

# INDICADORS DIGITALS 2020

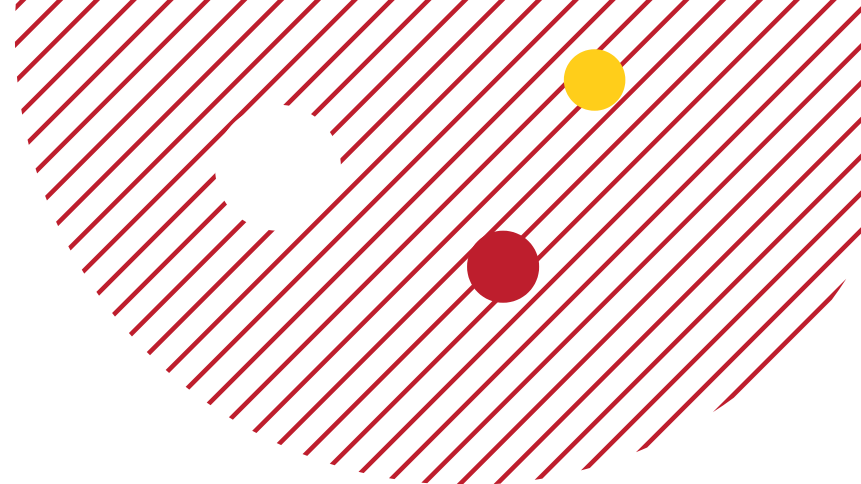


UNA APROXIMACIÓ A LES DADES EN TEMPS DE PANDÈMIA



Ajuntament de  
Barcelona

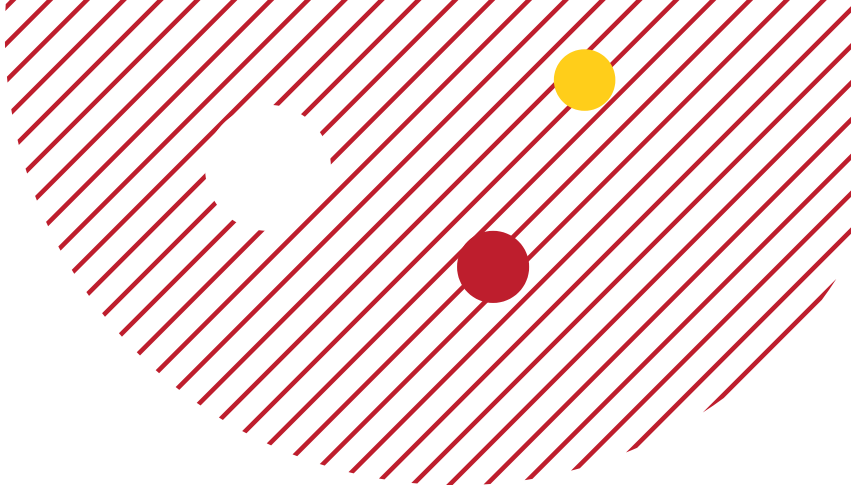
# PUNT DE PARTIDA



Març de 2020: el nostre món es capgira. Sense temps per planificar, sense certeses, tot s'atura. Els equipaments han de tancar. Tothom s'espavila. De primer, restem a l'expectativa. I després, en situacions de treball noves i molt complexes, els centres assumeixen els seus rols de creadors, difusors, acompanyants, amb una empenta admirable.

L'oferta es multiplica, les plataformes per difondre-la també, En aquest context estrany d'incomunicació física entre persones i equipaments, traiem el millor de cada equip i, sobre la marxa, centres patrimonials, fàbriques de creació, centres cívics, biblioteques, ofereixen un reguitzell de recursos i activitats.

Tancats a casa, sí, però la xarxa és un esclat d'activitat. Durant el confinament, i des d'aleshores de manera sostinguda, el temps que les persones passen connectades s'ha expandit fins al punt que alguns experts afirmen que la saturació de continguts ha estat més problemàtica que no pas la dificultat de connexió. Però no ha estat un problema, sinó una oportunitat.



En un futur en què la presentació de continguts és canviant, tenim la possibilitat de reformular la manera com ens relacionem amb els nostres públics.

## **COMUNICAR DIFERENT PER A PÚBLICS DIFERENTS**

La situació que hem viscut els darrers mesos –gairebé ja podríem dir el darrer any- ha posat de manifest la diferència entre públic real i públic virtual. Evidentment, hi ha una part que és compartida, però l'entorn digital sembla que ha permès arribar a una audiència molt més transversal, tant pel que fa a característiques i interessos com a nivell geogràfic.

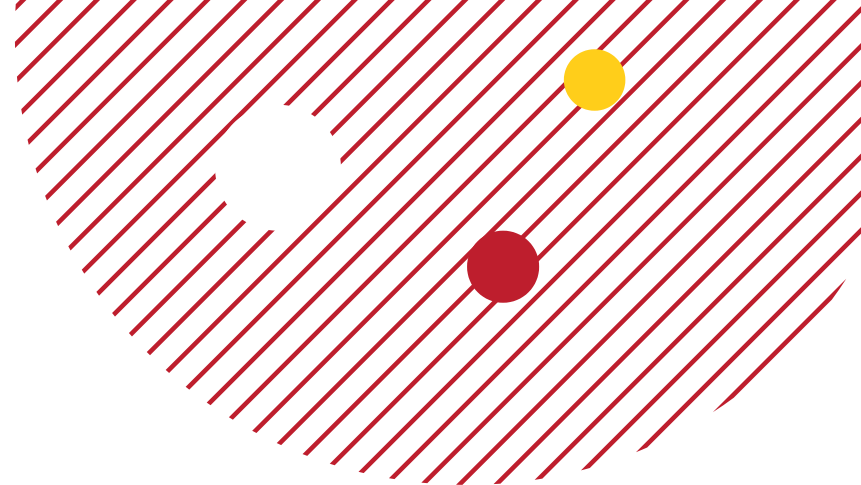
Amb el decurs dels mesos, ens hem adonat que la via digital ha de pensar-se com una nova forma de presentar continguts i no ha de consistir a traslladar la presencialitat a l'entorn digital, tret de casos ben concrets. Aquesta és una de les lliçons que hem après, de grat o per força.



L'Enquesta sobre Consum Cultural en temps de confinament feta pel grup de recerca i innovació “Didàctica del Patrimoni, Museografia comprensiva i Noves tecnologies” (DIDPATRI) de la UB mostrava que el públic reclamava activitats formatives que fomentessin el pensament crític, activitats dirigides a totes les franges d'edat i a diferents tipus d'audiència, creatives i participatives. Al final, necessitem la copresencialitat, ni que sigui a través d'una pantalla. Som socials i ens calen moments d'efervescència col·lectiva; és per això que les activitats més valorades eren del tipus concurs o participatives, que ensenyin allò que no es pot veure presencialment o que fomentin la creativitat.

En aquest context, alguns equipaments han posat en marxa plataformes digitals específiques per donar resposta al nou consum cultural derivat de la pandèmia: algunes d'específiques per al treball escolar, altres que fomentaven un vessant més social i d'acompanyament en moments difícils, algunes que precisament posaven l'accent en ensenyar el que succeïa als equipaments darrere les bambolines. Totes han estat proposades amb una acollida excel·lent, sorgides de l'esforç col·lectiu i la necessitat de reinventar-nos.

# IMPACTE DE LA PANDÈMIA EN ELS PÚBLICS DIGITALS



No es pot negar que la pandèmia ha tingut conseqüències crítiques també pel que fa als equipaments culturals. Però per damunt de tot, ha suposat un gran esforç per part dels centres i els seus equips.

## PÀGINES WEB i RECURSOS DIGITALS

Es detecta un gran augment de la consulta de pàgines de continguts (exposicions, fons) i una davallada de la resta (home, lloguer d'espais, web corporatiu), un augment molt considerable dels minuts de vídeo consumits i de les visites destinades a educació i públic familiar.



## XARXES SOCIALS

Les xarxes socials representen entorns digitals fàcils, flexibles i espontanis, mentre que els webs requereixen de tecnologies específiques, d'aquí el creixement de les primeres. L'ICOM estimava que un 50% d'ells museus han augmentat les seves activitats en XXSS i un 20% l'accés online a les col·leccions.

La tecnologia digital enriqueix les relacions entre els equipaments i els públics i augmenta les comunitats. Així doncs, el digital es postula com una peça clau per a *l'engagement*, com l'única via de connexió amb els usuaris durant el confinament. Tots plegats hauríem d'haver estat més ben preparats per assumir la nova situació, però la realitat ha estat massa colpidora.

Aquest període complex no ens ha permès parar a pensar en els indicadors que ens han d'ajudar a saber a qui hem arribat i com. Necessitem dotar-nos de mètriques d'anàlisi estables i per començar a abordar-ho, amb els tècnics que hi heu estat treballant, hem fet un recull d'algunes de les accions que heu estat fent i que són una petita mostra del que s'ha pogut veure i viure durant aquest període.

# CENTRES CÍVICS

INDICADORS  
DIGITALS 2020

# CENTRES CÍVICS

Els centres cívics són dels equipaments que, a causa de les seves particularitats i diversitat, mostren més variabilitat pel que fa a la recollida d'indicadors. La presencialitat ha estat sempre la marca d'identitat dels centres, estretament arrelats als barris, una interacció que al març de 2020 es veié interrompuda de sobte i a llarg termini.

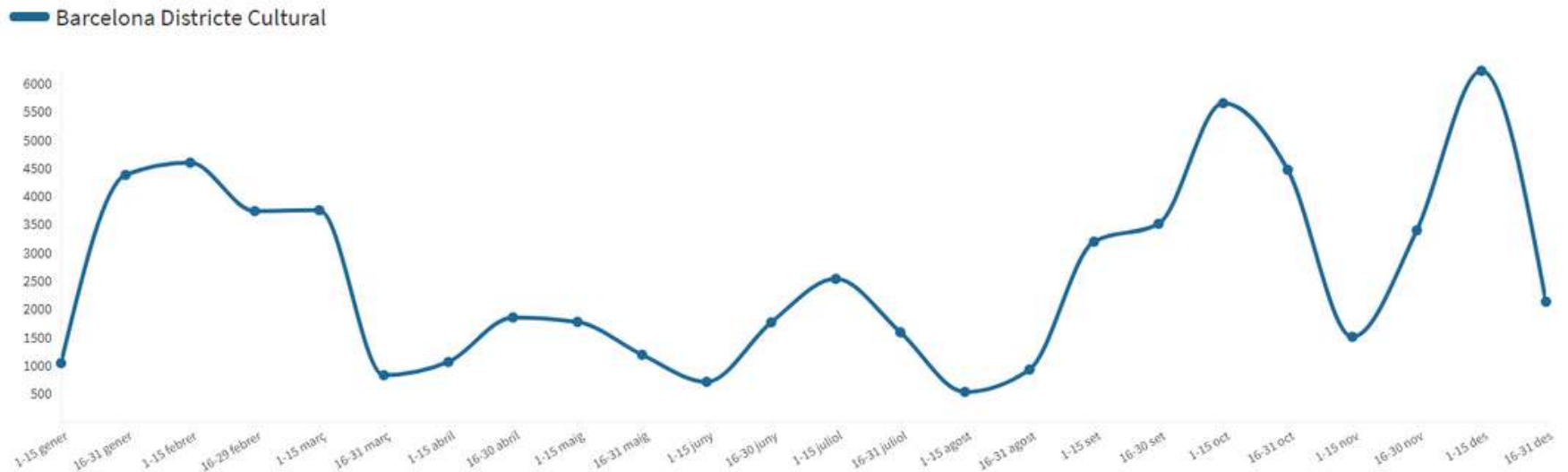
Des dels centres s'ha fet un gran esforç per acomodar l'oferta la nova situació, oferir continguts clarament enfocats als seus públics i mantenir el contacte, de manera virtual, amb les persones usuàries.

Tot seguit us oferim un tast d'alguns dels indicadors de què disposem. Un tast que permet copsar tant la diversitat de l'oferta –difícil de quantificar en termes generals– com l'esforç dels centres cívics en l'àmbit social per donar resposta i/o acompanyament a la pandèmia.



# BARCELONA DISTRICTE CULTURAL

## USUARIS WEB 2020



Font: Dep. de Comunicació. Elaboració: Gabinet Tècnic. Institut de Cultura. Ajuntament de Barcelona

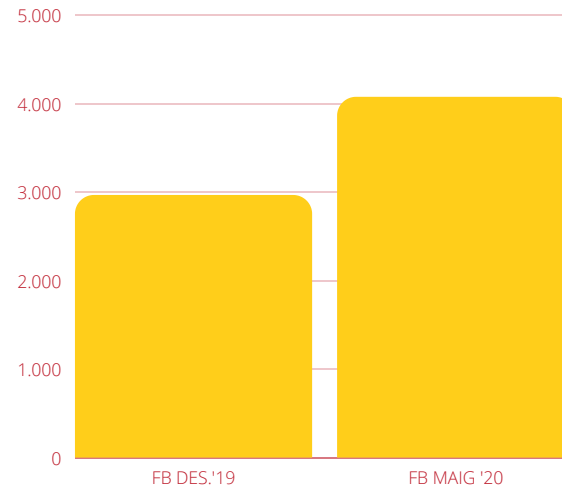


Després de la davallada lògica arran del confinament, les consultes es mantenen i fluctuen, però és després de l'estiu que s'enfilen fins a pics superiors als prepanidèmics; ara bé, al novembre els indicadors decauen i posteriorment es recuperen per tornar a una davallada que segueix la tendència general dels centres a finals d'any.

# BARCELONA DISTRICTE CULTURAL

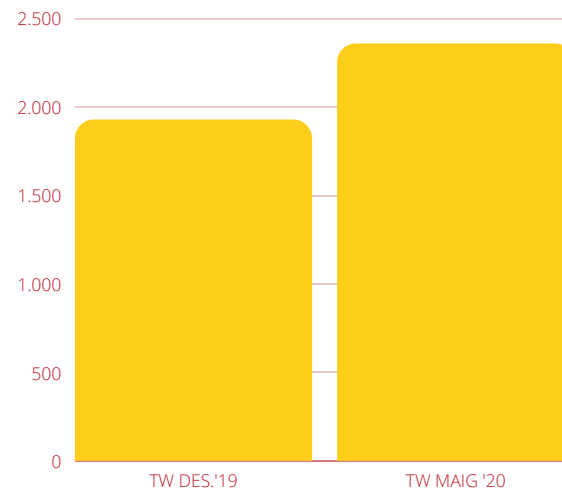
SEGUIDORS A LES XARXES (des. 2019 / maig 2020)

facebook

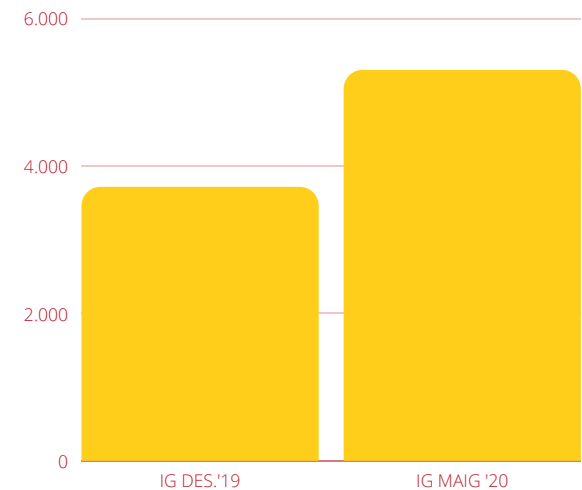


El creixement a les xarxes arran del confinament ha estat molt significatiu, sobretot a Instagram, amb un augment del 42,2%, per davant de Facebook (37,45%) i Twitter (22,3%).

twitter



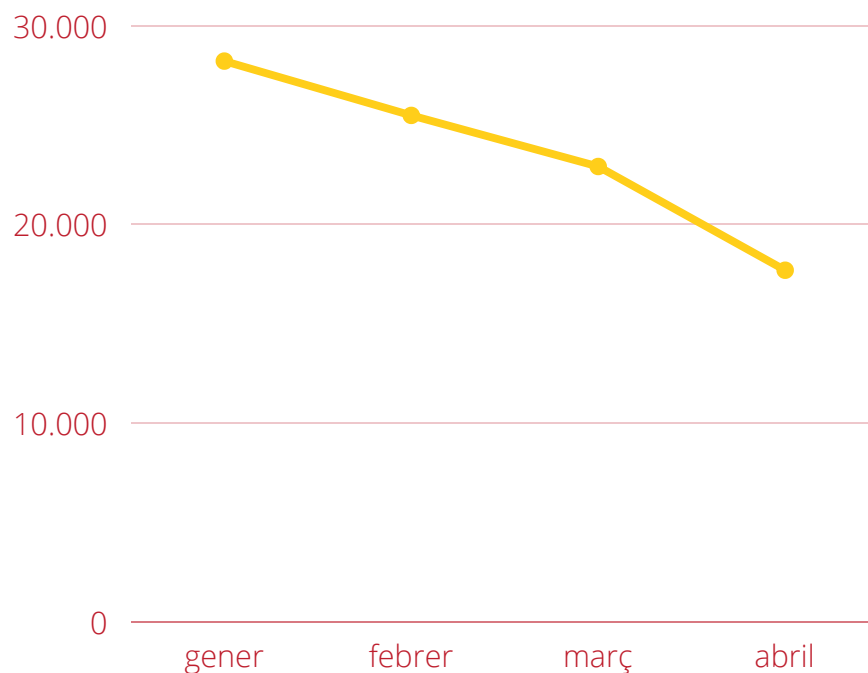
instagram



# CENTRES CÍVICS

## VISITES PÀGINES WEB GENER-ABRIL 2020

Les visites als webs dels centres cívics va decaure lleugerament des del gener de 2020, una davallada que es va accentuar entre els mesos de març i abril, coincidint amb el confinament.



També van caure, en una mesura similar, les pàgines vistes i el nombre d'usuaris.

Tanmateix, les xarxes socials van recollir el testimoni i van esdevenir el principal canal de comunicació entre els centres cívics i els seus públics des de l'inici de la pandèmia. Més que una caiguda, doncs, cal parlar d'una translació en tota regla.

# CENTRE CÍVIC CAN DEU

El centre ha proposat, a través de les xarxes socials, una munió d'activitats per fer des de casa. No és estrany, doncs, que hagi registrat un augment considerable tant del nombre de seguidors com de les interaccions.

També ha apostat, entre d'altres, per la prevenció en l'àmbit de la salut i el benestar, amb conferències i sessions de gimnàstica en directe, i pel medi ambient, amb videotutorials específics.



