

1.- INTRODUCCIÓN.

El presente anteproyecto es mi respuesta a la solicitud por parte del Ayuntamiento de Málaga de proyectar un Museo Municipal. Ante la complejidad y dificultades que se derivan de semejante petición, considero necesario hacer un informe previo del que se deduzcan las premisas del futuro proyecto de Museo de la Ciudad.

El proyecto solicitado se plantea con ausencia absoluta de condicionantes de todo tipo. Se quiere ofrecer una iniciativa a la Corporación Municipal cuya realización enriquezca el patrimonio cultural de la ciudad. La falta de condicionantes significa entre otras cosas las siguientes: 1º No hay unos fondos predeterminados para el futuro museo. Con su existencia no se quiere dar cuerpo organizativo a las colecciones artísticas, o de otro tipo, que posee el Ayuntamiento de Málaga. Sin embargo estas colecciones, o parte de ellas, pueden formar parte del Museo si fuera conveniente. 2º No hay temática previa que se desee cubrir dejando al que esto suscribe dar respuesta al problema. 3º No hay edificio previo que se quiera recuperar, utilizar o explotar mediante la creación del museo. Serán las características del museo proyectado las que decidirán si se puede adaptar algún edificio de la ciudad entre los de propiedad presente, o en futuro próximo, del Ayuntamiento, o si es conveniente realizar uno de nueva planta. 4º No existe un organigrama organizativo, de dirección, financiación o de cualquier otro tipo que se quiera seguir. 5º No hay un presupuesto previo, ni limitación alguna de índole económica. Se asume la necesidad de proyectar un museo equilibrado entre su coste y su oferta. 6º Sólo se considera oportuno que refleje en alguna medida el carácter de Municipal.

Antes de proyectar la nueva organización museística será conveniente dar respuesta a una serie de preguntas siempre presentes y de contestación imprescindible ante la posibilidad de un nuevo museo. Sus formulaciones son: 1ª.- ¿Qué posibilidades hay de crear un nuevo museo, desde el punto de vista temático, atendiendo la oferta ya existente en nuestra ciudad? 2ª.- ¿Qué tipo de fondos puede y debe acoger? 3ª.- ¿Cuál es el significado y alcance que se le quiere dar al nuevo museo? En términos más concretos debemos contestar ¿a qué necesidades responde el nuevo museo? ¿cuál es el proyecto social en el que se apoya? ¿quién es su público potencial? ¿qué tipo de público se quiere atraer? ¿qué orientación se pretende para la nueva institución? ¿cuál es la función simbólica que se le asocia, se le puede

Isidoro Coloma Martín.

asociar, o nosotros queremos que se le llegue a asociar? ¿qué área de influencia puede atender? 4ª.- En orden a su materialización concreta en un edificio debemos preguntarnos ¿qué papel desempeñará en el contexto urbano atendiendo a sus aspectos geográficos, económicos y turísticos? 5ª.- ¿Qué objetivos se pretenden cubrir con la creación y funcionamiento del nuevo Museo de la Ciudad de Málaga?

Primero contestaremos estas preguntas. Después concretaremos el concepto que aportamos sobre un Museo de la Ciudad de Málaga y su organización.

Panorama museístico de la ciudad de Málaga.

La ciudad de Málaga acoge varios museos de diverso tipo y propiedad, siendo característica común de todos ellos la poca implantación entre la sociedad malagueña, incluso en la clase intelectualmente más privilegiada. Un repaso por este tipo de organizaciones nos dará los campos de la cultura que abarcan y de qué manera lo hacen, indicándonos las posibilidades de un nuevo museo en la ciudad.

El *Museo de Málaga* es la institución museística más antigua de la ciudad. De propiedad estatal, es administrado por la Junta de Andalucía. Creado en 1916, en la actualidad se articula en dos secciones ubicadas en edificios diferentes.

La *Sección de Bellas Artes del Museo de Málaga* está ubicada en el Palacio de los Condes de BuenaVista en la Calle de San Agustín. Dedicada a las manifestaciones de las Bellas Artes, sus fondos comprenden objetos desde el siglo XIV a la actualidad. La colección más importante, y la que da sentido al museo, es la dedicada a la pintura malagueña del siglo XIX. También contiene muestras de interés de los siglos XVI y XVII, la mayoría depósitos del Museo del Prado; del siglo XIX no malagueño, en muchos casos depósitos del Museo de Arte Contemporáneo; algunos objetos y cuadros de los siglos XVIII y principios del XIX; la muestra testimonial de la obra picassiana y un embrión de colección de artistas malagueños contemporáneos. La *Sección de Bellas Artes del Museo de Málaga*, actualizada en la organización de sus fondos y montaje por el que esto suscribe en 1985, responde al tradicional esquema de museo expuesto, estático y contemplativo, con propósito de dar culto al "aura" mítico de la obra de arte. De muy lento crecimiento, en lo referente a sus colecciones, completa sus actividades con una sala de exposiciones infrautilizada, dedicada a temas y muestras coyunturales. Los aspectos educativos y pedagógicos son embrionarios. Posee varios servicios de interés museístico, como son el incipiente gabinete de restauración y el laboratorio fotográfico.

La *Sección Arqueológica del Museo de Málaga*, ocupa algunos salones de la Alcazaba. Dedicada a la conservación de restos arqueológicos provinciales, sus fondos

Anteproyecto del Museo de la Ciudad de Málaga

acojen restos malagueños desde la Prehistoria hasta los últimos años de la dominación musulmana. Desde el punto de vista museológico y museográfico en la actualidad cubre con dificultad los simples requisitos de almacén, siendo totalmente nulos otros niveles como los de exposición, conservación, etc. Está previsto su traslado y con él su reorganización museística. Son interesantes los servicios de restauración y dibujo. También la biblioteca, común con la sección de Bellas Artes.

El *Museo de Artes y Costumbres Populares*, propiedad de la Caja de Ahorros Provincial de Málaga, ubicado en el *Mesón de la Victoria*, contiene gran variedad de objetos de interés etnográfico y artesano con mezcla de algunos objetos más propios de un museo de Bellas Artes. Organizado por unidades temáticas es potencialmente un buen museo etnográfico por los fondos que contiene. Por desgracia está totalmente huérfano de un mínimo planteamiento museológico y museográfico. Entre sus muros se ubica el Archivo Díaz Escobar merecedor (al igual que el propio museo) de unas mejores condiciones de explotación.

El *Museo de Arte Diocesano*, propiedad de la Iglesia Católica, ubicado en el Palacio episcopal reúne un conjunto de obras de distinta procedencia y discutida calidad. Con el denominador común de su carácter religioso, no ha conseguido albergar las piezas destacadas de la provincia ni de la capital. Este hecho y la ausencia de planteamientos museográfico o museológico ponen en entredicho su supervivencia.

La *Colección* del Museo de la Catedral propiedad del Cabildo, lo componen piezas, algunas de gran interés, pertenecientes al primer templo metropolitano, todas de carácter religioso y de culto. Como en los casos anteriores, no tiene planteamientos museográficos ni museológicos y en ningún momento se han planteado.

La *Colección* del Ayuntamiento de Málaga, ubicada en las dependencias municipales de la ciudad reúne piezas de pintura y escultura de finales del siglo XIX y del XX relacionadas con Málaga principalmente.

La *Colección* de la Diputación de Málaga, agrupa donativos de los artistas que en su momento utilizaron la sala de exposiciones de la institución y algunas muestras de artistas de principios de siglo. Amplia en nombres, las piezas, de la segunda mitad del siglo XX sobre todo, son de una discutible representatividad, aunque no difícilmente intercambiables por otras más actuales e interesantes, propiedad de los mismos artistas que las donaron.

El panorama museístico de la Ciudad de Málaga se puede resumir en la presencia de un museo general dedicado al tema artístico y arqueológico, el *Museo de Málaga*, que debe cubrir las necesidades de la población en dicho tema y al que de-

Isidoro Coloma Martín.

ben dirigirse las ampliaciones de fondos de este tipo. También un Museo de tipo etnográfico y etnológico, el *Museo de Artes y Costumbres Populares*. El resto de Museos y Colecciones que utilizan estos nombres sólo tienen viabilidad museística agrupándose en las Instituciones Museísticas mencionadas o en otras de nueva creación, cuyas posibilidades exponemos a continuación.

Posibilidades de nuevos museos en la ciudad de Málaga.

El panorama de museos de la Ciudad de Málaga anteriormente expuesto permite trazar varias líneas de crecimiento y perfección de la dotación museística de la ciudad que se exponen a continuación:

1º Es evidente en primer lugar la necesidad que tiene Málaga de conseguir un pleno funcionamiento de las instituciones que alberga. Sus museos tienen que cubrir todos los aspectos que definen este tipo de organizaciones: Catalogación, investigación, educación, conservación y exhibición adecuada de los fondos que poseen.

2º En segundo lugar, sería un despilfarro de recursos, tanto humanos como económicos, mantener o crear museos con una misma intencionalidad temática y objetual. Así por ejemplo el *Museo de Bellas Artes* deberá replantearse su línea de crecimiento en torno a Picasso si la creación de la *Fundación Picasso* llega a buen fin. Por la misma razón algunos de los objetos de la *Colección del Ayuntamiento* deberían estar depositados en el *Museo de Bellas Artes*. Es incomprensible la presencia del *Museo Diocesano* y de la *Colección del Museo de la Catedral* en organizaciones museísticas diferentes, incluso ambas fuera de la organización museística del *Museo de Bellas Artes*. Son muchos más los ejemplos semejantes que se podrían dar, pero sirvan los mencionados para confirmar la necesidad de una reorganización de todos los fondos museísticos de la ciudad en sus diferentes instituciones.

En orden a la creación de nuevas organizaciones museísticas en la ciudad de Málaga se puede completar el panorama de museos de arte con el *Museo de Arte Contemporáneo*, y dar cumplida respuesta a un deseo varias veces expresado por gran parte del mundo intelectual, administrativo y artístico de la ciudad. Otras posibilidades serían la Sala de Exposiciones de la Ciudad y el Museo de Arquitectura.

1º El *Museo de Arte Contemporáneo* podría agrupar las obras propiedad de la Diputación, del Museo de Bellas Artes y del Ayuntamiento sobre el tema como núcleo básico de sus fondos, y conseguir con relativa facilidad cumplida representación de los artistas que han tomado Málaga, por nacimiento o residencia, como centro de sus actividades. Sin embargo, éste sería un museo de tipo local, con pocas posibilidades de trascendencia fuera del municipio y dudosa dentro de él. Su finalidad inmediata

Anteproyecto del Museo de la Ciudad de Málaga

debiera ser buscar la proyección hacia la parte Oriental de Andalucía y constituirse en el segundo Museo de Arte Contemporáneo de la Comunidad Autónoma en declarada competencia con el proyecto de ubicarlo en Granada. La búsqueda y obtención de fondos de artistas no malagueños de interés nacional, incluso internacional, se presenta imprescindible. Un camino adecuado para conseguirlo puede ser la también largamente deseada *Sala de Exposiciones* de la ciudad.

2º La *Sala de Exposiciones* de la ciudad de Málaga se puede concebir como un servicio más del *Museo de Arte Contemporáneo*, al que serviría (entre otras funciones), como escaparate de comprobación y análisis de posibles nuevos fondos. Esta dependencia puede ser proyectada en sentido contrario: la *Sala de Exposiciones* nace como organismo independiente entre cuyas finalidades se encuentra la de procurar fondos de interés para un posible futuro *Museo de Arte Contemporáneo*. En cualquier caso, Málaga necesita una *Sala de Exposiciones* suficientemente amplia y bien dotada desde el punto de vista museográfico, que permita al menos traer a la ciudad cualquiera de las grandes exposiciones (de arte contemporáneo o de cualquier otro tipo) que se mueven por el país. Evidentemente debiera tener capacidad de organizar sus propias actividades con la calidad suficiente como para ser "exportadas" a otras ciudades españolas. La creación de la *Sala de Exposiciones* se nos antoja decisiva para la conformación de Málaga como ciudad cultural de importancia.

3º El *Museo de Arquitectura* es el museo imposible por las características físicas de sus fondos. Los intentos americanos de importar arquitectura no pasan de ser anécdotas. Lo común es que los fondos arquitectónicos se conserven en sus lugares de implantación en las propias ciudades, más aún con las aportaciones de la legislación sobre patrimonio. Para el edificio del museo queda la documentación, explicación y didáctica del arte arquitectónico, apoyándose en imágenes de esa arquitectura, ya sean planos, fotografías, maquetas, películas o cualquier otro sistema que permita reproducir la imagen de la construcción. Desde un punto de vista local, como es el caso de la ciudad de Málaga, la visión arquitectónica del área de influencia se debe completar con la visión urbanística de la ciudad. Llegados a este punto podríamos hablar de la viabilidad de un *Museo de la Ciudad de Málaga* que mostrase la evolución de la ciudad y sus características arquitectónicas. Un museo semejante sería de interés para el ciudadano y suficientemente llamativo como para hacerlo rentable, es decir, visitado (única rentabilidad perseguible en este tipo de organizaciones).

