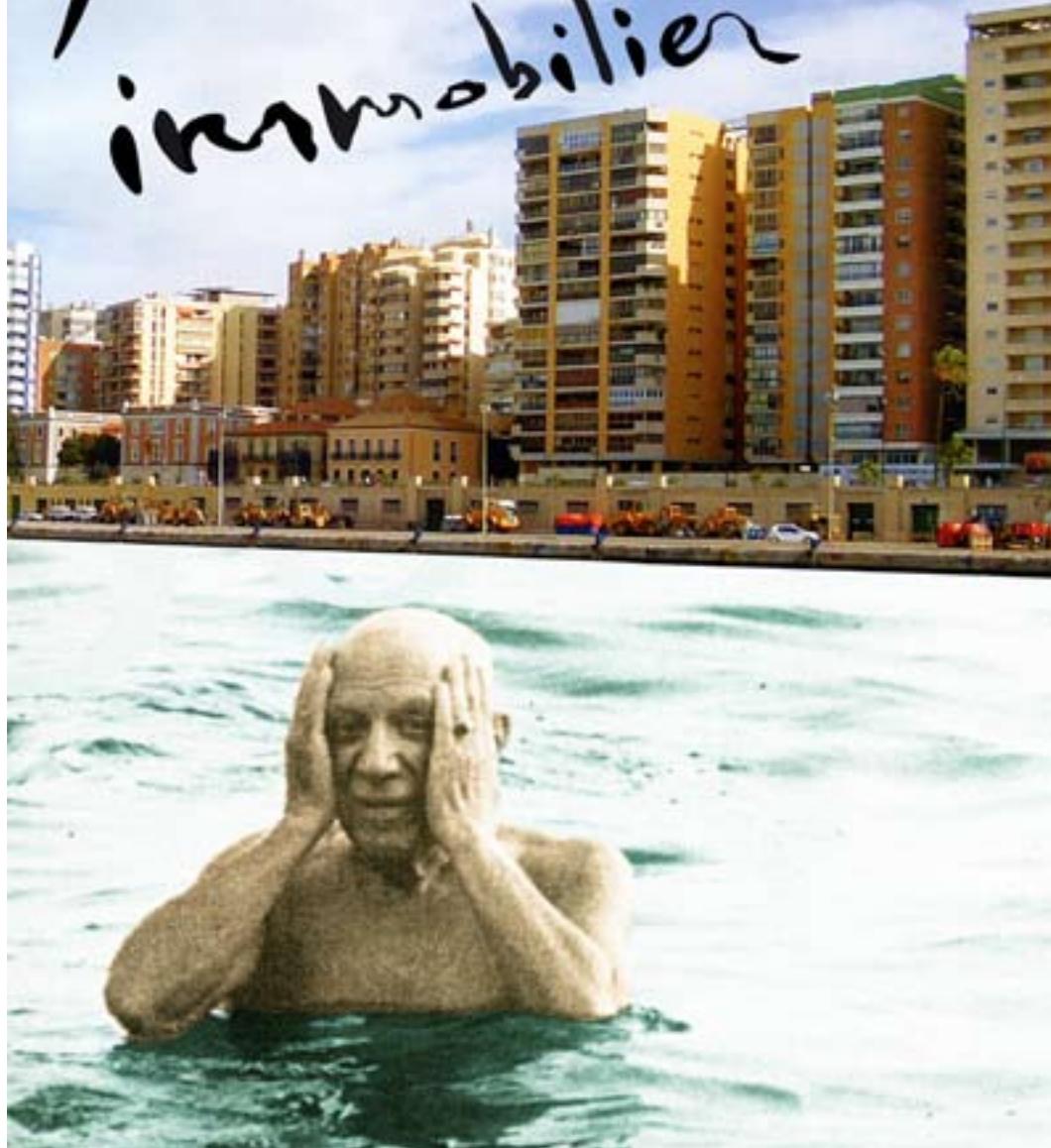
Sin embargo, lejos de aminorarse esta tendencia se afianza: en el caso del Plan Subregional de la Axarquía–Costa del Sol Oriental (2006), que regulará el futuro de ese territorio. Los ejemplos son muchos pero en el ámbito andaluz tiene un cierto carácter emblemático. Su orientación suscita una primera cuestión: la mirada planificadora no ha encontrado nada más que el paisaje en la potencia del territorio. Parece tanto una mirada cansada, que no es capaz de dar cuenta de la potencia, que se adscribe a las manifestaciones formales (de una sociedad y su cultura), como interferida por un a priori que hace imposible ver otra cosa.

Según el citado Plan, en la Axarquía no parece existir otro impulso posible. Visto así, lo eficaz será transferir a la “valiosa identidad comarcal” el valor de dimensión competitiva (POT, 2005: 63) dado que, “los productos turísticos basados en la ‘experiencia’—se enfatiza— y en los ingredientes singulares del destino tienen una aceptación creciente”, y la Axarquía dispone ahí de un caudal potencial decisivo siempre y cuando, se reitera, se modulen las tendencias propias del mercado, aprovechando la energía que proporciona la demanda con el fin de lograr los objetivos fijados en este Plan de Ordenación del Territorio. El modelo que se propugna pretende que, junto a un aprovechamiento ordenado de la oportunidad de crecimiento, se conserve y se incremente el capital del territorio, tanto el de carácter natural, como el cultural e identitario” (POT, 2006: 64). El resultado: un paisaje congelado o cristalizado.

Por su parte, en el Núcleo histórico de Málaga la “recuperación” ha sido un proceso lento. Inicialmente, y hasta fechas muy recientes, no fue lugar de recepción del inmenso flujo turístico de la Costa del Sol Occidental. Era difícil contemplar en sus calles grupos de turistas. Más tarde, el Núcleo histórico, coincidente con la trama consolidada de la madina musulmana, contrajo todas las enfermedades que han sido tipologizadas por la bibliografía especializada entrando en una fase de profundo deterioro físico y funcional, apoyado desde mediados de los años ochenta por su ocupación por la “movida urbana”. Un proceso que hemos estudiado desde fines de los años setenta⁵ y que reflejaba, tal cual ahora lo hace en su proceso de tematización turística, patrones urbanos generales matizados por las condiciones locales.

(5) Véanse, entre otros: Rubio, A. (director), 2002: *De ciudad a metrópolis, Málaga: 1975–2000*, Asociación Provincial de Constructores y Promotores; 2007: “Málaga y Comercio, Territorio y consumo en la provincia de Málaga: el tiempo de las grandes transformaciones, 1975–2006”, en Auriolés, J. y Parejo, A. (eds), *La economía de la provincia de Málaga*, Cajamar, Málaga y Serrano, E. y Rubio, A. 2007: “La Ordenación del Territorio en la provincia de Málaga”, en Auriolés, J. y Parejo, A. (eds), *La economía de la provincia de Málaga*, Cajamar, Málaga.

Panadis
immobilier





Todo ello ocurría en el contexto de un cierto consenso social sobre la ausencia de una herencia valorable en aquellos tejidos urbanos e inmuebles. La llegada de recursos europeos, la disponibilidad de una mayor información sobre el pasado urbano, producida con la mejor intención, visualizó sus posibilidades: se iniciaron ciertas intervenciones, se concretaron líneas de financiación para la rehabilitación y, fundamentalmente, teniendo en cuenta la circunstancia del nacimiento de Picasso en la ciudad y las expectativas de la localización del Museo Picasso en la calle San Agustín, hicieron emerger la realidad de las inversiones especulativas que habían acompañado su deterioro y se fundamentó el omnipresente y hasta axfisiante relato de la relación Picasso–Málaga.

A partir de 1996 el panorama y las expectativas eran ya bien distintas. Finalmente, la reurbanización de la emblemática calle Larios, la efectiva entrada en funcionamiento del Museo, la viabilidad de la ordenanza hotelera definida en el artículo 12.4.2. del Plan General Municipal de Ordenación Urbanística (1998)⁶, la deslocalización de la movida urbana y ciertas transformaciones territoriales y sociales cambiaron las tendencias afianzando la tematización. Desde hace algunos años la calle Larios desempeña funciones de imagen global de la propia ciudad y es sede casi permanente de todo tipo de eventos, incluyéndose en tales actividades la plaza de la Constitución, y desde ella se están difundiendo reurbanización y tematización. El objetivo final nos parece incommensurable: que el propio Núcleo sea un megamuseo, tal y como ha propuesto el II Plan Estratégico de Málaga.

La reurbanización de la plaza de las Flores es un ejemplo perfecto de los resultados de la tematización. Se trata de un espacio residual de la intervención que condujo a la construcción de la calle Larios en el siglo XIX, reformulado en la postguerra, y reurbanizado hace muy poco tiempo. El proyecto parece plantearse como una díuplica metafórica del patio de los naranjos de la mezquita aljama, con suelos diseñados a partir de una modelización matemática de los ladrillos modulares nazaries de la Alhambra, sobre los que se sitúan ejemplares de naranjos, dispuestos en filas ordenadas en el centro y salvaguardando algunas plataneras procedentes del anterior ajardinamiento. Una fuente, adosada a la trasera de la iglesia de la Concepción, con fachada principal a la calle Nueva, introduce los rumores del agua. Por su disposición, entre edificios elevados, en ocasiones las traseras de algunos de la calle Larios, la plaza está protegida de los ruidos urbanos. El resultado: un espacio de serenidad donde los naranjos reflejan las estaciones y el agua introduce sus matices en el paisaje sonoro resultante. En la noche, la iluminación cenital

(6) Concretamente su Título Duodécimo, Capítulo IV: Uso Terciario, Artículo 12.4.2. Hospedaje.



contribuye a una escenografía casi fantástica. Sin embargo, la plaza carece de bancos y sólo es posible permanecer en ella de pie o sentado en las terrazas de los establecimientos hosteleros que colonizan una parte sustancial de su superficie. Ha perdido sus potenciales: desde su carácter estático y tránsito, de pausa en el discurrir callejero, a la posibilidad del bullicio del encuentro multitudinario en algún evento.

Posteriormente el proceso se ha ahondado con la apertura de nuevos museos (Museo Revello de Toro y Carmen Thyssen), una intensa transformación de los sistemas comerciales y hosteleros y ciertas intervenciones urbanas que, ahora, introducen el fenómeno tematizador en el cuadrante Oeste del Núcleo histórico, con conexiones obvias entre nuevos museos y la nueva planta hotelera. Por otra parte, el Plan Especial del Puerto, tras múltiples vicisitudes, ha conseguido un éxito parcial con la afluencia de cruceros y su potencial como estación de salida, con el consiguiente impacto económico. Pero no ha logrado con su aplicación la necesaria conexión con la trama urbana (una demanda social expresa).

Más que los contenidos físicos me interesa resaltar ahora que, este proceso de tematización clave en la estrategia de reactivación de la economía urbana local para ciertos agentes políticos y económicos, está acompañado de un rotundo éxito social, como demuestra la notable afluencia a las sucesivas “noches en blanco” y el uso ciudadano masivo de los espacios tematizados especialmente los fines de semana. Sin embargo, la consolidación de este proceso local dependía de la candidatura a la capital europea de la cultura 2016, saldada con un rotundo fracaso en parte debido a los notables errores técnicos del proyecto respecto de la lógica de este tipo de eventos⁷. ¿Qué ha ocurrido desde la lógica ciudad producto? El fracaso no es fruto de un error: el documento presentado es perfectamente coherente respecto de la estrategia diseñada por la planificación estratégica para la ciudad. Cosa distinta es su coherencia respecto de los criterios europeos, y no sólo de aquellos que tienen que ver con la capitalidad cultural. Es coherente con la planificación estratégica tanto en la forma como en el fondo: se ha presentado una opción que combina el reforzamiento de las industrias culturales e intervenciones físicas con una finalidad rehabilitadora.

Por tanto, nada nuevo. Sin embargo, lo decisivo y preocupante es su probable dimensión performativa, es decir, se define un determinado devenir para Málaga fundamentado exclusivamente en la salida “cultural” (turismo + industrias culturales). Este es un aspecto muy problemático puesto que, con o sin capitalidad, sus impulsores pueden

(7) Véase, Fundación Málaga Capital Cultural, 2010: *Málaga 2016, candidata a capital europea de la cultura. Para un análisis detallado de los contenidos del Proyecto presentado, en realidad las respuestas a un cuestionario*, véase, Rubio, A., 2010: “Málaga 2016: Punto Cero”, en Ateneo, núm. 13, págs. 100–114, Ateneo de Málaga, Málaga.

tener la pretensión de la continuidad, apalancada en opciones estratégicas obsoletas y en métodos de participación muy restrictivos.

Respecto de la coherencia con Europa creemos que es ambigua, escasamente creativa (una acumulación de eventos más o menos espectaculares) y probablemente poco coherente respecto de criterios tales como la dimensión europea (favorecer la cooperación entre agentes culturales, artistas y ciudades; resaltar la riqueza de la diversidad cultural de Europa y poner de relieve los aspectos comunes de las culturas europeas) y “la ciudad de los ciudadanos”. No se ha dado respuesta a cuestiones tales como el estímulo de la participación de los ciudadanos que viven en la ciudad y sus alrededores, despertar el interés de los ciudadanos extranjeros, ser sostenible y, formar parte del desarrollo cultural y social a largo plazo de la ciudad.

La ciudad colaborativa se asienta de otra manera: puede producir lo universal y hablar desde lo universal (lo común a todos nosotros) y necesita del común. Las respuestas del documento presentado son las que se derivan de la uniformidad que viene induciendo el modelo de la ciudad sujeto. Como se ha señalado, lo uniforme no pertenece a la razón sino a la producción. No deriva de una necesidad sino de una comodidad que permite producir en cadena. Su único mérito reside en elevar los rendimientos y en acrecentar la sencillez de la fabricación. La única racionalidad que cabe atribuir a la uniformidad que nos invade es principalmente económica y de gestión; descansa en la imitación y, en cualquier caso, no pertenece —a diferencia de lo universal— al orden de la lógica o lo prescriptivo (Jullien, F., 2008: 32)⁸. El citado documento y sus respuestas se asientan en los dictados de la uniformidad. Lo fácil domina sobre lo complejo.

¿Si se convocó a artistas, expertos y agentes, no hubiera sido también oportuno un trabajo dirigido a la sociedad, al común? ¿No es más oportuno un conocimiento y una participación directa desde el común que una simple afirmación, como mínimo incierta, de que la ciudad (sujeto) ha expresado el deseo de ser tal o cual cosa?

Con independencia de lo problemático que resulta llamar “ciudad del paraíso”⁹ a lo que el mismo documento—cuestionario presenta como realidad física de Málaga, lo poetizante vendría a significar justamente incluirse en la razón poética, como ampliación de la razón instrumental y simplemente calculadora. Pero el documento no consigue transmitir realmente una poética porque justamente es producido desde la razón calculadora y estratégica. Entiende una oportunidad para transformar la estructura y la dinámica económica de Málaga. La razón estratégica es siempre una

(8) Jullien, F., 2010 (2008): *De lo universal, de lo uniforme, de lo común y del diálogo entre las culturas*, Siruela, Madrid.

(9) Título de un poema de Vicente Aleixandre (Sevilla, 1898–Madrid, 1984) que el poeta dedica “a mi ciudad de Málaga”. En el libro *Sombra del paraíso* (Madrid, Adán, 1944).



Toda la provincia con
Picasso

M
málaga.es diputación

razón bética. Por el contrario, la razón poética no excluye sino que amplía la razón calculadora y, sin duda, en una poética del paraíso no cabe otra cosa que la ausencia de competitividad (aunque no hemos tenido la suerte de visitarlo parece de lo más lógico suponer que en el paraíso no se compite, simplemente se está expuesto a la luz y se vive en la serenidad puesto que ya nada se debe esperar).

En un sentido general, se trata de entender la tematización, aunque más exacto sería referirnos a las tematizaciones, como síntoma de un proceso de mercantilización de profundidad impensable por cuanto afecta a las formas de relación e interacción social, a los modos individuales de insertarse o no en las dinámicas sociales y, en definitiva, a las formas y la posibilidad misma de la experiencia. Lo social es irresoluble sin sede. Justamente lo que viene ocurriendo es precisamente la lenta disolución de cualquier posibilidad de existencia de sedes para la interacción social. Por sedes no puede entenderse otra cosa que “lugares”, “territorios” y arquitecturas (puros contenedores y contenedores puros) donde la territorialidad necesaria de lo social pueda hacerse efectiva. Para el Núcleo histórico de Málaga se ha construido un relato donador de sentido que incluye hitos, nodos, lugares, inmuebles y hasta atmósferas significativas, que deben ser tratadas como producto. Esto significa fundamentalmente distintos tipos de intervenciones urbanísticas, arquitectónicas y prácticas discursivas (centros de interpretación, publicidad institucional...) y de conexión e inserción con los agentes económicos del turismo mientras paulatinamente se expulsa a la población y se consigue seducir al conjunto de la ciudadanía.

Todo ello actuando conjuntamente provoca diversos resultados: exactamente un ocultamiento del proceso histórico a pesar del aparente desvelamiento que se deduce de los centros de interpretación y del mundo de la señalética que invade los tejidos urbanos y de las rutas planificadas. Este hecho se ha plasmado en el Núcleo en el olvido de su verdadera singularidad: ser sede y centralidad de una ciudad industrial decimonónica. Este hecho explica la ausencia de un patrimonio viejo, debido al peso de la reforma interior, en ocasiones consecuencia de episodios revolucionarios, y visualiza el Núcleo histórico como una expresión singular de lo que fue la innovación decimonónica. Ese es justamente su tema paradójicamente “olvidado”.

Como es sabido “lo manifiesto” está incluyendo algo más de todo aquello que se muestra por sí mismo. Incluye y apela a lo escondido, lo velado, lo oculto. De donde, el paisaje no se penetra desde sus manifestaciones formales. La ciudad no habla¹⁰,

(10) Frecuentemente, la planificación estratégica y los sistemas expertos, presentan la ciudad como sujeto, con capacidad de enunciar un discurso propio. Sin embargo, son otros los que hablan por ella, con sus cuentos y sus cuentas. Al respecto, Pere López Sánchez: “Centros históricos. Más allá del Ghetto y del Museo (Algunas cosas sobre el querer vivir en las ciudades viejas)”, en AA. VV., *Lecturas geográficas*, editorial Complutense, 2000, volumen II, págs. 1.167–1.178, Madrid.

INMINENTE
APERTURA
TIENDA
DE REGALOS
Y SOUVENIR

tampoco su paisaje. Aquellas sólo se describen en un texto literario; se congelan en la fotografía, se seleccionan en la cartografía o se filman o graban con las cámaras, donde lo nuevo será su capacidad de mostrar el movimiento. La interpretación queda formulada como un puro cuento, revestido de historicismo y de apelaciones a la etnicidad, que sirve para ocultar la tensión y el dramatismo del proceso histórico, tal y como sucedió en Málaga.

Este proceso no es resultado exclusivo de la calculabilidad de los agentes locales, y no es inevitable. Supone el “nexo entre la globalización capitalista, los desarrollos político–económicos locales y la evolución de los significados culturales y los valores estéticos” (Harvey, D., 2000: 418)¹¹. Por tanto, caben otros enfoques, incluso desde la lógica mercantil que subyace. Las estrategias pueden ser otras, más complejas por diversas; más matizadas, más sensibles por desvinculadas del “todo vale” (todo es potencialmente una mercancía).

Finalmente, lo que rodea a los turistas es pura banalidad: su mirada, la senda que recorren y sus hitos están fabricados y, en ese sentido, al menos parcialmente su mirada es la de otro. Carece de memoria, de recuerdos y, si los tienen, serán los de las imágenes de la propaganda turística en sus múltiples soportes. Todo él transporta una decisión exterior: dónde ir y por dónde ir (la elección del turista sobre las distintas posibilidades que brindan los “paquetes turísticos”); qué mirar y cómo mirar. El turista transporta una memoria, que contiene los textos de las guías y sus cartografías. En ese sentido, su mirada no es inocente. Tiene depositadas múltiples capas, precisamente las que le hacen ir a ver “lo que hay que ver”. Una mirada interesada. No puede haber asombro en la mirada fabricada (construida a partir de imágenes, metáforas y allodoxias) sólo consumo. Pero tampoco es muy distinta la situación del ciudadano local en el seno de los espacios tematizados, sólo tiene algunas posibilidades: se convierte en figurante de un escenario que le es (era) propio y ve desaparecer vía homologación y homogenización (la puesta en valor) de todo tipo de lugares, calles, nodos, ámbitos y atmósferas donde le era posible, al menos en ciertos casos, la afectividad de los recuerdos, las relaciones sociales no intermediadas por lo mercantil y el puro estar en la calle con su incertidumbre. El camino transitado con los recuerdos, muchas veces múltiples, precisamente lo que otorga espacio/tiempo, deviene imposible en estos paisajes de sustitución que simulan la ciudad. Como se habrá comprendido nos referimos a sus sutiles lazos que ligan lugares y personas a través de las topofilias y topofobias. El ciudadano local puede ser

(11) Harvey, D., 2007 (2001): *Espacios del capital*, editorial Akal, Madrid. En especial su capítulo 18, titulado “El arte de la renta: globalización y mercantilización de la cultura”.

desalojado de la posesión de una memoria completa (no banalizada), sustituida por la producida, lo que le convierte objetivamente en turista de su propia ciudad y presa fácil de una etnicidad radicalizada¹².

La tematización se comporta como sistema pero requiere una mirada monográfica sobre lo micro y sobre la red casi inmaterial que forma: desde una calle o plaza que se ha reurbanizado a la disposición de los establecimientos hoteleros; desde la desaparición de los comercios tradicionales, sustituidos por el complejo mundo de las tiendas de prestigio y franquicias, a la agonía de los cafés tradicionales, las tabernas y los bares. Mientras las cámaras no dejan ni un momento de mirar lo que sucede, la fiesta es sustituida por el espectáculo¹³. Todo ello conforma una posible cartografía donde lo ciudadano (la posibilidad del nosotros) no tiene aparentemente lugar. Frente a esta sistemática, la experimentación social propone —y puede proponer, no sin dificultades y con pocas posibilidades de alcanzar algún éxito—, en un contexto donde sus fuerzas son escasas, la crítica de los espacios tematizados, algún análisis que avise sobre el contenido insaciable de la tematización turística y los sectores económicos que la apoyan, y, sin duda, opone ciertas formas concretas de autoorganización donde lo común pueda tal vez expandirse. Venía sucediendo en los centros sociales de última generación pero, con las últimas experiencias en las plazas españolas, lo que parecía imposible ha tomado cuerpo: han sido lugares de confluencia de los múltiples deseos de los singulares, las ningunidades, los invisibles y cualesquiera otras categorías existentes en lo metropolitano, incluidos los perro-flautas. Su creatividad se opone, incluso sin saberlo, a la ciudad tematizada, donde lo histórico es sólo un destino donde “pasar el rato” pagando.

Día 29 de junio, hacia las 23.30 horas, en la plaza de la Constitución de Málaga ya desalojada por los “indignados”¹⁴: unas veinte personas diversas sentadas en el suelo formando un círculo escuchan atentamente a una lectora de poemas.

(12) Rubio, A., Pablo Millán, Fernández Valderrama, L. y Martín Mariscal, A., 2010: “Empty heritage: elements to understand the heritage commercialization process”, en *Heritage and Sustainable Development*, Editors: R. Amoéda, S. Lira & C. Pinheiro, UNESCO, Évora.

(13) Rubio Díaz, A., Reinoso Bellido, R. y Fernández Valderrama, L., 2008: “Transformaciones en la relación entre lo doméstico y lo público”, en *Neutra*, núm. 16, págs. 52–57, Colegio Oficial de Arquitectos de Sevilla, Sevilla.

(14) El movimiento ciudadano de los “indignados” del 15-M dio comienzo el domingo 15 de mayo de 2011 con manifestaciones simultáneas en diversas ciudades españolas de miles de personas en demanda de una democracia más participativa. Los ‘indignados’ de Málaga permanecieron acampadas en la plaza de la Constitución entre el 17 de mayo y el 20 de junio, fecha en que se decidió levantar el campamento.

Ciudad Picasso

Rogelio López Cuenca

La edición andaluza del diario *E/ País* incluía el día 1 de abril de 2004 el siguiente titular:

"El plan estratégico malagueño propone que la ciudad sea declarada patrimonio de la humanidad".

La propuesta podrá no parecer tan sorprendente hoy cuando a partir, sobre todo, de la inclusión, en 2010, del arte flamenco en la "Lista del Patrimonio Cultural Inmaterial que requiere medidas urgentes de salvaguardia"—y otros intangibles, como la dieta mediterránea, que han sido, por su popularidad, objeto de una amplia cobertura mediática— se ha desatado un goteo de aspiraciones a esta distinción, hasta tal punto incesante que amenaza con hacer realidad aquella historia de Borges sobre un Imperio en que el Arte de la Cartografía había logrado tal perfección que el mapa y el territorio coincidían puntualmente¹.

