

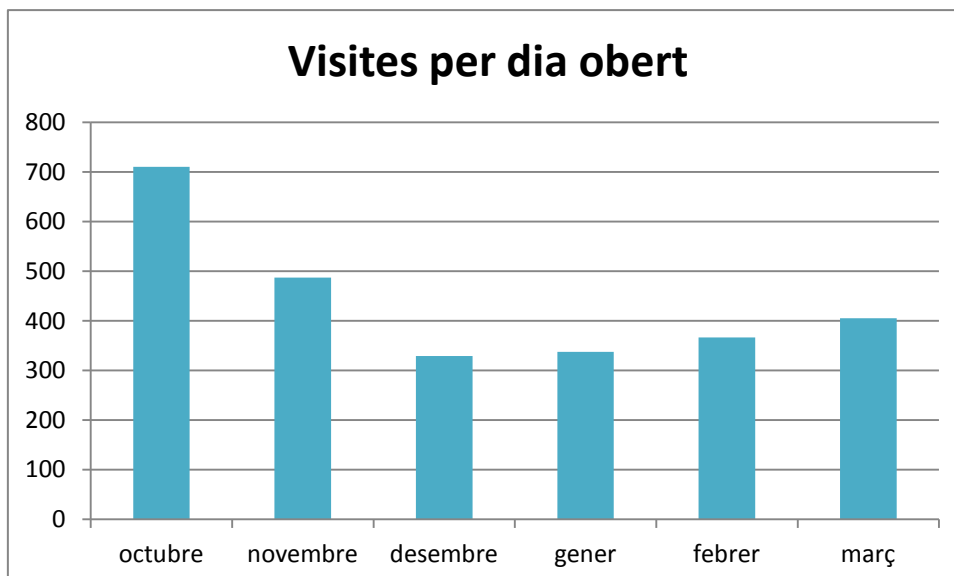
Exposició 1.000m2 de desig

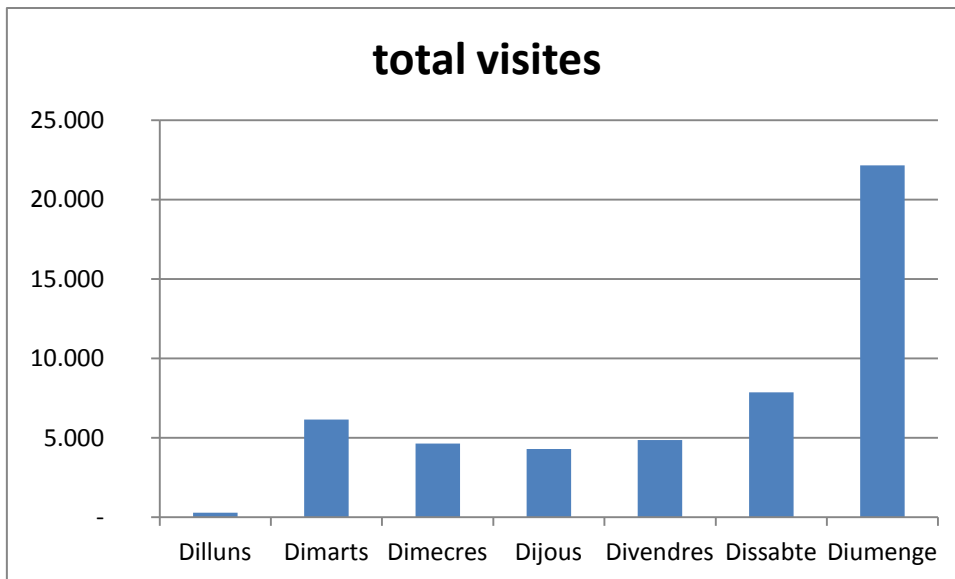
Del 25 d'octubre de 2016 al 19 de març de 2017

Total visites: 50.013	
Dies obert: 126	Mitjana 397 visites/dia
Visites diumenge tarda: 17.635	Visites en grup 1.842

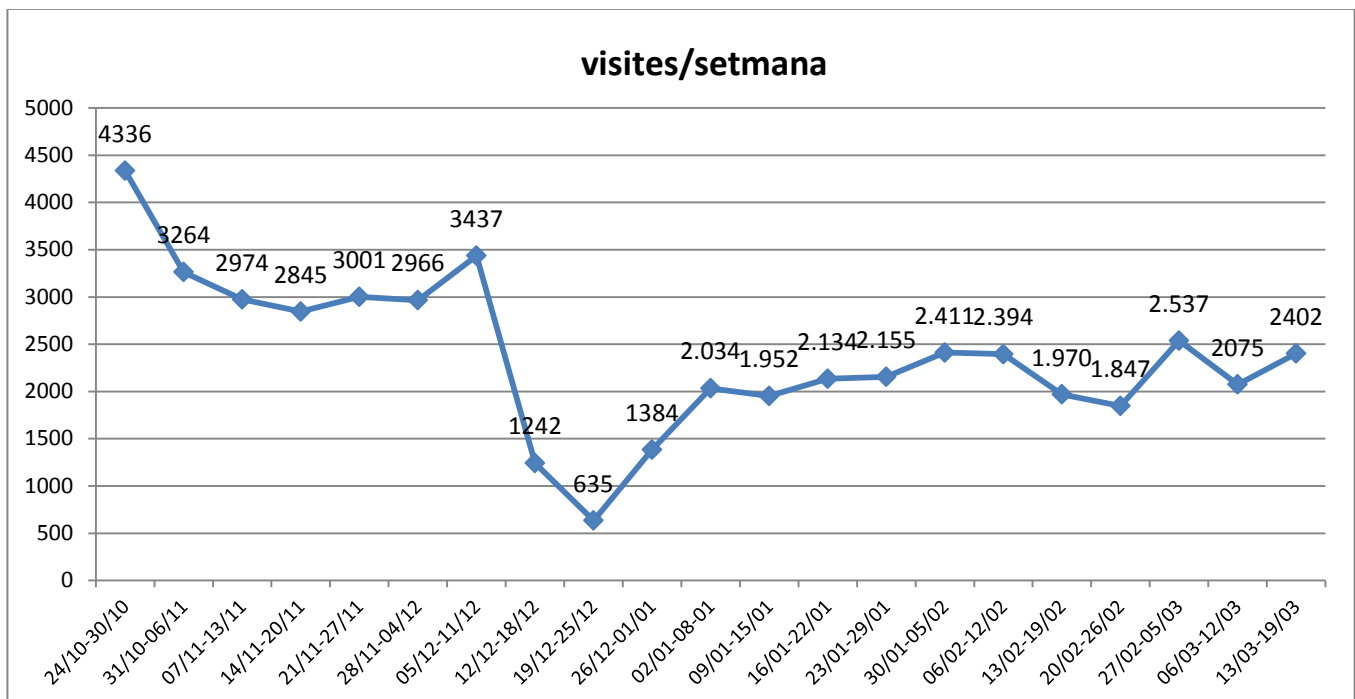
Dades de taquilla

Els dos mesos amb més volum de visites han estat novembre i febrer, però si mirem les visites/dia obert, els dos primers mesos hi va haver més visites per dia. I el dia de la setmana amb més volum de visites ha estat de llarg el diumenge.