#dibuixadesdecasa

#experimentsdesdecasa

#fotosdesdecasa

#músicadesdecasa

#aulameteodesdecasa

#votadesdecasa

#dansadesdecasa

#salutdesdecasa

#poesiadesdecasa

#exposicionsdesdecasa

#hortdesdecasa

#tradicionsdesdecasa

#jazzdesdecasa

#jugadesdecasa

#aulaambientaldesdecasa



# CENTRE CÍVIC CAN VERDAGUER

Activitats culturals online 1r semestre 2020:

**Espectacles escènics: 14**

Instagram 1.676  
Youtube 1.016  
Facebook 1.860  
Twitter 867  
Web 1.779

**Conferències: 4**

Instagram 229  
Youtube 453  
Facebook 1.793  
Twitter 1.503  
Web 386

**Altres activitats: 34**

Instagram 8.393  
Youtube 3.900  
Facebook 14.948  
Twitter 14.114  
Web 8.197

**Exposicions: 30**

Instagram 7.603  
Youtube 790  
Facebook 9.959  
Twitter 12.835  
Web 7.301

**Projeccions: 1**

Facebook 101  
Twitter 516

**Espectacles musicals: 11**

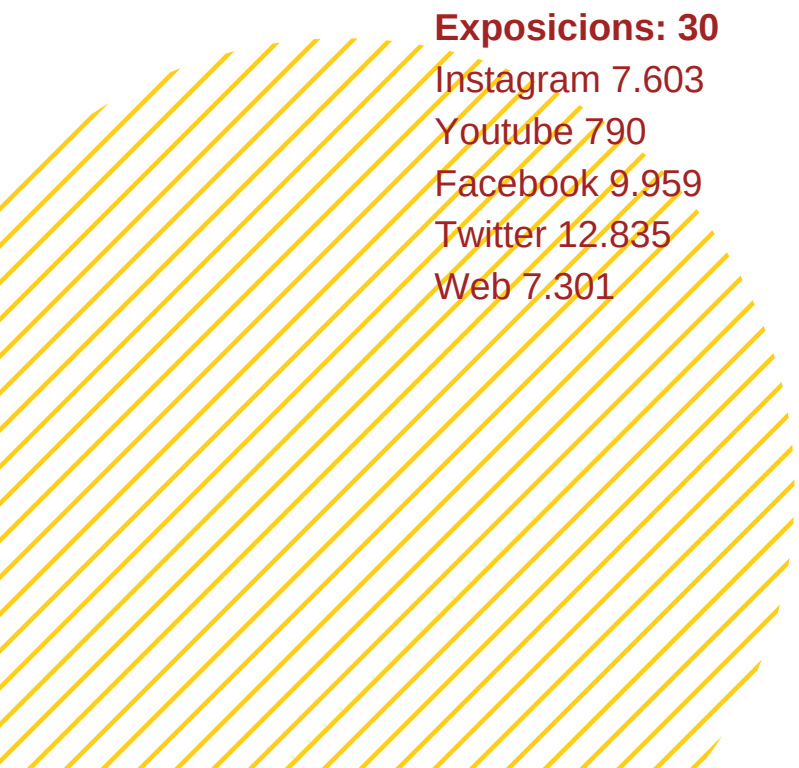
Instagram 2.051  
Youtube 1.455  
Facebook 1.052  
Twitter 1.496  
Web 2.226

**Act. cultura popular: 6**

Instagram 1.453  
Youtube 642  
Facebook 4.920  
Twitter 6.148  
Web 529

**Activitats nous formats: 1**

Instagram 849  
Twitter 5.897  
Web 104





# CC CAN CLARIANA

Can Clariana va oferir, només entre els mesos d'abril i juny, gairebé una **vuitantena d'activitats** a través de les xarxes socials entre projectes musicals, exposicions, contacontes, xerrades, tallers i concerts. Tot plegat, amb una acollida excel·lent:

- **6.605 visualitzacions a Instagram**
- **3.651 visualitzacions a Youtube**

# CC TEIXONERA 1r SEMESTRE 2020

## Cursos en línia: 8

- 32 hores de formació
- 120 places ofertes
- 93,3% d'ocupació

## Itineraris: 2

- 5 hores d'itineraris
- 45 inscripcions

## Activitats en línia: 6

- 643 visualitzacions

## Exposicions: 4

- 817 visualitzacions

## Canal Cultura confitada\*:

- 198 activitats
- 19.703 visualitzacions

\*Activitat organitzada conjuntament amb diversos equipaments del districte Horta-Guinardó.



# CENTRE CÍVIC CAN BASTÉ

INDICADORS #seguimacasa 2020

1r semestre

## **Càpsules-taller: 16**

Youtube 854

Facebook 2.311

Twitter 2.383

Web 1.084

## **Activitats familiars: 2**

Instagram 3.989

Facebook 4.054

Twitter 4.328

Web 386

## **Activitats fotogràfiques: 5**

Facebook Can Basté 1.161

Facebook Espai Fotogràfic 1.673

Twitter Can Basté 3.042

Twitter Espai Fotogràfic 6.270

Instagram Can Basté 103

Instagram Espai Fotogràfic 570

Web 1.656

## **Exposicions en línia: 8**

Facebook Can Basté 311

Facebook Espai Fotogràfic 210

Twitter Espai Fotogràfic 4.412

Instagram Espai Fotogràfic 155

Web 648

## **Música: 5**

Instagram Can Basté 81

Instagram El Generador 1.549

Facebook Can Basté 1.624

Facebook El Generador 15.193

Twitter Can Basté 2.118

Twitter El Generador 13.300

Youtube 11

Web 231

## **Grups i entitats de Can Basté: 4**

Facebook Can Basté 415

Twitter Can Basté 1.451

Web 288

# CENTRE CÍVIC COTXERES BORRELL

Cotxeres Borrell és un centre amb una gran activitat. Només entre els mesos de març i juliol, el seu web -les xarxes socials també se'n van fer ressò- van recollir gairebé un **centenar d'activitats obertes** i gairebé una **quarantena de directes** d'un ampli ventall de disciplines: dansa, salut i creixement, gastronomia, expressió, arts escèniques... Sota el títol genèric de **#cotxeresacasa**, la gran oferta del centre abastava una tipologia també àmplia i diversa: entrevistes, activitats en línia, recursos, xerrades, articles i conferències, vídeos...

A més, i com ja és habitual, el web del centre va dedicar una part important de la programació a la infància a través de la iniciativa **El casal a casa!**, amb propostes per a dos grups d'edat, de 0 a 3 i de 4 a 12 anys, que van poder gaudir de vídeos, activitats, articles, jocs i espectacles.

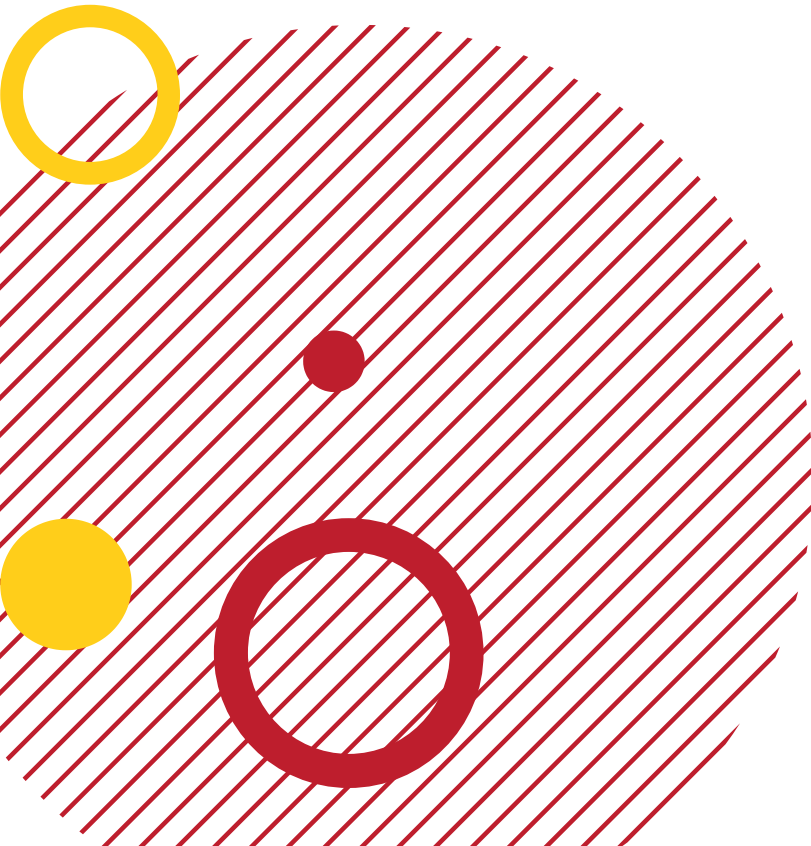




# CENTRE CÍVIC JOSEP MARIA TRIAS I PEITX – RIERA BLANCA

Van obrir un blog d'acompanyament al dol que va rebre **més de 6.400 visites** entre els mesos d'abril i juny.

<https://acompanyamentpsicologic.wordpress.com/>

A decorative graphic on the left side of the page. It features a semi-circular area filled with diagonal red lines. Overlaid on this are several geometric shapes: a yellow circle, a red circle, a yellow circle, a red circle, and a large red circle.

Han dut a terme nombroses activitats participatives a les xarxes socials: Sant Jordi, Talents, Pasqua, Concerts de clàssica mitjançant una plataforma on line, etc.

També han organitzat activitats de tipus familiar amb la ludoteca: recull de jocs interactius, enviament de dibuixos d'infants a l'hospital de Can Ruti... una feinada que tampoc no han sabut com plasmar i que mostra la **necessitat d'establir uns criteris clars** i conjunts per a la recollida d'indicadors.



# CC CONVENT DE SANT AGUSTÍ

Ha ofert activitats online per a públic familiar, infantil i jove, amb diverses propostes de ciència i Maker, dinamitzacions online, etc. En total, **45 activitats online** a través del seu blog, Instagram, Zoom, Facebook i Youtube, amb un total de **351 participants + 3.469 visites**.

#emquedoacasa#bemaker: **2.475 entrades/pàgines vistes + 10.833 visites** a través del blog, Post i Stories Instagram.



**Activitats en línia**  
**698**



## CC GOLFERICHS

Durant el confinament, Golferichs va convertir la seva web en canal divulgatiu i va rebre més de 10.000 visites, només durant el mes d'abril. Un cas clar de reconversió exitosa del web.

# CENTRE CÍVIC JOAN OLIVER (PERE QUART)

INDICADORS DURANT EL CONFINAMENT (14/03 al 22/07)

El més destacat és la creació de la nova comunitat Youtube durant el confinament i l'impacte en les visualitzacions. Els continguts van desenvolupar-se amb material propi editat i produït des del centre.

76 VÍDEOS DE CREACIÓ PRÒPIA PUJATS AL  
CANAL YOUTUBE AMB 10.707  
REPRODUCCIONS

## XARXES SOCIALS

Abast publicacions FACEBOOK: 51.769

ABAST publicacions TWITTER: 99.065

ABAST publicacions INSTAGRAM CCPQ: 13.985

# MUSEUS I CENTRES D'ART

INDICADORS  
DIGITALS 2020



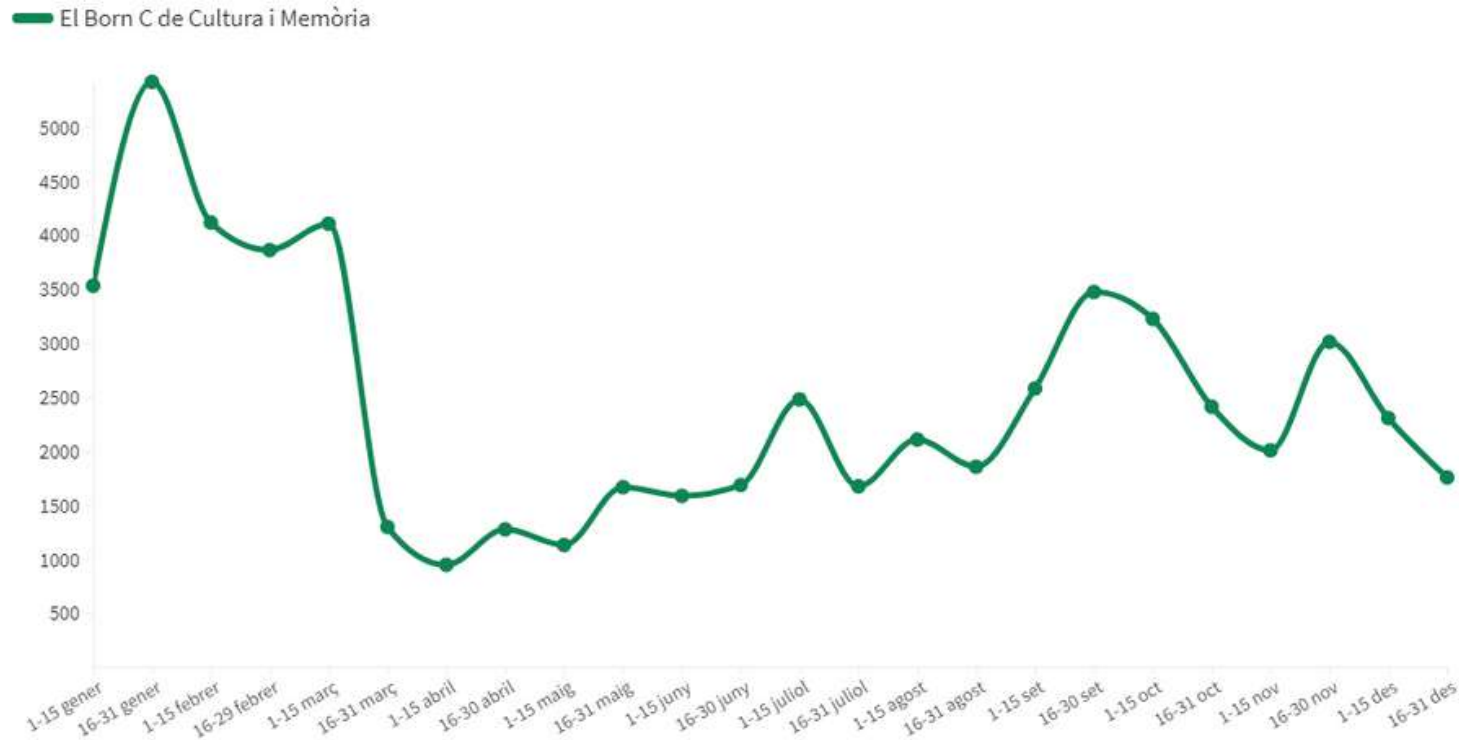
## MUSEUS I CENTRES D'ART

Pel que fa als museus, a hores d'ara no disposem de xifres del seguiment de cadascuna de les activitats proposades en format virtual. Tanmateix, des del principi s'ha vetllat per mantenir una oferta variada, adreçada a tots els tipus de públic, malgrat el tancament dels centres: cursos, tertúlies, exposicions i recursos, reptes en família, concursos... un desplegament que tingué una gran acollida.

A continuació trobareu dades d'alguns dels centres que n'han facilitat. La seva anàlisi permet un aprofundiment qualitatiu interessant en relació a la situació viscuda als darrers mesos.

# EL BORN CCM

## USUARIS WEB 2020



Font: Dep. de Comunicació. Elaboració: Gabinet Tècnic. Institut de Cultura, Ajuntament de Barcelona

Després de la davallada d'usuaris derivada del confinament i l'aturada de l'activitat, s'aprecia una remuntada paulatina dels usuaris a partir del mes d'abril. Una recuperació que assolí el seu pic al mes d'octubre i que després sembla que torni a davallar, coincidint amb la baixada general de les consultes als webs durant el mes de desembre. A la pàgina següent, una petita pinzellada del reguitzell d'activitats proposades pel centre a YouTube i la seva repercussió.



# EL BORN CCM

## ACTIVITATS A YOUTUBE (OCTUBRE)

### REFERÈNCIES

77 ESPECTADORS EN DIRECTE  
20 PIC ESPECTADORS SIMULTANIS  
115 VISUALITZACIONS

### HUMOR AMB ULLS DE DONA

69 ESPECTADORS EN DIRECTE  
11 PIC ESPECTADORS SIMULTANIS  
136 VISUALITZACIONS

### SONS DE LA MEMÒRIA

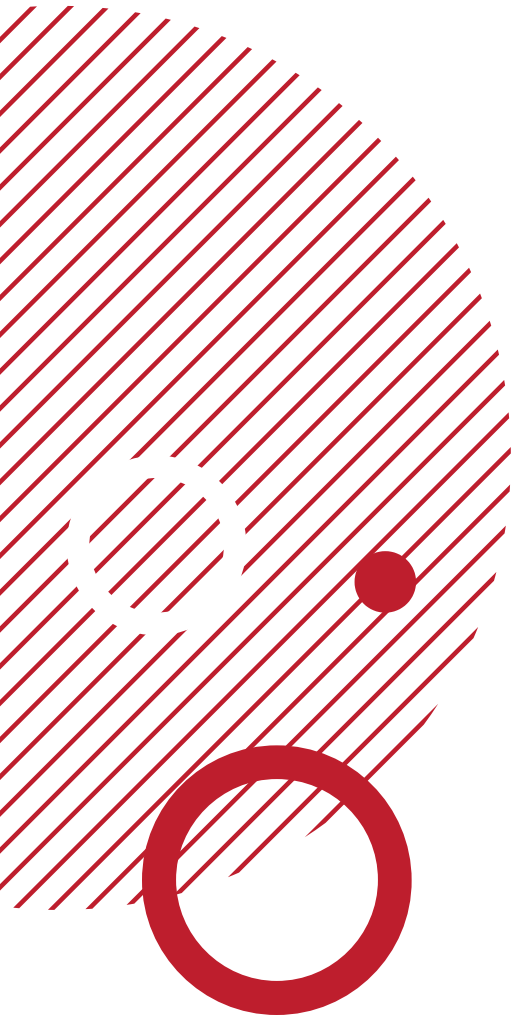
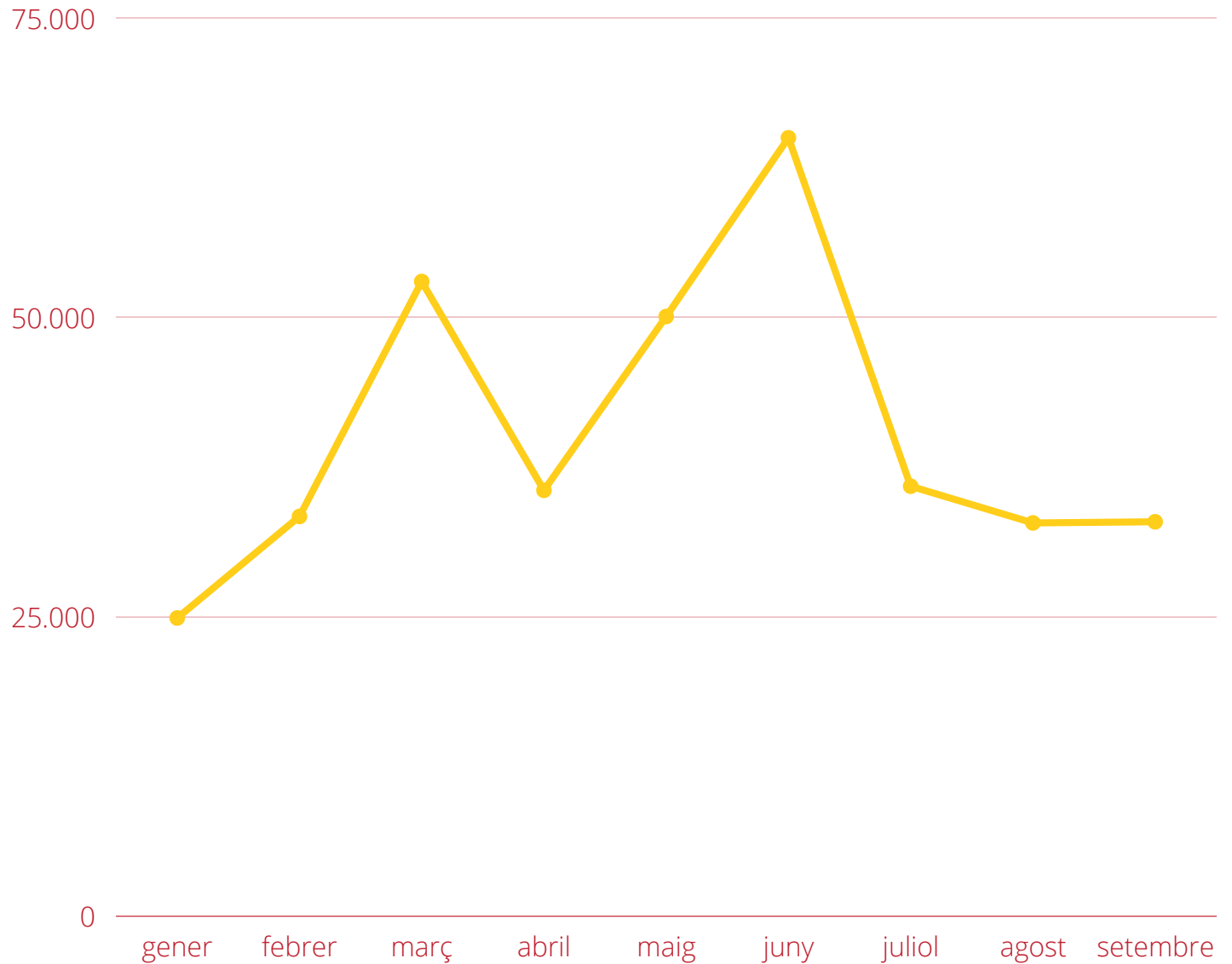
52 ESPECTADORS EN DIRECTE  
7 PIC ESPECTADORS SIMULTANIS  
54 VISUALITZACIONS