La pretensión de que Málaga sea declarada por la Unesco como patrimonio de la humanidad podría, pues, hasta pasar desapercibida entre tanta y tan indiscriminada ambición al título (que anhelan, por sólo hablar de nuestro entorno inmediato, tanto las ciudades de Antequera y Ronda como la Cueva de Nerja, el olivar jiennense, los toros, Torremolinos o la Semana Santa). Pero para quienes hemos visto y vivido cómo en el núcleo histórico de Málaga se infligían impunemente las más degradantes vejaciones propias de la especulación inmobiliaria, la noticia no podía ser más asombrosa. Lo que la hacía disculpable no era otra cosa que lo fabuloso del momento, la fantástica atmósfera —que alcanzaba cotas de embriaguez delirante— provocada por el proceso

(1) Jorge Luis Borges, "Del rigor de la ciencia", *El hacedor*, Emecé, Buenos Aires, 1960.



MIRAMOS
HACIA EL FUTURO

Avda. Molière, 36. Edificio Cristal - 1, 4º pl. 1-29004 Málaga - 902 23 86 22 Fax.



de construcción del evento por parte de los medios de comunicación masivos en torno a la apertura en la ciudad del Museo Picasso (octubre 2003).

No se puede ignorar que en el sustrato del entusiasmo ambiente que festoneaba aquel momento se encontraba el fantasma de lo que se ha dado en llamar el “efecto Bilbao” o “efecto Guggenheim”: el “milagro” por el cual una ciudad periférica y en decadencia se transforma, en un lapso de tiempo inusitadamente breve, en una ciudad “global” y “cultural”, y se convierte en un destacado destino turístico. Y todo a partir del aterrizaje de un museo que, a modo de nave nodriza procedente de otra civilización, se configura como el eje central de una extraordinaria metamorfosis urbanística, económica, cultural y social, dando lugar al nacimiento de un sentimiento de autocomplacencia y cohesión identitaria que sería el sueño de cualquier dirigente político.

Resulta difícil imaginar una etiqueta más apropiada que la marca Picasso para apoyarse a la hora de aspirar a la competición entre ciudades que caracteriza a la nueva economía postindustrial, la lucha por atraer inversiones, megaeventos (ni falta decir que “culturales”: todo es “cultura” ya) y sus correspondientes visitantes en el mercado turístico global. Más que probada está ya la eficacia del nombre Picasso a la hora de añadir el prestigio de su capital simbólico ya sea a un perfume, ya sea a un restaurante (dicen que es el nombre más utilizado en pizzerías en todo el mundo), o a un coche; y no cualquiera: en España, el Citroën Picasso es el coche de la policía. Y es que nunca en la historia un artista fue tan conocido, y reconocido como tal. Su fama, entre otras cosas, se asienta en su feracidad: superan los 20.000 el número de obras producidas a lo largo de sus ochenta años de carrera. Y su biografía, repleta de pasajes ideales para un *best seller*, ha sido objeto de incontables publicaciones que, a lo largo de su vida y tras su muerte, incansablemente le han dedicado sus biógrafos, esposas, amantes, descendientes, amigos y enemigos.

Con todos estos ingredientes, no puede sorprender la facilidad con que la figura de Picasso arraiga en el imaginario popular, que adora el mito de la *bohème*, la figura romántica del artista como héroe trágico, arrastrado por un impulso inconsciente, cuya excéntrica originalidad se adelanta a los cánones de su época, con los que choca frontalmente; el artista profeta que, a modo de Cristo Redentor, se sacrifica por el porvenir de la humanidad toda —en este caso, por el progreso del arte y la cultura universal—, ignorado por una sociedad que sólo reconocerá su error a posteriori, con la erección de templos expiatorios dedicados al culto y salvaguarda de las reliquias del mártir, ante las cuales los peregrinos, vanidosos, nos podemos pensar como cultos y entendidos mientras condenamos la ignorancia y la barbarie de aquellos que en el pasado no supieron apreciar la verdadera belleza y su valor.



CASA NATAL. Los Reyes firmaron en 1998 en el libro de visitas de la Fundación Picasso. / REUTERS

Sus Majestades ya visitaron el museo de calle San Agustín cuando era el Bellas Artes. Y allí se encontraron con Picasso

Regreso al Buenavista

TEXTO: F. G. D. / FOTO: SUR / MÁLAGA

N O será la primera vez que pisen el palacio de Buenavista ni que vean allí las obras de Pablo Ruiz Picasso. Eso sí, los Reyes Don Juan Carlos y Doña Sofía se encontrarán hoy con una estampa muy diferente: un edificio del siglo XVI pero adaptado a las necesidades museológicas del siglo XXI, y una colección permanente de obras del artista malagueño que convierten a esta

La estrella de la visita fue la sala 18, que exhibía grabados de Picasso

La Academia de San Telmo entregó a Doña Sofía su Medalla de Oro

importante diferencia de infraestructura, gracias a su ampliación a lo largo de la Judería hasta los jardines de Ibn Gabirol).

Medalla para la Reina

En aquella visita de 1989 al Museo de Málaga, los Reyes estuvieron acompañados por los miembros de la Real Academia de Bellas Artes de San Telmo, que tenía precisamente su sede en el palacio de Buenavista. El

Quizá el ejemplo prototípico de esta especialidad sea el de Van Gogh, santificado en su dolor y venerado por el gran público. Pero es evidente que aún más que el grado de injusticia de los padecimientos sufridos importa el hecho de saber transmitirlos. En el caso de Picasso, una emblemática escena ilustra las penurias del artista enfrentando los obstáculos que le exige su destino: aquella en la que, para poder calentarse en el gélido invierno parisino, el joven genio se ve obligado a quemar sus propias obras. La imagen, poderosamente simbólica, evoca ritos presentes en toda la mitología mundial, y despierta inevitablemente sentimientos de identificación con la víctima. Sobre todo, conociendo de antemano el final de la historia: cómo ese desafío de las normas será recompensado, y sin mucha demora por un éxito tal que hoy día cualquier obra de Picasso podría considerarse una moneda de validez global. Una exposición suya es un *blockbuster*, un éxito asegurado, un espectáculo para todos los públicos, y en absoluto exclusivo de un círculo de especialistas e iniciados.

La obra de Picasso, pues, responde a la perfección a la exigencia neoliberal de la consideración de la cultura como negocio, operación que se efectúa en nombre de una “modernización” que requiere el libre mercado de los bienes artísticos, esto es, su uso comercial y turístico para beneficio de la empresa privada. Bajo esta perspectiva, el museo no pertenece a una categoría distinta que los hoteles y restaurantes de lujo, los centros comerciales y de ocio, los parques de diversiones y los campos de golf dirigidos al gran turismo internacional.

“Picasso, Midas del Centro”, titulaba la prensa local, informando de la extraordinaria celeridad de los cambios que se registraban en el entorno del Museo Picasso los días previos a su inauguración. La genialidad de Picasso será habitualmente percibida de un modo muy similar a la (maldición, no lo olvidemos) de aquel rey: por su capacidad de transformar cualquier cosa en oro. Por ejemplo, un trazo en apariencia descuidado, que se popularizaría a través de las grabaciones cinematográficas en que el artista, pincel en mano, realiza en pocos segundos un dibujo que, acto seguido adquirirá un valor incalculable: en el momento en que como un prestidigitador, rubrica la obra, ejecutando así, a ojos vista, el milagro de la plusvalía, la eucaristía del capitalismo.

Cualquier empresa, pues —y, por supuesto, la ciudad post-política, la ciudad entendida como empresa que impone el capitalismo neoliberal—, vería en su vinculación con la marca Picasso una oportunidad única de potenciar su valor y rentabilidad, basada en el *cobranding*, es decir, en un pacto cuya premisa básica sea establecer una asociación basada en la relación ganar-ganar. Desde este punto de vista hay que entender la insistencia de unos y de otros en subrayar éste o aquél rasgo: su españolidad, su origen

andaluz o malagueño, su gusto por los toros o el flamenco, pues da inevitablemente origen a una notable y sustanciosa transferencia de plusvalor. Lo que ya no sucede, por ejemplo, con su militancia política, fatalmente *demodé* e irritante y fastidiosa cuando sale a colación.

La utilización del nombre Picasso en Málaga, alcanza su momento culminante en torno a las fechas de la inauguración del museo (2003), pero esta explosión venía precedida de toda una serie de bautismos, tanto municipales —desde el Paseo Marítimo Pablo Ruiz Picasso a los Jardines de Picasso— como por parte de la empresa privada; principalmente la hostelería. Existe un documento que recoge ese naciente culto: para la exposición realizada por el pintor Luis Navarro en la galería Pedro Pizarro en febrero de 1992 —es decir, meses antes de lo que se considera oficialmente como la primera piedra de la epifanía picassiana en Málaga, la muestra *Picasso clásico*, inaugurada en octubre de ese mismo año—. En la tarjeta de invitación, Navarro reunió, a modo de collage, una colección de fotografías de establecimientos comerciales —restaurantes, cafés, bares, una autoescuela— que se llamaban ya como el gran genio. En el centro de la imagen, con resonancias de oráculo, casi como una amenaza, evocando la dantesca advertencia a las puertas del infierno, el rótulo de la entonces nueva terminal del aeropuerto de Málaga: Terminal Pablo Ruiz Picasso.

No recuerdo exactamente cuándo las notas, las fotografías, los disparatados recortes de prensa, empezaron a tomar la inquietante forma de un archivo que recogía lo que podríamos llamar la reinvenCIÓN de Málaga en torno a la figura de Picasso, la picassización de Málaga como cifra de su renacimiento a la economía postfordista en forma de parque temático del sector terciario, por un lado; y por otro, su inverso y complementario, la malagueñización de Picasso: la elucubración, cuando no el arriesgado y atropellado envite, por encontrarle raíces malagueñas al más fútil de los gestos, a la más nimia expresión picassiana, pues en ello ha decidido jugarse la ciudad—marca su quizás imposible diferencia en una carrera entre ciudades que buscan distinguirse unas de otras a través de la misma estrategia fatal, su banalización.

Así, al modo del *Libro de los pasajes*², se agrupan en el presente trabajo, bajo la forma de constelaciones, en sus continuidades y fracturas, una red de signos —palabras e imágenes—, fragmentos sometidos a la caducidad a que las condena la inmanente interinidad de las noticias; pues si hay algo que preside este empeño es la sospecha de que esta obsolescencia congénita de los que Benjamin llama “la calderilla de lo *actual*”³, emborrana de un modo insalvable la posibilidad de interpretar su significado más verdadero. Sólo quizá desfuncionalizadas, descepadas del contexto de su circulación,

(2) Walter Benjamin, *Libro de los pasajes*. Akal, Madrid, 2005.

(3) Walter Benjamin, “Experiencia y pobreza”, *Obras*, II, 1, Abada, Madrid, 2007.

2016. Málaga Capital Cultural de Europa

125 años de Picasso 1881 / 2006



Málaga
Ciudad Natal



AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA
Área de Cultura

Picasso
FUNDACIÓN PICASSO
MUSEO CASA NATAL
AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA

6664
BZF

arrancadas de la celeridad que las precipita a la insustancialidad más absoluta, el diario atrasado, el recorte de prensa, paradigma de lo pasado de moda, lo anticuado, lo inútil, se convierten en aquello en lo que podemos atisbar la posibilidad de una historia “otra” de aquellas de las ciudades “espectaculares, conmemorativas, triunfales, falsas”⁴.

CIUDAD MUSEO

1.

Picasso “reinventa” Málaga. La ciudad se perfila como un macromuseo al aire libre.
La Opinión de Málaga, 28 octubre 2003.

2.

El centro se convertirá en una ciudad museo.

Ramón Casero. Concejal de Urbanismo, al recoger su galardón durante la ceremonia de entrega de la III edición de los *Premios Financiera y Minera de Arquitectura y Construcción de Málaga* —“foro para el diálogo entre el mundo de la construcción y el de la creación”—. Los premios, da cuenta la revista *Cemento-Hormigón*, los entrega Financiera y Minera, empresa del conglomerado Italcementi Group, dueños de la fábrica de Cemento de Málaga, localizada en el barrio de La Araña. Se trata de la empresa más contaminadora de la ciudad y la segunda fábrica de cemento que más CO₂ expulsa al año de toda Andalucía.

En el mismo acto, el Premio Especial del Jurado fue concedido a la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía y a Christine Ruiz-Picasso, por la promoción y realización del Museo Picasso de Málaga.

3.

Málaga es un museo de los problemas del suelo en España.
Luis López Peláez: *Málaga hoy*, 5 junio 2005.

GENEALOGÍA(S)

1.

Si bien Málaga ostenta el título de ciudad natal de (el niño) Pablo Ruiz Picasso, A Coruña se reclama “lugar de su nacimiento artístico”, y Horta de Sant Joan

(4) Manuel Delgado: “Ciudades de mentira. El turismo como estrategia de desactivación urbana”, *Archipiélago* nº 68. Barcelona, 2005.

FITUR 06

M A L A G A

LA PRESENCIA DE MÁLAGA EN FITUR 2006 SE RESUME EN UN 'BRILLA'. CON ESTE ESCUETO LEMA EL PATRONATO DE TURISMO DE LA COSTA DEL SOL LANZA SU CAMPAÑA DE PROMOCIÓN. SUS PLAYAS, SIERRAS, CIUDADES Y PUEBLOS ESTARÁN PRESENTES EN LA FERIA MADRILEÑA PARA PRESENTAR UNA OFERTA VARIADA Y RICA QUE CONTARÁ ESTE AÑO CON UN GRAN PROTAGONISTA: EL 125 ANIVERSARIO DEL NACIMIENTO DE PABLO PICASSO. EL GENIO Y EL SOL CAMINAN DE LA MANO EN MÁLAGA.



(Barcelona) “tiene el honor de ser el lugar donde Picasso se descubrió a sí mismo como genio”.

Francesc Miralles, en “Donde Pablo se hizo Picasso”, Víctor A. Gómez, *La Opinión de Málaga*.

2.

Por fin empieza a aceptarse que el hecho de que Picasso naciera en Málaga sitúa en esta ciudad los condicionamientos y experiencias que lo llevan a ser artista y sellan su carácter.

Lourdes Moreno: “El hecho diferencial”, en *Un año con Picasso. Diario Sur*, Málaga, octubre 2004.

3.

No puede dejar esta ruta de visitar la plaza de toros de la Malagueta donde Picasso quedó impactado al ver cómo los caballos eran embestidos por los toros, un recuerdo dramático que después reflejaría en el Caballo de Guernica.

S. Roses y A. Barea: “El rastro del artista. La ciudad de un genio”, en *125 aniversario de Picasso. Málaga hoy*, octubre 2006.

4.

Del mismo modo, se ha llegado a aventurar la influencia en los retratos picassianos de mujeres llorando de la imaginería religiosa de las *dolorosas* de la semana santa malagueña, que, por qué no, tendrían que haber dejado su indeleble huella en la impresionable memoria del niño. Igualmente se han querido ver en el *Guernica* los ecos del terremoto que sacudió Málaga en 1884, cuando Picasso tenía tres años.

EL PICASSO NORMAL

1.

... el Picasso cubista, el Picasso estridente (...) Al otro Picasso, al normal, continuaremos reverenciándole y admirándolo.

Miguel Utrillo: “Las telas de Picasso no representan más que la evidencia de que el cubismo es un movimiento caducado”, *El Día Gráfico*, Barcelona, 1936.

2.

En el reportaje “Picasso se abre a Málaga” (*El País*, 27 octubre 2008), su autor, Sergio Mellado, describe cómo, en la segunda jornada de puertas abiertas con las que el Museo Picasso celebra su quinto aniversario, “la gente se arremolina” ante el *Retrato de Paulo con gorro blanco* (1923) y el de *Olga Koklova con mantilla* (1917).



3.

Ya durante la inauguración oficial del museo la prensa reparó en el modo en que *Olga Koklova con mantilla* atrajo especialmente la atención de Su Majestad la Reina Doña Sofía.

FAMILIA Y VECINOS

En las salas de exposiciones del Museo Casa Natal de Picasso se han realizado muestras monográficas del padre del artista, de su hermana Lola y de su sobrino-nieto Xavier Vilató. Con motivo de la inauguración de esta última, el 25 de septiembre de 2005, en el diario *La Opinión de Málaga*, el concejal de Cultura, Diego Maldonado informaba de un “futuro museo de artistas malagueños del siglo XX, en el que se proyecta construir una sala dedicada a los pintores familiares de Picasso”.

PABLO

Los cursos de verano de la Universidad de Málaga, el año 2006 tenían como lema “Picasso Universal”. Curiosamente, sólo uno de los cursos tenía a Picasso como tema, “La crítica sobre Picasso desde 1900 hasta nuestros días”. El título de otro hacía una alusión, más bien gratuita, a Picasso: “Centros de Arte Contemporáneo hoy: los modelos que Pablo pudo soñar”.

¿Qué tipo de familiaridad con Picasso pretende aparentar la utilización del nombre de pila para referirse a alguien a quien todo el mundo conoce por su apellido?

CASA NATAL

El día 25 de octubre de 2002 y como celebración del *XV Octubre picassiano*, a las veinte horas, en la Fundación Pablo Ruiz Picasso, se procedió a la “inauguración del Espacio Picassiano, recreación del estudio de José Ruiz Blasco, padre de Picasso, durante el periodo 1881-1891. Proyecto y realización: Diego Santos”.

No pasará mucho tiempo antes de que en las páginas de la prensa local, el carácter de “recreación” pase al olvido y se ofrezca abiertamente “la posibilidad de contemplar de cerca *un salón decimonónico de la familia Picasso*”.

Diario Sur, 31 diciembre 2003.

**SEGÚN LA TRADICIÓN
EN ESTE LUGAR
ESTUVO EMPLAZADO
EL PARVULARIO
DONDE ASISTIÓ DE NIÑO
PICASSO**

**FUNDACIÓN PABLO RUIZ PICASSO
AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA, 2004**

ITINERARIO PICASSIANO

Las placas que señalan la breve vida malagueña de Picasso (la casa donde nació, la iglesia donde fue bautizado o su parvulario) y, a falta otra cosa, la de su padre (su estudio o la botica donde se reunía de tertulia) no incluyen el episodio de su último viaje a Málaga, en el fin de año de 1900, en compañía de Carles Casagemas:

“Tío Salvador no los quiso en su casa a los dos amigos, que acabaron en una fonda de la calle Camas. Sitio de burdeles, y Picasso nunca más se llamó Ruiz, y nunca más volvió a Málaga”.

Justo Navarro. *El País*, 8 abril 2006.

Las pensiones de mala muerte y los viejos prostíbulos han sido demolidos. En la calle Camas se inauguró en 2010 el primer hotel de cinco estrellas de la ciudad.

ANDALUZ

Picasso era andaluz en todo; en su forma de hablar y de estar...

Mi hijo Bernard es tan andaluz como su abuelo.

Christine Ruiz Picasso, *Diario Sur*, 25 octubre 2003.

Un andaluz llamado Pablo Picasso.

Manuel Chaves, Presidente de la Junta de Andalucía. *La Opinión de Málaga*, 27 octubre 2003.

ESPAÑOL

Lo único que fue una constante en él fue su hispanidad.

John Richardson, *El País*, 1 diciembre 1991.

¡Precisamente durante una corrida de toros, las más duradera de las pasiones españolas de Picasso! Picasso le respondió [a André Malraux, que le había propuesto por enésima vez que se hiciera ciudadano francés]: “Nací en Málaga y aprendí a pintar en La Coruña, en Barcelona, en Madrid. Y pinté Guernica. Nunca podré ser francés”.

Luis Mamerto López Tapia: “Las mujeres de Picasso”, en *Picasso vuelve*, *Diario Sur*, octubre 2003.



PICASSO FLAMENCO

1.

Picasso era muy flamenco.

Enrique Morente, entrevista en *Ababol* (www.laverdad.es).

2.

Picasso era muy flamenco: sus tauromaquias, sus guitarras, su forma de vivir, sus fiestas de noche, mujeriego.

Diego “el Cigala”, entrevista en *La Flamenca* (www.revistalaflamenca.com).

3.

En un artículo titulado “La nana de Picasso”, publicado en *Picasso 125 años (Málaga hoy*, octubre 2006), el pintor malagueño Eugenio Chicano comenta sus conversaciones telefónicas con Picasso: “Además de pintura y arte, Don Pablo me hacía preguntas sobre flamenco (...) por letras de cantes y, sobre todo, las coplillas picantes del carnaval. (...) Un día hincapié en una letra flamenca donde se hacía una extraña referencia a Alejandría”.

El autor concluye: “El memorizar un romance–nana de difícil divulgación y atraparlo en la memoria ante la extraña inclusión de la palabra Alejandría en su contexto, no es habitual. Sólo un artista de su cultura, sensibilidad y curiosidad, además de andaluz y malagueño, podría emplear su finura en detectar y profundizar sobre estas cuestiones”.

TOROS

Telecinco emitirá el próximo sábado 11 de abril la primera corrida “Picassiana” de la historia.

Europa Press, 24 marzo 2009.

La Corrida Picassiana se incorpora a la oferta de la Semana Santa.

Esta tercera experiencia viene marcada por su nueva fecha, ya que tanto en 2009 como en 2010 venía celebrándose en la jornada del Sábado Santo, y acompañado de otros dos festejos en la jornada dominical con un “éxito rotundo”. “Hasta entonces, el turista se marchaba

PRIMERA CORRIDA DE TOROS PICASSIANA



MÁLAGA 2009

EXTRAORDINARIA CORRIDA DE TOROS

Sábado

11
Abril 2009

6 BRAVOS TOROS 6

XXI FERIA DE MÁLAGA

ESTADIO BENITO VILLAMARINA

A las

6
de la tarde

Manuel Díaz “El Cordobés”
Rivera Ordóñez
Sebastián **Castella**

ASOCIACIONES DE SUS CORRESPONDIENTES CORREDORES



el Viernes Santo o el sábado por la mañana, y con este reclamo de la figura de Picasso se ha conseguido que prolonguen su estancia”, indicó Bendodo.

La Opinión de Málaga, 8 abril 2011.

Lucía Bose impulsa la construcción en Málaga de una plaza de toros diseñada por Picasso.

La Vanguardia, 26 octubre 2006.

IMAGINAR LA PAZ

Diario Sur, Málaga, 2 de junio 2011:

El Málaga y la Unesco hacen historia.

El Málaga presentó ayer un acuerdo histórico en el fútbol español e internacional

El jeque qatarí propietario del Málaga Club de Fútbol, Abdullah Bin-Nasser Al-Thani, y la directora general de la Unesco, Irina Bokova, firmaron un convenio de cuatro años de duración cuyo objetivo es promover una cultura de paz a través del deporte, Internet y las redes sociales. “Imaginar la paz” es el lema, y el logotipo de la Unesco aparecerá en las nuevas camisetas del equipo para la próxima temporada, de la firma Nike.

El acto terminó con la performance de Manuel Lombo: un espectáculo de flamenco, recientemente proclamado patrimonio de la humanidad, como guiño para la Unesco.

y lo hizo en un acto multitudinario donde se reunió lo más granado de la sociedad política, deportiva y cultural malagueña; todo a la altura de las circunstancias, en el Museo Picasso.

HIPÉRBOLE

1.

El día de la inauguración del museo, el actor Antonio Banderas revelaba: “Málaga se sitúa como una de las ciudades culturales más importantes del mundo”. Por su parte, el director del Centro de Arte Contemporáneo, Fernando Francés, añadía un críptico matiz cronológico: “Estamos ante el logro cultural más importante desde hace un siglo”.



2.

Tres años más tarde, en 2006, una publicación monográfica dedicada a Fitur (Feria internacional de turismo) se corroboraba: "Picasso lleva a Málaga a la cima de las rutas culturales".

FX

1.

Málaga va a despertar de un letargo.

Ángel Garó, humorista. *Diario Sur*, Málaga, 25 octubre 2003.

2.

Picasso está en Málaga.

Pedro Aparicio, ex alcalde de Málaga. *La Opinión de Málaga*, 27 octubre 2003.

3.

Durante las últimas semanas, Málaga entera se ha convertido en Picasso.

Vecinos de Málaga, nº 182, 30 octubre a 5 noviembre 2003.

4.

Se respira a Picasso en las calles del centro.

La Opinión de Málaga, 28 octubre 2003.

5.