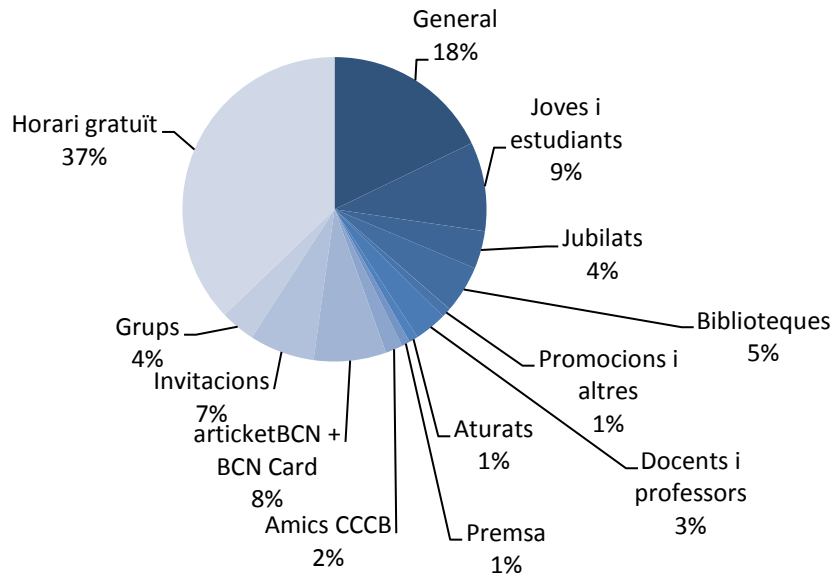


En l'evolució de visites per setmanes, les primeres, coincidint amb WPP16, són les que van tenir més gent, amb una caiguda notable durant el mes de desembre, que després es recupera fins a l'última setmana.

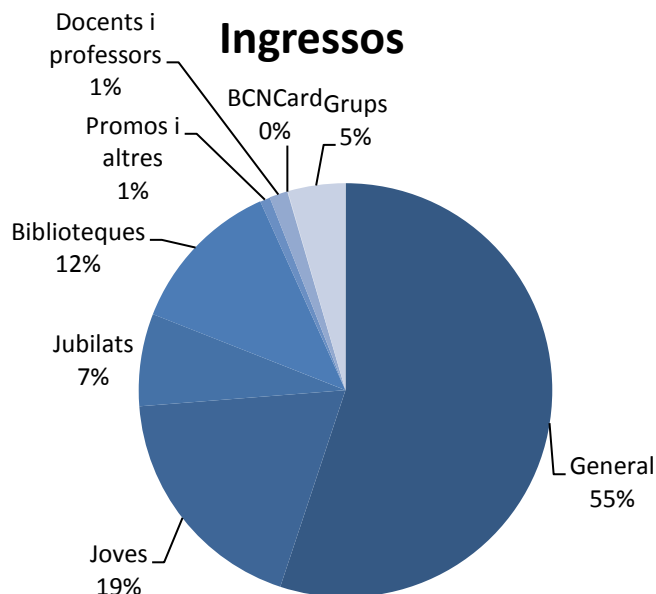


El volum més gran de visites són en horari de pagament, un 73%, encara que en aquesta exposició les visites en horari gratuït són elevades, un 37% del total.

Visites



Pel què fa a ingressos, més de la meitat són pel pagament de l'entrada general. I hi ha un volum important de joves, que representen gairebé el 20% dels ingressos.



ENQUESTES

Entre el període del 25 d'octubre de 2016 fins al 19 de març de 2017, un total de 10.223 visitants van iniciar l'aplicació RATENOW una vegada finalitzada la visita a l'exposició *1.000m2 de Desig*. D'aquestes, aproximadament 4.000 usuaris van respondre les 15 preguntes de què es compon el qüestionari per a la valoració de la seva experiència al CCCB. Al mateix temps, es van portar a terme 1.841 enquestes a les taquilles del centre, que s'ha portat a terme mitjançant el programa EUROMUS.

Aquest informe exposa un resum dels resultats obtinguts en ambdós qüestionaris. També s'afegeix a la visió general, un punt que observa específicament les característiques dels visitants el diumenge per la tarda, quan el centre obre les portes de franc, així com una valoració aproximativa de les dades de caràcter qualitatiu que recull RATENOW.

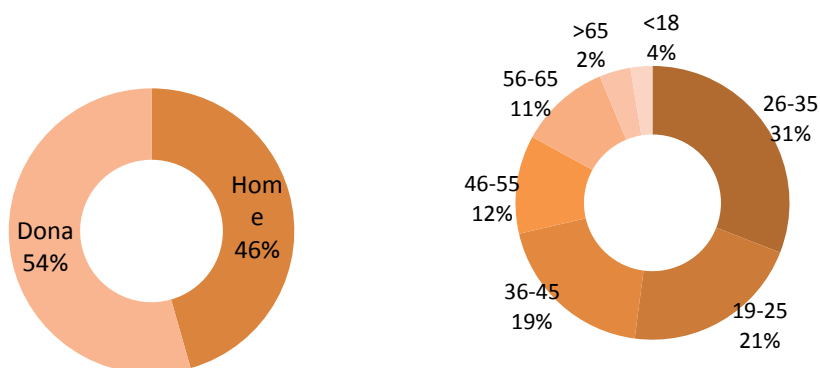
Perfil Bàsic

El perfil del visitant a l'exposició *1.000m2 de desig* és el següent:

Una dona d'entre 26 i 35 anys, que viu a la ciutat de Barcelona, concretament al barri de l'Eixample. Visita el CCCB en parella, i aquesta no és la primera visita que fa al centre. El motiu de la visita es principalment descobrir l'exposició "1.000m2 de desig", de la qual ha trobat informació a Internet: Concretament a les xarxes socials.

