

## El Museo Carmen Thyssen Málaga refuerza en 2020 su apuesta digital para llegar a todos los públicos

- En un contexto difícil, la programación expositiva y educativa no sólo se mantuvo sino que se amplió con nuevos proyectos dedicados a la poesía, la música y las artes vivas.
- A lo largo del año, se recibieron 70.000 visitantes mientras que la web obtuvo más de 700.000 visitas y fue visualizada en más de 2,1 millones de búsquedas en Google, llevando así la imagen de la ciudad y la cultura española por todo el mundo.

**Málaga, 30 de diciembre de 2020.** El Museo Carmen Thyssen Málaga (MCTM) ha apostado decisivamente en 2020 por la digitalización como herramienta fundamental para garantizar el acceso a la cultura de todos los públicos, adecuando sus actividades a su versión online y la puesta en marcha de nuevas iniciativas.

Desde el mes de marzo, la acción digital se reforzó a partir de la web y la adaptación de la programación a lo virtual y streaming como ocurrió en el caso de las conferencias ya previstas. Se potenció el uso de aplicaciones móviles como Second Canvas, que aumentó sus descargas un 26 por ciento durante este año, y se elaboró material educativo específico destinado a los más pequeños de la casa durante el confinamiento a lo que se sumó los recursos audiovisuales habituales con los que cuenta el Museo.

En este sentido, el acceso a las visitas virtuales a las exposiciones temporales alojadas en la web aumentó un 738 por ciento, alcanzado casi las 50.000 visitas durante la pandemia, que suman a las 760.000 visitas que recibió en total la web durante 2020, creciendo en un 71,43 por ciento las realizadas por el público español. Asimismo, la duración de la visita a la web también se incrementó un 16,6 por ciento y los visitantes recurrentes un 2 por ciento. En cuanto a las búsquedas en buscadores como Google, el Museo ha obtenido, entre enero y diciembre de 2020, un total de 2,1 millones de visualizaciones.

En 2020, el boletín informativo se mantuvo activo con sus envíos semanales de contenidos aumentando en un 15 por ciento el número de suscriptores llegando a superar los 8.000 a finales del mes de diciembre. Además, se realizaron un total de ocho conferencias online (webinars o cursos online).

Por su parte, la tienda online experimentó un crecimiento del 50 por ciento de las ventas, mientras que las redes sociales incrementaron el número de seguidores en un 15 por ciento de media, aumentando el número de

publicaciones un 57,8 por ciento y las interacciones de los seguidores un 36,5 por ciento. Así, el canal de Youtube del Museo obtuvo más de 250.000 visualizaciones desde enero de 2020.

### Programación expositiva

Pese a las dificultades de este año, marcado por el cierre temporal del Museo entre marzo y finales de mayo, el MCTM ha apostado por mantener una programación expositiva con proyectos de producción propia que, reubicados en el calendario gracias al apoyo de nuestros prestadores, han estado abiertos al público desde el 27 de julio, en el caso de *Máscaras. Metamorfosis de la identidad moderna* y desde el 2 de octubre, en el de *Vanguardia dibujada (1910-1945). Colecciones Fundación MAPFRE* (expuesta en la Sala Noble del Palacio de Villalón). Asimismo, la muestra *Toulouse-Lautrec y el circo*, inaugurada el 21 de febrero y confinada temporalmente en nuestras salas durante el cierre excepcional del Museo entre el 14 de marzo y el 26 de mayo, fue prorrogada hasta el 13 de septiembre.

Se cierra así un año iniciado con *Fantasia árabe. Pintura orientalista en España (1860-1900)* que, presentada en diciembre de 2019, se pudo ver hasta el pasado 1 de marzo, y que terminará con la satisfacción de haber podido conservar varios de los proyectos que estaban en marcha antes del inicio de la crisis sanitaria y que, con la complicidad de prestadores y patrocinadores han salido adelante en un momento especialmente difícil para los museos, y en los que estas exposiciones se han convertido para el MCTM en emblema de resiliencia ante la situación sobrevenida.

En el momento en el que fueron posibles las visitas presenciales al Museo se activaron todas las medidas requeridas por el protocolo de seguridad sanitaria, incorporándose la plantilla al programa “*Málaga segura*” para la incorporación de test de antígenos COVID 19, especialmente se retiraron las audioguías y se elaboró una aplicación QR para la descarga de los recorridos guiados a las exposiciones en el móvil del visitante.

