

ÁNGELES AL SOL EN TIEMPOS DEL METAVERSO. LUCES, CÁMARAS Y CIUDADES EN NAVIDAD

ANGELS IN THE SUN IN THE METAVERSE ERA. LIGHTS, CAMERAS AND CITIES IN CHRISTMAS

Roy Postigo López (Universidad de Málaga)
roypostigo@gmail.com

Recibido: 15 de diciembre 2022 / Aceptado: 21 de marzo 2023

Resumen: El presente artículo aglutina conclusiones obtenidas a través de la visión aportada por la asignatura de 3º de Historia del Arte *Estética y Diseño de lo cotidiano*, en la Universidad de Málaga, así como por la obra *El Sistema de los Objetos*, de Jean Baudrillard (1968). Como objeto, se toma la iluminación navideña de calle Larios para las fiestas de 2022, diseñada por Iluminaciones Ximénez, como producto del principal motor industrial de la urbe malagueña en la actualidad: el eje hostelería-turismo. De esa puesta en escena se derivan connotaciones, valores encriptados y simbólicos que pasan desapercibidos ante la cotidiana u ociosa mirada del público que se postra ante ellas sin más interés, sin más 'duda', que la del 'post-perfecto'. En el presente artículo se pretenden decodificar las narrativas que se extraen de dichas obras efímeras; diseños que pueden estimarse como anacrónicos dentro del proceso de modernización que la capital de la Costa del Sol pretende acometer como consecuencia de su puja por ser sede de la Exposición Universal de 2027. Precisamente, el marco del litoral malagueño resulta idóneo para un fenómeno relacionable con otros productos culturales que se han sucedido como consecuencia del turismo, transitando estos por categorías como lo kitsch o el pastiche. Si bien, existe un sustrato de identidad patrimonial en todo lo analizado que, debidamente, se contextualizará.

Palabras clave: ciudad; diseño; turismo; urbanismo; cultura visual.

Abstract: This article brings together conclusions obtained through the vision provided by the 3rd year subject of History of Art, Aesthetics and Design of the Everyday at the University of Malaga, as well as by the work *The System of Objects* by Jean Baudrillard (1968). As an object, the Christmas lighting of Calle Larios is taken for the 2022 festivities, designed by Iluminaciones Ximénez, as a product of the main industrial engine of the city of Malaga today: the hospitality-tourism axis. From this staging are derived connotations, encrypted and symbolic values that go unnoticed by the daily or idle gaze of the public who prostrate themselves before them with no more interest, no more 'doubt', than that of the 'post-perfect'. In this article we intend to decode the narratives that are extracted from these ephemeral works; designs that can be considered anachronistic within the modernization process that the capital of the Costa del Sol intends to undertake because of its bid to host the Universal Exposition in 2027. Precisely, the setting of the Malaga coastline is ideal for a phenomenon

related to other cultural products that have followed one another because of tourism, passing through categories such as kitsch or pastiche. Although, there is a patrimonial identity substrate in everything analyzed that, duly, will be contextualized.

Keywords: city; design; tourism; urbanism; visual culture.

Como citar este artículo:

Postigo López, R. (2023). Ángeles al sol en tiempos del metaverso. Luces, cámaras y ciudades en navidad *Revista Eviterna*, (13), 64-80 / <https://doi.org/10.24310/Eviternare.vi13.15970>

1. La ciudad burguesa como postal navideña: industria, diseño y 'moderNavidad'.

Las ciudades occidentales en general y, las europeas en particular llevan travistiéndose de postales navideñas desde que las fiestas no eran más que una campaña comercial lejana en el calendario de cualquier publicista. Las diferentes urbes puján por ser la 'mejor decorada', la 'más ambientada', la 'más apetecible' para pasar algunas jornadas invernales y, cómo no, hacer alguna que otra gestión en los asuntos del Polo Norte y el lejano Oriente. En esta forzosamente enfocada, enfatizada y monitorizada intención, dirigida hacia la industria turística, Málaga se ha convertido en una de las urbes donde dicho empuje contemporáneo por la Navidad se acentúa hasta límites insospechados (Rosado, 2021)¹.

He aquí un extracto perteneciente a la página web del proyecto de la Exposición Universal de 2027 para esta capital andaluza. En él se quiere exportar una imagen de puntera actuación:

Málaga es la sexta ciudad española en número de habitantes y la capital económica y tecnológica de la comunidad autónoma andaluza y, por ende, del sur de España. Sus excelentes condiciones climatológicas (295 días de sol al año y temperatura media de 18,2 grados centígrados) y su ubicación estratégica en el Mediterráneo como puerta de entrada hacia el continente europeo hacen de ella una ciudad ligada tradicionalmente al sector turístico.

Esta realidad ha evolucionado en las últimas décadas en las que distintas instituciones, lideradas por el Ayuntamiento, han trabajado conjuntamente para situar a la capital de la Costa del Sol en el mapa de las inversiones internacionales, atraer y retener talento e impulsar proyectos tecnológicos y culturales que han permitido diversificar la economía malagueña (Ayuntamiento de Málaga, 2022).

Uno de los aspectos en los que se puede apreciar dicha innovación, enlazada con la tan ansiada sostenibilidad urbana que la Expo viene a representar, es en el alumbrado

¹ Este artículo se inscribe en el periodo de disfrute de la Ayuda de Iniciación a la Investigación del Plan Propio de la Universidad de Málaga (febrero-julio 2023), tutorizado por el doctor Javier Cuevas del Barrio, en el departamento Historia del Arte de la citada institución docente.

navideño; desde hace unas décadas, este pende insistentemente sobre las testas de la población local. La empresa adjudicataria del exornado luminoso de las vías de la capital es Iluminaciones Ximénez, que recoge el testigo de la herencia industrial en Andalucía pues, no en vano, fue Puente Genil, localidad fundacional de la compañía, el primer municipio de esta región en gozar de iluminación pública. De ello rinde cuenta el programa de Feria de agosto de 1889, en el que se anunciaba el alumbrado festivo de espacios públicos y casas ilustres de la villa (Requena, 2014). Así, el municipio cordobés inauguraba una era de pujanza industrial gracias al impulso que la electricidad aportaba.