Otro campo de expansión museística posible para Málaga, es la creación de centros dedicados a materias no relacionadas con las Bellas Artes: Historia, Técnica y Tecnología, Ciencias Naturales, etc. En el interés de estos tipos de museos para Málaga no es desdeñable el hecho de que apenas hay ejemplos semejantes en toda la Comunidad Autónoma de Andalucía, lo que facilitaría la proyección e interés extra-

Isidoro Coloma Martín.

ciudadano, tan necesario para cualquier museo. Iniciativas y algunas realizaciones, incluso modestas, en este sentido pueden facilitar que la Junta de Andalucía ubique en nuestra ciudad el museo andaluz de la materia correspondiente. Entre los museos no artísticos, posibles en la ciudad de Málaga, se pueden comentar algunos.

1º El *Museo de Historia* tiene una fácil realización desde las perspectivas del localismo y realización tradicional en este tipo organizaciones. Más discutible es el interés que pudiera despertar en el público. Con estos presupuestos no sería muy complicado entenderlo, y llevarlo a cabo, como sección expuesta del *Archivo Municipal*. Para tener interés para el público no especialista, el *Museo de Historia* debe buscar ampliar su área de influencia, tanto de fondos como de proyección, a toda la Comunidad Autónoma; o formar parte de una temática museística a su vez más amplia.

2º El *Museo de la Ciencia, la Técnica y la Tecnología* es una posibilidad de máximo interés para el sur del España, donde no hay nada semejante. En el caso de Málaga se incrementa con la presencia del *Campo tecnológico* en los límites del municipio.

3º El *Museo de Ciencias Naturales* es una posibilidad relativamente sencilla para la ciudad de Málaga. En el aspecto botánico, no sería muy complicado conseguirlo a partir de fincas como El Retiro, La Cónsula o La Concepción.

Los últimos modelos de museos expuestos, arquitectura, técnica, ciencias naturales, etc. en su conjunto son de difícil realización con niveles mínimos de coherencia y complejidad para la ciudad de Málaga a corto plazo. Las razones de esta afirmación se concretan en primer lugar en la falta de tradición expositiva de semejante tipo de materiales en nuestra ciudad. También en la falta de grupos de investigación asentados de tales materias desde perspectivas museológicas. Sí en cambio existen grupos dedicados a la investigación de base de las mismas. Por último, no hay fondos constituidos, al menos públicos, que permitan desarrollar los puntos anteriores.

La iniciativa de un museo de las materias anteriores, permitiría conseguir en un tiempo relativamente corto, instituciones embrionarias. Sólo con el paso de los años podrían convertirse en realizaciones lo suficientemente complejas y eficaces como para proyectar su interés por fuera de los especialistas que las motivaron. Todas estas pequeñas realizaciones posibles a corto plazo, pueden tener, sin embargo, una trascendencia al gran público si se consigue un fin común que las imbrique y dé razón de ser, por encima de su importancia particular. Semejante elemento coordinador puede ser, y a él se refiere el estudio que sigue, la ciudad de Málaga.

Otras posibilidades de creación de un nuevo museo se concretan en reunir materiales de Arqueología, Bellas Artes o Etnografía en este caso de propiedad mu-

nicipal. Estos tipos de museos tendrían un interés muy bajo por la presencia de otros similares, ya constituidos, en la ciudad. Incluso serían perjudiciales para la propia ciudad de Málaga por entorpecer el normal crecimiento de los existentes.

2. EL MUSEO DE LA CIUDAD .

Concepto de Museo.

Según la Ley del Patrimonio Histórico Español de 1985, *son Museos las instituciones de carácter permanente que adquieren, conservan, investigan, comunican y exhiben para fines de estudio, educación y contemplación, conjuntos y colecciones de valor histórico, artístico, científico y técnico o de cualquier otra naturaleza cultural.*

La Ley del P.H.E., por otra parte punto de referencia obligado para cualquier nueva organización museística en España, y más si se trata de un museo dependiente de la Administración, nos permite una concepción muy amplia de lo que puede ser un museo. Los fondos pueden ser de cualquier tipo, no necesariamente con el sello de irrepetibles, si poseen la característica de cultural. Sin embargo los medios y los fines se exponen con gran concreción. Medios y fines apenas logrados por algunos museos, y cuya consecución ha definido las tipologías más comunes.

Tipos de Museos.

Los museos han sido, en demasiados casos siguen siendo, lugares donde se almacenan objetos de interés sin otra fin que el estudio del público que podía acceder a ellos. Evolución directa del mero almacén es la concepción del museo como lugar de exposición de los objetos de interés por su valor o rareza. Es el museo contemplativo. La evolución cultural de la sociedad ha permitido comprender que los objetos museísticos pueden ser utilizados para educar al público y proyectarse como centro difusor de conocimientos. Es el museo pedagógico. La llegada de la cultura del ocio nos presenta al museo no sólo como lugar de contemplación y estudio, sino como lugar de acción. El espectador no sólo recibe conocimientos y placeres de forma más o menos pasiva, sino que actúa para recibirlos. Es el museo interactivo. Un museo de este tipo, en el que el público es parte definidora de la institución museística, es el que proponemos para el Museo de la Ciudad de Málaga.

En los museos tradicionales el componente base es la colección. Sin ella no hay posibilidad de actividad museal. Los fondos son el elemento permanente. Todo lo demás, el personal, los planteamientos museológicos, las técnicas museográficas, es coyuntural. La pérdida de la colección por cualquier motivo (catástrofe, robo, etc.)

Isidoro Coloma Martín.

supone la desaparición del museo. En el momento de creación lo primero que se necesita es un conjunto de objetos que musear. Después viene todo lo demás.

Hay otra posibilidad de concepción museística, que proponemos para el Museo de la Ciudad de Málaga. La podemos llamar *El museo sin fondos*. Para ser exactos con fondos, pero que no tienen el carácter de unicidad ni son irrepetibles, ni tienen el aura del objeto mítico. En el museo sin fondos lo que se busca exponer no son sólo los testimonios físicos de la cultura (objetos transformados por el espíritu) sino también los inmateriales y el propio acto de la transformación. Se pretende exponer un concepto, en nuestro caso Málaga, desde las múltiples perspectivas que lo definen. Para ello se utilizan los objetos que puedan ayudar a definir ese concepto, ya sean de carácter histórico, únicos e irrepetibles, o realizados expofeso para lo que se pretende explicar, o elegidos entre los comunes de la vida cotidiana o de cualquier tipo. El valor no material de los objetos no descansa en si mismos, sino en su reunión y en las relaciones que entre ellos se establezca. Su pérdida supone una pérdida económica, pero nada más. Con nuevos recursos monetarios se puede reconstruir el museo exactamente igual que estaba antes de su pérdida.

Concepto de Municipal.

El carácter de municipal es el único condicionante sugerido para el nuevo museo. Por él entendemos varias cosas que concretan la institución museística. En primer lugar, se define el área de influencia del nuevo Museo de la Ciudad de Málaga. Los objetos expuestos explican temas relacionados con la historia y el presente de la ciudad y sus alrededores. Todos los objetos tienen el denominador común de su referencia a Málaga. En segundo lugar, el término de Municipal hace referencia a que el Museo de la Ciudad de Málaga es patrocinado y administrado por la Corporación Municipal de la ciudad en los términos que ésta defina. En tercer lugar, el carácter municipal del Museo de la Ciudad de Málaga supone que la colaboración necesaria para su concepción y materialización física sea debida básicamente a las entidades sociales, culturales, económicas, etc. de la ciudad.

Todo lo anterior, referente a un punto de vista geográfico-administrativo, no impide concebir lo municipal desde un punto de vista social. Con esta perspectiva, el municipal Museo de la Ciudad de Málaga es un lugar donde se puede colaborar en la educación del ciudadano tanto en sus aspectos individuales como en los sociales, particularmente los referentes a la propia ciudad. También es un lugar de acción y diversión del ciudadano, en el que el público establece una interrelación con los objetos expuestos que le enriquezca y deleite. Por último, el municipal Museo de la Ciudad de Málaga es el lugar donde el ciudadano, y el visitante, pueda contemplar su ciudad en todos los aspectos que los encargados del museo sean capaces de conse-

Anteproyecto del Museo de la Ciudad de Málaga

guir. Se pretende que el ciudadano entienda que el museo, no es una institución del Estado, de la Comunidad Autónoma, o del Municipio que está en su ciudad, sino su museo en la ciudad, el museo de (propiedad de...) los malagueños. Por todo ello nos parece más adecuado utilizar el nombre de Museo de la Ciudad de Málaga que el de Museo Municipal de Málaga.

Concepto de Museo de la Ciudad.

El concepto de Museo de la Ciudad, aún no está plenamente definido por la práctica museográfica. En ocasiones se ha entendido como sinónimo del museo que hay en la ciudad. El caso más próximo lo tenemos en nuestro propio municipio, en el que los museos de Bellas Artes y Arqueológico ostentan el título oficial de *Museo de Málaga*. En ocasiones, para diferenciarse de los centralistas Museos Provinciales, algunos Ayuntamientos han propiciado la existencia de museos bajo su patrocinio con la denominación de Museo de la Ciudad, aunque con los mismos tipos de fondos y planteamiento. Las más de las veces, estos museos patrocinados por Ayuntamientos tienen como tema primordial recoger y exponer fondos relacionados con la historia de la propia ciudad. Los acontecimientos políticos, los restos artísticos propiedad del Ayuntamiento, la historia de la propia Institución Municipal, etc, son la base de este tipo de museo, concebido como el *Museo de la Historia de la Ciudad*.

El concepto de Museo de la Ciudad admite una concreción museográfica muy distinta, que aquí se propone. El Museo de la Ciudad es la institución museística que permite construir el retrato, en su doble aspecto físico y anímico, de la ciudad a que se dedica. Por lo tanto el Museo de la Ciudad recoge objetos (históricos, actuales, míticos, vulgares, raros, cotidianos, etc.), que definan en algún sentido la ciudad. Que definan su aspecto externo actual y cómo se ha llegado a conformar ese aspecto; sus recursos y las explotaciones de esos recursos; sus costumbres; sus manifestaciones artísticas; sus leyendas; sus tragedias; sus problemas actuales; sus posibles soluciones futuras; sus influencias en otras ciudades, o en las artes, o en la mente de los artistas; sus hombres importantes por la industria, o la literatura, o el arte, o el comercio, o el turismo o lo que sea. El Museo de la Ciudad es el museo resumen de la vida actual y pasada de la ciudad. Se plantea ilimitado de materiales a exponer, de conceptos a desarrollar o de tiempos a reflejar. Sólo se plantea condicionado a que todo haga referencia a la ciudad.

El Museo de la Ciudad que proponemos no muestra sólo testimonios, sino también explicaciones, conceptos, realidades y sentimientos. Para ello supera los tradicionales límites del objeto museístico y alberga objetos de arte y artesanía, testimonios técnicos, documentos e imágenes. También informaciones, planes, proyectos, delectaciones, metáforas, etc. La novedad descansa en que el punto de refe-

Isidoro Coloma Martín.

rencia pasa del objeto mítico al objeto de interés. Con semejante planteamiento temático las ramas del conocimiento puestas en conjunción se diversifican sobremedida. En el Museo de la Ciudad que proponemos se explican temas a través de la Historia, la Geografía, la Física, la Informática, el Arte, etc.

Como principios pedagógicos para el Museo de la Ciudad asumimos los siguientes: 1º El punto de referencia no es la Historia de la Ciudad, sino la realidad presente de la misma. Participamos de la idea de que sólo el presente tiene interés para el hombre en su cotidianeidad. De que la curiosidad por el presente obliga al "esfuerzo" del estudio histórico. De que el estudio histórico sólo tiene interés si explica la realidad actual. 2º También de que el estudio que se experimenta y se comprueba es el estudio que permanece, más aún para el visitante no acostumbrado al estudio teórico. En definitiva el Museo de la Ciudad que proponemos toma como pretexto la realidad presente de la ciudad, para, mediante la toma de distancia ofrecida por la realidad histórica, conocer esa misma realidad, presente e histórica, y adentrarse en las distintas ramas del conocimiento a través de la exposición, la explicación y el ejercicio experimental.