### LIVE INSTAGRAM TALLER DIBUIX

307 VISUALITZACIONS

# LA VIRREINA CENTRE DE LA IMATGE

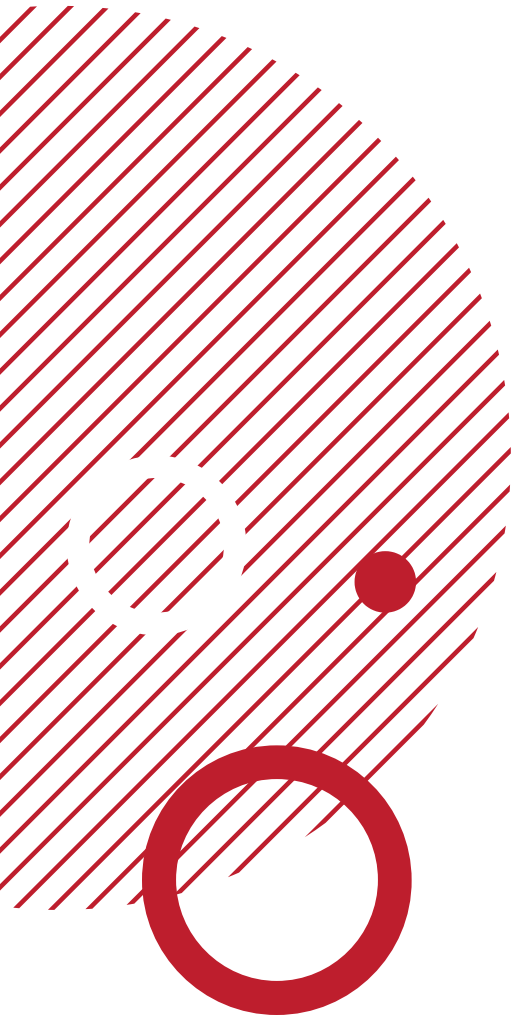
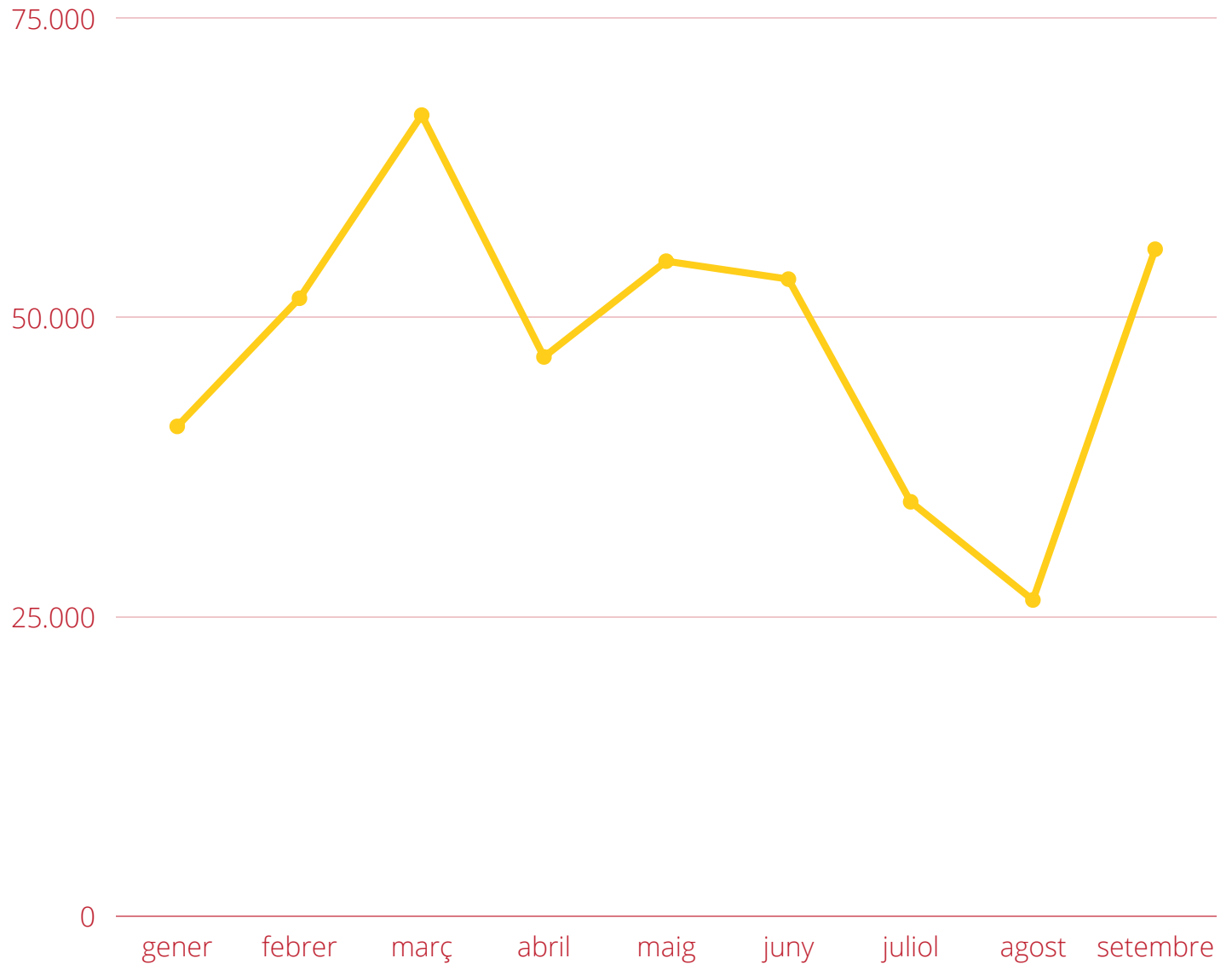
## INDICADORS XARXES SOCIALS - FACEBOOK





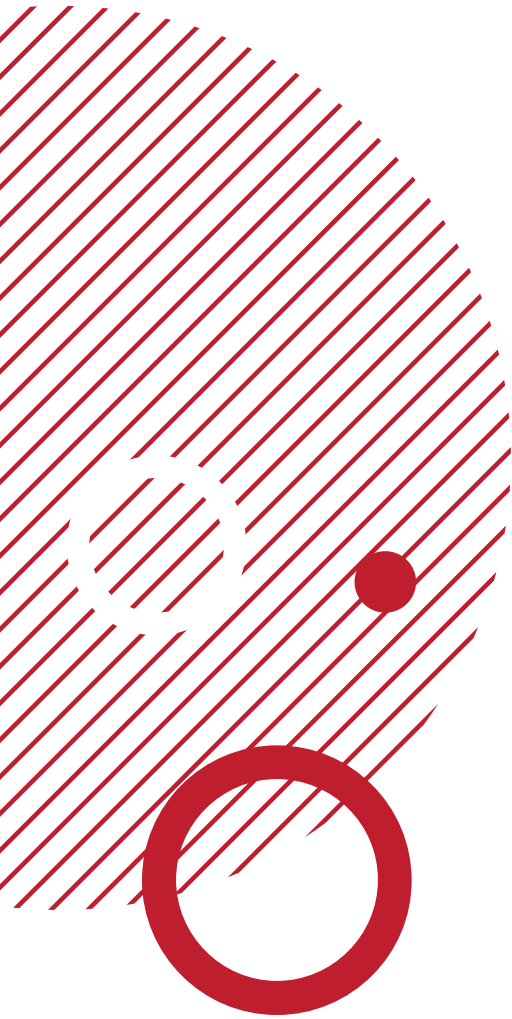
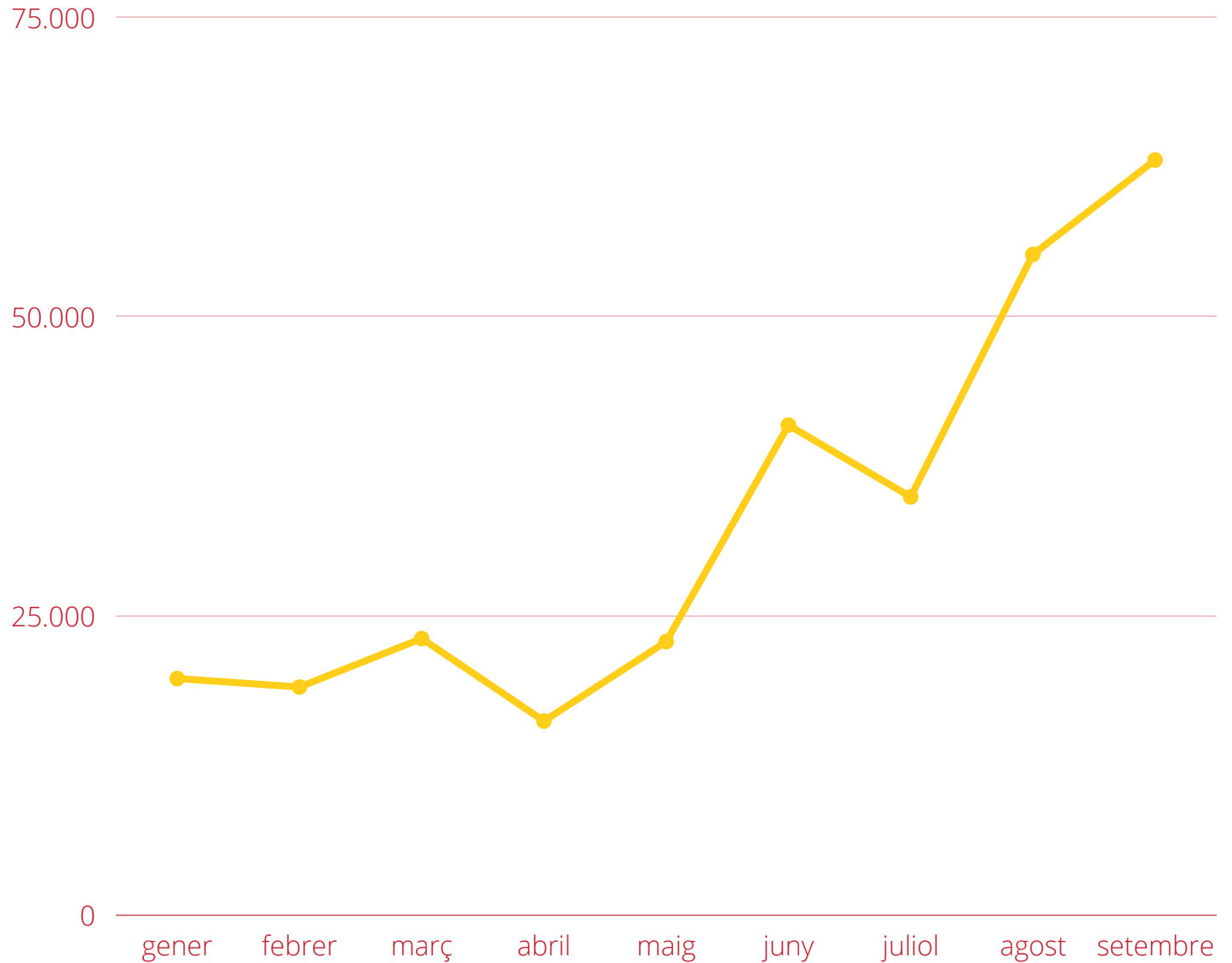
# LA VIRREINA CENTRE DE LA IMATGE

## INDICADORS XARXES SOCIALS - TWITTER



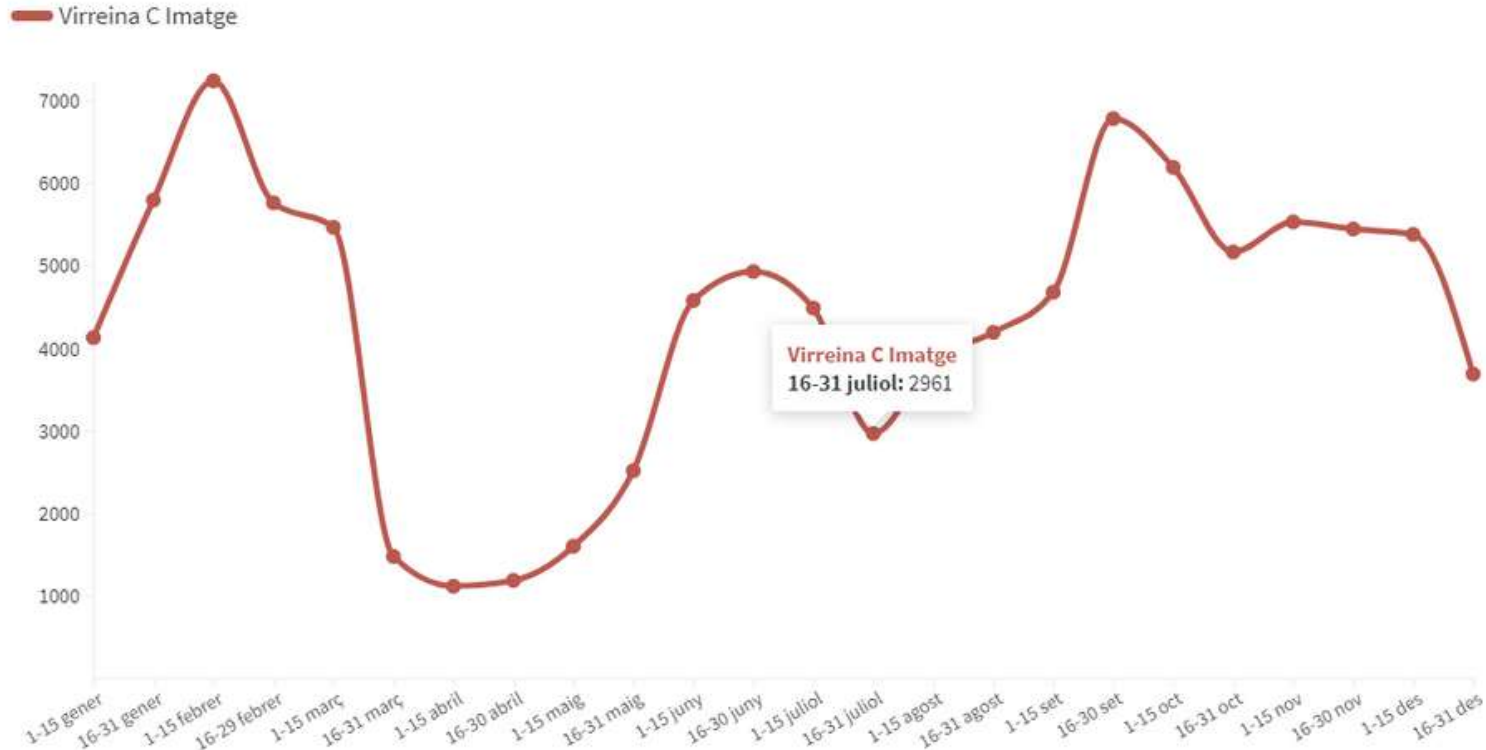
# LA VIRREINA CENTRE DE LA IMATGE

## INDICADORS XARXES SOCIALS - INSTAGRAM



# LA VIRREINA CENTRE DE LA IMATGE

## USUARIS WEB 2020



Font: Dep. de Comunicació. Elaboració: Gabinet Tècnic. Institut de Cultura. Ajuntament de Barcelona



El nombre d'usuaris del web de La Virreina Centre de la Imatge segueix un patró similar al d'altres centres patrimonials: caiguda en picat durant la segona quinzena de març i remuntada progressiva, amb un altre pic negatiu a l'estiu, una remuntada espectacular a l'octubre i el descens posterior.

