

INDICADORS DIGITALS 2020

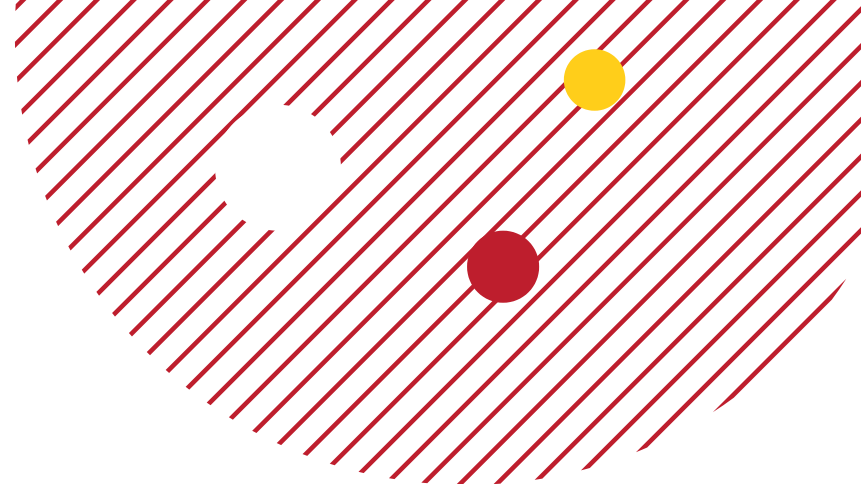


UNA APROXIMACIÓ A LES DADES EN TEMPS DE PANDÈMIA



Ajuntament de
Barcelona

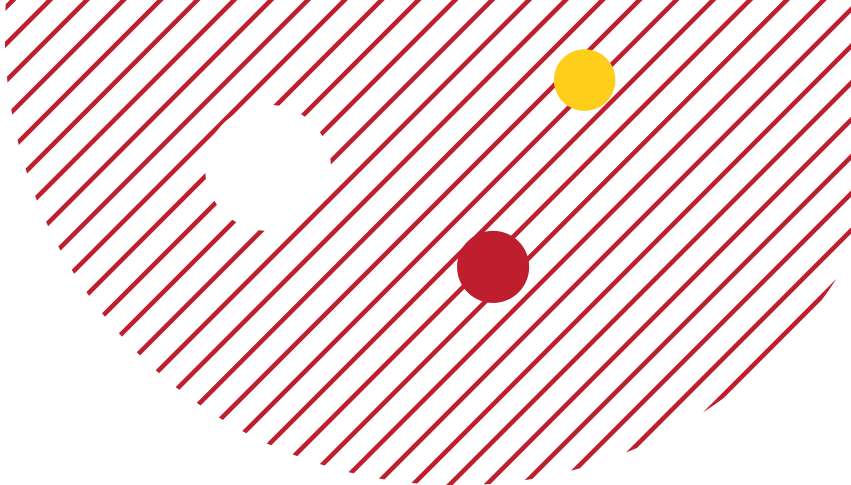
PUNT DE PARTIDA



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.

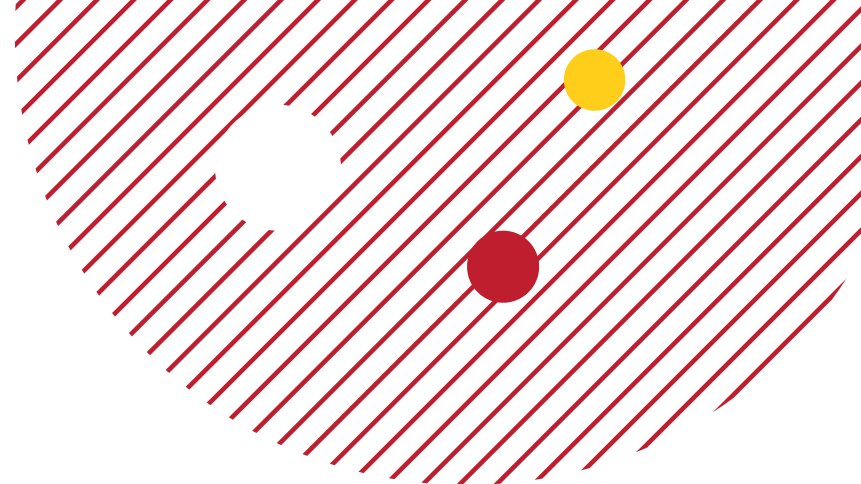
Amb el decurs dels mesos, ens hem adonat que la via digital ha de pensar-se com una nova forma de presentar continguts i no ha de consistir a traslladar la presencialitat a l'entorn digital, tret de casos ben concrets. Aquesta és una de les lliçons que hem après, de grat o per força.



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

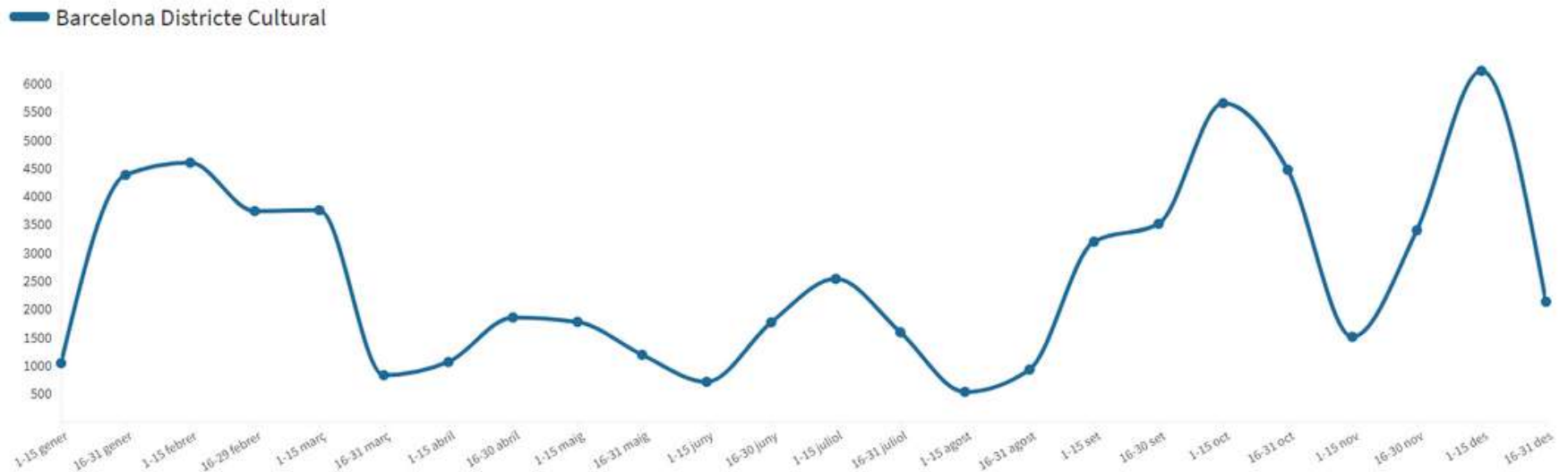
Els centres cívics són dels equipaments que, a causa de les seves particularitats i diversitat, mostren més variabilitat pel que fa a la recollida d'indicadors. La presencialitat ha estat sempre la marca d'identitat dels centres, estretament arrelats als barris, una interacció que al març de 2020 es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

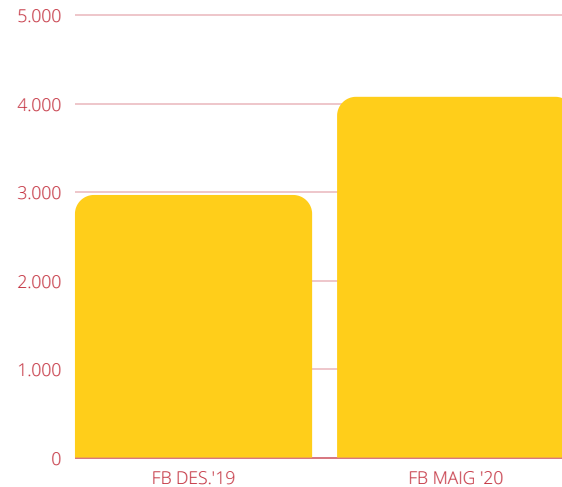


Després de la davallada lògica arran del confinament, les consultes es mantenen i fluctuen, però és després de l'estiu que s'enfilen fins a pics superiors als prepandèmics; ara bé, al novembre els indicadors decauen i posteriorment es recuperen per tornar a una davallada que segueix la tendència general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

BARCELONA DISTRICTE CULTURAL

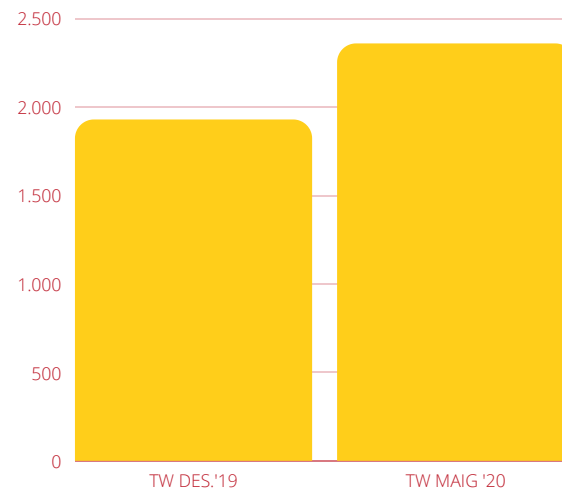
SEGUIDORS A LES XARXES (des. 2019 / maig 2020)

facebook

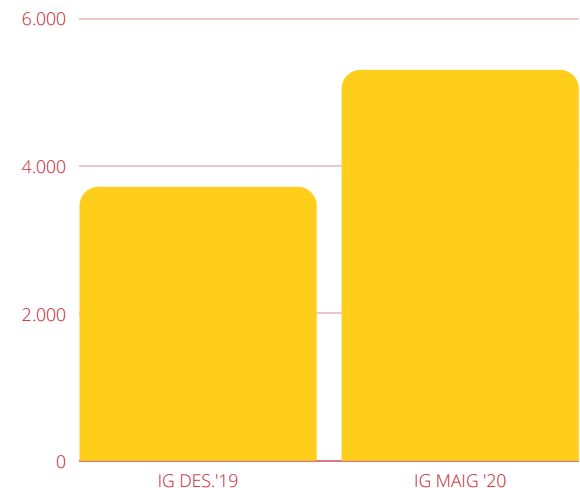


El creixement a les xarxes arran del confinament ha estat molt significatiu, sobretot a Instagram, amb un augment del 42,2%, per davant de Facebook (37,45%) i Twitter (22,3%).

twitter



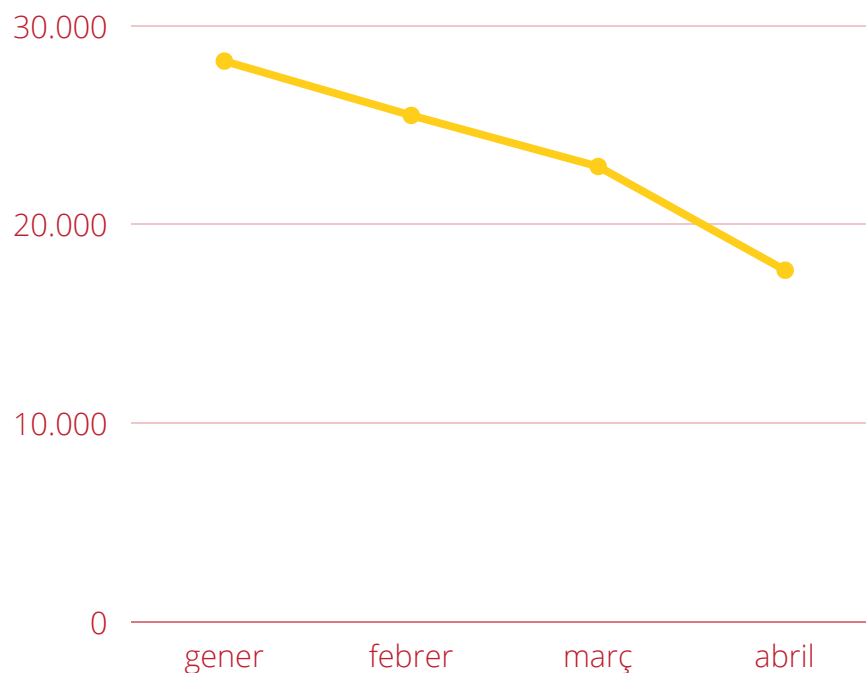
instagram



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.



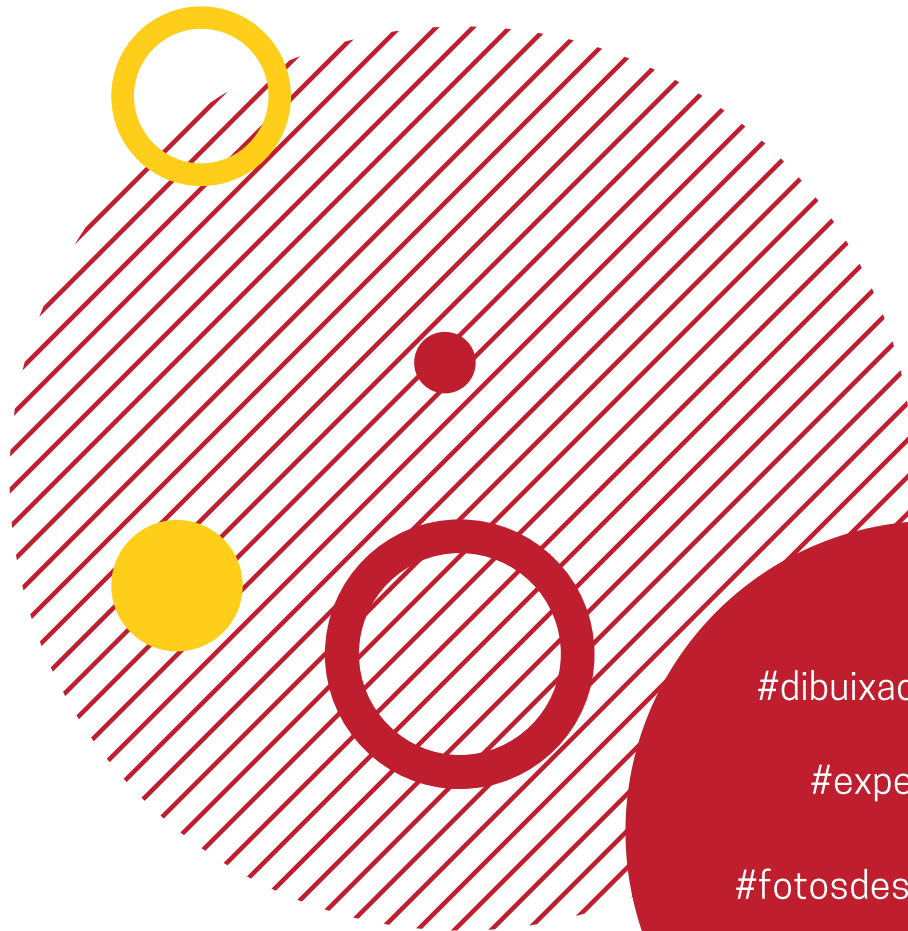
També van caure, en una mesura similar, les pàgines vistes i el nombre d'usuaris.

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.



#aulameteodesdecasa

#votadesdecasa

#dansadesdecasa

#salutdesdecasa

#poesiadesdecasa

#dibuixadesdecasa

#experimentsdesdecasa

#fotosdesdecasa

#músicadesdecasa

#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...

