

## PRENSA

Para conseguir una difusión activa y eficaz, y comunicar de la mejor manera posible lo que el Museo Reina Sofía quiere transmitir, el Departamento de Prensa mantiene una relación constante con los medios de comunicación social, en cuanto mediadores entre la institución y el público. Uno de los principales objetivos del departamento en 2009 se ha centrado en intensificar estas relaciones, en particular con los medios extranjeros, con el fin de lograr una mayor repercusión internacional del Museo y dar a conocer la nueva disposición de la Colección que fue presentada en el mes de mayo.

A lo largo de 2009 se ha llevado a cabo la confección y puesta en práctica de unos 30 planes de medios en torno a las actividades más destacadas del Museo. Ello incluye la elaboración de una estrategia de comunicación en prensa, radio, televisión e internet, acciones concretas y establecimiento de plazos de ejecución.

Asimismo, se han elaborado 35 dossiers de prensa, correspondientes a 23 exposiciones temporales y a las diversas actividades que se han desarrollado en el Museo. Destacan las acciones de difusión puestas en práctica para dar a conocer la actuación de una de las más prestigiosas compañías internacionales de danza contemporánea, la Merce Cunningham Dance Company, que tuvo una importante repercusión mediática. Lo mismo ocurrió con la presentación de *Hyper-sounds*, compuesto por más de veinte actividades relacionadas con la experimentación sonora. Por otra parte, se realizaron un total de 80 notas informativas puntuales y convocatorias para determinados actos.

En los meses de mayo y septiembre de 2009 tuvieron lugar sendas comparecencias del director del Museo ante la prensa. En mayo, para dar a conocer la remodelación de la Colección, y en septiembre, para explicar las líneas generales de la programación (septiembre 2009 - junio 2010). Ambas actuaciones contaron con la presencia de numerosos medios y, muy especialmente, la Colección fue motivo de una profunda atención tanto en prensa como en radio, televisión e internet, lo que ha supuesto un nivel de presencia mediática muy alto.

Durante este año se han organizado 30 ruedas de prensa, con las consiguientes convocatorias a los medios nacionales y extranjeros, para presentar exposiciones u otras actividades; en algunos casos, en colaboración con otras instituciones (condecoración a Richard Serra, presentaciones

en colaboración con La Central, firmas de convenios, etc.). Se han gestionado unas 300 entrevistas a comisarios, artistas y responsables del Museo, lo que ha ocupado una parte importante de las labores que se han desarrollado en este Gabinete de Prensa.

Hay que destacar la organización de tres viajes para los periodistas y críticos a las ruedas de prensa que se desarrollaron en la Abadía de Santo Domingo de Silos (Burgos). Igualmente, se han gestionado puntualmente los viajes de periodistas o críticos de arte que no residen en Madrid y visitan el Museo para elaborar informaciones especiales; en el período que nos ocupa, se han organizado seis viajes por este motivo. Asimismo, se ha apoyado a unas 600 producciones y rodajes, y se ha recopilado diariamente la información referida al Museo y de interés para el mismo, aparecida en los distintos medios de comunicación. Con una media de 70 referencias diarias al Museo (prensa, radio, TV e internet) se han elaborado más de 400 boletines informativos. Además, se ha llevado a cabo la clasificación y archivo de unas 25.000 apariciones en prensa nacional y extranjera para su recuperación, consulta y tratamiento. También se ha llevado a cabo el tratamiento, digitalización y difusión de alrededor de 1200 imágenes. Y con el objeto de hacer balance y diseñar futuras estrategias de comunicación, se han realizado 30 seguimientos informativos / análisis hemerográficos. Por último, hay que señalar que se ha actualizado el listado de más de 1300 direcciones de correo postal y electrónico correspondientes a críticos especializados y medios de comunicación.