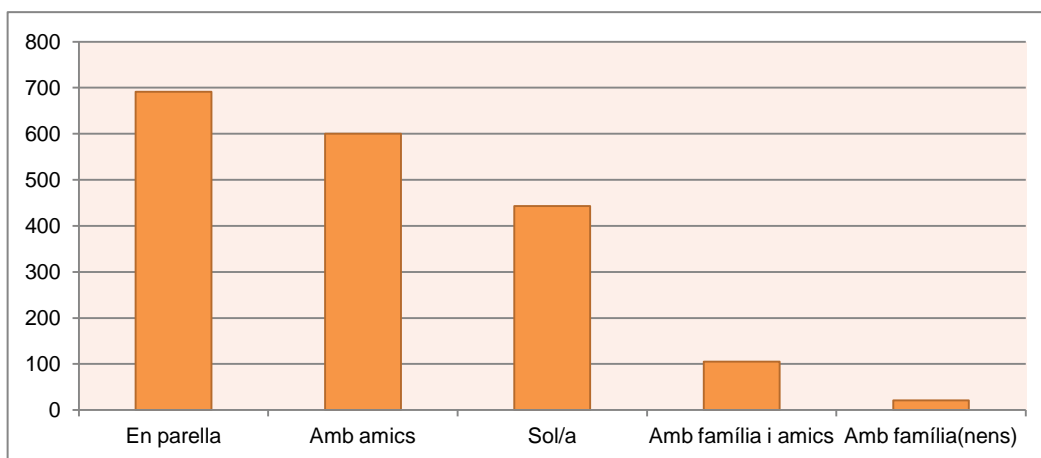
Si bé les dones són majoria entre els visitants de les exposicions, la diferència amb el nombre d'homes no és significativa. Les dones representen un 54%, al costat d'un 46% d'homes.

Pel que fa a l'edat, **un 75% dels visitants és menor de 45 anys**. Entre aquests, destaca la franja d'entre 26 i 35 anys, que representa més del 30% del total¹.



¹ Segons dades del qüestionari RATENOW.

La major part del públic ens visita acompanyat. **Gairebé un 70% ho fa acompanyat per la seva parella, o bé per amics.** Tot i així, més d'un 23% dels assistents ha visitat l'exposició en solitari i, finalment, són molt pocs aquells qui han vingut en família (un 1%).



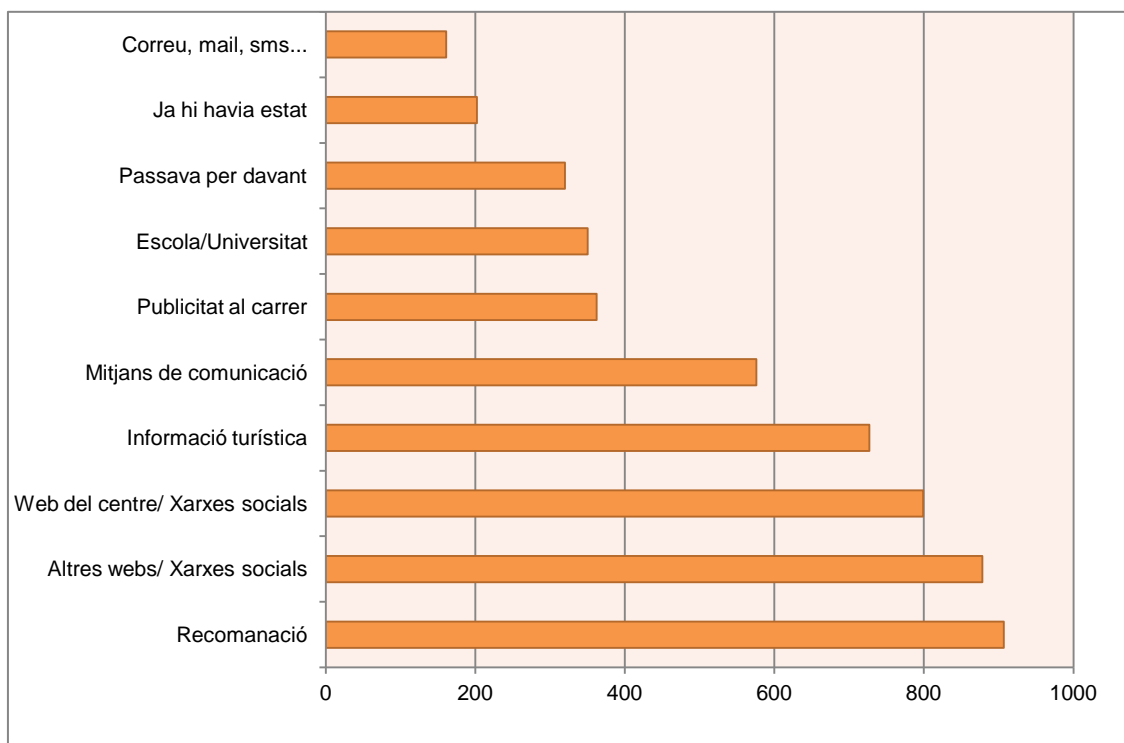
Característiques de la Visita

Gran part d'aquells ha visitat aquesta exposició ja havia vingut al CCCB abans (60%), mentre que **un 40% ens visitava per primera vegada al centre.** Segons les dades recollides per RATENOW, poc menys del 50% d'aquells qui ja coneixien el CCCB asseguren que venen sovint a les exposicions, mentre que la resta indica que "ve molt poc".

D'aquells qui ja havien visitat el centre amb anterioritat, **al voltant d'un 50% van poder visitar les nostres exposicions més recents.** Concretament, un 25% va visitar *La màquina de pensar. Ramon Llull i l'ars combinatoria*, i també una quarta part d'aquests van venir a *World Press Photo 2016*.

Comunicació

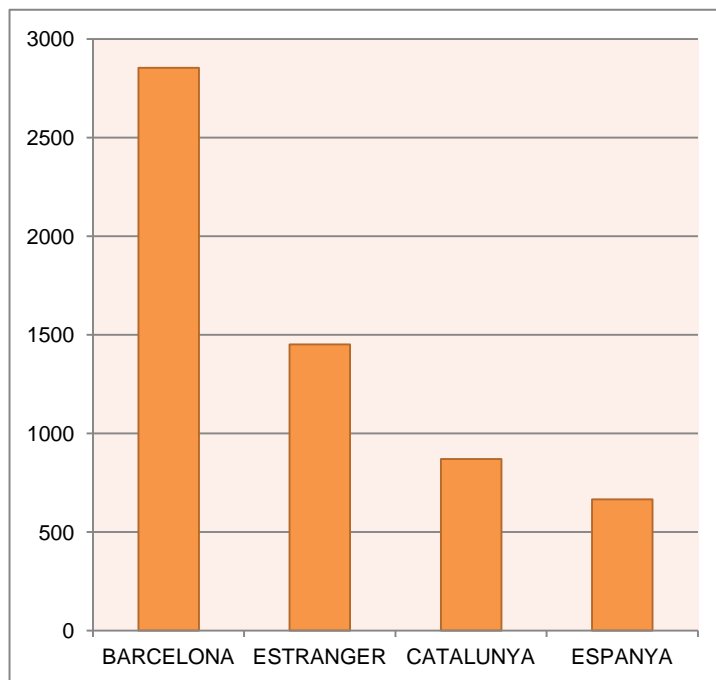
La informació sobre 1.000m2 de Desig ha arribat al públic, principalment, via Internet. Més d'un 30% ha conegut aquesta exposició gràcies a les xarxes socials, i ha pogut així mateix consultar-ne la informació a la web del CCCB i/o d'altres. En segon lloc, resulta significatiu comprovar que gairebé una cinquena part dels usuaris (17%) han vingut a visitar l'exposició per recomanació i, finalment, un 14% ho han fet orientats per la prescripció dels punts d'informació turística.