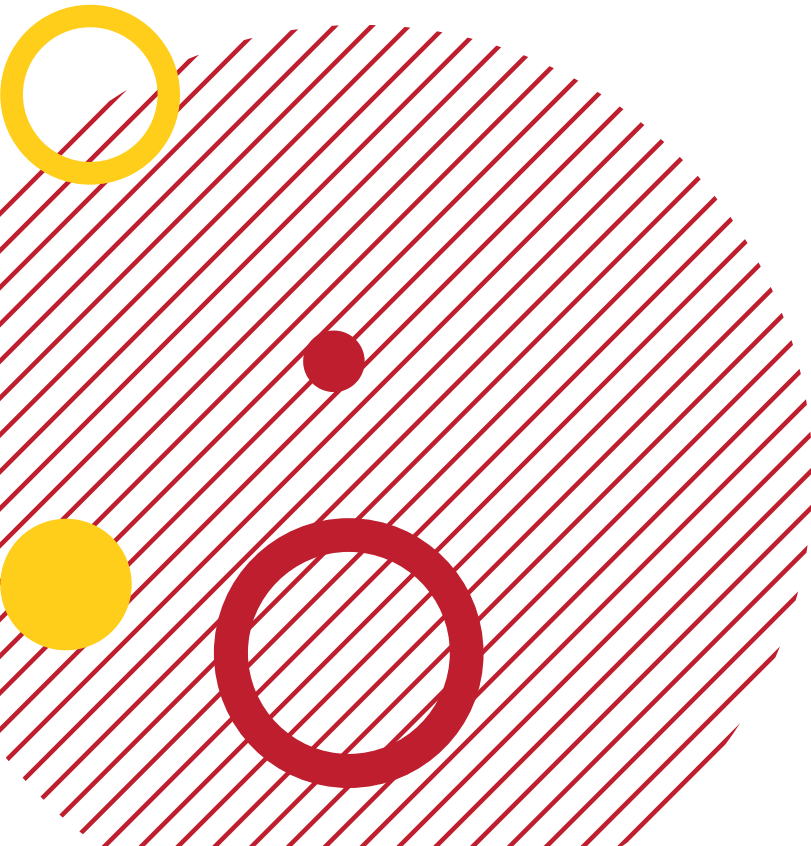
A més, i com ja és habitual, el web del centre va dedicar una part important de la programació a la infància a través de la iniciativa **El casal a casa!**, amb propostes per a dos grups d'edat, de 0 a 3 i de 4 a 12 anys, que van poder gaudir de vídeos, activitats, articles, jocs i espectacles.



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



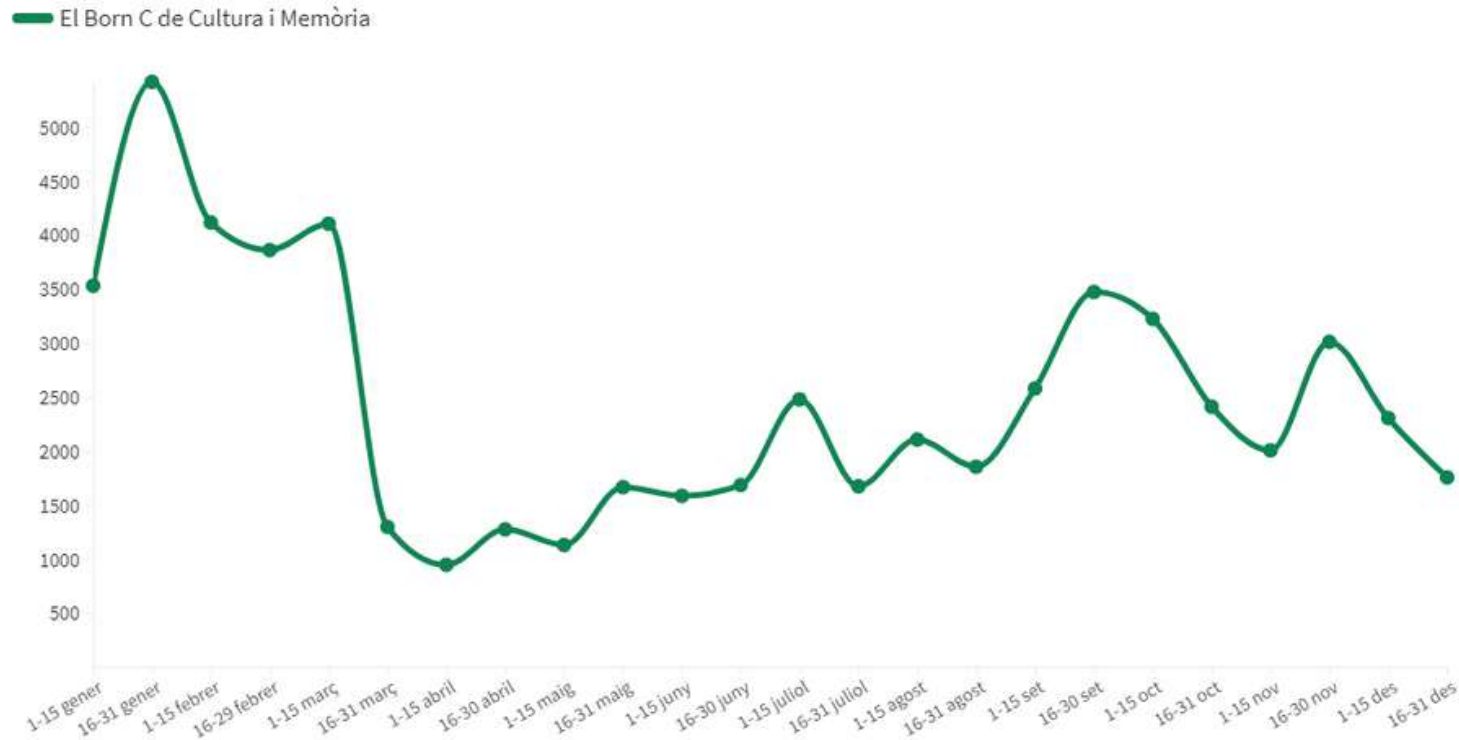
MUSEUS I CENTRES D'ART

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

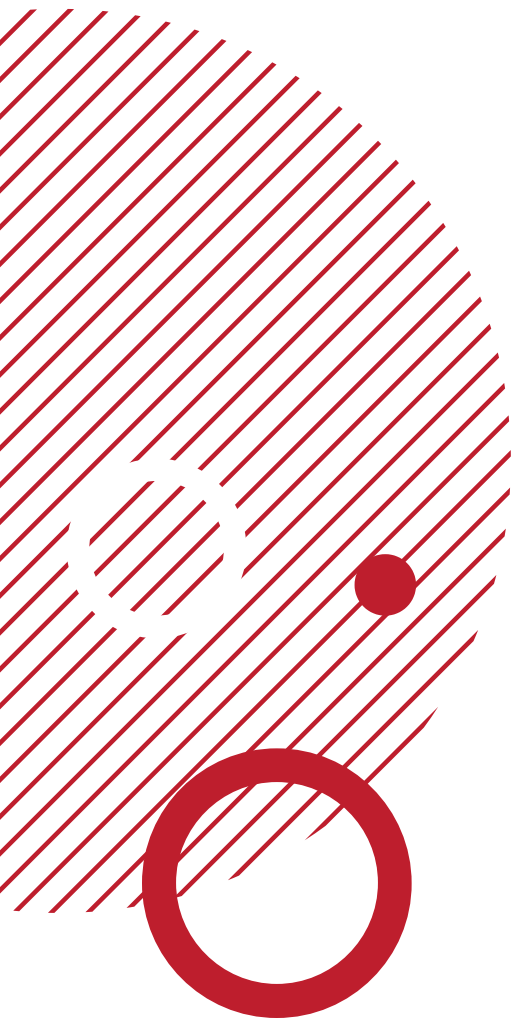
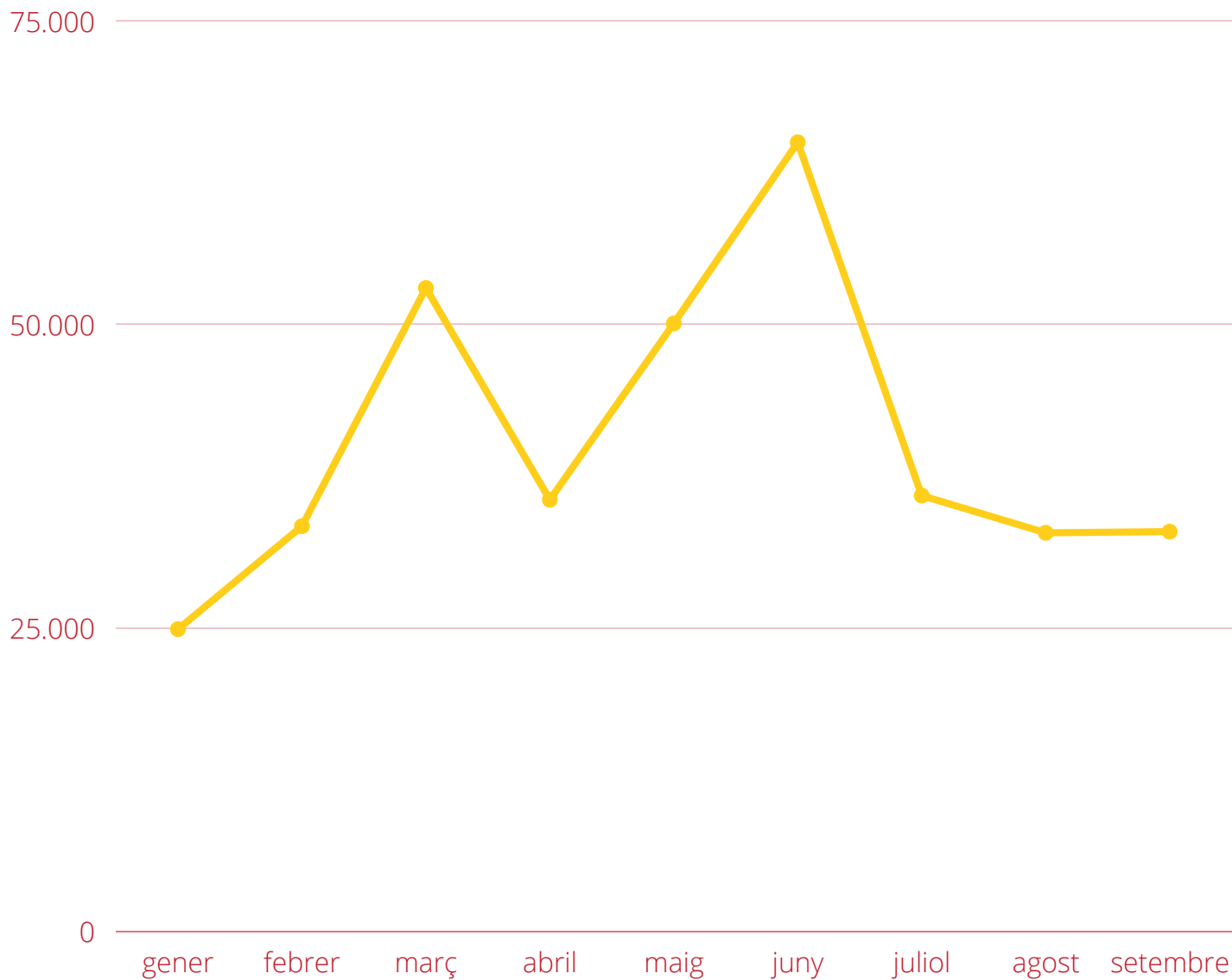
52 ESPECTADORS EN DIRECTE
7 PIC ESPECTADORS SIMULTANIS
54 VISUALITZACIONS

LIVE INSTAGRAM TALLER DIBUIX

307 VISUALITZACIONS

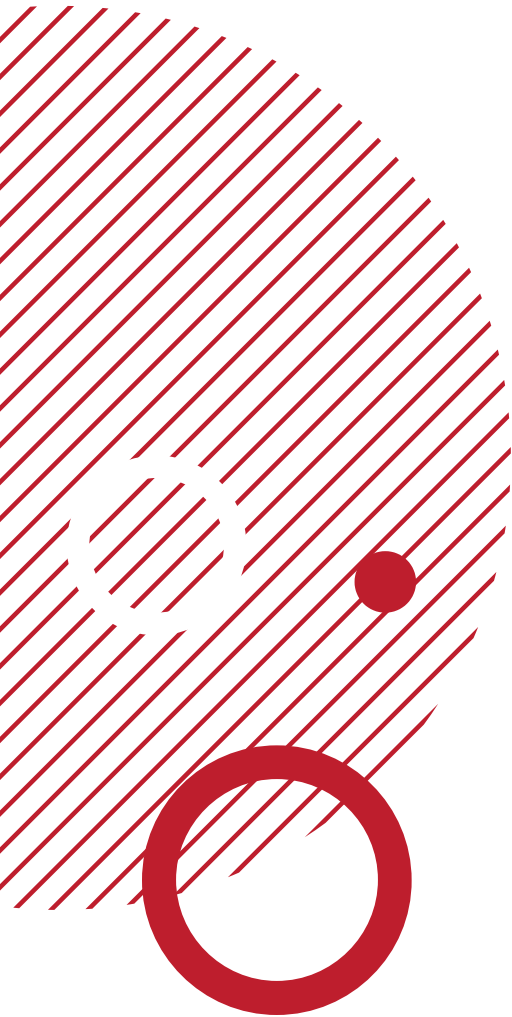
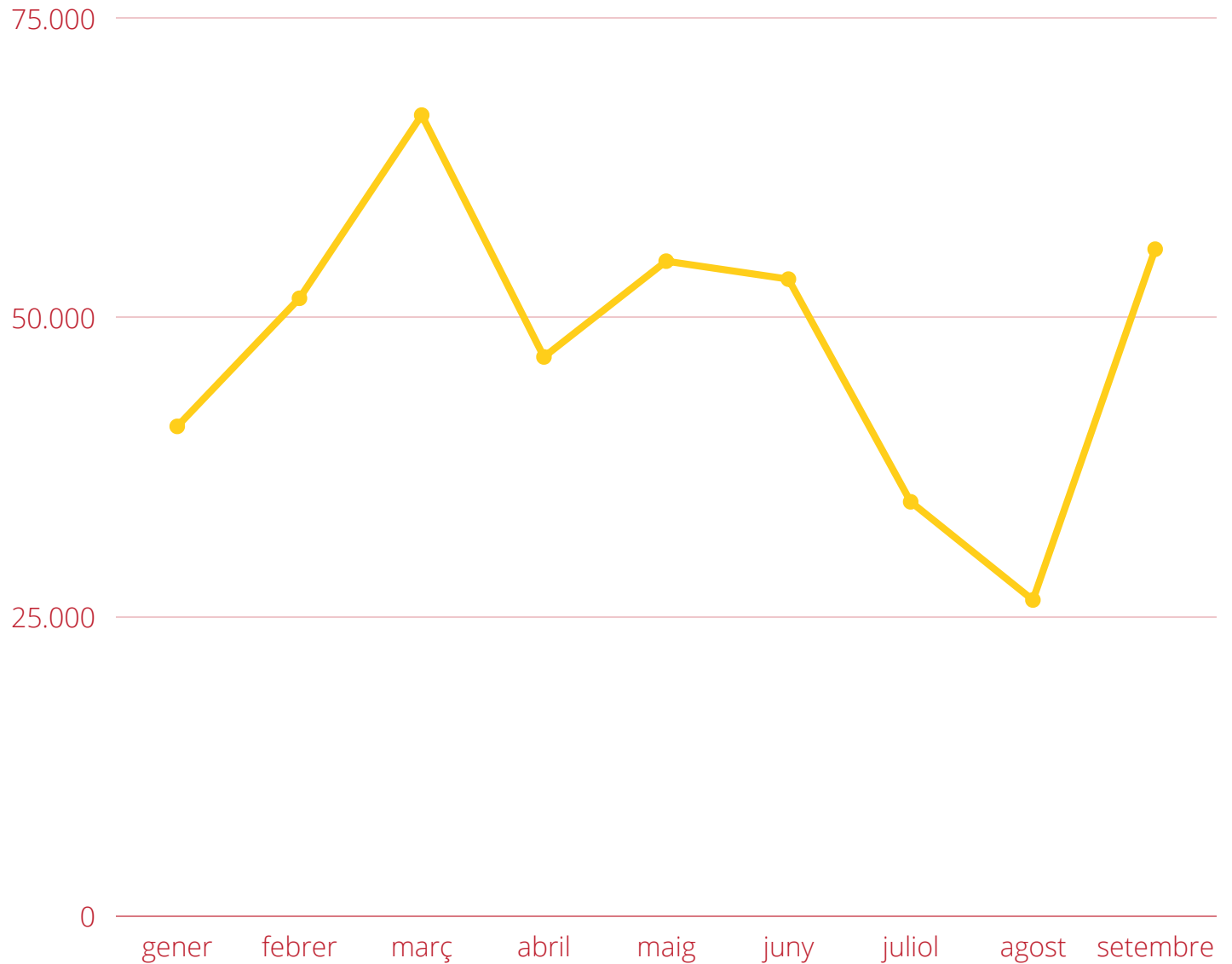
LA VIRREINA CENTRE DE LA IMATGE

