



Ajuntament
de Barcelona

“Barcelona” a les xarxes socials

Informe anual 2014

Desembre 2015

PLA
d'ES

Departament d'Estudis d'Opinió
Gabinet Tècnic de Programació



ÍNDEX

002	FITXA TÈCNICA	044	Ensenyament i formació
003	PRESENTACIÓ	046	Serveis socials i sanitaris
004	1 DADES GENERALS	048	Via pública i infraestructures
005	1.1 DADES VOLUMÈTRIQUES	050	Mobilitat
009	1.2 DADES D'UBICACIÓ	052	Seguretat i civisme
014	1.3 DADES D'ORIGEN	054	3 TEMÀTIQUES PUNTUALS
016	1.4 TOP 10 ANUAL	057	4 ANNEX
019	2 AGRUPACIONS TEMÀTIQUES		
020	2.1 DISTRIBUCIÓ ÀREES		
029	2.2 ÀREES TEMÀTIQUES		
030	Esports		
032	Cultura		
034	Lleure		
036	Turisme i estada a la ciutat		
038	Economia		
040	Habitatge		
042	Política, idees i valors		



FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Mundial.

UNIVERS

Usuaris de plataformes virtuals que utilitzin a les seves publicacions la paraula "barcelona" o "bcn".

METODOLOGIA

L'escolta activa de les publicacions/mencions sobre Barcelona és realitza a través de la monitorització dels canals institucionals de la ciutat i de l'ús del terme concret "Barcelona" i l'acrònim "BCN" a les xarxes, a través del recull de qualsevol missatge amb la paraula Barcelona, o l'acrònim BCN a les xarxes socials (Twitter / Facebook /Youtube/ Instagram / Pinterest...) a la xarxa (Web i Blogs), i als mitjans informatius (incloent comentaris).

PROCEDIMENT

Per tal d'optimitzar la informació recopilada, la mostra restarà dividida en diferents agrupacions temàtiques que cobreixen l'espectre des de les agrupacions puntuals a les permanents. Per millorar la fiabilitat de les dades recollides es realitza també un procés de filtratge i elusió d'aquells temes que s'han considerat com exemptes de capacitat explicativa per la representació dels interessos i necessitats de la ciutadania, així com els objectius plantejats. Els temes obviats actualment són el futbol, les publicacions realitzades per bots i l'SPAM.

DATA DE REALITZACIÓ

Del 1 al 27 de desembre de 2015, sobre les dades de 2014.

EMPRESA PROVEÏDORA DEL SERVEI
D'ESCOLTA ACTIVA
WEBSAYS



PRESENTACIÓ

L'informe anual sobre les Xarxes Socials Barcelona es desenvolupa per tal de recollir les opinions, idees i temes que recullen les xarxes socials de caràcter públic al voltant de la ciutat de Barcelona.

OBJECTIUS

L'objectiu és analitzar la informació que aquestes expressen, per tal que sigui possible determinar quines són les prioritats de la població, conèixer la realitat social de la ciutat, l'opinió pública sobre l'Ajuntament, la gestió municipal i la presentació de serveis municipals. D'aquesta forma l'Ajuntament de Barcelona pretén assolir els següents objectius:

1. Fer seguiment de la marca “Barcelona” al món.
2. Conèixer el que més destaca de la

ciutat en cada moment.

3. Conèixer la reputació institucional de l'Ajuntament, tant dels seus representants com de l'actuació municipal.
4. Fer seguiment del que es digui sobre propostes i missatges del consistori.
5. Conèixer les preocupacions que afecten a la ciutat, especialment aquelles relacionades amb les que són d'àmbit d'actuació municipal.
6. Facilitar als diferents organismes del consistori informacions que poden ser del seu interès per tal de millorar la seva actuació.
7. Suport a la gestió dels canals de comunicació corporatius a les xarxes socials.

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES I OUTPUT

L'informe s'estructura en quatre parts: a la primera es realitza una fotografia dels canals institucionals a les xarxes socials, en funció dels seguidors, creixement i el nivell d'activitat que presenten; la segona recull els indicadors generals sobre la interacció de Barcelona amb la xarxa (la seva tendència i els moments durant l'any que ha estat més usada); a la tercera s'examinen els mateixos indicadors de forma més específica, en funció d'agrupacions temàtiques (esports, cultura, lleure, turisme i estada a la ciutat, economia, habitatge, política, idees i valors, ensenyament i formació, serveis socials i sanitaris, via pública i infraestructures, mobilitat, seguretat i civisme, medi ambient i meteorologia); i per últim, la cinquena analitza el seguiment i la internacionalització dels esdeveniments transitoris que han suposat un impacte major durant l'any.



1

EL TERME “BARCELONA” A LA XARXA



1.1

DADES VOLUMÈTRIQUES



IMPACTE COMPARAT DEL TERME BARCELONA A LA XARXA

BARCELONA A LES XARXES

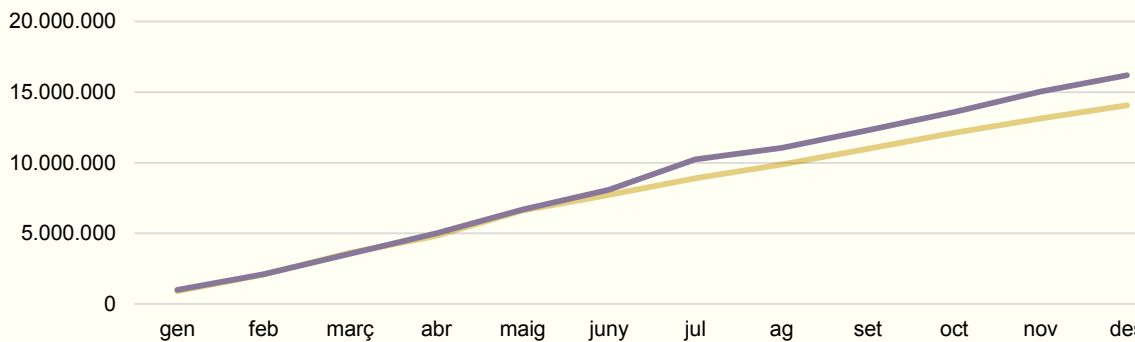
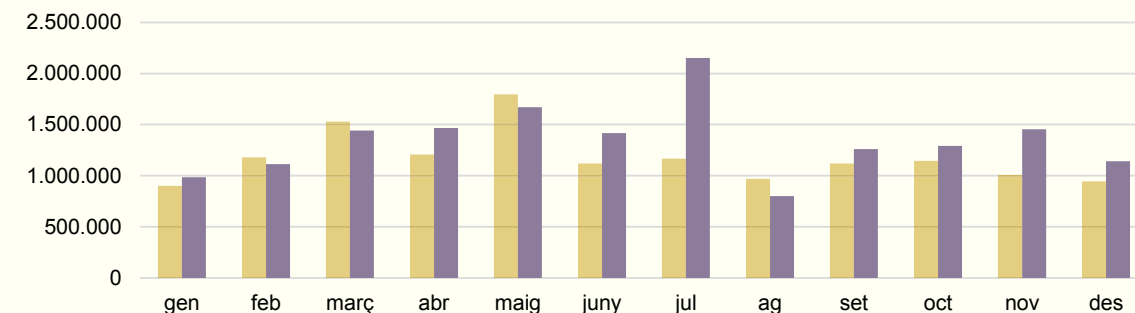
16.162.417

Publicacions

+ 14,96%

Respecte a l'any anterior

Amb més de 16M de publicacions, els termes Barcelona i BCN fan un salt quantitatiu respecte a les publicacions a les xarxes socials, amb al voltant de 4M de publicacions més que 2013, suposa el creixement del 14,95% del volum total. Un augment de publicacions que rau majoritàriament recolzat en l'augment de publicacions de juliol de 2014 fruit del fenomen de masses derivat del concert a Barcelona del grup musical de One Direction. Però també pel creixement de l'interès pels temes polítics durant els mesos de maig i juny de 2014.