Los tiempos cambian, y si bien en los festejos pontanenses la 'luz eléctrica', como se promocionaba, permanecía conectada hasta el amanecer, la actual coyuntura climática haría insostenible el mantenimiento de las luminarias ornamentales desde el ocaso hasta el alba. Es por ello que esta empresa, la cual ha tenido en Málaga uno de los principales espacios de exposición y promoción, se puede catalogar como innovativa. Sus productos son LED, lo cual es sinónimo de eficiencia en el consumo eléctrico. En palabras de la concejala de Fiestas Teresa Porras, las luces navideñas son «el chocolate del loro» (Quirós, 2022) del gasto energético municipal. Además, según el consistorio, el desembolso que estos montajes suponen para las arcas públicas es revertido en el comercio y la hostelería de la ciudad (San Martín, 2022). Sería por ello concluyente el situarnos ante un signo de nuestra época: las energéticamente eficientes luces navideñas se venden como un bien de consumo y reclamo turístico, propio de la sociedad de masas en la que todo debe ser apetitoso, susceptible de ser comprado y admirado por los flases y los *hashtags* que gobiernan nuestra mirada.

Todo correcto. O casi. Los diseños de estos conjuntos no convencen según quien los mire. *El bosque navideño* tomó desde 2019 calle Larios de octubre a marzo –los motivos navideños eran sustituidos ante la llegada del carnaval–. La mayoría de personas que llegaban ante las luminarias veían con hedonista complacencia ángeles de murillesco trazado revoloteando sobre la reinterpretación de un paraje soñado por los Hermanos Grimm. Pero, ¿y quiénes no hallaron en esta composición más que un pastiche sin remedio? ¿También llegaron a despreciar este diseño tras cuatro Navidades seguidas con motivos repetidos, más por agotamiento visual que por convicción estética?

2. Metodología: entre el *Independent Group* y el *Asthetic Discontent*.

Emprender una investigación en un campo poco explorado requiere, de igual forma, el empleo de métodos alejados de los cánones de la historiografía tradicional. Es por ello que, en este caso, se ha optado por una formulación ensayística del discurso argumentativo, ya que son los procesos de análisis directo de los fenómenos urbanos actuales los que aparecen contenidos como objeto de estudio. Por tanto, descartadas las citas de manuales o de la crítica especializada en el tema por ser estas inexistentes, se opta por recurrir a fuentes secundarias de naturaleza periodística o a testimonios orales. Esta metodología pretende funcionar como

vía reivindicativa para llamar la atención del mundo de la investigación cultural en cuestiones que interpelan directamente al espacio habitado.

No obstante, este comentado proceder metodológico aplicado a estudios de cultura visual posee una base netamente antropológica. En este sentido, las vías experimentales del *Independent Group* –IG– marcan un sugestivo proceder. No en vano, se trata de un movimiento que, entre sus innovaciones –revulsiones más bien–, está la inclusión de ámbitos propios de la cultura de masas –cómic, programas de televisión, música pop, etcétera– en rutinas dialécticas propias de la llamada ‘alta cultura’ –academicismo occidental en torno a las Bellas Artes–. Es a partir de ahí como se asientan los pilares fundacionales del arte pop británico, sobre los que se alzan las labores de artistas pioneros como Richard Hamilton (1922-2011), capaz de desdibujar los límites entre lo *hi* –elevado, culto– y lo *low* –bajo, popular–.

Las luces navideñas no han sido objeto de análisis por parte de los estudios visuales de manera clara, a pesar de que conforman efímeramente el paisaje urbano pop de las ciudades –espacio público, común, compartido– durante casi un tercio del año. Convivimos con unos elementos decorativos depositarios de diseños y connotaciones, activas o pasivas, que el inconsciente colectivo registra (Jung, 1994). De ahí que el análisis directo de estos productos y con la relación que el público establece con ellos se convierta en troncal para una aproximación certera al fenómeno antropológico en cuestión.

Establecemos como marco de atención prioritaria un momento de tensión entre la innovación industrial-tecnológica y un diseño inapropiado para tal vanguardia. La Málaga de las últimas dos décadas (2000-2022) (Gómez, 2016) –cuyo progreso económico es atribuible a la industria turística– presenta un contexto equiparable al desarrollo industrial británico de a finales del siglo XVIII. La máquina de vapor, por ejemplo, respondía entonces a las necesidades de una sociedad que dependía, en buena medida, de las posibilidades que ofrecía su aplicación en los medios de transportes y en la producción. Los primeros diseños del invento de James Watt respondían a una traza neoclásica, imperante en el gusto de las élites económicas del momento. Sin embargo, para los versados en arte, no dejaba de ser contradictorio que la modernidad técnica tuviera una ‘máscara retardataria’ que escondía la función del objeto. La fachada del modernista Pabellón de la Secesión vienesa (1897) reza aquello de «a cada tiempo su arte, y al arte su libertad», con lo que se entiende que los idilios tectónicos con lo clásico eran vistas como señas de tiempos ya pasados en buena parte de Europa. La reacción llegó a Gran Bretaña, mostrándose los integrantes del *Aesthetic Discontent* en contra del historicismo y eclecticismo en los diseños. La mezcla estilística de los productos distorsionaba la visión de progreso que los mismos proferían. Sin embargo, estas decoraciones –clásicas, oficiales, decorosas– eran del agrado de la burguesía, sector influyente sobre los otros estratos. Basta con apreciar la arquitectura victoriana, su mobiliario y concepción espacial –heteropatriarcal, ostentosa– para comprobar que el gusto ‘alto’ siempre albergó en su interior un mimo especial por ‘formas tradicionalistas’ que justificaban su posición.

