

PRENSA

Durante el año 2010, el Museo ha alcanzado cifras históricas en lo que a impacto en los medios de comunicación se refiere.

Uno de los principales objetivos del Departamento de Prensa en este período se centró en elaborar una campaña de comunicación con motivo de la celebración del 20 aniversario de la apertura del Museo. Se sumaron esfuerzos y se planificó día a día toda una estrategia de difusión, nacional e internacional, que empezó en el mes de agosto y acabó en diciembre.

Por otro lado, factores como la reorganización de la parte de la Colección correspondiente a los años 40, 50 y 60, o la consolidación de la amplia y diversa programación de Actividades Públicas, que a lo largo del año ha ofrecido debates, seminarios, conferencias, recorridos por la Colección, Artes en Vivo o ciclos audiovisuales, todo ello articulado con un extenso programa de exposiciones temporales (*Desvíos de la deriva; Principio Potosí, Manhatta, uso mixto; Miralda. De gustibus non disputandum; :desbordamiento de VAL DEL OMAR, Hans-Peter Feldmann. Una exposición de Arte o Atlas ¿Cómo llevar el mundo a cuestas?*, entre otras), ha generado un gran interés y una buena acogida en los medios de comunicación social, que se han hecho eco de manera unánime de lo acaecido en el Museo.

Con motivo del 20 aniversario del Museo, el Departamento de Prensa elaboró una extensa documentación: cronología con los acontecimientos más destacados del Museo desde 1990 hasta 2010; relación de exposiciones; evolución de visitantes; dossier informativo con la programación específica de la celebración del 20 aniversario, incluyendo la parte de la Colección que se presentó bajo el título *¿La Guerra ha terminado? Arte en un mundo dividido (1945-1968)*. Como complemento se editó un vídeo (realizado en el Departamento de Audiovisuales) que recogía algunas imágenes de las muestras más emblemáticas que se habían celebrado en el Museo durante ese período. Un trabajo exhaustivo de rescate de imágenes y textos que han servido para documentar la evolución de la institución en las dos últimas décadas, y que ha contado con una magnífica acogida en los medios, manifestada tanto en reportajes escritos (todos los suplementos dominicales y culturales dedicaron grandes espacios a cubrir el aniversario), como en las televisiones y radio (Informe semanal, todos los informativos de las diferentes cadenas...) e internet.

Por otra parte, en 2010 se han elaborado 33 dossiers de prensa de las exposiciones temporales y actividades públicas que se han desarrollado en el Museo, así como de las dos presentaciones que el director realizó a los medios para explicar la programación: una el 6 de mayo, a la que se invitó a la prensa especializada, y otra, a finales de diciembre, en la que, de manera exhaustiva, se hizo un repaso del calendario de exposiciones previstas para el año 2011.

También en este año se ha llevado a cabo la mejora del apartado de prensa en la web, lo que ha supuesto la agilización del acceso de los usuarios y la oferta de una información más cuantiosa y extensa de interés para los medios.

Se han elaborado alrededor de 120 notas informativas relacionadas con el Museo; selección, tratamiento, digitalización y difusión de cerca de 2000 imágenes, y la organización de 4 viajes para los representantes de los medios a la Abadía de Santo Domingo de Silos, donde se celebra un programa de exposiciones específico.

Además, se han gestionados un total de 500 entrevistas a comisarios, artistas y responsables del Museo, en los distintos medios de comunicación, tanto nacionales como internacionales. El director ha atendido a más de 185 medios de comunicación.

A lo largo de 2010, se han coordinado 650 producciones y rodajes; se han respondido alrededor de 70 peticiones diarias procedentes de medios y productoras; se han organizado 34 ruedas de prensa, con atención personalizada a los representantes de los medios; se han elaborado dos boletines de prensa diarios y se ha realizado seguimiento informativo para cada una de las actividades del Museo.