# LA VIRREINA CENTRE DE LA IMATGE

## CONTINGUTS DIGITALS - Youtube

La Virreina Centre de la Imatge va penjar a Youtube, entre gener i setembre, un total de **15 vídeos**, entre recursos i exposicions, conferències i taules rodones, amb un total de:

- **14.975 visualitzacions**



Sobre la fotografia

Saló Diana

El tercer estat

Nous escenaris museogràfics

Sontag, vida i obra

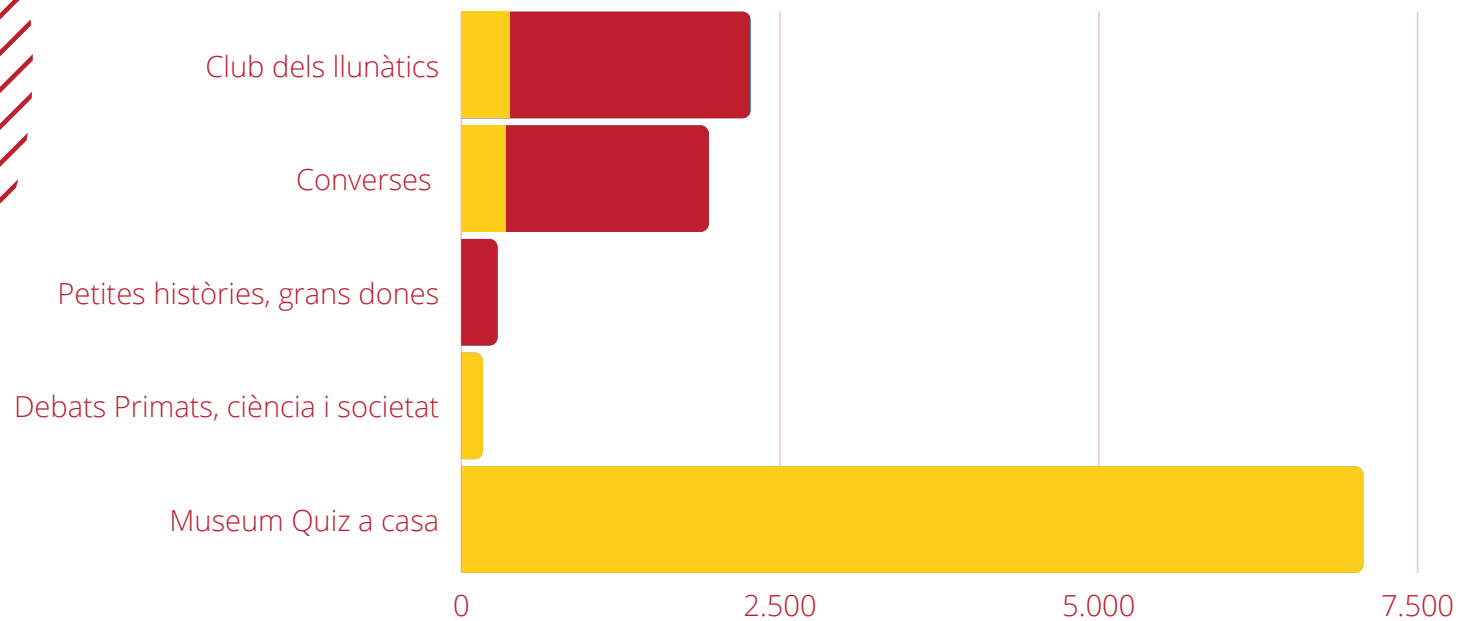
El bar de la senyora Olvido

Espectres del fet urbà

Una nova arxivista

# MUSEU DE CIÈNCIES

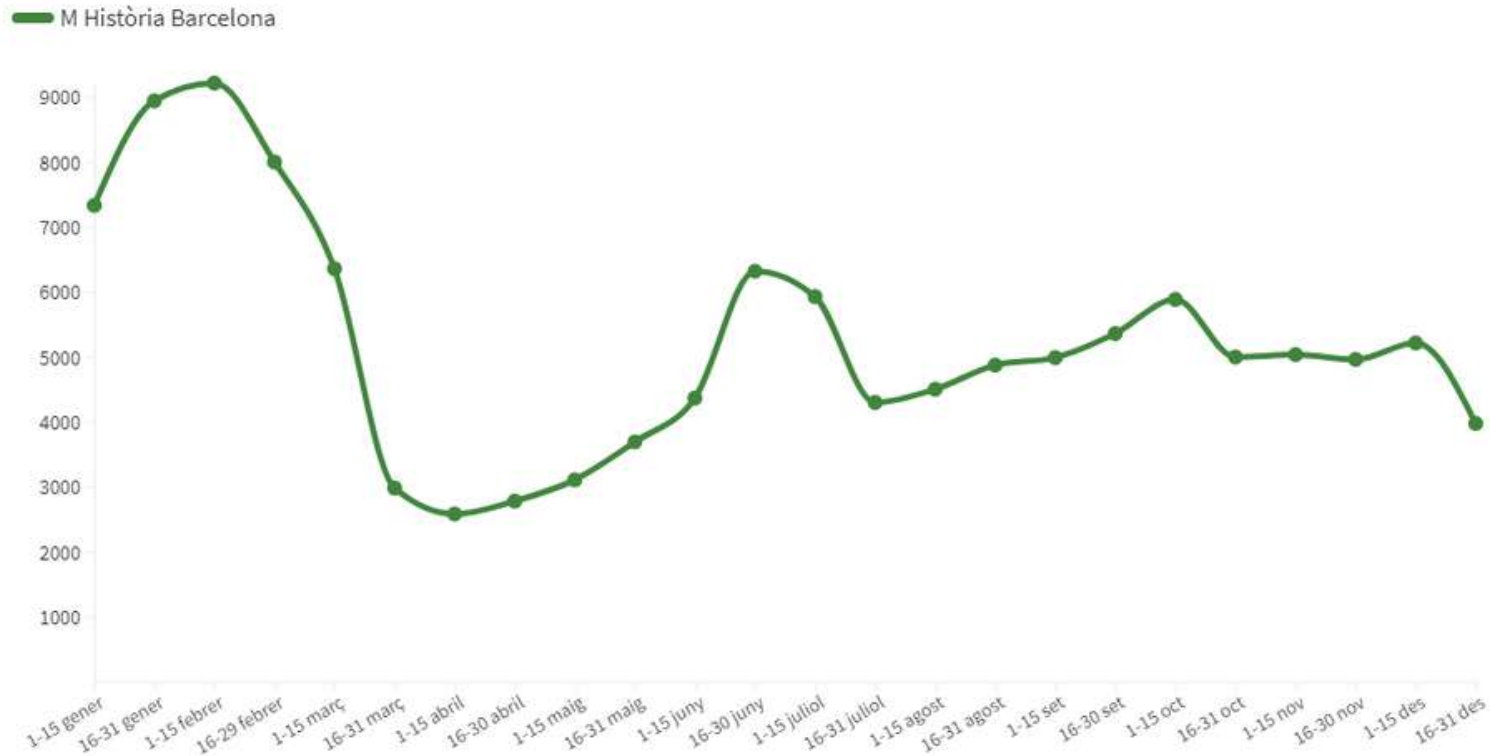
INDICADORS ACTIVITATS ONLINE 2020 (fins novembre)



Els indicadors facilitats pel museu diferencien, si s'escau, el consum en directe i en diferit de cadascuna de les activitats. Aquesta primera aproximació ja permet de veure l'èxit dels consums a la carta, amb un nombre superior als streamings.

# MUSEU D'HISTÒRIA DE BARCELONA - MUHBA

## USUARIS WEB 2020

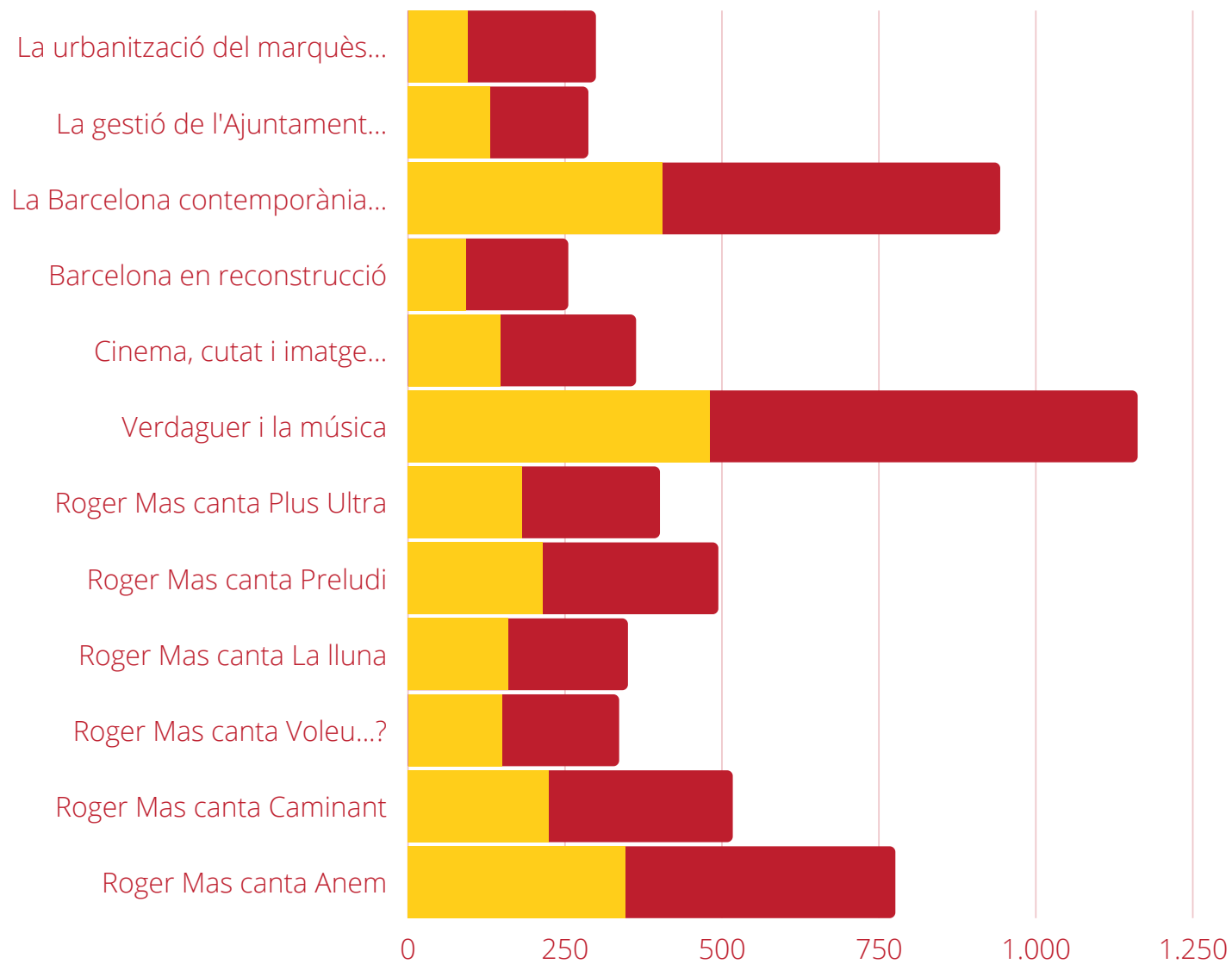


Font: Dep. de Comunicació. Elaboració: Gabinet Tècnic. Institut de Cultura. Ajuntament de Barcelona



# MUHBA

## INDICADORS ACTIVITATS ONLINE - YOUTUBE (1)

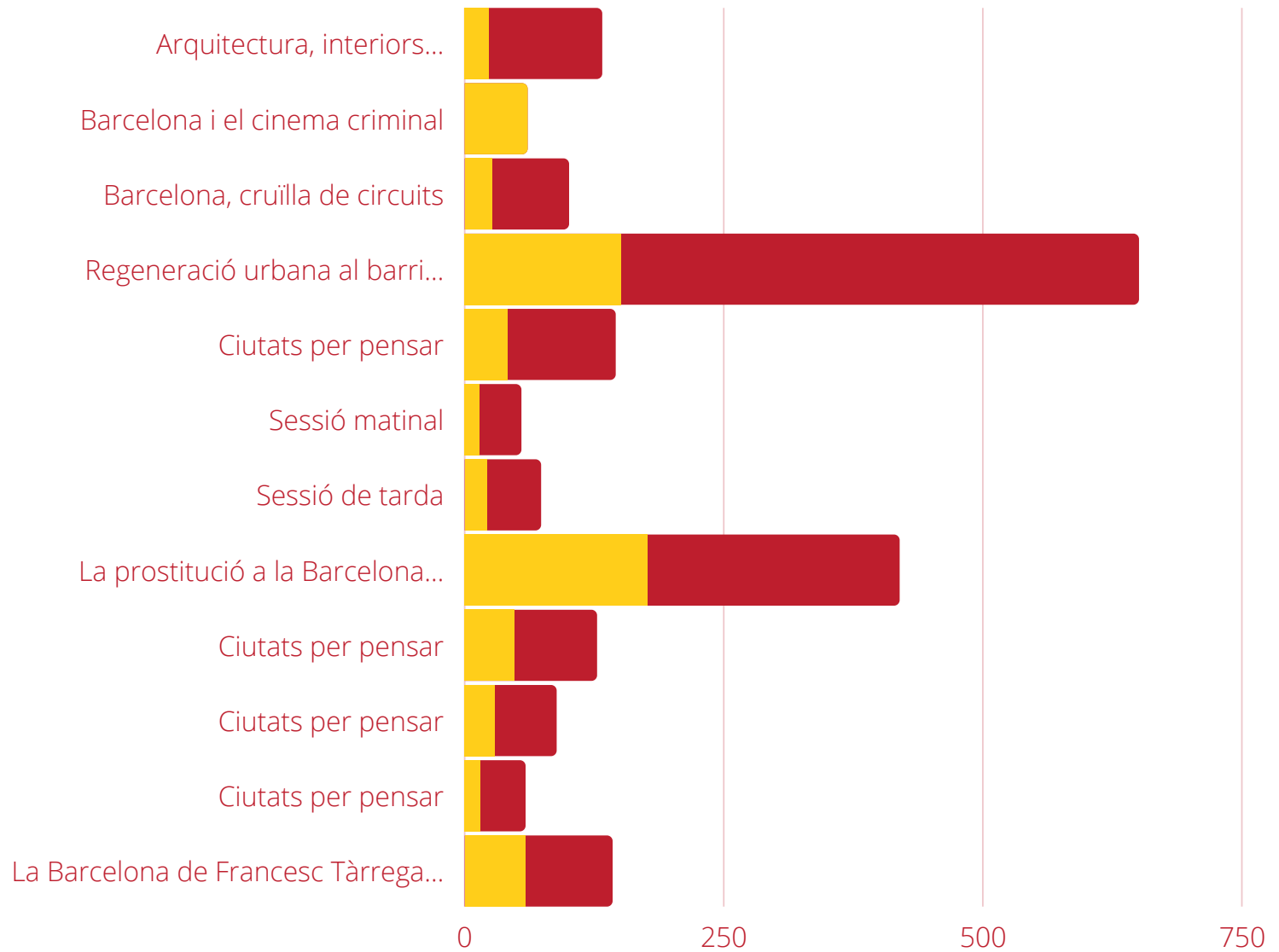


En directe

En diferit

# MUHBA

## INDICADORS ACTIVITATS ONLINE - YOUTUBE (2)



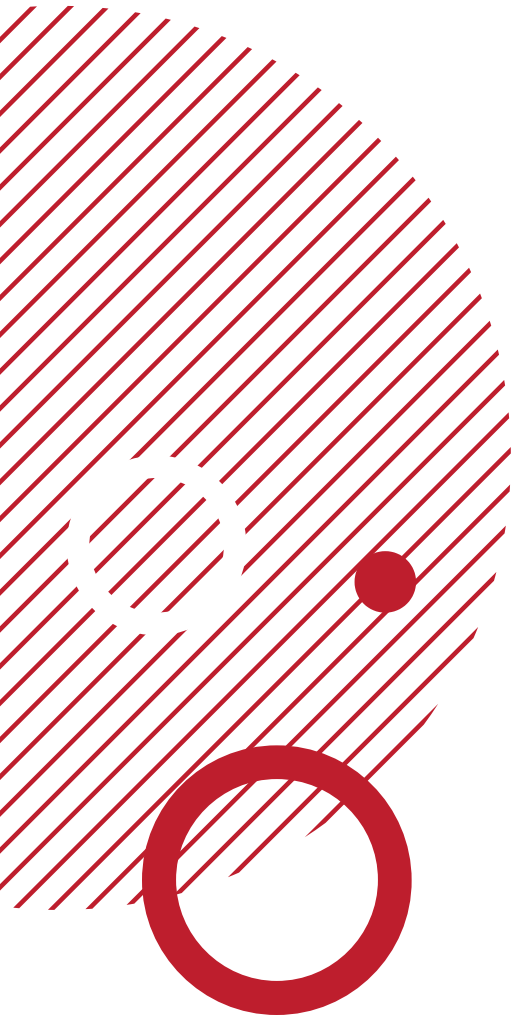
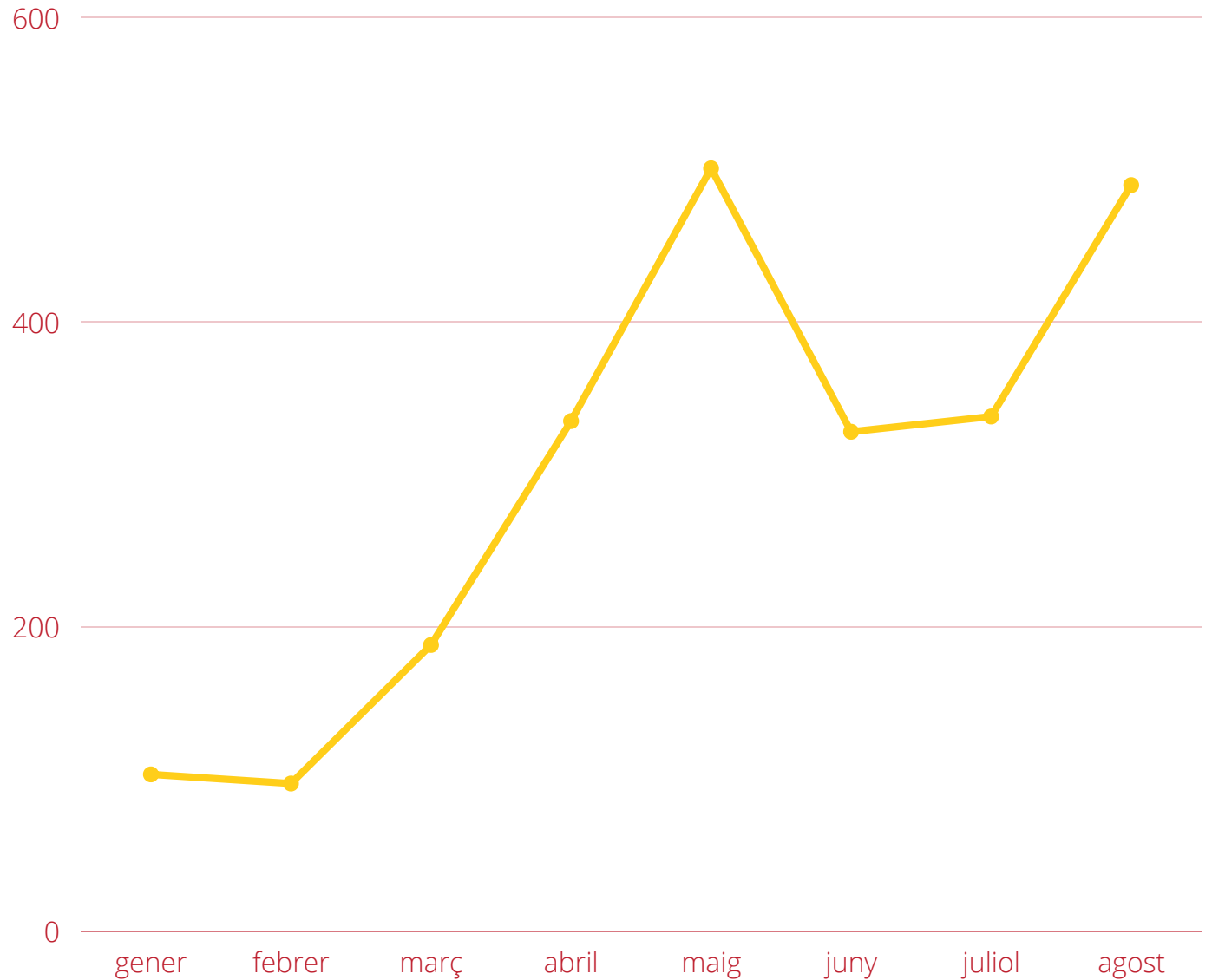
En directe