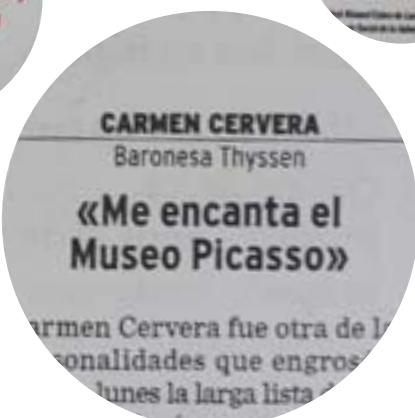
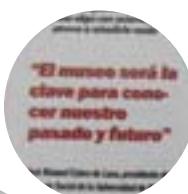
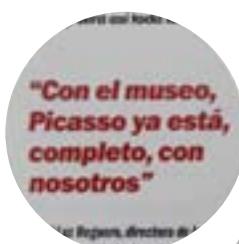
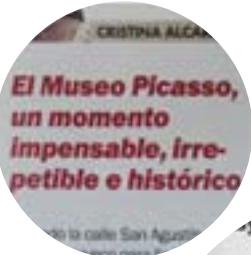
Me emocionó el fervor por Picasso en los malagueños que nunca habían visto una obra suya.

Christine Ruiz-Picasso, *Diario Sur*, 25 octubre 2003.

HOMENAJE

1.

Realizado por Berrocal por encargo del Ayuntamiento de Málaga, en 1971. El monumento, terminado en 1976, se exhibió por primera vez, en la exposición *Homenaje*



a Picasso, celebrada en los alrededores de Rond Point en los Campos Elíseos de París. Según una descripción del propio escultor el monumento simboliza una mujer acostada al sol de Málaga y un corazón del que salen arterias que forman prácticamente la escultura, por ello es mejor denominarlo Siéxtasis.

Rosario Camacho (dir): *Guía Histórico Artística de Málaga*.

2.

En las inmediaciones del anterior, también en los Jardines de Picasso, se encuentra otro *Homenaje a Picasso*. En el pedestal sobre el que se levanta la escultura, una lápida reza: “Primer homenaje monumental en España a Pablo Picasso realizado en diciembre de 1972 por el escultor Ramón Calderón y ofrecido por el pueblo de Málaga en marzo de 1978”.

3.

Estatua de Picasso: nuevo ícono turístico.

La obra, de 1,40 metros de altura —en escala un diez por ciento mayor al tamaño natural debido a que su reproducción está destinada a ser expuesta en la calle—, ha tardado casi dos años en realizarse y ha costado aproximadamente 166.000 euros.

Buen conocedor de la estatuaria clásica y renacentista, su autor, Francisco López Hernández opina que los creadores deben dejar testimonio de nuestra contemporaneidad reflejando con el mayor realismo posible las personas de nuestro entorno. Su última obra, que desde ayer se sienta en la plaza de la Merced, es el mejor ejemplo de su teoría y su práctica

El alcalde Francisco de la Torre, inauguró ayer la obra y explicó que está bastante satisfecho con el resultado, sobre todo con el parecido de la réplica al artista

Diario Sur, 6 diciembre 2008.

¿De qué retorcido cráneo surgiría tan perversa ocurrencia, quién habrá sido capaz de idear un gesto tan cruelmente rencoroso y vengativo, tan sibilina *vendetta*? la erección de una estatua de Picasso, ejecutada (sic) según los cánones del más rancio y académico realismo “clásico y renacentista”.

En la fotografía oficial de la inauguración del monumento, además del alcalde, se apiñan alrededor de la estatua representantes de todo el espectro político presente en la corporación municipal.



4.

... y en cuya pintoresca convocatoria podían verse agrupadas firmas e instituciones que, en pureza, no sólo ignoran a Picasso, sino —lo que es más grave— que se han manifestado siempre como indiferentes u hostiles a todo lo que representa.

Guillermo de la Torre. Catálogo de la primera exposición de Picasso en Madrid, ADLAN, 1936.

5.

Todos cuantos otorgaban poder a mi abuelo, lo glorificaban, lo aureolaban, lo elevaban al estadio de dios: los expertos, los historiadores de arte, los conservadores, los críticos, por no hablar de los cortesanos, los parásitos, los aduladores que estaban tan impresionados por lo que mi abuelo hacía con tanta facilidad que alimentaba sus fantasmas. Qué importaba saber si mi abuelo era feliz o desgraciado, lo único que contaba era su poder, su imperio, la fortuna que representaba y que hacía de él un hombre espectáculo.

Marina Picasso: *Picasso, mi abuelo.*

FAKE

“Recuperar” lo que nunca existió.

En el *Diario Sur* del 21 mayo 1988, bajo el titular “Acuerdo para cambiar una de las fachadas más antiestéticas de la Plaza de la Merced”, se informa de “la inmediata remodelación del edificio ‘Pertika’, situado frente a la casa natal de Picasso” para “devolver la imagen tradicional a la plaza”. Su situación en un “polo de atracción turística” exigía, en aras siempre de la “mejora del entorno”, la travestización de la fachada de un edificio construido en los años setenta, con la estética propia de la época, y su transformismo y reconversión al “ecléctico decimonónico malagueño”, estilo consensuado como decorado y marco de la Santa Infancia Picassiana, a cuya reproducción parecen encaminarse el concurso y el esfuerzo de la ciudad toda y sus vecinos.

SUCCESION PICASSO

1.

Maya Widmaier Picasso (*née* Ruiz Picasso), Claude Ruiz Picasso, Paloma Ruiz Picasso, y los dos hijos de Paul, fallecido en 1975: Bernard Ruiz Picasso y Marina Ruiz Picasso,



herederos los cinco de Pablo Ruiz Picasso, constituyen la “Sucesión Picasso” o “Indiviso Picasso”, cuya propiedad consiste principalmente en los derechos de propiedad intelectual derivados de la obra y el nombre del pintor. La gestión de estos derechos se realiza a través de *Picasso Administration*.

www.picasso.fr

2.

La gran deuda de España con Picasso sigue pendiente.

Carmen Jiménez, en *Picasso 125 años, Málaga hoy*, octubre 2006.

COPYRIGHT

La pretensión de gravar económicamente las imágenes de la historia y de la crítica del arte atenta contra la libertad de expresión, impide el desarrollo de estas disciplinas y perjudica seriamente al sistema del arte contemporáneo.

Juan Antonio Ramírez, Premio Pablo Ruiz Picasso de la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, 2004.

PALOMA PICASSIANA

1.

Estatutos de la Universidad de Málaga (1973):

El escudo de la Universidad de Málaga ostenta una paloma blanca, reproducción de la imagen que aparece en la litografía del malagueño Pablo Ruiz Picasso, titulada “La Paloma”, orlada en letras capitales con la leyenda latina: “Universitas Malacitana”, y todo ello abrazado por dos ramas de laurel en forma de corona atada con cintas en su base y abierta en la parte superior.

2.

EFE, Málaga, 16 septiembre 2004:

La Universidad de Málaga cambia de símbolo corporativo para evitar el pago de derechos a la familia Picasso.



© Succession Picasso, Paris

2005. Picasso and Pablo Picasso are trademarks of Succession Picasso®

13 de octubre de 2000 la Universidad recibió un escrito en el que se le comunicaba que utilizaba la obra picassiana “sin que hubiera obtenido previamente autorización de los herederos de Picasso ni de sus representantes”.

La entidad que representa a la familia Picasso en España le advirtió entonces a la Universidad de que “la transformación no autorizada de dicha obra y su utilización suponen, junto a la infracción de los correspondientes derechos económicos, un grave atentado a los derechos morales del señor Picasso”.

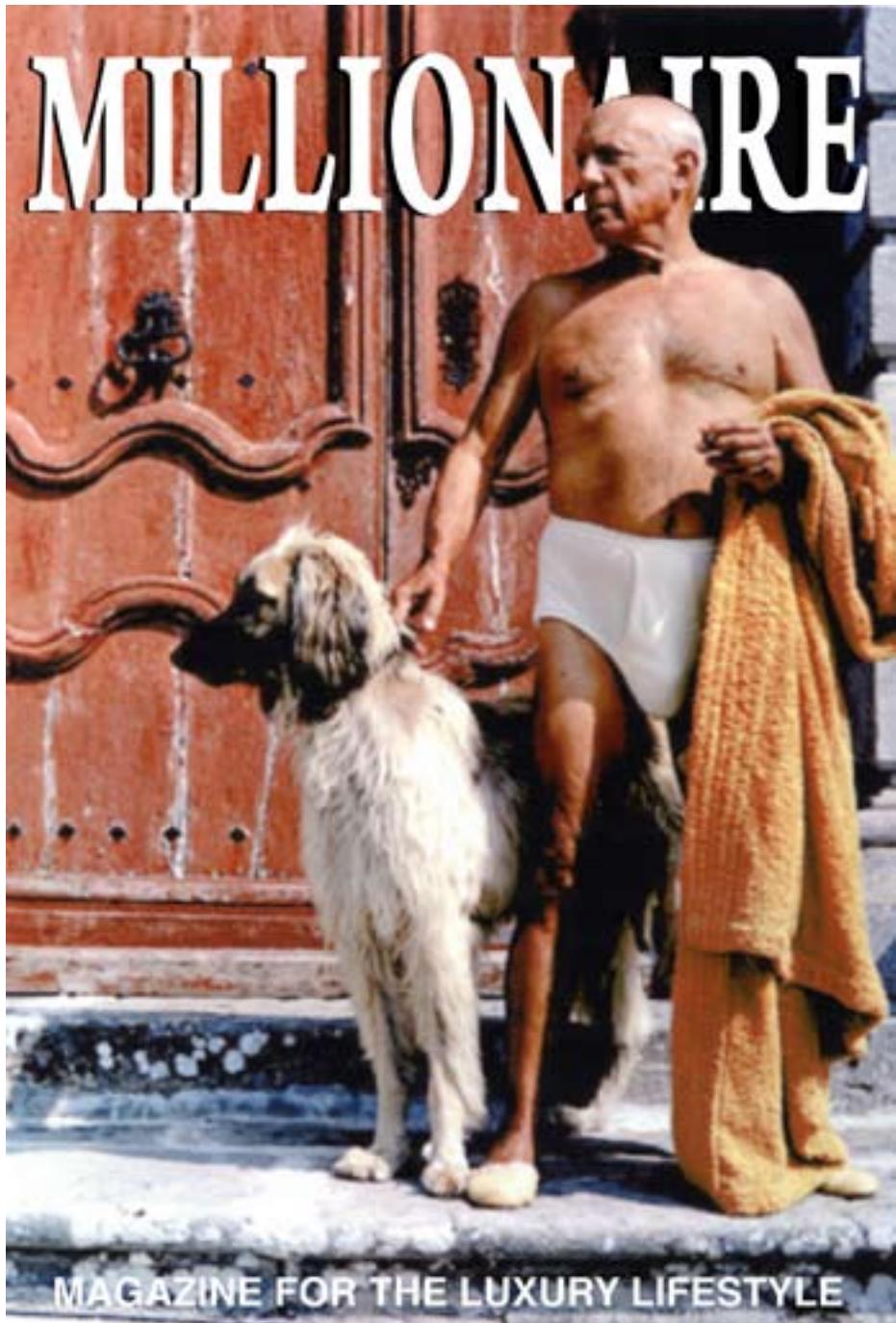
La nueva imagen consiste en una “U”, también con trazos picassianos.

CIUDAD GENIAL

Diario Sur, 28 mayo 2008:

“Málaga ciudad genial” es ya un producto turístico exclusivo, que comercializa con un folleto monográfico Viajes El Corte Inglés en su red de agencias compuesta por 750 oficinas en España, en varias ciudades europeas y en América. Así lo explicó ayer el director de Marketing y Comunicación de este grupo de viajes, Fernando Tomás, en la presentación de esta iniciativa en el Ayuntamiento de Málaga, junto al concejal de Turismo, Elías Bendodo.

MILLIONAIRE



MAGAZINE FOR THE LUXURY LIFESTYLE

TERMINAL PABL



O RUIZ PICASSO



Servitour

Low Cost Flights

bmi**baby**.com

The service with baby faces

RESERVATIONS CENTRE, FLIGHTS,
HOTELS, INTERNET BOOKINGS

bmi

Flow City

Eduardo Ramírez

seems that the clearest expression of culture-capital is its volatile and relational nature, rather than the static and the territorial?

THE GAZE IN TRANSIT

The flow that shapes the city is caused by, and represents, the capital: rural migration in search of work and better life opportunities, consumer pilgrimages that revolve around "the fetish Commodity" (Benjamin 179). This pilgrimage generates, mainly, a way of seeing. In *Paris, Capital of the Nineteenth Century*, Walter Benjamin described the city as a melting pot where the flow of citizens, the commerce and the creation of images becomes a spectacle that changes our social way of seeing.

"The world exhibitions glorified the exchange-value of commodities. They created a framework in which their use-value receded into the background. They opened up a phantasmagoria into which people entered in order to be distracted. The entertainment industry made that easier for them by lifting them to the level of the commodity" (180).

This trend towards turning commodities into images connects two flows and makes the consume-desire-gaze experience ephemeral. On the one hand, commodities pass in front of us creating a catwalk where they are available for the consumers only momentarily, only for the current season. On the other hand, the fact that commodities have been turned into spectacle is either stimulating or generating a way of seeing-consuming that is also mobile, ghostly.

For Benjamin, the *flâneur's* walkabout is not only a movement that revitalizes the city, but also becomes a gaze that is not static, is not assimilated, although it already contains the seeds of consumption, a gaze that determines a market: "the department store was the *flâneur's* final coup".

In present day cities, the connection between mobile gaze and spectacularized image, generated in the city, establishes a form of renewal and a status quo of the market, where the tourist takes on the role of a *flâneur* of cultural capitalism, and becomes one.

"As *flâneurs*, the intelligentsia came into the market-place. As they thought, to observe it — but in reality it was already to find a buyer. In this intermediary stage, in which they still had Maecenases, but were already beginning to familiarize themselves with the market, they took the form of Bohemia" (Benjamin: 184).

The *flâneur's* actions were not meant to be assimilated — in his walking about, in his mobility, in his need to create an image from the borderline — by means of the process of urbanization and progress promised in the expansion of the city. However, in tourism, that bohemian nature, that wandering gaze which presents its ideology from the territory of assimilation into capital instead of exclusion from it, is industrialized in celebration factories and roaming factories, in machines that turn out commodity-images from every corner of the city, with that way of seeing; in devices that reproduce the

"Tourism, human circulation considered as consumption, a by-product of the circulation of commodities, is fundamentally nothing more than the leisure of going to see what has become banal".

Guy Debord

"Rich people will travel great distances to look at poor people".
David Byrne

Flows nourish and disarticulate the cities.

In the opposition of flows and settlements, an adherence is formed on the walls and the streets of the cities, irregular at first but eventually turning into communities and sectors intertwined in their tradition. However, in crossing the cities, these human flows also contribute to fracturing, to dismantling, to devastating them.

Since their origins, burials and the accumulation of human remains stopped the nomadic flow of tribes. Cities were then founded and the design of the streets was established in connection with a symbolic and sacred order.

In the Middle Ages, the flow of Crusades, pilgrimages and markets across Europe opened up the closed domains of walled cities and allowed boroughs to thrive. Processes of symbolization of the territory, of creation of capital, of establishment of power, of pilgrimage and human sacrifice and of the rise and fall of invisible borderlines are woven in this succession of flows and counterflows, and staged in the city until they become a part of its intrinsic nature.

What is the sense of these flows — both human and symbolic — in a time of cognitive capitalism, when it

carnival and become economically profitable when gazes of consumption and desire are capitalized in the reproduction of the tourist photograph and of the generation of experiences.

The city becomes an image of capital, instead of a space for social exchange. It is the generator of these ways of seeing that are reproduced in the passerby-tourist. This is displayed in the ambiguity or freezing of the dialectic that Benjamin notices in the prostitute.

"Ambiguity is the figurative appearance of the dialectic, the law of the dialectic at a standstill. This stand-still is Utopia, and the dialectical image therefore a dream-image. The commodity clearly provides such an image: as fetish. The arcades, which are both house and stars, provide such an image. And such an image is provided by the whore, who is seller and commodity in one" (185).

Such dynamics, taking place in the cities of the cultural capital, between the city and its citizens and visitors, make the city become that prostitute. In that process of turning into an image, into a way of being gazed at, the city becomes the seller and the commodity. The process of devastation and regeneration of modernity, which takes place in these processes of gentrification or search of visibility in the sphere of tourism, becomes a process in which the city sells an image, sells itself and becomes commodity-image and promoter of that sale, in order to regenerate itself.

THE CITY BECOMES AN IMAGE

Paul Virilio already pointed out the transformation of the city into an image, not only for the way it is saturated with advertising, but also for the way in which the means of transport create in us an experience of the city as a display of moving images that rush by, in front of our eyes.

"(...) the habitudes of the city, become an immense darkroom for the fascination of the mobs, where the light of vehicular speed (audiovisual and automobile) renews the glare of solar light; the city is no longer a theatre (agora, forum) but the cinema of city lights".

One step further in the process of the city becoming an image, in its dematerialization, is described by Hal Foster when he points out that architecture, turned into image, can no longer find its territory in the city, but only in the flow of the mass media that, on reproducing it, will insert it in the dynamics of global cities (38). The shift in the focus of attention (from what the buildings "contain" to their own façades) is particularly obvious in the architecture produced for cultural venues — concert halls, museums, art centers, in which

"(...) while the visual experience is given over not only to the exhibition-form but to the museum-building as spectacle — that is, an image to be circulated in the media in the service of brand equity and cultural capital. This image may be the primary form of public art today" (82).

It is in this way, either through our experience as passersby-citizens, or by the way in which the city acquires its reality in flowing as an image within the new

public sphere of the media and/or as capital in the circuit of cities and global capital — not "capital accumulated to the point where it becomes an image, [...] but] an image accumulated to the point where it becomes capital" as Foster pointed out — the city becomes a moving image. That is to say, flow-city, flow-image-city.

THE CITY IN THE AGE OF ELECTRONIC REPRODUCTION

However, rather than resembling the traditional idea of a static image produced by a modern way of seeing, the current image-city represents a new statute of the gaze: an image created not by mechanical reproduction devices (photography establishes its territoriality), but rather by the electronic technologies of information that define it as a flow.

Taken in that sense, we propound the analysis made by José Luis Brea in his text *Cambio de régimen escópico: del inconsciente óptico a la e-image*, to try and understand the implications and functions now acquired by the flow-image-city.

"Any e-image is then time-image, in the sense that its passage through the world is necessarily fleeting, contingent. They do not cry for the marmoreal eternity of the motionless, but perhaps the opposite, for the intensely beautiful eternity of the time-instant, of the time-now" (186).

These parameters, used by Brea to explain the function of the e-image, can help us understand and contextualize the role of the city in the era of cognitive capitalism, of the city turned into a flow of images.

The city, in becoming an image, needs to be analyzed according to a new scopic system, as put forward by Brea. Since its origins, the traditional city is linked to the mnemonic function and this materializes in architecture transformed into monuments. This connection is obvious in the relationship city: settlement: writing-letter-law that allows it to take root in history.

A first shift in the direction of the city is the shift from letter to image and with it, there is a change in the mnemonic function of the city. Instead of being related to the processes of history, it now responds more to the dynamic processes of information technology; instead of the forms of symbolization connected to the monument, the city will now generate processes attached to volatile connections.

"The economy of the image that is carried out under the conditions set by developments in electronic technologies dramatically shifted what could be called its mnemonic momentum, the way it operates as a memory-device. There is a good reason for this: while traditional forms of image realization crystallized in stable (docu/monumental) realizations, the way in which the electronic image materializes is volatile, transient, shares the nature of the ghost (being an image in its natural space: the imagination)" (211).

The image-city switches from its original connection with memory to a connection with instantaneousness. Brea suggests that this connection is no longer an archive memory (ROM), but a processing memory (RAM). This means that it is no longer the monument,

the pantheon, the reference point of cities, but that it is better represented as a symbol in the tourist souvenir.

Although both the souvenir and the gaze of the tourist retain their connections with reminiscence, they are directed to a volatile memory which, instead of extending in time, is set to establish instant bonds that make us part of a community. As in those meetings with friends where the whole point is to show them pictures of our latest trip, or like the modern habit of sharing photos even of our daily-routine wanderings through mobile uploads into facebook.

The nomad community that, guided by the capital-image, flows along different cities or along its own city, the rootless and cosmopolitan citizen that the tourist-consumer-spectator is, even in his own house.

The role of the memory created by the e-image, by the flow-image-city, is to generate community, interconnection, according to Brea

"A memory that is no longer of the object but of the network, that is no longer register and entry but connectivity, that is no longer of localized inscription (docu/monumental), but relational and distributed, disseminated as a power of relation and action in a space of interconnection, in the reciprocity of the interaction of subjects that communicate, transmit and have reciprocal affect in knowledge and emotion" (190).

The city, in becoming image, is subject to the logics of the image, this time not as remembrance or archive image, but as flow, information, tourism and social connectivity network generation image that becomes capital for those who lay claim to that information.

"This logic is crucial in modern economies, so that advanced capitalism has its more specific characterization precisely in the way in which it has adapted to this transformation of the public domain and to the circulation, in the public domain, of the symbolic productions that mediate the regulation of the economy itself, through the efficiency of the productions of the imaginary" (191).

In the flow-image-city, the imaginary and the collective are generated; that is to say, sense, in the context of capital. Due to the fact that the image-city is produced by the corporations, governments and municipalities, it is proprietarized in the creation of the community. In the flow-city, as much as in social networks, we are creating the networks of someone else's capital by sharing opinions and hopes, by creating bonds.

Our network data are turned into statistics that those municipalities, corporations and governments will take advantage of. In traditional cities, the power was vested in whoever owned the land and speculated with it. In the flow-image-city, the power is held, above all, by whoever owns the collective imaginary and speculates with it. It is for this reason that any urban regeneration project, to change the image of a neighbourhood or the image of the community, to boost the promotion of the city as or to dress up the city in... must be seen with reservations, and It must be understood that, in the end, we will find speculation with the imaginary of the community behind these intentions.

SURPLUS OF SYMBOLIC CAPITAL AND SACRIFICE

In its origins, the city established a clear connection with death, whether it be through the cult of the dead that gave rise to its settlement or through the scapegoat that was sacrificed to bind it to a sacred plane.

By re-founding cities and generating new pilgrimages, cultural tourism rummages through the collective imaginary and exhumes its relics. The communities which have contributed sense into those images that enliven the city streets, and also the dynamics of neighborhood identity, become sacrificial victims when they resort to the totemic figure of the artist or to the images of culture.

The role of the city, in its origins, was to rationalize, distribute and balance the economic life of the community. When it turned into flow-image-city, the accumulation of surplus became a vast symbolic production machine where the community senses are routinely sacrificed to produce capital, instead of acting as a system of control and balance.

REFERENCE

- Arpal Poblador, Jesús (1983). *Las ciudades, visión histórica y sociológica*. Barcelona: Montesinos.
Bemjamin, Walter (1972). *Iluminaciones 2*. Madrid: Taurus.
Brea, Jose Luis (2007). *cultura_RAM: Mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica*. Barcelona: Gedisa.
Cirlot, Juan Eduardo (1982). *Diccionario de símbolos*. Barcelona: Labor.
Debord, Guy (1999). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-textos.
Foster, Hal (2004). *Diseño y delito*. Madrid: Akal.

Agenda: Picasso

Jorge Luis Marzo

"There ought to be an absolute dictatorship... a dictatorship of painters... a dictatorship of one painter... to suppress all those who have betrayed us, to suppress the cheaters, to suppress the tricks, to suppress the mannerisms, to suppress charms, to suppress history, to suppress a heap of other things".

Pablo Picasso (1935)¹

(several voices) Sure, sure... No doubt... Of course, of course...

– Salvador Dalí: Because that is something we must keep in mind. Or else we'd be comparing apples and oranges.

(someone stands up in the front row) That is absolutely true, everything has to be in its place. (*words of approval*)

– Salvador Dalí: After all, genius is always above any particular ideas. There is a reason why everyone agrees when it comes to pointing out a genius: it would be crazy if this were not so. We know that Picasso has on occasion tried to kill art, with his communist materialism, but there is one thing I can tell you: he is hardly communist by now, and that is why we must now ask him to return home once and for all, to his country, to the land that saw his birth, the land that brought him up. (*he looks up at the chandelier hanging from the ceiling*). From one genius to another genius: Pablo, thou art the glory of Spanish painting and must be above any differences in thought. (*standing ovation*)

– Brassai: Just a point here. I assure you that he never dealt with politics until the War. And his communism... well,

that had more to do with some of those surrealist friends of his in Paris. Like a good Spaniard, he was more into monarchy... I just wanted to make that point, thanks.

– Luis Araquistáin: Gentlemen, I can state that Picasso is no longer a communist. I do not know if you have seen the portrait of Stalin that he painted. There is no denying that it is full of a profound and unbeatable humor. You must have read about Breton and others, how they kicked up. He has also failed to pay his fee to the French Communist Party. I bear witness to this, because he told me himself.

– Javier de Salas (*from the back of the room*): But how can we celebrate Picasso without Picasso? Please get serious! Anything he says in the international press will be the end of us. (*whispers*).