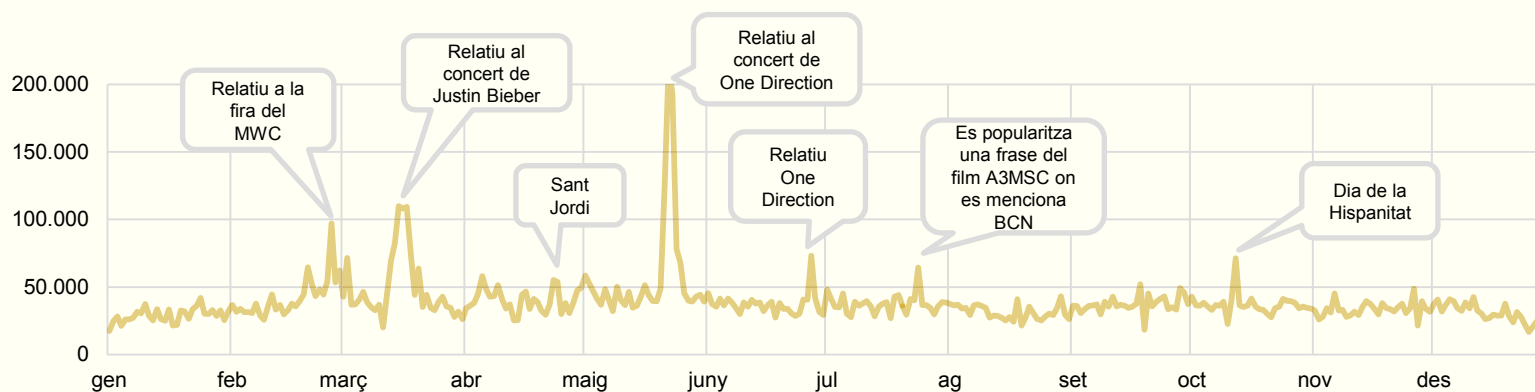
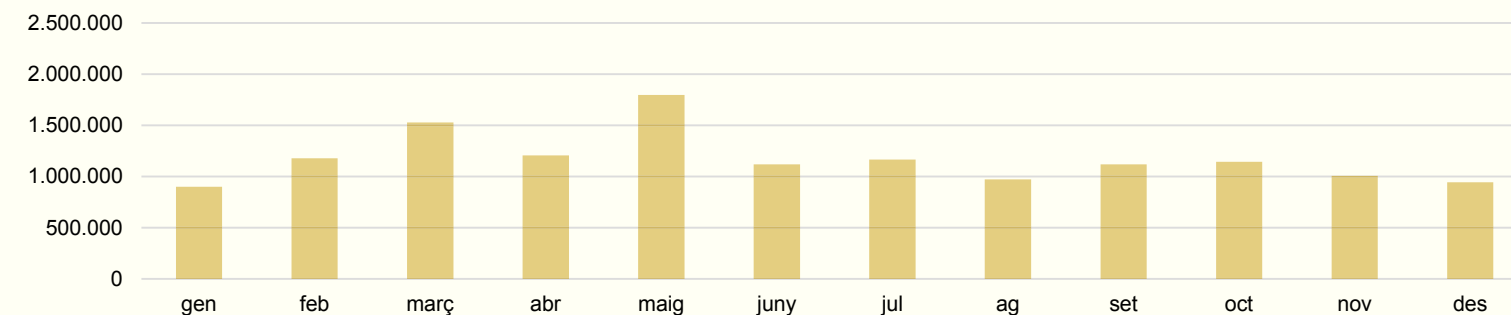


■ Dades 2014
■ Dades 2013



VOLUM DEL TERME BARCELONA A LA XARXA 2013

BARCELONA A LES XARXES

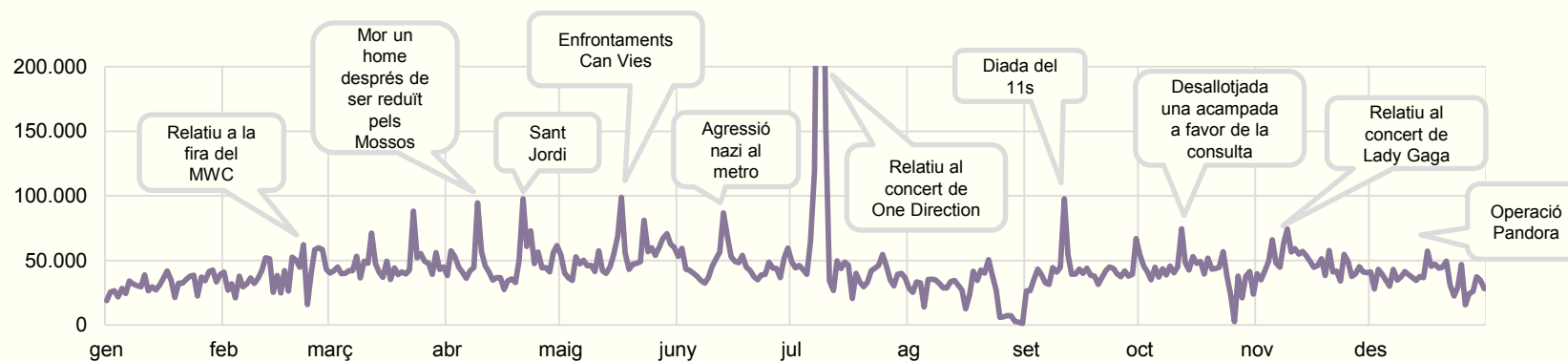
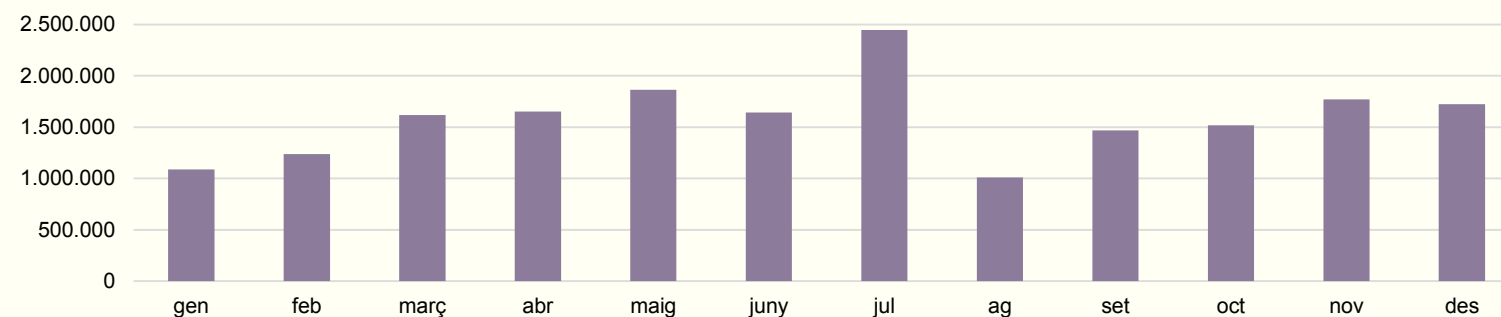


■ Dades 2013



VOLUM DEL TERME BARCELONA A LA XARXA 2014

BARCELONA A LES XARXES



Dades 2014



1.2

DADES D'UBICACIÓ



UBICACIÓ DE LES PUBLICACIONS

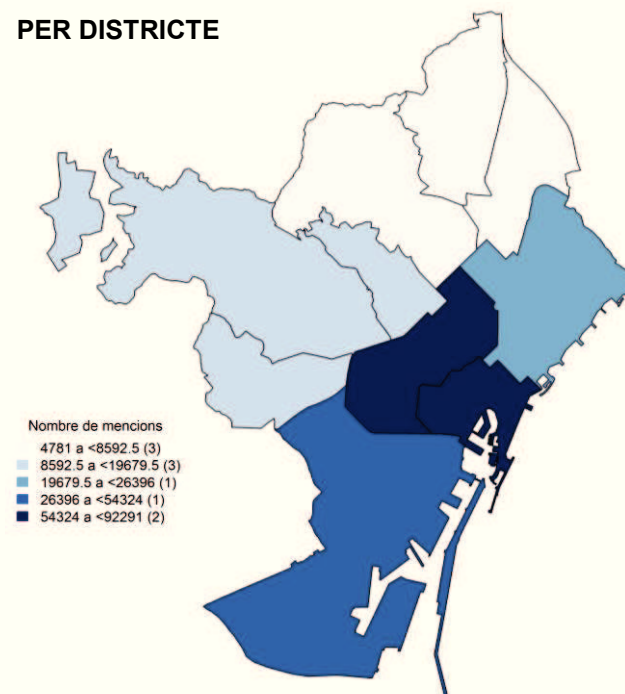
DISTRIBUCIÓ DE MENCIONS AL MUNICIPI DE BARCELONA

UBICACIÓ

“Al 2014 el **49,59%** de les publicacions es realitzen des de la ciutat de BCN”

Del total de publicacions el 3,51% estan geolocalitzades, és a dir, la geolocalització del dispositiu emissor estigui activada i per tant podem obtenir la ubicació d'es d'on s'ha realitzat la menció. A continuació és mostraran les dades més rellevants derivades d'aquest indicador. Referit a la ubicació des d'on es realitza la menció trobem que el 49,59% de les publicacions és realitzen des del municipi de Barcelona. Destaquen el Districte de Ciutat Vella, seguit de l'Eixample, Sants – Montjuïc i Sant Martí. En dades concret es de barris: Dreta de l'Eixample, Gòtic i Raval es configuren com els que presenten més interaccions. A nivell més general, trobem que a Catalunya és concentren el 64,82% de les mencions, on Barcelona, El Prat, Hospitalet i Badalona destaquen com les ciutats més actives. Si pugem un tram a Espanya recull el 74015% de mencions geoloc., i a Europa el 86,18%, on Regne Unit, França i Itàlia es posicionen al capdavant. Finalment a nivell mundial: Regne Unit, els EUA o Turquia encapçalen les posicions més elevades d'activitat. Les taules de dades es poden consultar a l'Annex 4.1 a la pg. 60