En diferit



# MUSEU FREDERIC MARÈS

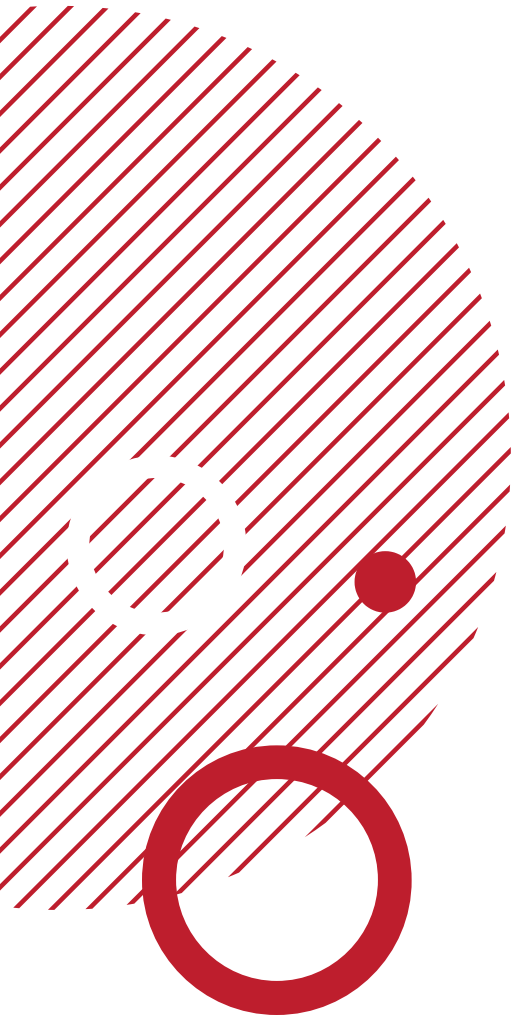
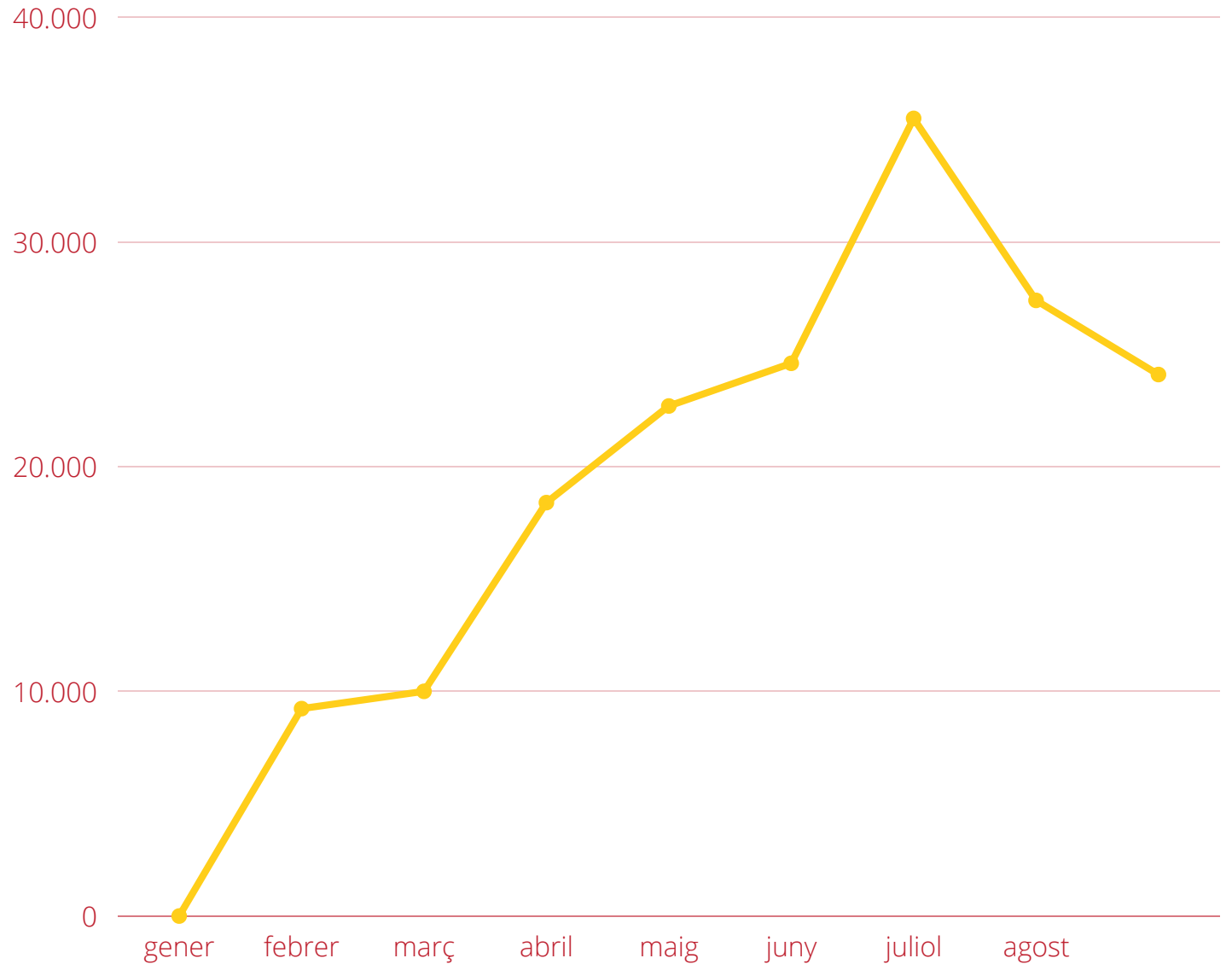
XARXES SOCIALS (gener-agost)  
REACCIONS TOTALS FACEBOOK



# MUSEU FREDERIC MARÈS

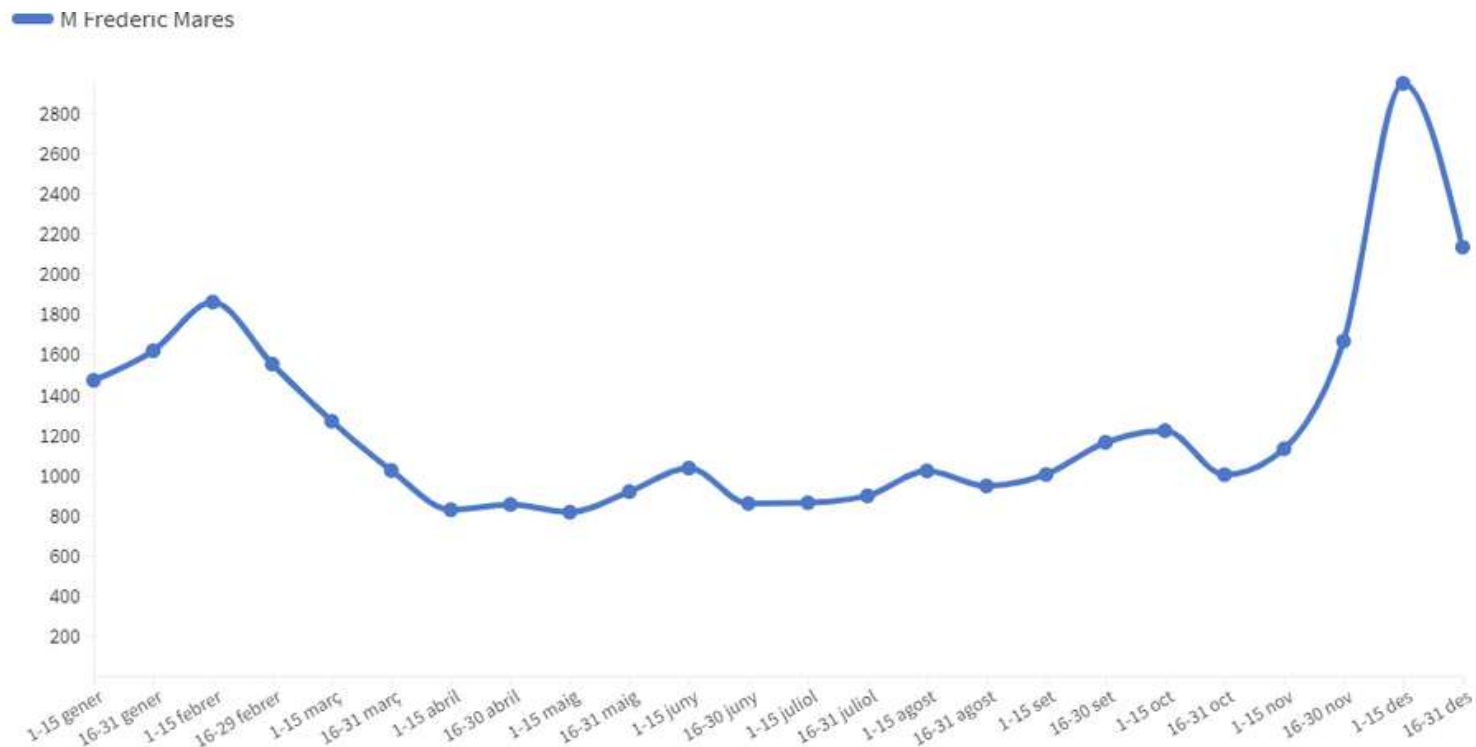
XARXES SOCIALS (gener-agost)

NOMBRE TOTAL D'IMPRESSIONS - TWITTER



# MUSEU FREDERIC MARÈS

## USUARIS WEB 2020



Font: Dep. de Comunicació. Elaboració: Gabinet Tècnic. Institut de Cultura. Ajuntament de Barcelona



Les consultes al web del museu Marès segueixen, en termes generals, una corba similar a la de la resta de centres patrimonials. Tanmateix, ni la caiguda al març és tan sobtada, ni al desembre es percep una davallada, ans al contrari. El pessebre del museu és, probablement, el responsable d'aquest creixement, que només reverteix a la segona quinzena del mes.

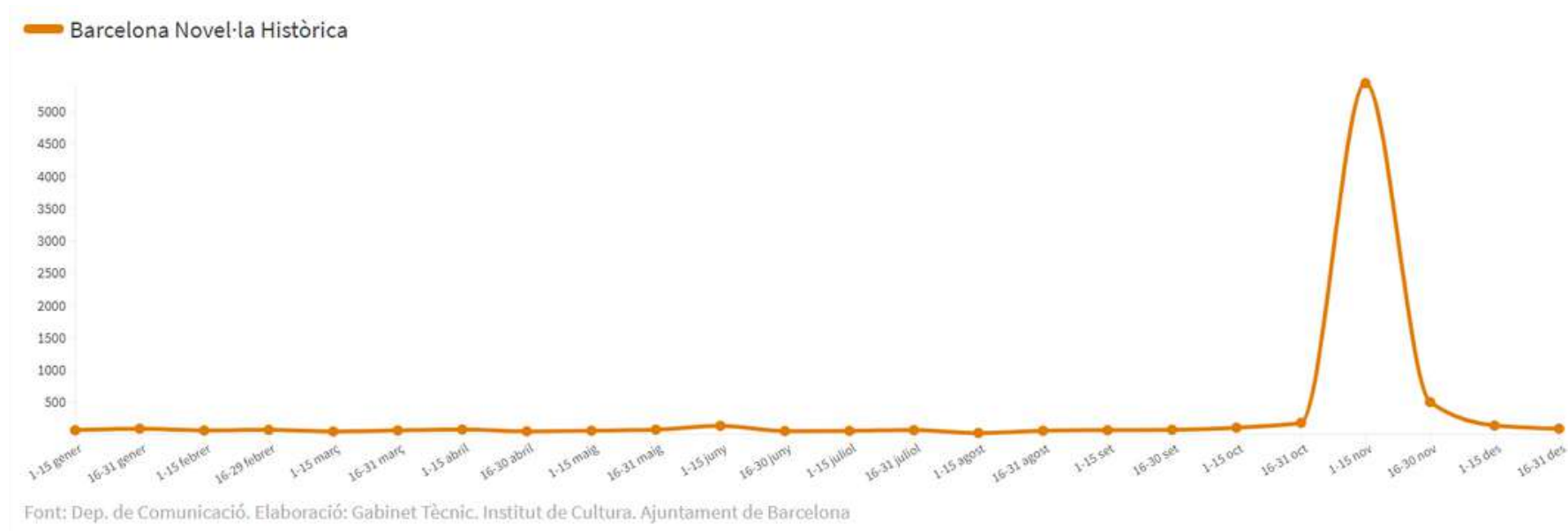
The background features a vibrant yellow and red color palette. A large white circle on the right contains the main title. A large red circle in the lower center contains the subtitle. A large yellow circle with a red diagonal line pattern is on the left. Various other circles in white, red, and yellow are scattered throughout the design.

# **PROGRAMES I FESTIVALS**

**INDICADORS  
DIGITALS 2020**

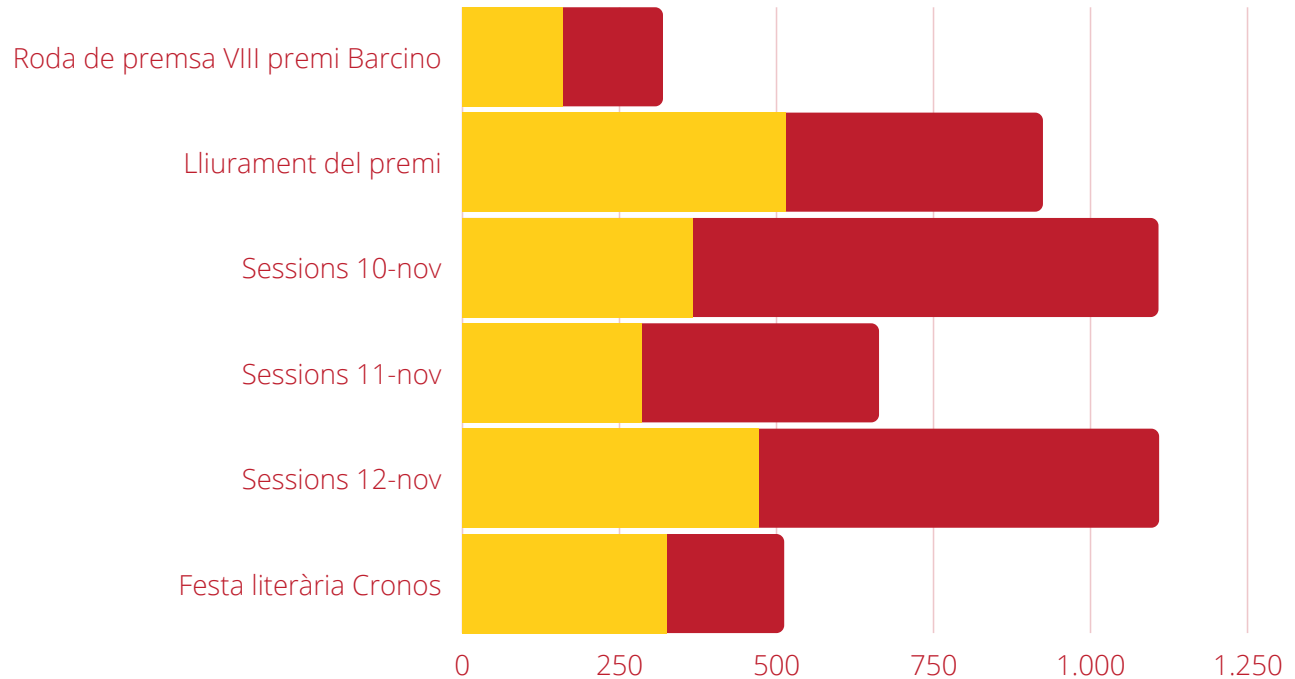
# BARCELONA NOVEL·LA HISTÒRICA

USUARIS WEB 2020



# BARCELONA NOVEL·LA HISTÒRICA

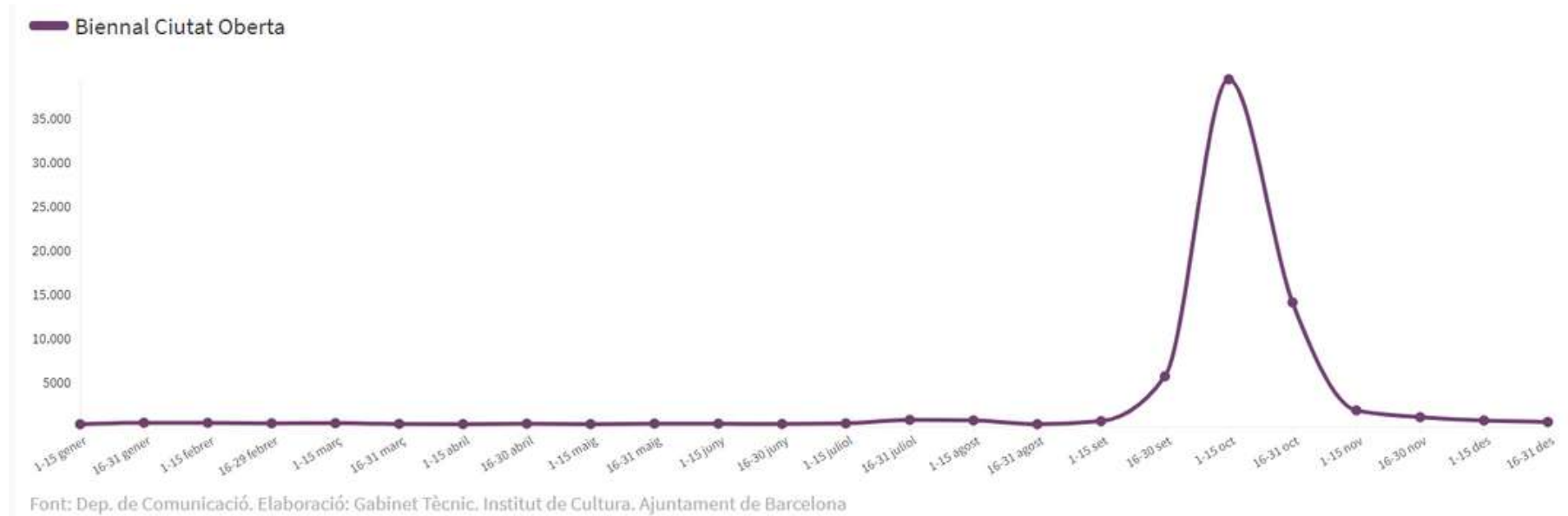
INDICADORS ACTIVITATS ONLINE 9-13 novembre



L'anàlisi de les dades per sessions posa de manifest que els actes on el directe té més sentit per la força de la immediatesa (roda de premsa, lliurament de premi, festa final), aquest consum és el que preval; en canvi, quan es tracta de sessions que permeten la consulta a la carta sense pèrdua qualitativa de la informació, els diferits guanyen terreny.