– Juan Cortés: Well, first things first: we can always gather a good number of works that he cannot place a veto on and then sell this as a token of national love for one of his children. At the end of the day, some of his works may be good, but let's face it, he's a clown. Aren't all artists a bit odd? We can claim, precisely, that great Spanish artists have always been rebellious...

– Alfredo Sánchez Bella: No, no, no... I still think we'll be the laughingstock of the world. I'm not convinced at all. We must do something about it. Damn! Why is everything modern exclusive to the Reds? And when we want to do something, our attempts are turned into political motives... It is outrageous!

– José Ortega y Gasset: Come, gentlemen. Let's focus. We all want Picasso to return to Spain and have the recognition he deserves, right? (*voices of approval*) Okay. Listen, I've talked to d'Ors, to the Duke of Alba, to Don Pedro Sainz Rodríguez, to Marañón, and we have also prepared a letter asking him to change his residence to Spain, so that he can be buried in his country. This is an important and necessary step. We cannot put the cart before the horse. He doesn't need to live here all the time, but at least for a few seasons.

– Federico García Sanchiz (*yells*): As a member of the Royal Spanish Academy of Language, I reject Picasso as a man and as an artist. (*clamour*)

– Ernesto Giménez Caballero: I totally agree with this gentleman. Picasso's success is owed to the bourgeoisie and the capitalists...

– Federico García Sanchiz: Listen, I wasn't referring to...

– Juan de la Encina (*shouting over the crowd*): Because Picasso is in no way a herald of new times and opener of new paths, but only a skillful and eclectic reproducer of trends. Picasso imitates and reproduces everything. (*the commotion increases*)

– Camilo José Cela (*loudly*): But what fallacies you speak! Spaniards like Picasso are the true innovators!

They are the soldiers of a combative art desperately gazing at reality, as did Saint John of the Cross and Miguel Hernández: an art with its feet on the ground, and not on just any ground — that is the sin of Cubists and Surrealists — but on the mother earth that nurtures us and gives us the guts to fight, plunging fully into the world, getting splashed with blood and, if necessary, getting covered with shit and disgrace. Picasso is baroque, damn it! And nothing is more fundamentally Spanish than a baroque artist. (*unanimous acclaim*)

— Luis Felipe Vivanco: Yes sir. Picasso is above all an expressionist, not a cubist. Isn't his "*Weeping Woman*" a *Mater Dolorosa*? Isn't there a desperate and rebellious archaism of pain in her which places her very close to the religious, the highest Spanish tradition?

— Manuel Abril: What nonsense! To sully our national paintings like that! Picasso is a complete failure, he has taken to the obsession/craze of inventing escapades, he is an idol of Jewish dealers and swanky critics and essayists... This event is a farce! (*total uproar*)

— Dionisio Ridruejo and Miguel de Unamuno, *in unison*: You sure are a farce! You are culturally myopic, bigoted and silly. But don't you realize that, above all, Picasso is Spanish? Spanish! You don't understand? (*thunderous applause covers some boos*)

— Antonio Manuel Campoy: Painting, particularly in this hour of the world, paradigmatically has a Spanish name: Pablo Ruiz Picasso! (*rejoicing*)

— José Ortega y Gasset (*moving his hands up and down*): Please, please... (*speaking to his neighbour in a low voice*: Here's why the new artist divides the audience into two kinds of individuals: those who understand him and those who don't)... please, please... we are here to see what we can do, not to have a squabble. Culture should unite us... Culture is not to create conflicts.

— Eduardo Ducay: I would like to say a few words, please. This has to do with what Mr. Ortega y Gasset just pointed out. Do you really believe that art can endanger our national character? That it can undermine the integrity of that collective human condition? I find it hard to believe that the enemies' aesthetic cannons can turn against a country to annihilate and destroy its character and the way in which it expresses itself. A way of painting cannot go against anyone. The expression anti-Spanish as a qualifier cannot be used simply because an artist creates in his own way. The word is even more inappropriate when applied to artists who, in all their works, have proved that they are Spanish to the core, because they are great rebels, great inventors, great creators. (*long and prolonged applause, bravos and excited faces*)

— José Ortega y Gasset: Thank you, Mr. Ducay. We are very moved. Let's see, Mr. Roces, I think you also wanted to say something.

— Wenceslao Roces: Yes. You probably already know that Mr. Renau, who is here beside me, has made the necessary arrangements for Picasso to take over the Prado Museum. In a letter approved by President Azaña in person...

Voces: Go home! Go home!

— José Ortega y Gasset: Please, please...

— Wenceslao Roces: ... it was specifically stated that the decision was taken based on the fact that he is the most universal artist that Spain has. Picasso responded enthusiastically, and I quote: "I've never felt so Spanish and so attuned to the cause that is being aired". (*applause*) Yes, and Mr. Renau, in the letter, correct me now if I'm not telling the truth, asked him to come to Spain and offered him all of the elements, both of material and spiritual nature, absolutely all of them, for him to be able to do so.

Voice in the audience: Then why is he not coming?

— Wenceslao Roces: Well, I'm not sure, but I wrote to him myself asking him to come, even if only for a few days, to make an on-the-spot assessment of the government's work in the management of our national art treasure. In short, why am I telling you this? Because I believe that we'll have to use other means to convince him. I don't think that simply inviting him will do, no matter how tempting the invitations may be.

— Florentino Pérez Embid (*gestures for permission to speak*): I've also made some arrangements in this regard. I got in touch with the government...

Voces: Boo... Boo...

— Florentino Pérez Embid: ... and I stressed that, after Goya, Picasso is the greatest name in the history of painting. He has at times, as is frequent amongst artists and has already been pointed out by Mr. Cortés, embraced bizarre political attitudes, though they have never been consistent or sustained for long. The problem is that the French political circles have repeatedly tried to identify the painter with that country but, like it or not, Picasso remains Spanish (*boozays and bravos*). In addition to that, the Spanish government owns the most famous and pictorially most important of Picasso's paintings, the *Guernica*. We are now preparing the Spanish Museum of Contemporary Art, of imminent creation, and this painting would go well in it, wouldn't it, Luis?

— Luis González Robles: Absolutely.

— Luis Carrero Blanco: It's true that...

Voces: Go home! Go home!

— Luis Carrero Blanco: It is true that Mr. Pérez Embid contacted me to learn our opinion on the advisability of taking the necessary steps to recover the painting. And,

after talking to the Head of State, I can confirm that we have full compliance.

– Florentino Pérez Embid: Also, Mr. Joaquín de la Puente has thought of someone like Luis Miguel Dominguín to help in this task... I'm saying this because of the contacts of the matador with the artist. (*nods of approval in the room*)

– Joaquín de la Puente: I have no doubt that we are on the right track. You know how the artist from Málaga likes bullfighting. I think we do have a duty to provide Picasso with as much as can be and as much as he deserves. The picture, upon its arrival in Madrid, would be shown to the public at the Prado Museum. The work will be presented exactly as he wants it to be. There even is a strong possibility that a pavilion to accommodate as many pieces of his work as we could collect would be built, by way of a monument to his Iberian genius.

Voces: Brilliant idea... well done... surely... you can count on us...

– Luis González Robles: I feel it necessary to emphasize that we all need to stop the French from irrevocably taking hold of Picasso. By the way, here is Mr. O'Hara, from the MOMA, who thinks exactly like me. Go ahead, Mr. O'Hara, you're among friends. Tell them what you think, so that they'll see that it is not vain jingoism.

– Frank O'Hara (*in broken Spanish*): I don't know if I should... well, I just say that when they see what Spanish artists in exile... um... when live outside always be obvious how they look for Spanish identity. I believe the reason is roots in Spain to be very deep. That's what I want to say. (*Bravos*)

– Luis González Robles: See?

– Luis Felipe Vivanco: Just one more thing, one more thing. Remember that Picasso did not leave the country but a city, Barcelona, for lack of artistic atmosphere. He never abandoned his land, but narrow-mindedness. That's what we have to offer. The fact is that things have changed dramatically, this is now a modern country.

– Dionisio Ridruejo: Very well said, yes sir.

– Roland Dumas: Okay, I'm speaking as an advocate of Picasso here. We've always said that perhaps he would come back if the republic came back too... this is not just about being modern. (*general clamour, boooing and cries of out, out*)

– Alexandre Cirici: Wait a minute, wait a minute. If there is a city that has always been modern, that's Barcelona, no disrespect to anyone, of course. (*some boos*)

– José María Moreno Galván: Exactly, can you imagine Picasso in Madrid? He would have ended in the school of Gutiérrez Solanal! Picasso is the symbol of the Mediterranean character.

– Carmen Calvo: No wonder, seeing as he's from Málaga. It couldn't be otherwise! (*mild applause*). They say it once crossed Picasso's mind that you had to be born in Málaga to be a Cubist.

– Alexandre Cirici: Well, he might come from Málaga, but everything he is as an artist he owes to Barcelona. And what better example of it than the active involvement of the artist in the museum we have made for him there? Why did he turn down other offers while being so enthusiastic about the Museum in Montçada Street? Huh? Tell me, tell me.

– María Zambrano: He feels he's from Málaga from head to toe, just as I do. This I swear on my parents' grave. Talk to anyone in Paris. He keeps shouting it from the rooftops.

– Alexandre Cirici: Also, I don't understand why we should make another museum for him in Madrid, as I've heard around the place, when we already have one.

– Juan Eduardo Cirlot: He's right, why?

– José Ortega y Gasset: María, Alejandro... please. It's not the time to discuss that. He is Spanish and that's what's important. You see, we are still in the quagmire of not finding the way to bring him with us. Tomás...

– Tomás Llorens: I'm very surprised to hear all of this. I do not understand why we have to bring him to this country when, in reality, it's all about drawing him to our art. Let me explain. We are now preparing the Spanish pavilion at the Venice Biennale, and obviously we want to do something different, to prove that Spain is changing, that we are modern. We have already asked the MOMA to lend us the *Guernica* for the pavilion, as a universal symbol of Spanish art, as an icon of the meeting of the nation with itself. That is what it is all about: about making Picasso understand that Spain is wherever there is art, that is to say, everywhere. (*applause*)

– Luis González Robles: But I told you already! The sun never sets on the Spanish exhibitions.

– Felipe González: I agree that there is a path to explore there. If we are the ones to approach his work, he will approach us. I must remind you that I was the first Spanish politician to be photographed with the *Guernica* in New York. (*scattered insults*).

– Juan José Ibarretxe: And what about that? Another murky Spanish maneuver to deprive the Basques of the painting. (*boos*).

– Miguel de Unamuno: Heck, there is nothing more Spanish than a Basque! (Laughter and some applause)

– Juan José Ibarretxe: It's all a smokescreen. Ours were the dead bodies, but they get to keep the painting. The flames on the canvas are the flames of our homes, and the streets are our streets. This is pure cultural

kidnapping, carried out by the Madrid government. It is perfectly feasible that the *Guernica*, which has traveled half the world, will come to Euskadi, connecting the painting and the martyred city which gives it its name, in the land where the tragedy occurred. Also, the *Guernica* is now one among many at the Reina Sofía, but would become a preferential centre of attention at the Guggenheim.

– Javier Tusell: Now, that's true. Picasso's will is for the picture to be in the Prado. It's a disgrace to misrepresent his wishes, a real disgrace.

– Carmen Calvo (*addressing Ibarretxe*): That's right... The picture is a universal emblem against any war. If Picasso had seen the bombing with his own eyes, then perhaps... but to him *Guernica* is a metaphor for the world. We believe that the picture should be precisely in the birthplace of its author, in his beloved Malaga, with its residue of mixed cultures, tourists and therefore representing the symbol of universal brotherhood.

– Ángeles González Sinde: Moving the *Guernica* out of the Reina Sofía is out of the question.

– Manuel Borja-Villel: Absolutely.

Many voices crying Scam! Scam! Scam!

– José Ortega y Gasset: Please, please... calm down, calm down... what kind of image are we portraying. I suggest a recess for some light refreshments and let's see if we can cool things down. We all have the best intentions to sort out this situation. Come on, come on, friends...

"In ancient Rome, the *genii* were protective male spirits that guaranteed the survival of the qualities of the *gens* or family clan, ensuring the fertility of the land and even of the paterfamilias. The Roman family was patrilineal: [...]. Following the Latin sense of the word, the 'Genius' (Génio) was depicted in Cesar Ripa's *Iconology* — the most important dictionary of symbols of the seventeenth century — as a naked boy wearing a wreath of poppies on his head and holding a bunch of grapes and a cob of corn in his hands. The symbols of the fertility of the crop (the poppies, vines and corn) are, in turn, metaphors for the paternal seed. Instead, it is the 'Ingenuity' (Ingegno) that appeared characterized with the attributes that we commonly associate with genius nowadays: a winged youth looking bold and strong, wearing a helmet in the shape of an eagle and holding a bow and arrows in one of his hands".

Most observations are drawn from the following bibliographic sources:

- *España. Medio Siglo de Arte de Vanguardia. 1939–85*, Fundación Santillana y Ministerio de Cultura, Madrid, 2v., 1985.
- Brassai, *Conversaciones con Picasso*, Turner/Fondo de Cultura Económica, Madrid, 2002 (1966).
- Jorge Luis Marzo, *¿Puedo hablarte con libertad, excelencia? Arte y poder en España desde 1950*, Cendeac, Murcia, 2010.
- Julián Díaz Sánchez and Ángel Llorente, *La crítica de arte en España (1939–1976)*, Istmo, Madrid, 2004.
- Ángel Llorente, *Arte e ideología en el franquismo (1936–1951)*, Visor, Madrid, 1995.
- Miguel Cabanas Bravo, *Artistas contra Franco*, Universidad Autónoma de México, 1996.
- Javier Tusell, *Arte, historia y política en España (1890–1939)*, Biblioteca Nueva, Madrid, 1999.
- *El País* newspaper, various issues.

The Picasso Gene

Elo Vega

Genius is the epithet most frequently applied to Picasso and a favourite expression of the media, when referring to the painter. "Genius", is a term that conveys the excellence of something extraordinary, outstanding, above the norm and the average. To describe Picasso as a genius is not precisely an original idea, at this stage. There are about two million Internet sites in Spanish where the term "genius" appears linked to the name "Picasso", and when the search is conducted in English, "Picasso" and "genius" will appear associated in more than five million websites.

Perhaps the most distinctive feature in Picasso's legend is precisely the fact that he is so widely recognized, the fact that he is almost unanimously declared and recognized the status of genius of the twentieth century, something in which the fascination that the "number ones" have on the public surely plays a part. Nothing succeeds like success. It is the success that, little by little, some times faster than other times, spreads the popularity

of the artist until it reaches sectors that have no direct connection with the works of art — let alone with the author in person — and that do not know those works except through reproductions, or hearsay. Nowadays, Picasso is studied in marketing schools as a model of self-management as a business, and of management of the own image as a brand. It could not be otherwise. Picasso is an example of constant renewal of that image, executed in such a way that the variations will not adversely impact the way that image is perceived, interpreted as dissolution or lack of definition, but as a sign of evolution instead, of versatility and adaptability to change. In particular, his most envied quality would be the ability to be in the right place at the right time, the capacity to wait for the best time to launch a product onto the market. A perfect example of his great business acumen is the story of what is considered one of his masterpieces, *Les Demoiselles d'Avignon*. The picture was painted in 1907, but it was not until nine years later, in 1916, that it was displayed to the public for the first time, when the author felt that the atmosphere was more favourable to it, when the shock value of the painting, which could have damaged his reputation, had been mitigated by the exhibition of works by other artists who, unwittingly, had prepared the ground for him. Painting genius, business genius... Picasso became a recurrent reference of the flexibility and creativity demanded by post-Fordist capitalism through his ability to use his own personality, his difference, which could have been a frustrating handicap, work for him as the exact opposite, in the direction required by planned obsolescence in consumer society.

"I cannot help but think of Picasso as a kind of monster (...) obstinate, ruthless, untamed, cruel; it's as if he were lacking some subtle human element; he is with us, but he is not one of us. He is derived from some sort of mythological race like the centaur or the minotaur"².

Both "genealogy" and "genius" are derived from a common Indo-European root, gen (to produce, create, bring into being), which will turn into genos, genesis in Greek, and genus in Latin, all belonging to the same semantic field as the words race, birth, family, offspring, people, engender, breed, produce, etc. For modern science, the term gene was coined in the year 1905 by the Danish biologist Wilhelm Ludvig Johannsen, who is considered to be precisely one of the fathers of genetics. Although reason advises that we restrict the application of genetics to the field of biology, the fact that the term shares its root with concepts such as those of "genuine" and "genius" means that the temptation to take the shortcut of nativism and of the force of the blood is too strong to resist. A different case is that of another concept, "gender", which stems from the same root but finds a very determined resistance and aversion, that results in this consideration being proverbially absent from History of Art studies. And this absence is not at all a coincidence, as pointed out by Joan W Scott in "Gender: A Useful Category of Historical Analysis"³ since, as women are traditionally excluded from political, war and diplomacy affairs, and

from the public sphere, gender does not apply to any of these analyses, being an irrelevant issue in the thought of historians interested in political and cultural analysis, who are not fond of considering cultural production as the result of a collective process and are more likely to take pleasure in the double legend of the masterpiece and the genius artist, the saintly names of all the great masters "by the grace of God" and the milestones that mark progress in the arts... all of which are directly linked to the market value of the work of art. Hence the obsession with the personal aspects in the life of the genius, as if therein lay an explanation of the venerated difference — an example of this would be souvenir shops at Málaga airport selling Picasso's astral chart — which merely spoils any chances of transcending the tautological trap of predestined genius, since the fascination that the character generates is based on the ease of identifying with someone who embodies the power fantasies of patriarchal mythology:

"He loved 100 women, maybe more. Picasso was cyclic, he was always true to the woman standing next to him. He had the time and the capacity to be faithful to many women. I have met the top 20 in person"⁴.

Picasso's women. This is one of the most popular dishes in the tourist menu, due to its morbid fascination, and therefore I will not linger on the subject. Just a few comments to the effect that some of Picasso's partners, such as Fernande Olivier, who did translations during the difficult years she spent with Picasso, Dora Maar, who was a photographer and left-wing activist and Françoise Gilot, a painter, embody the model of independent woman in the first half of the past century, in full expansion of a modernism that seemed capable of causing serious fragmentation of the dominant patriarchal culture, but ended up strengthening the notion of male genius. Those women, like many others, are briefly outlined only for what they represented in relation to the achievements of their partners.

From the viewpoint of feminist critique, the figure of the genius would be the rule and not an exception, a standard required by the patriarchal conception of art and culture. If we asked ourselves what characteristics would define the prototype of genius — should that be possible, given that genius is presented to us as unique and one-time-only — one of the most obvious ones is that "genius" does not have a feminine form in Spanish, it is inherently masculine. There are definitely no "she-genius". That would have been the real exception.

Again, in this respect, with regard to his relationship with women, Picasso's behavior is not so exceptional but, quite the opposite, sticks to the prototype of the modern artist, a new kind of artist, a practical but poetic macho whose works collect and describe the uniqueness in his life — his studio, his friends and colleagues — but where women, when included at all, will never be included as equals: at most, they will be lovers, muses⁵... The prevailing pattern is that of "the painter and his model", where there is no reciprocity. Moreover, there is no bond, no eros: the female body is nothing more than a mere supplier of information from the dark side, a supplier of irrationality.

Among the huge existing *picasography*, Antonio Olano, a personal friend and biographer of the painter, author of books including *Picasso íntimo*, *Picasso y sus mujeres* and *El señor de las palomas* attributed to Picasso's personal secretary, Jaume Sabartés, the idea that most of Picasso's pictorial periods could be named after a woman, instead of being designated by a stylistic term. Olano himself abounds on the subject, stating that "it wouldn't be necessary to know the names and surnames of Picasso's women because they are all in his paintings".

And strangely enough, as we already noted in the "modern poetic macho," the genius appears as bearer of qualities that are traditionally despised, precisely for being "feminine"—intuition, subtlety, attention to detail, sensitivity to beauty—in contrast with "masculine" values such as reason, courage, strength, and technical skills. In this way, men can continue to present themselves as more deeply creative than women: they are aware of their feminine side, but always as men, while women would simply be slaves to their irrational nature⁶. The contributions of genius, in terms of change, of radical transformations, are really minor compared to the continuity it represents, and to how it is configured as a link, always the last one, in a tradition from which it obtains legitimacy while, finally, justifying it.

One of the pioneering texts in feminist art critique, the famous article, "Why Have There Been No Great Women Artists?", questions hegemonic discourses based on the myth of "exceptional genius" as the foundation of the still dominant model of History of Art. Its author, Linda Nochlin, refers specifically to the case of Picasso as a genius and to his legendary precociousness:

"[...] Despite any basis in fact of these myths about the early manifestations of Genius, the tenor of the tales is misleading. It is no doubt true, for example, that the young Picasso passed all the examinations for entrance to the Barcelona, and later to the Madrid, Academy of Art at the age of 15 in but a single day, a feat of such difficulty that most candidates required a month of preparation. But one would like to find out more about similar precocious qualifiers for art academies who then went on to achieve nothing but mediocrity or failure—in whom, of course, art historians are uninterested—or to study in greater detail the role played by Picasso's art—professor father in the pictorial precocity of his son. What if Picasso had been born a girl? Would Señor Ruiz have paid as much attention or stimulated as much ambition for achievement in a little Paolita?"

Something Nochlin definitely ignored when stating her hypothesis was that "Paulita" did exist, but her name was Lola. She was three years Picasso's junior, also had artistic inclinations, which never developed into anything more than a hobby, thereby confirming that the dedication of the father to his son, his particular perseverance in stimulating the development of Pablito's skills, definitely had the dark cellar of contempt for the training and development of the qualities of the girl, destined for marriage and reproduction: she had seven children! Two of them were painters, which means her role as daughter and sister was rounded by that of the mother of painters. A question of genes? What appears to be the only public exhibition of works by Lola Ruiz Picasso took place in the year 2003, coinciding

with the inauguration of the Picasso Museum in Málaga. It was scheduled as one of the events of the "Sixteenth Picassian October", the celebrations with which the city town hall annually celebrates the birth of the painter. The exhibition, entitled *Lola Ruiz Picasso (1884–1958)*, collected "the complete works of this woman until she stopped painting, to marry" a total of ten drawings and various objects — family photos, letters and items "of great sentimental value, such as her wedding ring".

To mark the public debut of this post mortem coming-out party, held at the house where the painter was born, the author was surrounded by three portraits of herself signed by her famous brother, as well as "a painting by her husband, Juan Bautista Vilató, and a portrait by Antonio Muñoz Degrain, of his own son — in turn godfather of Dolores R. Picasso"⁸.

Lola was praised in a family tree⁹ published by the local newspaper as "Picasso's first muse" and the Birthplace Museum published an educational exercise book aimed at secondary education students, for her exhibition. It read:

"Her work must be seen as a reflection of the warmth of her inner world and her artistic intuition. The objects of her familiar surroundings, her home and the representation of the feminine, are a manifestation of the intensity of her artistic concerns and at the same time reveal her self-taught skills".

Lola's drawings — vases, plants, pots, ladies... — bear witness to the fact that women of good families were denied access to the public scene and were dedicated to the domestic sphere. The "other" women, those on the streets, cafes and brothels would be those frequented by the "painters of modern life", who "immortalized" them in their works. Always silent. On the silence of those caryatids, and of the others, is erected the altar where emphatic and selfish priests officiate at the mysteries of exceptional genius.

(1) MAYAYO, Patricia, *Historias de mujeres, historias del arte*, Madrid, Ediciones Cátedra, 2003.

(2) MILLER, Henry, *Picasso at 90*, LIFE, n° 18, October 29, 1971.

(3) SCOTT, Joan W., "Gender: A Useful Category of Historical Analysis". In: AMELANG, J. S. and NASH, M., *Historia y género. Las mujeres en la Europa moderna y contemporánea*, Valencia, Alfonso el Magnánim, 1990.

(4) OLANO, Antonio, "Picasso un genio: suma de virtudes maravillosas y tremendos defectos", <http://www.laondadigital.com/laonda/laonda/301-400/303/a6.htm>

(5) COTTINGTON, David, *Modern Art: a very short introduction*, Oxford University Press, 2005.

(6) BATTERSBY, Christine, *Gender and Genius: Towards a Feminist Aesthetics*, The Women's Press, London, 1990.

(7) NOCHLIN, Linda, *Why Have There Been No Great Women Artists?* (1971). In CORDERO, Karen, SÁEZ, Inda, (comp) *Critica feminista en la teoría e historia del arte*, México, Universidad Iberoamericana, 2007.