Con espíritu similar al del *Aesthetic Discontent* se plantea el aparato crítico de este ensayo, centrado en aspectos generalmente poco explorados desde el visor crítico de la cultura visual y la Historia del Arte. Así, el gusto burgués, retardatario y anclado en códigos caducos de poder y dominación, se sigue tomando como referente por los 'subyugados' en tiempos del metaverso. La referencia a este universo post-real pretende aludir a un concepto al que la sociedad está comenzando a habituarse. En este proceso de aclimatación a nuevas realidades es crucial la aparición de este término en espacios ajenos a las élites intelectuales. Por ello, el comentario que la celebridad Tamara Falcó Preysler —analizada, *alla maniera* del IG, como fenómeno pop de la actualidad española y sesgos de viralidad transmediática— hiciera en televisión sobre su vida personal provoca que buena parte de la audiencia estableciese contacto primario con una 'palabra' —conjunto de nociones, más bien— hasta entonces vedada (HuffPost, 2022). El metaverso alude a la contemporaneidad, al momento histórico vivido en el que la dimensión de los mundos ilusorios ha copado, incluso suplantado, la identidad del físico.

3. Repensar lo urbano, también entre destellos angelicales.

Nos valdremos del *Monumento al Turista*² (2002) de Torremolinos, ubicado en la entrada norte de la ciudad, junto al *Palacio de Congresos de la Costa del Sol*, para ejemplificar. Estamos ante un memorándum público que homenajea a la industria turística, principal motor de la localidad en tiempos modernos. Siguiendo la tipología del triunfo barroco, una gran columna estriada con aspiraciones corintias se yergue sobre un 'macropedestal' sustentado por esfinges. Sobre el capitel, dos delfines alzan la escultura de una mujer semidesnuda. ¿Ecléctico? ¿Pastiche? El conjunto es alegórico de la Costa del Sol entre las décadas de 1970 y 2010, aproximadamente, cuando alcaldes y constructores campaban a sus anchas con un caquismo que parece ser intrínseco a la tierra andaluza. Se busca celebrar la industria del lugar, así como 'validar' las acciones políticas emprendidas por las élites a través de una semiótica clásica, tradicionalista y sin aparente comunión con una ciudad europea postmoderna. 'Lenguaje digno' para unos grupúsculos que constituyen, por autoridad y caudales, la capa más alta del gusto, que no deja de ser *mid* —reconfiguración del gusto en base a paradigmas neoliberales—³. Este 'dominio' es susceptible de provocar la indignación de otros estratos sociales, entre los que se

² Realizado por Marco Augusto Dueñas, fue regalado en 2001 al ayuntamiento de Torremolinos por el constructor y promotor inmobiliario Rafael Gómez Sánchez, alias 'Sandokán'. Su origen cordobés condiciona en cierto modo el obsequio, que alude inexorablemente al conocido *Triunfo de san Rafael*, uno de los monumentos más clásicos de dicha urbe. Respecto al donante, ha sido condenado judicialmente en varias tramas urbanísticas en distintas partes de Andalucía (Martín-Arroyo, Javier 2017).

³ Tengamos en cuenta que buena parte de estos representantes políticos y magnates inmobiliarios carecían de nociones sobre arte o cultura, en general. Basta con mencionar a Jesús Gil, regidor de Marbella durante los años de la especulación y la prevaricación urbanística. En su mayoría, se trataban de personas llegadas de estratos bajos o medios de la sociedad o, también, de élites burguesas o nobiliarias, oriundos del lugar o de otros territorios. En ambos casos, la influencia de los preceptos del gusto burgués permanece en la retina y en el lenguaje con el que celebran sus acontecimientos. En la propia localidad de Torremolinos se 'celebra' su emancipación de Málaga con un obelisco de hormigón —sito en plaza de la Independencia—: material moderno en lenguaje absolutamente impropio del momento, de nuevo.

sitúan los segmentos culturales. Estos detectan la discordancia manifiesta existente entre contenido y continente al albur de los valores de la modernidad.

Así, la Academia de San Telmo de Málaga se posiciona en contra del monumento, declarando su carácter «desafortunado y carente del más mínimo valor artístico» (Gómez, 2019). Tras las elecciones municipales de mayo de 2015, la nueva corporación elegida decide convocar un concurso público de ideas acerca del monumento para que sea sustituido. El que fuera alcalde de la localidad durante la 'erección' del monumento reacciona ante esta *damnatio memoriae*. Fernández Montes⁴ compara el *Monumento al Turista* con la *Columna de Nelson* (1840 – 1843), de la londinense *Trafalgar Square*, como defensa ante la propuesta de derribo del conjunto. Atendiendo al contexto de creación del homenaje al otrora almirante inglés –en clave victoriana, no lo perdamos de vista–, ¿no sería parecida la valoración del *Asthetic Discontet* a la que hizo la Academia de San Telmo sobre el proyecto conmemorativo torremolinense?

Si bien no se ajustan a los valores colectivos actuales, tanto el perfil visual como sentimental e identitario de Torremolinos y Londres, respectivamente, tienen a estos anacrónicos conjuntos como ejes articuladores del espacio oriundo y el 'de postal'. La misma perplejidad se mantiene ante las luces navideñas, pretendidas 'postales' del desarrollo de la ciudad. Calle Larios, a raíz de la peatonalización llevada a cabo por el ayuntamiento de Málaga en 2002⁵, se ha convertido en un espacio de experimentación de diversas fórmulas decorativas, reinterpretándose el concepto de 'salón urbano' bajo el que fue concebida. El amparo arquitectónico de los edificios proyectados por Guerrero Strachan resulta idóneo, como valor de ambiente⁶, para algunos de los 'señoriales' diseños que Ximénez ha ido presentando.

No en vano, este espacio urbanístico surge por la conjunción público-privada. El empuje industrial durante la centuria decimonónica requería una conexión directa puerto-ciudad inviable por el trazado medieval. La familia Larios, industriales elevados al marquesado por Isabel II, costea las obras que generan mucho más que un nuevo vial. La calle supone mutilar el trazado histórico en dos áreas –Atarazanas/san Juan, separadas de la catedral–, con la consecuente pérdida patrimonial. Por otro lado, se introduce una nueva forma de concebir el espacio urbano: 'la ciudad-escaparate', con edificios que incorporan locales comerciales con galerías interiores y grandes ventanales, incitadores al consumo. Evoquemos la escena inaugural de *Breakfast at Tiffany's* (Black Edwards, 1961), con Audrey Hepburn prendada ante el vitral del gran almacén. Por tomar una hipotética imagen folclorista, no sería descabellado imaginar a La Paula, o cualquier otra artista del *Café de Chinitas*, fantaseando

⁴ No deja de ser contradictorio que un dirigente de contrastado signo conservador como este emplee el símbolo de la derrota y humillación española frente a Gran Bretaña –la *Columna de Nelson*, conmemorativa de la batalla de Trafalgar– para defender el monumento erigido en Torremolinos, su 'imperio', bajo su mandato como regidor. De igual manera, resulta curioso comprobar cómo ambas iniciativas pudieran ser entendidas, por su particular configuración vertical, como notas de celebración fálica en recuerdo de personajes ilustres u hechos históricos.