PER DISTRICTE

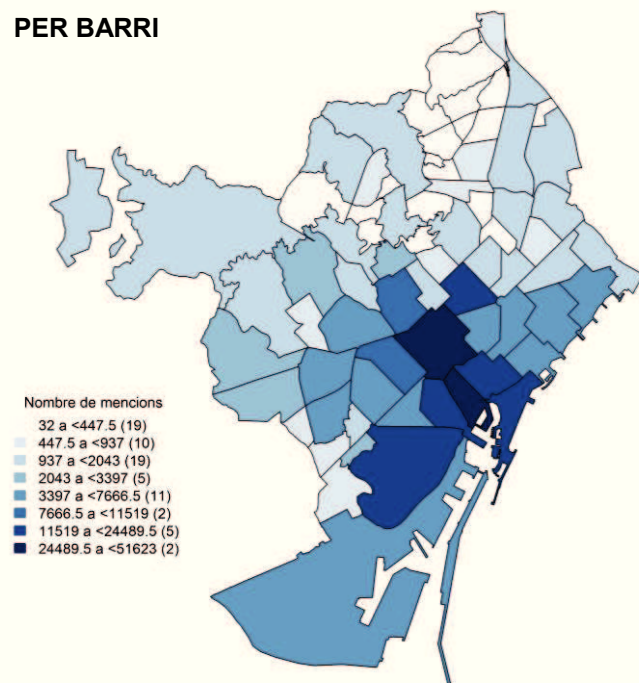




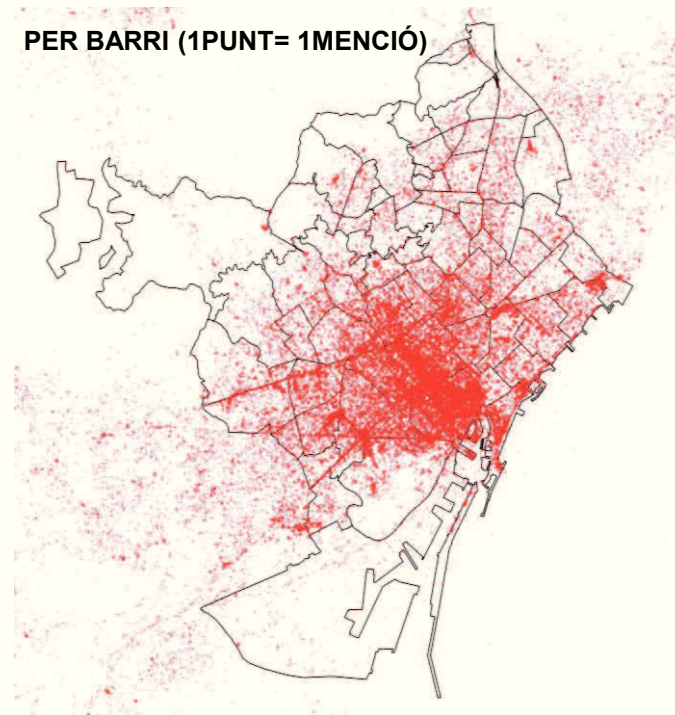
DISTRIBUCIÓ DE MENCIONS AL MUNICIPI DE BARCELONA

UBICACIÓ

PER BARRI



PER BARRI (1PUNT= 1MENCIO)



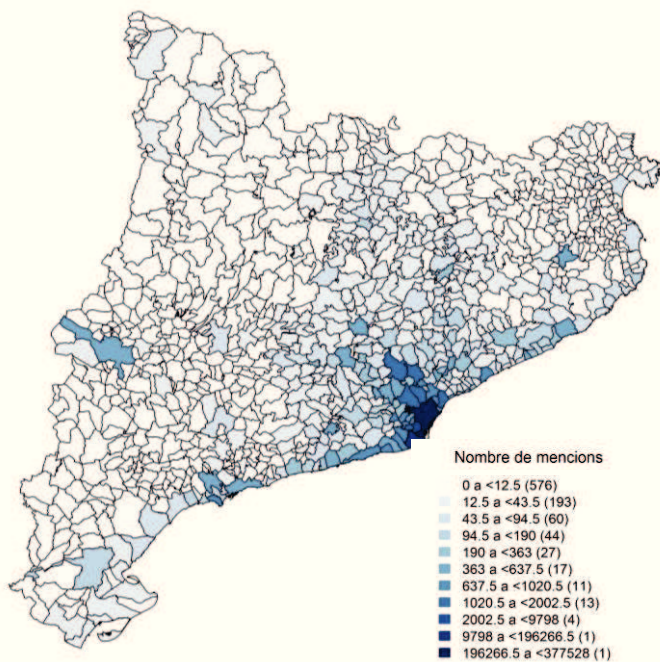
567.964 mencions totals geolocalitzades
281.669 mencions geoloc. a BCN



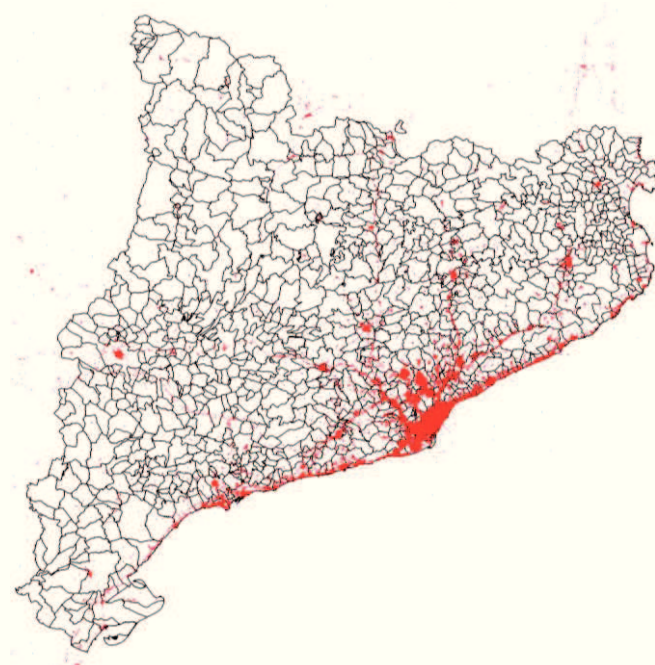
DISTRIBUCIÓ DE MENCIONS PER MUNICIPI (CATALUNYA)

UBICACIÓ

PER MUNICIPI



PER MUNICIPI (1PUNT= 1MENCIO)



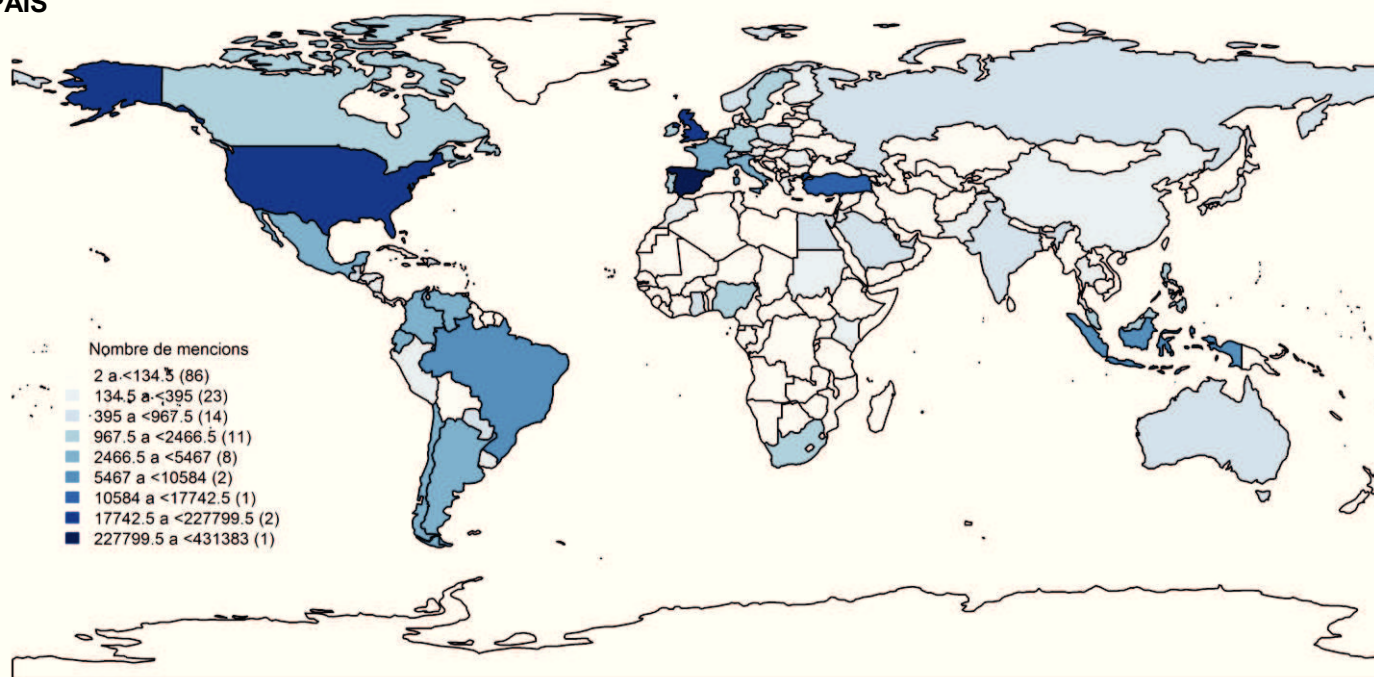
567.964 mencions totals geolocalitzades
368.173 mencions geoloc. a CAT