Així doncs, la major part dels visitants que han respost els qüestionaris sobre la seva experiència al CCCB, concretament **un 55%, han vingut expressament a visitar l'exposició de 1.000m² de desig**. En segon lloc, un 35% dels enquestats assegura haver vingut al centre atret pel mateix CCCB. Concretament, un 18% diu haver vingut perquè tenia "curiositat per veure què és el CCCB" i un 17% volia "visitar l'exposició que hi hagués al CCCB avui". Finalment, el 10% restant diu que ha vingut perquè volia fer una activitat, sense cap altre criteri específic.

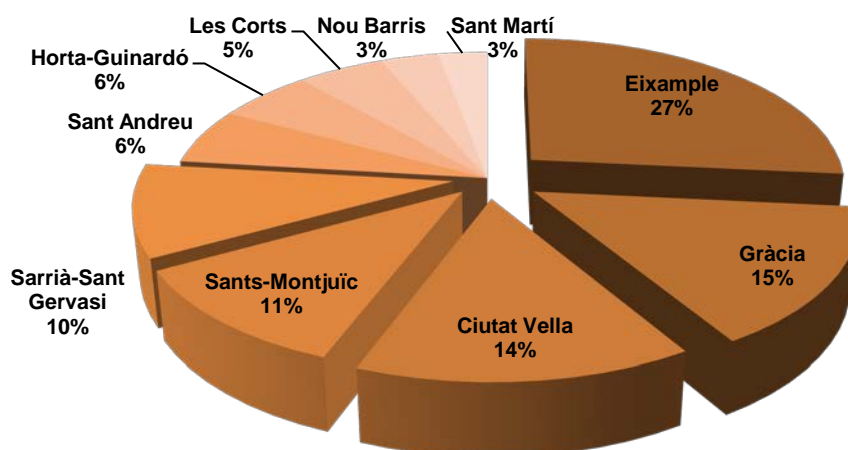
Perfil geogràfic

Com ja hem vist, la majoria dels visitants viuen a Barcelona i, concretament, al barri de l'Eixample. **El públic local representa un 50% del total**. En segon lloc, veiem com **un 25% d'aquells qui visiten les exposicions del CCCB són turistes** o estrangers (15% europeus i 10% internacionals), seguits pels visitants catalans (15%) i, finalment, el públic espanyol (11%).



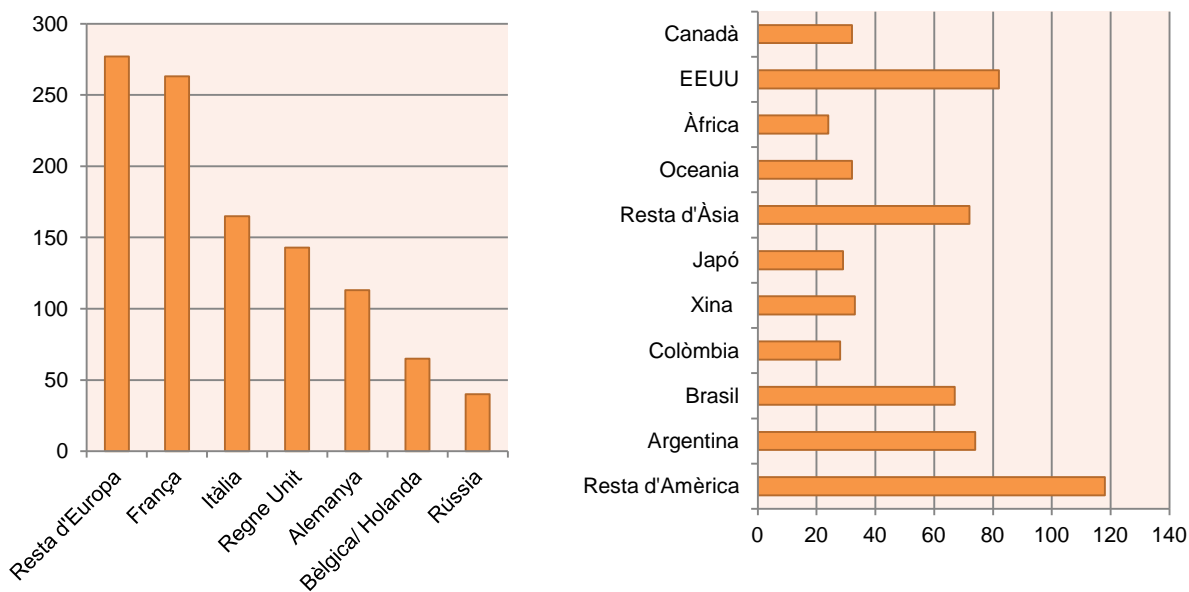
Barcelona ciutat

El públic local prové principalment de tres barris: L'Eixample, Gràcia i Ciutat Vella. En total, més del 50% dels visitants barcelonins. Seguidament els barris de Sants-Montjuïc i Sarrià-Sant Gervasi sumen conjuntament més del 20% de visitants locals.



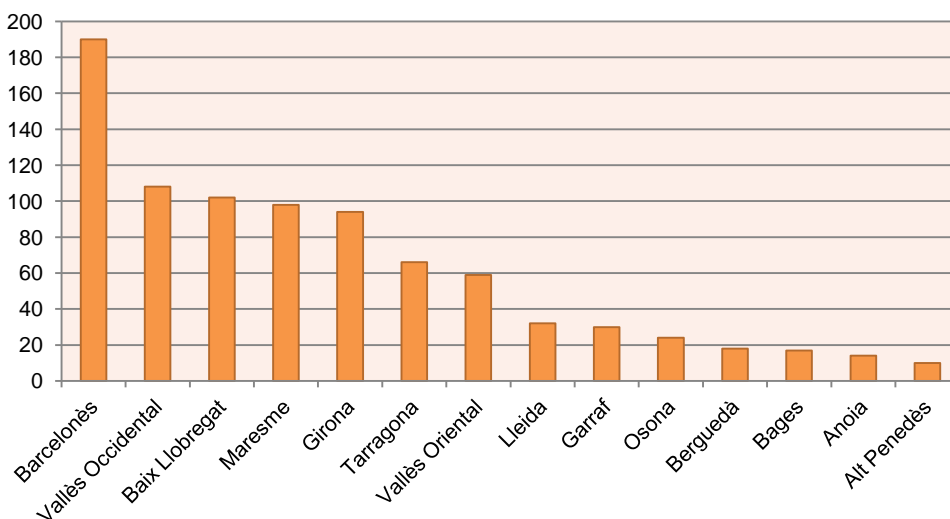
Turistes

Els europeus són majoria entre el públic estranger: França (29%), Itàlia (18%) i Regne Unit (16%) aporten el major nombre de visitants. Pel que fa als internacionals, el 50% prové d'Amèrica Llatina, i principalment d'Argentina, Brasil i Colòmbia. En segon lloc, trobem els visitants asiàtics, que representen el 24% del total de públic internacional (no europeu).