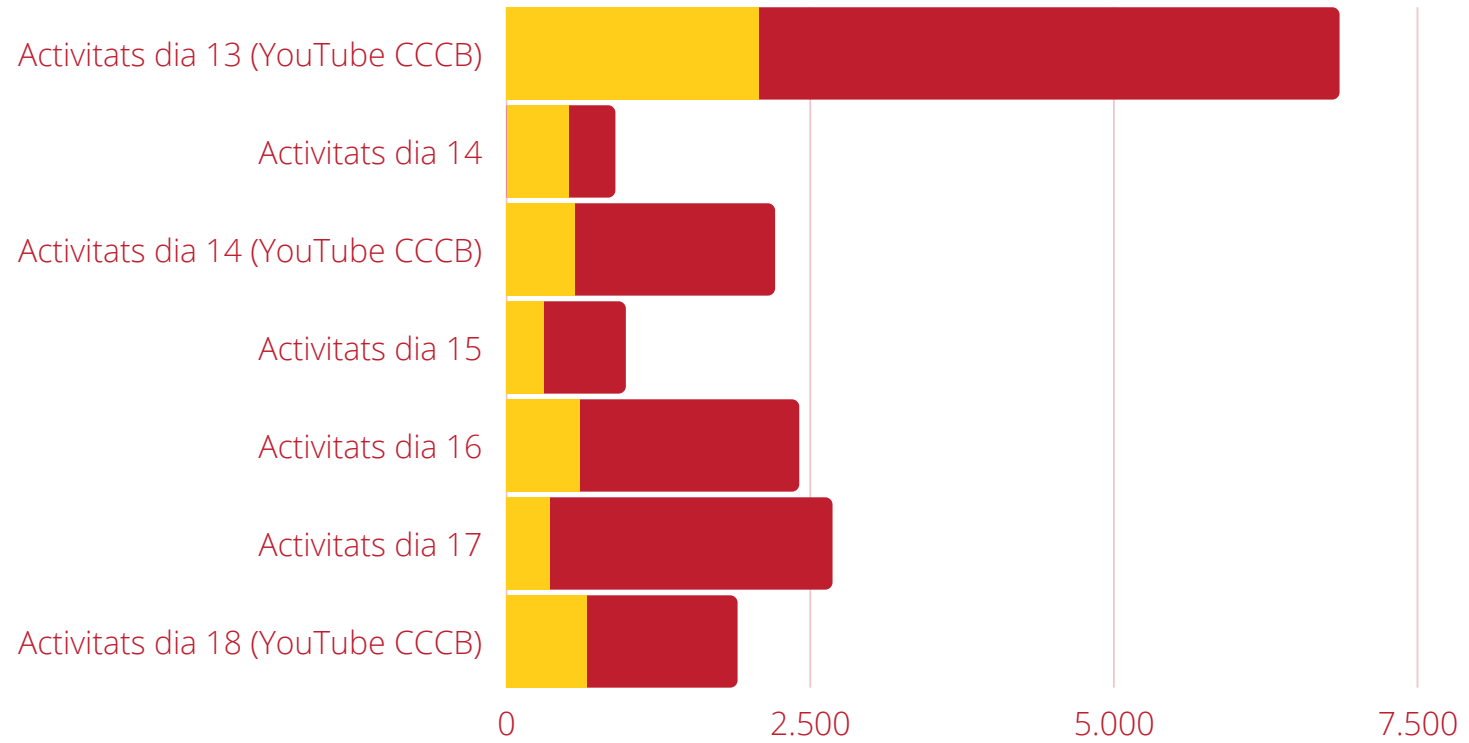
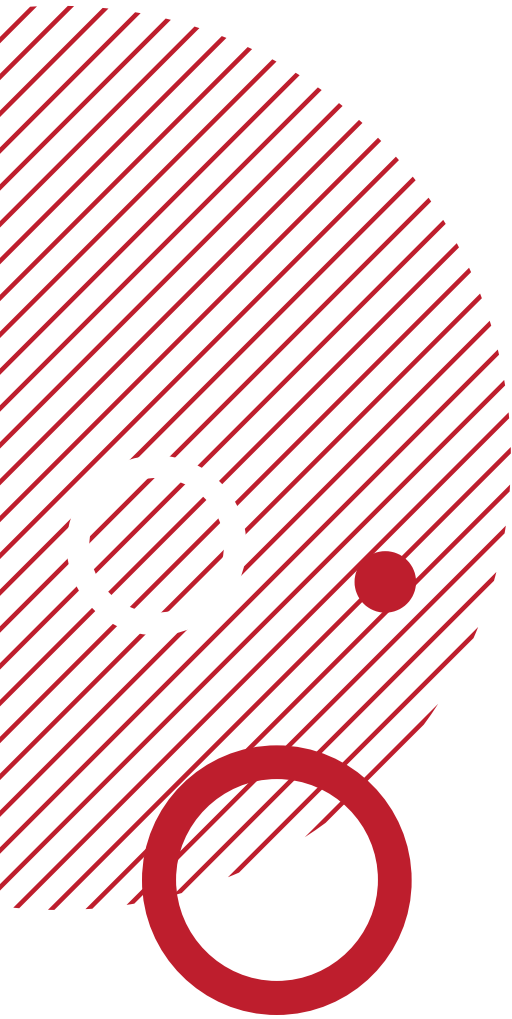
# BIENNAL DE PENSAMENT


## USUARIS WEB 2020



# BIENNAL DE PENSAMENT

INDICADORS ACTIVITATS ONLINE 13-18 octubre



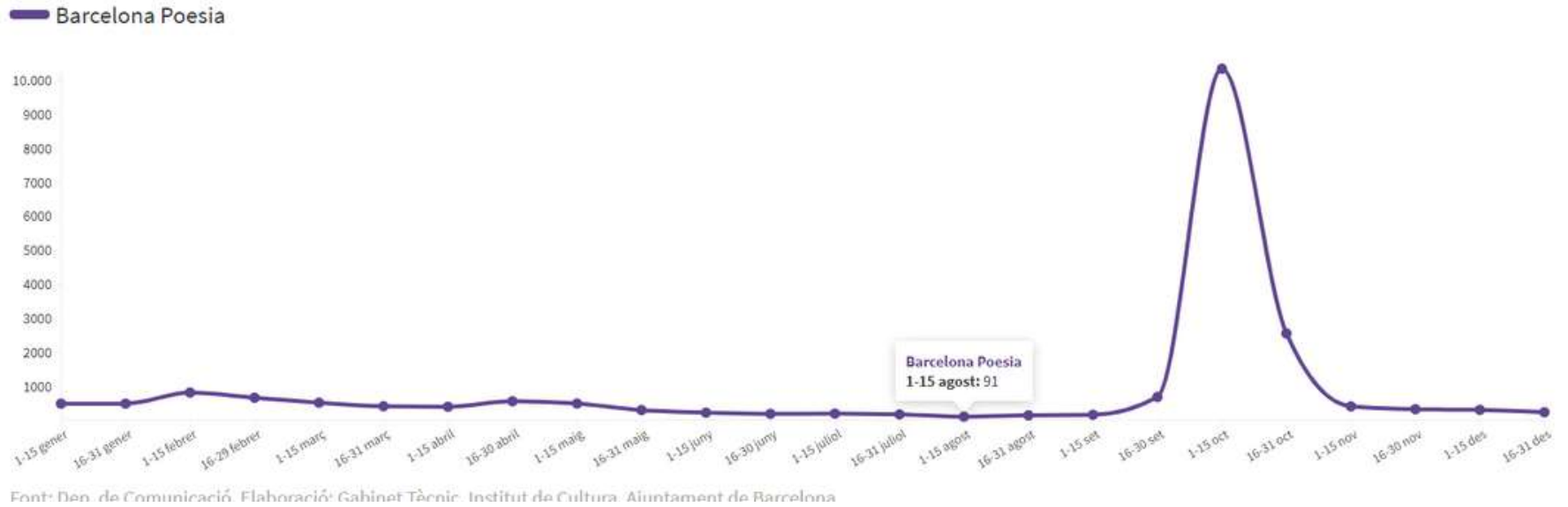
 En directe

 En diferit



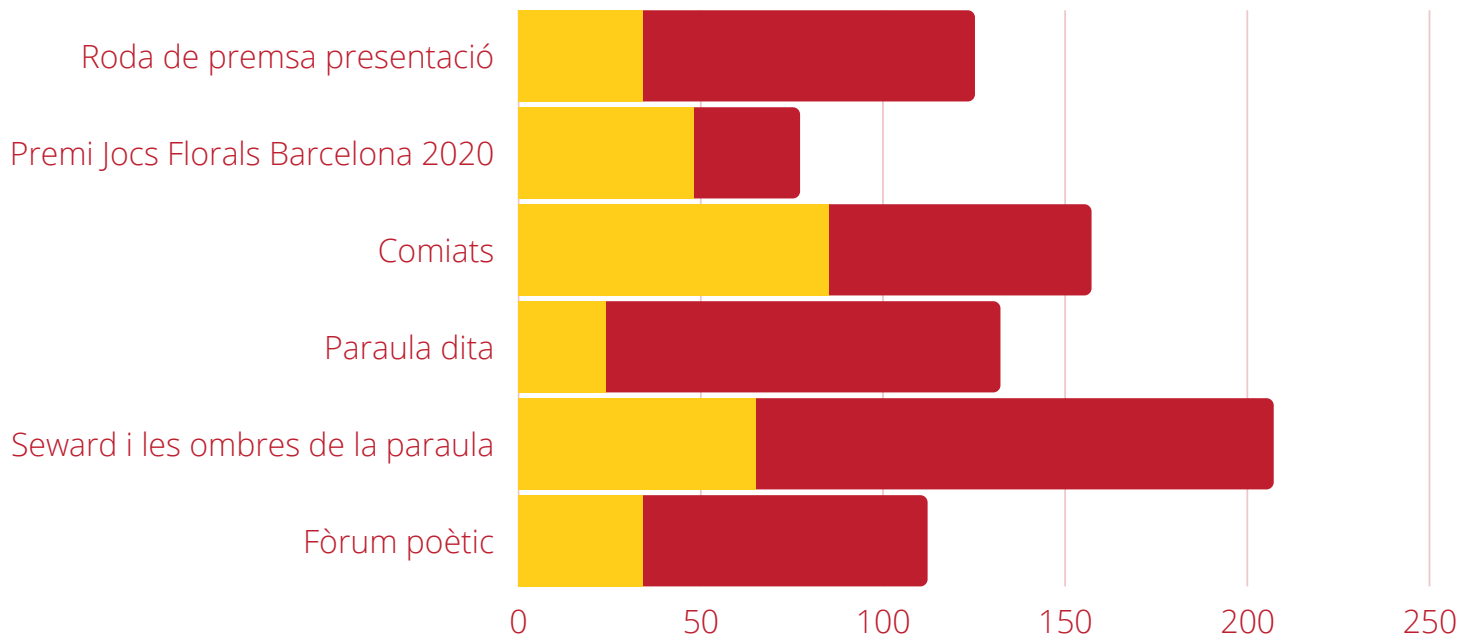
# BARCELONA POESIA

## USUARIS WEB 2020




# BARCELONA POESIA

INDICADORS ACTIVITATS ONLINE 13-18 octubre



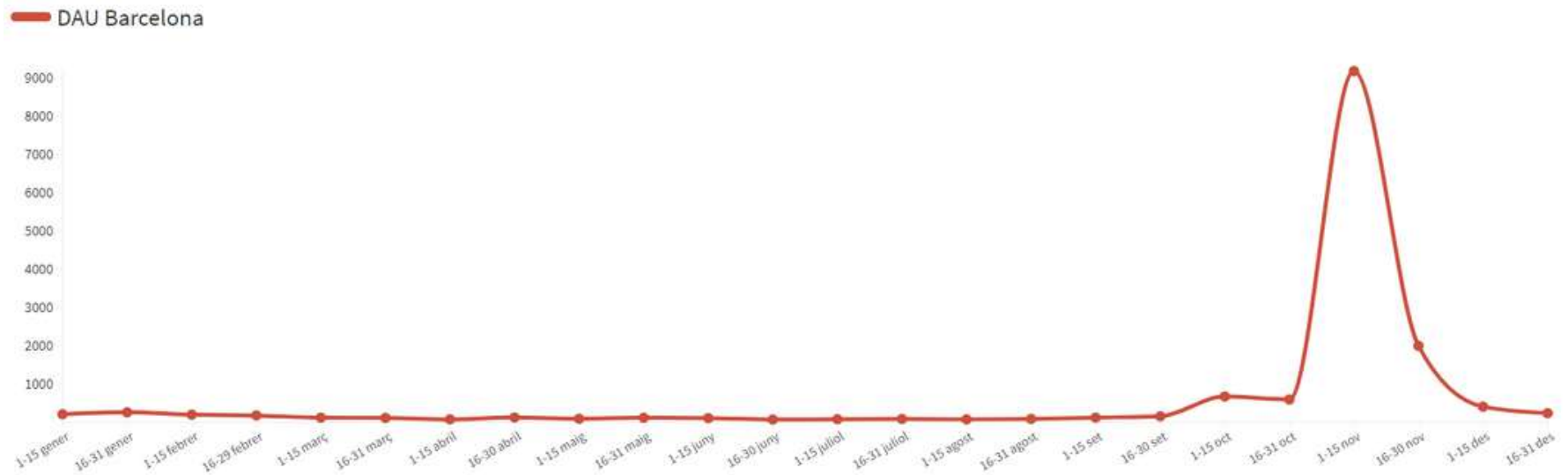
Un cop més, les visualitzacions a la carta prevalen en força dels casos. Resulta sorprenent que estiguin per davant dels directes en la roda de premsa de presentació, però segueixen la lògica quant al lliurament dels premis.

 En directe

 En diferit

# DAU BARCELONA

## USUARIS WEB 2020

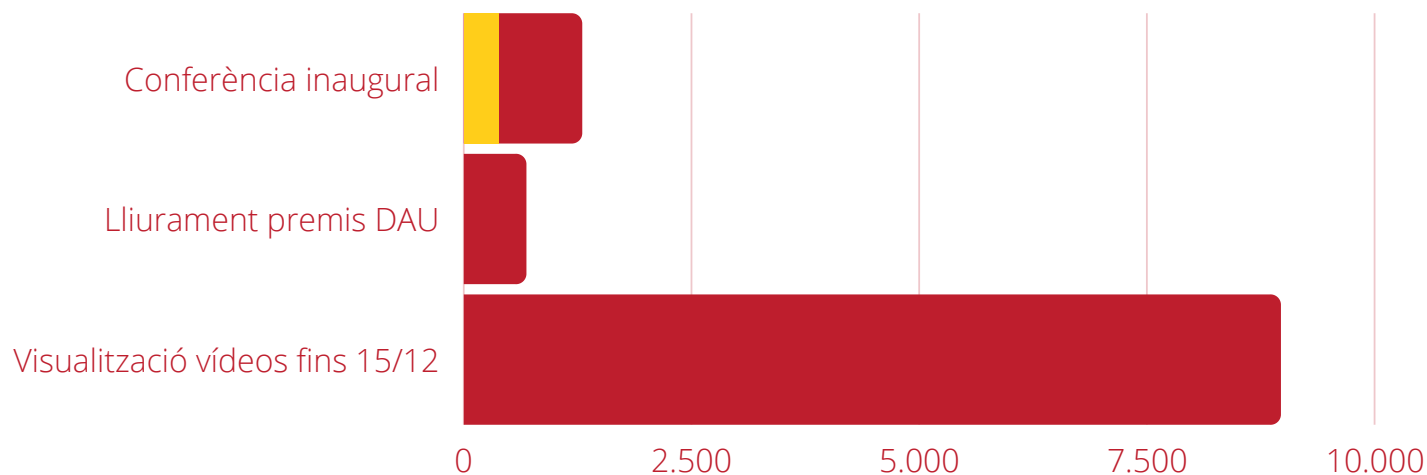


Font: Dep. de Comunicació. Elaboració: Gabinet Tècnic. Institut de Cultura. Ajuntament de Barcelona



# DAU BARCELONA

INDICADORS ACTIVITATS ONLINE novembre/desembre



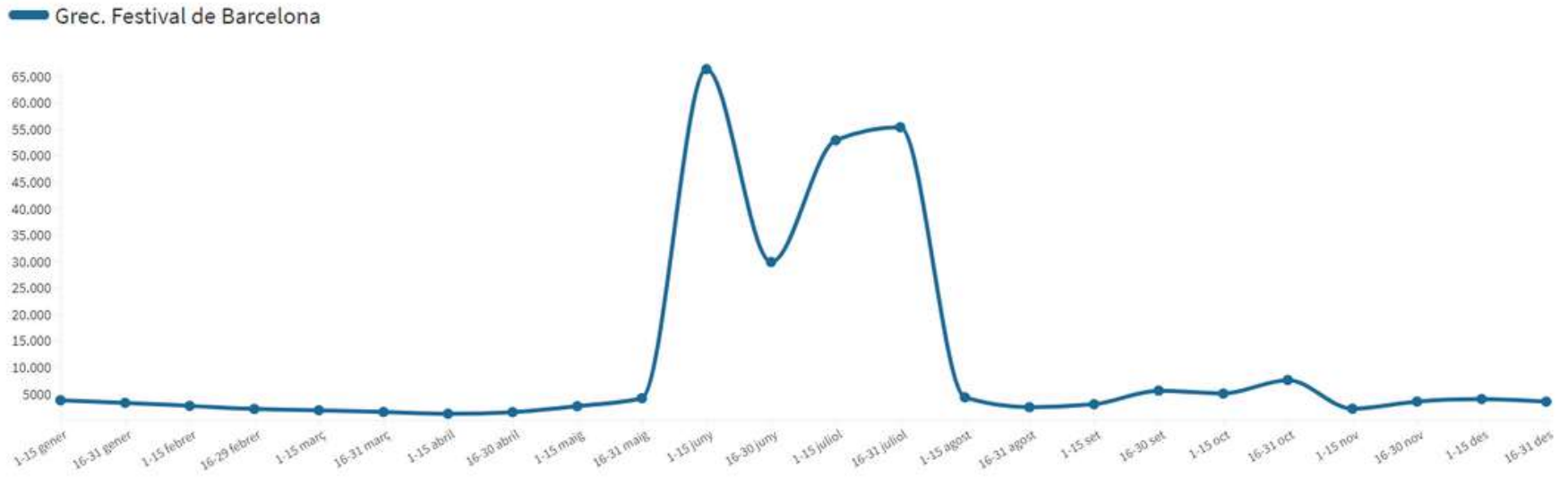
La prevalença dels diferits, en el cas del DAU, ve donada pel format mateix del festival, previst inicialment per celebrar-se de manera presencial a la Fabra i Coats a mitjan novembre però passat a format virtual arran de les xifres de contagis del mes d'octubre i les consegüents mesures adoptades per la Generalitat. Així doncs, el que estava pensat com a complement del DAU presencial, va acabar esdevenint l'únic festival possible; en aquest context, les visualitzacions esdevenen el tot.

 En directe

 En diferit

# GREC FESTIVAL

## USUARIS WEB 2020



Font: Dep. de Comunicació. Elaboració: Gabinet Tècnic. Institut de Cultura. Ajuntament de Barcelona





## **GREC EN OBERT\***

### PÀGINES VISTES - DURADA MITJANA

Les pàgines amb més visites són:

- la relació d'esdeveniments i horaris d'emissions del Grec a Betevé;
- l'emissió radiofònica de l'espectacle “No passa cada dia que algú ens necessiti”;
- l'activitat en línia “Poeta de Guàrdia”.

La mesura de la qualitat d'aquestes visites ens la dona la durada mitjana de les sessions registrades, que encapçalen, per aquest ordre: “Ruta per la Barcelona Americana” i “VeroneseCreador”.