INDICADORS XARXES SOCIALS - FACEBOOK



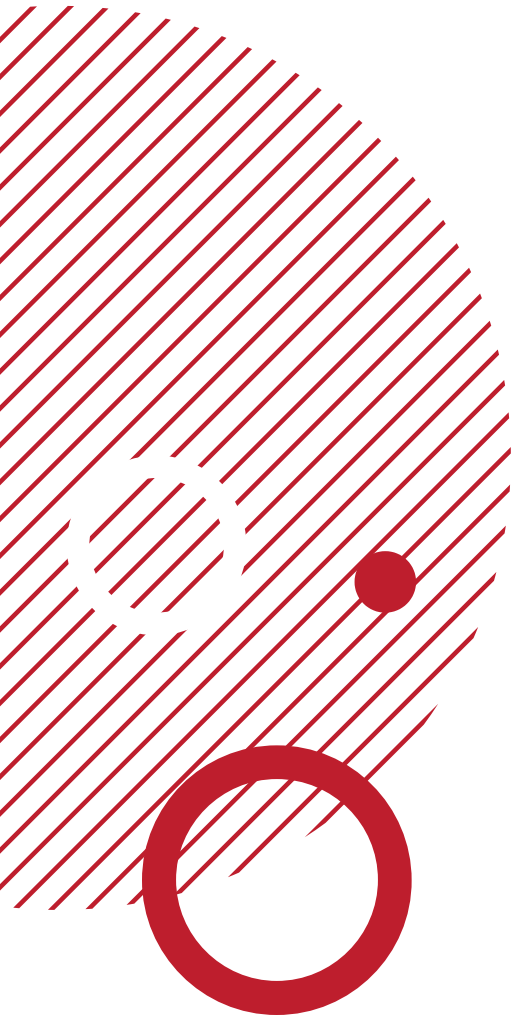
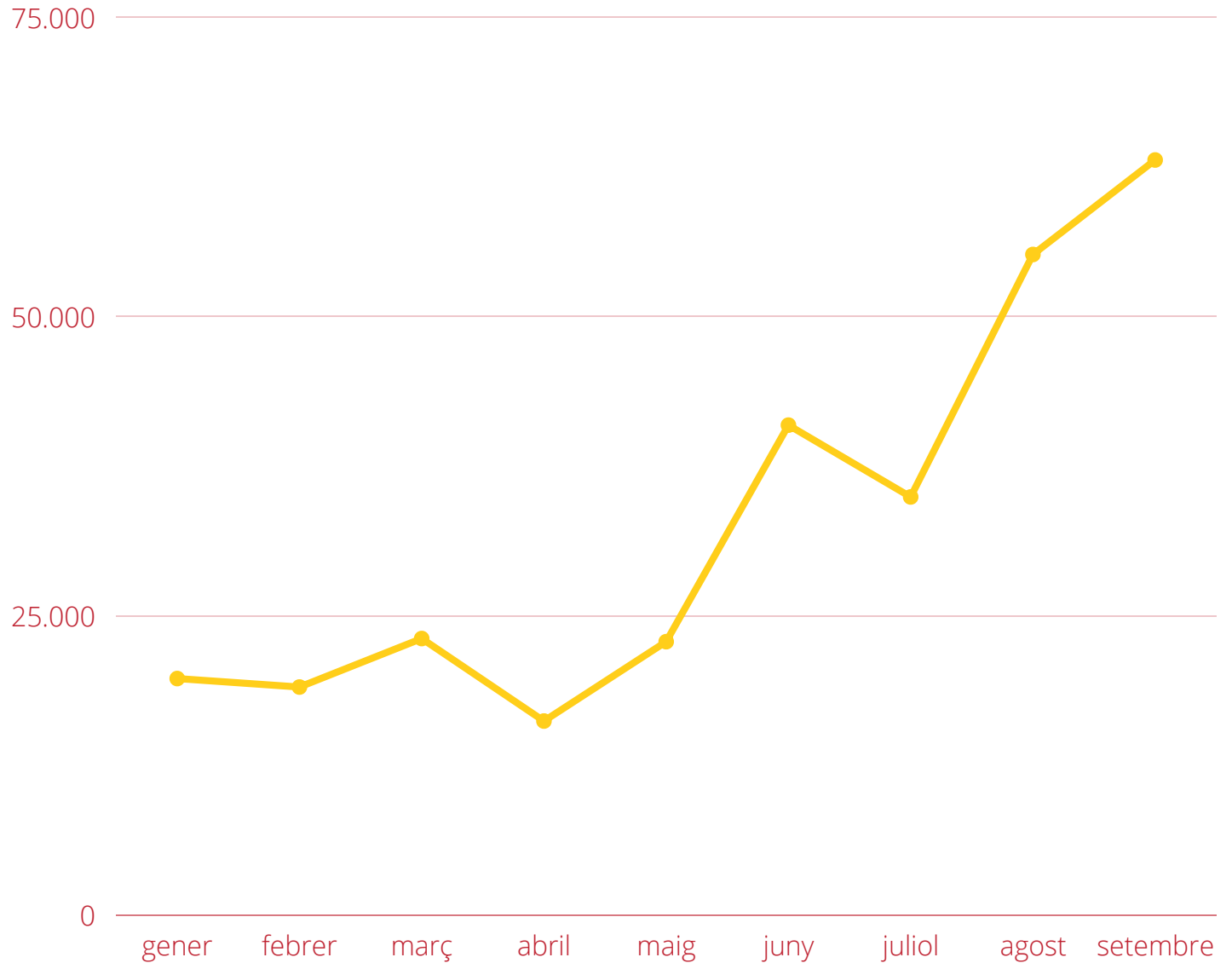
LA VIRREINA CENTRE DE LA IMATGE

INDICADORS XARXES SOCIALS - TWITTER



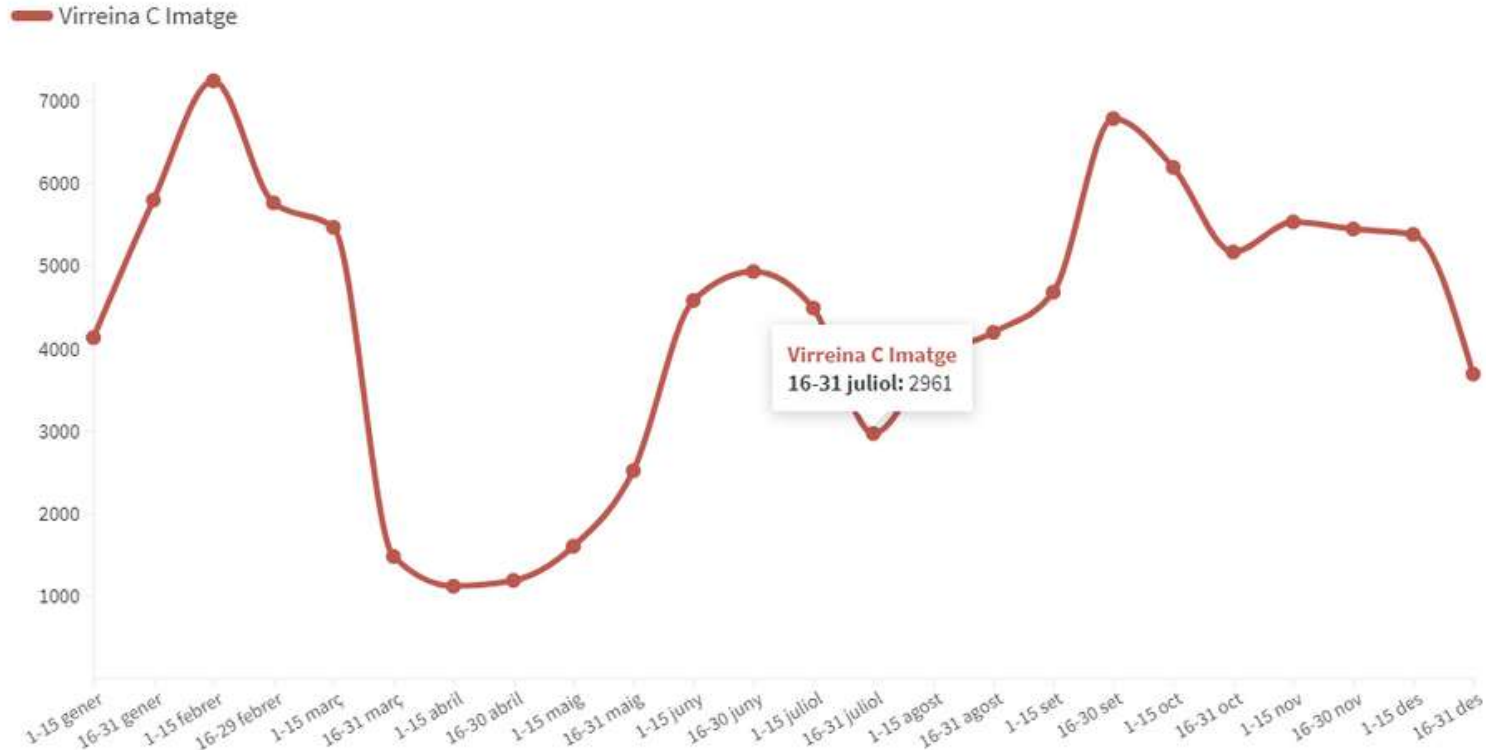
LA VIRREINA CENTRE DE LA IMATGE

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

Sontag, vida i obra

Nous escenaris museogràfics

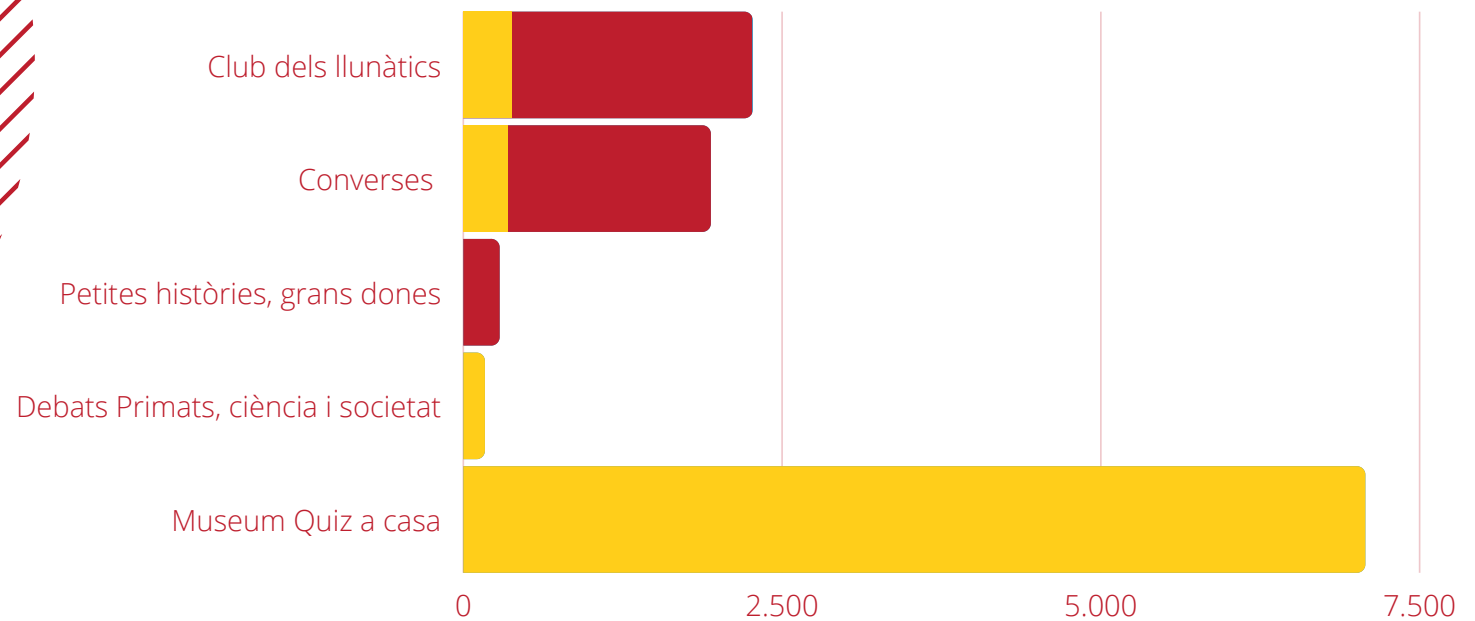
El bar de la senyora Olvido

Espectres del fet urbà

Una nova arxivista

MUSEU DE CIÈNCIES

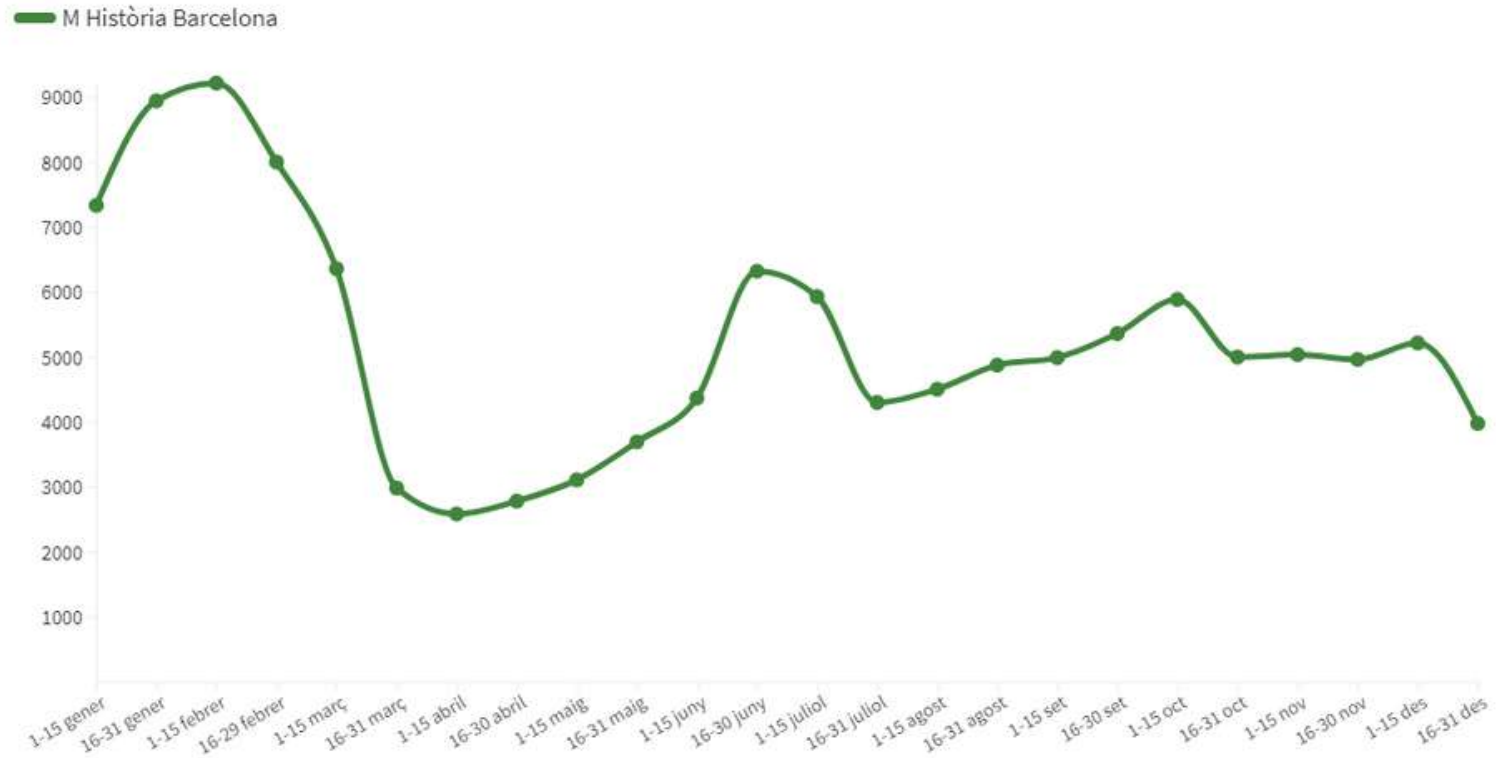
INDICADORS ACTIVITATS ONLINE 2020 (fins novembre)



