

PRENSA

Prensa escrita, radio, televisión y los cada vez más numerosos medios online, de dentro y fuera de España, fueron los destinatarios de las acciones realizadas a lo largo de 2014 por el Departamento de Prensa, las cuales requirieron, previamente, de la elaboración y desarrollo de diferentes estrategias de comunicación.

A la confección de los correspondientes dossiers de prensa, preparación de cientos de imágenes en alta definición, comunicados, convocatorias, organización de ruedas de prensa, apoyo a producciones y rodajes, tramitación de permisos, etc., se unió la atención personalizada a periodistas y críticos, la recopilación de la información aparecida en los medios y los análisis hemerográficos posteriores de las distintas acciones. En concreto se realizaron alrededor de 40 dossiers informativos relativos a cada una de las exposiciones, actividades y otros hechos puntuales, 55 comunicados y 22 encuentros con representantes de los medios.

Por otra parte, fueron gestionados más de 140 permisos de filmaciones de las diferentes dependencias del Museo y atendidas cientos de peticiones que solicitaban datos concretos o documentación en general; también se organizaron y gestionaron numerosas entrevistas relacionadas con la actividad del Museo a artistas, comisarios o responsables de la institución. El mantenimiento y mejora del listado de contactos de prensa, nacional y extranjera (con más de 2.500 entradas) ha sido una pieza clave para realizar una correcta difusión de los más de 100 envíos que se han realizado desde el departamento a lo largo del año.

Hay que destacar la cobertura que tuvo la retrospectiva dedicada a Richard Hamilton en el Museo, así como las muestras dedicadas a Amos Gitai, Kerry James Marshall o la exposición *Playgrounds. Reinventar la plaza*. Otros acontecimientos que lograron acaparar en 2014 la atención mediática y que tuvieron una amplia repercusión informativa fueron el depósito con promesa de legado de la colección de la galerista Soledad Lorenzo; las retrospectivas cinematográficas de Amos Gitai o del director finlandés Aki Kaurismäki; la itinerancia de la exposición de Dalí en Brasil y Joan Miró en Estados Unidos, y la muestra *Pablo Picasso y la modernidad española* con fondos del Museo, que se inició en el Palazzo Strozzi de Florencia; la intervención de Simone Forti en el Museo o la concesión del premio a la mejor web cultural a la página del Museo Reina Sofía otorgada por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

Este año se ha mejorado de manera notable el contenido y el funcionamiento del área de Prensa de la web del Museo Reina Sofía, herramienta que, de modo directo, rápido y sencillo, puede utilizar el crítico de arte o periodista para acceder a las informaciones relacionadas con el Museo. Los profesionales tienen a su alcance comunicados, dossieres, textos, imágenes en alta definición y material multimedia en general. De manera simple se pueden descargar piezas de audio con entrevistas o intervenciones, filmaciones en «bruto», piezas locutadas de cada muestra, etc.

Otra de las actividades objeto de atención en el Departamento a lo largo del pasado ejercicio ha sido la recopilación y clasificación de la información relativa al Museo aparecida en los distintos medios, con el objeto, en primer lugar, de realizar un boletín diario al que tiene acceso el personal de esta institución. En segundo lugar, este material va a servir para conservar la memoria de lo publicado y al mismo tiempo para poder elaborar informes hemerográficos y valorativos de la cobertura, algo fundamental para establecer futuras estrategias de comunicación.

Museo Reina Sofía 2014	Nº noticias en medios	Audiencia	Valoración económica
Prensa	3.965	1.077.666.000	40.853.257€
Internet	19.441	3.648.685.247	36.498.798€
Televisión	225	94.803.000	6.186.165€
Radio	463	52.663.000	2.315.473€
Total 2014	24.094	4.873.817.247	85.853.690€

* Fuente Kantar Media S.A.

En 2014 se registraron 24.094 referencias al Museo Reina Sofía en los medios españoles analizados; casi idénticas cifras que en 2013. Lo que sí se ha producido es un considerable aumento del retorno económico de las apariciones, en relación al año anterior, pues se dio un incremento del 19,4%. En concreto se llegó a contabilizar aproximadamente 86 millones de euros en presencia mediática, frente a los 72 del año anterior.

En lo que a prensa internacional se refiere, pese a la dificultad de recuperación de noticias, se registraron alrededor de 550 apariciones, lo que constituye una clara consolidación en cuanto a la presencia del Museo en medios extranjeros. Por poner solo unos ejemplos, la revista *The Art Newspaper*, en su resumen anual de las exposiciones más visitadas en todo el mundo (abril 2014), dedicó una amplia cobertura a todo lo acontecido con la muestra organizada por el Museo sobre Salvador Dalí unos meses antes; el *Corriere Della Sera* se hizo eco de la exposición de Kerry James Marshall; la revista *Fucking Young* dedicó un gran reportaje a la obra de Jose Val del Omar; el *New York Times* publicó una pieza sobre Madrid en la que destacaba, como ineludible, la visita al Museo Reina Sofía y un elevado número de medios influyentes (*Frieze*, *Artforum*, *Le Quotidien de l'Art*, *Art News* o *Art Review*) dieron cobertura a la retrospectiva dedicada a Richard Hamilton.

filmaciones, y que, de los dos edificios que componen el Museo, los espacios que suscitan más interés son los del entorno Nouvel, respecto a los del entorno Sabatini.

Si se observan los datos de los eventos realizados en el Museo en 2014, segmentados según el sector de actividad de las empresas contratantes, y continuando con la tendencia de años anteriores, los sectores empresariales más activos fueron el sector financiero y de seguros y el mundo de la cultura. En el lado contrario, se ha constatado un descenso en los actos promovidos por el sector público y el medicofarmacéutico.

Desde Gestión de Espacios, además del alquiler de salas para eventos externos, visitas privadas y filmaciones, se coordina la utilización de espacios para los actos propios del Museo. Esta es una actividad muy importante para la Institución, si se tiene en cuenta que alrededor del 90% de la ocupación total de estos espacios se destina a la gran variedad de actos que el Museo Reina Sofía ofrece al público: conferencias, seminarios, conciertos, ciclos de audiovisuales, congresos, talleres, etc.

En los siguientes gráficos se muestran las cifras correspondientes al alquiler de espacios para eventos externos, visitas privadas y filmaciones a lo largo de 2014, detallándose los diversos datos sobre recaudación y convenios.

NÚMERO DE CONVENIOS 2012-2014						
	ESPACIO NOUVEL	ESPACIO SABATINI	VISITAS PRIVADAS	FILMACIONES	TOTAL	RECAUDACIÓN
2012	19	6	5	4	34	271.730,24
2013	23	6	23*	7	59	508.045,95
2014	25	6	10**	4	45	475.666,91

(*) Del total de visitas privadas en 2013, 19 de ellas lo fueron en combinación con alquiler de otro/s espacios

(**) Del total de visitas privadas en 2014, 5 de ellas lo fueron en combinación con alquiler de otro/s espacios