DISTRIBUCIÓ DE MENCIONS AL MÓN

UBICACIÓ

PER PAÍS



567.964 mencions totals geolocalitzades



1.3

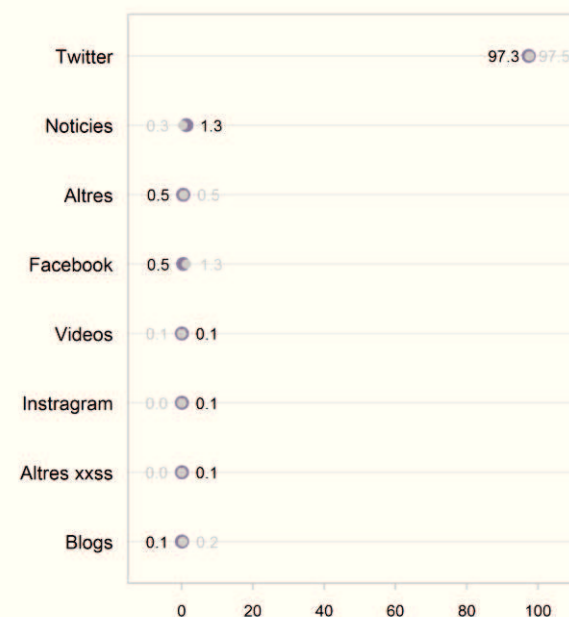
DADES DE PLATAFORMA D'ORIGEN



IDIOSINCRÀSIA DE LES PUBLICACIONS

“Al 2014 el **97,3%**
de les
publicacions
relatives al terme
Barcelona o BCN
provenen
de Twitter”

Amb una diferència més que manifesta Twitter és el canal preferit pels usuaris per parlar de la ciutat. Al 2014 el 97,3% de les publicacions relatives al terme Barcelona o BCN provenen de Twitte, plataforma que pateix un lleuger decreixement respecte a la seva utilització. Facebook cau de la segona posició en 2013 a la quarta en 2014, mentre que les Notícies es perfilen com el segon canal més utilitzat, augmentant un punt percentual. Cal destacar també la intensificació de la presència i ús d'altres xarxes socials, on destaca especialment el consum de vídeos: a les plataformes Youtube i Vimeo (+1,0pp) i Instagram (+0,9pp).





1.4

TOP 10 AUTORS, MENCIONS, HASHTAGS I ESDEVENIMENTS



TOP 10 2014

AUTORS, PARAULES I HASHTAGS

TOP AUTORS

@meteoSarria	23.997
@BCN_Noticias_	22.350
@barcelonahoy	21.812
@redMEMETRO	19.866
@barcelona_010	18.640
@TimeOutBCN	14.926
@trendinaliaBCN	14.727
@barcelona_cat	11.348
@q_cambiarlo	11.111
@MeteoMaduixer	8.164

TOP MENCIONS

@nialloficial	182.288
@abrahammateomus	113.625
@harry_styles	103.159
@gabriele_corno	90.275
@barcelona_cat	83.067
@5sos	82.332
@youtube	76.032
@luke5sos	73.832
@tony__aguilar	65.434
@michael5sos	62.808

TOP HASHTAGS

#rain	74.137
#travel	69.765
#incdgt	53.207
#noticias	49.946
#colors	30.731
#efectecanvies	28.491
#9n2014	28.473
#silence	28.217
#niallnotes	26.337
#mileyformmva	25.680



RESUM DE L'IMPACTE DE A LES XARXES

COMPARATIVA 2013-2014

2014 es presentà amb un increment de 2.110.868 publicacions relatives al terme Barcelona, el que suposà un increment del 14,96% respecte a 2013.

El promig mensual de publicacions durant 2014 creix de les 1.200.000 de 2013 fins superar el 1.300.000 de mitjana al mes. Destaquen però, els mesos de juliol, en primer lloc; i maig en segon, com els que aglutinen més publicacions. Durant juliol per l'expectació generada al voltant del concert de la banda musical One Direction i maig pels enfrontaments de Can Vies que inauguren un interès per l'espectre polític insòlit a les xarxes.

Esdeveniments que tot i mostrar forts nivells d'impacte no impossibiliten trobar patrons de fluctuació mensuals o estacionals semblants a 2013 on els mesos de gener i agost son els que presenten nivells d'interacció més baixos, mentre que el més de maig (obviant el fenomen fan) acostuma a ser el més àlgid.

En el cas de la mitjana volumètrica d'interaccions al dia ens situem prop de les 50.000 publicacions diàries (40.000 durant 2013). Alguns exemples dels esdeveniments que han marcat Barcelona a les xarxes durant el 2014 són, per ordre d'impacte:

TOP ESDEVENIMENTS

1. Concert de One Direction

2. Diada del 11S

3. Enfrontaments de Can Vies

4. Diada de Sant Jordi

5. Concert de Lady Gaga

6. Agressió xenòfoba al metro

7. Detencions derivades de l'Operació Pandora

8. Desallotjament de l'acampada 9N

9. Fira del Mobile World Congress

10. Mor un home quan estava essent reduït pels Mossos



2

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES



2.1

DISTRIBUCIÓ PERCENTUAL DE LES ÀREES



PES DE LES AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

% TEMA SOBRE EL TOTAL DEL MES (N=74,51%)

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

%	Esports	Cultura	Lleure	Turisme	Economia	Habitatge	Política	Educació	Sanitat	Infraestructura	Mobilitat	Seguretat
Gener	5,56%	12,37%	12,98%	11,04%	8,44%	0,72%	10,08%	1,71%	0,88%	0,89%	5,55%	4,26%
Febrer	5,68%	9,82%	18,11%	10,21%	12,25%	0,67%	7,84%	3,86%	0,77%	0,96%	5,84%	3,56%
Març	7,12%	10,70%	14,67%	9,61%	7,98%	0,59%	8,94%	2,63%	0,97%	0,97%	5,08%	2,94%
Abril	8,88%	12,70%	12,48%	11,85%	6,61%	0,48%	6,00%	1,70%	0,69%	0,90%	4,68%	3,23%
Mai	7,89%	13,43%	12,49%	9,73%	6,34%	0,64%	11,22%	1,61%	0,67%	1,66%	5,52%	6,70%
Juny	7,15%	14,06%	12,27%	11,10%	6,11%	0,47%	11,82%	2,28%	0,69%	1,26%	7,97%	5,60%
Juliol	4,17%	11,59%	14,68%	11,15%	4,00%	0,43%	4,24%	0,79%	0,44%	0,67%	6,07%	1,40%
Agost	9,35%	9,88%	19,03%	16,28%	6,87%	0,75%	8,96%	1,45%	2,18%	1,30%	7,85%	3,07%
Setembre	6,29%	10,99%	12,91%	11,52%	7,41%	0,62%	12,48%	1,33%	0,89%	1,09%	6,72%	2,43%
Octubre	4,88%	12,91%	12,05%	11,03%	9,37%	0,80%	11,23%	2,14%	1,52%	1,18%	6,74%	2,78%
Novembre	5,50%	13,79%	12,13%	9,25%	7,34%	0,92%	9,72%	1,87%	0,89%	1,05%	4,82%	2,89%
Desembre	7,32%	18,58%	15,14%	10,38%	8,93%	0,95%	10,18%	2,04%	1,10%	1,08%	5,79%	4,43%
PROMIG	6,65%	12,57%	14,08%	11,10%	7,64%	0,67%	9,39%	1,95%	0,97%	1,08%	6,05%	3,61%

Les categories presentades, agrupen el 72,97% del total del volum parlat a les xarxes sobre Barcelona; fora d'aquest barem queden els temes personals, les publicacions referides a situació geogràfica (Foursquare) i aquelles catalogades com a esdeveniments puntuals, ja que més endavant es presentaran individualment es destacades de l'any. Els números en vermell ressalten el mes amb una influència major en relació al volum de publicacions dins d'una mateixa temàtica.

