

El Papa Benedicto XVI -y, de paso, los lugares que visita- interesa a la gente

Scriptor.org

*No es ni de lejos lo interesante o relevante del viaje de **Benedicto XVI** a Santiago y Barcelona. Tampoco es lo más destacable, ni lo que merece la pena recordar. Ni, desde objetivo pretendido.*

luego, era el

Pero el caso es que, como algunas voces en la prensa -incluso aquí, [en los comentarios](#)- han querido valorar (sin datos ni referencias) el viaje apostólico del Papa a España, la semana pasada, desde un punto de vista económico -en principio, como grito puesto en el cielo con escándalo más o menos farisaico- puede tener interés la valoración que ofrece la empresa de seguimiento de medios, Kantar Media ([La visita del Papa genera un impacto publicitario de más de 66,5 millones de euros](#)):

El estudio concluye que el segundo viaje del Sumo Pontífice a la capital gallega y a la ciudad condal tuvo una cobertura de 6.026 noticias y un valor económico de 66.591.778 euros. En términos publicitarios, habría que invertir esta cantidad para promocionar los lugares visitados por el Papa y obtener la misma repercusión mediática.

«La visita de **Joseph Ratzinger** supone una oportunidad única para el turismo español, la promoción del Año Santo Compostelano, la obra de Gaudí y las ciudades anfitrionas», afirma **César Chacón**, responsable de Comunicación de Kantar Media.

En términos comparativos, en otro informe publicado anteriormente por Kantar Media, la visita de **Michelle Obama** generó 1.423 noticias y una valoración económica de casi 20 millones de euros, muy por debajo del éxito cosechado por la visita del Papa, en términos publicitarios.

El informe de Kantar Media analiza también la repercusión y la valoración en euros en prensa, radio y televisión del "fenómeno Ratzinger". Así pues, la visita tuvo más secuelas entre los medios impresos (3.567 noticias), seguido del medio televisivo (1.269) y la radio (1.190).

En el plano económico, el viaje obtuvo un mayor retorno de la inversión en la TV (37.850.869,95 euros), en los diarios (17.228.530,76 euros) y, por último, en las emisoras radiofónicas (11.512.377,07 euros).

El estudio se ha centrado en las noticias que se publicaron en prensa, radio y TV, tanto nacionales como regionales, entre el 29 octubre y el 8 de noviembre (un día después de la consagración de la Basílica de la Sagrada Familia en Barcelona).

Así que ya se ve: el Papa Benedicto XVI -y, de paso, los lugares que visita- interesa a la gente.