3. SIGNIFICADO Y ALCANCE DEL MUSEO DE LA CIUDAD DE MÁLAGA.

Necesidades a las que responde.

Múltiples y variadas son las necesidades culturales de una ciudad con más de 600.000 habitantes que busca establecer y asentar su identidad como ciudad en el contexto europeo. También múltiples y variadas serán las formulaciones de esas necesidades en función del interlocutor que se tome como referencia. Desde la doble perspectiva de la municipalidad y de la actividad museológica consideramos como más importantes y con posibilidades de ser cubiertas las siguientes:

1ª.- Aumentar la oferta cultural de la Administración al público-ciudadano. El desideratum colectivo de una sociedad del ocio, en la que el tiempo libre comienza a ser mayor que el laboral, necesita de todo tipo de servicios sociales que permitan dar sentido a ese concepto que denominamos calidad de vida. Los museos es uno de esos servicios que el público demanda y sus administradores intentan proporcionar.

2ª.- Coordinar la información, y la difusión de esa información, sobre la realidad ciudadana de Málaga. Son múltiples y dispersos los lugares donde hay información, documentación y estudios relacionados con la ciudad que el ciudadano desconoce su existencia y que cuando la conoce se le hace muy difícil consultar. El Museo de la Ciudad de Málaga se presenta con la intención de coordinar toda esta información en

Anteproyecto del Museo de la Ciudad de Málaga

aras de facilitar el mejor conocimiento de la misma mediante los recursos que le son propios. Ciertos servicios municipales, universitarios, empresariales pueden encontrar en el Museo de la Ciudad de Málaga el escaparate y el centro de información que necesitan sus consumidores, los habitantes de la ciudad y algunos de sus visitantes.

3ª.- Ayudar a establecer las bases de la realidad actual de la ciudad, para mejor coordinar su futuro crecimiento. Si Málaga es una ciudad que necesita establecer su identidad como ciudad, que necesita que esa identidad sea conocida fuera de sus límites geográficos, que proyecta su futuro sobre unas bases muy diferenciadas de las de su entorno regional y nacional, bueno será contar con la ayuda de una institución que pueda presentar y difundir la realidad actual de Málaga para así propiciar la mejor comprensión de su futuro crecimiento. Y para comprender mejor la realidad actual, bueno será profundizar en las causas que la motivaron tiempo atrás. Es punto central del planteamiento museológico del Museo de la Ciudad de Málaga utilizar los conocimientos y objetos materiales de su pasado para explicar el presente, al fin y a la postre, verdadero punto de interés para el común de los habitantes de la ciudad y de ella en su conjunto. En este sentido, la función del museo no es tanto recojer restos materiales para conservar, como conservar restos de una época determinada para explicar no ya esa época, sino el presente, el momento actual en que vivimos.

4ª.- Aumentar la oferta cultural de la ciudad al visitante foráneo, pertenezca éste al grupo del llamado turismo de masas como al más escaso del turismo cultural. El turismo playero, cubierta sus necesidades primeras de asueto y servicio hotelero demanda, cada vez en mayor medida, "espectáculos" de otra índole entre los que no son de despreciar los de tipo cultural. Es en los objetos patrimoniales y museísticos donde descansa la posibilidad de que el turista vuelva a casa con la satisfacción de haber "tocado" un mito prestigiado en el ámbito mundial. Volveremos sobre este punto en el apartado *tipos de público* y sus necesidades ante la institución museística. Diferenciado del turista playero, el visitante cultural demanda por su parte, información del lugar que visita. Centralizar esta información, organizarla y hacerla asequible en formatos de difusión adecuados es función permanente de todo museo. En lo referente a la ciudad de Málaga, es lógico que lo sea del Museo de la Ciudad.

5ª.- Dar una imagen adecuada de la ciudad ante ella misma, ante la nación y ante el mundo. Consecuencia de todo lo anterior, las particulares características de una institución museística de carácter municipal la hacen instrumento adecuado de difusión de sus propios fondos, y por tanto de la ciudad. Por otra parte, la consideración de Málaga como ciudad europea, con más de 4.000.000 de visitantes anuales en su ámbito geográfico próximo, hacen imprescindible considerar como destinatarios del museo no sólo al habitante malagueño, sino también al ciudadano del mundo.

Isidoro Coloma Martín.

6ª.- Ayudar a conservar cierto tipo de objetos materiales interesantes para la comprensión de la ciudad de Málaga en su actual estado y en su evolución histórica. Materiales de carácter histórico o creados para el mejor uso de la institución museística, que no son contemplados como punto de interés en las instituciones similares de la ciudad, dado su tipo de especialización. Véase el apartado *Panorama museístico...*

Proyecto social en el que se apoya.

Punto fundamental en la configuración de una institución museística tanto desde el punto de vista museológico como museográfico, es el proyecto social que intenta materializar. El museo caracterizado por su vocación de permanencia temporal tiene metas más estables y a largo plazo que las, a menudo coyunturales, de las fuerzas políticas que propiciaron su inicio. En el caso del Museo de la Ciudad de Málaga, y de éste su anteproyecto, el motivo de inicio se concreta en el proyecto municipal de ayudar a configurar la ciudad de Málaga como Ciudad Cultural de Europa, entre otras motivaciones ya mencionadas. Desde el punto de vista personal del que esto suscribe, es imprescindible entender un museo de finales del siglo XX como un lugar donde se propicia la participación de todos los ciudadanos en los bienes culturales de la sociedad que ellos mismos conforman. Este planteamiento, principio fundamental de nuestra Constitución supone importantes connotaciones en la práctica museográfica. En efecto, a lo largo de la Historia los museos se han conformado en función de la clase intelectualmente dominante que los ha propiciado. El objeto cultural sólo podía ser consumido por quién estuviera preparado para ello, es decir, la élite intelectual. Una evolución de este planteamiento ha sido la aparición de los gabinetes pedagógicos que propician el acceso, sobretudo de los jóvenes, a ese nivel elitista que desde un punto de vista cultural siempre posee el documento histórico. Los demás, consumían los aspectos míticos de los objetos, cuando los tenían, y si no, terminaban aburriéndose con el firme propósito de no volver al museo.

El proyecto del Museo de la Ciudad de Málaga plantea el problema en los siguientes términos: 1º Los objetos culturales tienen unas características particulares que los incluye siempre en un ámbito de especialistas, el de los creadores que propiciaron su existencia. 2º Los objetos culturales fueron asumidos (en el caso de que llegaran a ser asumidos) por la sociedad que los consumió cuando consiguieron insertarse en las necesidades diarias de sus contemporáneos. 3º El público que visita un museo se caracteriza por su diversidad cultural y por su uniforme necesidad de consumo del objeto cultural. 4º Es función de la institución museística propiciar la comunicación entre objeto cultural y sujeto cultural. 5º El proyecto del Museo de la Ciudad de Málaga busca esta comunicación mediante la oferta del bien cultural al visitante de acuerdo a sus posibilidades de comprensión. En este sentido se distinguen varios tipos de público y varios tipos de objetos museísticos, en cuya conjunción se

Anteproyecto del Museo de la Ciudad de Málaga

intenta que todos los visitantes del museo consigan, si así lo pretenden, el enriquecimiento que justifica la existencia de la institución museística (Véanse los apartados *Función de los objetos culturales para el ciudadano en su diferentes actividades sociales, Tipos de público, y Tipos de objetos museísticos*). Entendemos que la igualdad no es dar a todos lo mismo, sino a cada uno según sus necesidades para que todos consigan lo mismo, aunque esto suponga la presencia de varios museos superpuestos. El museo se configura así como un adaptador de los contenidos culturales a las posibilidades comprensivas de los distintos tipos de público, sin pérdida de la profundidad de esos contenidos. El museo es un puente, un conjunto de puentes, entre los contenidos documentales y los distintos tipos de público.

¿Quién es su público?

En este apartado no podemos tener seguridad hasta que el museo esté abierto y lleve funcionando un tiempo prudencial para deducir consecuencias.

El Museo de la Ciudad de Málaga se ubica en una ciudad con 600.000 habitantes lo que significa que los visitantes anuales del propio municipio se pueden cuantificar en una cantidad que oscila entre 20.000 y 30.000 personas, si atendemos los resultados de otros museos españoles (alrededor del 3% de la población de la ciudad). El ICOM considera mínimamente rentable un museo cuando alcanza un nivel de visitas superior al 25 %. En el caso de Málaga esa cifra se cuantifica en 150.000 visitas. Esta cantidad se plantea para nosotros, por ahora, como un punto de llegada que sólo se puede conseguir creando un museo susceptible de ser visitado varias veces al año. Los porcentajes puestos en consideración se aplican a ciudades en las que se incluye su población flotante. En el caso de Málaga son unos 4.000.000 los turistas provinciales anuales, cifra que debiera facilitar, y superar con holgura, esos 150.000 visitantes de un museo situado en su entorno geográfico. Este potencial humano fundamental en el desarrollo económico de la provincia y del país, debe ser asimismo clave en el sostenimiento económico del desarrollo cultural de la capital.

Desde un punto de vista cualitativo el público de los museos en general se divide en la práctica en sólo tres grupos: a) los turistas, b) los escolares y c) todos los demás (en gran medida público de un alto nivel cultural). El Museo de la Ciudad de Málaga se plantea con la necesidad de dar servicio a los tres grupos sociales mencionados y a otros dos que consideramos imprescindibles en la evolución futura de la ciudad: d) el público general malagueño y e) el público culto foráneo (turismo cultural en sentido estricto). Más adelante volveremos a tocar el tema. Véanse los apartados *Función de los objetos culturales para el ciudadano en su diferentes actividades sociales, El museo como industria, y Tipos de público*.

Isidoro Coloma Martín.

Función simbólica que se le asocia.

También en este punto debemos esperar a que el museo esté abierto y el público conecte con su contenido y actividades. Desde la premonición y deseo que supone un proyecto podemos aventurar que el Museo de la Ciudad de Málaga puede llegar a entenderse como el gran Centro Cultural de la Ciudad, si conseguimos que su carácter expositivo se complemente con el dinamismo, versatilidad y variedad temática, así como de servicios al visitante que se pretende. Como mínimo debe ser pretensión del Museo de la Ciudad de Málaga ser el lugar físico donde el ciudadano pueda encontrar la mayor información y actividad relacionada con su propia ciudad.

Area de influencia.

En este punto debemos distinguir nítidamente dos apartados. El área de influencia respecto a los fondos y el área de influencia respecto al público. En el primer apartado, los fondos, el Museo de la Ciudad de Málaga busca el estudio y exposición de la realidad en el municipio como elemento central y definidor del museo. En algunas de sus secciones, o de unidades expositivas, será necesario contemplar los municipios colindantes para dar una visión unitaria del tema siempre centrado en la capital provincial. Por otra parte, dado el carácter embrionario de algunas de sus secciones, y la ausencia, hoy por hoy, de museos que las contemplen en nuestra región (entendida en sentido amplio), el normal crecimiento del museo en estas secciones pueden permitir y propiciar la ampliación del área de cobertura al conjunto de Andalucía o del Mediterráneo. La consolidación de estas ampliaciones geográficas llevan consigo la conformación de nuevos museos independientes, de los que el que ahora nos ocupa sólo es su primera fase.

En el segundo apartado respecto al público, el área de influencia del Museo de la Ciudad de Málaga se concreta en los habitantes del municipio, a los que van dirigidos sus servicios de forma inmediata. Pero al considerar a Málaga capital de la Costa del Sol, su área de influencia se amplía notablemente a toda la provincia y sus habitantes, fijos o eventuales. La singular característica del habitante foráneo de su normal área de influencia, obliga a considerar los servicios del museo, dirigidos a todos los habitantes españoles y europeos, bien que en las condiciones particulares del turismo ya sea de masas o cultural.

Papel desempeñado en el contexto urbano.

Elemento importante en la configuración del futuro museo es el edificio donde se contenga y la situación de éste en el contexto urbano, donde se implican consecuencias de tipo geográfico, económico y turístico. Aventurar las implicaciones

Anteproyecto del Museo de la Ciudad de Málaga

es imposible hasta que no se decida el edificio concreto que se va utilizar. Aquí se pueden apuntar algunas características museales de edificios malagueños singulares. No tenemos en cuenta su situación administrativa o de propiedad, pues ésta puede cambiar en cierto plazo de tiempo, siempre menor que el previsto como vida del museo. Veamos algunas de estas características.