⁵ Mismo año de inauguración del *Monumento al Turista* de Torremolinos.

⁶ Concepto desarrollado en Baudrillard (1968).

con los productos expuestos en los negocios de nueva calle, al estilo de la actriz británica. Una nueva forma de vivir la ciudad, ahora también consumirla, se imponía.

Larios representa el triunfo de la ciudad burguesa, germen de la moderna: comercios que dan salida a los productos de una industria que se promociona para suscitar el 'deseo-consumo' que es, a su vez, la base del enriquecimiento y ascenso. El lenguaje arquitectónico clasicista va en esta línea de exaltación del aristócrata-burgués: cornisas, capiteles, balconadas, pilastras, cenefas-frisos ...y, cómo no, el retrato: la alusión a la 'Málaga agradecida' al marqués de Larios en el conocido monumento ideado por Mariano Benlliure. El espacio mantiene vigente este 'interior-externo' incluso tras la destrucción de la casa-palacio propiedad del clan en 1931. Es más, se resignificará a través del conjunto edilicio que 'hereda' esa parcela: el de *La Equitativa* –proyectado por Manuel Cabanyés en 1951–, convertido en motivo exótico y moderno –en versión 'souvenir cañí' del rascacielos norteamericano– que la naciente Málaga pop ansiaba.

Con ello, llegamos a un 'salón ciudadano' –en apariencia, pues la propiedad de los locales comerciales continúa mayoritariamente en manos de los Larios a través de la sociedad *Salsa patrimonio*– que, como cualquier otro, debe ser exornado por Navidad. 'Decoraciones señoriales' en consonancia con el 'ambiente' diseñó iluminaciones Ximénez para esta arteria urbana en 2013, configurando siete espacios –a modo de 'salones'– presididos, cada uno, por una lámpara de araña custodiada por una especie de cerco de filigranas. Junto con las modernistas farolas, la marmórea solería y la apostura de los propios edificios, la imagen ofrecida era la de una efímera galería palaciega, como decía la prensa. Incluso, podía recordar a algún templo de la ciudad [Fig. 1a]. Muy similares a estas son las lámparas de araña, 'rococó-burguesas', que adornan las bocacalles de Larios para 2022 [Fig. 1b]. Las luminarias se enmarcan en el espacio idóneo, recalcando el sentido 'noble', 'de buen gusto', 'decoroso' y, en voz popular y genérica, 'bonito'.



Fig. 1a: Capilla de la Archicofradía del Huerto, en la iglesia de los Santos Mártires (Málaga), el 07.12.2022.

Fig.1b: Vista de la calle Alarcón Luján –cuyo nombre homenajea a un histórico alcalde– que comunica de manera transversal Larios con Puerta del Mar, el 26.11.2022. Ambas fotografías: autoría propia.

Aun cumpliéndose treinta años de la propuesta *Sin Larios*, del colectivo artístico Agustín Parejo School, Málaga sigue encumbrando a tan ilustre apellido. Esta iniciativa proponía bajar la escultura del marqués de su pedestal, de forma pacífica y con ímpetu democrático⁷. Así, la efigie dialogaría con la urbe, fragmentando la distancia de clase que el pedestal, objeto de ostentación visual del poder, imprime. El ayuntamiento rechazó la intervención que, sin embargo, formó parte del programa del pabellón de Andalucía en la Exposición Universal de Sevilla de 1992. Mientras tanto, seguimos consumiendo, 'retratándonos', ante los símbolos del blasón nobiliario como si fuéramos uno de los peones que trabajaban en la fábrica de la Aurora –actual centro comercial Larios–. 'La casa se respeta', y la citada familia, su monumento, su calle y lo que ella alberga, son una de las 'herencias de abuelo' a conservar.

Otra casuística: calle Blas Infante, histórica vía de Arroyo de la Miel, población de la provincia de Málaga, recuerda a Larios. Su regular trazado encuentra razón en la existencia de acequias y cauces que discurrían por la vía y que sirvieron de fuerza motriz a la industria de papel, propiedad de la Real Fábrica de Naipes de Macharaviaya, existente en un breve periodo del siglo XVIII. Hasta la década de 1970 era una calle prototípica de pueblo andaluz: casamata de una o dos plantas. Con el boom turístico, la población se convierte en centro de interés. Por un lado, comercial: galerías con locales, redirigían la industria agrícola a las necesidades de la costa; y, por otro, turístico, desarrollando nuevas tipologías habitacionales –hoteles, apartamentos y viviendas de obreros, principalmente, emigrantes del interior andaluz–. Destaca, además que el parque de atracciones *Tivoli World*, uno de los mayores iconos de la Costa del Sol, abierto en 1972, a escasos metros del centro neurálgico de Arroyo de la Miel.

La referida vía plasma dicha transición, conviviendo escasos ejemplos de arquitectura popular con edificaciones verticales dedicadas directa o indirectamente al turismo. Los bajos son locales comerciales, lo que la sitúa en un espacio idóneo para visitantes al ser nexo entre la población y la bajada hacia Benalmádena costa. En 2006 el ayuntamiento⁸ reestructura la calle tomando como referencia, casi mimética, la peatonalización de Larios. El mobiliario que se dispone es también similar –bancos pétreos minimalistas dispuestos entre farolas fernandinas–; y, la solería, en mármol blanco para el centro y más oscuro en los laterales, dejan un espacio de transición entre ambos. Al estar en pleno corazón de la Costa del Sol, la calle alberga unas palmeras de tipo *Archontophoenix alexandrae* flanqueando el paseo central, en un intento por 'exotizar' lo urbano, por 'edenizar' una imagen, a priori, un tanto distópica –'demasiado funcional'– para foráneos ávidos de 'relax'. Para la campaña navideña de 2022, el ayuntamiento selecciona una iluminación que recuerda al diseño de Ximenez para el vial de la

⁷ De forma diversa a lo ocurrido tras la proclamación de la Segunda República en abril de 1931, cuando la escultura del marqués fue derribada de su pedestal y arrojada al puerto. En su lugar, la alegoría del Trabajo fue colocada en el pedestal por comprender que sus valores iban en consonancia con el nuevo sistema político, incidiendo este en la equidad social y el fin de la opresión oligarca-caciquil.