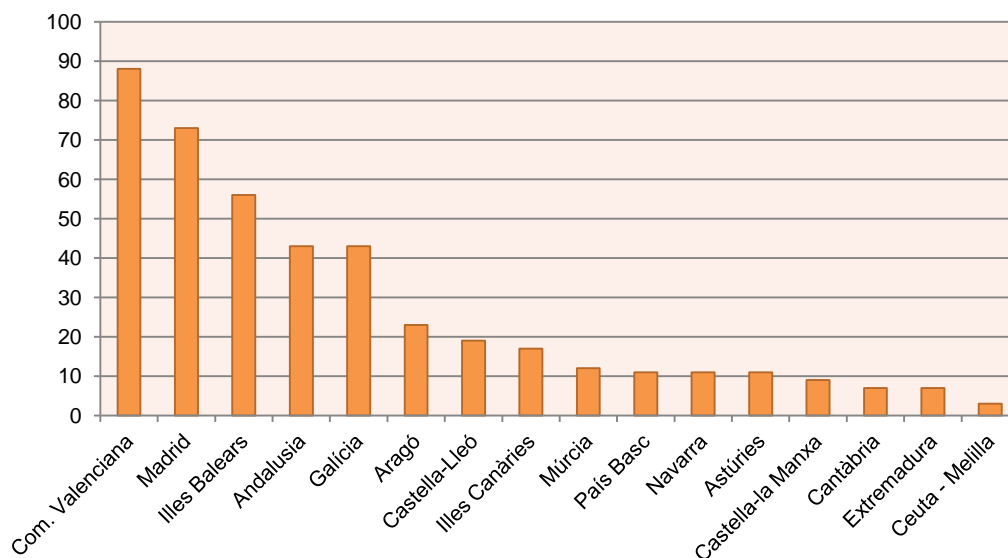
Catalunya

Les comarques que aporten més visitants són aquelles amb una major proximitat a la ciutat de Barcelona, com és el cas del Barcelonès (22%), el Vallès Occidental (12%) i el Baix Llobregat (12%).



Espanya

Pel que fa a les comunitats autònomes, en primer lloc rebem visitants de la Comunitat Valenciana (13%). També té una presència important el públic madrileny (11%) i, en tercer lloc, els visitants de les Illes balears.



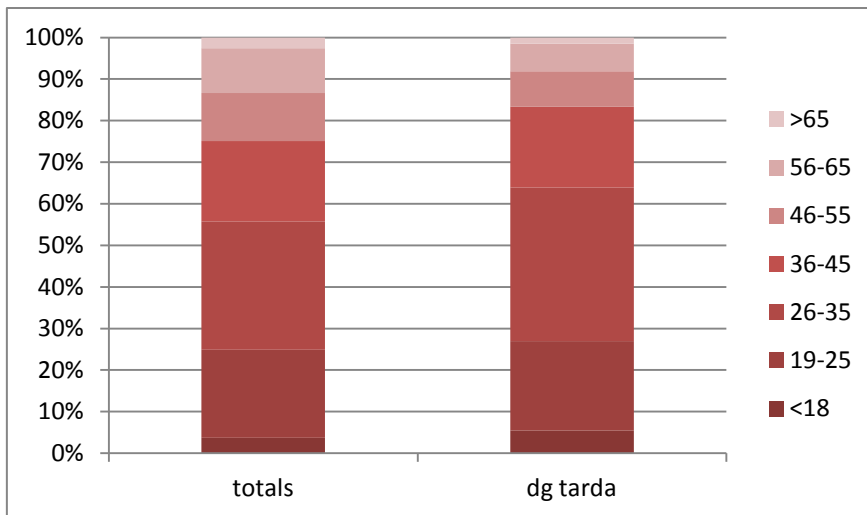
Diumenges tarda

Tots els diumenges per la tarda el CCCB obre les portes al públic de manera gratuïta. El perfil de visitant pot variar, doncs, respecte d'aquell que visita les nostres exposicions al llarg d'una jornada quotidiana². En el cas de l'exposició *1.000m2 de Desig*, parlem...

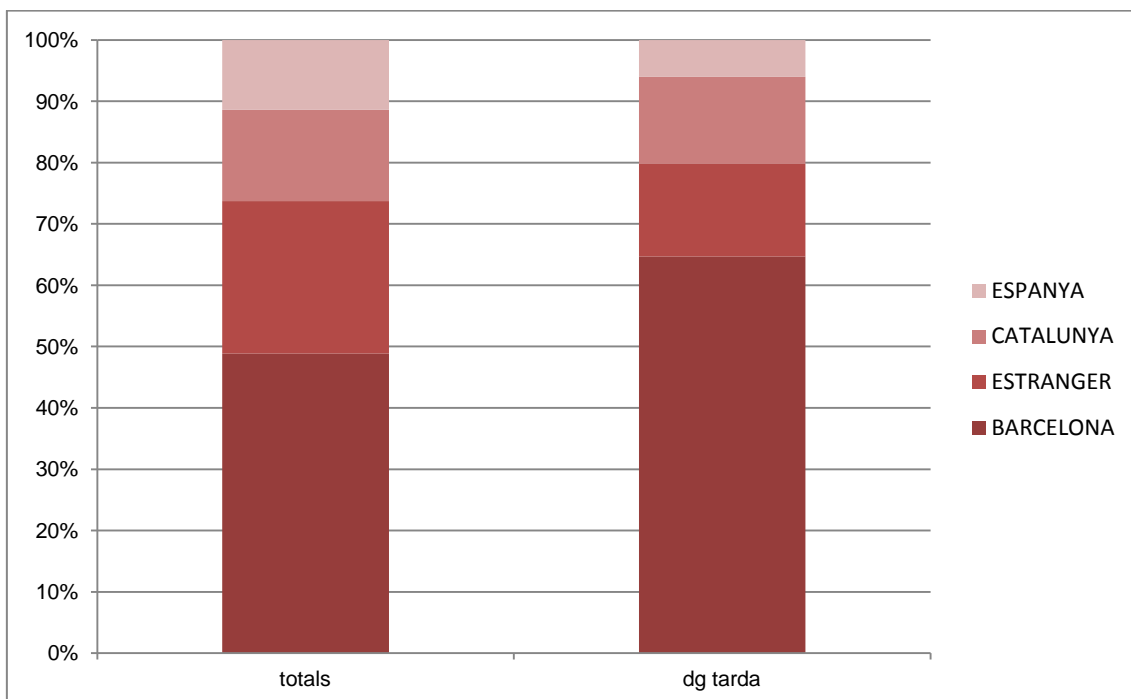
➔ *d'una persona d'entre 26 i 35 anys, que viu a la ciutat de Barcelona, concretament al barri de l'eixample, a qui li han recomanat l'exposició i que, per tant, ha vingut expresament per a descobrir-la.*