1º El mejor edificio para un museo, desde el punto de vista estrictamente museográfico, es aquel de nueva planta que se construye en función de los objetivos que se pretenden. Frente a los edificios históricos tiene el inconveniente de necesitar conquistar su propia imagen desde un punto de vista mítico. Pero también ofrece la ventaja de no tener que destruir, o al menos enmascarar, la anterior imagen, cuando es considerada como negativa desde la perspectiva de la nueva funcionalidad de museo con unas características determinadas, del edificio que le sirve de continente. Todos los demás aspectos son programables, incluidas las posibles ampliaciones que tarde o temprano tendrán que llevarse a cabo, a no ser que los fondos del museo vayan desmembrándose paulatinamente.

2º En Málaga la zona del Parque se presenta como el lugar urbano idóneo para la instalación de centros culturales de grandes masas por su accesibilidad a vehículos, tanto particulares como colectivos y de servicio (bomberos, policía, camiones y capitonés para uso del museo, etc.), y por ser una de las zonas importantes de paseo peatonal en la ciudad, amén de estar muy bien comunicada en los servicios de transporte colectivos. También es positiva por su proximidad al anillo cultural ciudadano (Catedral, Alcazaba, Casa Picasso, Teatro Cervantes, Museo de Bellas Artes), y su lejanía con el mar, imprescindible para lograr una buena conservación de los fondos museísticos sin grandes inversiones de instalación y mantenimiento. Cualquiera de sus edificios base, *Ayuntamiento*, *Banco de España* y *antiguo edificio de Correos* tienen "imagen" ante el ciudadano con posibilidades culturales. Por su tamaño, sólo el actual edificio del *Ayuntamiento* podría servir para Museo de la Ciudad de Málaga. Como imagen simbólica no se podría encontrar otro mejor. Su estructuración alrededor de un patio central permiten una clara ordenación de los fondos expuestos. El único problema se centra en su ocupación por los servicios municipales, pero dado el crecimiento de los mismos dudo mucho que no se haya decidido su traslado antes de concluir el siglo.

3º Entre los edificios "fáciles" de utilizar es el de la *Aduana* el más idóneo y de repercusiones más positivas para el contexto urbano. Aún más que el propio Ayuntamiento tiene imagen de edificio cultural y desde luego es requerido ya por muchos ciudadanos como sede de un museo. Se incluye dentro del anillo cultural de la ciudad antes mencionado, donde se convertiría junto con la Catedral en el gran polo monumental de atracción turística de la ciudad. En este sentido desbancaría la Alca-

Isidoro Coloma Martín.

zaba siempre con el lastre de su difícil acceso. La presencia de un gran museo en la Aduana supone, además del afianzamiento del Parque como zona de aparcamiento, la solicitud de las calles Císter y Alcazabilla como zona peatonal. Esto último supondría la necesidad dar solución al intenso tráfico de esta calle. En unión de la futura remodelación de la zona donde se ubica la Casa de la Cultura, y la Plaza de la Merced constituye la gran zona monumental y turística de la ciudad, en la que se implica la necesidad de mantener el Palacio de Buenavista como edificio cultural.

4º Otros edificios existentes que pudieran acoger los servicios del Museo de la Ciudad de Málaga por su tamaño y posibilidad de adaptación son el actualmente dedicado a *Prisión Provincial* y el antiguo *Convento de la Trinidad*. En ambos casos la consecuencia inmediata es la dispersión de la oferta cultural. Sus ventajas, en el orden ciudadano, se resumen en ser motivo de mejora cultural de los habitantes que rodean los edificios y de transformación de las respectivas zonas. Su inconveniente es que no consigan entre el vecindario su implantación como lugar a respetar en un período de tiempo corto o con unos gastos de protección bajos.

5º En cualquier caso el posible edificio del Museo de la Ciudad de Málaga debe reunir las siguientes características mínimas: a) Ser suficientemente grande para dar cabida a las actividades que lo definen, y los servicios que comporta. b) Ser susceptible de adaptación como museo (versatilidad de la estructura interna) c) Poseer una imagen externa, o posibilidades de conseguirla, acorde a la finalidad que se pretende. d) Estar situado en una zona con accesos rápidos para vehículos de servicio y próxima a una zona de fácil aparcamiento. e) Estar situado en una zona no degradante desde el punto de vista de la conservación de piezas (proximidad al mar, orientación general a poniente, zona de intenso tráfico, proximidad a industrias químicas, etc). f) Ser un edificio exento o tener posibilidades de incluir toda la manzana donde se ubique en la estructura del museo, en orden a cumplir las condiciones mínimas de protección y seguridad. g) Tener las mínimas condiciones de estabilidad física.

Orientación de la institución.

Punto crucial en la caracterización del Museo de la Ciudad de Málaga es la orientación que preconizamos para la institución. Entendemos que el museo debe ser el lugar donde se reúnan los materiales necesarios para conseguir el retrato físico y anímico de la ciudad.; y su primera orientación la de informar al ciudadano de la realidad actual de su ciudad. Para conseguir este doble retrato el museo se configura como el punto de reunión de los trabajos de investigación sobre la ciudad de Málaga y particularmente de los métodos de difusión de esos trabajos. Consideramos pues el museo como un *Centro de Estudios Expuestos* de la Ciudad de Málaga.

Anteproyecto del Museo de la Ciudad de Málaga

Consideramos la temática del museo como histórica y actual, ya que ambos tipos de materiales son necesarios para el análisis de los problemas cotidianos y su explicación mediante el estudio histórico de los condicionantes que han conformado esos problemas. Lógicamente sus instalaciones pueden utilizarse como lugar de ensayo y de confrontación con el público de ciertas problemáticas ciudadanas, así como de explicación de algunas realidades presentes. Dada la diversidad de materiales contenidos, en un intento de construir el retrato completo de la ciudad, la expansión de los fondos del museo supone su disgregación en otros monográficos. Por la misma razón de la diversidad de materiales contenidos y expuestos, así como de la diversidad de su público potencial, el Museo de la Ciudad de Málaga puede y debe orientarse como lugar de estudio y ensayo de fórmulas museográficas. Por último, teniendo en cuenta la falta de tradición de este tipo de museos que frene sus formulaciones, la orientación de la ciudad hacia la industria de bata blanca, el cosmopolitismo de sus visitantes, etc. el Museo de la Ciudad de Málaga debe orientarse hacia el ensayo, y si se comprueba su efectividad a la plasmación, de un Museo Local posterior a la Tercera Revolución Industrial en el contexto europeo.

4. FUNCIONES DEL MUSEO A FINALES DEL SIGLO XX.

El museo, institución cultural estable como pocas, está sufriendo en los últimos años una conmoción sin paralelos en otros muchos campos de la cultura. El museo se ha introducido en el campo del consumo de masas y también en el campo de los multimedia. La arquitectura museística es una de las pocas posibilidades hoy presentes para realizar arquitecturas singulares. Los museos cada vez tienen mayores posibilidades de ser figuras emblemáticas de las ciudades donde se ubican. Los poderes políticos encuentran en la creación o remodelación de museos un elemento que cubre por sí solo el recuerdo de una legislación. En este contexto se hace imprescindible que nos planteemos cuál es la función actual, a finales del siglo XX, del museo para el conjunto de la sociedad a partir de sus componentes diferenciados. También será conveniente analizar el fenómeno desde el interior de una institución cultural capaz de producir actividades culturales, es decir desde el interior de la industria del museo.

Función de los objetos culturales para el ciudadano en sus diferentes actividades sociales.

El objeto cultural, cuyo conjunto agrupamos en un museo, tiene muy diferente utilidad y función para los componentes de la sociedad de acuerdo al tipo social que éste represente o al que estén adscritos. Para tener una idea aproximada de los servicios que debe cubrir un museo es necesario tratar de analizar las solicitudes

Isidoro Coloma Martín.

que los visitantes de la institución museística demandan de ella. También las posibles formas que tiene el museo de satisfacer esas demandas. Antes de continuar debo señalar que los tipos que se exponen más abajo son compartidos en dos o más grupos por una misma persona y que ello sólo ratifica la complejidad de intereses que el visitante de los museos denota.

1º.- Para el ciudadano, vecino del municipio en que se ubica el museo, los objetos culturales que éste contiene, se presentan como objetos de uso y disfrute insertos en su cotidianidad. En algunos casos, cuando el objeto es suficientemente representativo, mítico o valorado, llega, porque lo necesita, a identificarse con él como elemento distintivo de otras comunidades. Ambos, ciudadano y objeto, forman parte de una idiosincrasia colectiva que llamamos cultura. En este contexto el ciudadano necesita del objeto cultural, (por extensión del museo), y tener facilidad de acceso y uso del mismo, incluso más que otros visitantes foráneos. Necesita tener la conciencia de sentirlo como propio. La función del museo para el ciudadano se presenta de esta manera como una organización que difunde entre los pobladores de su área de influencia los objetos culturales que alberga, pero antetodo que resalta los lazos de identidad entre ciudadano y objetos, más aún si consideramos el carácter localista que supone un municipio.

2º.- Para los especialistas en la disciplina a la que pertenece el objeto cultural, el museo es una agrupación de materiales donde éstos pueden ser analizados, estudiados, comparados, etc. y disfrutados desde un punto de vista científico (histórico, estético, técnico, etc). El especialista y el aficionado de cierto nivel en cada materia necesita que el museo le ofrezca dos cosas básicas para él. En primer lugar, busca información y documentación abundantes. No importa tanto que aún no esté asimilada por la comunidad científica, es justo la documentación inédita la más importante para él, como la posibilidad de utilizarla. El buen funcionamiento del departamento de documentación del museo es vital en este sentido para el especialista. Otro tema es resolver la problemática planteada sobre qué parte de esa documentación hay que consultar necesariamente entre los muros de la institución museística o puede salir de ella a través de publicaciones, fotocopias, fotografías, redes informáticas o cualquier otro sistema. En segundo lugar el especialista necesita del museo que los objetos se le presenten de manera científica (con un criterio claro y preciso de ordenación) y no necesariamente ambientados, y mucho menos seleccionados. No se debe olvidar que el especialista de cada materia expuesta es un posible creador del concepto expositivo y que su lugar de trabajo y uso en el museo no es la zona de exposición permanente, sino los almacenes y archivos. El acceso a estas zonas y los servicios que comportan son unas parcelas que debe cubrir la institución museística para propiciarse el prestigio de la comunidad científica.

3º.- Para el docente y en cierta medida **el guía turístico**, el museo es un lugar donde se agrupan objetos de estudio cuyos resultados serán transmitidos a terceros. Ambos necesitan del museo documentación elaborada para uso personal y una conservación científica de los objetos. También elementos pedagógicos de ayuda que se correspondan clara y diferenciadamente con las hojas pedagógicas para uso de escolares en sus distintos niveles. Como conductores de una visita, el docente y el guía están muy necesitados de un criterio de exposición en el que se diferencien los objetos por su interés, calidad, importancia o trascendencia, de tal modo que puedan elegir de modo consecuente el circuito selectivo más apropiado para cada caso (*Véase Tipos de objetos museísticos*). Dado el papel de propagadores de un sentimiento afín a la vida del museo que detentan, los docentes y guías tienen que llegar a sentirse copartícipes, y no sólo usuarios, de la realidad del museo.

4º.- Para los estudiantes, como tales, el museo es un lugar donde se agrupan objetos de estudio, pero como niños y jóvenes el museo es un lugar donde se pueden reunir cierto tipo de divertimentos. Para cubrir la primera posibilidad, el museo tiene que proporcionar abundante documentación pedagógica adaptada a los distintos niveles culturales que los escolares poseen. También tiene que proporcionarles un sistema de exposición, que manteniendo los necesarios controles de seguridad, les de sensación de familiaridad y acceso a cada uno de los elementos que les despierten curiosidad. Su visita, normalmente en grupo bastante numeroso, tiene que poder ser asimilada por la ordenación espacial de las salas de exposición y de las piezas en ellas contenidas. No olvidemos que la mayor parte de los museos existentes están pensados para la visita individualizada o como mucho para dos o tres personas ante cada pieza. Mención aparte merecen los divertimentos en el museo. Son la atracción para un público que sin ellos visita el museo como obligación. Sin embargo son recursos importantes en la difusión del contenido museístico y de la afición al museo como lugar enriquecedor. La presencia de objetos relacionados con la temática expuesta para uso manual, experimentos y espectáculos son imprescindibles para este tipo de clientela, a largo plazo la más importante del museo.