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

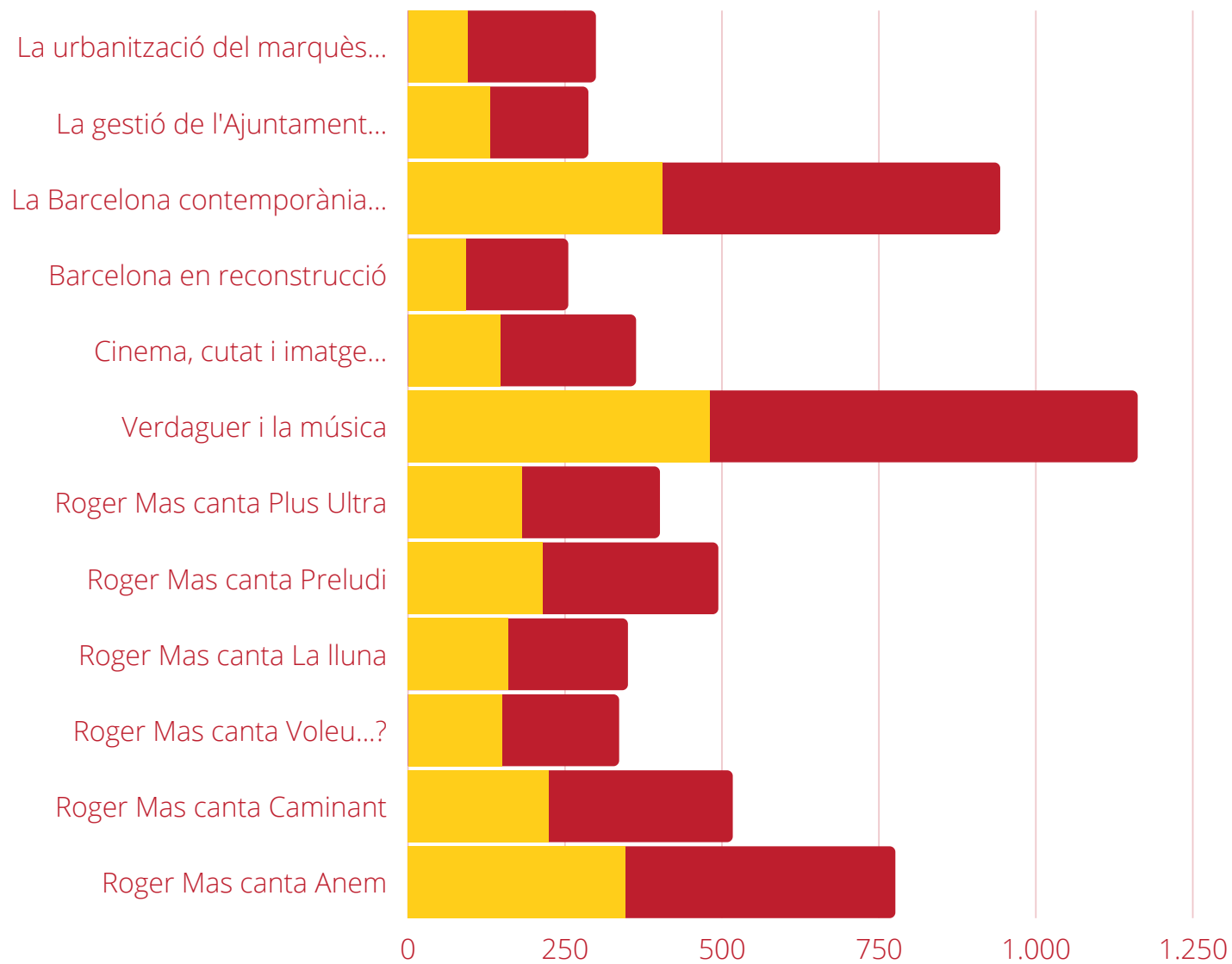


Font: Dep. de Comunicació. Elaboració: Gabinet Tècnic. Institut de Cultura. Ajuntament de Barcelona



MUHBA

INDICADORS ACTIVITATS ONLINE - YOUTUBE (1)

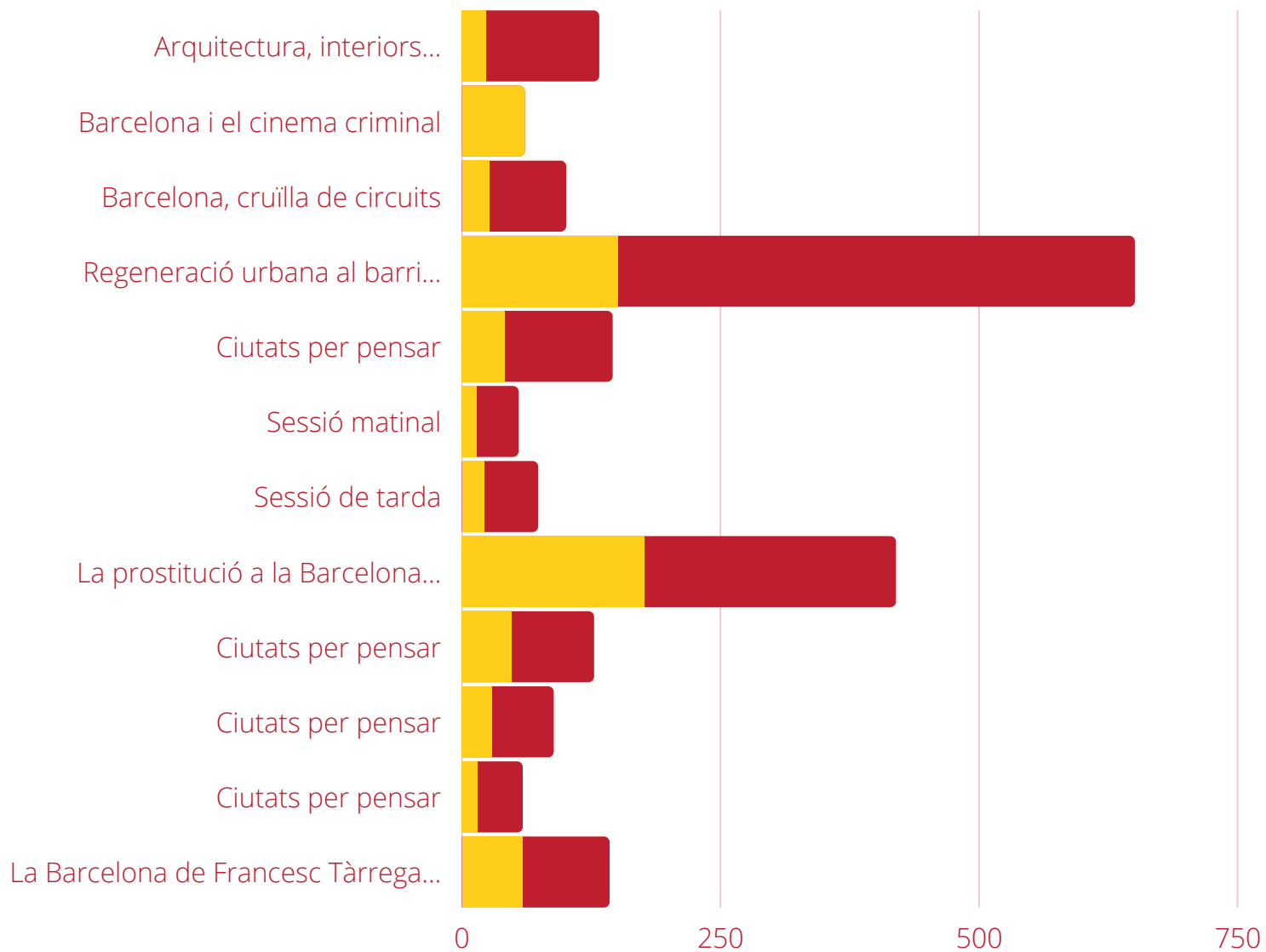


En directe

En diferit

MUHBA

INDICADORS ACTIVITATS ONLINE - YOUTUBE (2)

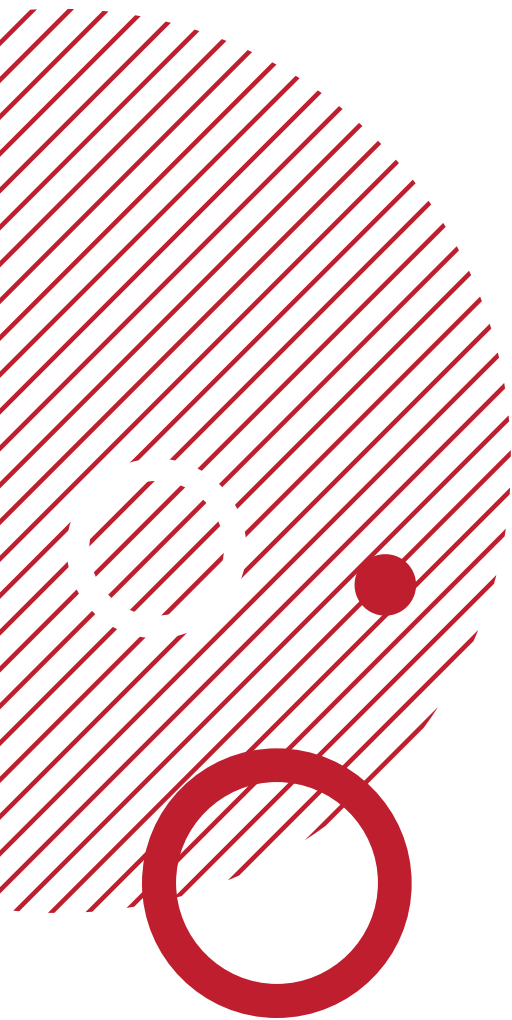
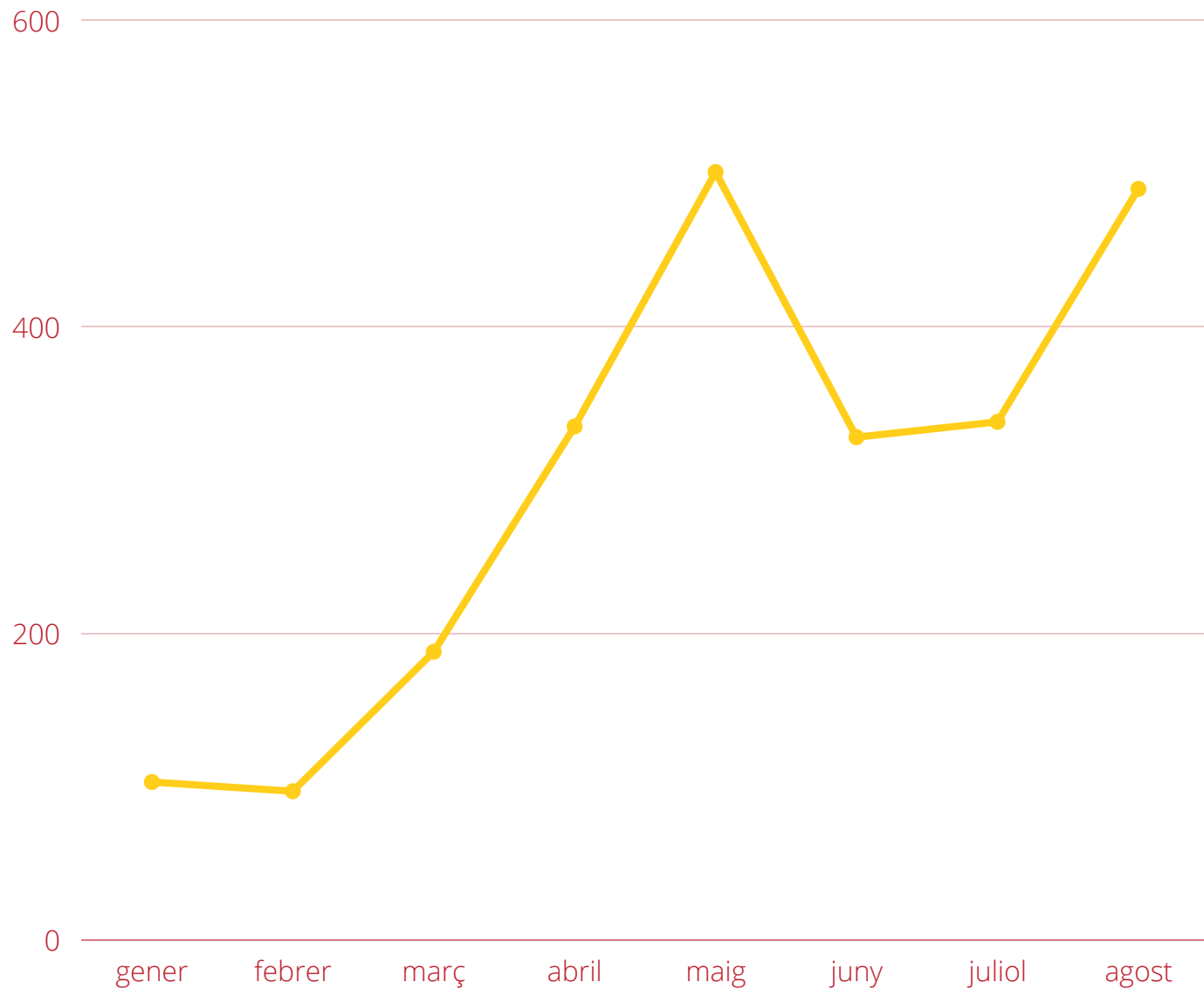


En directe

En diferit

MUSEU FREDERIC MARÈS

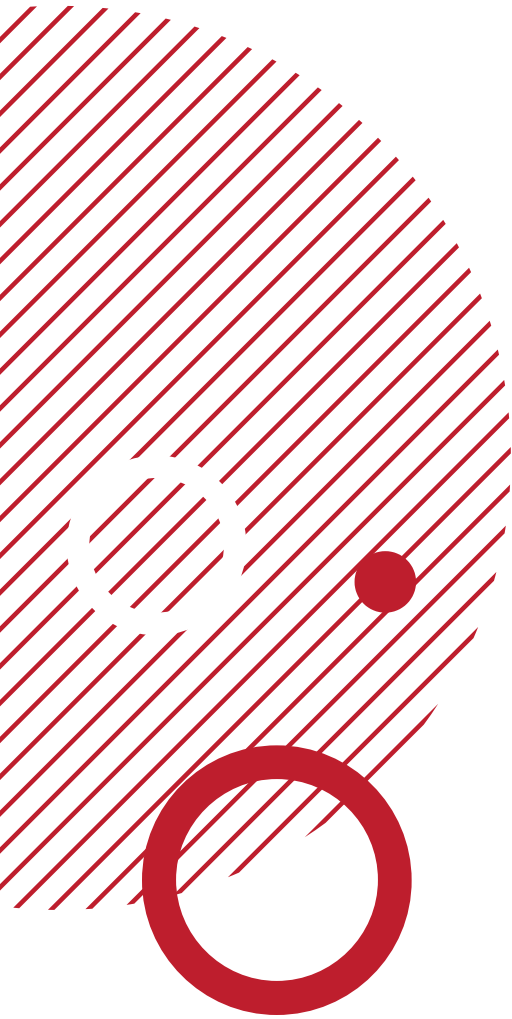
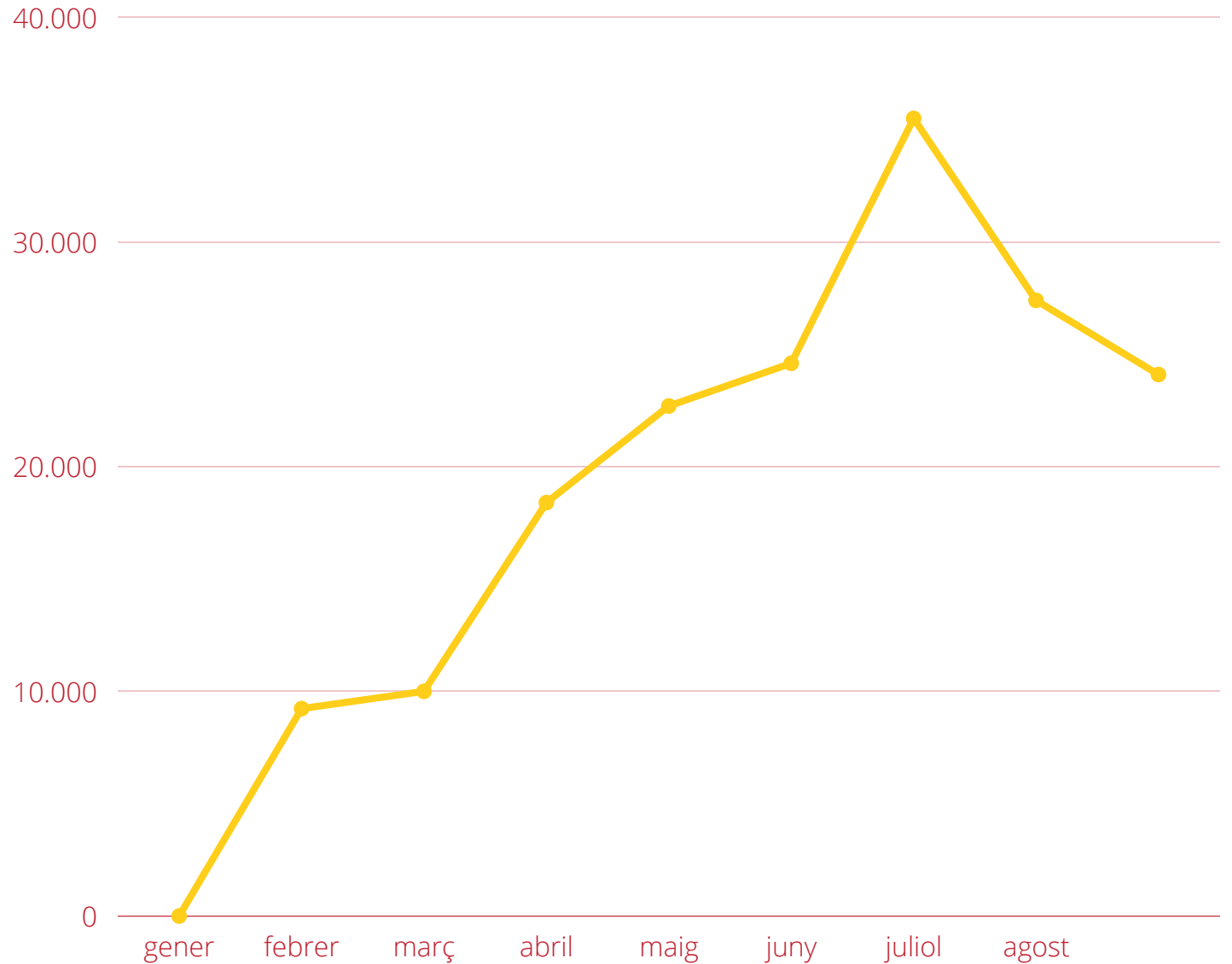
XARXES SOCIALS (gener-agost)
REACCIONS TOTALS FACEBOOK