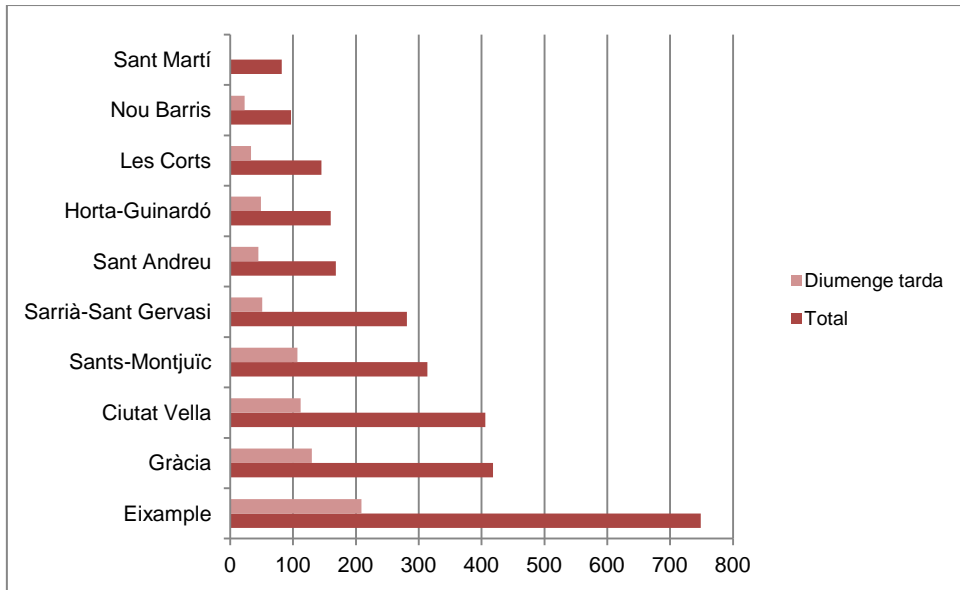
En primer lloc, destaquem que el públic dels diumenges per la tarda és una mica més jove que la mitjana: Un 78% té menys de 45 anys, i els majors de 55 anys representen poc més del 10%.

² Només podem obtenir aquestes dades específiques a través del programa EUROMUS. Per tant, No coneixem dades qualitatives d'aquest sector de públic, ni tampoc si venien sols o acompanyats.

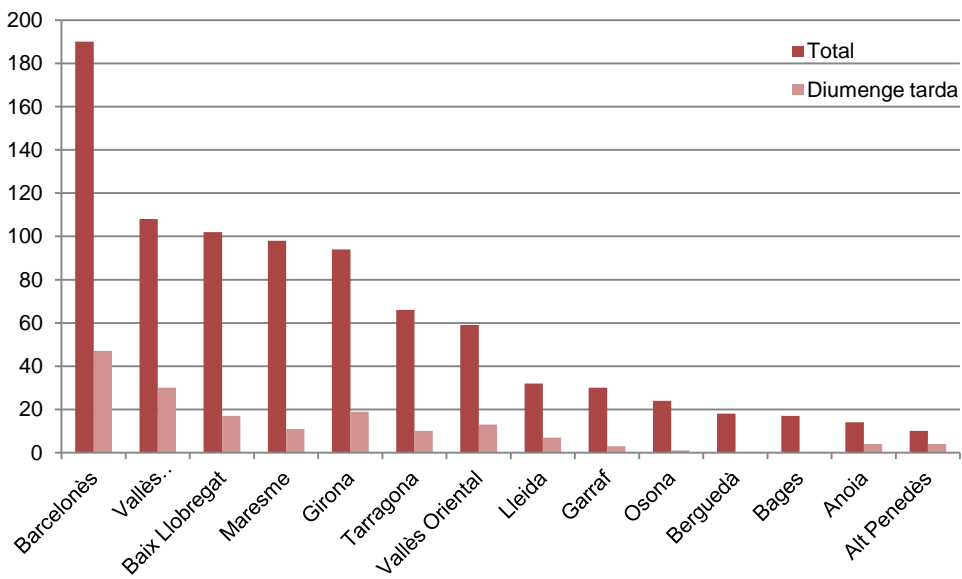


Els residents a Barcelona tenen més presència el diumenge per la tarda a les nostres sales, ja que representen gairebé un **65%**. Els turistes descendeixen fins al 15% del total, i el 20% restant el conformen visitants de Catalunya i l'Estat espanyol.



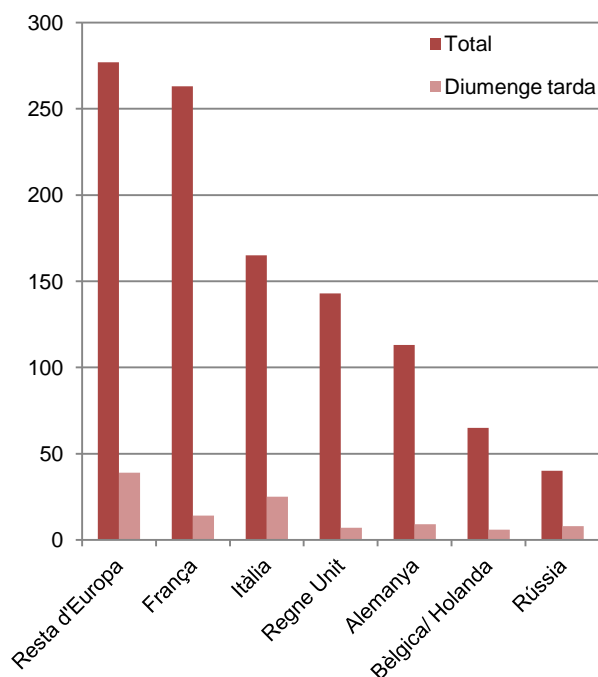


Pel que fa als veïns de la ciutat, **un 30% resideix a l'Eixample**, i gairebé un 50% més es divideix entre els barris de Ciutat Vella, Sants-Montjuïc i Gràcia. Pel que fa al públic procedent de fora de Barcelona ciutat (un 14%), més d'una quarta part viu a la comarca del Barcelonès, gairebé un 20% al Vallès Occidental i, en tercer lloc, l'11% dels visitants de diumenge tarda han vingut des de Girona.