5º Para el turista el museo de una ciudad es, cuando menos uno de los muchos motivos de recuerdo que de ella puede acompañarle a su lugar de origen. En algunos casos, según su importancia, el turista identifica al museo como uno de los símbolos de la ciudad, y por tanto como uno de los lugares de obligada visita, para dejar posterior constancia de su permanencia en esa zona geográfica. A veces el propio museo, las menos, pero sobre todo alguno de los objetos que alberga, poseen un carácter mítico, ya sea de origen popular, cultural, de moda, etc. que hacen prácticamente imprescindible su visita para el turista. Para cubrir estas necesidades, la institución museística debe posibilitar, obviamente, la adquisición de recuerdos que pueden ser de muy diverso tipo, precio y características. Para cubrir el segundo deseo

Isidoro Coloma Martín.

del turista (identificación del museo o alguna obra con la ciudad) el museo necesita algo más que ofrecerlo sobre un mostrador. En efecto, los responsables del mismo tienen que conseguir la imagen de identificación museo-ciudad y difundirla no ya a la ciudad del museo, sino a la ciudad del visitante. En ese mismo ejercicio de difusión se tiene que incluir el carácter mítico de alguno de sus fondos, si lo tiene. Y si no, tendrá que potenciar todas las posibilidades de establecer ese "aura" que distingue a los objetos de gran atracción del público. En términos publicitarios *crear la necesidad*. Sólo hay una limitación en esta labor de propaganda desde una institución museística: no se puede engañar en lo que se ofrece. Característica aplicable a todos los productos dirigidos a cualquiera de los grupos sociales que visita el museo.

6º.- Para la Administración Pública en sus diferentes campos, el museo se presenta con muchas posibilidades de uso. Sin que el orden de exposición sea correlativo de su importancia, en ninguno de los apartados anteriores lo ha sido, podemos repasar algunas. Los museos, las actividades culturales en general, son un destino siempre posible de algunas partidas fijas de los presupuestos anuales. Incluso ciertas partidas que no han sido cubiertas por sus destinatarios primeros, ante la necesidad de gasto a plazo fijo, pueden ser reconducidas a la actividad cultural. La captación de estas ayudas económicas (véase *Financiación*) será posible siempre que el museo cubra algunas necesidades del correspondiente departamento administrativo. Utilizar la infraestructura museística para que el servicio administrativo informe a sus administrados de su historia y actividades es la más evidente. Si el tema de información es de interés ciudadano, el museo de la ciudad debe ser el lugar idóneo. Consciente de lo resbaladizo de este planteamiento quiero poner un par de ejemplos de uso. El primero: Protección Civil utiliza la sala de exposiciones para explicar su plan de evacuación de la cuenca del Guadalmedina en caso de rotura de la presa del Limonero. Otro ejemplo: Tráfico explica cuál es el funcionamiento de los tapones de tráfico en orden a la densidad de vehículos ante el sistema semafórico y presenta vías alternativas de circulación, o demuestra la ausencia de esas vías. Otro más: La Junta de obras del Puerto, presenta la historia y evolución del Puerto de Málaga. Y otro más: Las diferentes administraciones y empresas presentan el sistema de comunicaciones (terrestre, marítima, aérea, telemática, informática, etc) con el resto de la Comunidad, el País o el mundo. En otro orden de cosas, el museo puede ser utilizado por la administración correspondiente como elemento importante de definición de la Ciudad, la Comunidad o el País, para lo cual es necesario que parte de la política de adquisición y difusión de fondos se dirija a esos objetivos. No es menos importante la utilización del museo como vehículo de propaganda del lugar donde se ubica y de prestigio ante otras ciudades, comunidades o países. Las actividades del museo deben ser elementos de promoción del comercio del lugar y "excusa" para expansionar y perfeccionar los servicios públicos de la zona, posibilidades siempre buscadas por cualquier administrador. En esta misma línea, el museo y sus activida-

des puede ser utilizado como punto de referencia de un desarrollo lúdico, cultural o científico de la zona.

7º.- Para la empresa y organismos privados, el principal atractivo de un escaparate tan prestigiado como debe ser un museo es el de poder participar en él para conseguir promoción y prestigio. Las ayudas de mecenazgo, desgravación de impuestos, inversión de beneficios en actividades culturales (Cajas de Ahorros), pueden tener en el museo un adecuado destinatario. La institución museística sólo tiene que darles la posibilidad de que lo hagan y manifestar públicamente su satisfacción. No es menos importante la otra gran posibilidad del museo para uso de la empresa privada y también de la pública: la publicidad directa en las instalaciones museísticas o indirecta a través del uso del nombre del museo en la publicidad de la empresa fuera del museo. Es evidente que todos los usos de las funciones que se esperan del museo deben ser reguladas muy exquisitamente para no dañar los principios básicos del propio museo y que necesitan de unos principios rectores claros y perfectamente establecidos. Pero el museo que quiera estar al compás de la sociedad de finales del siglo XX, tarde o temprano tendrá que dar salida a todas y cada una de las expectativas arriba apuntadas.

Una de las formas de compaginar gran parte de los intereses y condicionantes que confluyen en un museo moderno, es concebir la institución museística como una industria, bien es cierto que reconociendo la particularidad de las características que la definen.

El museo como industria.

Tradicionalmente entendemos como industria el conjunto de actividades económicas orientadas a la primera y posteriores transformaciones de los productos naturales y a su ulterior envasado y transporte. Como planta industrial se entiende la instalación donde, con la ayuda de máquinas, se transforman materias primas o semifabricadas en productos acabados.

En un museo la materia prima son los objetos culturales que alberga entre sus fondos caracterizados desde un punto de vista industrial por la imposibilidad de transformación como objeto, incluso por la necesidad de conservación y asentamiento como objeto intrasformable. Así, la posibilidad económica de la industria museística se basa no en la transformación de la materia prima, sino en el usufructo y explotación de beneficios derivados de los bienes que guarda. Parte de los beneficios derivados, intereses de un capital inamovible, son la base de los productos que puede ofertar el museo a su clientela, el público. Desde un punto de vista de cuantificación inmediata son evidentes la producción de actividades culturales, espectácu-

Isidoro Coloma Martín.

los, informaciones en soportes múltiples, reproducciones de objetos culturales, etc. Este tipo de productos, cada vez con mayor demanda en una sociedad que ya ha superado las condiciones de supervivencia y se afana por aumentar su calidad de vida, se consiguen en un edificio singular, el continente del museo, utilizando los montajes y el aparataje de investigación en su sentido más amplio como maquinaria industrial y el personal de plantilla y de colaboración como productores. Su clientela es el público con sus múltiples tipologías, intereses y expectativas, amén de los productores de otras industrias culturales.

Un planteamiento tan simple de una industria como el expuesto sólo tiene el interés, con esa intención se ha hecho, de permitir introducirnos en una problemática de la realidad actual de los museos de necesaria y urgente solución, cual es el de su rentabilidad. Estamos demasiado acostumbrados a que los museos estén en pueblos y ciudades como depósitos necesarios de objetos culturales a los que apenas se les pide productividad y por tanto, tampoco se les asignan medios para conseguirla. El panorama llega a los límites de considerar que el poco presupuesto asignado se puede entender como un verdadero despilfarro del dinero público. En parte el problema descansa en la no consideración de ciertos beneficios que sólo se dan a largo plazo. También, en la dificultad que tienen las instituciones museísticas para conseguir dotaciones presupuestarias ordinarias destacadamente por encima de los gastos de mantenimiento. La Administración funciona en términos culturales por la adjudicación de fondos extraordinarios para finalidades concretas que no siempre son las más necesarias, aunque sean importantes, pero sí las únicas que se pueden solicitar por parte de sus funcionarios. No es raro leer en los periódicos que el Estado compra un cuadro importante por 800 millones de pesetas, o que una exposición temporal de dos meses de duración supone a los patrocinadores una inversión de 100 millones, de la cual no queda ningún resto una vez clausurada. Compárense estas cifras con la dotación anual de un museo del Estado en una provincia que oscila alrededor de los 10 millones.

Reflexionar sobre la rentabilidad del museo se vuelve en este contexto imprescindible a la hora de plantearse uno de nueva creación. El primer punto a resolver radica en la cuantificación de esa rentabilidad. ¿Cuándo es rentable un museo? En términos industriales se establece cuando los beneficios obtenidos sean mayores que los gastos que origina. El problema es cuantificar ambos apartados, sobre todo el referente a los beneficios. Hablaremos de ello más adelante. Ahora podemos establecer otra regla de rentabilidad muy adecuada en el panorama de la competitividad de las actividades culturales en que nos movemos. En este ámbito se puede afirmar que **un museo es rentable, si el costo del conjunto de sus aportaciones es menor que el gasto que supondría trasladar a sus beneficiarios a otra institución museística que ofrezca aportaciones similares.**

Anteproyecto del Museo de la Ciudad de Málaga

Bueno será entonces que repasemos someramente las partidas de gastos y beneficios más destacadas que conlleva una explotación museística y tenerlas presentes en el posible Museo de la Ciudad de Málaga.

En el apartado de **Gastos** se pueden considerar seis partidas principales:

1º Personal. Tradicionalmente un gasto fijo y proporcionalmente alto en función de lo numeroso de la plantilla. Los servicios que comporta un museo pueden ser innumerables y el personal necesario para su funcionamiento ilimitado. Dado que los beneficios son casi siempre a largo plazo y no estrictamente museísticos la inversión en personal suele reducirse a lo estrictamente necesario para el mantenimiento de instalaciones, pero difícilmente para la expansión y crecimiento del museo en su conjunto. Ahora bien, si entendemos que el museo beneficia a varios tipos de personas y organismos lógico sería que parte del personal esté patrocinado por esos organismos: investigadores por la universidad en su conjunto, programadores por las firmas de informática, animadores culturales por las firmas turísticas, etc. También es imprescindible compartir personal de servicios con otros organismos que los utilizan de forma similar. Como ejemplo sencillo y tópico podemos mencionar lo irracional de que cada uno de los museos de la ciudad tuviera un taller de restauración propio. Serían inoperantes o extraordinariamente caros. Más lógico será compartir servicios comunes, aunque cada uno fuera desarrollado por un organismo independiente.

2º de Conservación de objetos culturales. Apartado importante cuya mejor rentabilidad es la inversión en el momento de captación de los objetos a fin de evitar su deterioro y posterior restauración, lo que siempre supondrá encarecimiento a largo y medio plazo. La inversión va dirigida a dos apartados fundamentales. Por una parte, las labores de limpieza y asentamiento de piezas museísticas son siempre más baratas realizadas en el momento de ingreso, que las mismas labores una vez que la pieza ha perdido sus estabilidad física pues habría que añadir trabajos de reintegración de material en las mismas. Igualmente es más barato integrar la infraestructura de protección contra robos, incendios y degradadores ambientales en el momento de construcción o remodelación del edificio, que acoplar esa misma infraestructura una vez que el museo está en funcionamiento.

3º de Mantenimiento de las instalaciones. Gasto prácticamente fijo cuya importancia es inversamente proporcional a la inversión en el momento de su creación. Si partimos de la base que la Administración tiene posibilidades de conseguir fondos extraordinarios en momentos puntuales y dificultades para conseguir fondos ordinarios de alta cuantía, se debe pretender cubrir la mayor parte de las necesidades posibles en el momento de creación del museo.

4º de Investigación + Desarrollo de los servicios. Punto clave en toda industria moderna, como pescadilla que se muerde la cola, el binomio I+D tiene una aplicación imprescindible en el mundo de los museos desde el momento en que estos sean concebidos como ofertadores de servicios y no sólo como almacenes de lujo. La posibilidad de un museo dinámico, con deseos de ser visitado varias veces por la misma persona, con vocación de integrarse en una red de servicios culturales, con necesidad de "robar" clientes a otros espectáculos en el mundo del ocio, con finalidad de trascender su área geográfica, la posibilidad de un museo actual en suma, descansa en la importancia de las inversiones en estos dos apartados, dirigidos a todos y cada uno de los servicios constitutivos del museo.

5º de Realización de servicios y actividades. Los gastos en este apartado, en el que descansa la razón de ser del museo, son los más evidentes, aunque también los más falsamente contabilizados, al no tenerse en cuenta los realizados en los apartados anteriores. Quizá justamente por ello, es en el momentos de proyectar actividades cuando los responsables del museo tienen que aprovechar para perfeccionar su infraestructura, y cuando los patrocinadores tienen que cubrirla por inexistencia previa encareciendo notablemente el servicio o la actividad. Es necesario plantearse en un museo de nueva creación, en los otros también, dotar con regularidad los diferentes apartados de gastos para que utilizados en su momento más idóneo, sean al final mucho más fructíferos.

