

Málaga no incluye al Museo Thyssen en la imagen de la nueva marca como ciudad de museos

:: P. M.

MÁLAGA. El Ayuntamiento de Málaga presentó ayer ante doscientos profesionales del turismo y de la cultura, con una amplia presencia de autoridades, la nueva marca turística 'Málaga, ciudad de Museos. Donde habita el arte'. Un logo, inspirado en los trazos y formas abstractas y cubistas de Picasso que representa a seis museos de la ciudad y entre los que no se incluye el Thyssen, y sí el Centre Pompidou, el Centro de Arte Contemporáneo, el Museo de Málaga, el Picasso y el edificio de Tabacalera, que acoge al Museo Ruso y al Automovilístico. Resulta llamativa la omisión del Museo Carmen Thyssen en la identidad visual de la iniciativa presentada ayer y en la mesa redonda celebrada en el marco de este evento en el Gran Hotel Miramar, dado que la pinacoteca cuenta con una aportación municipal de 2,1 millones de euros en sus 3,3 millones de euros de presupuesto global. Asimismo, el Thyssen de Málaga cerró el año pasado con 158.567 visitantes, una cifra que lo sitúa como el cuarto museo más visitado de la ciudad.