MUSEU FREDERIC MARÈS

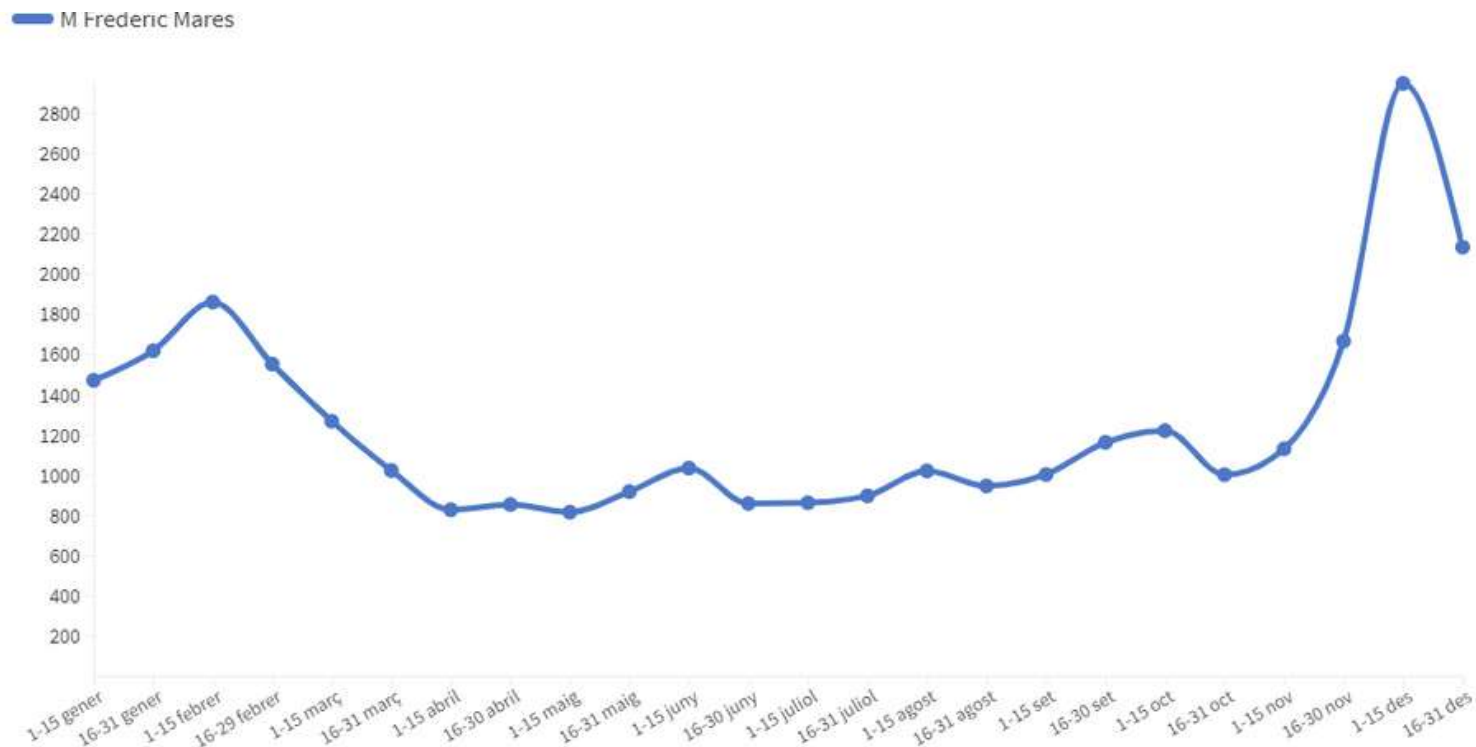
XARXES SOCIALS (gener-agost)

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.

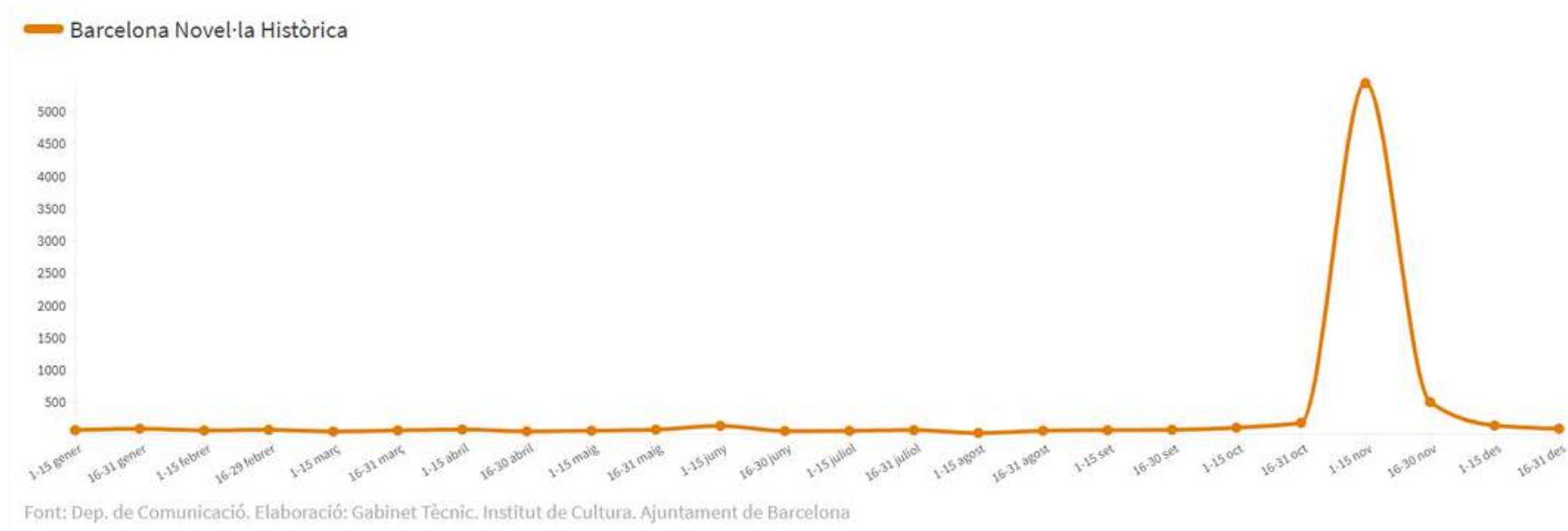
The background features a vibrant yellow color with several overlapping circular shapes. A large white circle is positioned in the upper right. A red circle with diagonal hatching is on the left. A solid red circle is in the lower center. Other circles include a white outline, a solid white, a red outline, and a solid white. The text is placed within these shapes and on the white background.

PROGRAMES I FESTIVALS

**INDICADORS
DIGITALS 2020**

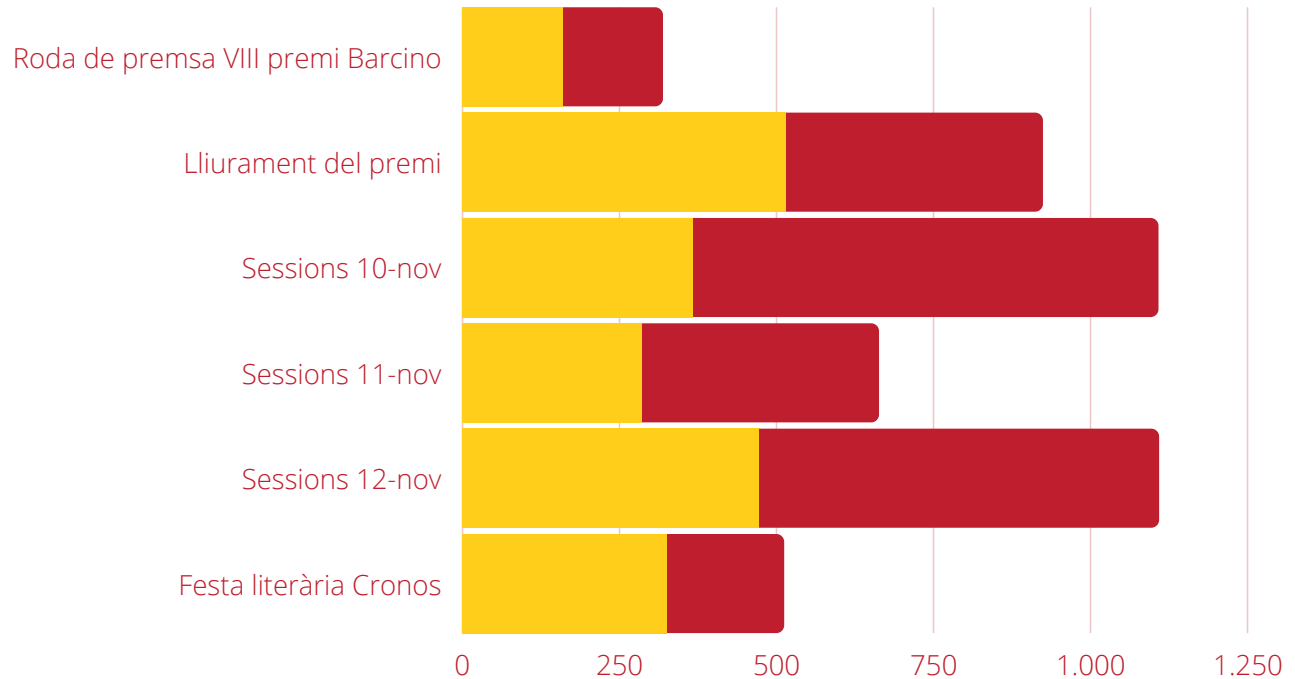
BARCELONA NOVEL·LA HISTÒRICA

USUARIS WEB 2020



BARCELONA NOVEL·LA HISTÒRICA

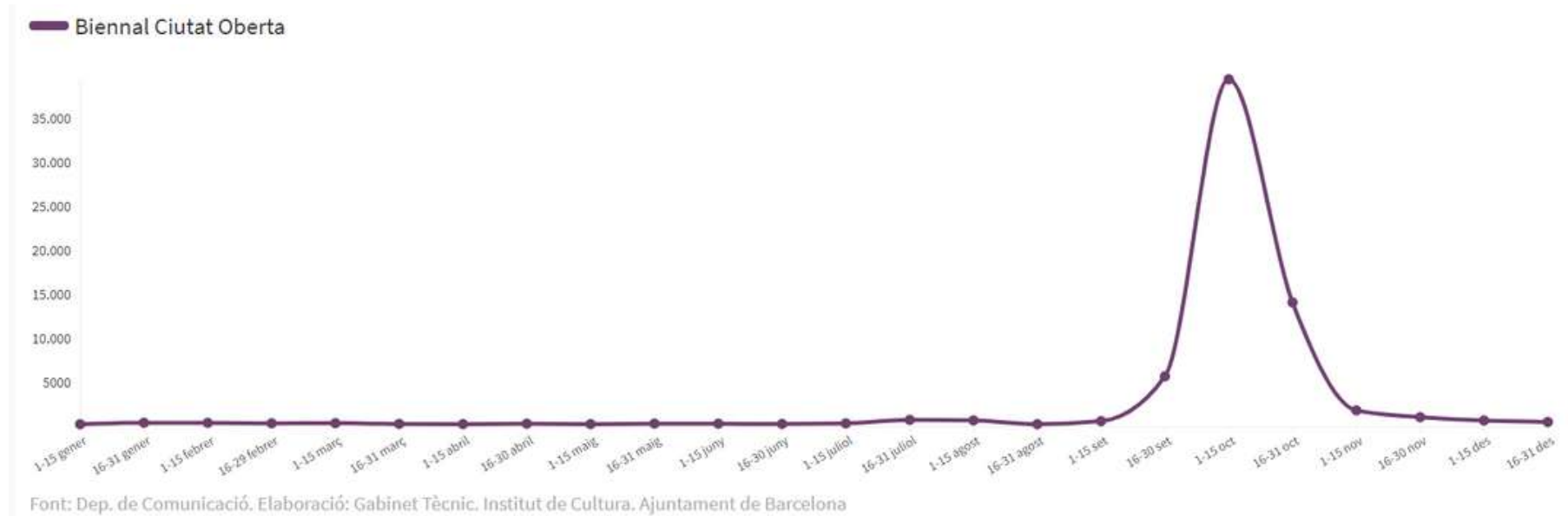
INDICADORS ACTIVITATS ONLINE 9-13 novembre



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.