6º de Difusión. La propaganda en su triple aspecto, *crear la necesidad*, informar de lo realizado y conseguir la distribución de los resultados, es el gasto más visible y uno de los más necesarios en la jungla de actividades que es la sociedad actual. El primer aspecto, *crear la necesidad de ir al museo*, tiene aún muy poco desarrollo en nuestro país y con resultados aún discutibles. El segundo aspecto, informar de las actividades, es sin duda el más querido por los distintos patrocinadores, adquiriendo desarrollos que llegan a confundir al posible visitante (Carteles y vino español con costo superior al del resto de la exposición no suele ser un ejemplo digno de interés). Es en este punto donde es más necesario el sentido de la proporción. El tercer aspecto, distribución de los resultados, está prácticamente abandonado en el quehacer de los museos españoles. Es el propio edificio del museo el lugar de distribución y consulta de publicaciones y trabajos nacidos entre sus equipos de investigadores. En el caso de los museos grandes las distribuidoras bibliográficas cubren esta parcela en los libros más comerciales. En los museos pequeños nadie. En la mayor parte de los casos son los propios autores los que se tienen que preocupar de su autodifusión, generalmente en función de sus propios intereses, y no de los del museo y de su lógico destinatario, el público.

En el apartado de **Beneficios** podemos considerar estos bloques:

1º Aumento del nivel cultural de la población. Es el primer beneficio teórico de la institución museística, aunque de imposible contabilización. En realidad el nivel elevado es el de los visitantes, y si tenemos en cuenta su poca representatividad en el conjunto de la población (alrededor de un 3%), vemos incondicionalmente necesario conseguir ese 25% de visitas que entiende el ICOM como necesario para entender que un museo es rentable. Con este objetivo cubierto podríamos olvidarnos de todos los demás a la hora de justificar la existencia del museo. Pero son posibles y necesarios más beneficios que mencionamos a continuación.

2º Prestigio. Se concreta en la buena imagen aportada a la ciudad y el país donde se ubica el museo. También en la buena imagen de patrocinadores, colaboradores y trabajadores de la institución. Es difícil, por no decir imposible, cuantificar el prestigio. Pero se pueden tener algunas referencias: ¿Cuánto cuesta realizar una actividad concreta, consistente en la solicitud de algo a alguien, a una institución desconocida, a una desprestigiada y a otra prestigiada en el campo de esa actividad? ¿Cuánto se necesita para convencer en cada caso? ¿Cuánto cuesta cubrir los requisitos exigidos en cada caso? ¿Cuántas actividades no llegan a intentarse si no se está en el grupo de entidades prestigiadas? El prestigio de los colaboradores y mecenas es más fácil cuantificarlo para el museo. Se traduce en la ayuda que se considera mínima para que una empresa pueda utilizar el nombre del museo en su publicidad particular.

3º Importancia de la investigación originada en el museo. Su explotación redundará en primer lugar en un aumento del prestigio de los autores y de la institución. En segundo lugar es desencadenante de actividades que ya sí tienen cuantificación económica por ser objeto de patrocinio o simplemente perfeccionamiento de los servicios museísticos.

4º Aportes a la industria de la investigación y difusión. Editoriales, imprentas, publicitarios, etc. son los primeros beneficiarios económicos de las actividades de un museo, aunque supongan gastos para el propio museo. Desde la perspectiva de una ciudad, o un ámbito geográfico mayor, el beneficio de las actividades museísticas para este tipo de empresas ya es evidente.

5º Presencia de visitantes foráneos. Desde un punto de vista económico es el beneficio más importante para una ciudad turística como Málaga. De la presencia de un museo "funcionando" se benefician muy directamente la industria hotelera, de transportes, de turismo en general. Además, el museo puede convertirse en importante centro de orientación e información turística. Este servicio lógico es que lo pague o ayude a hacerlo la industria beneficiaria mediante el mecenazgo u otro sistema.

Isidoro Coloma Martín.

6º Venta de objetos relacionados con los objetos culturales. Son ya tradicionales las ventas de reproducciones en papel o diapositivas, libros, y mil chucherías con el nombre del museo. También hay agregar las reproducciones objetuales en tres dimensiones como esculturillas o cerámicas. En nuestro museo pueden ser hasta maquetas o kits para realizarlas. En este apartado no es desdeñable la venta de material pedagógico relacionado con el tema del museo tanto en soporte papel, como videográfico o informático. Particulares, y sobretodo bibliotecas, colegios e institutos (de presupuestos oficiales) deben ser buenos clientes.

7º Servicios de asesoría cultural. Impracticados de manera oficial en nuestro país, no tardarán en instalarse. Es injusto que una institución esté formando y pagando a especialistas en algo que después no se utilizan o se utilizan poco. Pero es más desolador que instituciones no culturales hagan este tipo de actividades con aficionados por inexistencia "conocida" y prestigiada de profesionales. Incluso el coleccionismo particular vería con agrado la posibilidad de este tipo de asesoramientos.

Establecidos gastos y beneficios, debemos concluir el aspecto industrial del museo con unas palabras sobre la competitividad de la institución. Sólo a modo de referencia podemos considerar que nuestra instalación museística se presenta competitiva frente a sus semejantes del mismo territorio, entendido éste desde un ámbito local a un ámbito europeo cuando se den alguna de los tres supuestos siguientes: 1º Que se ofrezca algo único que además sea considerado como necesario, o interesante, o conveniente por el público. 2º Que se ofrezca lo que otros museos, pero a menor costo o a mayor precio y sea aceptado por el público. 3º Que se ofrezcan paquetes de productos, entre ellos los culturales, cuyo conjunto sea mejor, o más barato, o lo parezca, que lo ofrecido por otras industrias museísticas.

Todo lo arriba mencionado está necesitado de profundizaciones y adaptaciones concretas al Museo de la Ciudad de Málaga, que se deberán concluir poco antes de redactar el proyecto definitivo. Sirvanos ahora como puntos a tener en cuenta en la concepción global del museo.

5. OBJETIVOS DEL MUSEO DE LA CIUDAD DE MÁLAGA.

Tras un repaso por los anteriores apartados podemos establecer los objetivos de tipo general que se propone cubrir el Museo de la Ciudad de Málaga. Los podemos resumir en los siguientes puntos:

1º Contribuir a dar a conocer la ciudad a los malagueños y al mundo. Es la finalidad primigenia del museo. Se apoya en el logro de otros objetivos previos y particulares. El primero es conseguir que el edificio del museo sea el lugar físico donde el ciudadano encuentre la mayor cantidad y calidad de informaciones y actividades referentes a su propia ciudad. Directamente relacionado con lo anterior, el Museo de la Ciudad de Málaga se propone también ofrecer la posibilidad de ser escape-rate, caracterizado por su competencia científica, de la historia y actividad de cualquier organismo o entidad presente en la ciudad como parte integrantes de ese todo que llamamos Málaga. En el ámbito municipal, será objetivo primordial resaltar los lazos de identidad entre ciudadano y ciudad a través del planteamiento y satisfacción, si fuera posible, de los problemas y realidades que atañen directamente a ambos. En una proyección fuera del localismo municipal, el Museo de la Ciudad de Málaga busca la identificación museo-ciudad para, a través de ella, difundir la imagen de Málaga a la ciudad no sólo del museo sino de todos los visitantes, es decir al resto del mundo. Difundir una imagen en la que se procura resaltar el prestigio de la ciudad, de los patrocinadores y colaboradores del museo por medio de la calidad de las actividades y servicios ofertados. El museo se convierte así en exponente de la ciudad que lo define, y su prestigio será el prestigio de esa misma ciudad.

2º Conservar una base documental accesible sobre la ciudad que permita su comprensión. Objetivo básico de todo museo es conservar cierto tipo de objetos materiales, constituyentes de sus fondos museísticos, exponentes de la historia y presente de la ciudad. También es objetivo básico conformar una base documental explicativa de esos fondos, los relacione y permita la comprensión del tema central del museo, la Ciudad de Málaga en nuestro caso. Todo lo anterior no tiene mayor interés sino es accesible para cualquier ciudadano.

3º Ofrecer las raíces de una próxima futura evolución de la ciudad. En el caso del Museo de la Ciudad de Málaga todo lo expuesto en el párrafo anterior en orden a la conservación de objetos y documentos se proyecta al futuro con la intención de ayudar a establecer las bases de la realidad actual de la ciudad, de tal forma que ayuden a la construcción de la evolución próxima de la propia ciudad.

4º Conseguir el acceso real de la mayor parte de los ciudadanos al establecimiento cultural. Para ello se presentan los temas, motivos del museo, a partir de objetos documentales, construcciones pedagógicas, simulacros experimentales, juegos y espectáculos de tal manera que el visitante, sea cual sea su nivel educativo o preferencia, pueda acceder por una u otra vía al tema que se propone.

5º Convertirse en catalizador y difusor de los estudios sobre la ciudad en todos sus aspectos. Este objetivo tiene una doble versión. Por una parte promo-

Isidoro Coloma Martín.

ver los trabajos científicos sobre la ciudad de Málaga mediante la búsqueda de patrocinio para los investigadores y la difusión de los resultados obtenidos en su propia infraestructura. Por otra, el Museo de la Ciudad de Málaga, una vez coordinada esa información en la base documental del museo y en su programa expositivo procurará a la difusión de la misma facilitando el trabajo de los distintos tipos de investigadores. Para ello es finalidad principal propiciar el uso de los especialistas mediante la implantación de una adecuada infraestructura documental de los fondos que posee el museo. También se pretende facilitar el trabajo de docentes y guías turísticos mediante la oferta de material pedagógico y servicios adecuados a los distintos tipos de visitantes colectivos.

6º Aumentar la oferta turística en la ciudad, particularmente la dirigida al turismo cultural. La simple existencia del Museo de la Ciudad permite cubrir este objetivo. Pero en orden a mantener e incrementar la aceptación en este tipo de público, el Museo de la Ciudad de Málaga tendrá especial interés por acoger y desarrollar cuanta connotación mítica referida a la ciudad pueda albergar entre sus muros.

7º Integrar las entidades públicas y privadas en la actividad museística. Se pretende que las entidades ciudadanas de cualquier tipo puedan colaborar con la institución museística procurando a su conformación científica, objetual y financiera, si así lo desean, en la idea de que la ciudad la constituyen tanto las personas que la habitan como las asociaciones que la vertebran.

8º El resumen de todos los objetivos anteriores se puede concretar en el fin general básico del Museo de la Ciudad de Málaga con la siguiente formulación: **ayudar a configurar Málaga como Ciudad cultural de Europa mediante la implantación de un Museo local exponente de la III revolución industrial.**

6. EL MUSEO DE LA CIUDAD DE MÁLAGA.

Hasta aquí hemos hecho un repaso por los más importantes principios museológicos del Museo de la Ciudad de Málaga. En los apartados que siguen vamos a tratar de llenar de contenido esos principios ya expuestos. Antes de continuar debo señalar que un museo no inicia su nacimiento hasta el momento en que esté constituida su colección de objetos con suficiente importancia como para ser expuesta y desarrollada. En la fase en que nos encontramos de creación del Museo de la Ciudad de Málaga, los fondos como tales (objetos en determinado número, de materias y medidas concretas, con propietarios y orígenes específicos, etc.) no existen. El anteproyecto se dirige por tanto a insinuar qué tipo de objetos pueden constituir los fondos básicos y la manera de organizarlos, desde un punto de vista museográfico.

Anteproyecto del Museo de la Ciudad de Málaga

Somos conscientes que ante la colección estas previsiones pueden no ser confirmadas, aunque sean ellas las ordenadoras de la política de adquisiciones.

Museo de la Ciudad de Málaga. Definición.

Como resumen de todo lo desarrollado en el estudio museológico, podemos definir el Museo de la Ciudad de Málaga en los términos que siguen: El Museo de la Ciudad de Málaga es la institución de carácter permanente que adquiere, conserva, investiga, comunica y exhibe para fines de estudio, contemplación y deleite, conjuntos y colecciones de valor histórico, artístico, científico y técnico o de cualquier otra naturaleza cultural relacionados con la ciudad de Málaga. Los objetos contenidos en el Museo de la Ciudad de Málaga son testimonios de cualquier tipo que ayudan a determinar la realidad, en cualquiera de sus aspectos, de la ciudad de Málaga. El sujeto del Museo de la Ciudad de Málaga es el ciudadano de Málaga y a través de él, el ciudadano del mundo. Los medios a emplear en el Museo de la Ciudad de Málaga desarrollan el principio de ofrecer a cada tipo de público un tipo de objeto, en función de sus posibilidades de asimilación (véanse los apartados *Tipos de público* y *Tipos de objetos museísticos*), ofreciendo con ello varios tipos de presentaciones para un mismo tema. La finalidad del Museo de la Ciudad de Málaga es definir la ciudad de Málaga actual en sus diferentes aspectos sociales desde su perspectiva histórica. El sentido del Museo de la Ciudad de Málaga es poner en contacto al espectador, como referencia malagueño, con la realidad de su ciudad mediante una proyección didáctica, experimental y lúdica de la misma. La zona de influencia del Museo de la Ciudad de Málaga (en contenidos) es el municipio de Málaga y los pueblos del alrededor inmediato o mediano según los temas expuestos; en destinatarios, el público malagueño y a través de él, el español y el europeo. Se toma como pretexto la realidad presente e histórica de la ciudad de Málaga para conocer esa misma realidad y adentrarse en las distintas ramas del conocimiento a través del ejercicio experimental. Además, el Museo de la Ciudad de Málaga puede utilizarse como elemento informador y conformador de actitudes ante problemas municipales de mayor rango tales como catástrofes naturales (inundaciones: programas de actuación de Protección Civil, etc.), cotidianas (tráfico, etc.), o de cualquier otra índole.