\*Elaborat a partir de les dades incloses a l'informe lliurat per TekneCultura.



## GREC EN OBERT

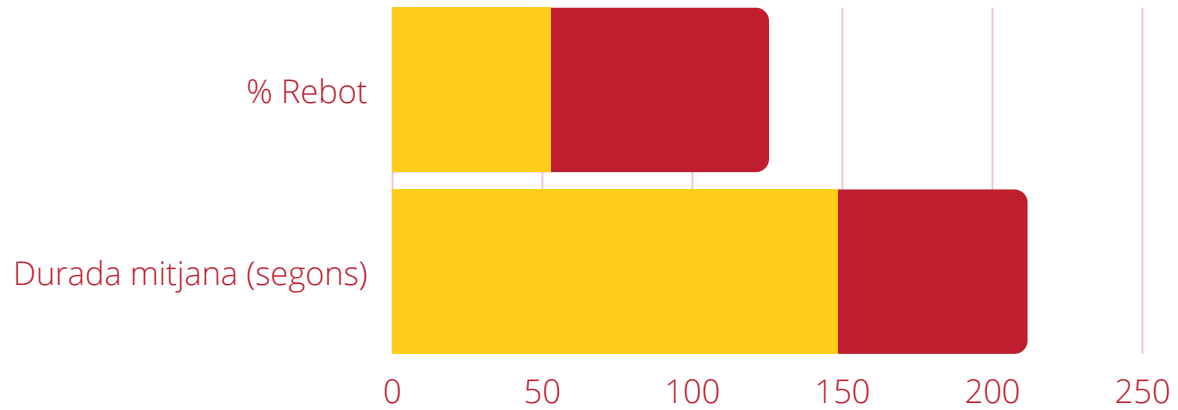
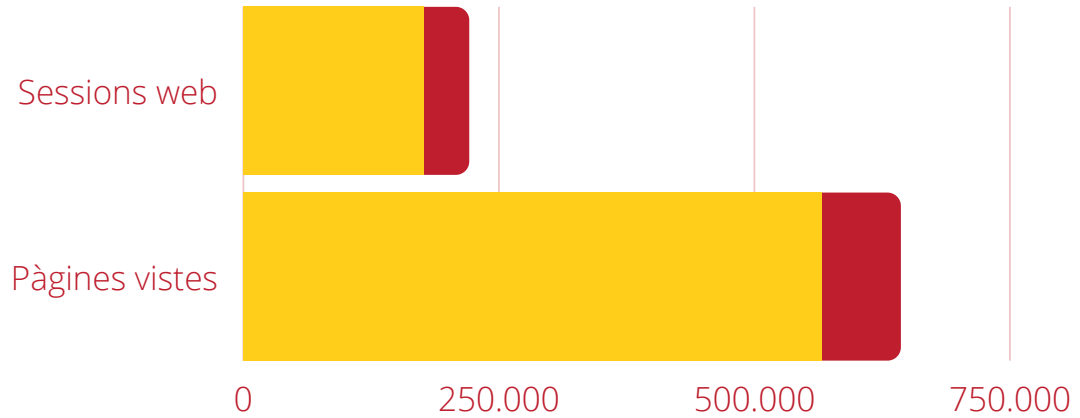
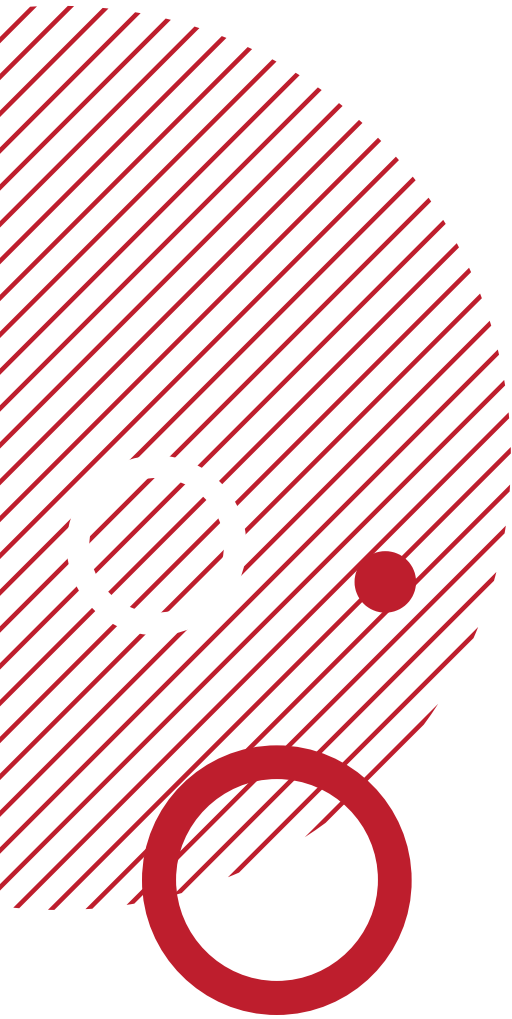
Els continguts web del Grec en Obert registren pràcticament 44.000 sessions web, gairebé el 25% del total. Tant la proporció de pàgines vistes (14% del total), com la durada mitjana de cada sessió són inferiors.

La gran majoria de les sessions i de les visites a pàgines es registren mentre dura el festival (el 96% i el 95% respectivament). Quant a la durada mitjana de les sessions, es manté molt similar per a les registrades tant durant com després del festival.

Quant a la procedència geogràfica de les persones usuàries, pràcticament un 95% de les visites a la web del Grec Festival es van fer des d'alguna localitat espanyola, un percentatge que s'enfila fins al 97% per als continguts del Grec en Obert.

# GREC / GREC EN OBERT

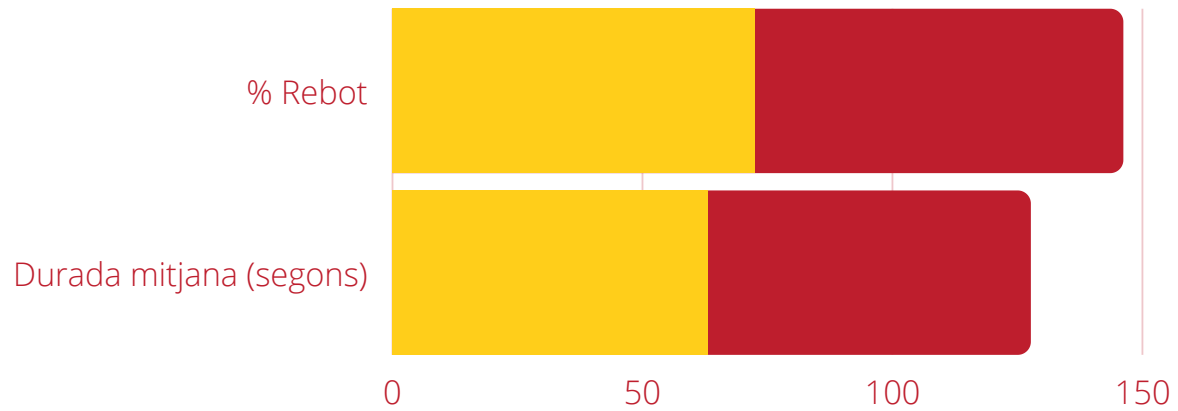
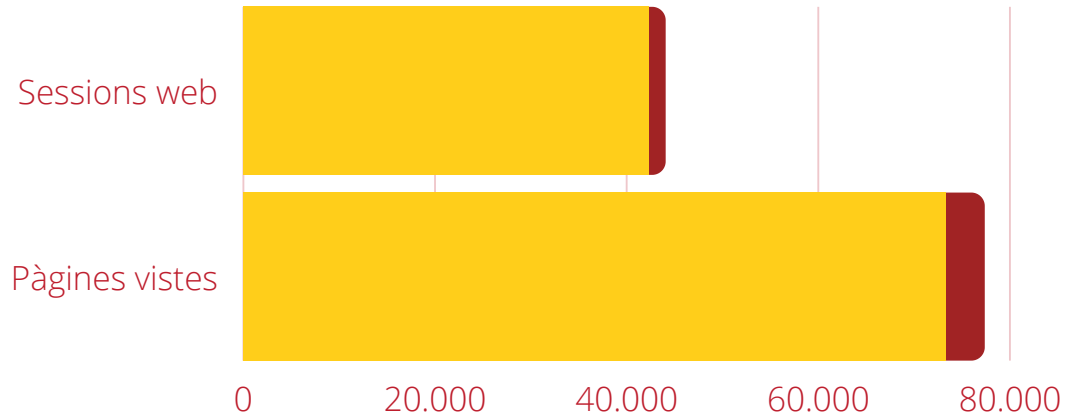
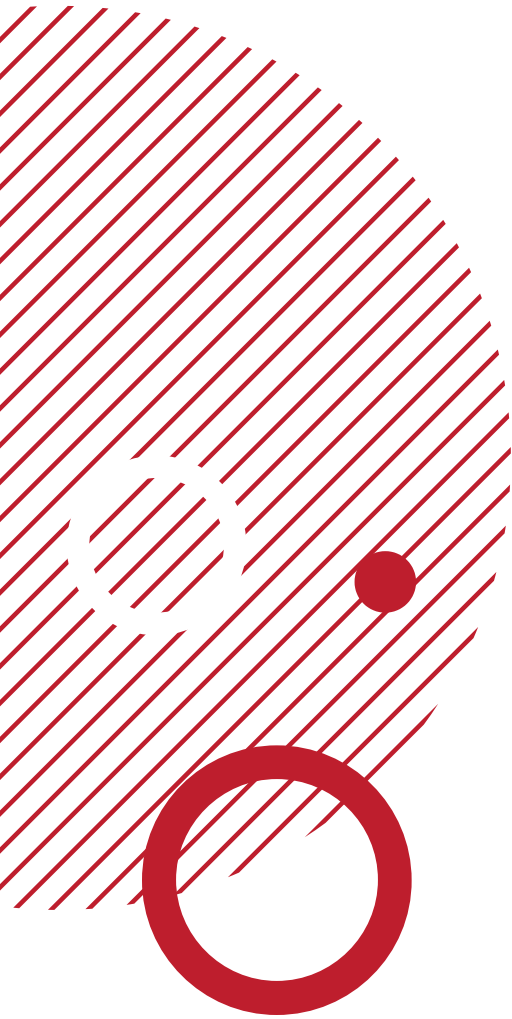
DADES WEB 1 de juliol / 30 de setembre







# GREC EN OBERT

DADES WEB 1 de juliol / 30 de setembre



-  DURANT EL FESTIVAL
-  DESPRÉS DEL FESTIVAL



DISTRIBUCIÓ PER FONTS DE TRÀNSIT

## **GREC / GREC EN OBERT \***

SESSIONS WEB PER FONTS DE TRÀNSIT

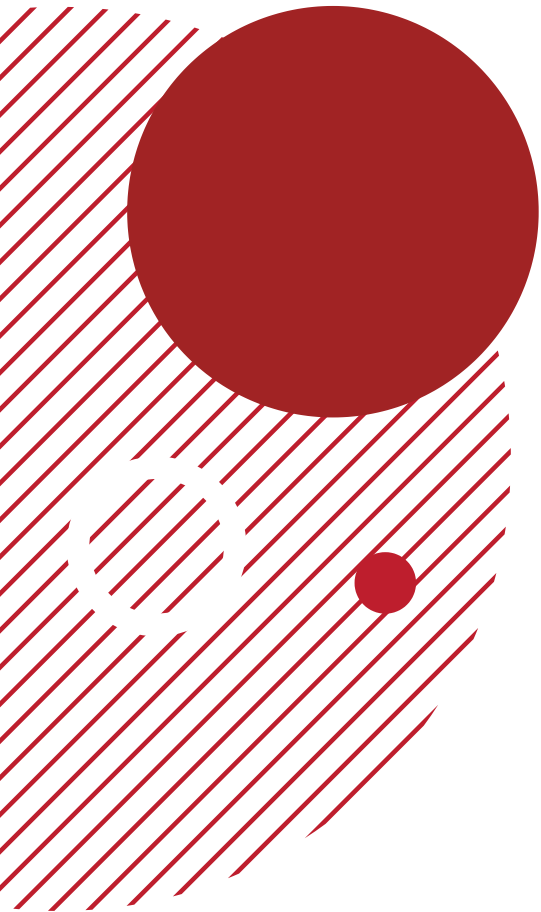
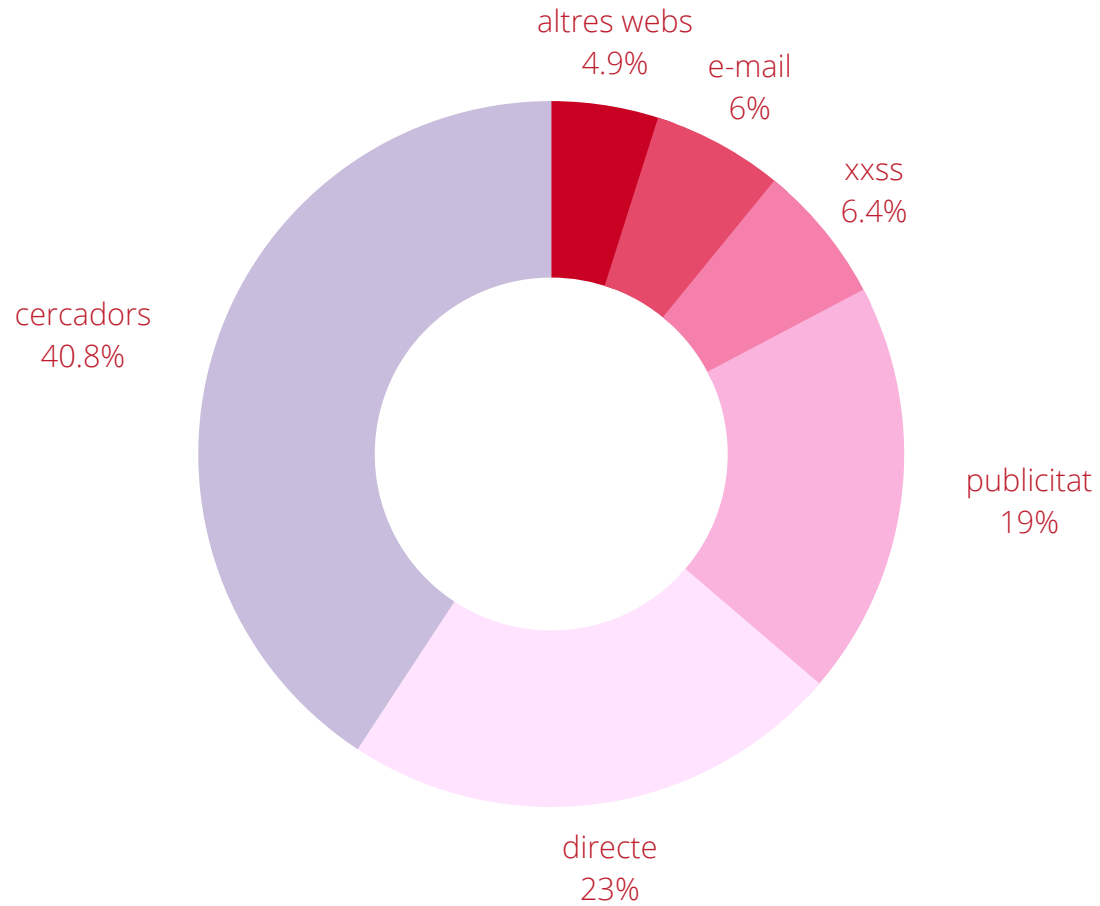
La distribució de les sessions web per font de trànsit presenta diferències notables en funció de si l'anàlisi inclou tots els continguts del Festival Grec o només els del Grec en Obert.

- Per al global, els cercadors i el trànsit directe sumen més del 60% del trànsit total; per al Grec en Obert, en canvi, més del 70% del trànsit prové de la publicitat, principalment de la campanya feta a TV3.
- Cal destacar, doncs, aquesta presència escassa dels cercadors i el trànsit directe per als continguts web del Grec en Obert, que registra les xarxes socials com a segona via d'accés als continguts.

\*Elaborat a partir de les dades incloses a l'informe lliurat per TekneCultura.

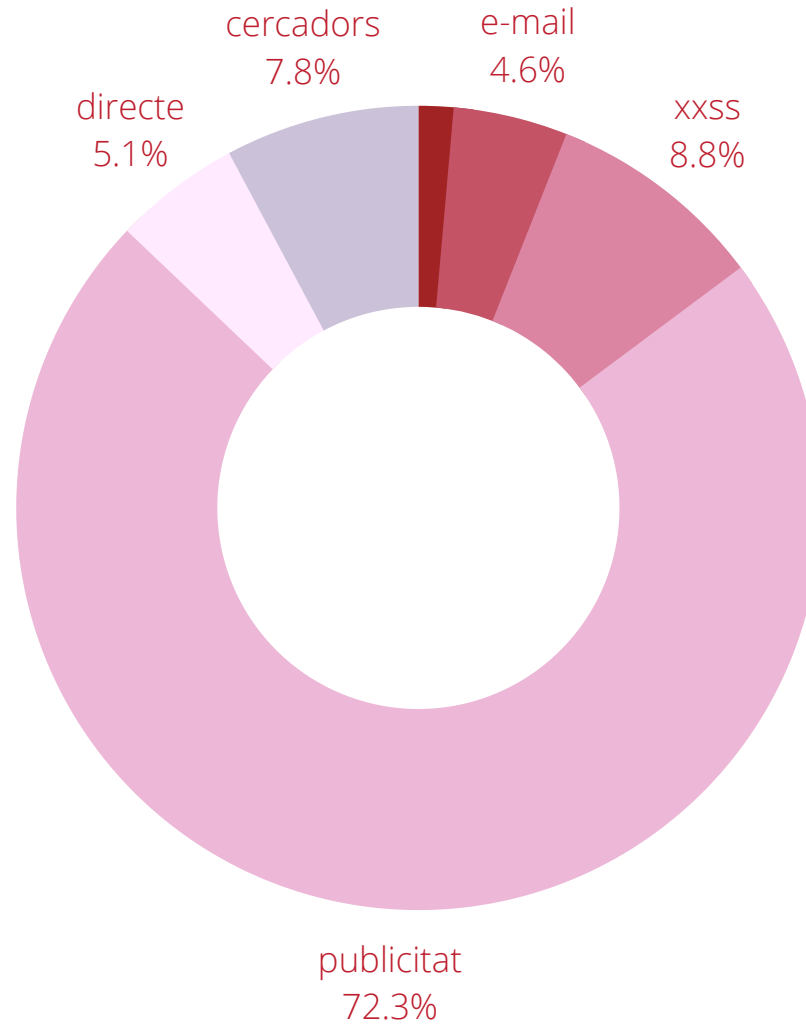
# FESTIVAL GREC

## DISTRIBUCIÓ PER FONTS DE TRÀNSIT



# GREC EN OBERT

## DISTRIBUCIÓ PER FONTS DE TRÀNSIT



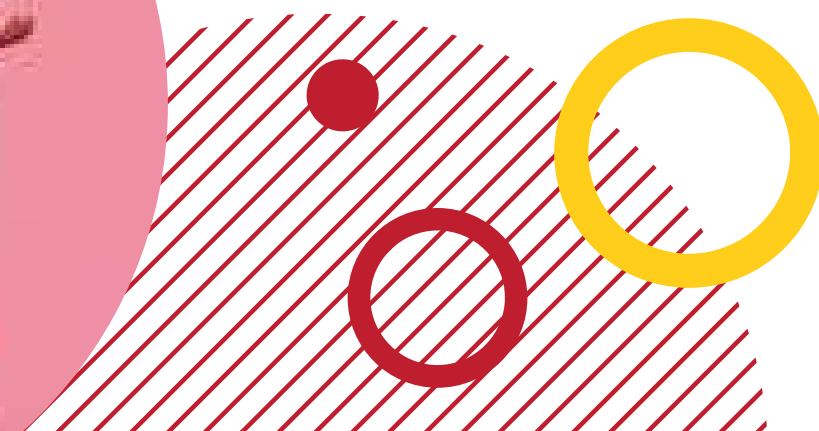
# GREC EN OBERT

## CONTINGUTS DIGITALS - visionats online

Pel que fa als visionats online -i sense comptar Betevé-, la pràctica totalitat (un 96,8%) s'assoleixen mentre dura el festival, mentre que només un 3,2% tenen lloc un cop finalitzat el Festival Grec.