⁸ No debemos perder de vista que el contexto –político, social, cultural y económico– de Benalmádena es muy similar al expuesto a la sazón del *monumento al Turista*, en la vecina ciudad de Torremolinos.

capital malagueña en 2013: lámparas de araña y unas cenefas ornamentales, delimitadoras del espacio, elaborada por la empresa local Iluminaciones Morales [Fig. 2].



Fig. 2: Montaje de la iluminación navideña en calle Blas Infante. Arroyo de la Miel (Benalmádena). Fotografía: autoría propia.

Sin embargo, Blas Infante no es Larios. Si bien el trazado de la vía arroyera es regular, la inclinación del terreno hace que no se genere el mismo efecto que la de la capital, donde todo el espacio mantiene la misma inclinación. No es baladí, pues nuestra mirada es heredera del Renacimiento. La contemplación de la perspectiva geométrica es garante de admiración del gusto común. Esta se logra en calle Larios con el 'cielo navideño' de 2015, donde el túnel lumínico –una bóveda de cañón– provocaba el efecto logrado por Alberti en la nave única de la basílica mantuana de Sant' Andrea a finales del siglo XV.

Además, el marco arquitectónico que envuelve al diseño de Morales es completamente discordante con la iluminación. He aquí una nueva versión del Costal del Sol *chic-kitsch*. La vía benalmadense, de bloques entre turísticos y obreros⁹, con alguna pared encalada y torpemente 'maquillada' con barro de calimas¹⁰, se presenta exornada como un salón burgués. Es más, su solería marmórea no hace más que reforzar el poder simbólico del interior burgués, al

⁹ La relación entre ambos usos no está alejada en el diseño arquitectónico de la modernidad. Le Corbusier, máximo representante de la arquitectura del Movimiento Moderno, tiene clara influencia tanto en construcciones destinadas al alojamiento obrero masivo, caso de 'las colmenas' de La Concepción, en Madrid; como, también, en el alojamiento turístico, caso de los apartamentos Castillo de Santa Clara (Jesús Santos Rein, 1974) en Torremolinos.

¹⁰ Polvo subsahariano en suspensión que en marzo de 2022 tiñó de tonos marrones muchos edificios de Andalucía, usualmente blancos, otorgando un orientalista efecto visual a estas arquitecturas (Trillo, 2023).

constituir un reflejo especular de la ostentación que se quiere vender. Esto acerca a Blas Infante a Larios, pues ambas buscan ser 'vendidas', aparecer en páginas webs de viajes, acaparar la atención de selfis, ubicaciones de *Instagram* y etiquetas –*hashtags*– que engrosen las recaudaciones comerciales y fomenten la participación electoral en las elecciones municipales de 2023.

Y es que las luminarias navideñas son una herramienta propagandística al estilo de las obras de la Roma papal de la Edad Moderna. No en vano, esta decoración temporal constituye una fuente de autopromoción del equipo local gobernante. No es novedad de estos tiempos el sufragar elementos decorativos en lo urbano, no siempre efímeros, como celebración de una efeméride y, a su vez, de una autoridad. El conocido *Arco de Constantino* (siglo I) celebra junto al Coliseo romano la batalla del puente Milvio, si bien su nomenclatura nos lleva al nombre del emperador que ganó a Magencio. *El Arco de Triunfo* de París (1806–1836) es una celebración de Napoleón, si bien oficialmente pretendía rendir tributo a la victoria en Austerlitz. Hoy día sería polémico que un gobernante erigiese una estructura monumental para su propia exaltación, pero sigue siendo igual de imperante requerir de publicidad que genere marca y deseo de consumo: el voto.

«El alcalde, Francisco de la Torre, tardó ayer casi un cuarto de hora en poder atravesar la calle Larios, desde Strachan, para poder llegar a la plaza de la Constitución y proceder al tradicional acto del encendido del alumbrado navideño» (Hinojosa, 2013). Así informaba el rotativo de mayor difusión local del encendido del alumbrado en 2013, recalcando el personalismo del alcalde y vinculándolo al alumbrado de estas fechas.

Y, en 2022, los fastos fueron aún más 'pomposos'. En la entrada de calle Larios, ante el monumento al marqués, se instala una estructura que hacía las veces de balconada y escenario. El mencionado regidor no solo se rodeó de semejante escenografía, digna de una estrella del pop, sino que se valió del uso de otro icono contemporáneo: la cantautora local Vanesa Martín (Peláez, 2022). La propaganda está servida, o mejor, 'encendida'. Algo similar ocurre en puntos como Vigo, donde su alcalde, Abel Caballero, es proclamado como 'rey de la Navidad' (Puga, 2022). No en vano, la ciudad gallega llega a cifrar en 750 millones de euros –con una inversión municipal de unos 930.000€– el retorno económico que las luces propician, constituyendo el principal atractivo turístico y comercial (Míguez, 2021). Este político obtuvo en las últimas elecciones municipales de 2019 el 70% de los votos del electorado, convirtiéndose además en uno de los rostros más populares de la política nacional, principalmente, por esta promoción navideña (El Mundo, 2022).

De vuelta a la ciudad andaluza, con *El bosque navideño* (2019–2021) asistíamos a la hibridación desmesurada e incoherente de motivos, recordándonos a elementos diseñados por la industria en su incipiente desarrollo. Pensemos en el diseño de la máquina de coser Singer de 1900, donde esfinges compartían 'tramoya' con veneras. El diseño de 2022 pretende evocar al espíritu de recuperación de lo medieval de las *Arts & Crafts* y las referencias visuales del prerrafaelismo pictórico: angelicales figuras andróginas. Unos ángeles cuyo diseño, que no técnica, miran a las representaciones de otros tiempos, pero con la contemporánea función de

servir de imán de atracción económica. Los ángeles de Ximénez [Fig. 3] son cercanos a los creados por Fra Angélico, pintor reivindicado por el prerrafaelismo –defensores del medievalismo precedente a Rafael–; así como a los integrantes del movimiento prerrafaelita decimonónico Evelyn de Morgan o Burne-Jones.