El Museo recibió en este año un total de 70.000 visitas, lo que ha supuesto una caída sustancial respecto a los 170.000 visitantes recibidos en 2019 motivada por los períodos de confinamiento y de restricción de actividad o movilidad sufridos en este año. A lo largo de 2020, la procedencia de los visitantes ha sido en un 45,7 por ciento de Málaga, un 30 por ciento del resto de las provincias españolas y en un 23,1 por ciento de otros países.

### Actividades educativas

Debido a la situación actual, durante este año se puso en marcha también la iniciativa “Conecta con el Museo”, en la que las educadoras conectan de forma virtual y en directo con las aulas de los centros educativos. Asimismo, y ante la dificultad que pueda presentarse para visitar de forma presencial las salas del Museo, el Área de Educación ha ofrecido además la visita virtual como nuevo formato.

Para el MCTM el programa educativo y la labor social que desarrolla su equipo siempre ha tenido una dimensión especial en su estructura, y en estos tiempos las circunstancias han demostrado el valor fundamental de estas acciones para que la comunidad pueda sentir al Museo como una institución cercana y significativa porque actúa beneficiando y ampliando horizontes de la población.

Por ese motivo, no es de extrañar que el programa educativo del MCTM haya crecido bajo estas circunstancias, dando lugar a una sección más denominada “Acción Cultural”. Bajo este epígrafe se han agrupado actividades relacionadas con las artes vivas que congregan a una audiencia heterogénea bajo el paraguas de la música, la danza, la poesía dramatiza y las artes escénicas. De esta forma el Museo vuelve a sus orígenes y se convierte en un espacio aún más vinculado al significado de la palabra latina Museum, del griego Mouseion, el lugar donde habitan las musas.

En este sentido, se ha ido incorporando a lo largo del año nuevos ciclos como “Costumbres” dedicado a la poesía, que se desarrolló durante el mes de julio y en el que, bajo el comisariado del poeta Ángel Néstore, se dieron cita seis jóvenes poetas que pusieron en escena sus creaciones desde diferentes lenguajes. Asimismo, en el mes de julio se desarrolló el ciclo “Música en el patio”, que contó con los grupos “El Kanka”, “El Lere”, “La Shica” y “Dry Martina”.

En el mes de septiembre, se puso en marcha la iniciativa “Mascarada” destinado al desarrollo de proyectos escénicos de artes vivas que posteriormente se representaron en el Patio de Columnas con las correspondientes limitaciones de público y con las medidas de seguridad necesarias.

### “Museos a escena”

Por otro lado, el pasado otoño el MCTM se sumó también a la iniciativa “Museos a escena”, una colaboración entre los museos de la Agencia Pública para la gestión de la Casa Natal de Picasso y otros equipamientos

# Museo Carmen Thyssen Málaga

museísticos y culturales (Casa Natal de Picasso, Colección del Museo Ruso de San Petersburgo y Centre Pompidou Málaga), el Museo Picasso Málaga y el Museo Carmen Thyssen Málaga. Surgida del compromiso cultural de todas estas instituciones con la ciudadanía de Málaga y sus visitantes, y con deseo de contribuir a reactivar el sector creativo y la vida dinámica de los museos, esta unión busca reforzar la conectividad diseñando proyectos colaborativos de reflexión sobre las anómalas circunstancias actuales, tanto sanitarias como socioeconómicas, en las que se encuentra el sector cultural. Su primera cita fue el encuentro *Ciudad de Museos hoy*, celebrado el 28 de noviembre en el Museo Picasso Málaga.

La colaboración entre los diferentes museos de la ciudad se inició durante el confinamiento con la coordinación tanto en la fecha de reapertura como en el desarrollo de actividades culturales en verano y otoño, así como la última acción conjunta en la que se ha lanzado una promoción para las navidades por la que con la compra de una única entrada se ha podido visitar el resto de los museos.

## **Departamento de Comunicación**

Tel: +34 952 21 79 64

Móvil: +34 629 259 107

Museo Carmen Thyssen Málaga

C/Compañía nº 10. 29008. Málaga