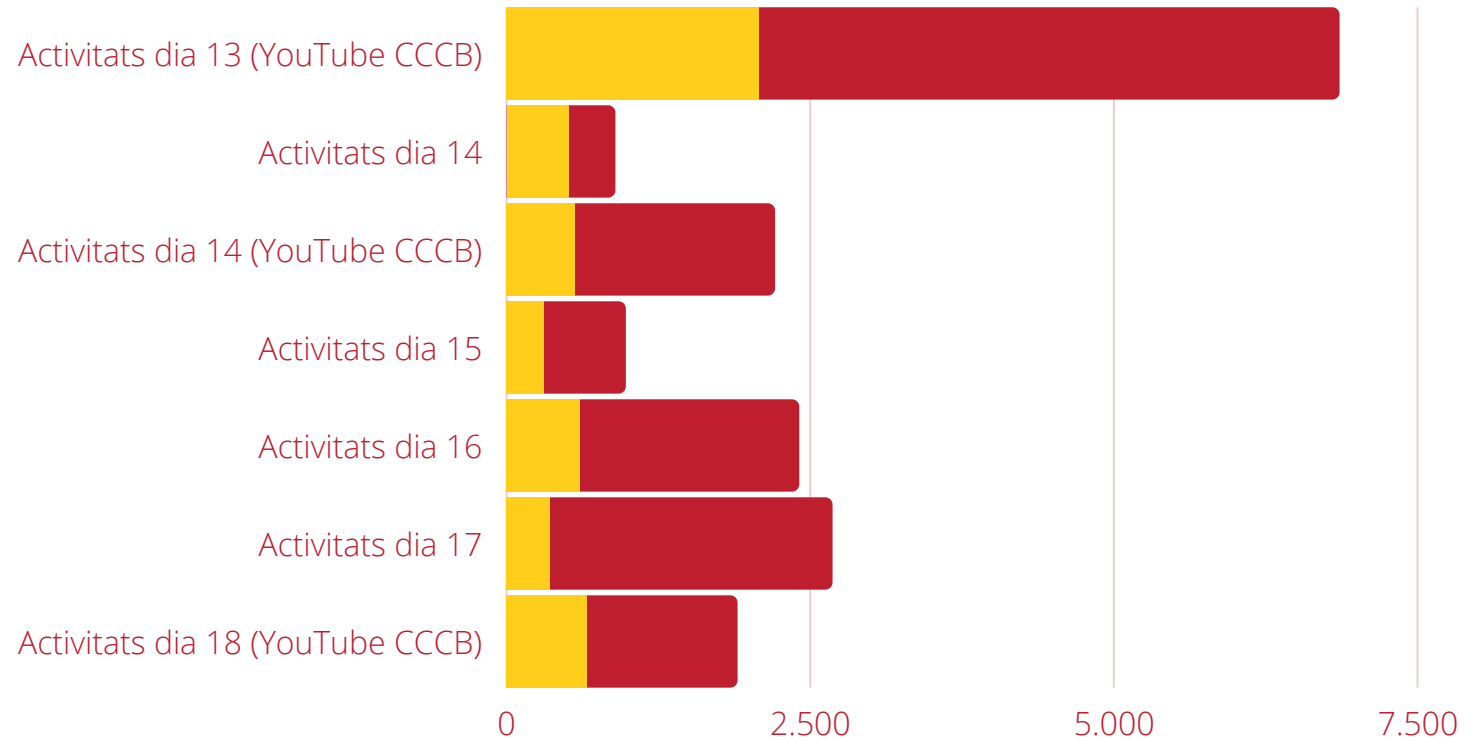
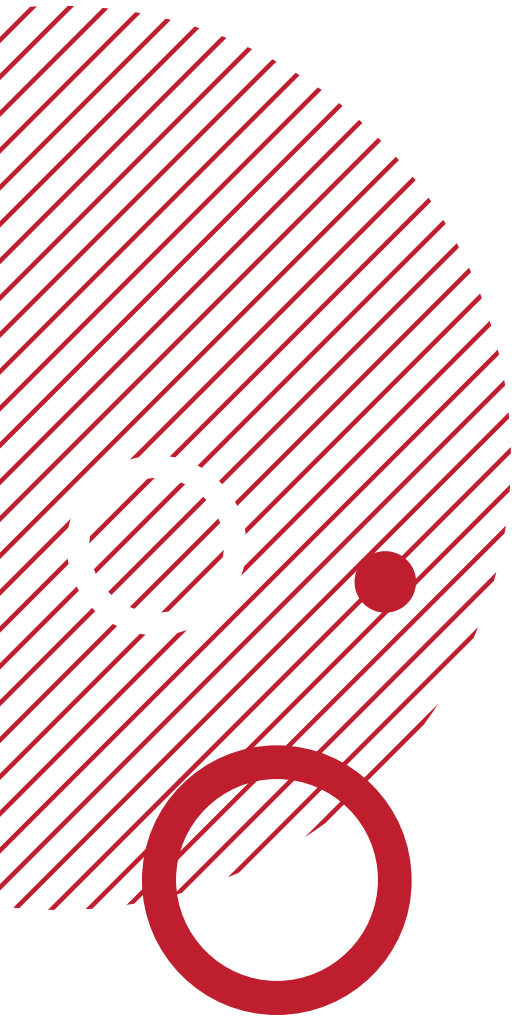
BIENNAL DE PENSAMENT


USUARIS WEB 2020



BIENNAL DE PENSAMENT

INDICADORS ACTIVITATS ONLINE 13-18 octubre

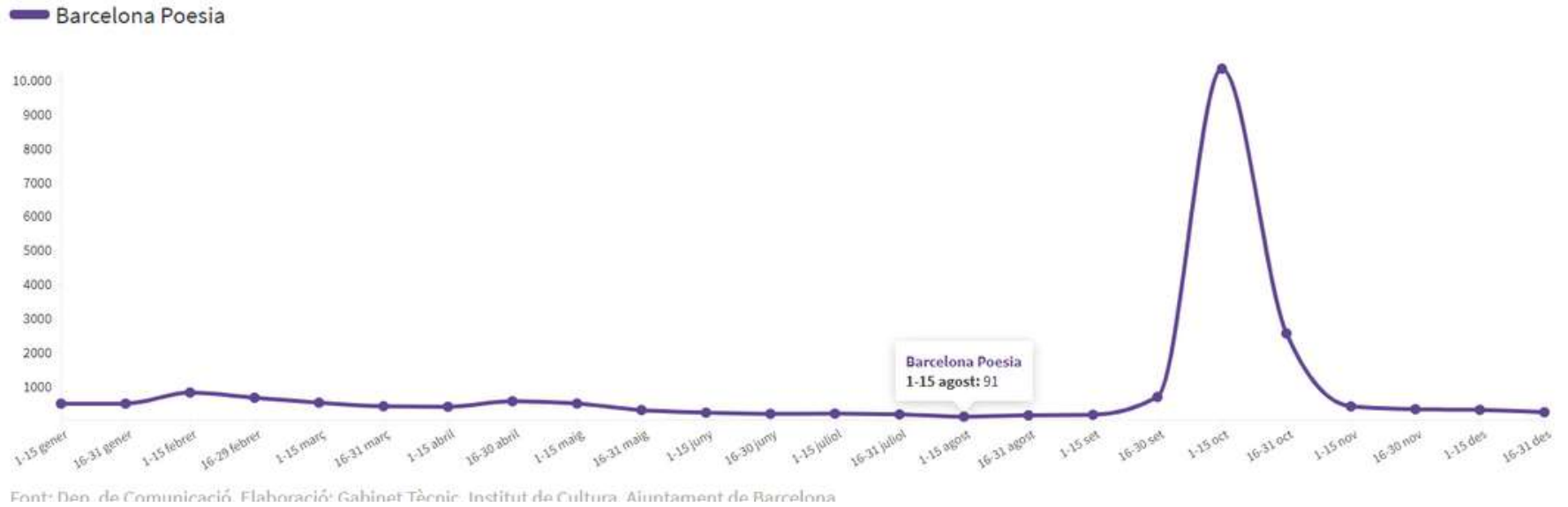


 En directe

 En diferit

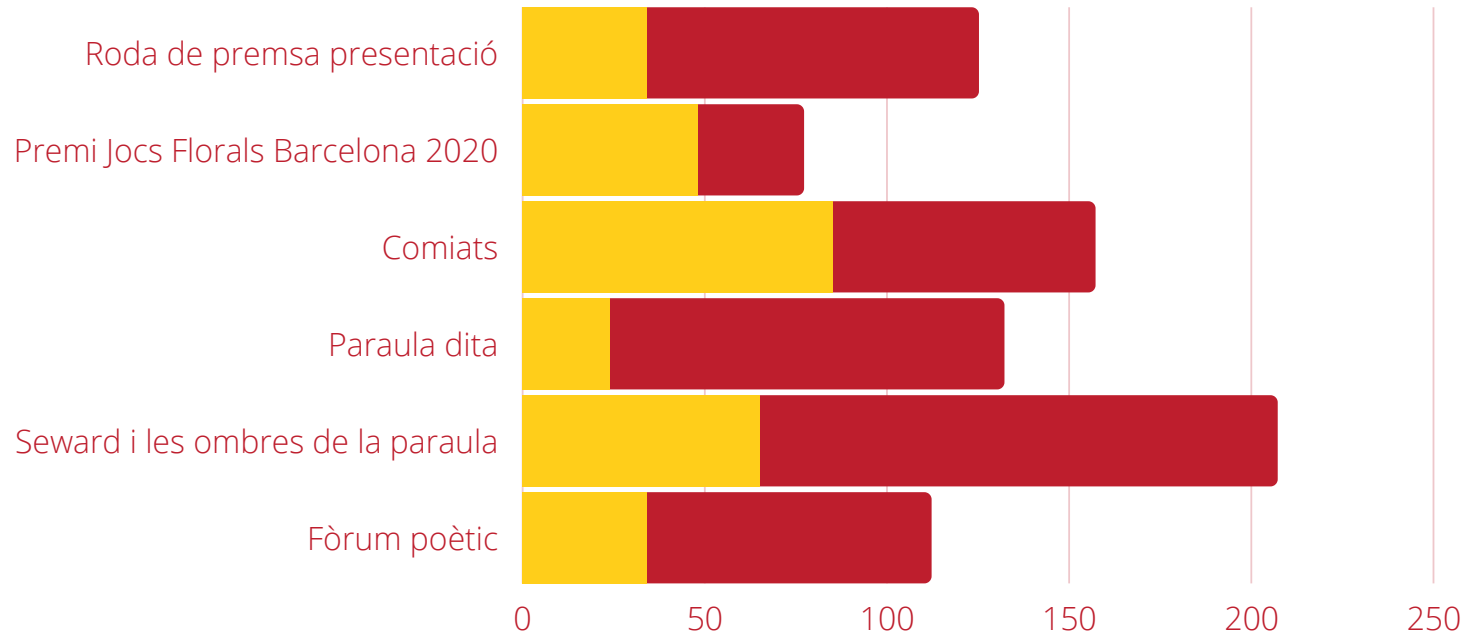
BARCELONA POESIA

USUARIS WEB 2020




BARCELONA POESIA

INDICADORS ACTIVITATS ONLINE 13-18 octubre



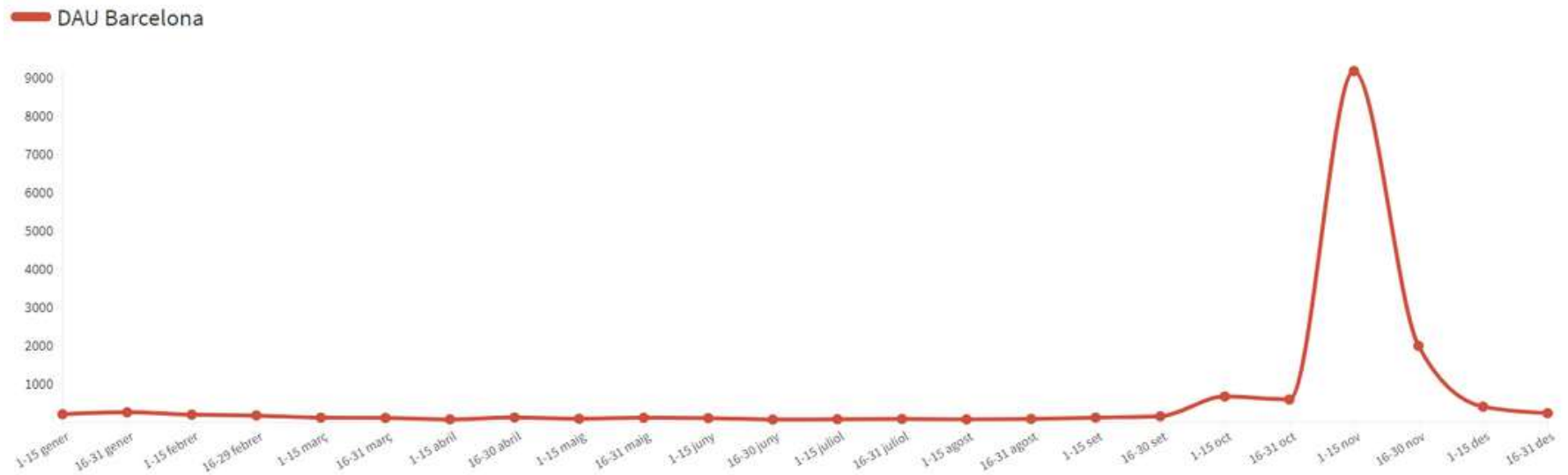
Un cop més, les visualitzacions a la carta prevalen en força dels casos. Resulta sorprenent que estiguin per davant dels directes en la roda de premsa de presentació, però segueixen la lògica quant al lliurament dels premis.

 En directe

 En diferit

DAU BARCELONA

USUARIS WEB 2020

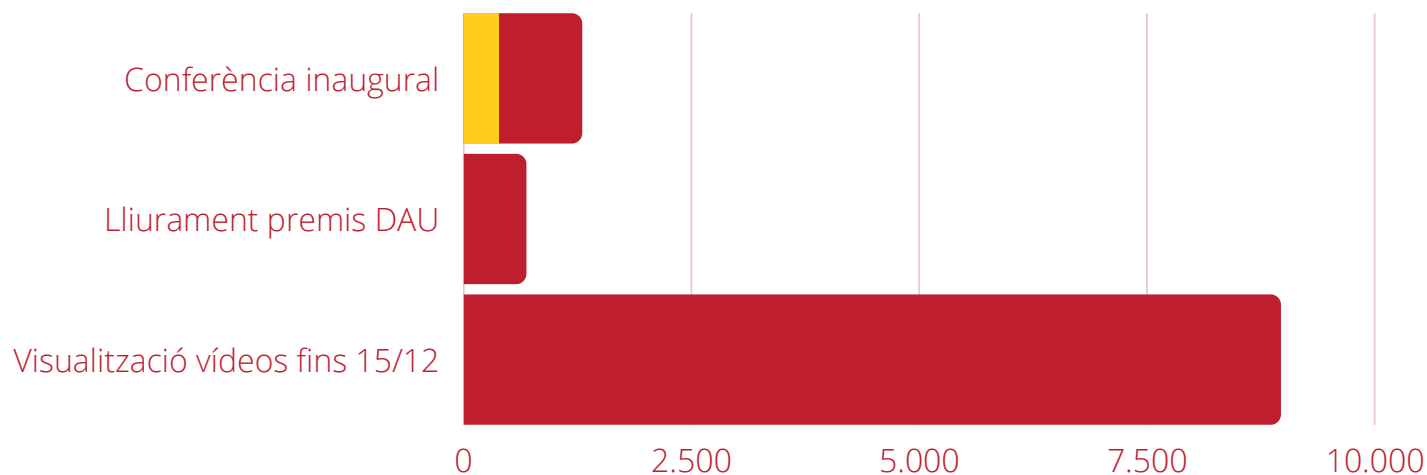


Font: Dep. de Comunicació. Elaboració: Gabinet Tècnic. Institut de Cultura. Ajuntament de Barcelona



DAU BARCELONA

INDICADORS ACTIVITATS ONLINE novembre/desembre



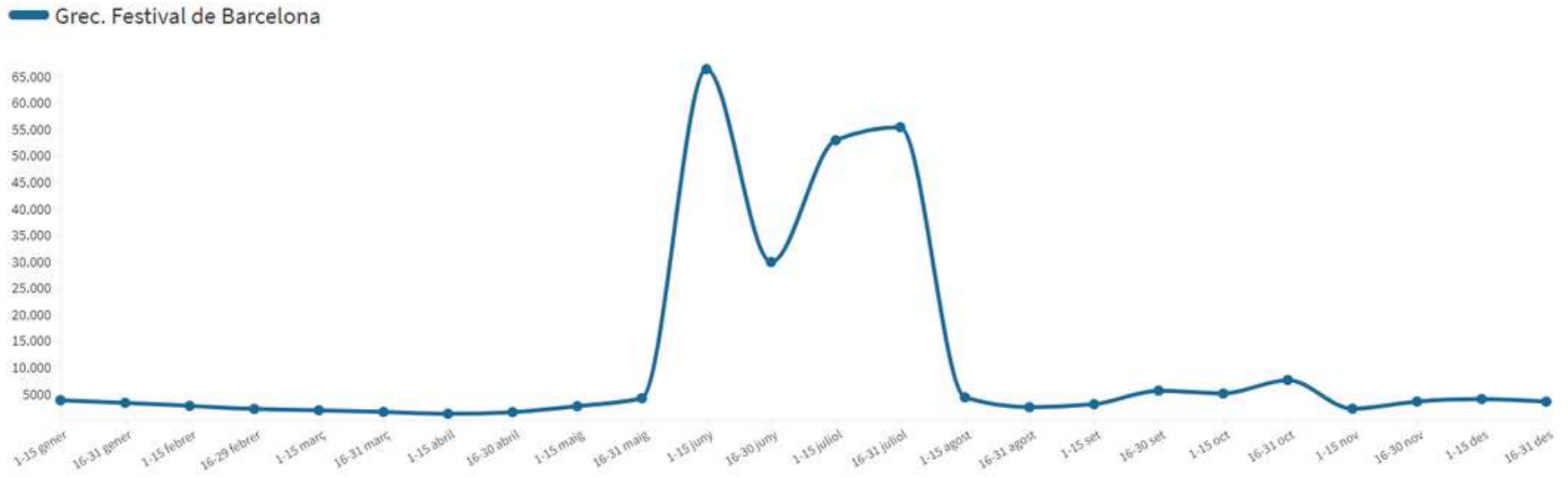
La prevalença dels diferits, en el cas del DAU, ve donada pel format mateix del festival, previst inicialment per celebrar-se de manera presencial a la Fabra i Coats a mitjan novembre però passat a format virtual arran de les xifres de contagis del mes d'octubre i les consegüents mesures adoptades per 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