Fig. 3. Ximenez Group (2021). Dis. 010V2343-101_MOD. Presente en plaza de la Marina (Málaga) en la Navidad de 2022. Fotografía: Catálogo de Iluminaciones Ximénez.

De nuevo, Inglaterra. Los ángeles de Larios recuerdan a los preexistentes, desde hace varias Navidades, en la *Regent Street* londinense. Esta fue pionera ‘en encenderse’ por Navidad, datando de 1954 la experiencia inaugural. Unos arcos¹¹ franqueados por estilizados ángeles y el remate de una estrella de cinco puntas componían la decoración. Desde 2016, la ornamentación de tan comercial vía la desarrolla la agencia de diseño inmersivo James Glancy Design, constituyendo una reformulación contemporánea del preexistente casi sesenta años atrás (Bray, 2016). Son ángeles distópicos, despojados de la usual representación de túnica y cabello rubio para proporcionar una imagen masculina y dura, acercándolo más a un superhéroe de Marvel que a la estampa popular de estos ‘seres espirituales’. En cuanto al movimiento de las luminarias, los entes británicos se decantan por la gradación lumínica sin sonido mientras que, en contraposición, los malagueños ‘vibran’ al son de la música en un show cercano a la discoteca, al *Burrito sabanero* con ritmos de trap. ¿Nos hallamos ante una

¹¹ Nombre técnico para designar cada una de las luminarias que se colocan en un punto concreto de una vía.

reinterpretación kitsch del modelo foráneo o ante un producto autóctono que plasma el gusto de la ciudad? Quizá una conjunción de ambas sea lo más certero [Fig. 4].



Fig. 4. Calle Larios durante la Navidad de 2022. Málaga. Fotografía: www.ruralidays.com/viajar/turismo-malaga/cuando-empieza-el-alumbrado-de-malaga/

Otro aspecto propio del diseño 'angelical' es la presencia de pares de columnas que se intercalan a la presencia de los seres corpóreos (Laghrissi, 2022). Su capitel es una corona real, quizá en un intento por evocar la iconografía de los Reyes Magos. Pero, más bien, su diseño es cercano al remate de las barras de palio –conocidas en el argot cofradiero como 'macollas'– del trono de la Virgen del Gran Poder, de la popular hermandad de la Misericordia. En cualquier caso, este elemento regio es muestra del ecléctico cómputo de formas que integran el diseño neobarroco andaluz. De igual manera, la Sala Gold, –local de ocio nocturno del Centro histórico–, incorpora en las paredes exteriores de su local una columnata revestida por gresite de cristal; el efecto logrado al incidir la luz es un juego lumínico que acerca dicha columnata a la de Larios. Más que semejanzas aisladas, estos ejemplos son solo un reducto del inconsciente colectivo, en el fuerte apego a las formas burguesas–aristócratas: el dorado –lo brillante y reluciente, en general– y los clásicos estípites columnarios. Su presencia en este vial urbano, con la particularidad de mostrarse rematada por un elemento tan simbólico como la corona, hace un guiño –seguro que inconsciente– a un hecho histórico: fue la monarca Isabel II la que elevó al rango aristócrata a la hasta por entonces burguesa, pero sin abolengo, familia Larios.

4. Conclusiones: memoria desvirtuada.

El cómputo de la ciudad perpetúa su mayoritaria memoria¹² –inconsciente colectivo– de clase popular, que ‘admira’ a la élite. Los destellos de los dieciséis ángeles lo reflejan. El ‘culto’ al brillo es señal directa de la sociedad ‘de lo terso y pulido’. El gusto por el dorado y plateado está ligado a estructuras económicas y de género. Pensemos en los pasos/tronos de las cofradías andaluzas; normalmente, madera policromada para las andas cristíferas; metal para las marianas. Ambas comparten el gusto por la ostentación del poder a través de materiales nobles, obviando su simbolismo religioso para superponer otras interpretaciones en las que no hay espacios sin dorar, platear o barnizar; todo es adorno, ornamento y máscara, una apuesta por el *horror vacui* como metáfora existencialista en pleno siglo XXI).

En consecuencia, tampoco hay cabida en Larios para elementos ornamentales como una botella de anís, una zambomba o una sonaja, instrumentos de las populares pastorales¹³. Esto revela un hecho: no se generan diseños de las Navidades de las clases bajas, como estos instrumentos. En consecuencia, se atiende a la iconografía de las élites nobiliarias que, como la *Carmen de España*, copla difundida por conocidas folclóricas nacionales, se confiesan ‘cristianas y decentes’. No hay nada nuevo. La directriz del gusto colectivo, aún en tiempos de la democratización de la cultura, continúa manteniendo una semiótica del poder propia de tiempos pretéritos.

Los *influencers* del árbol de Navidad fueron la reina Victoria y el príncipe Alberto del Reino Unido. El consorte ansiaba que su prole mantuviese costumbres germanas, como el ornamento de un abeto navideño (Peinado, 2021). La prensa británica, precedente de los tabloides, difundió la práctica precipitando la imitación de nobles y burgueses. De nuevo, otro momento donde la Navidad británica hace de difusora de un modelo exportable por la industria (Gutiérrez, 2021). Retorno al caso malagueño. Ángeles prerrafaelitas en la era del LED. Ni panderetas, ni botellas de aguardiente centran los destellos de calle Larios.

Sin embargo, referentes no faltan. Picasso evocaba la botella de aguardiente¹⁴, de Ojén, en obras como *Bodegón español* de 1912. Un recuerdo a sus raíces rastreable en el texto *Borrachuelo con aguardiente*, llevado al flamenco por Enrique Morente. El dulce típico de las fiestas malagueñas y el aguardiente son evocados por el artista universal desde la distancia,

¹² Relacionable esta memoria con el concepto junguiano del ‘inconsciente colectivo’. Este alude a acontecimientos y experiencias pasadas que pasan a formar parte de la identidad inconsciente, de los miembros de una misma colectividad cultural. Concepto desarrollado en Jung (1994).