(8) "El Ayuntamiento se suma al regreso de Picasso con una muestra de la hermana del artista", <http://servicios.diariosur.es/picasso/archivo/not22.htm>

(9) <http://servicios.diariosur.es/picasso/img/arbolblanco.swf>

If Picasso were Alive Today

Helena Chávez Mac Gregor

collective social objects, experienced by the individuals as true representations of values and virtues. This peculiarity of the object as a representation of value has obsessed and disrupted the logic of equivalence and allowed for this strange word, fetish — born during the colonial expansion along the trade routes between Europe and Africa — to turn into a fundamental issue for ethnologists, psychologists, economists, culture critics and artists. As Cuauhtémoc Medina and Mariana Botey declare in their text *La defensa del fetiche*:

"Few concepts stalk modern thought as tirelessly as the fetish. And not without reason: no other concept, perhaps, ties together the relationships between critical thought, modern economies of desire and the network of the post-colonial condition as tightly as this concept-metaphor-story, traced in the space of transactions and desires that operate in relation to material objects, based on heterogeneous, irreducible codes"¹.

We do not intend to offer a theorization on the fetish here, nor try to define the broad spectrum of problems it concerns, a matter that has been perfectly explored in William Pietz's² analyses of the subject. Instead, we intend to point out that it stands as an option, within the role taken on by the fetish in economic, sexual and aesthetic theory, to compare the specific status of the work of art as an object with the way in which the modernist movement, and Picasso in particular, were able to apply that visual form to fracture representation in the Western tradition and generate a new libidinal flow where the form displayed complex value systems based on paradigms of the "primitive":

"Historically, the primitive has been described by the Western world in terms of exclusivity or supplementation: as a sight of savagery or as a state of grace; as *socius* without writing or words, without history or cultural complexity, as the site of primeval unity, symbolic fullness, natural vitality. There is nothing strange in this Eurocentric construction: the primitive has served as a codified other at least since the Enlightenment, usually as a subordinate term in its imaginary block of opposites (light / dark, rational / irrational, civilized / savage)"³.

Modern artists including Cézanne, Gauguin and particularly in several dissident surrealists such as Leris, Manson, Bataille, Caillois, Klossowski, were able to detect this power and strike all the chords in the discourse of the fetish, in all its registers (ethnographic, Marxist, psychoanalytic and modernist) by presenting the representation as something that was perversely anthropomorphized or sexualized. We clearly wouldn't be able to understand modernism today without the investigations they carried out in which, as Hal Foster said, "they were able to transform the 'trauma' of the other into an 'epiphany' of the same"⁴.

In the case of Picasso, his "primitivism" is not only a style. Instead, it marks one of the milestones in the history of modern art, where fetish appears not only as a metaphor of non-equivalent transactions but also as a formalization that will shatter representation through the incorporation of a flow of desire and intensity in the material object. Picasso's obsession with the objects of Black Africa, to which his friend Cézanne introduced him in the year

1.

It is a well known fact that there exists a complex relationship between art and value, since art, expressed in the material object, represents the mystery of a social value possessing an unusually powerful influence on the individual. Art always lies in a space devoid of purity and its value is established in the dependence of social value on specific institutional systems that, in turn, determine the value of material items. The work of art, that strange material power, is often effaced and lost in the midst of such institutionality. This could happen, on the one hand, under the weight itself of the personality cult, which creates an index where the work is not a finality without an end, but the materialization of a presence. Or it could happen, on the other hand, under the artifice of the souvenir, that makes emotional conditioning relate the object to a specific place, and involves the transformation of art into a form of entertainment.

One of the names that best represents this situation is that of Pablo Picasso. His art (the work and the personage) is at once fetish, lore and souvenir. This same situation sets out the guidelines to reflect not only on the artist and his work but also on the phenomenon of capitalism, its appropriations and its aberrations.

2. "WE ALL LOVE FETISHES"

An analysis of Picasso's work from the standpoint of the concept of fetish leads us not only to the value acquired by the work of art as commodity, a critique that would draw near to a Marxist analysis, but also to the inexplicable mystery of the power of material things to become

1906, generated a projection of tribal life that was meant to result in artistic purism, connected to the simplicity of an “instinctive” way of life, both in his sculptures and in his paintings. The search for transformation in the representation, based on “primitive” disruption, is established in key works such as *Les Demoiselles d’Avignon* — which no doubt became a milestone in modern 20th century art and preceded a certain kind of more formal historic avant-garde movements, such as cubism. Those movements established an investigation not only of shape, perspective and volume but also of force, vision and desire, from the point of view of an appropriation of the colonial narrative which, like the fetish, was trying to name something that overwhelmed and exceeded the normalization of Western fantasies in the figures of the savage and the primitive.

It is interesting to note that Picasso denied for a long time that his interest in African objects or his visits to the Musée d’Ethnographie du Trocadéro had influenced the *Demoiselles*, in an attempt to emphasize the instinctive aspect of his genius. Only later, when primitive art became relevant in the international scene, fostered mainly by the MOMA in New York, he stated that the painting was born as a kind of exorcism from those dolls and masks. The complexity of primitivism lies in the fact that it opens up a modern tradition packed with tension. On the one hand, it aesthetically modifies tradition, with the incorporation of the other in the Western forms of representation. On the other hand, it also opens up a critical tradition which politically modifies the object. In the case of dissident surrealists, led by Bataille, their connection with fetish and with “primitive” cultures involved a critique of the modern subject where sacrifice became the epicentre of a surge to revert the dominant political forms in the Western world. The *other* here did not exist independently either, though merely the fact that this was being explored already implied a disruption of the civilizing standardization.

Picasso, as one of the greatest artists of our times, was able to catch a glimpse of the importance of fetish in Western society, not only as an aesthetic form but also in the production of desire, as he almost apologetically explained to André Malraux, “We all loved fetishes. Van Gogh said, ‘Japanese art: we all have that in common’. For us it was the negroes”. Picasso was seeking a formal transgression which, as opposed to dissident surrealism, still left unanswered the question of whether it is possible to understand the rupture as a formalization that was psychologically regressive and politically reactionary. The fetishization of the fetish in modern tradition transformed the art object both aesthetically and politically. The tension of heterogeneous value systems was completely absorbed by Western forms of representation. This kind of primitivism is no longer just the appropriation of a metaphor that expresses the limits of the Western subject, but also its exploitation to pinpoint the obsessions of the individual: sex and death.

3. "A CELEBRATION OF LIFE"

There has probably been more written about Picasso than about any other modern artist. His work is

intertwined not only with his times but also with his biography. It has generated an amalgam of art and life that consolidated modernity as a tradition which cannot be separated from the values of aura, not only of the work of art but also of the cult of personality.

The formal explorations of sexuality become a tour of the obsessions of the individual, rather than a critique of the modern subject. Picasso himself turned his life into a work of art, a defence of the Iberian macho who creates as a form of reproduction or reproduces himself as a form of creation. Picasso’s women — Olga Koklova, Marie-Thérèse Walter, Dora Maar, Jacqueline Roque and all the rest — became a theme to reflect on his styles, and his dramas and adventures became the best key to the interpretation of his work: “It is as though he proclaimed that the whole secret of his existence is resolved in the equation of art and love or, in other words, that one and the other blend together and, in the end, result in the same: a celebration of life”⁶. The cult of personality is the hallmark of a large part of modern art that is reluctant to accept changes in the function of art itself. Also, in questioning tradition and inherited values such as those of “genius”, “creativity” and “imperishable value”, it claims an auratic power in the work of art that continues to assert both the notion of autonomy and the role of the artist as a creative genius, thus increasing the added value of the object.

In this way, the material nature of a work of art as the representation of a natural value, which will transmute one thing into another — the fetish — is taken over, as an icon, by the logic of the market. This icon, following the logic of the Christian structure of representation, turns the image into a cult object. The work of art ceases to be the purest aesthetic manifestation of the object and becomes the presence of genius.

This structure is attractive for the capital, since the work of art is then allowed to enter cultural production not as critique or resistance, but as a mere industry. The resulting desire is, on one hand, a commercial end, and on the other, an area of homogeneities to control the subject and its dominant forms and figures.

Art then ceases to be the object of excess and disparity, of heterogeneous drives and desires, and becomes a series of cult figures for the cultural industry. Icons that, together with the national forms of representation, are presented as the most efficient way for culture to become a souvenir that will identify a territory, instead of a space for experience. As a result of this, not only is Picasso Spanish, but also his “genius”, “manhood”, “voraciousness” and “brutality” become a part of the vocabulary meant to go into the construction of a universal representation of the concept of Spanish.

4. "AN ANDALUSIAN GENIUS AMONG ANDALUSIANS"

It is a well-known story that *cante jondo* was the only thing Picasso didn’t hate about Málaga. Apart from that, his biographers state that he felt a profound contempt for the land where he was born: “His eagerness to completely erase from his memory his father’s provincial Andalusian city, sleepy, impoverished and ingrained in a Spain of bullfighters and flamenco dancers was, apparently, the result of a deep resentment”.

There are many interpretations of this contempt. His problems with the father figure, the economic constraints he experienced, the conservatism of the region... The fact is that Picasso did not have much to do with Málaga. The story goes that all his life he scorned the approach of the Málaga elite that sought to win the artist's affection with gifts of sentimental value. In the year 1961, a delegation of worthies offered the painter some sketches of doves by his father, for him to finish, and he sent back a post card signed "the son of José Ruiz Blasco". In the year 1971, they again tried to ingratiate themselves with the prodigal son, by showing that the municipality had bought the most important work by his father, and this time they couldn't even get past the gates of the Notre-Dame-de-Vie fortress. However, in the year 2003, a reconciliation with the lost son would take place, to finally institutionalize the *Picassization* of Málaga:

"The longing of the author of *Guernica* to have a "beautiful museum" in his hometown was taken on by his family as a commitment, and later also by the government of Andalucía and the people of Málaga, who offered an enthusiastic response to that first Picasso exhibition in Málaga. [...] This Museum will disseminate the work of the famous artist, whose presence among us continues to be somewhat familiar: that of an Andalusian genius among Andalusians"⁹.

In this itinerary of the figures generated by the work of art as production of value within capitalism, it is interesting to note the epic nature that many of these characters have in the Spanish narrative. They are displaced in one way or another, exiled, betrayed or resented by their homeland. It is not only that Picasso wanted to forget about Málaga, but also that Spain forgot about him for a long time. The fact is that *Guernica*, presented in Spain's Republican pavilion at the Paris International Exposition of 1937, was not exhibited in Spain until the death of General Francisco Franco, in 1975.

During those years, the painting was shown at the MOMA and remained there as a reminder of the massacres committed during the Spanish Civil War. Once the "democratic transition" had taken place, the post-mortem reconciliation with the hero, who refused to participate in the regime that ruled Spain for nearly forty years, had to be generated. Picasso then went on to become the symbol of everything Spanish, erasing and leaving behind all the social and ideological conflict and tension that existed before. This reconciliation also preferred to delete the political profile of the artist, and the iconization was focused on his women, bulls and pigeons, with a few very honorable exceptions — such is the case of the Reina Sofía Museum, where the collection now revolves around the *Guernica*, exploring the historic avant-garde movements, their genealogies and expansions.

Another symptom of this watered down use is the fact that Picasso's daughter-in-law and honorary president of the Fundación Museo Picasso Málaga, Christine Ruiz-Picasso, refused, in the summer of 2011, to inaugurate the exhibition *Viñetas al frente*, which revolves around the series of etchings by the artist entitled *Sueño y mentira*

de Franco (*The Dream and Lie of Franco*, 1937). She described the exhibition as "the opportunistic political usage that is made [of Picasso's work] during a polemic election time". She stated that it "should not ever be used for political purposes" and that she seeks "respect for the pacifist memory of my father-in-law" and all victims of the Civil War in Spain, "including those on all sides", and also that the Picasso Museum in Málaga has to look "forward and not backward"¹⁰. Such tensions and statements evidence the conflict of interest in the interpretations of the artist and the determination of his representatives to legitimize a discourse on what is "politically correct" in a country that still cannot come to terms with its past. It is interesting to compare this de-politicization of the work as a form of preservation of heritage to the strategy, for example, of the Van Abbe Museum in Eindhoven with the project *Picasso in Palestine*, that precisely seeks to use the symbolic value of the artist to create an itinerary through the spaces of exclusion that exist in the world today.

Buste de femme was the work chosen by students of the International Academy of Art in Palestine to be shown in Ramallah. This process re-politicizes the work as a "universal" value that confronts the real situation of the occupied territories. The odyssey of taking one of Picasso's works there became the most conclusive way of declaring the existence of a denied territory, allowing for the work to become not only a space of exchange but also of tension and negotiation. In the opinion of Charles Esche, director of the Van Abbe Museum, this action is intended not only to further complicate the geopolitics of art but also to evoke the early avant-gardes and their struggles. He is so convinced of the political nature of Picasso that he stated: "I think that if Picasso were alive today he would be right here"¹¹.

As opposed to *Picasso in Palestine*, the picassization of Málaga is not trying to activate a territory made up of scraps, but uses the symbolic value of the artist to generate a new interpretation of his work in which the city would play a central role in the history of Western art, for the intention was clearly not only to *picassize* Málaga but also to *malagazise* Picasso: Picasso wanted to forget Málaga, to erase the traces of the academic art that his father represented, but he could only return, perplexed but urgently, to the memory, to the childhood image of its unique architecture, this different way of building, this unprecedentedly free way of occupying and structuring space. With it he wrote that triumphant chapter of modernity that was Cubism.

Picasso's life not only allowed for the creation and diffusion of the cult of a character. Moreover, this character became the way to invest a specific territory and place with the idea of a tradition, not to try to propagate a participative social form but to strengthen the cultural industry through tourism¹¹.

5. THE SUN, THE BEACH... AND PICASSO

It is well known that if there was something that saved the Spanish economy from poverty in the sixties, and during the next two decades, that was the magic formula of "sun and beach" which turned tourism into one of the

most important industries in the country. After Spain joined Europe by the hand of Felipe González, in the year 1986, there was a large increase in foreign investment and a modernizing impulse in Spanish companies with competition from abroad. Spain saw the need to increase public investment in infrastructure, which accelerated both the construction and the tourism sectors. Success stories of those years are the Barcelona Olympics and the Seville Expo in the year 92. During those years, there was an increase of consumption as a result of the wealth effect that followed the rise in the stock market and in property values. In this way, the "economic miracle" was the star of the radical transformation of Spain, which not only ceased to be a poor, marginal and peripheral country but even became the fifth largest economy in Europe and the seventh in the world. Spain was no longer the "beginning of Africa but the heart of Europe".

The "miracle" has taken a toll that reached its peak in this year of 2011, with an unprecedented social turmoil. It was merely a trick of the political elite, as usual, one that seduced the Spanish people with the charms of capital, as is always the case. In a combination between the Land Law (1998) that privatized and stimulated the property market to generate more construction, and the labour reform (2002) that reduced labour rights to encourage more hiring and lower unemployment rates, a real estate bubble was generated that represented 9.5% of GDP in 2007, compared to 4.4% in the year 1997.

This "little miracle" was in the good company of the tourism sector, that learned how to benefit from the real estate bubble and the precarious labour conditions. Nevertheless, it is for the moment the only "breathing space" in a downturned economy and thriving and wealthy sector that continues to believe that this is what will save Spain¹². Obviously, the old paradigm of "sun and beach" has grown more complex in an industry that, together with those two essential elements, offers to the tourist the allure of culture.

During the past decade, there has been a yearly average of around 50 million tourists in Spain, a record surpassed in the world only by France. This situation involves not only a huge service infrastructure, but also a sophistication in the supply of entertainment. There is probably no place in the world that has more museums than Spain, from the Barcelona Football Club Museum to the Prado and including the Thyssen-Bornemisza, the Museum of the Fan and the Museum of Ham. Since the Guggenheim effect¹³, that put Bilbao in the tourist map of Spain and of the rest of the world, was felt in the year 1997, there is no community that does not have a centre, museum, palace or city of arts. Spain has turned into a sophisticated artificial paradise where, beyond the beach and the sunshine, cultural structures have managed to generate the largest amusement park in the world. This artificial paradise, based on the exploitation of symbols, icons, idols and desires, has become a tourist mecca. It is somewhat contradictory that in the case of art — this does not happen in other industries such as the sports and the gastronomy industry — that exploitation of the cultural industry does not match Spanish artistic production, and the more museums are built, the more artists migrate in search of less of a paradise and more opportunities.

The fetish is perverted in the consolidation of this cultural capitalism and, in the age of mechanical reproduction, the material object has been "democratized" into the figure of the souvenir. The mass production of trinkets that are presented as an "I've been there", accompanies the process of mass culture to turn tourism into the new form of exploitation where, although it is important to see a painting by Picasso, what is truly essential is to bring back a little keyring featuring one of his works or, better still, featuring the artist himself as a work of art, so as to never forget that we have been somewhere and, of course, to be able to show it off in front of friends and family.

The *Picassization* of Málaga is the symptom of a form of production of value where the culture economy is at the centre of financial operations and where art is a pure commodity that represents the desire of a mass society expecting to find some peace in the artificial paradises. While it is certain that trying to eliminate the value of art will only fuel a vain radicalism that also swallows the work of art itself, for its power and mystery lies there, it is possible to think where that value comes from and what it is that it produces. It is not a matter of eliminating the value of art but of using its strength to our advantage, as an area of contamination, provocation, resistance. Nowadays, to survive *Picassization* is not to delete Picasso, but to return his work back to its own role as a trigger, as the polluting element in an exchange that is always heterogeneous.

- (1) Medina, Cuauhtémoc and Botey, Mariana. "En defensa del fetiche", *Fetiches críticos: residuos de la economía general*, published for the exhibition at CA2M. Madrid 2010, p. 8.
- (2) For comprehensive reading on the fetish confront: William Pitez "The problem of Fetish, I" Res: Anthropology and Aesthetics, 9, Spring 1985, pp. 5-17.
- (3) Foster, Hal. "The 'primitive' Unconscious of Modern Art", October, 34, Autumn, 1985, p. 58.
- (4) Ibíd., 56.
- (5) André Malraux, *Picasso's Mask*, translation by June Guicharnaud and Jacques Guicharnaud, Reinhart & Winston, Nueva York, 1976 p. 10-11.
- (6) Calvo Seraller, Francisco. *Picasso Siglo XX (1901-1972)*, ed. Carmen Giménez, Museo Picasso Málaga, TF editores, 2003, p. 21.
- (7) Clair, Jean. "Un recuerdo de infancia de Pablo Picasso" in *Colección Museo Picasso Málaga*, Ed. Carmen Giménez, Museo Picasso Málaga y TF editores, 2003, p. 5.
- (8) Chaves González, Manuel (President of the Junta de Andalucía), *Picasso Siglo XX (1901-1972)*, ed. Carmen Giménez, Museo Picasso Málaga, TF editores, 2003.
- (9) Confront. *El País*, June 20, 2011. Universality of art but also evidence the impossibility of mobility under occupation.
- (10) Cfr. *La Voz*, Argentina, June 25, 2011.
- (11) Ibíd., p. 7.
- (12) Confront: "At this point I do not know if we learned anything from the past. But I believe that either we make a decisive and structural bet on tourism in Spain or we go adrift". Juan Antonio Moreno, "Crisis, recuperación y aterrizaje". *El País*, June 26, 2011.
- (13) Confront: "The Guggenheim effect is an investment in cultural infrastructure that serves as a catalyst for a process of transformation of the city", the museum director, Juan Ignacio Vidarte told *BBC World BBC*, March, 2007. http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid_6514000/6514271.stm

From Art to Art Based on the Souvenir

A Different Perspective on the Picassization of Málaga

Willy Kautz

The concept of politics in art does not apply strictly to the mechanisms that, literally, offer an explicit illustration of historical contingencies, or to those that take over from art with messianic aspirations. It can also refer us to practices resorting to mechanisms that insert aesthetics in the spheres of life. Just the mention of politics in connection with aesthetics is enough for some people to start frowning at the possibility of the collapse of ethical safeguard positions in disinterested aesthetic experiences. However, when it comes to art, the puzzle falls back on the endless discussion within the theory of art: the tension between the categories of autonomy and heteronomy. Or else, the obsessive compulsion of a modernity exemplified in a precept that aims to overcome the concept of *art pour l'art* by its definitive entry into the ways of organization of life, as many theorists of art and aesthetics have written. Today, this is something that Jacques Rancière has once again set at the core of his discussions on contemporary art. However, in our cause, what does the entry of art into the ways of life currently mean? Unlike in the past century's avant-garde movements, it seems that nowadays this can also be achieved by turning the icons of that same avant-garde into imaginaries handed out as souvenirs, which is what happens in the paradigmatic case of the picassization of Málaga. The phénoménon of art institutionalization is worth an analysis from the point of view of the mechanisms of power involved in it. The modus operandi of the said institutionalization essentially consists of two main aspects and, therefore, of a double implementation. From the viewpoint of the critical stance of contemporary art, the aestheticization embodied by official cultural policies and by cultural products in general is obvious, and always goes

hand in hand with implementation strategies that rely both on the permanence of a myth and on the technical marketing back up that activates the funding of the above mentioned myth. When we want to speak of the connection between the use of the figure of Picasso and the marketing strategies that articulate cultural tourism it is important, by the same token, to discern the meaning of the autonomy of Art in the creation of those myths, on the one hand, and to understand the ways in which that autonomy integrates in the organizations of life, on the other hand, through its transformation into either an auratic object for historiography, a commodity and a brand for the market, or else into an implement and a ready-made for critical art. From this perspective, the tactic proposed by Rancière becomes essential to our cause, because the analysis of the entry of what had become autonomous art since the Age of Enlightenment, and also of the theories and practices that preach its dissolution upon entering life, detonate a series of insoluble contradictions which, nevertheless, help us understand the current task of art, as a lush ground for the outcome of strategies that reveal the modus operandi of the various forms of institutionalization and commercialization of Art and its myths.

When we integrate the tension between autonomy and heteronomy, we understand that modernity is contained in a paradox. On the one hand, it is intent on building a new world for a new sensitivity; but its own precepts include the need to keep a distance from the sphere of political power, that is, to preserve it in a state of autonomy, separated from the aestheticization of commodity and power. As explained by Rancière, in tune with Adorno's aesthetics: "The political potential of the work of art is linked to its radical difference from the forms of aestheticized commodity and the administered world". We know then that art is always within the sphere of politics, in one way or another. For this same reason, even if affirmatively autonomous, it is in the end perverted by cultural policies, on one hand, or else engaged in new ways of organization of business profits. Or as auratic work in the catalogue of the ennobling and lofty historiography of art.

Now, the strange thing in this whole process is that the criticality that once insisted on diluting the category of the bourgeois autonomy of art has also two sides today. So, on the one hand we have critical art, that which seeks to redeem the nature of the fetishistic object from its status, and therefore considers self-criticism or criticism towards its possible opening onto the market of art and other power circles, and on the other, Art — that of modernity — which, given its institutional nature and aura, becomes attractive to the world of marketing and cultural tourism. While the former takes cultural policies as an instrument of analysis, the latter enterprise is, and has been, the academic system that has established the theme of artistic genius and aura.

To the agents that are responsible for cultural policies and their connection with the economy, the opening up of art onto life precisely comes from a trivializing misrepresentation of something that historiography has classified as valuable. We are therefore referring to that hyperbolic figuration capable of sustaining narratives that seek to endorse unique cultural icons at all costs, as an economic commodity for the community

in general. A widely visited example is the paradigm known as “Guggenheimification”, which counts the Bilbao phenomenon as its greatest achievement. Similarly, different forms and degrees of gentrification are also discussed, and the use of cultural devices to attract real estate investment, and thus regenerate certain territories and economic sectors of the cities, as well as the use of branding, that is, the comprehensive transformation of the image of a city through its association with a cultural icon in the style of a theme park.

The phenomenon of hoarding an icon of modernity, as has been the case of Picasso in connection with Málaga, is something that can also take place in a double sense. On the one hand, we see the “picassization of Málaga and, vice versa, the post mortem *malagaization* of the said prodigal son”. That is to say, a media icon is used to differentiate a city, while the city becomes the see of his genius and must therefore be revered cultishly. This marketing strategy is a kind of mantra around the idolized figure, so that mass pilgrimage is a sure indicator of the activation of a tourist service economy. This model of services, characteristic of post-Fordist economy, can be read in the case above as a shift that takes us from Picasso’s art to its diffusion, based on the reproduction of his Art in souvenirs. Thus, the dissolution of art in life is carried out as the satisfaction and well-being of the local, when the narrative inherent in the “mantra” of the prodigal son replaces aesthetic effectiveness in the field of art historiography through a hypnosis that sees Art as a sign for mass cult rather than a mechanism for reflection. Within the discourses that at present try to pursue a defence with regard to certain cultural trends, particularly with regard to the role of the symbolic in the collective imaginary, a narrative type of medium is invariably displayed — either meta, universal, local, or micro — Picassian in other words, to support certain choices instead of others, that is to say, to ‘share profit’ earned by that mechanism of aesthetic values, following specific agendas and interests. However, as far as Art is concerned, while some opt for its total dissolution in the “Hegelian style”, others celebrate the victory of Art’s overcoming, and therefore the final liquidation of its historiography, in the unprecedented crisis of the abolition of its autonomy. In this situation, we can understand the positive side of picassization: when Art is mass reproduced either in stores, restaurants and, of course, in souvenirs in order to share out the profits of its added value.