En relació a les visites que ha rebut l'exposició 1.000m2 de desig durant els diumenges per la tarda, quan l'entrada es gratuïta, trobem que aquells qui van venir de fora de Catalunya resideixen...

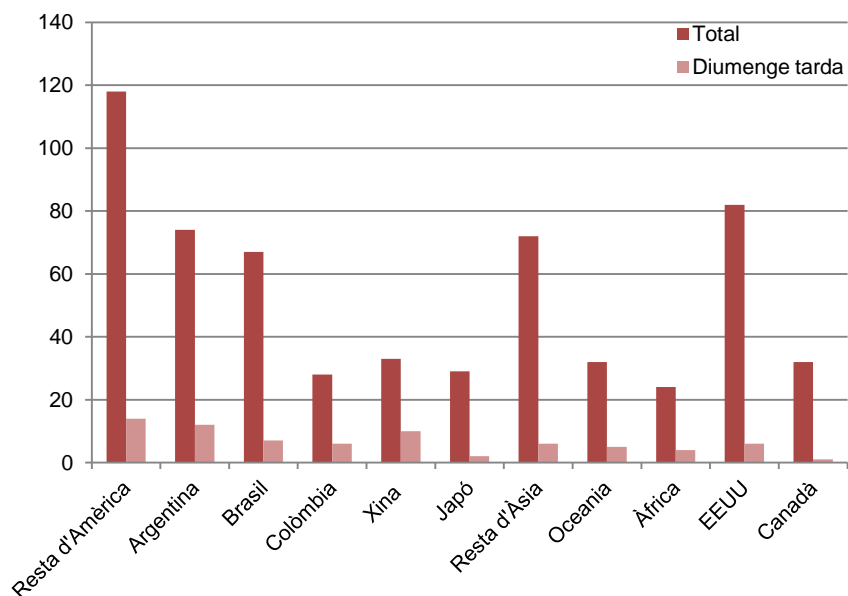
Principalment al continent europeu:



Els italians són aquells qui millor aprofiten la promoció de diumenge, amb un 23% dels seus nacionals entre el total d'uropeus que han visitat l'exposició sobre arquitectura i sexualitat. En segon lloc, trobem els visitants de nacionalitat francesa i, en tercer lloc, Alemanya i Rússia. Aquests països també aporten una part important de visitants, amb un 8% cadascun.

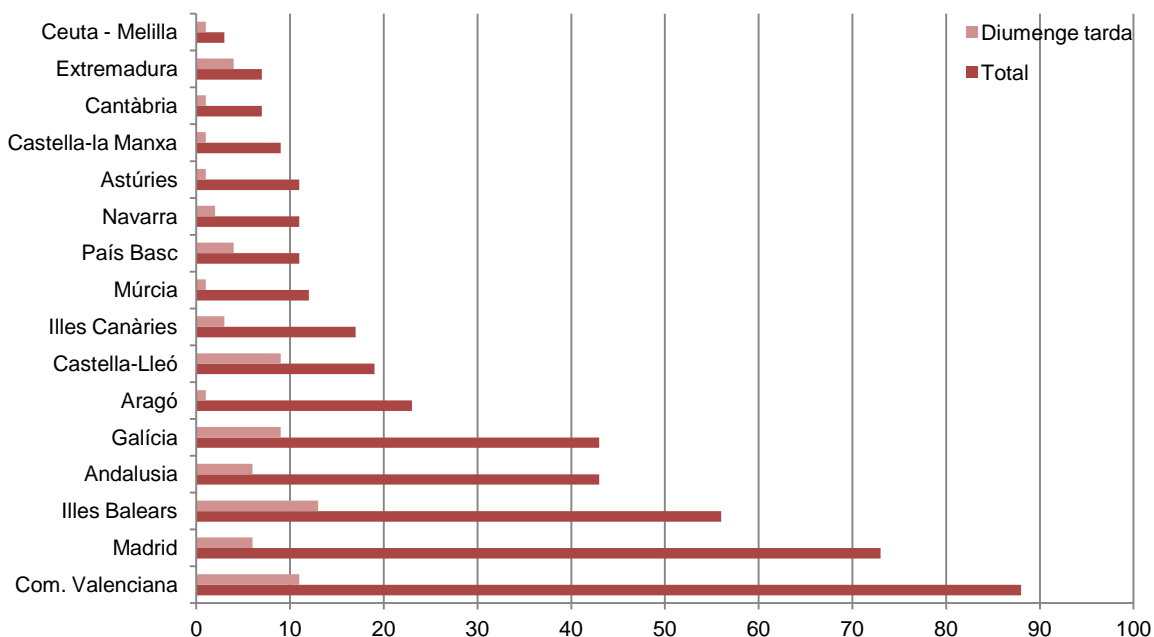
En segon lloc, el visitant internacional:

El perfil del visitant internacional es compon principalment per naturals d'Amèrica Llatina, que durant els diumenges per la tarda han representant més del 50% del total.



En segon lloc trobem els asiàtics, que representen una quarta part del públic internacional en aquesta franja, encapçalats pels nacionals de la República Democràtica de la Xina. Finalment podem citar els visitants d'Estats Units, que en diumenge tarda representen aproximadament un 10% del total del públic internacional.

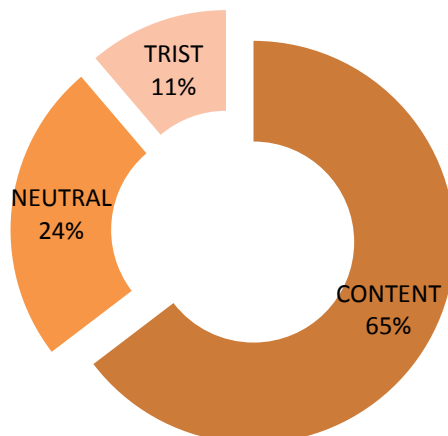
En darrer lloc, els visitants de l'estat espanyol:



La major part del públic provinent de l'Estat espanyol, que només representa un 6% del total de visitants al diumenge tarda, resideix a les Illes Balears (un 18%). En segon lloc, es troben els visitants de la comunitat valenciana (15%), i finalment Galícia (12%) i Castella i Lleó (12%). La resta de comunitats autònomes no destaquen pel nombre de visitants que han aportat a l'exposició *1.000m2 de desig*.

Grau de satisfacció

El qüestionari RATENOW proposa al públic fer valoracions d'ordre qualitatiu un cop finalitzada la visita a l'exposició. En el cas de *1.000m2 de Desig*, un 65% deia sentir-se "content" després de la visita, un 24% "neutral" i, malauradament, un 11% dels visitants se sentia "trist". Un total de 10.222 visitants han valorat la seva experiència



També es demana als visitants que indiquin el grau de probabilitat amb què recomanarien aquesta exposició: El resultat ha estat **una mitjana de 6.59** en un barem de l'1 al 10.