¹³ Grupos folclóricos que entonan villancicos tradicionales, normalmente, por el cante de malagueñas.

¹⁴ La botella de anís es un motivo recurrente en la pintura de cambio de siglo, no solo en la figura de Picasso. Ramón Casas, considerado perfilador del modernismo catalán, realizó el célebre cartel promocional del Anís del Mono en 1898. Además, Juan Gris se valió de la botella de esta misma marca para homenajear a los padres del cubismo, Picasso y Braque, y a sí mismo en su obra *La botella de anís* de 1914 (desarrollado en Carmona, 2021). La fascinación de este elemento puede redundar en su ‘españolidad’, rama que entroncaría con la hipótesis de este investigador expuesta en el cuerpo, y con la propia fisonomía de la botella, cuyo facetado puede evocar a la fragmentación de la imagen cubista.

como una posible postal de sus Navidades infantiles. Quizá, las 'luces picassianas' tendrían por motivos botellas de cristal facetado y toros de la plaza de la Malagueta.

Pablo Cortés del Pueblo realizó en 2019 la felicitación navideña de la popular cofradía del Cautivo [Fig. 4]. Se trata de una imagen costumbrista, donde una onírica familia del barrio de la Trinidad alegoriza una Navidad folclorista, cercana a la imagen tópica de lo andaluz, definida como 'andaluzada' [Berthet-Cahuzac, 2019]. Aún así, esta imagen/postal¹⁵ es más cercana al espíritu obrero que, por coherencia social, podría reivindicar Málaga como identitario¹⁶.



Fig. 4: Pablo Cortés del Pueblo (2019), *Felicitación navideña*, cofradía del Cautivo (barrio de la Trinidad).
Fotografía: @art_cortesdelpueblo

¹⁵ En este caso, la postal es de autoconsumo dentro de una misma comunidad cultural. Los cofrades de la populosa hermandad trinitaria, destinatarios de la felicitación, son sujetos que podemos englobar dentro de una misma realidad cultural, sin pretensiones de ser exportada a la alteridad, al foráneo. Sin embargo, era esta imagen arrabalera y castiza la que perseguían muchos viajeros románticos, caso de Vita Sackville-West (1892-1962), escritora británica que llegó hasta el barrio de El Perchel siguiendo los primeros pasos de su abuela, una bailaora nacida en dicho arrabal. De este viaje a las raíces de Vita surgió la novela *Pepita* (1937), con imágenes similares a la postal diseñada por Cortés del Pueblo.

¹⁶ La postal, por su propia naturaleza, ofrece una imagen tópica. Sin embargo, revela un poso de verdad, visible en muchos barrios malagueños donde el esplendor desarrollista no es patente. El simbolismo del barrio de la Trinidad no es baladí. Se trata, junto con El Perchel, de los principales arrabales malagueños que, a partir de las últimas décadas del siglo XX, sufrieron una sistemática destrucción y especulación, con la pérdida de memoria e identidad que ello supone. Por enunciar un eslogan, sencillo y asequible, La Trinidad era la calle Larios del pueblo.

Por el contrario, buena parte de la población malagueña se reconoce más en los ángeles que miran al omnipresente retrato –memorándum– del marqués de Larios. El inconsciente colectivo del maremágnun social de la clase media mantiene los códigos de ostentación de reflejos metálicos. Se trata de una cadena de emulación repetida. La corte de Versalles refulgía entre dorados y espejos incrustados en rocallas, *boiseries* y lámparas. Los derrochadores del Antiguo Régimen –la burguesía– emularon parte de los códigos decorativos de sus adversarios. En los Larios esta mimesis es muy acusada. Burgueses elevados a marqueses que, al realizar su mayor propaganda –calle, palacio y escultura de agradecimiento–, imitan códigos de poder: clasicismo y recargamiento simbólico de objetos y materiales.

Así, llegamos a las cadenas de oro de Camarón, al estilo faraón de 'Todo a 100' o 'Cristo Nazareno andaluz'. El que proviene de 'lo bajo y sube' tiene en el deslumbramiento del metal un aval de reconocimiento social, de 'materialización' del poder alcanzado. Omar Montes¹⁷ se recubre de lujosas medallas mientras que las bocacalles de Larios y de Blas Infante, en Arroyo de la Miel, lo hacen de arañas con aires rococós que hablan de unas localidades ajenas a la postal de la cofradía del Cautivo. 'Muy noble', como dice el título incorporado al escudo de la ciudad por concesión de los Reyes Católicos, en alusión a la alcurnia de los pobladores que se asentaría en la antigua ciudad islámica.

El genérico de la decoración navideña pretende ser emulación de lo decoroso y elevado. Los hogares modernos, usualmente poco mimados, mutan en espacios de recreo ornamental. Desde el altar efímero del Belén hasta el catalizador de miradas fotográficas: el árbol, de herencia victoriana; vajillas, manteles, cajas de música, servilletas, bandejas o decoraciones florales completan el atrezzo. La escenografía invita a sentirse burgueses –'señoritos' en el argot tradicional andaluz– por unos días en los que la tradición y el conservadurismo de las formas prima. Por ello, una excesiva vanguardia o un descarado acercamiento a lo popular, incluso a lo laico, no es tolerado por unas masas sedientas de «cerrado y sacristía» (Machado, 1928)¹⁸ entre espumillones.

5. Referencias bibliográficas.

Antena 3 (2022, 28 de noviembre), *Revive la entrevista completa de Omar Montes en 'El Hormiguero'* https://www.antena3.com/programas/el-hormiguero/entrevista/revive-entrevista-completa-omar-montes_202211286385368428ddf80001498d32.html

Ayuntamiento de Málaga (2022). *Sobre Málaga* [Web de la Expo Málaga 2027]. <https://expo2027.malaga.eu/es/sobre-malaga/>

¹⁷ Véase la entrevista al artista Omar Montes en *El Hormiguero* (Antena 3, 2022).