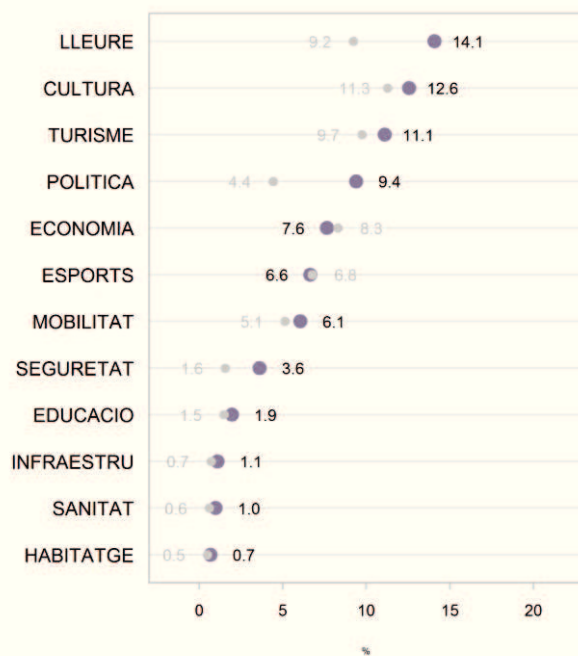


PES MENSUAL DE LES AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

MITJANA ANUAL EN FUNCIÓ DE LA TEMÀTICA

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

PROMIG DEL PES DE LES TEMÀTIQUES



“El canvi més significatiu, el trobem a l'àmbit **polític**, que dobla el seu percentatge de pes i de la vuitena passa a la quarta posició”

Les temàtiques 5 temàtiques que presenten major impacte durant 2014 són, per ordre de major a menor: Lleure (14,1%), Cultura (12,6%), Turisme (11,1%), Política (9,4%), Economia (7,6). Trobem canvis significatius respecte a 2013 en relació a la jerarquia de les més influents; el lleure passa de la tercera a la primera posició i la cultura baixa un esglaó. El canvi proporcional més significatiu, el trobem a l'àmbit polític, de les idees i els valors, que dobla el seu percentatge de pes i de la vuitena passa a la quarta posició. Pel que fa a les altres categories, Economia perd cert impacte, mentre que els temes relatius a la seguretat i el civisme creixen sensiblement en 2 punts percentuals.

● Dades 2014
● Dades 2013

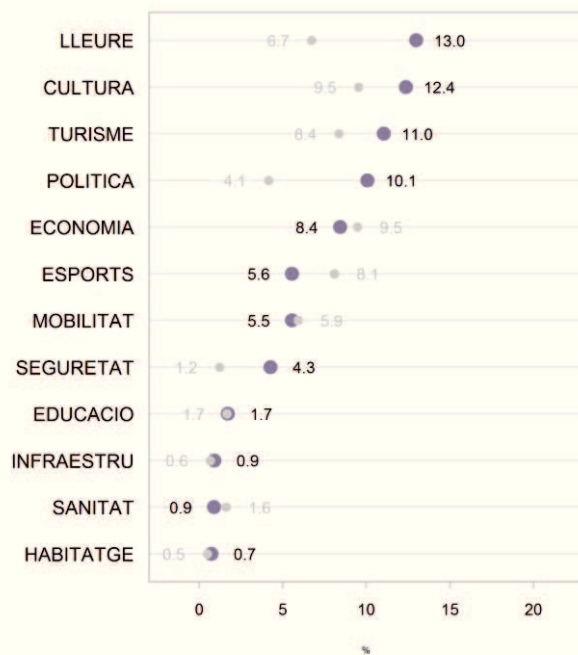


PES MENSUAL DE LES AGRUPACIONS TEMÀTIQUES (1/6)

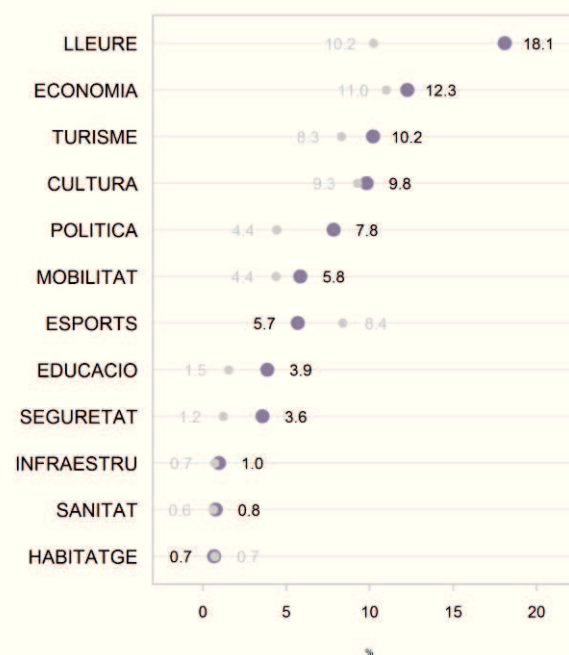
% TEMA SOBRE EL TOTAL DEL MES

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

PERCENTATGE PES TEMÀTIQUES GENER



PERCENTATGE PES TEMÀTIQUES FEBRER



● Dades 2014
● Dades 2013

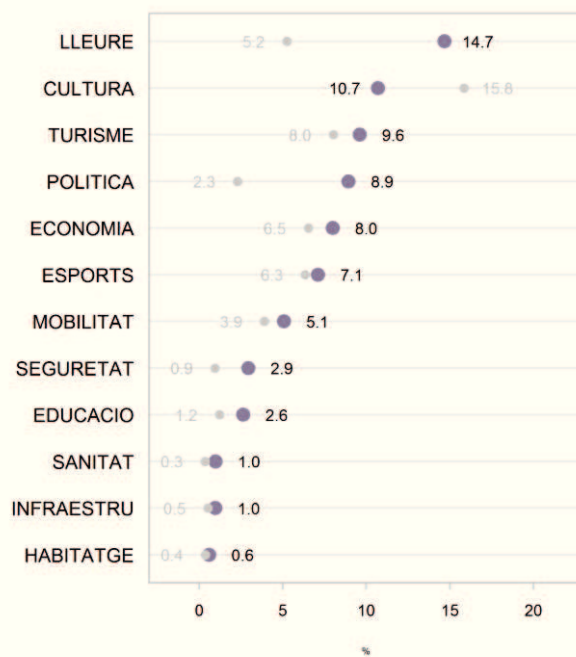


PES MENSUAL DE LES AGRUPACIONS TEMÀTIQUES (2/6)

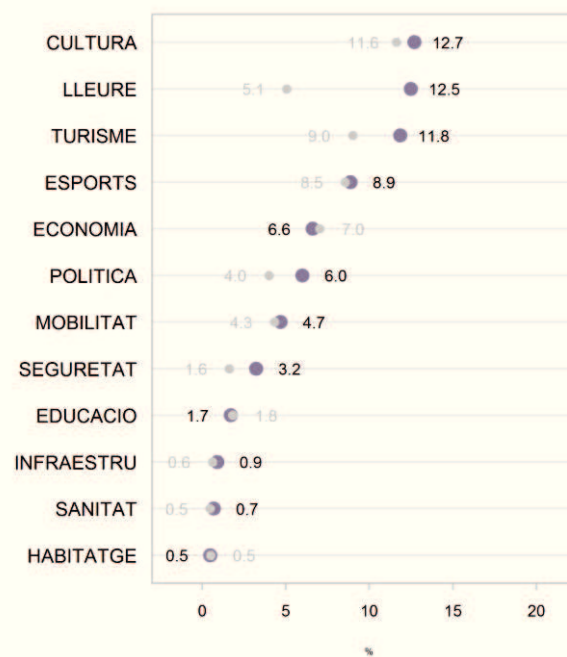
% TEMA SOBRE EL TOTAL DEL MES

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

PERCENTATGE PES TEMÀTIQUES MARÇ



PERCENTATGE PES TEMÀTIQUES ABRIL



● Dades 2014
● Dades 2013

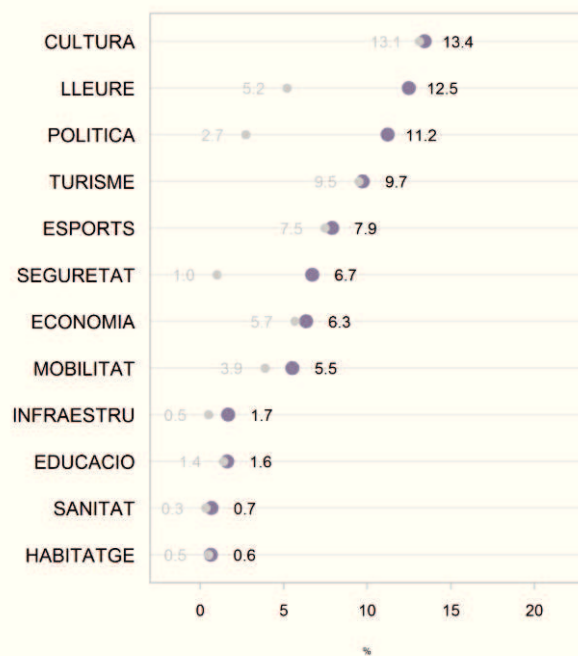


PES MENSUAL DE LES AGRUPACIONS TEMÀTIQUES (3/6)