The picassization of Málaga is a latent symptom that represents this new pathology. The triumph of the heteronomous by means of practices that blend into the sphere of life, as preached by some avant-garde movements of the last century, is today paradoxically blended with the allure of fashion, market, advertising and cultural tourism in a world that demands something different. On the other hand, the so-called critical art, which is in a way equally crowded due to the proliferation of biennials, is not far removed from the mood of the market either yet is still able to quote a few exceptions. Especially when it takes a critical stance, or is preparing to reorganize the sensitive forms that allow for a glimpse of the common, from a distance, and thus question the mechanisms of differentiation and valuation on which the institutionalization of art is based.

With regard to the phenomena of touristification in the name of the artistic legend, and the agendas that support such programs, the paradigm of social and democratic modernity is suppressed in some cases. There is a common belief that the incursion of critical art into the local itineraries can sometimes be dangerous and even counterproductive, incredible as this might seem. Declaring plurality in our modern democracies is not always seen as an overall benefit, since the consensus among those who control officialism and the market are beyond dissensual cultural forms of an art that is currently committed to acting responsibly as a critical or reflective catalyst that voices civility. And this doesn’t mean that the latter is not in favour of the existence of the former or that the former seeks to storm into the community with its forms of politicization and aestheticization, but rather that the health of any community is based on its tolerance and acceptance of diversity, that is to say, on coexistence, tolerance and respect for the other. If this were not so we would incur in unilateral aestheticizations where dissenting is a disease that must be rooted out, or at least relegated to non-existence. In this sense, conversely, the health of a society at any given time must be measured by its tolerance of those who propose a critical reflection on the same welfare models that are supposedly widespread, and who dissent when necessary. Therefore, a policy where operativeness is based on the strategy of transforming Picasso’s Art into tourist imaginary, even after the demystification of those artists by postmodern critique, invariably deserves a cultural counteroffer and even, where possible, many others. This is when a counteroffer allows art to be still capable of making visible something that would otherwise go unnoticed: the touristification of Art in its massive reproduction as souvenir, in the wake of postmodernism. In this climate of trivialization and dissolution of modern Art’s will to persist, we find something that goes beyond art (without capitalization) of the postmodern condition. In this commodification, where the reproductions of the values that embody the authentic operate, lies the triumph of a double concealment: that of the legend of the romantic genius and that of the aurification of the myth of foundational tradition in media reproduction. This combination is what enables a place such as Málaga to consecrate in its distinguishing facts, and acquire importance precisely for being the birthplace of a progression of life, for the trivial yet significant fact that Picasso lived there for the first eight years of his life. Symbolization turns into imaginary and its media coverage extends its aura to a whole city. The foundational legend is established with the construction of a museum, and thus its importance is perpetuated in the ritual. In this way, the genius’ progression of life becomes the source of the devotion of the pilgrims, now regulars at congregations of a new genre of tourism that intertwines worship and secular culture. This phenomenon, which is nowadays called cultural tourism, operates under the same precepts as the concept of cult, with its aura of authenticity that everyone is proud of and that nobody questions. The result of a bifurcation, the same that gives rise to mythologizing of the figure of the artist, and causes a proliferation of derived cultural products in the

name of economic revitalization. The modus operandi in this form of solicitation of tourism relies on the intrinsic connection between economic performance and handling of the representation of identity that is so common in mechanisms of control and domination of capital. Notwithstanding the above mentioned, some widely celebrate in this intricate scenario the fact that Art belongs to the past and there is nothing to regret. They enjoy the full embrace between art and life, adapted to the conditions of the present which, in the current perspective, cannot be anything other than the market. Conversely, some melancholic people have been wary of the scented and celebratory aura that the advent of that loss emanates, and are tacitly opposed to the idea of commodification of the figure of the artist, to the extent that Art becomes only an accessory. Others still advocate an approach to autonomy. However, having been trained with regard to the situation of art in the peak of its status as a commodity, where art merges with life but does so through the filter of the economics of tourism, or else as a mere souvenir in the widespread aestheticization of *ways of life*, they yearn for a loophole that will preserve the condition of criticality in the heteronomous. Among the latter stances, we will witness the emanation of a number of critical behaviours that persist after the modus operandi that is implemented by the cultural sphere has been dismantled, as well as the representation mechanisms that control the identity imaginary and the collective imaginary. In his thesis on the distribution of the sensible, Jacques Rancière explains the permanence of the political in contemporary art, through the analysis of the metamorphoses that affect politics established on the relationship of exchange and movement between the world of art and the world of non-art. Rancière argues that politics is not the exercise of power or the struggle for it, but rather the conflict of sensory regimes: politics is the activity that reconfigures sensory frameworks within which the common objects are defined, and which respond to a common decision, by subjects considered as being able to designate those objects and discuss about them. It is then that art and aesthetics come into politics². In that sense, we could say that the distribution of *commodities* and of the sensible occurs at different levels, as well as in different circles and organizations. These operate both on a commercial basis, in the aestheticization of commodities, or on a consensual basis in office cultural policies; also in a dissensual mode in what he calls the aesthetic regime, that is, politics that distributes the common and practices art based on erudition. In this degree of differentiation, when Rogelio López Cuenca sets up an exhibition device that is halfway between an installation and a souvenir shop, ironically named *Chiringuito Picasso*³ (Picasso Snack Bar), he articulates a policy of critical stance with regard to the cultural phenomena which, intertwined in the economy of global capital, tinges the world with artistic strokes that allow the aestheticization of the Art of modernity to proliferate.

Strangely enough, that lucubration involves a double mask. On the one hand, its aesthetic makeover denounces a new form of organization of commercial matters, this time within a service industry fertilized by cultural tourism. To counter this type of distribution of commodities and proliferation of wealth linked to Art based on the souvenir, its modus

operandi is disassembled and, by presenting it in the same format, as its double, but with the status that art confers on all objects, a manoeuvre of great aesthetic efficiency is deployed, that is, a practice that spreads the common, in order to shed light on what would otherwise not be visible. This double mask, that is to say, something that is in appearance identical to a souvenir shop, is precisely what allows for the images formed by the institutionalization of its own myths to be dismantled through critique.

This double identity of the commercialized form, where the connection between the auratic work of Art and its status as a fetish in the speculative capital is no longer discussed, is remarkable. In the double, it is the commodity itself that is displayed in the *Chiringuito Picasso*, through a comprehensive collection of clippings, posters and documents featuring the Picasso brand. What we find in front of us is therefore neither an installation in itself, nor a work of art, nor a text, but a hybrid device that, oddly, does not implement the other side of art, in the sense that it does not become a collection of products which, being "artist's work", takes on a different status in the market. This does not imply a failure to denounce the procedures of mystification through art. However, the effectiveness of this proposal lies more in the fact that it seems to elude the game of double standards that is widespread in critical art, in which the latter is never able to give in that which it criticizes without eventually becoming identical to it.

Finally, one could say that the proposal for research in the form of political art presented by the work of López Cuenca reveals the mechanisms of art from the point of view of their definitive entry into the culture of the souvenir, but without mystifying itself in the process. Therefore, the dismantling of the heteronomous requires a critical distance that safeguards the autonomy of art. So much so that the said autonomy emerges as a strategy to differentiate the mechanisms of trivialization and establishment, rather than the notion of aesthetics that was used to visually distinguish between Art and non-Art. Thus, heteronomous accessories may invariably incur in this crossover between ways of life and Art, once the appreciation of art without the capital letter cannot be exemplified in the form. At this point, the game of contradictory tensions surrounding the heteronomous evolution of art is equally resolved in that venture for its autonomy, now understood as a practice that allows us to understand the modus operandi of its institutionality. That is, the set of methods that turn Art into life, when Art becomes souvenir, only to expose it later as the appearance of itself, in other words, Art from the souvenir which, from the venture of critical art, becomes art once again, but this time without any myth to support its value.

(1) Rancière, Jacques. *Sobre políticas estéticas*. Museu d'Art Contemporani de Barcelona, Servei de publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona: 2005, p. 33.

(2) Rancière, Jacques. *El espectador Emancipado. Las paradojas del arte político*. Ellago Ensayo: Castellón, España: 2010, p. 63.

(3) Exhibition presenting part of his investigation on the picassization of Málaga. Centro de Andaluz de Arte Contemporáneo (CAAC). Within the program *La construcción política del presente*.

Tour Skin

Mariano de Santa Ana

market of global tourism, this has not led to a correlate outburst of reflection on the perceptual crisis inherent in this stage of capital accumulation. Hence, the untimeliness of Rogelio López Cuenca's project on the "picassization" of Málaga is one more aspect not to be disregarded.

The economy is interwoven with symbolic systems of information and persuasion, to such an extent that the notion of any production external to culture no longer makes sense. Culture is now our second nature, an unavoidable tissue underlying the current stage of capitalism.

In the era of transnational capital, the culture industry undermines art's illusion of autonomy, only to recover it later as a subordinate to advertising.

Beuys' proclamation that "every man is an artist" resonates everywhere in the aestheticized world, but distorted by the echo of our times as *every man is a tourist*.

Art casts an illusion of temporal fullness before the eyes of the modern man, of unlimited empowerment of the values of life, while the tourist industry offers him the expectation of an escape from his troubled awareness of things. The promise of art, deferred in the sublime, refers its total fulfilment to a time that is yet to come, while the promise of the tourist industry quickly vanishes, dissolved in consumption.

"Why does anyone think national rebranding works? Because of Spain. Two decades ago, Joan Miró designed a splashy, sunny national emblem to promote tourism. Thanks in part to the España logo, Spain is no longer associated just with Franco, the Spanish Civil War and Don Quixote. It is a country of wine (Rioja), movies (Pedro Almodóvar) and art (Miró)" (Sarah Boxer, "Nation Branding", *New York Times*, December 1, 2002).

The tourist regime of visibility assigns the museum of modern art the role of underpinning the banal aestheticization of the world, through an apparent satisfaction of increasingly extreme expectations of cultural totality.

In the late stages of capitalism, it is up to the tourist industry to turn the world into a huge anamorphosis.

The new world order of mobility sets the city itself in motion. Cities are no longer waiting for the arrival of the tourist — they too are "starting to join global circulation themselves, to reproduce themselves on a global scale and to expand in all directions" (Boris Groys "The City in the Age of Touristic Reproduction").

Tourists arriving in a city that has been put on the tourist market are not offered the city itself, but the tangible proof that this city exists.

Sometimes a unique and ancient city, such as Barcelona, becomes Generic by oversimplifying its identity. It becomes transparent, like a logo. The opposite never happens... or, at least, has not happened yet. (Rem Koolhaas, *The Generic City*).

Cultural production in Spain is not in good health, though consciousness engineering proclaims the opposite. A sign of it is the fact that, although the country has become a preferred object of desire in the

"Cultural tourism serves the same purpose as semi-luxury brands: it popularizes distinction, a distinction that the Guggenheim ornament reinforces with its outlandish architecture and its theoretical nature of a modern and contemporary art museum, still a symbol of chic even if, once again, its access is within the means of a broad and vast global middle class" (Iñaki Esteban, *El efecto Guggenheim*).

A monographic museum will be relevant only in so far as it succeeds in questioning the phenomenon of art in all its aspects, and in building its project around the specific needs of the community within. It will not be relevant when its only goal is the tourist celebration of a personal mythology.

To create two, three, plenty of Picasso museums.

The ethics of consumption and of personal development, which are seemingly irreconcilable, find common ground in the aestheticization of experience, in the power of aesthetics to communicate cultural norms. The future of democracy is therefore inseparable from critical art, as the driving force of collective forms of identification.

The expansion of the tourism industry entails a flexible accumulation of cultural heritage throughout the world. Natives believe that they manage this heritage and that they display it for tourists, but it is the tourism industry that promotes its development and that exhibits it. It is the tourism industry that displays it, following parameters of nostalgia and publicity that depoliticize the conflicts inherent in its history.

"The ethnic reality of Spain is thus reduced to a vast classical ballet, a nice neat commedia dell'Arte, whose improbable typology serves to mask the real spectacle of conditions, classes, and professions. For the *Blue Guide*, men exist as social entities — they constitute a charming and fanciful décor, meant to surround the essential part of the country: its collection of monuments" (Roland Barthes, *Mythologies*).

Critically-minded artistic practices are essential nowadays, to reveal the tremendous pressure exerted on the museum by two overlapping forces: one is the cultural and tourism industry, which seeks to submit the museum to its logic, and the other one is policy implementation, which projects on the

museum an interest that exclusively legitimizes its own performance.

"Every journey is a philosophical journey and, as noted in the title of a book that is particularly suitable here, adventure is just around the corner. That same statement would apply to the unfairly discredited image of the tourist, especially of the one who arrives in the city by car or by bus, with just enough time to visit the essentials and then move again to another city, perhaps in a different country" (Manuel Delgado, *Sociedades movedizas*).

The analysis of tourism, for a larger part of Critical Theory, reaches its limit in a paternalistic or elitist approach to the figure of the tourist. Anyone who travels for pleasure or desire for knowledge in the contemporary world is a tourist who is making use, to his convenience, of the favourable conditions offered by the tourism industry. This tourism industry organizes mass travel, guided by the logic of profit, but that does not prove the existence of a unique and genuine travel experience. It is impossible to know for sure what each tourist is looking for, whether it is an authentic experience or a deeply kitsch one, a haven of peace, wild partying, an impossible exile in a unified world or some research into the production of space.

"Of course Debord's interest in Seville exceeded the mere vivification of an alcoholic paradise. His choice of this city, which makes up his favorite trio together with Florence, in Italy and Paris, is pinpointed with great precision: Seville, *the Babylon*, as it was called in the golden ages" (Pedro G. Romero, "Tercera vértebra torácica", *Refractor*, no. 4-5, 1998).

The working classes of the Western world began to enjoy the right to periodic paid holidays in the late fifties, thanks to the pressure from unions and socialist parties. Paradoxically, this conquest of the left led to a leap forward for capitalism. The offer of holiday destinations for millions of people became a fabulous business. According to some authors, tourism is poised to become the leading world industry. Others say it already is.

"According to Henri Lefebvre, Benidorm is the best built city after the Second World War. The French sociologist and philosopher went even further to state that it was the only one that deserved to be inhabited" (José Miguel Iribas, "Aprendiendo de Benidorm", *Arquitectura Viva*, no. 117, November-December 2007).

* * *

The emphasis of Cubist collage on the manufactured significant redirected the viewer's attention to the hidden factors that determine the work of art and to the conditions under which it is perceived. The collage thus inaugurated a political economy of the art sign, which in the end doomed the museum to self-criticism of the authority it had been granted.

* * *

Perhaps what Spain needs, as a world leader in tourism, is a museum that investigates the inscription of art in the broader logic of contemporary visuality, by means of tourism, and not more museums of contemporary art. A museum where the natives can compare their imaginaries to those of tourists, and where tourists, who are travelling natives after all, can in turn see themselves as viewed from the standpoint of the natives.

The Uncertainty of Certainty

Montse Romaní

"How could we let culture out of those spheres that are closed in themselves? How could we organize, arrange and finance cultural singularization processes that would simultaneously dismantle the current particularisms in the field of culture and the corporations of pseudo-democratization of culture?"

Félix Guattari, Suely Rolnik, 2007. *Molecular Revolution in Brazil*.

FOREWORD

When Rogelio López Cuenca asked me to write a text that would accompany this book about the preconceptions that govern culture nowadays, I was overcome by profound feeling of disappointment that I have long since internalized. It was an uneasiness regarding the very notion of culture as the main instrument of post-Fordist capitalism, with effects such as the phenomenon of the *picassization* of Málaga, emerging as a result of the process of production and reproduction of the symbolic, that has been strategically planned by the city to regenerate its urban fabric, to publicize itself as a tourist attraction in Europe and to regain economic competitiveness¹. Although I disagree with this model of administrated culture, I do not intend this to be a chronicle of lament over the imbalances or the inadequacy of a repertoire subjected to economic imperatives. Instead, I would like to put forward some thoughts that might add clarification in order to continue questioning the concept of culture "as a resource" and its forms of legitimization, to be able to imagine different experiences based on an emancipatory cultural policy.

IN THE NAME OF CULTURE

The humanist motto “Culture for all, culture of all”—which the decade of the seventies of the last century managed to restore during the development of social democracies in Europe—was diluted during the eighties in a new paradigm based on entertainment, leisure, immaterial productivity and creativity. We thus entered a period of regeneration of social engineering through culture, initially manifested in the aestheticization of politics, followed by a gradual culturalization of the economy.

Early work by German artist Hans Haacke², linked to artistic practices of institutional critique, highlighted the power of certain museum board trustees regarding corporate profit derived from their conception of art. A few decades later, the art group Bureau d’Etudes (2003)³ produced a complex diagram that revealed the oligarchic connections (the currents of power and the invisible bonds they form) between banks, multinationals, public museums and the Arts Council in the city of London. The resulting representation showed how the old trade-offs in the philanthropic model had given way to a sophisticated strategic alliance for the economic control of the symbolic, beyond the production and dissemination of cultural goods⁴.

We know that this shift in the notion of culture was caused by the effects of a rationalization of the industrial model: a restructuring of the new neoliberal state, led by the U.S. and England, that incorporated the cognitive powers developed by postulates of nineteen sixty-eight based principles and turned them into productive forces. As a result of this, the social, cultural and symbolic values considered alien to the Fordist economy gradually became more central. This process, named “cognitive capitalism” or “cultural capitalism” by some authors “was precisely invented as a way out of the crisis caused by the movements of the sixties and seventies, and incorporated the modes of existence invented by those movements. It appropriated the subjective forces, particularly that of creative potential—which at the time became emancipated in social life—in effect putting it in control”⁵.

CONTRADICTIONS AND CAPITAL GAIN ON CERTAIN USES WHICH INCLUDE CULTURE AS A RESOURCE

Over the past two decades, the production of culture subject to the interests of financial capital with public financial accountability has been implemented by government elites, in a series of operations determined to promote a high added value in urban economies. For example, formidable cultural facilities have been built as a resource for urban regeneration, urban centers have been themed and macro-events have been held as constructs of a touristized imaginary to attract foreign investment capital. A certain degree of success of these operations is undeniable, and it has led to the stimulation of local labour markets (as in the case of the Guggenheim Museum in Bilbao, which remains paradigmatic). However, the social and environmental impact of the speculative effects arising from these urban development and redevelopment plans of the city was

too negative, particularly aggressive in communities that were already vulnerable.

In line with these distinctly urban processes, government reports and European government agencies have paid special attention to the link between culture and human rights, to multicultural dialogue and to equal recognition of cultures as competences to achieve in this situation of moral crisis in the democratic state. No resources have been spared in reproducing an affirmative and standardized language (with terms such as social cohesion, coexistence, collective and personal development...), but the true origins of this language conceal the relationships of authority, social segregation and homogenization that continue to express themselves in the name of culture.

The 2004 Universal Forum of Cultures in Barcelona illustrates, in the context of Spain, the use of this rhetoric—connected with new technologies of control—that tends to defuse the conflictual aspect of social and cultural practices. The Forum, designed as a unique international event, was structured around three main themes: cultural diversity, sustainable development and the conditions for peace, “to consider the major challenges and cultural and social problems posed by the 21st century world”. It was not hard to conclude that the real aim of this event was the economic restructuring of the city after the 1992 Olympics. For that purpose, a new injection of civic pride, that would offset any negative perception of government action, had to be generated. Under these premises, the Forum did nothing but conceal a fake discourse that, far from empowering local communities, helped to break down flimsy citizen participation policies—which were so representative at the start of the democracy—into a depoliticized and deliberately eroded public sphere that has become the arena where collective identities are expressed.

In the late nineties, the British Labour Government went one step further by introducing the so-called creative and cultural industries in the elaboration of a narrative linked to the values of creativity and innovation, as the foundation of its “new economy”. Being potential transmitters of social knowledge, both values— inherent in artistic practice—become profitable business resources in the promotion of lifestyles, the creation of urban attitudes and the application of more competitive methods (based on flexibility, decentralization, interdisciplinary communication and networking) in the corporate work structures⁶. The result of all this, with the help of communications and information technology, is a culture that, as some analysts have pointed out, “has in itself become the logics of advanced capitalism”.

In short, the development of the utilitarian aspect of culture has proved an effective instrument of biopolitical control, inasmuch as it is “good for everything and for everyone. It creates jobs, increases the rates of GDP, provides fun and entertainment to suit all tastes and all levels of society, unites a country and makes it competitive in the global market. Culture is, therefore, an activity that brings a high added value, serving both the economy and social engineering.

It offers competitiveness and social cohesion at the same time. In the sphere of culture, each person finds their space to take part in society through the consumption of products, of time and of events, without coming into conflict with others⁷. Nowadays, we can state that culture is mainly expressed in connection with production, with consumption, with leisure, with representations within the media... The slogan "everything is culture" has emerged as a major area of general consensus and welfare through which we are invited to "be" and to "participate", individually or collectively, in the "knowledge society". Culture shapes, and at the same time affirms, a conception of the individual in accordance with the shifting rules of the neoliberal market (a circumstance that is particularly noticeable in the areas of education and labour) under the pretext that it provides new forms of freedom. It is obvious that the process of capitalization of culture has exerted a decisive influence on modern society. However, as we already pointed out, too many paradoxes (misalignments and failures) lie within, threatening the structures of democracy and their representations. In that sense, it should be considered indispensable to replace the "false cultural rights (and responsibilities)" that have legitimized the political and economic role of culture, and substitute them for a cultural policy that is redefined from the point of view of a society's capacity to reflect on itself. A factor which would (ideally) involve eluding those economic, legal and ideological paradigms that, in the end, have kidnapped the antagonistic nature of culture as a true transmitter of the living, plural, collective and anonymous dynamics of a society.

TOWARDS A POLITICAL CULTURE

Marina Garcés suggests, in her excellent text, the need for de-ownership of culture as a form of resistance, "to fully involve it in the reality in which it is inscribed"⁸. To de-own, but also to unlearn it, for other alternatives to arise from the context in which we live. By following this same approach, certain common questions that have been formulated within the core of social movements and group militancy in recent years⁹ seem essential, to be able to reflect on an approach that advocates a radical transformation of cultural policies.

The recent public debates promoted by these political actors, dealing with the disproportionate impact derived from restrictions on culture by the intellectual property rights regime; the corporate use of collective symbolic capital to produce branding and the effects of the creative industry in the promotion of new labour identities, are some examples that have undoubtedly brought back, in times of crisis of the common, the possibility of generating another politically conscious idea of culture as an area of production of the common. In addition to working towards transferring critical knowledge to society as a whole, these structured alternatives are aimed at seeking alliances with collective action, either by rehearsing forms of (temporary) autonomy in culture, or by producing self-organized structures to work on the construction of stories and clichés as an exercise in de-ownership of the dominant

cultural imaginary. In this sense, the model of free software, crowdsourcing forms of financing and the right to a basic income would be some of the emerging expressions of the community, which also include freedom of access, of self production and of knowledge management.

Finally, with regard to the events that have taken place in recent months, this text cannot but support the Declaration of Principles for a New Cultural Model¹⁰ that emerged in the wake of the 15-M Movement in Spain. A model which, contrary to the concept of culture as a financial resource posed by the powers that be, wishes to be considered from the experience of the production of shared and transversal knowledge. Given its genesis, what this model attempts an in-depth study of the productivity and judgment structures inscribed in the current mechanisms of governance, to subsequently challenge them by means of new practices connected to participatory democracy, self-education and everyday life, in the aim of restoring the public sense of politics.

(1) Sharon Zukin, *The Culture of Cities*. Blackwell Ed, Oxford, 1989

(2) This refers to *MOMA Poll* (1970), a work commissioned for the exhibition entitled *Information* at the MOMA in New York, and *Shapolsky et al. Manhattan Real Estate Holdings, A Real Time System as of May 1, 1971*, which resulted in the cancellation of his show at the Guggenheim Museum in New York.

(3) <http://bureauaudetudes.org/>

(4) According to the logic of profit of the agents involved, the culture sector today can be considered a very positive contribution to national GDP growth. In England, GDP is about 7.3%. In February 2010, the culture industries in Spain reached 5% of GDP and employed 800,000 workers.

(5) Suely Rolnik, "Geopolítica del chuleo", 2006, <http://ejcp.net/transversal/1106/rolnik/es>

(6) The cultural and creative production sector is key today in some European cities.

(7) Marina Garcés, "Los desafíos de una política cultural hoy", 2009.