Quant a la distinció entre directes i diferits, la balança està molt més equilibrada: un 48,9% dels visionats online es consumeixen en directe, i un 51,1% a la carta. Tanmateix, us remetem a la pàgina següent per entendre les especificitats de cadascuna d'aquestes tipologies de consum.

Per últim, en relació a la distribució geogràfica dels visionats, Espanya en concentra el 97%.

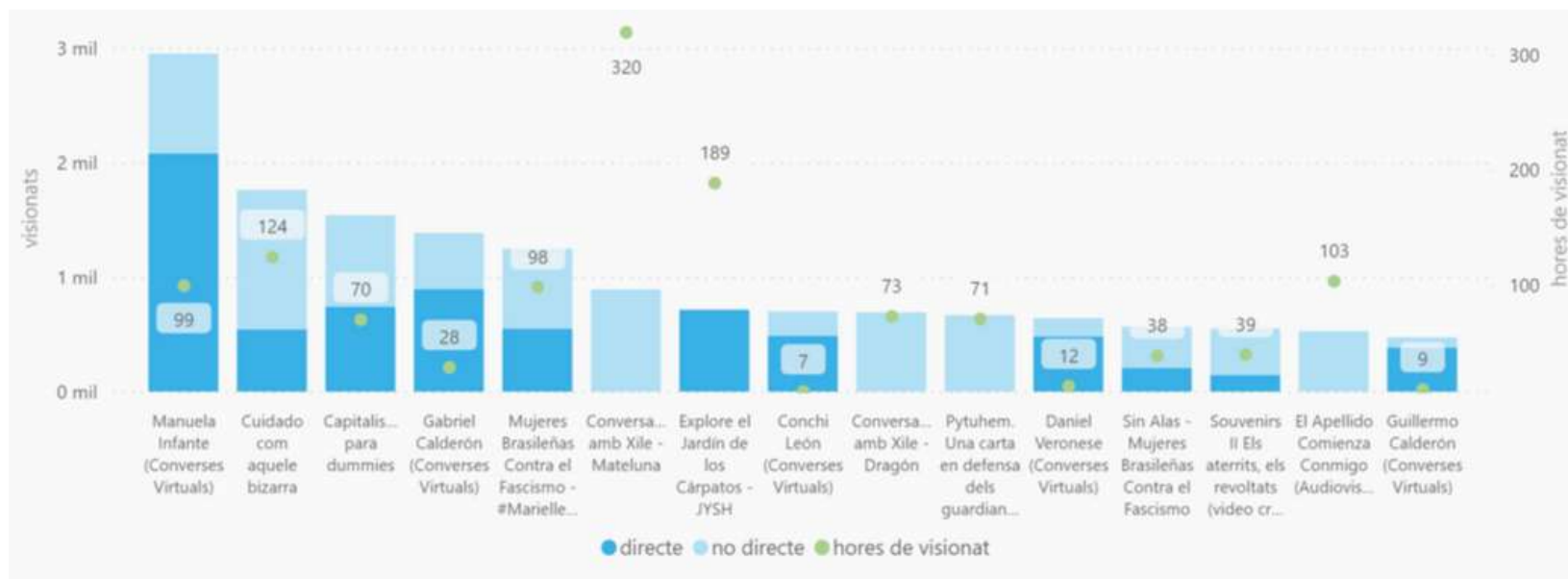


# GREC EN OBERT

## CONTINGUTS DIGITALS - directe / a la carta

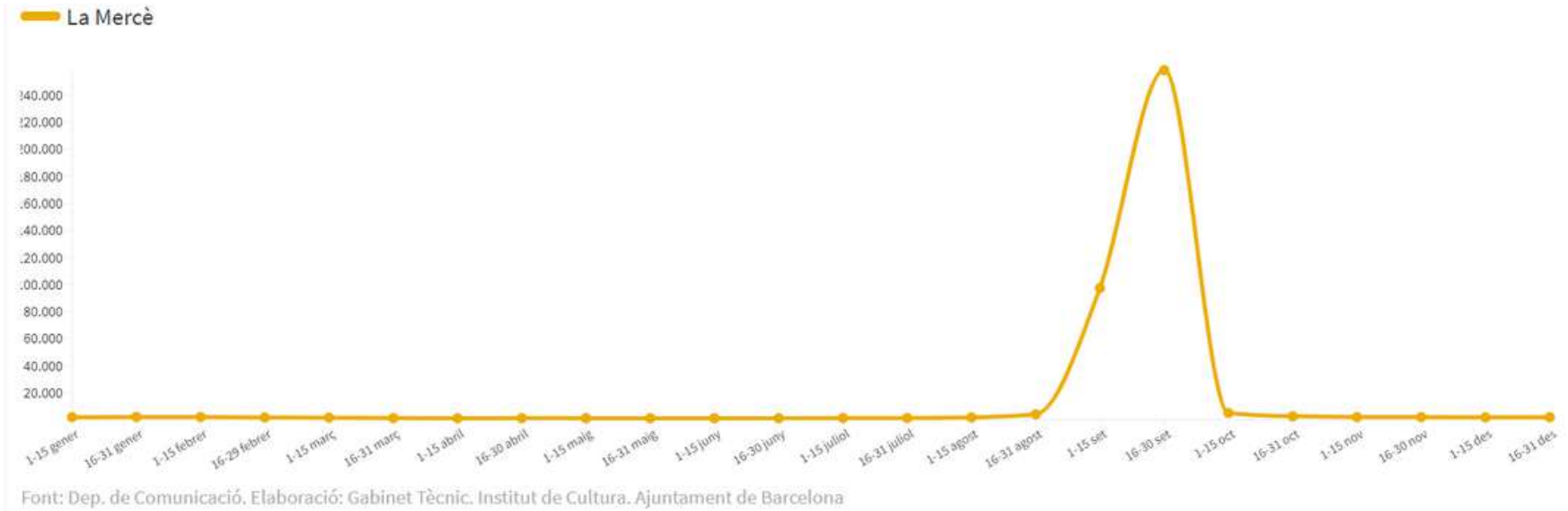
Hi ha diferències importants entre el consum dels continguts digitals segons si es tracta d'emissions en directe o visionats a la carta. Les dades analitzades palesen que una part important dels visionats (la més qualitativa) té lloc després d'aquestes emissions en directe.

### Esdeveniments online - top 15



# LA MERCÈ

## USUARIS WEB 2020



# LA MERCÈ

ACTIVITAT ALS WEBS RELACIONATS AMB LA MERCÈ 2020

1-15 SET

## LA MERCÈ

SESSIONS 158.701  
PÀGINES VISTES 933.862  
PÀG./SESSIÓ 5,9

## BAM

SESSIONS 12.158  
PÀGINES VISTES 67.867  
PÀG./SESSIÓ 5,6

## CULTURA POPULAR

SESSIONS 12.979  
PÀGINES VISTES 21.063  
PÀG./SESSIÓ 1,6

## BARCELONA CULTURA

SESSIONS 38.023  
PÀGINES VISTES 54.537  
PÀG./SESSIÓ 1,4

16-26 SET

## LA MERCÈ

SESSIONS 312.496  
PÀGINES VISTES 1.174.917  
PÀG./SESSIÓ 3,76

## BAM

SESSIONS 11.757  
PÀGINES VISTES 39.059  
PÀG./SESSIÓ 3,32

## CULTURA POPULAR

SESSIONS 13.163  
PÀGINES VISTES 21.847  
PÀG./SESSIÓ 1,66

## BARCELONA CULTURA

SESSIONS 34.598  
PÀGINES VISTES 49.246  
PÀG./SESSIÓ 1,42



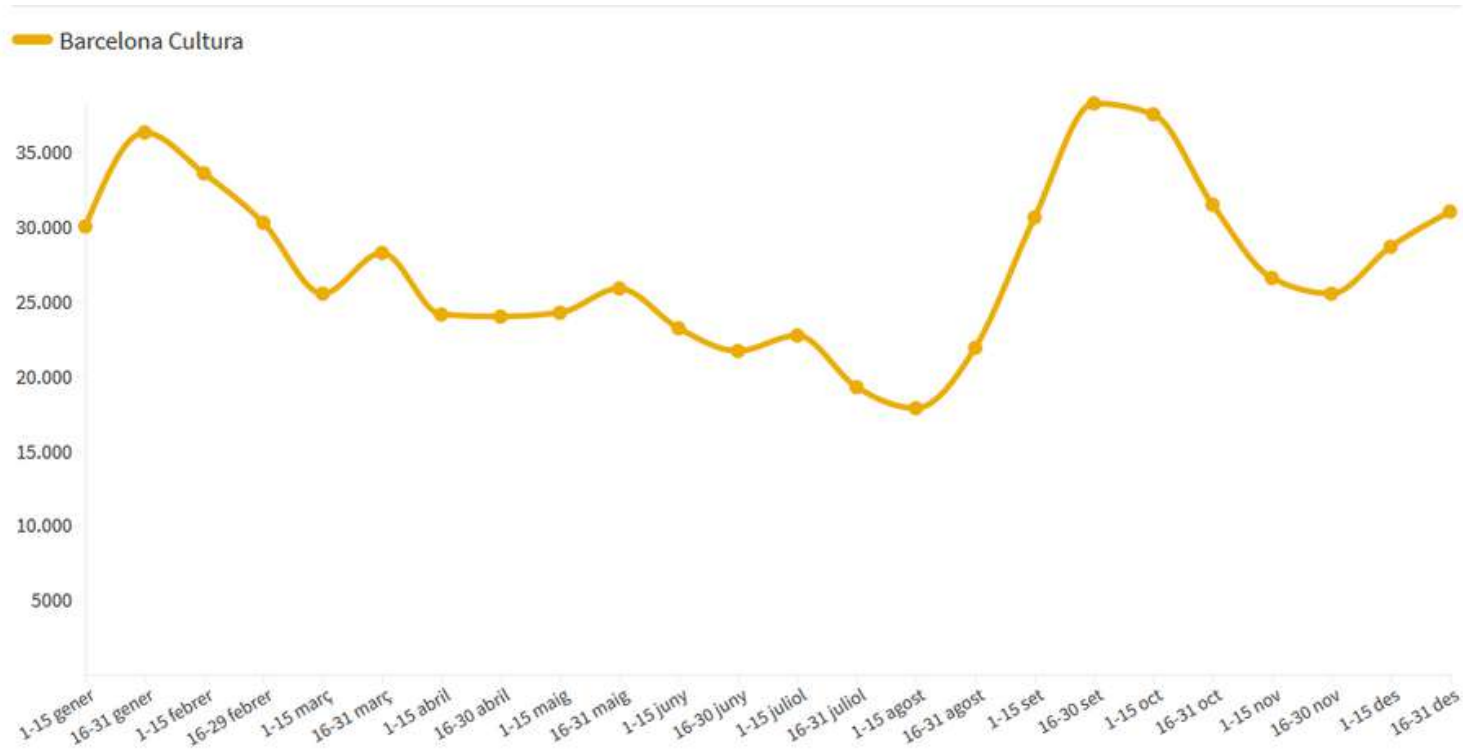
The background features a large yellow circle on the left with a red diagonal line pattern. A large white circle is on the right. A red circle is at the bottom center. Other elements include a white circle, a red circle, and a red dot scattered across the yellow background.

# **BARCELONA CULTURA**

**INDICADORS  
DIGITALS 2020**

# BARCELONA CULTURA

## USUARIS WEB



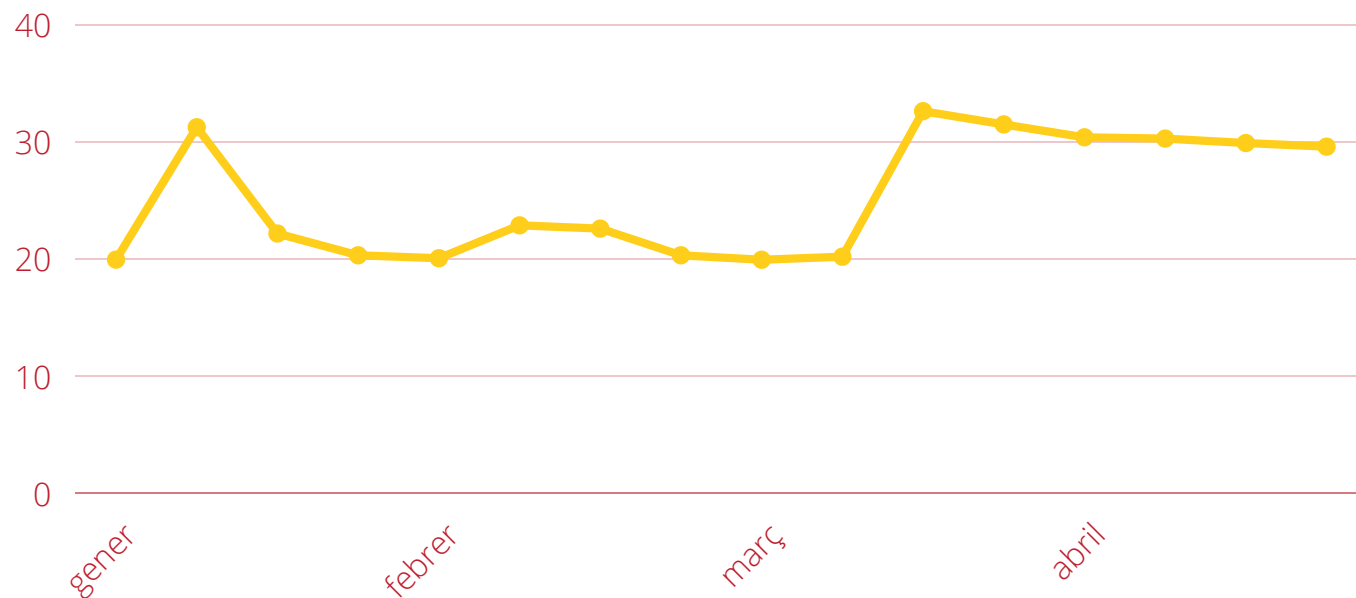
Font: Dep. de Comunicació. Elaboració: Gabinet Tècnic. Institut de Cultura. Ajuntament de Barcelona



# BARCELONA CULTURA

BUTLLETÍ (gener-abril)

Taxa d'obertura (%)



Amb l'inici del confinament, es van fer modificacions en el contingut del butlletí per adaptar-lo a la nova situació. Una d'aquestes modificacions va ser la despublicació de la secció "A més a més" que conté enllaços a webs de serveis com Last Minute, Tiquet Rambles o "Et convidem", entre d'altres. Aquest fet pot haver influït en l'augment de la taxa d'obertura.

# FÀBRIQUES DE CREACIÓ

INDICADORS  
DIGITALS 2020

# NAU IVANOW

## XARXES SOCIALS



**FACEBOOK**  
7.759 M'AGRADA  
8.583 SEGUIDORS  
273 POSTS

The Facebook statistics are presented in a yellow circle. The background of the entire infographic features a large red circle with diagonal hatching, and several smaller yellow and red circles are scattered on the left side.



**TWITTER**  
8.091 SEGUIDORS  
1.730 SEGUINT  
340 TUI TS

The Twitter statistics are presented in a red circle.

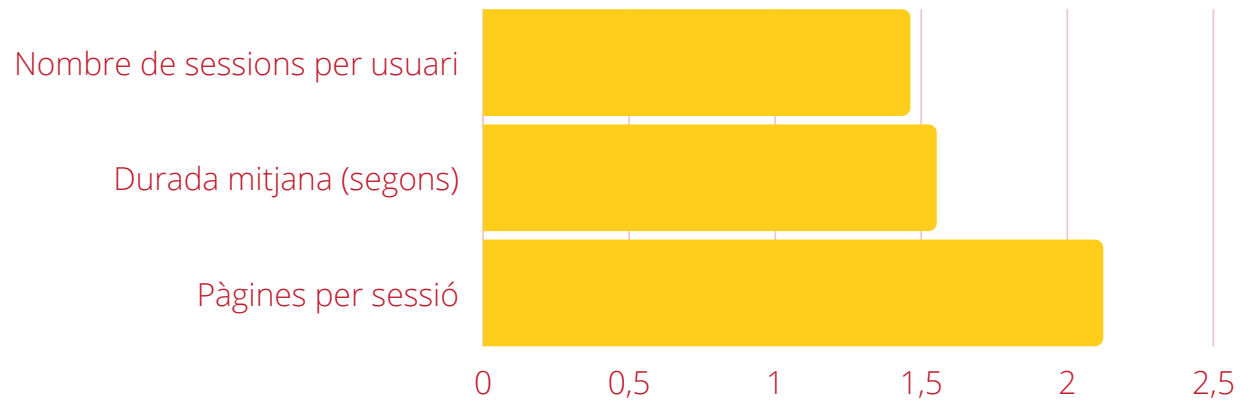


**INSTAGRAM**  
4.471 SEGUIDORS  
117 PUBLICACIONS  
8.649 M'AGRADA

The Instagram statistics are presented in a red circle.

# NAU IVANOW

## DADES WEB



Usuaris: 18.514

Usuaris nous: 18.383

# NAU IVANOW

ACTIVITATS ONLINE

## VIMEO

34 VÍDEOS NOUS  
1.101 VISITES  
642 ESPECTADORS ÚNICS

## JORNADES EXIT ONLINE

630 INSCRITS

## PROYECTO BITÁCORA

2 STREAMINGS D'ASSAJOS DE LA COMPANYIA  
PROJECTE INGENU AMB LA RUTA DE LA PLATA

YOUTUBE: 66 VISUALITZACIONS  
INSTAGRAM: 1.259 VISUALITZACIONS

## LAB PROJECTS ONLINE

26 ASSISTENTS

The background features a large yellow circle on the left with a red hatched pattern. A large white circle is on the right. A red circle is at the bottom center. Several other circles in white and red are scattered throughout the design.

# **BIBLIOTEQUES (PROPERAMENT)**

**INDICADORS  
DIGITALS 2020**





**GRÀCIES!**

**GABINET TÈCNIC - INSTITUT DE CULTURA DE BARCELONA**



**Ajuntament de  
Barcelona**