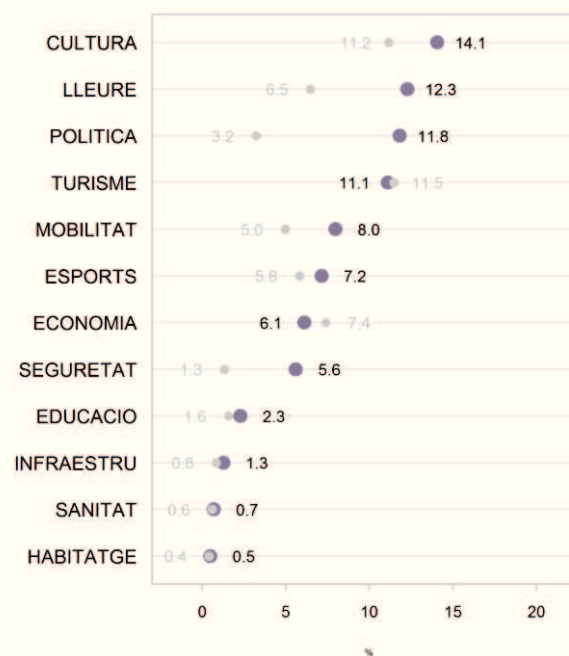
% TEMA SOBRE EL TOTAL DEL MES

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

PERCENTATGE PES TEMÀTIQUES MAIG



PERCENTATGE PES TEMÀTIQUES JUNY



● Dades 2014
● Dades 2013

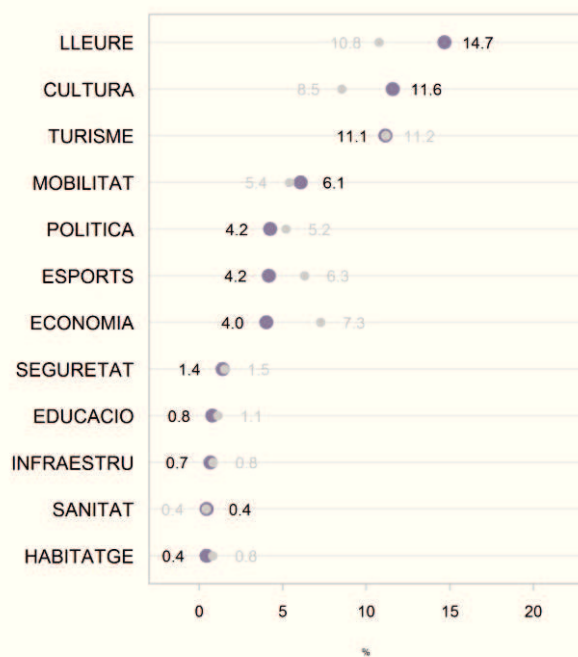


PES MENSUAL DE LES AGRUPACIONS TEMÀTIQUES (4/6)

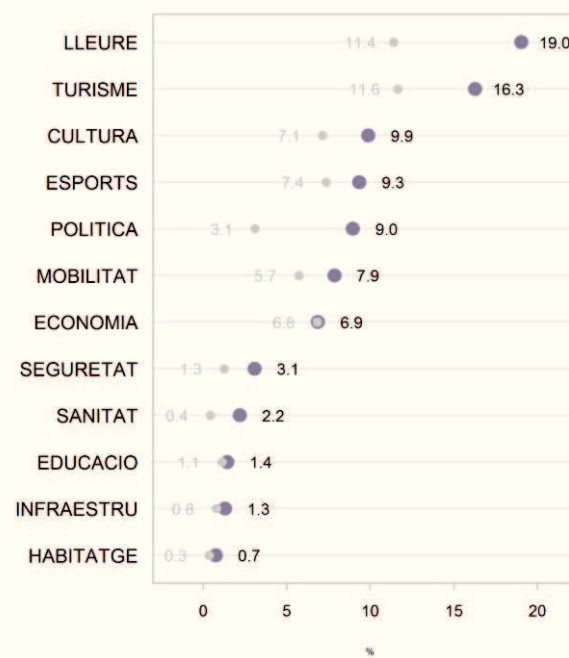
% TEMA SOBRE EL TOTAL DEL MES

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

PERCENTATGE PES TEMÀTIQUES JULIOL



PERCENTATGE PES TEMÀTIQUES AGOST



● Dades 2014
● Dades 2013

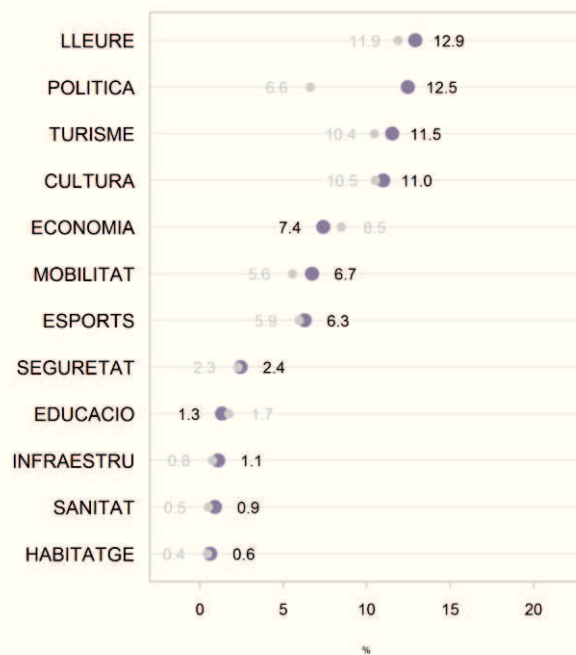


PES MENSUAL DE LES AGRUPACIONS TEMÀTIQUES (5/6)

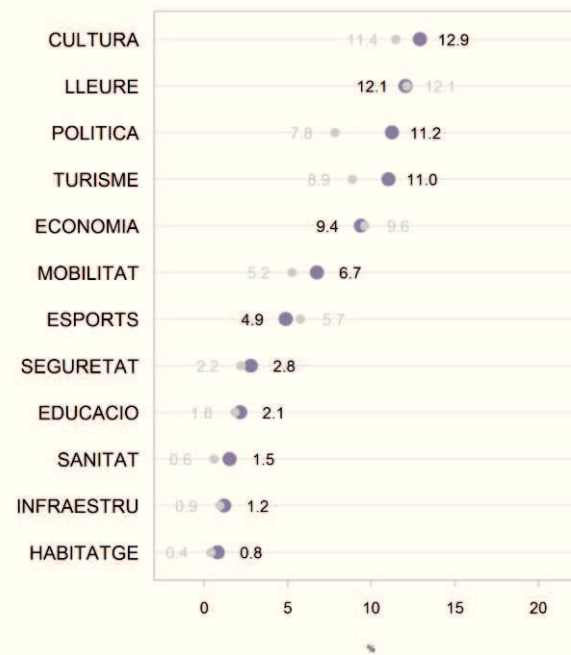
% TEMA SOBRE EL TOTAL DEL MES

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

PERCENTATGE PES TEMÀTIQUES SETEMBRE



PERCENTATGE PES TEMÀTIQUES OCTUBRE



● Dades 2014
● Dades 2013

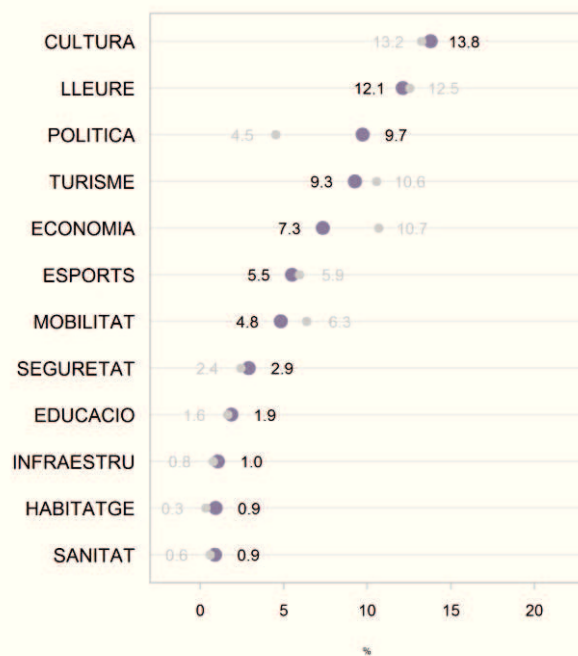


PES MENSUAL DE LES AGRUPACIONS TEMÀTIQUES (6/6)

