COMUNICADO
Cultura y Patrimonio Histórico

El MUCAC presenta su imagen, basada en la idea de museo como espacio abierto a la sociedad, al arte y a nuevas experiencias

- La propuesta de Soda Branding ha sido la seleccionada, entre tres empresas malagueñas, para desarrollar el logotipo del nuevo espacio

Málaga, 14 de febrero de 2025.- El MUCAC Málaga ha dado a conocer hoy su imagen de marca, que está basada en la idea del museo como un espacio abierto a la diversidad y a la experimentación social. La propuesta del estudio de diseño Soda Branding ha sido la seleccionada para desarrollar el logo del nuevo espacio.

El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, junto a la concejala delegada de Cultura, Mariana Pineda; y el CEO y cofundador de Soda Branding, Dani Vico, han presentado el diseño de la imagen que se incluirá en todos los soportes de difusión que emplee el MUCAC Málaga.

Una nueva marca para un nuevo museo

Para el estudio de diseño, la marca MUCAC no es solo un logotipo. Identifica, desarrolla y construye toda la estrategia de marca basada en el concepto 'Museo Abierto', una idea que refleja su accesibilidad, su conexión con la sociedad y su capacidad de adaptación a las nuevas formas de experimentar el arte. En el briefing, en el que han trabajado los estudios participantes, se recogen los elementos y exigencias estratégicas que requiere la nueva imagen.

Entre las ideas principales, han tomado como punto de partida las señas de identidad de MUCAC, que no entiende el arte como algo estático, sino como un ecosistema en constante movimiento.

Su identidad flexible y en evolución permite que la marca no solo represente un museo, sino una plataforma de conexión entre el arte y las personas. Un lugar donde cada mirada completa una obra, cada conversación activa un nuevo significado y cada visitante forma parte del proceso artístico.

El imagotipo representa la apertura del Museo Centro de Arte Contemporáneo desde la

propia “M” como una puerta que se abre al ciudadano, al visitante y todo el que quiera experimentar arte contemporáneo desde su accesibilidad y diversidad.

El estudio emplea una paleta de colores muy viva, que ayudará a identificar fácilmente los diferentes espacios y las actividades del MUCAC. Además, contempla el empleo de un sistema gráfico versátil que convierte las comunicaciones del espacio expositivo hacia las audiencias en procesos simples y aplicables en múltiples soportes o formatos requeridos para su correcta implementación.

En definitiva, la nueva marca MUCAC está representada sin estridencias, pero inmersa en las tendencias actuales, con las que convivirá en cualquier ámbito.

Concepto ‘Museo Abierto’: abierto para ti, abierto para el mundo

La consultora ha desarrollado en su propuesta el concepto del MUCAC como museo abierto desde distintas perspectivas: en primer lugar, elimina las barreras entre el arte y las personas, transformando la experiencia museística en un espacio de participación, intercambio y conocimiento compartido.

A diferencia de los modelos tradicionales, donde el visitante es un espectador pasivo, este espacio propone un formato en el que cada persona encuentra su lugar para conectar, aprender y aportar su propia visión. Esto se consigue a través de exposiciones interactivas, programas de mediación cultural y una oferta expositiva diseñada para activar conversaciones sobre temas actuales como la identidad, la sostenibilidad, la diversidad y la tecnología, conectando la creación artística con los desafíos contemporáneos.

Además, su estructura de dos espacios diferenciados – MUCAC Mayoristas y MUCAC La Coracha- permite una programación diversa y accesible, con laboratorios artísticos y propuestas que conectan lo local con lo global. La imagen se materializa en una propuesta expositiva dinámica, donde el arte no solo se contempla, sino que se vive y se construye colectivamente.

Una marca impulsada por la ciudadanía

La marca MUCAC se basa en una premisa fundamental: el arte pertenece a todos. No es un privilegio reservado a unos pocos, sino un derecho colectivo.

Por ello, no solo representa un espacio expositivo, sino un punto de encuentro para artistas, ciudadanos y visitantes que participan activamente en la creación cultural. En este modelo de museo abierto, el arte se comparte; no es estático, sino que evoluciona con cada interacción.

Con esta nueva identidad para el MUCAC, Málaga refuerza su posicionamiento como capital cultural de referencia, consolidando un modelo de cultura accesible, compartido y conectado con la sociedad. La nueva marca MUCAC abre el arte para abrir el mundo.

Sobre Soda Branding

Soda Branding es una consultora de marca malagueña fundada en 2020 por Dani Vico y Francis Pérez. Es miembro de la Asociación española de branding, AEBRAND.

Entre sus proyectos más destacados se encuentran la nueva imagen de marca del Ayuntamiento de Málaga, la Diputación de Málaga, la Senda Fruits, Zelios Innova o Clara Energía.

Proceso

Soda Branding ha sido elegida entre tres propuestas. Se ha invitado a tres empresas malagueñas, las cuales han recibido 1.950 euros (IVA incluido) por su participación. La seleccionada es la adjudicataria a un contrato menor por un importe de 14.950 euros (IVA excluido) para el desarrollo del manual de uso de la nueva imagen y otras aplicaciones.

Enlace con imágenes

https://we.tl/t-nQotjFcJM0

Enlace al vídeo

https://we.tl/t-kN2ojNgCOZ

Verifica la información antes de compartirla

málaga

ayuntamientodemalaga @malaga @ayuntamientomalaga AytodeMalaga AyuntamientodeMalaga @ayuntamientomalaga