El que més ha agradat

Tracta la sexualitat des d'un punt de vista inèdit per a mi

Del total de 1.779 respostes a la pregunta de "què és allò que més t'ha agradat" de l'exposició *1.000m2 de desig*, gairebé una tercera part dels missatges (el 30,24%) no són més llargs d'un sol mot: El tot (60%) enfront al res (40%).

A banda de les persones que han respost de manera poc concreta a la pregunta sobre què és allò que més els ha agradat, trobem que **gairebé el 45% dels visitants valoren el contingut com el component més atractiu de tota l'experiència**. Són molts aquells que citen un contingut específic de l'exposició. En primer lloc, un 20% de les respostes presenten **l'espai Playboy com el seu favorit** i, ben

Què és el que més t'ha agradat?		
	Respostes	%
Contingut	796	44,74%
Playboy	151	
El lilit Playboy	36	
Espai XXXB	108	
Marquès de Sade	25	
Barbarella	15	
James Bond	15	
Muntatge	392	22,03%
Disseny	22	
Ambientació	20	
Posada en escena	11	
Comissariat	11	
Servei	49	2,75%
Visita guiada	21	
Altres	538	30,24%
Tot	277	
Res	141	

especialment, gairebé el 25% d'aquests precisen que fou el llit rodó de Hugh Hefner allò que més els va captivar. En segon lloc, **els usuaris han escollit la sala XXXB** com a la seva part preferida en tot el recorregut expositiu i, ben especialment, el cinema pornogràfic. Finalment, altres visitants es posen d'acord en assenyalar altres continguts específics, com és el cas de la recreació del saló de lectura del Marquès de Sade, o bé el fragment de la pel·lícula de Roger Vadim, "Barbarella".

D'altra banda, més d'una cinquena part dels visitants ha respost que allò que més els havia agradat era **el muntatge de l'exposició**. Per muntatge, entenem la manera de disposar els continguts en l'espai, sense referir-se a un de concret i aïllat de la resta.

La combinació de pel·lícules, objectes exposats, text i fotografies.

Excel·lent treball de comissariat i composició

En general, el públic emprava diversos mots per tal de referir-se a aquest concepte, principalment els de "disseny", "ambientació", "posada en escena" i "comissariat", entre d'altres.

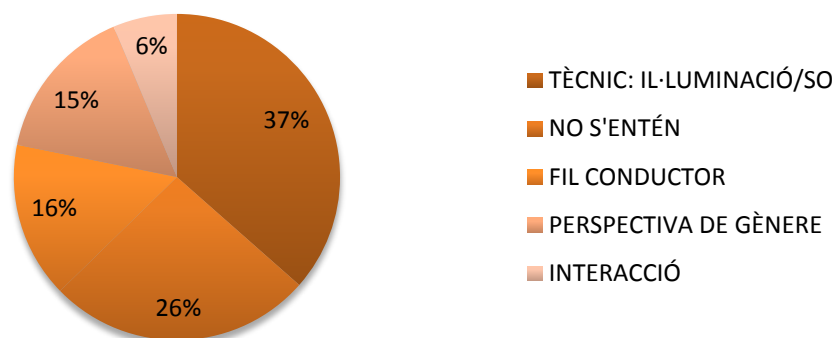
Sóc gestora cultural i crec que aquesta és una de les exposicions millor muntades i desenvolupades que mai he vist. Enhorabona a les comissàries!

En darrer lloc, només un 2% de les respostes coincideixen en assenyalar que **la visita guiada** a l'exposició ha estat indispensable per al gaudi de l'experiència, i ben especialment per a la comprensió del seu contingut.

En què podem millorar

Aquesta pregunta ha rebut un total de 561 respostes comprensibles, de les quals un 80% fa propostes en relació a l'exposició, mentre que el 20% restant es fixa en les possibles millores que caldria fer al servei de públics.

Pel que fa als comentaris sobre l'exposició, destaquen les queixes sobre elements de caràcter tècnic com són, principalment, **la il·luminació dels panells de text i la mida de les tipografies** que, segons els visitants, dificulten la lectura i, per tant, la comprensió de l'exposició. Al mateix temps, també un bon nombre de participants ha fet notar que existia una certa **contaminació acústica produïda pel conjunt d'instal·lacions** que, segons les opinions, no estaven ben aïllades i generaven soroll.



En segon lloc, trobem que entre aquells qui proposen una millora per a l'exposició, més d'un 25% manifesta no haver-la comprès. Algunes d'aquestes opinions es concreten amb frases com "explicacions escrites més accessibles i amenes"; "no s'entén. Els textos no són clars"; "no és gens entenedor per al públic en general. La museografia massa caòtica"; "no queda gaire clara la relació entre arquitectura i sexe"; "Crec que tot està molt bé: Sóc jo qui no ho entén". Hi ha una tendència entre els usuaris que es dirigeix a sol·licitar explicacions més simples i accessibles al públic no expert. Només una minoria ha considerat que el contingut de l'exposició mancava de referències específicament arquitectòniques. Finalment, més d'un 15% dels usuaris ha considerat que no existia un fil conductor per a tota l'exposició, que voldrien veure explicada com un relat.

Trobo que és una exposició molt superficial en el seu plantejament i força masculista al no qüestionar res d'allò que exposa

D'altra banda, apareix un nombre rellevant de comentaris que contempen de forma negativa la manca de perspectiva de gènere, el classicisme amb què s'aborda la sexualitat, l'absència de context social, etcètera. Concretament, molts usuaris es lamenten del fet que l'exposició no presentava cap reflexió entorn a l'experiència de desig femenina, que els espais representats estaven ideats per al gaudi masculí i de classe alta, sense contemplar altres esferes de realitat no hegemònica i alternativa.

És una mirada totalment androcèntrica, que presenta la sexualitat des d'un punt de vista heteronormatiu. És una pena perquè Barcelona ha estat niu de propostes com el post-porno i d'altres també transgressores

En darrer lloc, molts usuaris que aporten propostes per a l'exposició, aconsellen millorar el seu disseny interactiu, per tal de fer-la més participativa. Paradoxalment, a la pregunta "què és el que més t'ha agradat", gairebé el mateix número de persones responien "l'experiència interactiva".

En relació als comentaris sobre la millora del servei, aquests es dirigeixen en primer lloc al servei d'audioguies. Segons els usuaris, el comentari no aporta informació més enllà del contingut que també es pot llegir als panells informatius instal·lats a l'exposició. A més a més, expliquen que la facilitat és d'ús caòtic, ja que no existeix una correlació entre el número de les pistes i els espais expositius. Altres propostes de millora del servei fan referència al preu de la visita a l'exposició (de 6€), que consideren massa elevat. També es fa menció del manteniment de les sales, concretament a males olors, fred o calor. En darrer lloc, altres usuaris que han sol·licitat la instal·lació de seients o espais transitoris de descans, pensats especialment per als visitants d'edat més avançada.