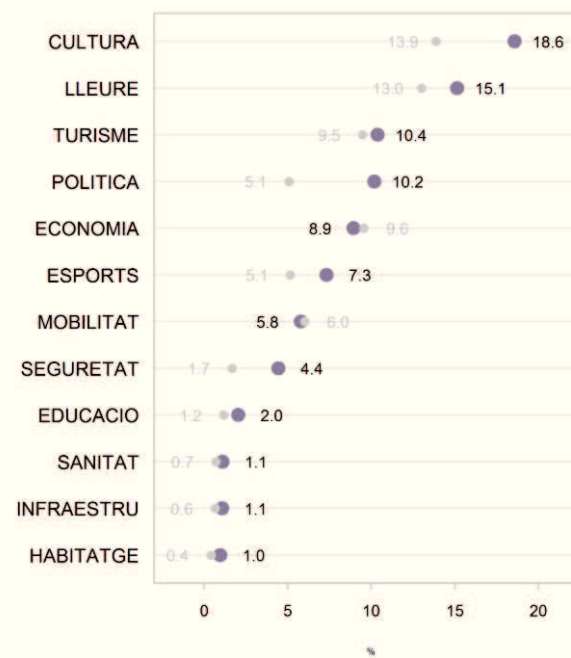
% TEMA SOBRE EL TOTAL DEL MES (N=72,97%)

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

PERCENTATGE PES TEMÀTIQUES NOVEMBRE



PERCENTATGE PES TEMÀTIQUES DESEMBRE



● Dades 2014
● Dades 2013



2.2

APROXIMACIÓ A LES ÀREES TEMÀTIQUES



ESPORTS (1/2)

RESUM MENSUAL COMPARATIU

1.053.887

Publicacions

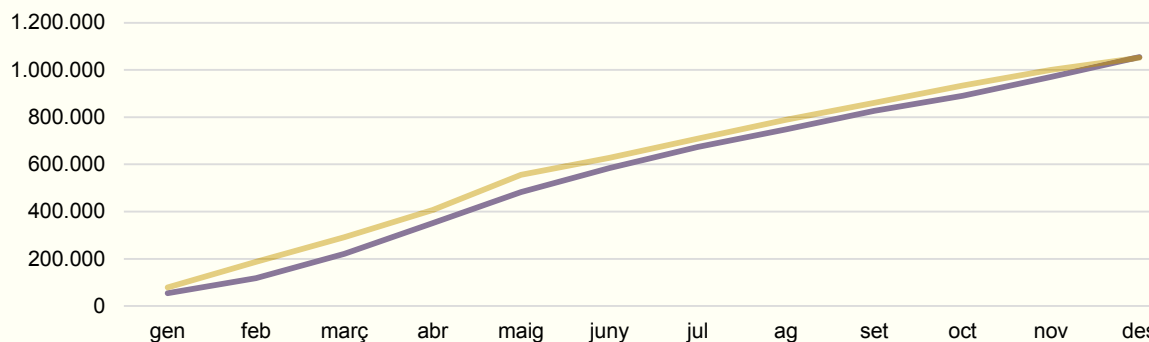
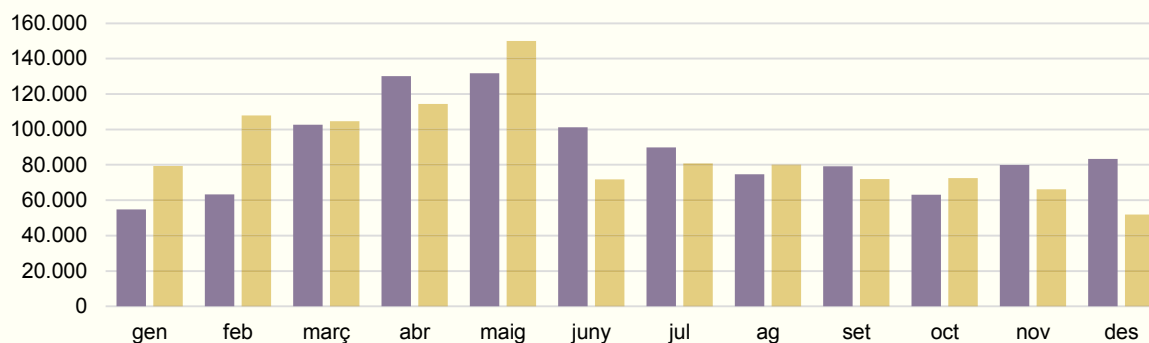
+0,21%

Respecte a l'any anterior

En termes absoluts, recull una mitja al voltant de les 87.000 publicacions mensuals.

Durant els primers 5 mesos de l'any es produeix un període de major activitat a raó de tres esdeveniments esportius rellevants: La celebració dels premis de F1 al circuit de Barcelona-Catalunya, el Barcelona Open Banc Sabadell de tennis i el període de competicions futbolístiques. Presentant el seu màxim al mes de maig amb la finalització d'aquestes.

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES



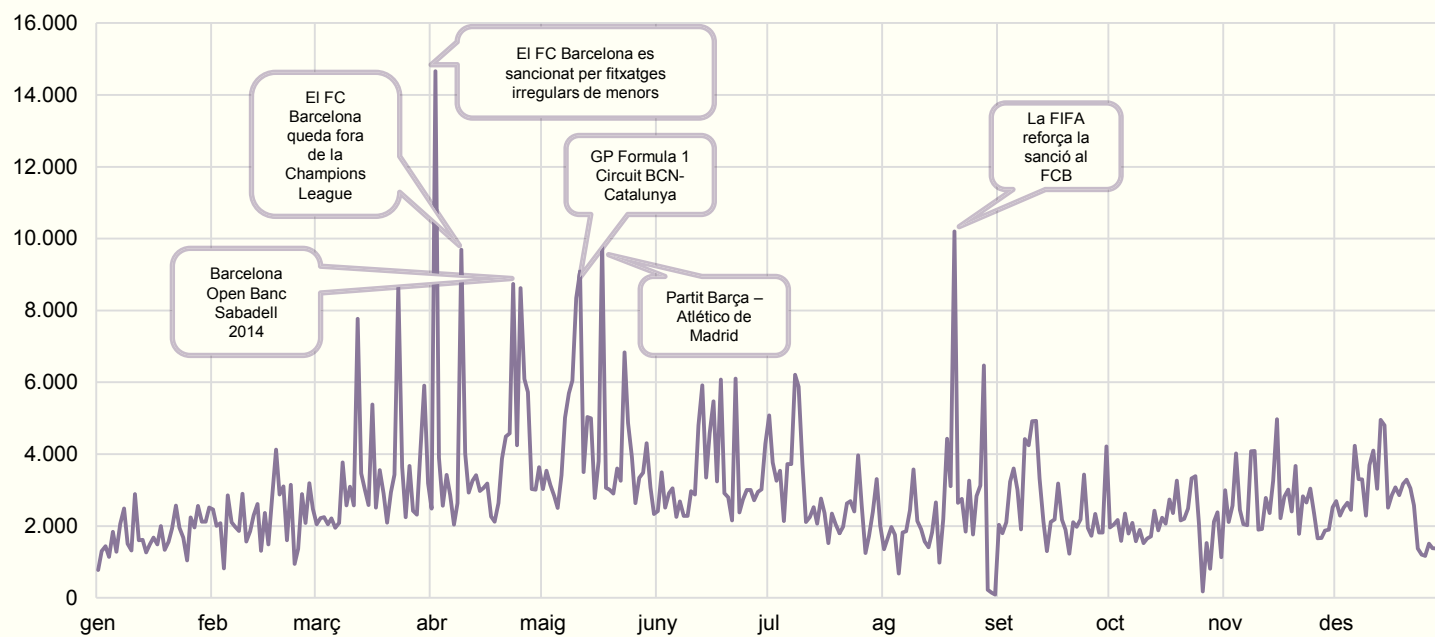
■ Dades 2014
■ Dades 2013



ESPORTS (2/2)

DESTACATS 2014

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES





CULTURA (1/2)