<http://www.menoslobos.org/?cat=12 // http://www.marinagarcés.com/p/publicaciones.html>

(8) Marina Garcés, *op. cit.*

(9) David Vercauteren, Olivier "Mousse" Crabbé, Thierry Müller, *Micropolíticas de los grupos. Para una ecología de las prácticas colectivas*, Traficantes de Sueños, Madrid, 2010

(10) See the statement drafted by the acampada BCN Culture Commission, Plaza Catalunya, Barcelona, published on July 21, 2011: http://culturaacampadabcn.wordpress.com/declaraciodeclaracion/declaracio_comissio_cultura_acampadabcn/castellano/

Sitting in the Square

Reading Poetry¹

Alfredo Rubio Díaz

The Geography of the theming of tourist environments refers to the transformation of a site into a tourist destination, regardless of its scale, by implementing a system (and a systematics) consisting of all kinds of related items: landscapes, sites, areas, streets, landmarks, connection axis, hospitality industry systems, hotel and commerce systems, culture and cultural facilities systems, redevelopment processes, infrastructure (parkings), gentrification, monitoring procedures, communication and marketing materials and a long list of issues that ultimately define and establish a (hyper) specialized territory, separated from the rest and which, in addition, frequently takes on the precise role of a corporate image. In the article we are reviewing, we wished to emphasize the initial stages of two processes, which we have continued to study up to the present day. In the first case, we took the European proposal for the banks of the Duero river, in the city of Soria, as an example. In the second case, the historical core of Málaga city, which has undergone a selective and gradual process to become a tourist destination, in consecutive stages, following a trend towards becoming a global museum space, both in itself (megamuseum) and in the set up of different museums as unique nodal units that will form a basic system of attraction.

The first was, among other things, a clear expression of how theming has become a fixture in the fields of Architecture and Urban Planning. We can now add some more planning documents where this reason completely takes over the definition of future for an entire territory. We are referring to the Axarquía, Eastern Costa del Sol in Málaga².

In the Castilian city of Soria, European proposed the territory that stretches between the dam in the flour processing plant and San Saturio as a site for the project of its well known competition. For those who don't know it we can say that, broadly speaking, the point is to intervene in the banks of the river as it passes by the small town. The quality of this environment and landscape is such that one really must be a poet to capture the atmosphere of the place, a result of different crossovers: the flow of the river and its works, the density of riparian vegetation, human works, the crucial Templar contribution in San Juan de Baños and San Polo, unsurprisingly an old monastery, along with the exploitation of energy for industrial uses and for water supply and the bridges, because actually the river Golmayo is also there.

To put it another way, these are the landscapes of the walks of A. Machado that were described in his poems, as well as in the poems by Gerardo Diego, Dionisio Ridruejo and other more recent poets. It is seldom that wandering the serenity of a river bank takes on such profound significance, and this is the case especially when we take the walk from the cloister of San Juan up to San Saturio.

As regular visitors of these riverbanks, we have not noticed any significant problems. We were only aware of the absence of crowds of visitors, the serenity of a quiet walk — sometimes the rustle of the tree leaves moved by the wind; the stately flight of a stork, following the curves of the river like a path, at sunset; the beauty of something that is not standardized, with all its imperfections and flaws. The absence of all those presences that in the end leave us exhausted in any of the touristic cities (interpretation centers, mineral water and coke dispensers, traditional restaurants, handicrafts stalls and a very long list). Instead, we have seen people from Soria taking a walk, practicing sports or meditating, some even carrying books. All kinds of people, of different ages, using those lanes, paths and bridges with a remarkable familiarity even when, to be precise, they tell us that the paths have lost the intensive social use that they were put to, in the recent past. Here, as in so many other endangered sites, a technical report that was sensitive to the place could not be anything other than a discourse based on poetic reason which denies the art of making profit and bases the citizens' rights on a certain mood.

According to the drafters of the proposal for the European competition, the river has remained isolated from the development of the city, something which they attribute to the fact that it is located in the poorer area of the city — a biased point of view to say the least, that confuses working class district with marginalized district. However, whether they are really unaware of the obvious or just cynical, the main goal of the project is defined as "the recovery and incorporation into the lives of citizens of both the surrounding district and the natural space occupied by the river, approaching the problem in the context of urban scale". Then follows the usual reasoning that links certain concepts: sustainability, articulation, connection, functionality, revitalization and implementation of new applications to "revitalize and

broaden the diversity of social life in the river district”³. Obviously, the technical language and feigned interest in civic life and where it might potentially be hosted is used to cover the real issue that is being dealt with here. Still the text, with the usual precipitation and nonchalance, refers to “the natural space occupied by the river” (?). When we list the twenty “possible” interventions⁴ and “enhancement strategies” that are proposed, it is clear that this is the dashboard that precedes the theming of the environment: “recoveries” of San Polo, El Molinete, the public laundry, the creation of a multi-purpose center (recreational, sporting and cultural), itineraries and Water Museum, among others.

Soria is the first example of how the theming reason has eventually become an issue even for those who have to define the programs of competitions, and of how it foreshadows the future of the riverbank. Under the circumstances, the participants are unable to break the theming schematic in search of crevices and spaces that would allow them to use their imagination in the creation of a completely different project. Any urban project, on any scale, must not only respond to the demand that originates it, but also produce an answer to match the site and sites. That is to say, designing a street badly, placing a bridge incorrectly, positioning the future building badly, forgetting about the topography, the geology, the climate or the atmosphere can create discomfort, marginalize sectors and people, waste energy, subvert the logic of the spaces with unnecessary cost overruns or simply make them disappear forever. Interventions connected to theming assume a degree of risk: that of acting as the destroyers of something intangible which would require an extremely careful and humble stance (of the project) against the imposture of believing that everything can be “improved” and that it must necessarily be improved. In this case, as in many others, that intangible is the atmosphere of silence. However, far from lessening, this trend is becoming consolidated: in the case of the *Plan Subregional de la Axarquía-Costa del Sol Oriental* (2006), an urban plan that will regulate the future of that territory. There are many examples, but this one is somehow emblematic in the Andalusian context. Its orientation raises a first question: the designing gaze has found nothing more than the landscape in the power of the territory. It is so much like a worn out gaze that it is unable to account for the power ascribed to the formal expressions (of a society and its culture), interfered with by an *a priori* that renders it impossible to see anything else.

According to the above mentioned Plan, there doesn’t seem to be an alternative drive for the region of Axarquía. From this perspective, the efficient thing to do would be to transfer to the “valuable local identity” the value of the competitive aspect (POT, 2005: 63), since the tourist products based on “experience” –as it is clearly emphasized– and in the unique components of the destination are becoming increasingly popular, and the region of Axarquía will find a decisive potential flow there as long as, it insists, the trends that determine the market are modulated, exploiting the energy provided by the demand so as to achieve the goals set in this urban plan. The model advocated intends that, together with

an orderly use of the opportunity for growth, the area’s capital should be increased, both the natural capital and the cultural and identity capital (POT, 2006: 64). The result: a frozen or crystallized landscape.

Meanwhile, the “recovery” of the historic center of Málaga has been a slow process. Initially, and until very recently, the city was not a place that received immense tourist traffic within the Western Costa del Sol. It was difficult to spot groups of tourists on its streets. Later, the historical core, which coincides with the established network of the Muslim medina, contracted all possible diseases typologized in specialized literature, and went through a period of profound physical and functional impairment, supported since the mid-eighties by the urban cultural scene (known as the “movida urbana”) that occupied it. It is a process that we have studied since the late seventies⁵, which reflected urban patterns generally clarified by local conditions, as it does now in the process of theming of the environment.

All of this took place in the context of a certain social consensus about the absence of a heritage in those urban networks and in the buildings, that could be valued. The arrival of European resources, the availability of more information about the urban past, produced with the best intentions, envisioned the possibilities: certain interventions were implemented, credit lines for the rehabilitation were established and, most importantly, taking into account the circumstance of Picasso’s birth in the city and the prospect of the location of the Picasso Museum in San Agustín street, the reality of the speculative investment that had accompanied its decline materialized and the ubiquitous and even suffocating story of the Picasso-Málaga relationship was established. Starting in 1996, the outlook and expectations had already changed completely. At long last, the redevelopment of the emblematic Calle Larios, the actual inauguration of the Museum, the viability of hotel regulations as defined in Article 12.4.2. of the *Plan General Municipal de Ordenación Urbanística* –General Plan for Municipal Urban Planning (1998)⁶, the relocation of the urban cultural scene and certain territorial and social transformations changed the trends and consolidated the theming of the environment. In recent years, Larios plays the role of the global image that represents the city itself and hosts all kinds of events, almost permanently, with the Plaza de la Constitution being included in those activities, and from there redevelopment and theming are being spread. The ultimate goal seems unfathomable: that the core of the city itself will become a megamuseum, as has already been proposed in the *II Plan Estratégico de Málaga* (2nd Strategic Plan of Málaga). The redevelopment of the Plaza de las Flores is a perfect example of the results of theming the environment. It became a residual space after the intervention that led to the construction of Calle Larios in the nineteenth century, was remodelled in the postwar period, and redeveloped only recently. The project seems to be presented as a metaphoric replica of the Courtyard of the Orange Trees in the Great Mosque, with the design of the floors based on a mathematical model of the Nasrid modular brick found in the Alhambra, on which

are placed near perfect orange trees, arranged in neat rows in the centre and respecting some banana trees from the previous landscaping. A fountain, attached to the rear of the Iglesia de la Concepción, with the main façade facing calle Nueva, contributes the murmur of water. Due to this arrangement, in the middle of high buildings, and sometimes the back of some of the buildings in Larios street, the square is protected from urban noise. The result: a space of serenity where orange trees reflect the seasons and water adds its nuances in the resulting soundscape. At night, the overhead lighting adds to an almost fantastic scenery. However, there are no benches on the square and one can only remain there while standing or sitting in the terraces of the bars and restaurants that colonize a great part of its surface. It has lost its potential: from the static and quiet nature, as a pause in the flow along the streets, to the possibility of the bustling of a mass meeting for an event.

Subsequently, the process has gone further with the opening of new museums (Revello de Toro Museum and Carmen Thyssen), a thorough transformation of business and hospitality systems and some urban interventions that now introduce the phenomenon of theming of the environment in the Western quadrant of the historical centre, with obvious connections between the new museums and the new hotel facilities. Moreover, after numerous variations, the *Plan Especial del Puerto* has achieved partial success with the influx of cruise ships and its potential as a departure point, with the subsequent economic impact. Still, it hasn't achieved the necessary connection with the urban network, after its implementation (a specific social demand).

Rather than the physical content I now wish to emphasize that this theming process, which is key in the strategy to revitalize the local urban economy for certain political and economic agents, is accompanied by a resounding social success, as proved by the large crowds of people gathered for the consecutive "sleepless nights" and the massive public use of themed zones especially set up for the weekends. However, the consolidation of this local process depended on the candidacy for the 2016 European capital of culture, which in the end resulted in a resounding failure in part due to the significant technical errors in the project with regard to the logic of this kind of events⁷.

What happened from the point of view of a product city? The failure is not the result of an error: the document that was presented is entirely consistent with the strategy designed by the strategic planning for the city. Its coherence with regard to the European standard-criterion is an entirely different matter, and not just for those that deal with the issue of becoming the cultural capital. It is consistent with the strategic planning both in form and in substance: an option has been introduced that combines the strengthening of cultural industries with physical interventions that aim for rehabilitation.

Nothing new, therefore. However, it is crucial and worrying to consider the performance aspect of the matter, that is to say, a particular evolution is defined for Málaga, based solely on the "cultural" option (tourism + cultural industries). This is a very problematic aspect

since, whether it will become the capital or not, its proponents may have a claim to continuity, leveraged on obsolete strategic options and on very restrictive methods of participation.

With regard to the consistency with Europe, we believe that it is ambiguous, scarcely creative (a collection of more or less spectacular events) and probably rather inconsistent with criteria such as the European dimension (to promote cooperation between cultural agents, artists and cities; highlight the wealth of Europe's cultural diversity and emphasize the common aspects of European cultures) and "the city of the citizens". Certain issues such as encouraging the participation of citizens living in the city and its surroundings, generating the interest of foreign citizens, being sustainable and taking part in the cultural and social development of the city in the long term have not been catered for.

The collaborative city settles in a different way: it can produce the universal and speak from a universal stance (what is common to all of us) and it needs the common. The answers in the document presented are derived from the uniformity induced by the model of the subject city. As has been pointed out, the uniform does not belong to reason but to production. It does not derive from a necessity but from a convenience that allows for chain production. Its only merit lies in raising yields and in increasing the simplicity of the production. The only rationality that can be attributed to the uniformity that invades us is primarily economic and of management; it relies on imitation and, in any case, does not belong — as opposed to the universal — to the order of logic or the order of the prescriptive (Jullien, F., 2008: 32)⁸. The above mentioned document and its answers are based on the dictates of uniformity. The easy prevails over the complex. If artists, experts and agents were convened, wouldn't it also have been appropriate to have a work addressed to society, to the common? Is it not more appropriate to have knowledge and direct participation from the point of view of the common than a simple assertion, uncertain to say the least, that the city (subject) has expressed a desire to become this thing or that other thing?

Regardless of the fact that it is already a problem to call "Paradise City" something which the same document-questionnaire already presented as the physical reality of Málaga, poetising would be precisely to be included in the poetic reason, as an extension of the instrumental and simply calculating reason. But the document fails to really convey a poetics because it is, precisely, produced from the calculating and strategic reason. It sees an opportunity to transform the structure and the economic dynamics of Málaga. The strategic reason is always a war reason. On the contrary, poetic reason does not exclude the calculating reason but extends it and, no doubt, the absence of competition is the only option within a poetics of paradise (although we have not been lucky enough to visit, it seems most logical to assume that there is no competition in paradise, one is just exposed to light and lives in serenity as nothing is to be expected anymore). In a broad sense, the point is to understand the theming of the environment, although it would be more accurate to refer to theming as the symptom of a process of commodification of an inconceivable scope, for it

affects the forms of social connection and interaction, the individual ways of taking part or not taking part in the social dynamics and, ultimately, the forms and the possibility of the experience itself. The social is unsolvable without a headquarters. All that has been happening up to now is precisely the slow dissolution of any possibility of the existence of venues for social interaction. We can only count "sites", "territories" and architectures (mere containers and pure containers) where the necessary territoriality of the social can become effective.

A narrative that is donor of sense has been constructed for the historical center of Málaga. It includes landmarks, nodes, sites, buildings and even significant atmospheres, which must be treated as a product. This means, basically, different types of urban and architectural interventions and of discursive practices (interpretation centres, institutional advertising...) and of connection and insertion with the economic agents of tourism while the population is gradually expelled and the whole citizenship is finally seduced.

All of this, acting together, leads to different results: more precisely, to a coverup of the historical process despite the apparent disclosure that follows from the interpretation centres and the world of signage that invades the urban fabric and the planned itineraries. This fact has taken over the city centre, in disregard of its true uniqueness: that it is the headquarters and centre of a nineteenth-century industrial city. This explains the absence of an old heritage, due to the importance of the internal reform, sometimes as a result of revolutionary events, and displays the historical core as a unique expression of what the nineteenth-century innovation was. That is precisely the issue paradoxically "overseen". As is well known, "the apparent" is including a little more than all that shows itself. It includes and appeals to the hidden, the veiled, the concealed. The landscape is not pervaded from its formal manifestations. The city does not speak¹⁰, nor does its landscape. Those are only described in a literary text; they are frozen in photography, they are selected in cartography or filmed or recorded with cameras, where their capacity to show movement is the innovation. The interpretation is formulated as a pure fantasy, coated with historicism and appeals to ethnicity, which serves to hide the tension and drama of the historical process, which is what happened in Malaga. This process does not result exclusively from the calculability of local actors, and it is not inevitable. It involves the link between capitalist globalization, local political and economic developments and the evolution of cultural meanings and aesthetic values (Harvey, D., 2000: 418)¹¹. Therefore, there can be other approaches, even from the underlying commercial logic. The strategies may be other, more complex in their diversity; more nuanced, more sensitive through being disassociated from "anything goes" (everything is potentially a commodity).

Finally, the tourists are surrounded by pure banality: their gaze, the path they travel along and its milestones are manufactured and, in that sense, their gaze is that of someone else, at least in part. It lacks any awareness, any memories, and if there is any, they are the images of tourist promotion in various media. All of this carries an external decision: where to go and which way to get

there (the choice tourists have with regard to the various possibilities offered in the "package holidays"); what to look at and how to look at it. The tourist carries a memory, which contains the texts of the guides and their maps. In that sense, the tourist's eye is not innocent. It has multiple imprinted layers which, precisely, compel him to go and see "what there is to see". An interested gaze. There can be no wonder in the prefabricated gaze (made up of images, metaphors and allodoxias), only consumption. The local citizens' situation within the themed areas is not much different, he has few choices: he becomes an extra in a scenery-scenario that is (was) his own and he sees all sorts of places, streets, nodes, areas and atmospheres disappear through homologation and homogenization (the value adding enhancement), places where he could access experience, at least in some cases, the emotional side of memory, social relationships that are not mediated by the commercial and simply being in the street with the uncertainty that this involves, was possible.

The road busy with the memories, often multiple memories, precisely what confers space / time, becomes impossible in these landscapes of substitution that simulate a city. As might have been understood, we are referring to the subtle ties that bind people and places through topophilia and topophobia. The local citizen can be evicted from the possession of a comprehensive (not banal) memory, replaced by the produced memory, which objectively turns him into a tourist in his own city and an easy prey for a radicalized ethnicity¹².

The theming of environments behaves like a system but requires a monographic view of the micro and of the almost intangible network that it forms: from a street or square that has been redeveloped at the disposal of hotels; from the disappearance of traditional shops, replaced by the complex world of prestige shops and franchises, to the agony of traditional cafes, taverns and bars. While the cameras do not cease to look at what happens, not even for an instant, the party is replaced by the show¹³. All of it constitutes a possible cartography where apparently there is no space for the citizens (the possibility of us). Given this system, social experimentation proposes, and can propose, not without difficulties and with little chance of success, in a context where it is not very strong, the critique of themed spaces, some analysis that will warn about the insatiable content of tourist theming and of the economic sectors that support it and certainly opposes certain forms of self-organization where one could perhaps expand the common. This had been going on in state-of-the-art social centres but, after the latest experiences in the Spanish plazas, what seemed impossible has already taken shape: they are places of convergence of multiple desires of the single, the nobodies, the invisible and all other categories that exist regarding the metropolitan condition, including the nobodies. Their creativity is opposed, even inadvertently, to the themed city, where the historical is just a destination where one can pay to "hang out".

June 29, around 23.30 in the Plaza de la Constitución in Málaga, already vacated by the "indignants"¹⁴: around twenty different people sitting in a circle, on the floor, listening attentively to a woman reading poetry.

- (1) The present text is an updated version of the article originally published in the magazine Archipiélago, with the collaboration of E. Serrano, J. M. Romero and R. Reinoso. See, Rizoma, 2007: "Lo común y la tematización de sus lugares potenciales". In *Archipiélago*, no. 77–78, editorial Archipélago, Barcelona. On-line version at <http://ingentes.es/?p=401>
- (2) Department of Public Works and Transport of the Junta de Andalucía, 2006. *Plan de Ordenación del Territorio Costa del Sol Oriental–Arrora*. For reference, see Rubio Díaz, A. Muñoz and Serrano, E., 2009: "Lo que no se dice en los Planes de Ordenación Territorial: el caso de la Costa del Sol (España)" in *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, Vol. 1, no. 1 (Special issue dedicated to the Primer Coloquio Internacional sobre Ciudades del Turismo, April, 2008), Centro de Estudios América del Norte, Colegio de Sonora, México and Diaz Rubio, A., 2010: Turismo y cultura, in *Revista PH*, no. 71, pp. 65–70, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, Junta de Andalucía, Consejería de Cultura, Seville.
- (3) "The Duero river – reads the European text – is an important element for the whole province. Its passage through the Soria City has historically been crucial, having now been isolated from the development of the city, being in its most marginal area. Thus, the first objective is the restoration and incorporation into the lives of citizens in both the surrounding neighborhood, as the natural space occupied by the river, approaching the problem on a line of reflection on an urban scale, raising the articulation of the existing urban fabric, strengthening the connection to the core by the research on the multifunctionality of residential space through its compatibility with different uses, to revitalize and expand the diversity of neighborhood social life of the river".
- (4) Possible initiatives in the environs of the Douro river in Soria city: 1. Archaeological recovery of the "San Polo" chapel and its environs. 2. Renovation of the old "El Molinete" mill. 3. Renovation of the old public laundry beside the Water Lift. 4. A multipurpose recreation, sport and cultural centre in the old wool scourer building. 5. Solar-powered boat trip covering the route between Soria and Los Rábanos. 6. Renovation and value-adding of the bridges on the Golmayo River. 7. Value-adding for the iron bridge across the Douro River. 8. Design of sports area at the mouth of the Golmayo River, a flat, accessible orchard zone. 9. Renovation and value-adding of the waterwheel of the old house of the coal merchant. 10. Renovation of the San Juan de Douro waterwheel. 11. Recovery of El Cristo path. 12. Renovation of icehouse used by San Juan de Douro monks. 13. Renovations to old Romanic church with semicircular apse. 14. Renovations to the walls of Soria and Portillo walls opposite the San Juan de Douro arches. 15. Renovations to the San Agustín convent, electricity generator and old Augusto tavern. 16. Water Museum, former Water Lift. 17. Relevelling work in the Sotoplaya and upgrading of the zone. 18. Pedestrian gangway linking Sotoplaya with the old Fielato booth across the Molinete weir. Possible access to the Water Museum from Arcos de San Juan de Douro. 19. Renovation of the old Flourmill weir. 20. Total removal of grease factory.
- (5) See, among others: Rubio, A. (Director), 2002: *De ciudad a metrópolis. Málaga: 1975–2000*, Asociación Provincial de Constructores y Promotores; 2007: "Málaga y Comercio, Territorio y consumo en la provincia de Málaga: el tiempo de las grandes transformaciones, 1975–2006"; in Auriolés, J. and Parejo, A. (eds.), *La economía de la provincia de Málaga*, Cajamar, Málaga y Serrano, E. and Rubio, A. 2007: "La Ordenación del Territorio en la provincia de Málaga", in Auriolés, J. and Parejo, A. (eds.), *La economía de la provincia de Málaga*, Cajamar, Málaga.
- (6) Specifically, Título Duodécimo, Capítulo IV: Uso Terciario, Artículo 12.4.2. Hospedaje.
- (7) See Fundación Málaga Capital Cultural, 2010: *Málaga 2016, European candidate capital of culture. For a detailed analysis of the contents of the Project, actually the answers to a questionnaire*, see Rubio, A., 2010: *Málaga 2016: Punto Cero*, en *Ateneo*, no. 13, pp. 100–114, Ateneo de Málaga, Málaga.
- (8) Jullien, F., 2010 (2008): *De lo universal, de lo uniforme, de lo común, y del diálogo entre las culturas*, Siruela, Madrid.
- (9) Title of a poem by Vicente Aleixandre (Seville 1898–Madrid, 1984) that the poet dedicated "to my city of Malaga". In the book *Sombra del paraíso* (Madrid, Adán, 1944).
- (10) Often, strategic planning and expert systems present the city as subject, able to articulate its own discourse. However, it is the others who speak for the city with their stories and their accounts. On the subject, Pere López Sánchez: "Centros históricos. Más allá del Ghetto y del Museo (Algunas cosas sobre el querer vivir en las ciudades viejas)", in AA. VV., *Lecturas geográficas*, editorial Complutense, 2000, vol. II, pp. 1.167–1.178, Madrid.
- (11) Harvey, D., 2007 (2001): *Espacios del capital*, editorial Akal, Madrid. In particular Chapter 18, entitled "El arte de la renta: globalización y mercantilización de la cultura".
- (12) Rubio, A., Pablo Millán, Fernández Valderrama, L. and Martín Mariscal, A., 2010: "Empty heritage: the heritage elements to Understand Commercialization process" in *Heritage and Sustainable Development*, Editors: R. Amoedo, S. Lira & C. Pinheiro, UNESCO, Evora.
- (13) Rubio Díaz, A., Reinoso Bellido, R. and Fernández Valderrama, L., 2008: "Transformaciones en la relación entre lo doméstico y lo público", in *Neutra*, no. 16, pp. 52–57, Colegio Oficial de Arquitectos de Sevilla, Sevilla.
- (14) The citizens' movement of the "indignants" of 15-M started on May 15, 2011 with simultaneous protest in several Spanish cities by thousands of people demanding a more participatory democracy. The 'indignants' in Málaga remained camped in the Plaza de la Constitución between May 17 and June 20, when it was decided that they would break camp.

Picasso City

Rogelio López Cuenca

The Andalusian edition of *El País* daily newspaper included the following headline on April 1, 2004:

"Málaga's strategic plan proposes that the city be declared World Heritage Site".