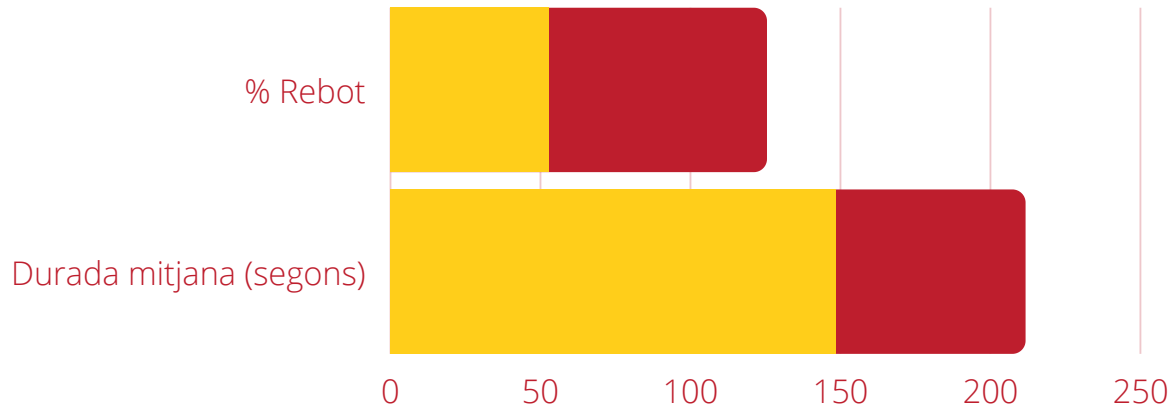
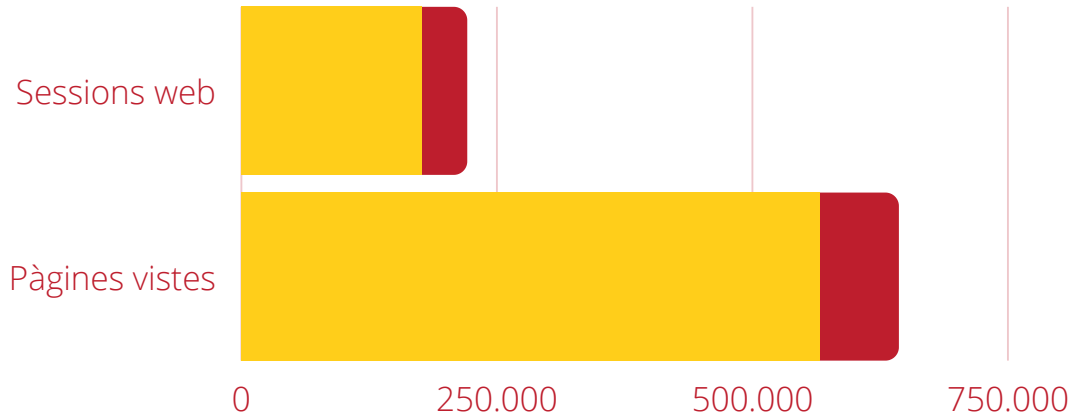
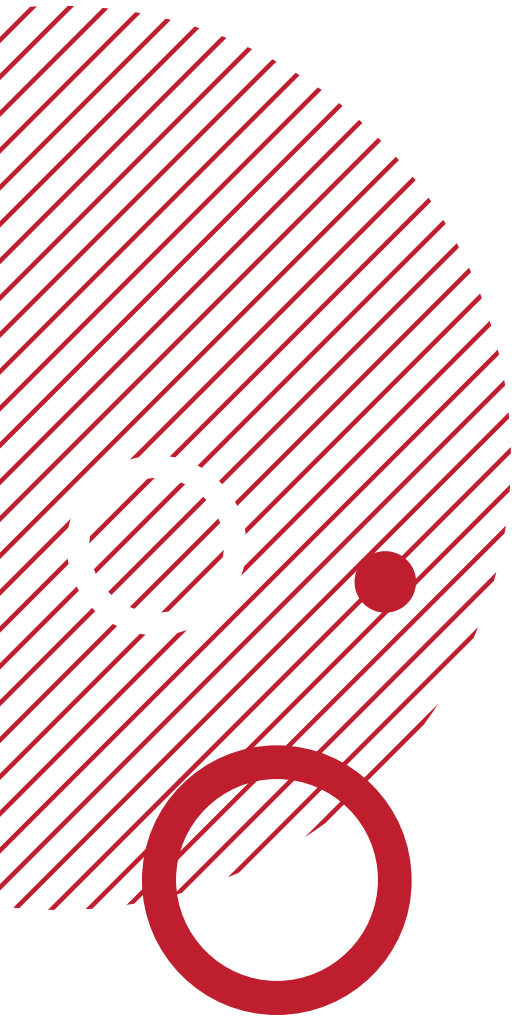
Els continguts web del Grec en Obert registren pràcticament 44.000 sessions web, gairebé el 25% del total. Tant la proporció de pàgines vistes (14% del total), com la durada mitjana de cada sessió són inferiors.

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.

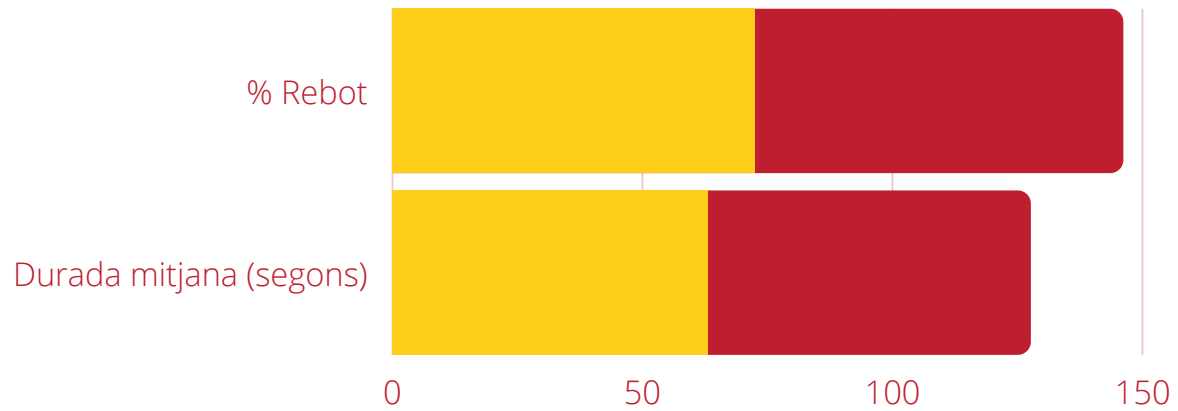
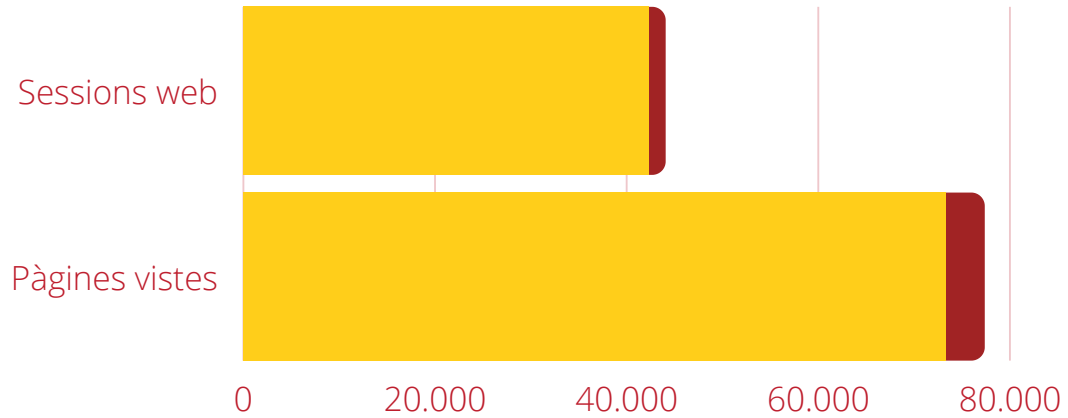
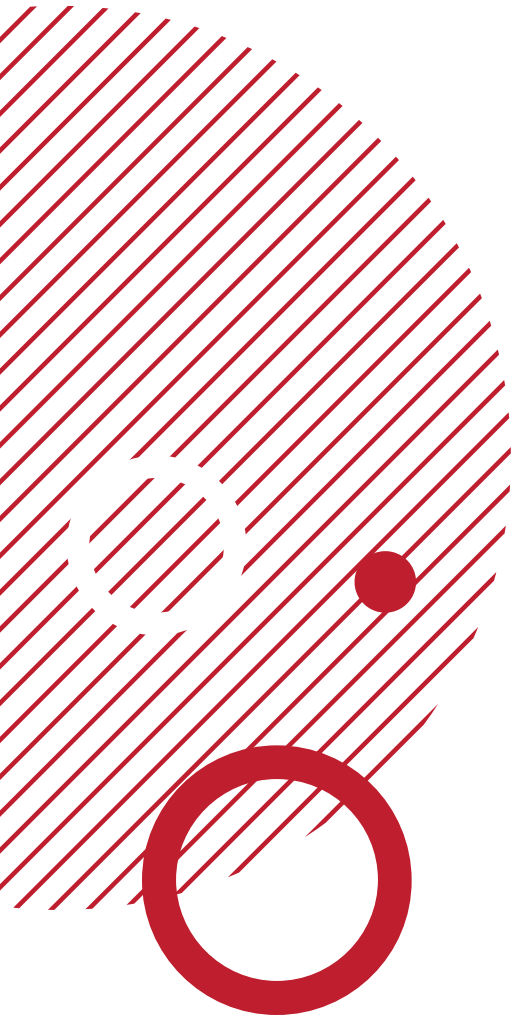
GREC / GREC EN OBERT



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

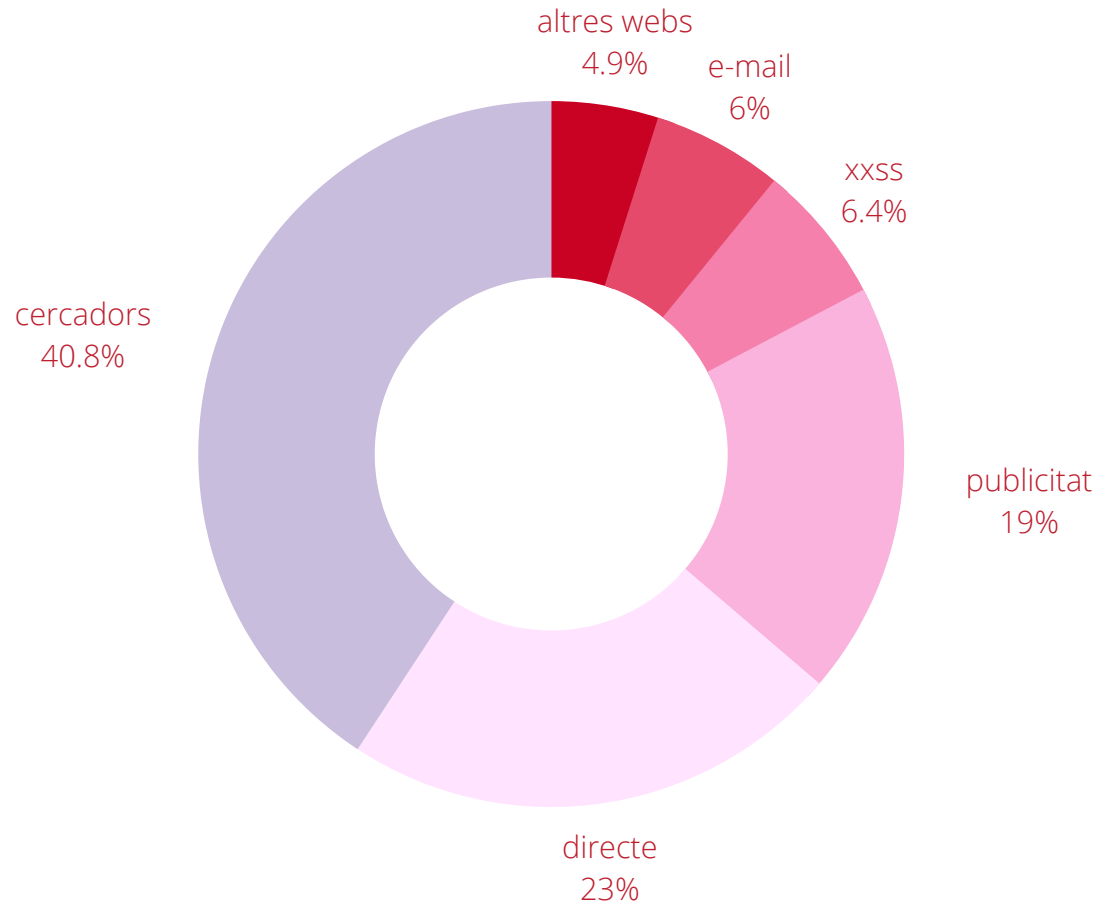
La distribució de les sessions web per font de trànsit presenta diferències notables en funció de si l'anàlisi inclou tots els continguts del Festival Grec o només els del Grec en Obert.

- 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.

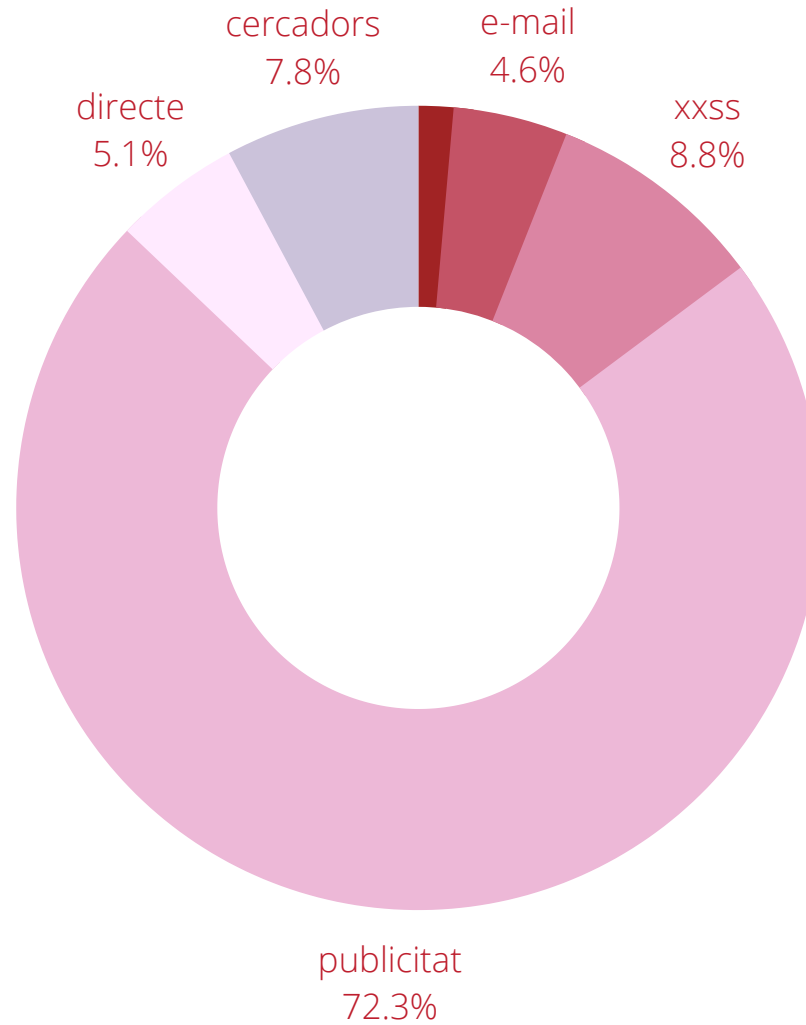
FESTIVAL GREC

DISTRIBUCIÓ PER FONTS DE TRÀNSIT



GREC EN OBERT

DISTRIBUCIÓ PER FONTS DE TRÀNSIT



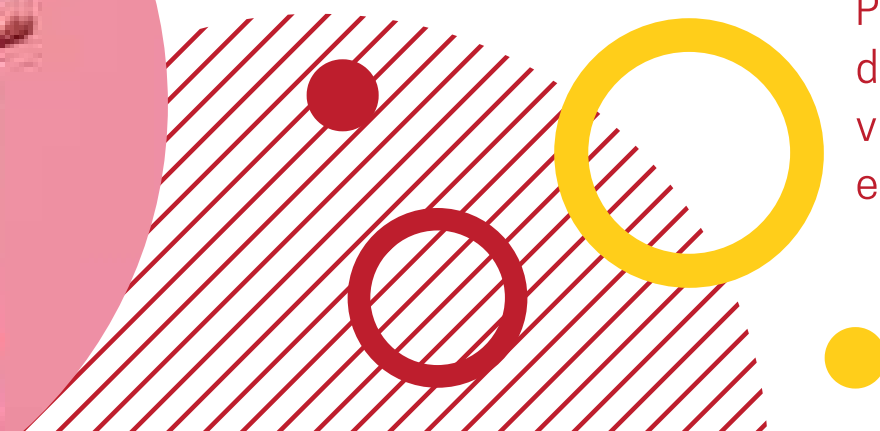
GREC EN OBERT

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%.