¹⁸ Referencia a un verso del poema *El mañana efímero* (1913), obra de Antonio Machado. El autor se muestra crítico con la obnubilación que las masas populares vivencian ante determinadas festividades que, aún de forma indirecta, celebran a las élites y su hegemonía. El poema *La Saeta* (1914), del mismo autor, incide en ese mismo carácter, haciendo mención a la Semana Santa andaluza en lugar de con la Navidad.

- Baudrillard, J. (1968) *Le système des objets*. Gallimard.
- Bray, A. (2016). *Regent Street*. James Glancy Design. <https://www.jamesglancydesign.com/case-study/regent-street>
- Berthet-Cahuzac, C. (2019). *La Lola se va a los Puertos, de Juan de Orduña a Josefina Molina*, Université Paul-Valéry Montpellier. <https://hal.science/hal-03073644v1>
- Cadena Ser (2013, 29 de noviembre). *Un millón de luces alumbran la Navidad en la ciudad*. https://cadenaser.com/emisora/2013/11/28/ser_malaga/1385599841_850215.html
- Carmona Merino, E. (2021). *Picasso pulsión vernacular y devenir histórico*. Universidad de Málaga. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8078939>
- Europa Press (2022, 19 de noviembre). Abel Caballero enciende en Vigo más de 11 millones de luces LED para abrir la Navidad 'de todo el planeta'. *El Mundo Digital*. <https://www.elmundo.es/f5/comparte/2022/11/19/637935a1fdddf77818b459f.html>
- Gómez, P. L. (2016, 3 de enero). Larios, postal de Navidad (y II). *Diario Sur*. <https://www.diariosur.es/opinion/201601/03/larios-postal-navidad-20160103105639.html>
- Gómez, A. (2019, 4 de febrero). El Monumento al Turista: la huella de Sandokán en Torremolinos. *Diario Sur* <https://www.diariosur.es/costadelsol/torremolinos/monumento-turista-huella-20190205190547-nt.html>
- Gutiérrez, I. (2021, 27 de noviembre). La Navidad ha llegado a Windsor: así es el árbol navideño de la reina Isabel II. *Vanitatis* https://www.vanitatis.elconfidencial.com/casas-reales/2021-11-27/reina-isabel-ii-navidad-windsor-decoracion-arbol_3331016/
- Hinojosa, J. (2013, 30 de noviembre). Málaga deslumbra por Navidad. *Diario Sur*. <https://www.diariosur.es/20131130/local/malaga/malaga-deslumbra-navidad-201311301004.html>
- Huffpost (2022, 30 de septiembre). Tamara Falcó explica el origen de la frase del 'nanosegundo en el metaverso'. *HuffingtonPost Digital*. https://www.huffingtonpost.es/entry/nanosegundo-metaverso-tamara-falco-inigo-onieva_es_63369247e4b04cf8f361775a.html
- Jung, C. G. (1994). *Arquetipos e inconsciente colectivo*. Paidós.
- Laghrissi, C. (2022, 14 de noviembre). Las redes reaccionan a las luces de Navidad de Málaga. *La Opinión de Málaga*. <https://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2022/11/14/redes-reaccionan-luces-navidad-malaga-78535383.html>

- Machado, A. (1928). *Poesías completas de Antonio Machado*. Espasa-Calpe. Biblioteca Nacional de España. Recuperado en: <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000252161&page=1>
- Martín-Arroyo, J. (2017, 20 de febrero). El empresario del ladrillo de Córdoba 'Sandokán' condenado a cinco años de cárcel. *El País Digital*. https://elpais.com/politica/2017/02/20/actualidad/1487592642_827341.html
- Míguez, L. (2021, 10 de noviembre) ¿Cuánto cuesta la Navidad de Vigo? *La Voz de Galicia*. <https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/vigo/vigo/2021/11/15/cuesta-navidad-vigo/00031636983276466614183.htm>
- Peinado Lorca, M. (2021, 21 de diciembre). Una breve historia del viejo y deslumbrante árbol de Navidad. *The Conversation* <https://theconversation.com/una-breve-historia-del-viejo-y-deslumbrante-arbol-de-navidad-172898>
- Peláez, D. (2022, 26 de noviembre). Así ha encendido la cantante Vanesa Martín las luces de Navidad de Málaga. *El Español de Málaga*. https://www.lespanol.com/malaga/20221126/video-encendido-cantante-vanesa-martin-navidad-malaga/721427970_0.html
- Puga, N. (2021, 22 de noviembre). Abel Caballero: alcalde viral y rey de la Navidad. *El Mundo* <https://www.elmundo.es/loc/famosos/2021/11/22/619bfcc0fc6c8343388b45d2.html>
- Quirós, P. R. (2022, 17 de octubre). Teresa Porras: "El gasto (energético) de las luces de Navidad es el chocolate del loro". *Diario Sur* <https://www.diariosur.es/malaga-capital/teresa-porras-luces-navidad-malaga-20221017132632-nt.html>
- Requena, R. (2014, 27 de septiembre). ¿Sabes cuál fue el primer pueblo andaluz en tener iluminación eléctrica? *ABC de Sevilla*. <https://sevilla.abc.es/andalucia/cordoba/20140927/sevi-puente-genil-201409261901.html>
- Rosado, A. (2021, 27 de noviembre). Vuelta al pasado a través de las luces de Larios: de la simpleza a un bosque navideño. *El Español de Málaga*. https://www.lespanol.com/malaga/vivir/20211127/vuelta-pasado-traves-navidad-larios-simpleza-encantado/629937338_0.html
- San Martín, I. (2022, 27 de noviembre). El Ayuntamiento de Málaga cifra en 35 millones de euros el impacto del alumbrado navideño en el turismo. *SER Málaga*. <https://cadenaser.com/andalucia/2022/11/27/el-ayuntamiento-de-malaga-cifra-en-35-millones-de-euros-el-impacto-del-alumbrado-navideno-en-el-turismo-ser-malaga/>
- Trillo, I. (2023, 13 de marzo). Un año de la calima histórica en Málaga, ¿podría volver a pasar? *Diario Sur* <https://www.diariosur.es/malaga/calima-historica-malaga-marzo-volvera-pasar-20230309131720-nt.html>