The proposal may not seem all that surprising these days, especially after the art of *Flamenco* was included in the 2010 "List of Intangible Cultural Heritage in Need of Urgent Safeguarding" — together with other intangibles that have been the subject of extensive media coverage due to their popularity, such as the Mediterranean diet. This triggered a flood of aspirations to that honour that continues unabated, to the extent that it threatens to bring to life that story by Borges, about an empire where the Art of Cartography had attained such perfection that the map and the territory coincided exactly¹. The claim that Malaga should be classified as World Heritage by UNESCO could even go unnoticed, therefore, amid so much and so indiscriminate ambition to the title (yearned by the cities of Antequera and Ronda, the Nerja Caves, the olive groves in Jaén, bullfighting, Torremolinos and Easter, just to mention a few that are close). But for those of us who have seen and experienced how the most degrading outrages, characteristic of property speculation, were inflicted with impunity in the historic centre of Málaga, the news could not be more amazing. What made it excusable was nothing but the fabulous nature of the moment, the fantastic atmosphere — reaching heights of delirious intoxication — caused by the process of *construction of the event* by the mass media, in connection to the

opening of the Picasso Museum in the city (October 2003).

One cannot ignore that in the substrate of that atmosphere of enthusiasm which festooned the moment lay the ghost of what has been called the "Bilbao effect" or "Guggenheim effect": a "miracle" by which a peripheral city in decay is transformed into a "global" and "cultural" city in an amazingly brief lapse of time, to become a major tourist destination. Especially since the arrival of a museum which, like a supply ship from a different civilization, becomes the centerpiece of an extraordinary urban, economic, cultural and social metamorphosis, giving rise to a feeling of self-satisfaction and identity cohesion that would be the dream of any political leader.

It is hard to imagine a more appropriate label to rely on than the Picasso brand, when aspiring to take part in the competition between cities characteristic of the new postindustrial economy, the struggle to attract investment, mega-events (it is needless to say "cultural" events: everything is "culture" by now) and the corresponding visitors in the global tourism market. The name Picasso has already more than proven its effectiveness when it comes to contributing the prestige of its symbolic capital, whether it is to a perfume, to a restaurant (apparently, Picasso is the most common name for pizza restaurants across the world), or a car — and not just any car: in Spain, the Citroën Picasso is a police car. It is a fact that never in history has an artist been so well known and recognized as such. Picasso's fame is based on his productivity, among other things: the number of his works created over the eighty years of his career rises to over 20,000. And his biography, full of scenes that would be perfect for a best seller, has been the subject of countless publications, throughout his life and after his death, that his biographers, wives, lovers, children, friends and enemies have tirelessly dedicated to him.

Given the ingredients, the fact that the figure of Picasso easily takes root in the popular imagination can hardly come as a surprise. People love the legend of *la bohème*, the romantic image of the artist as a tragic hero, driven by an unconscious impulse, whose eccentric originality is ahead of, and clashes head-on with, the canons of his day. The artist prophet who, like Christ the Redeemer, sacrifices himself for the future of the whole of humanity — in this case, for the progress of universal art and culture —, ignored by a society that only later will recognize its mistake, with the erection of sacrificial temples dedicated to the cult and safeguarding of the relics of the martyr. We, conceited pilgrims, can think of ourselves as educated and knowledgeable in their presence, as we condemn the ignorance and barbarism of those who, in the past, failed to appreciate true beauty and its value.

Perhaps the prototypical example of this speciality is that of Van Gogh, sacrificed in his grief and revered by the public in general. However, what clearly matters even more than the degree of unfairness of the sufferings endured, is being able to communicate them. In the case of Picasso, an emblematic scene illustrates the plight of the artist facing the obstacles that his destiny throws in

front of him: one in which the young genius is forced to burn his own works to keep warm during the freezing winter in Paris. This powerfully symbolic image evokes rituals found in mythology throughout the world, and inevitably arouses feelings of identification with the victim. Especially when we know the end of the story in advance: that challenging the rules will be rewarded, and without much delay, with such great success that any work by Picasso can be considered a currency of global validity today. His exhibitions are *blockbusters*, a guaranteed success, a show for all audiences, and not at all exclusive to a circle of specialists and experts. Picasso's work, therefore, perfectly fulfils the neoliberal demand that culture be regarded as a business, an operation that is performed in the name of a "modernization" that requires a free market for artistic goods, that is to say, their use in commerce and tourism for the benefit of private enterprise. From this point of view, the museum does not belong to a category that is different from hotels and fancy restaurants, shopping malls and entertainment centres, amusement parks and golf courses aimed at the general international tourism market.

"Picasso, Midas of the Centre", read the headlines of local press, informing of the extraordinary pace of changes taking place in the surroundings of the Picasso Museum during the days previous to its inauguration. Picasso's genius will usually be seen in a very similar way to that of king Midas (a curse, lest we forget), for his ability to turn anything into gold. For example, a seemingly careless stroke, which became popular in film clips where the artist, brush in hand, takes a few seconds to trace a drawing that will instantly acquire an incalculable value: at the very moment in which, like a conjurer, he signs the work with a flourish, thus performing in front of our eyes the miracle of added value, the Eucharist of capitalism.

Any business, therefore — and, of course, the post-political city, the city understood as a company, imposed by neoliberal capitalism — would see in its link with the Picasso brand a unique opportunity to enhance its value and profitability, based on cobranding, that is to say, on a deal where the basic premise is to establish a partnership founded on a win-win relationship. From this point of view, we must understand the insistence of ones and others in highlighting this or that feature: his Spanish character, his Andalusia or Málaga origin, his love of bullfighting and *flamenco*, since this inevitably gives rise to a significant and substantial transfer of added value. Which is something that no longer happens, for example, with his political affiliation, today fatally outmoded, as well as irritating and annoying whenever it comes up.

The use of the Picasso name in Málaga reached its peak around the dates of the opening of the museum (2003), but this explosion was preceded by a long series of baptisms, both municipal — from the Pablo Ruiz Picasso Beachfront Promenade to the Picasso Gardens — and by private companies, mainly in the hospitality industry. There is a document that captures the nascent cult: in the exhibition by the painter Luis Navarro, at the Pedro Pizarro gallery, February of 1992 — that

is, months ahead of what is officially regarded as the cornerstone of the Picasso epiphany in Málaga, the exhibition "*Picasso clásico*", which opened in October of that year. Navarro collected in the invitation card, by way of a collage, a series of photographs of commercial establishments — restaurants, cafés, bars, a driving school — that were already named after the great genius. In the center of the image, full of oracular resonance, almost like an evil omen, evoking the daunting warning at the gates of hell, the sign for the new terminal at Málaga Airport: Terminal Pablo Ruiz Picasso.

I can't recall when it was exactly that the notes, the photographs, the crazy newspaper clippings started to take the disturbing shape of an archive which contained what might be called the reinvention of Málaga based on the figure of Picasso, the picassization of Málaga as the toll of its rebirth into post-Fordist economy, in the form of a theme park of the tertiary sector, on the one hand; and on the other, its reverse and complementary, the malagazation of Picasso: the lubrication, if not the hazardous and hasty stake, to find roots in Málaga for the most futile of gestures, for the tiniest of Picasso's expressions, since the city-brand has decided to risk its perhaps impossible difference in a competition between cities that are seeking to distinguish themselves from each other through the same fatal strategy, their trivialization.

Thus, almost in the way of the *Arcades Project*², a network of signs — words and images — is grouped in the present work, in the form of constellations, with their continuities and fractures, fragments subjected to the expiration date that the immanent provisional status of the news has sentenced them to, because if there is anything that leads this effort, it is the suspicion that the congenital obsolescence that Benjamin calls "the small change of the contemporary"³, hopelessly blurs any ability to interpret its truer meaning. Perhaps only when defunctionalized, uprooted from the context of their circulation, torn from the swiftness that precipitates them to a total insubstantiality, the newspaper, the press clipping, paradigm of the old-fashioned, of the outdated, of the useless, they become that in which we can glimpse the possibility of a history "other" than those of the "spectacular, commemorative, triumphant, false"⁴ cities.

MUSEUM CITY

1.

Picasso "reinvents" Málaga. The city emerges as an open air macromuseum.

La Opinión de Málaga, October 28, 2003.

2.

The (city) centre will become a museum city.

Ramón Casero. Councillor for Town Planning, upon collecting his award at the ceremony of the third Financiera y Minera Awards for Architecture and Construction in Málaga (*Premios Financiera y Minera de Arquitectura y Construcción de Málaga*) — "forum for a dialogue between the world of construction and

the world of creation"—. The awards, the magazine *Cemento-Hormigón* ("Cement-Concrete") tells us, are granted by Financiera y Minera, a subsidiary of Italcermenti Group conglomerate company, who own the cement factory in Málaga, located in the neighbourhood of La Araña. It is the most contaminating company in city and has the second highest level of CO₂ expelled per year for a cement plant in Andalucía.

At the same event, the Special Jury Prize was awarded to the Ministry of Culture of the Andalusian Government and to Christine Ruiz-Picasso, for the promotion and development of the Picasso Museum in Málaga.

3.

Málaga is a museum of the land problems in Spain.

Luis López Peláez: *Málaga hoy*, June 5, 2005.

GENEALOG(Y)-IES

1.

While Málaga can pride itself on being the birthplace of (the child) Pablo Ruiz Picasso, A Coruña claims on being the "place of his artistic birth" and Horta de Sant Joan (Barcelona) "has the honor of being the place where Picasso discovered himself as a genius".

(Francesc Miralles, in "Donde Pablo se hizo Picasso" ["Where Pablo became Picasso"], Víctor A. Gómez, *La Opinión de Málaga*).

2.

Finally, the idea is starting to sink in that because Picasso was born in Málaga the conditioning factors and experiences that led him to become an artist and marked his character took place in this city.

Lourdes Moreno, "El hecho diferencial", in *Un año con Picasso*. Diario Sur, Málaga, October 2004.

3.

It is a must in this itinerary to pay a visit to the Plaza de Toros de la Malagueta (the bullring) where Picasso was shocked to see how the bulls charged against the horses, a dramatic memory that he later recorded in the Guernica Horse.

S. Roses and A. Barea: "El rastro del artista. La ciudad de un genio", in *125 aniversario de Picasso*. Málaga hoy, October 2006.

4.

In the same way, it has even been suggested that Picasso's portraits of women weeping are inspired in the religious imagery of the *Mater Dolorosas* of the Easter in Málaga, which, why not, would have left their indelible mark on the impressionable child's memory. Some have also tried to see in *Guernica* a resonance of the Málaga earthquake of 1884, when Picasso was three years old.

THE NORMAL PICASSO

1.

... the Cubist Picasso, the strident Picasso (...) The other Picasso, the normal one, we will continue to revere and admire.

Miguel Utrillo: "Picasso's paintings are only the evidence that Cubism is an outdated movement", *El Día Gráfico*, Barcelona, 1936.

2.

In the story "Picasso opens up to Malaga" (*El País*, October 27, 2008) its author, Sergio Mellado, describes how, in the second open day of the Picasso Museum, to celebrate its fifth anniversary, "people crowd together" around the *Portrait of Paulo with a White Cap* (1923) and the portrait of *Olga Khokhlova in Mantilla* (1917).

3.

Already during the official opening of the museum the press noticed how *Olga Khokhlova in Mantilla* particularly attracted the attention of Her Majesty the Queen Sofía.

FAMILY AND NEIGHBOURS

The exhibition halls of the Museo Casa Natal de Picasso (Picasso Birthplace Museum) have hosted monographic exhibitions by the artist's father, his sister Lola and her grand-nephew Xavier Vilató. On the occasion of the inauguration of the latter, on September 25, 2005, Councillor of Culture Diego Maldonado informed of the creation of a "future museum of twentieth century artists from Málaga, in which there are plans to build a room dedicated to the painters in the Picasso family", in the newspaper *La Opinión de Málaga*.

PABLO

The theme for the 2006 summer courses at the University of Málaga was "Universal Picasso". Interestingly, only one of the courses had Picasso as its theme, "La crítica sobre Picasso desde 1900 hasta nuestros días" ("Critique of Picasso from 1900 until today"). The title of another was a rather gratuitous reference to Picasso: "Centros de Arte Contemporáneo hoy: los modelos que Pablo pudo soñar" ("Contemporary Art Centres today, the models that Pablo might have dreamt of").

What kind of feigned familiarity with Picasso does the use of the Christian name intend, to refer to someone whom everyone knows by the surname?

BIRTHPLACE

In celebration of the *XV Octubre picassiano* (Fifteenth Picassian October), on October 25, 2002 at eight o'clock in the evening, the Pablo Ruiz Picasso Foundation hosted the "opening of the Picassian space, a recreation of the study of José Ruiz Blasco, Picasso's father, during the period of 1881–1891. Design and execution: Diego Santos".

It will not be long before the "recreation" part sinks into oblivion in the pages of the local newspapers, and the chance to "see a nineteenth century sitting room belonging to the Picasso family" is openly offered to the public. *Diario Sur*, December 31, 2003.

PICASSIAN ITINERARY

The plaques that signal Picasso's brief life in Málaga (the house where he was born, the church where he was baptized or his nursery) and, out of lack of anything else, his father's life too (his study and the pharmacy where he had his gatherings) do not include the episode of his last trip to Málaga, at the end of the year 1900, accompanied by Carles Casagras: "Uncle Salvador did not want the two friends at home and they ended up in a boarding house on Calle Camas. An area of brothels, and Picasso never called himself Ruiz again, and he never again returned to Málaga".

Justo Navarro. *El País*, April 8, 2006.

The flophouses and old brothels have been demolished. The first five-star hotel in the city was inaugurated on Calle Camas in the year 2010.

ANDALUSIAN

Picasso was Andalusian in every way; in his manner of speech and his bearing...

My son Bernard is as Andalusian as his grandfather.

Christine Ruiz Picasso, *Diario Sur*, October 25, 2003.

An Andalusian named Pablo Picasso.

Manuel Chaves, President of the Regional Government of Andalusia. *La Opinión de Málaga*, October 27, 2003.

SPANISH

The only thing that was constant in him was his Hispanic heritage.

John Richardson, *El País*, December 1, 1991.

It was precisely during a bullfight, the most enduring of Picasso's Spanish passions! Picasso replied [to André Malraux, who had proposed for the umpteenth time that he become a French citizen]: "I was born in Málaga and I learned to paint in La Coruña, Barcelona, Madrid. And I painted Guernica. I can never be French".

Luis Mamerto López Tapia: "Las mujeres de Picasso", in *Picasso vuelve*, *Diario Sur*, October 2003.

FLAMENCO PICASSO

1.

Picasso was very flamenco.

Enrique Morente, interview in *Ababol* (www.laverdad.es).

2.

Picasso was very flamenco: his bullfights, his guitars, his lifestyle, his night parties, a womanizer.

Diego "El Cigala", interview in *La Flamenca* (www.revistalaflamenca.com).

3.

In an article entitled "La nana de Picasso" ("Picasso's lullaby"), published in *Picasso 125 años (Málaga boy, octubre 2006)*, the painter Eugenio Chicano, from Málaga, describes his telephone conversations with Picasso: "As well as about painting and art, Don Pablo asked me questions about flamenco (...) he asked me about the lyrics of songs and, above all, about the racy popular carnival songs. (...) One day he showed special interest in some flamenco lyrics where there was an odd reference to Alexandria".

The author concludes: "To memorize an obscure lullaby-romance and retain it in his memory at the odd inclusion of the word Alexandria in the context, is unusual. Only an artist of his culture, sensitivity and curiosity, as well as Andalusian and from Málaga, could use his finesse in detecting and studying these issues".

BULLS

Telecinco will broadcast the first "Picassian" bullfight in history next Saturday, April 11.

Europa Press, March 24, 2009.

The Picassian bullfight will be part of the Easter roster of events.

This third experience is marked by a new date, since it had been celebrated on Holy Saturday both in 2009 and 2010, with two other festivals taking place on Sunday to a "resounding success". Until then, the tourists went away on Good Friday or Saturday morning, but with the lure of Picasso we have managed to make them prolong their stay", said Bendodo.

La Opinión de Málaga, April 8, 2011.

Lucía Bosé promoted the building in Málaga of a bullring designed by Picasso.

La Vanguardia, October 26, 2006.

IMAGINING PEACE

Diario Sur, Málaga, June 2, 2011:

Unesco and Málaga make history.

Málaga presented yesterday a historic agreement, both for Spanish and international football...

The owner of Málaga Football Club, Qatar Sheikh Abdullah Bin Nasser Al-Thani, and the director general of Unesco, Irina Bokova, signed a four-year term agreement in aim of promoting a culture of peace through sport, Internet and social networking. "Imagining Peace" is the slogan, and the logo of UNESCO will appear in the new Nike t-shirts of the team for next season.

The event ended with a performance by Manuel Lombo: a flamenco show, as a nod to Unesco, since flamenco was recently proclaimed Cultural Heritage.

and it did so in a mass event where the cream of society, politics, sports and cultural Málaga gathered; all rising to the occasion at the Picasso Museum.

OVERSTATEMENT

1.

The opening day of the museum, actor Antonio Banderas revealed: "Málaga stands as one of the most important cultural cities in the world". The director of the Center for Contemporary Art, Fernando Francés, added in turn a cryptic chronological nuance: "We are witnessing the biggest cultural achievement in the last century".

2.

Three years later, in 2006, a monographic publication dedicated to Fitur (International Tourism Fair) corroborated: "Picasso leads Málaga to the top of the cultural routes".

FX

1.

Málaga is going to wake up from lethargy.
Ángel Garó, comedian. *Diario Sur*, Málaga, October 25, 2003.

2.

Picasso is in Málaga.
Pedro Aparicio, former Mayor of Málaga. *La Opinión de Málaga*, October 27, 2003.

3.

In the past few weeks, the whole of Málaga has become Picasso.
Vecinos de Málaga, no. 182, October 30 to November 5, 2003.

4.

You can breathe Picasso in the downtown streets.
La Opinión de Málaga, October 28, 2003.

5.

I was moved by the fervor for Picasso in people from Málaga who had never seen his work.
Christine Ruiz-Picasso, *Diario Sur*, October 25, 2003.

TRIBUTE

1.

Made by Berrocal, commissioned by the City of Málaga, in 1971. The monument, completed in 1976, was first displayed at the exhibition *Homage to Picasso*, held near Rond Point on the Champs Elysées in Paris. According to a description by the sculptor himself, the monument symbolizes a woman lying in the Málaga sun and a heart with arteries coming out of it that form almost the entire sculpture, so it is better to call it *Síxtasis*.
Rosario Camacho (dir): *Guía Histórica Artística de Málaga*.

2.

In the vicinity of the former, also in the Picasso Gardens, is another *Homage to Picasso*. A plaque on the pedestal on which the sculpture stands reads: "First monumental tribute to Pablo Picasso in Spain, completed in December 1972 by the sculptor Ramón Calderón and offered by the town of Málaga in March, 1978".

3.

The statue of Picasso: a new tourist icon.

The work, 1.40 meters high — on a scale ten percent greater than life-size, since the reproduction is meant to be shown on the street — has taken almost two years to complete and cost about 166,000 euros.

An expert in classical and Renaissance statuary, its author, Francisco López Hernández, believes that artists should reflect their times by depicting the people around them as realistically as possible. His last work, sitting in the Plaza de la Merced since yesterday, is the best example of his theory and his practice.

Mayor Francisco de la Torre unveiled the work yesterday and explained that he is quite satisfied with the outcome, especially with the resemblance of the replica to the artist.

Diario Sur, December 6, 2008.

What twisted mind might have come up with such a wicked idea, who has been able to think of such a cruelly vindictive and vengeful expression, such a spiteful vendetta? The erection of a statue of Picasso, executed (sic) according to the canons of the most stale and academic "classical and Renaissance" realism.

The official picture of the inauguration of the monument shows, in addition to the mayor, representatives from across the political spectrum of the municipal corporation, all crowded around the statue.

4.

... in its picturesque call were grouped brands and institutions that, strictly speaking, not only ignore Picasso, but — which is much worse — have always expressed themselves as indifferent or hostile to everything he represents.

Guillermo de la Torre. Catalogue for Picasso's first exhibition in Madrid, ADLAN, 1936.

5.

All who bestowed power on my grandfather, glorified him, surrounded him with an aura, elevated him to the category of a God: the experts, art historians, curators, critics, let alone the courtiers, parasites, sycophants who were so impressed by what my grandfather did with such ease that it nourished all their phantoms. Nobody cared whether my grandfather was happy or unhappy, all that counted was his power, his empire, the fortune he represented, which made him a showman.
Marina Picasso: *Picasso, mi abuelo*.

FAKE

The “recovery” of something that never existed.

The May 21, 1988 issue of *Diario Sur*, under the headline “Agreement to change one of the most unsightly façades of the Plaza de la Merced”, reports “the immediate remodelling of the building named ‘Pertika’, in front of Picasso’s birthplace” to “restore the traditional image of the square”. Its location in a “tourist attraction spot” required, always in order to “improve the environment”, the transvestism of the façade of a seventies building, that followed the aesthetics of the time, and its transformation into “nineteenth-century Málaga eclectic”, the style agreed as decor and setting of the Holy Picasso Childhood, that the whole city and its neighbours seem intent on reproducing with their efforts and collaboration.

PICASSO HEIRS

1.

Maya Widmaier Picasso (née Ruiz Picasso), Claude Ruiz Picasso, Paloma Ruiz Picasso and the two sons of Paul (who died in 1975) Bernard Ruiz Picasso and Marina Ruiz Picasso, the five of them heirs of Pablo Ruiz Picasso, constitute the “Picasso Succession” or “Picasso Indiviso”. This property consists mainly in the intellectual property rights derived from the work and the name of the painter. The management of these rights is through *Picasso Administration*.

www.picasso.fr

2.

The great debt of Spain to Picasso is still pending.
Carmen Jiménez in *Picasso 125 años, Málaga hoy*, October 2006.

COPYRIGHT

The attempt to claim taxes on images of history and art criticism goes against freedom of expression, prevents the development of these disciplines and seriously damages the system of contemporary art.

Juan Antonio Ramírez, Pablo Ruiz Picasso Award from the Ministry of Culture of the Junta de Andalucía (Government of Andalusia), 2004.

PICASSO’S DOVE

1.

Statutes of the University of Málaga (1973):

The coat of arms of the University of Málaga shows a white dove, a reproduction of the image that appears in the lithograph of the Málaga painter Pablo Ruiz Picasso, entitled “La Paloma”, bordered in capital letters with the Latin legend: “Universitas Malacitana” and all encircled by two branches of laurel in the shape of a crown, tied with ribbons at its base and open at the top.

2.

EFE, Málaga, September 16, 2004:

The University of Málaga changes its corporate symbol in order to avoid paying royalties to the Picasso family.

On October 13, 2000 the University received a letter informing that the use of Picasso’s work had “not obtained prior authorization from Picasso’s heirs or their representatives”.

The entity representing the Picasso family in Spain then warned the University that “the unauthorized transformation of the above mentioned work and its use, along with the infringement of the relevant economic rights, account to a serious attack on the moral rights of Mr. Picasso”.

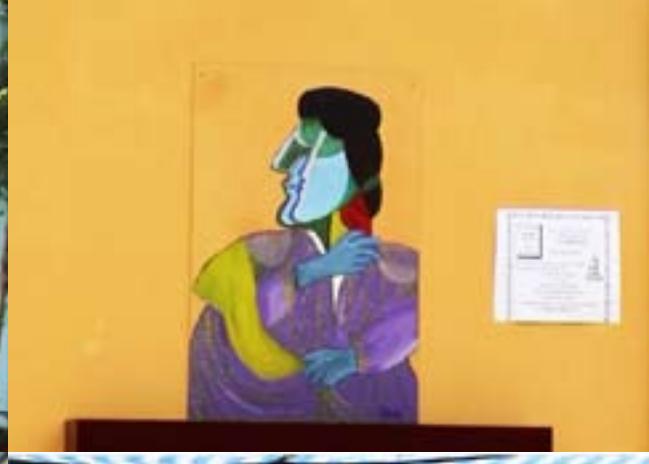
... The new image is a “U”, also with picassian strokes.

A BRILLIANT CITY

Diario Sur, May 28, 2008:

“Málaga, a Brilliant City” is already a unique tourism product, sold in a monographic brochure by Viajes El Corte Inglés, through its network of travel agents formed by 750 offices in Spain, several European countries and Latin América. This was explained yesterday by the Director of Marketing and Communication of the travel group, Fernando Tomás, in the launch of this initiative in the city of Malaga, together with the Councillor for Tourism, Elías Bendodo.

- (1) Jorge Luis Borges, “Del rigor de la ciencia”, *El hacedor*, Emecé, Buenos Aires, 1960.
- (2) Walter Benjamin, *Libro de los pasajes*. Akal, Madrid, 2005.
- (3) Walter Benjamin, “Experiencia y pobreza”, *Obras*, II, 1, Abada, Madrid, 2007.
- (4) Manuel Delgado: “Ciudades de mentira. El turismo como estrategia de desactivación urbana”, *Archipiélago* nº 68. Barcelona, 2005.









5 012345 678900



galería juana de aizpuru



Fundación
Arte y
Mecenazgo