Organización básica de los fondos.

Los temas básicos a desarrollar por el Museo de la Ciudad de Málaga se concretan en varias secciones alrededor de la organizadora Historia de la Ciudad, con los siguientes apartados: Espacio, Habitantes no humanos, Morfología urbana, Comunicaciones, Industria y Comercio, y Artes. Las secciones que se mencionan a continuación hacen referencia a los fondos pretendidos para el museo y no a las unidades expositivas. Estas últimas sólo se pueden conformar a partir de fondos reales, no

Isidoro Coloma Martín.

posibles, conseguidos para la organización del museo. En las líneas que siguen anotamos temas generales que se intentan explicar y algunos de los tipos de objetos que pueden ayudar a conseguirlo

Historia.

Entre las secciones mencionadas, se distingue la dedicada a la Historia en una doble función. Por una parte como elemento ordenador básico y de relación de todas las demás. Por otra, la Historia de la Ciudad se entiende como una sección independiente donde se explica la evolución política, social y humana del municipio.

**Temas de ordenación:* 1º Prehistoria. 2º Prerromana y romana. 3º Musulmana. 4º Cristiana. 5º Siglo XIX. 6º Siglo XX. 7º Siglo XXI.

**Temas a exponer:* -Historia política de la ciudad. -Los hombres y sus aportaciones a la cultura. -Conexiones con los otros bloques temáticos.

**Objetos a exponer:* -Documentos escritos. -Documentos no escritos. -Resumen de la Historia de la Ciudad, en soporte informático, mediante el programa *HyperCard* de Apple Computer.. Es el programa informativo básico del museo por su capacidad para conectar entre sí todas las secciones del mismo, saltando directamente al tema que interese al consultante, y ser de rapidísimo aprendizaje su manejo. Como todos los demás documentos informáticos que cree el museo, es fácil de transmitir al exterior a través de las redes informáticas mundiales.

Otras secciones.

En un primer momento podemos iniciar la recopilación de material agrupándolo y desarrollando las secciones siguientes:

1º El espacio.

**Temas:* 1º Geología. 2º Topografía. 3º Los recursos naturales.

**Objetos a exponer:* -Materiales pétreos. -Fotos aéreas estereoscópicas. -Maqueta topográfica. -Mapas geomorfológicos, pluviométricos, litológicos, etc. -Simulaciones por ordenador de diversos parámetros (relieve, redes de drenaje, etc.)

2º Los habitantes no humanos.

**Temas:* 1º Botánica. 2º Zoología terrestre. 3º Zoología marina.

**Objetos a exponer:* -Fósiles. -Especies vegetales. -Especies animales. -Acuarios. -Planos de la ciudad con las especies vegetales de interés. Etc.

3º Morfología urbana

**Temas:* 1º Evolución de la estructura urbana. 2º Los grandes edificios. 3º La imagen de la ciudad. etc.

**Objetos a exponer:* -Planos de la ciudad. -Planos de ciertos edificios. -Maquetas. -Fotografías. -Base de datos informativa del callejero (texto e imágenes). -etc.

Anteproyecto del Museo de la Ciudad de Málaga

4º Comunicaciones.

**Temas:* 1º Las vías de acceso a la ciudad y su problemática. 2º El puerto y su historia. 3º El ferrocarril. 4º El aeropuerto. 5º Las telecomunicaciones. etc.

**Objetos a exponer:* -Documentos. -Planos y esquemas. -Maquetas. etc.

5º Industria y comercio.

**Temas:* 1º La cerámica malagueña (de reflejo metálico). 2º Las industrias siderúrgica, textil, química, etc. 3º El vino y la filoxera.etc.

**Objetos a exponer:* -Cadena productiva de la cerámica. -Fotos, litografías, planos y documentos. -Cadena de producción del vino de Málaga. -Reconstrucción de una alto horno de Heredia. -Telares.

6º Las artes.

**Temas:* 1º Las artes plásticas. 2º Las artes del sonido. 3º Las artes de la palabra. 4º La imagen de Málaga en sus poetas y artistas.

**Objetos a exponer:* -Pinacoteca Municipal. -Partituras, documentos, discos,etc. -Manuscritos, etc.

Sala de exposiciones.

Mención aparte merece la sala de exposiciones. Su función primordial es completar el panorama de los objetivos científicos que la zona de exposición permanente no puede cubrir por falta de espacio o por falta de fondos. También es importante su función de lugar de exposición o ensayo de posibles nuevos objetos museísticos o nuevas formas de presentación, que en el caso de su probado interés o efectividad pueden engrosar la zona de exposición permanente.

En el Museo de la Ciudad de Málaga, la Sala de Exposiciones tiene una tarea añadida fundamental. En efecto, dado el tipo de servicio al ciudadano que se pretende, por el cual se busca informar de los problemas de nuestro entorno incluso futuros, y el hecho de que algunos de los mismos tengan gran interés pero sólo de forma esporádica, es función del museo explicitar y exponer este tipo de problemas coyunturales para mantener el hilo de comunicación entre los distintos servicios de la ciudad y su público. Semejante dimensión expositiva puede hacer entender que la Sala de Exposiciones sea el escaparate del Ayuntamiento de la ciudad por su protagonismo patrocinador. El que esto suscribe espera que lo sea. Sus proyectos de urbanismo, sus planes de reorganización de los diferentes departamentos que lo conforman (bomberos, policía municipal, etc.) y cualquier otra información, pueden tener en el museo su punto central de difusión. Pero también espero que sea utilizada de igual manera por todas las entidades pública o privadas que lo consideren oportuno.

Isidoro Coloma Martín.

En todos los casos la única condición previa es ayudar a completar la función básica del museo: informar exponiendo la realidad actual o pasada de Málaga.

En otro orden de cosas debemos entender como función de la Sala de Exposiciones el ser el primer punto de atracción de visitantes, si, como suponemos, los malagueños se comportan de forma similar a los naturales de otras ciudades. El público mayoritario de los museos, acude a este tipo de instituciones en los lugares que visita por turismo u otras razones en muy mayor medida que en su ciudad de residencia habitual. El dinamismo de la Sala de Exposiciones es el primer punto de atracción del público hacia las instalaciones museísticas. La calidad e interés de lo expuesto efímeramente, y los servicios puestos en consideración a su alrededor, son el primer punto de referencia del museo en su conjunto y el determinante de visitas reiteradas por la misma persona.

La exposición.

Elemento primordial en la efectividad de un museo (posibilidad de ser comprendido por el público), es la adecuada relación entre el espectador y el objeto expuesto. O, para ser mas exactos, entre el nivel cultural del espectador y las solicitudes culturales del objeto. Por ello uno de los primeros problemas planteados en la concepción de un nuevo museo es conseguir un método expositivo lo suficientemente versátil como sea necesario para integrar la variedad tipológica del público con la muchas veces inaccesible lectura del documento. En el Museo de la Ciudad de Málaga se propone una clara diferenciación de los objetos y la manera de exponerlos en relación directa con el tipo de público que los contempla. A cada tipo de público corresponde un tipo de objeto para conseguir la integración público-museo que se pretende. La presentación de los objetos se ofrece de tal forma que el espectador puede cambiar de nivel cultural (en la organización pedagógica del museo) mediante el sucesivo paso por los distintos niveles de exposición de los objetos. Los tipos de público y los tipos de objetos que distinguimos a estos efectos se concretan a continuación.

Tipos de público.

En orden al planteamiento museográfico se distinguen cuatro tipos de público en términos generales:

a) El Público Especialista. Es el que puede hacer el programa científico del museo. Necesita los objetos en el mejor estado de conservación posible, y sin elementos que puedan confundir sus criterios de estudio. No necesita, aunque agradece, la

cuidada presentación de los objetos. Busca y necesita ante todo información, ya sea en el propio museo o conectando con otros centros de investigación. Su museo se concreta en los almacenes de depósitos, el archivo y la biblioteca.

b) El Público Culto. Público no especialista en el objeto que contempla, pero con alto grado de relación y análisis. Su permanencia en el recinto museal no sobrepasa las dos horas. En principio, en el museo asimila mejor lo que ya conoce, o comprueba lo conocido por otros medios, previos a su visita. Necesita una adecuada ordenación de los objetos así como suficientes y claras relaciones de esos objetos con otras ramas del saber. Las explicaciones son para él fundamentales y es muy conveniente que las posea antes de visitar el museo. La difusión previa a la visita es motivadora en muchos casos de la misma. Este público agradece y necesita la cuidada presentación de los objetos.

c) El Público General. Es público de baja cultura escolástica pero alta cultura cotidiana basada en la experiencia. Necesita una sencilla explicación de los objetos así como unas claras relaciones de los mismos con la vida cotidiana. El atractivo del objeto museístico para él, descansa en la utilidad inmediata o al menos próxima que el objeto pueda proporcionarle. Por tal razón el museo puede ser un vehículo de instrucción siempre y cuando ésta no suponga un agobio personal y sea evidente su funcionalidad práctica. La espectacularidad suele ser un gran atractivo para él. Un caso particular del público general es el turista. Este último suele permanecer poco tiempo en las salas pues busca elementos concretos que den fe de su estancia en el museo y en la ciudad, pero sobretodo necesita sentirse próximo a algunos de los elementos míticos que conserva el museo

d) El Público estudiantil. Público curioso por definición, busca en el Museo una ratificación de sus estudios escolásticos y le gustaría encontrar medios de diversión, que satisfagan su curiosidad natural. Para ellos el principio del juego interactivo debe ser la manera de introducir al niño en el Museo y la filosofía del Museo en el niño. No tienen ningún interés sobre la calidad del objeto expuesto, aunque sí por la espectacularidad del conjunto museístico.

Tipos de objetos museísticos.

En la ciencia museográfica la tipología de los fondos contenidos en un museo responde a varios parámetros diferentes. En el Museo de la Ciudad de Málaga se toman en consideración dos características básicas: la representatividad y grado de conservación por una parte, y el nivel de solicitud cultural por otra.

Isidoro Coloma Martín.

a) Por su calidad y conservación.

1º Los objetos clave. Son los objetos que resumen al museo y definen su imagen en el exterior. Su contemplación exclusiva permite al espectador tener una visión de conjunto del museo. Son los más importantes y significativos de los conservados por la institución. En ellos se apoya la organización de visitas rápidas (turistas, colegiales, etc). Su exposición en las salas abiertas al público es permanente.

2º Los objetos normales. Son objetos que desarrollan el tema al que se ha dedicado la sala donde se ubican. Pueden ser intercambiados por otros similares de entre los contenidos en los almacenes. En la versatilidad de este intercambio descansa gran parte de la vitalidad del museo.

3º Los objetos de Almacén. En este bloque se consideran a su vez dos tipos de objetos. Por una parte todos aquellos que tengan una deficiente calidad, representatividad o estado de conservación. Permanecen en los almacenes mientras no dejen la consideración de los puntos anteriores mediante procesos de restauración o estudios revalorizadores. El segundo bloque de objetos de almacén lo forman aquellos objetos "normales" que pudiendo estar en las salas de exposición permanente, no lo están por falta de espacio, o ser repetitivos con los ya expuestos. Son los sustitutos de los objetos normales de sala, cuando se hacen reordenaciones. Los objetos normales, de sala o almacén, son base de posibles exposiciones en el exterior.

b) Por su funcionalidad.