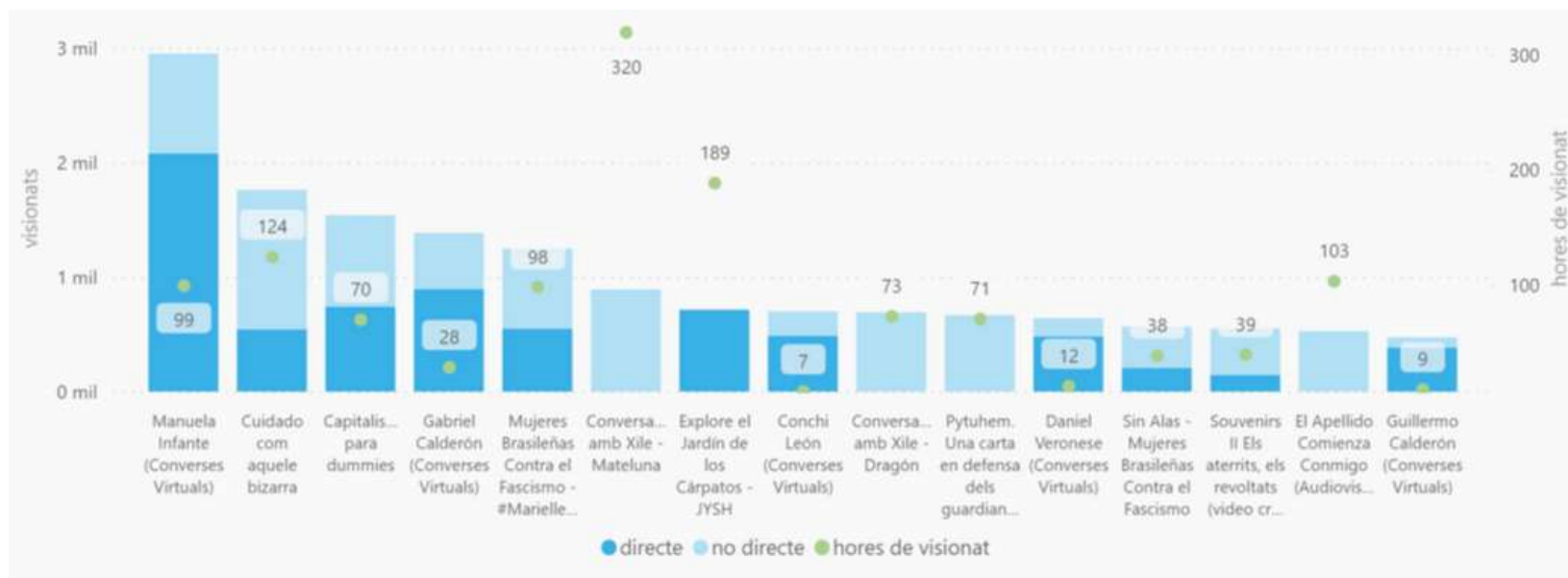


GREC EN OBERT

CONTINGUTS DIGITALS - directe / a la carta

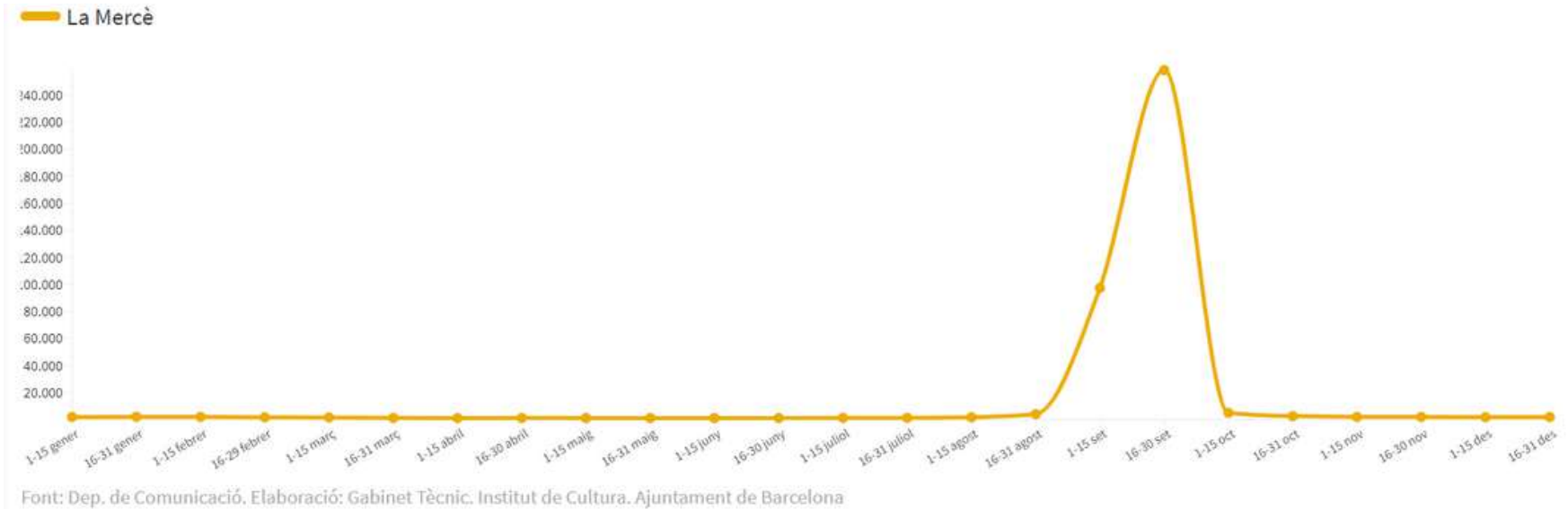
Hi ha diferències importants entre el consum dels continguts digitals segons si es tracta d'emissions en directe o visionats a la carta. Les dades analitzades palesen que una part important dels visionats (la més qualitativa) té lloc després d'aquestes emissions en directe.

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

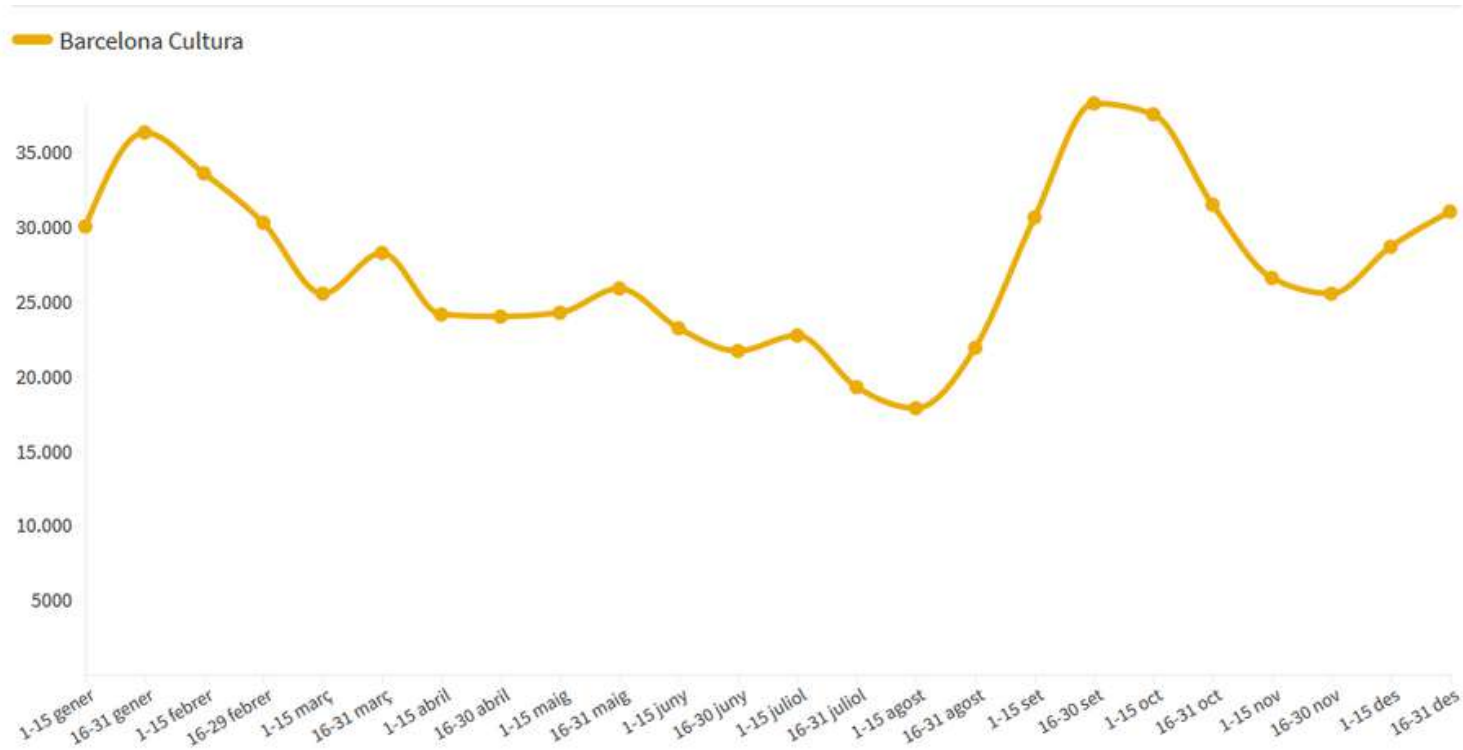
SESSIONS 34.598
PÀGINES VISTES 49.246
PÀG./SESSIÓ 1,42

BARCELONA CULTURA

INDICADORS
DIGITALS 2020

BARCELONA CULTURA

USUARIS WEB



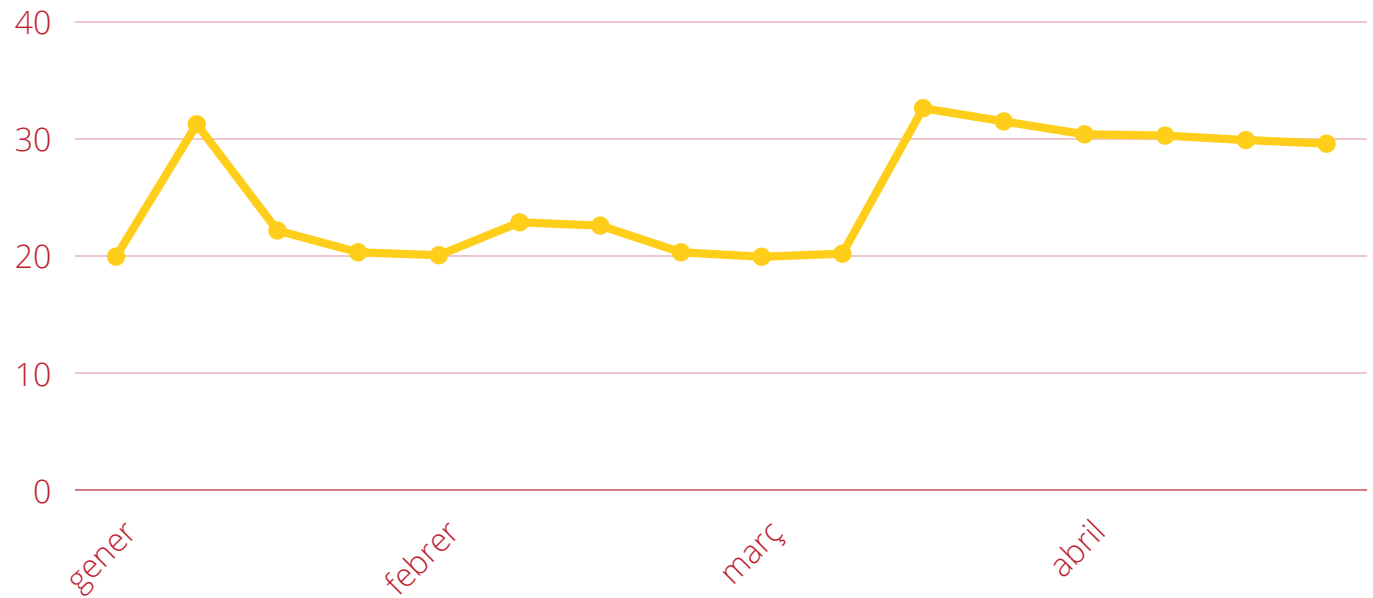
Font: Dep. de Comunicació. Elaboració: Gabinet Tècnic. Institut de Cultura. Ajuntament de Barcelona



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 semi-circle with diagonal red lines and several smaller circles in yellow and red.



TWITTER
8.091 SEGUIDORS
1.730 SEGUINT
340 TUI TS

The Twitter statistics are presented in a red circle.

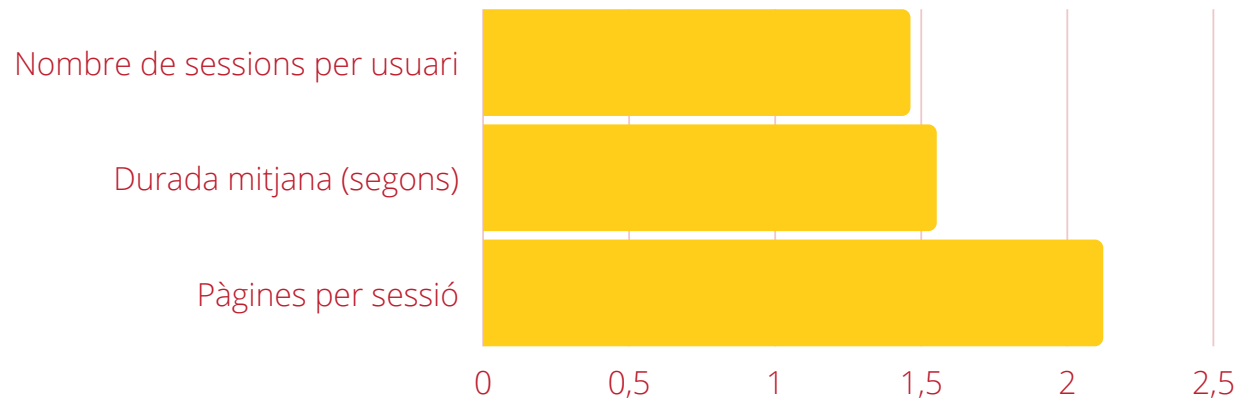


INSTAGRAM
4.471 SEGUIDORS
117 PUBLICACIONS
8.649 M'AGRADA

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



Els continguts d'aquesta publicació estan subjectes a una llicència de Reconeixement (by). Es permet qualsevol explotació de l'obra, incloent-hi una finalitat comercial, així com la creació d'obres derivades, la distribució de les quals també està permesa sense cap restricció, sempre que se'n citi la font.

La llicència completa es pot consultar a

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ca>



Ajuntament de
Barcelona