

El MIMMA, el museo andaluz con más seguidores en Facebook en 2011

Según el listado publicado por Museum Analytics, que incluye a más de 2.700 museos de todo el mundo, el MIMMA es el museo de Andalucía con más seguidores en Facebook en 2011

El uso masivo de las redes sociales en los últimos años ha favorecido que instituciones y entidades tengan la posibilidad de comunicarse de forma más cercana y rápida con sus usuarios. En el caso del Museo Interactivo de la Música, los Social Media se han convertido en herramientas fundamentales para comunicar su actividad, para tener una relación más cercana con sus usuarios y para interactuar con sus seguidores, que pueden participar activamente en la actividad del museo.

Según el listado de museos Museum Analytics, el MIMMA lidera, con 9.252 “me gusta”, el ranking de museos andaluces con más seguidores en Facebook en 2011. Este listado, que se actualiza diariamente, incluye a más de 3.000 museos de todo el mundo que tienen presencia en Facebook, cifra que va en crecimiento. A nivel nacional, de los 42 museos españoles que aparecen en el listado, el MIMMA se sitúa en el décimo puesto, por detrás de museos como el MUSAC, el Museo Guggenheim, la Fundación Joan Miró o el Museo del Prado y el Centro de Arte Reina Sofía, que ocupan las primeras posiciones. Respecto a Málaga, se encuentran en esta lista el Museo Picasso, el Centro de Arte Contemporáneo y el Museo Carmen Thyssen, cuyos seguidores van en aumento día a día, lo que refleja el interés por la actividad museística de nuestra ciudad.

Sin embargo, este interés del público por conectar con los museos a través de los Social Media se refleja, además de en el número de seguidores, en el propio uso que se les da y en la interacción entre el museo y sus seguidores, dato más relevante si cabe ya que refleja el uso de estos canales. En el caso de la página de Facebook del MIMMA, las estadísticas reflejan más de 500.000 vistas de sus publicaciones en 2011 y un aumento en un 96% con respecto a 2010 en las interacciones con los seguidores.

Para 2012, el MIMMA ha desarrollado, con la agencia de Social Media Trend Bloggers, una estrategia de comunicación que continúe y dinamice con la cultura 2.0 del museo, tanto en las redes sociales de mayor difusión (Facebook, Twitter, Youtube, etc.) como en canales más específicos como blogs, creándose páginas específicas para la comunidad educativa o museística.

<http://www.museum-analytics.org/museums/>