Teniendo en cuenta la tipología del público mencionada y el nivel de solicitud cultural, se consideran los tres tipos de objetos museísticos siguientes:

1º Los documentos. Son los objetos culturales cuya representatividad histórica o calidad objetual les hacen dignos de ser conservados y estudiados en las instalaciones museísticas. Su conjunto ordenado constituye el Catálogo del Museo. Sólo precisan de una presentación austera y ordenada aunque siguiendo estrictamente los principios de la museografía en lo referente a su conservación (robo, incendio, humedad, etc.). La mayoría van dirigidos al público especialista en cada tipo de documento. El lugar normal de conservación son los archivos y almacenes de depósitos. Los más representativos y singulares se ubican en la zona de exposición permanente estructurados, ordenados, exquisitamente presentados y acompañados del correspondiente aparato explicativo de ayuda. Estos últimos van dirigidos al público culto.

2º Las explicaciones. Las explicaciones son la construcción pedagógica de los documentos y se ubican próximas a éstos en las salas de exposición permanente. Su

conjunto ordenado constituye la Guía pedagógica del Museo. Las explicaciones tienen como destinatario base el público general y culto. Pueden ser mapas, esquemas, cuadros sinópticos, maquetas estáticas, montajes audiovisuales, etc.

3º Los juegos y experimentos. Los juegos y experimentos son el resultado objetivo de un tratamiento lúdico-experimental de los documentos. Su característica fundamental se resume en la posibilidad de tangibilidad por parte del visitante. Son objetos interactivos visitante-museo. Los juegos y experimentos van dirigidos fundamentalmente al público infantil, pero también al público general. Pueden ser maquetas con elementos móviles, programas de ordenador, juegos didácticos, etc.

La unidad expositiva.

La presentación de los objetos se hace a partir de unidades expositivas determinadas por los objetos conseguidos y los estudios que de los mismos se hayan realizado. De ello se deduce la necesidad de potenciar tanto la búsqueda y realización de objetos susceptibles de ser expuestos, como los estudios puntuales necesarios para dar sentido a la exposición. La unidad expositiva es el conjunto de objetos que desarrollan un tema en sus facetas de interés para el ciudadano. Ejemplos de unidades expositivas pueden ser: El río Guadalmedina; el puerto; la industria Heredia; la trama urbana; la ciudad del Paraíso, etc. Las unidades expositivas están desarrolladas en varios subtemas interrelacionados e interdisciplinares que definen esa unidad. Como ejemplo de temas desarrollados en una unidad expositiva se pueden considerar los siguientes referidos al río Guadalmedina: 1º Aspecto orográfico y topográfico del cauce del río y alrededores. 2º Fauna y flora habitante del río. 3º Imagen del río a través de la Historia. 4º Las inundaciones históricas. 5º Los planes de urbanización (incluyendo los actualmente en consideración). 6º La presa del Limonero. 7º El supuesto de rotura de la presa. 8º El plan de Protección Civil para evacuación en caso de rotura de la presa.

Unidades expositivas concretas.

Algunos ejemplos de objetos y experimentos posibles de conseguir, construir y exponer en el Museo de la Ciudad de Málaga.

Tema: El Guadalmedina.

a) *Documentos:* 1º Fotografías, grabados, reportajes en vídeo, dibujos, etc. La imagen del río en la Historia de Málaga. 2º Objetos relacionados con el río a lo largo de la Historia. 3º Proyectos de urbanización del río. 4º Ejemplos de minerales, flora y fauna propios del río...etc.

Isidoro Coloma Martín.

- b) Explicaciones:* 1º Datos explicativos de los documentos anteriores. 2º Información objetiva sobre el río no contenida en los documentos. 3º Explicación sobre la explotación industrial del río. Distribución de agua potable por la ciudad. Red de estaciones depuradoras. etc.
- c) Experimento:* Las inundaciones de principios de siglo y sus soluciones. La presa del Limonero. 1º Sobre una maqueta del cauce del río a su paso por Málaga. 2º El visitante puede, accionando una palanca, provocar una inundación de la ciudad que alcance el nivel de la más alta o conocida entre las históricas. 3º Se comprobará el grado en que la ciudad fue inundada y los edificios perdidos o que corrieron peligro. 4º Visto el desastre, diversos dispositivos hacen desaparecer el agua y colocarla en su depósito de origen, así como las construcciones arrastradas. 5º Otro visitante puede volver a experimentar el efecto. 6º Se puede contemplar la rotura de la Presa del Limonero y sus consecuencias. 7º Plan de Protección Civil ante semejante contingencia. 8º Montaje, mantenimiento y financiación. Confederación Hidrográfica del Sur, MOPU.

Tema: Málaga Ciudad del Paraíso.

Objetivo: Mostrar la idea que de la Ciudad de Málaga han transmitido los hombres a través de la Literatura y el Arte.

- a) Documentos:* 1º Libros y manuscritos. 2º Litografías, dibujos, cuadros.
- b) Explicaciones:* 1º Base de datos en la que se incluyan, delimiten y relacionen las imágenes artísticas de Málaga. 2º Estas imágenes poéticas tienen su origen en a) el refranero, b) en la literatura de viajes, c) en la poesía, d) en el arte plástico, etc. 3º Cada imagen literaria va acompañada de una imagen plástica y si es posible musical. 4º Cada imagen literaria, plástica o musical va acompañada de la documentación pertinente referida a su origen, autor, época de plasmación, etc, así como una explicación de su significado. 5º El soporte físico de todas las explicaciones es un ordenador cuyo acceso se consigue mediante el menú correspondiente que determina los temas de consulta.
- c) Experimentos.* En este caso están más orientados al espectáculo ante el visitante que al juego educativo interactivo. Son pretextos para desarrollar las posibilidades perceptivas y sensoriales de los visitantes por encima de sus capacidades cognitivas. 1º Grandes montajes audiovisuales. En una sala adecuada el espectador penetra y percibe una mezcla de luz, sonido, color procedente de elementos bidimensionales y tridimensionales. Se desarrolla un museo automático, mediante el cual, se van presentando, proyectando, emitiendo, etc. distintas imágenes y sonidos en la tridimensionalidad de la sala. Elemento importante es la lectura de textos por especialistas en la interpretación y dicción de la imagen poética. 2º Montajes audiovisuales a través de un monitor y auriculares. El visitante elige el tema o faceta que quiere conocer y que se le ofrecen en cintas de vídeo.

7. FINANCIACIÓN.

Tradicionalmente se ha entendido en España que al ser los museos bienes públicos, sean asimismo los poderes públicos los que procuren su sostenimiento. Semejante panorama, ya secular, ha supuesto la sumisión directa de los museos a los gustos y posibilidades presupuestarias del Administrador. Hoy día, una solicitud en los mismos términos conlleva graves peligros de irregularidad presupuestaria, incluso de desabastecimiento; y más aún si el programa que se propone cubrir la institución museística intenta tener un sentido de globalidad en las manifestaciones culturales de una población como es el caso del Museo de la Ciudad de Málaga.

Parece lógico que el Ayuntamiento de Málaga, promotor de la creación y existencia del Museo de la Ciudad, sea también el patrocinador del mismo, aportando fondos para su implantación y sostenimiento. Tenemos la seguridad de que se procurarán los dineros necesarios para conseguirlo, aunque somos conscientes de las dificultades que ello implica. También somos de la creencia que los obstáculos a superar para conseguir dotaciones extraordinarias, aprovechando la euforia de la instauración, son relativamente pequeños comparados con los que serán necesarios superar para procurar presupuestos de mantenimiento altos. Por todo ello es necesario instaurar un sistema de financiación más actualizado por una parte, y menos oneroso para el principal organismo patrocinador, Ayuntamiento de Málaga, por otra. Tal sistema vendrá ordenado por los siguientes criterios:

- 1º Repartir las cargas de creación y mantenimiento entre los organismos, entidades o personas beneficiadas con la puesta en marcha del museo.
- 2º Explotar las posibilidades económicas e industriales de los servicios museísticos.
- 3º Desarrollar en lo posible la tradición del mecenazgo.
- 4º Aprovechar las posibilidades que ofrece la actual legislación en materia de desgravación por contraprestaciones en beneficio del Patrimonio Histórico Español.
- 5º Regular las potencialidades publicitarias de la institución museística, tanto para los organismos públicos como para la empresa privada.

A falta de estudios sistemáticos y profundos sobre el particular, ahora sólo, se pueden apuntar algunas formas de financiación, que a título de simple referencia se exponen en las líneas que siguen:

- 1º Presupuestos ordinarios y extraordinarios del Ayuntamiento de Málaga.

Isidoro Coloma Martín.

- 2º Aportaciones de mecenazgo provenientes de personas físicas, jurídicas u organismos públicos.
- 3º Rentas derivadas de la explotación de locales comerciales. En cualquier museo moderno el visitante necesita encontrar servicios paralelos a los propiamente museísticos. A los tradicionales de bar, cafetería, librería y tiendas de recuerdos, se pueden añadir otros nuevos como una oficina bancaria (no olvidemos que las Cajas de Ahorros necesitan invertir sus beneficios); juguetería especializada en los divertimentos y material pedagógico que propone el museo; oficinas informativas de los organismos colaboradores en las propuestas del museo, etc.
- 4º Rentas derivadas del permiso de utilización del nombre del museo concedido a empresas colaboradoras (empleo de productos o de servicios) en la construcción y montaje del mismo.
- 5º Rentas derivadas de la publicidad de productos comerciales convertidos en objetos museísticos. En museo planteado con algunos objetos para uso directo de los visitantes (cuenca del Guadalmedina con posibilidad de inundarse, estación de ferrocarril con posibilidad de recrear el tráfico ferroviario, etc.) es conveniente que dichos objetos sean de fácil restitución. Para ello será interesante buscarlos en los comercios del ramo de tal modo que el visitante interesado pueda reconstruir algunos de las propuestas históricas del Museo de la Ciudad de Málaga en su residencia de origen. Podemos citar dos ejemplos muy evidentes: 1º La máquina 2-4-0 de M.Z.A. comercializada por Electrotrén utilizada en las primeras líneas de la Compañía de Andaluces. 2º ejemplo: A través de las piezas comercializadas por Tente o Lego se puede construir la maqueta de inundación del Guadalmedina y después reunir ese conjunto en un kit diferenciado. No se olvide en este punto la publicidad del propio museo realizada por las casas comerciales para promocionar sus productos.
- 6º Rentas derivadas de la utilización de la infraestructura expositiva del museo por empresas u organismos cuyo material a difundir se mantenga de su propiedad y se incluya entre las finalidades de la institución museística.
- 7º Rentas derivadas de la publicidad de un organismo colaborador. El régimen de intercambio entre organismo y Museo se puede entender en los siguientes términos: El Museo selecciona y organiza el montaje de una sala o unidad expositiva donde se explica la historia o actualidad de algún servicio público o privado de interés para la ciudad. Ese montaje le reporta prestigio y publicidad al mencionado organismo desde el propio museo. El organismo público a su vez puede publicitar

Anteproyecto del Museo de la Ciudad de Málaga

el servicio aportado al museo. Desde el punto de vista del contenido del museo, el organismo público puede aportar, o al menos dar pie de iniciación al programa científico de la sección que lo contempla en el conjunto del programa científico del museo. Tal aportación o iniciación de programa se traduce en que el organismo público de referencia patrocina, en el grado que se considere oportuno (desde el material hasta el personal), la realización de la unidad expositiva o sección que contemple su historia o actualidad, bien entendido que siempre supeditándose a los intereses generales del museo. Veamos algunos posibles ejemplos: Tema: *Las comunicaciones de Málaga por ferrocarril*. Patrocinador y programa básico: R.E.N.F.E. Ayudas posibles: Electrotren, Larios, etc. Tema: *El puerto de Málaga. Historia y funciones*. Patrocinador y programa básico: Junta de obras del Puerto: Ayuda: Tente, Lego, etc. Tema: *Plan de evacuación de la ciudad ante la posible rotura de la presa del Limonero*. Patrocinador y programa básico: Protección civil. etc.

8º Rentas derivadas de la publicidad de empresas o entidades con oferta de servicios paralelos al museo aunque fuera de exposición. Entendemos que si algunos de los beneficiados de la presencia del museo son los comerciantes de Málaga, los restaurantes, la mancomunidad de municipios, etc, ellos deben ayudar a su mantenimiento, a la vez que este procure por la información de sus servicios. En este punto debo volver a recalcar la necesidad de una exquisita prudencia y una desorbitada imaginación para hacer sentir ante el ciudadano y el visitante la compatibilidad de los objetivos del museo y su financiación.

Para llevar adelante un sistema financiero semejante al expuesto más arriba se hace imprescindible la constitución de un Patronato rector del Museo de la Ciudad de Málaga en el que cada componente tenga un peso proporcional a la ayuda que representa en la creación y sobre todo mantenimiento del museo. Se debe tener presente que las ayudas pueden ser de tipo económico o de personal.

Málaga-Mayo-1989.