RESUM MENSUAL COMPARATIU

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

2.041.210

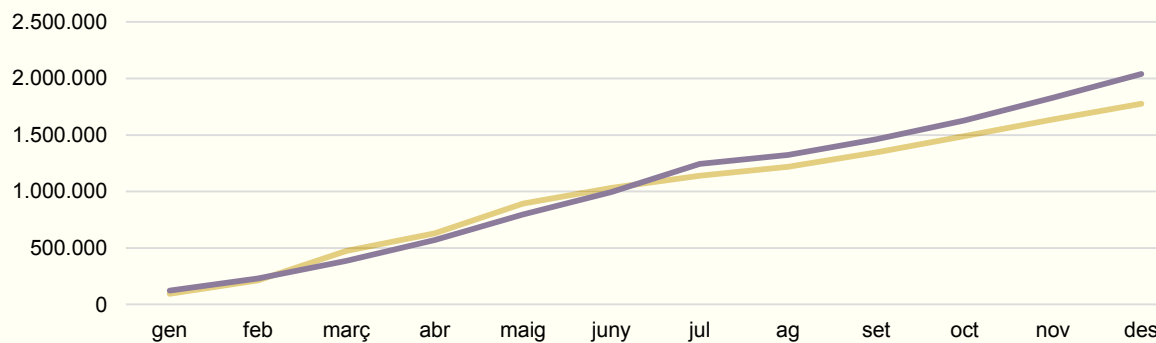
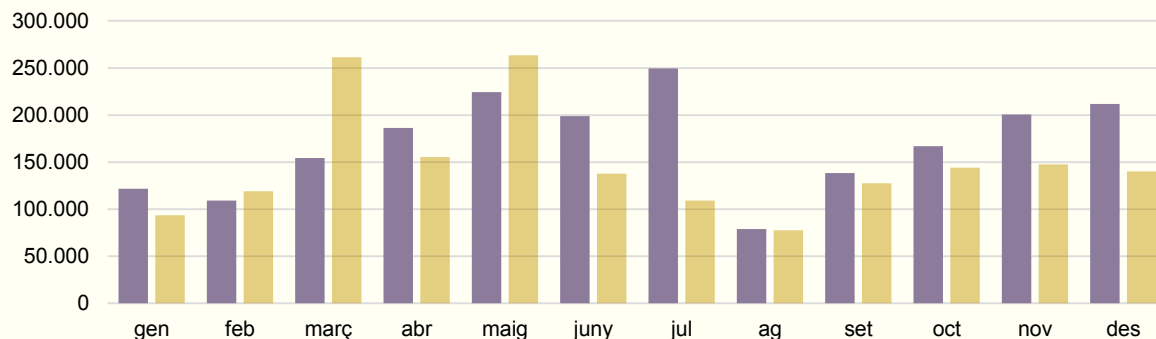
Publicacions

+14,84%

Respecte a l'any anterior

En termes absoluts, recull una mitja propera a les 170.000 publicacions mensuals.

La temàtica de cultura és correlativa al fenomen fan. La mostra presenta un volum general major durant 2014 condicionada per la influència del fenomen comentat, els macroconcerts com el de One Direction, Lady Gaga o Beyoncé determinen en gran part el volum i dinàmica de la temàtica. En relació a esdeveniments idiosincràtics i recurrents de la ciutat, destaquen anualment la diada de Sant Jordi i les publicacions relatives al festival de música Primavera Sound.



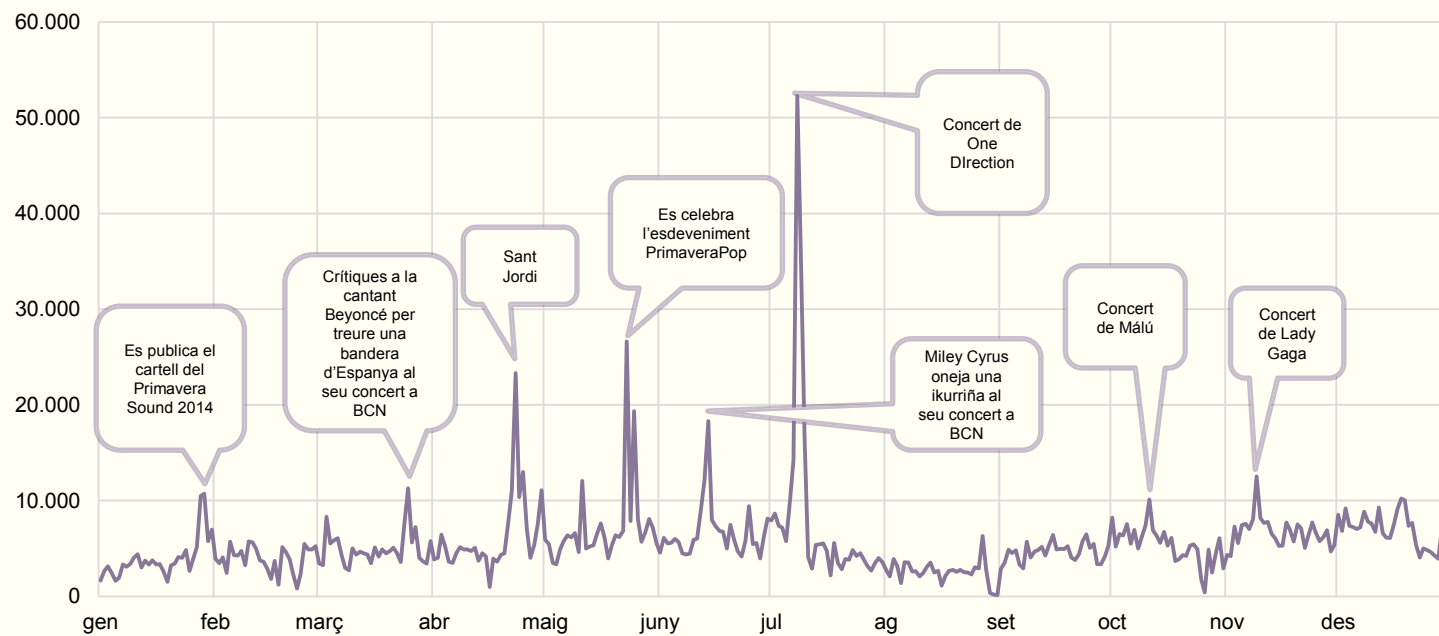
■ Dades 2014
■ Dades 2013



CULTURA (2/2)

DESTACATS 2014

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES





LLEURE I TECNOLOGIA (1/2)

RESUM MENSUAL COMPARATIU

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

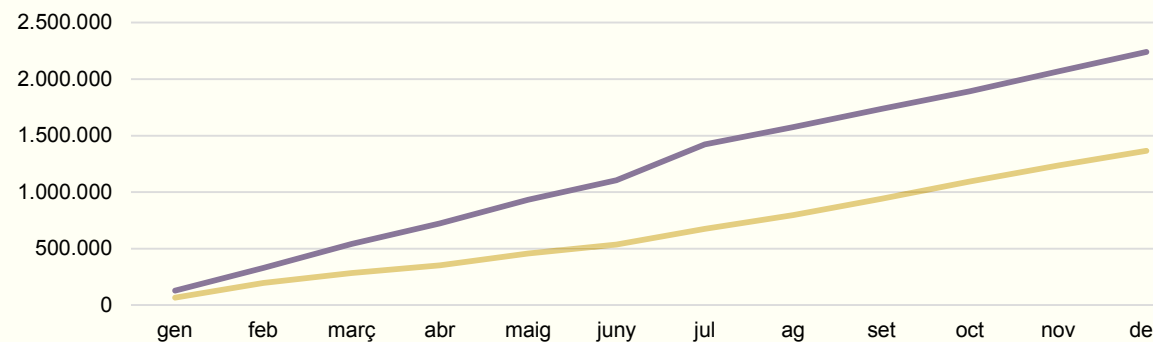
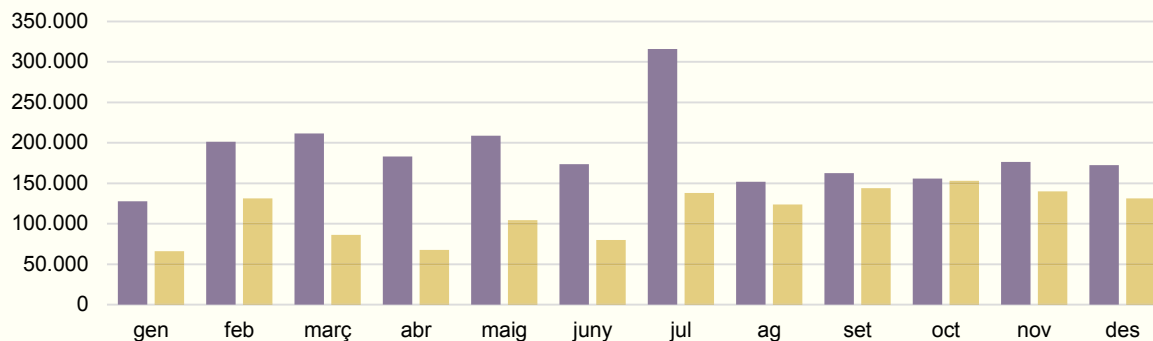
2.242.638

Publicacions

+64,14%

Respecte a l'any anterior

La temàtica lleure i tecnologia recull una mitja de 18.000 publicacions diàries, presentant els punts de màxima influència al juliol. Destaca igual que a 2013 un desbordament de la normalitat de tendència estacional (amb màxims als mesos d'estiu i mínims als d'hivern) de la mostra al mes de febrer, relativa a la vessant tecnològica resultat de la celebració del Mobile World Congress. En relació a 2013 trobem un creixement general del volum de l'agrupació, que es diferencia de la corba de l'any anterior amb més intensitat a partir de juliol. En relació als esdeveniments destaquen, a banda dels citats, el torneig de pòquer europeu, així com la celebració de les diades nacionals.



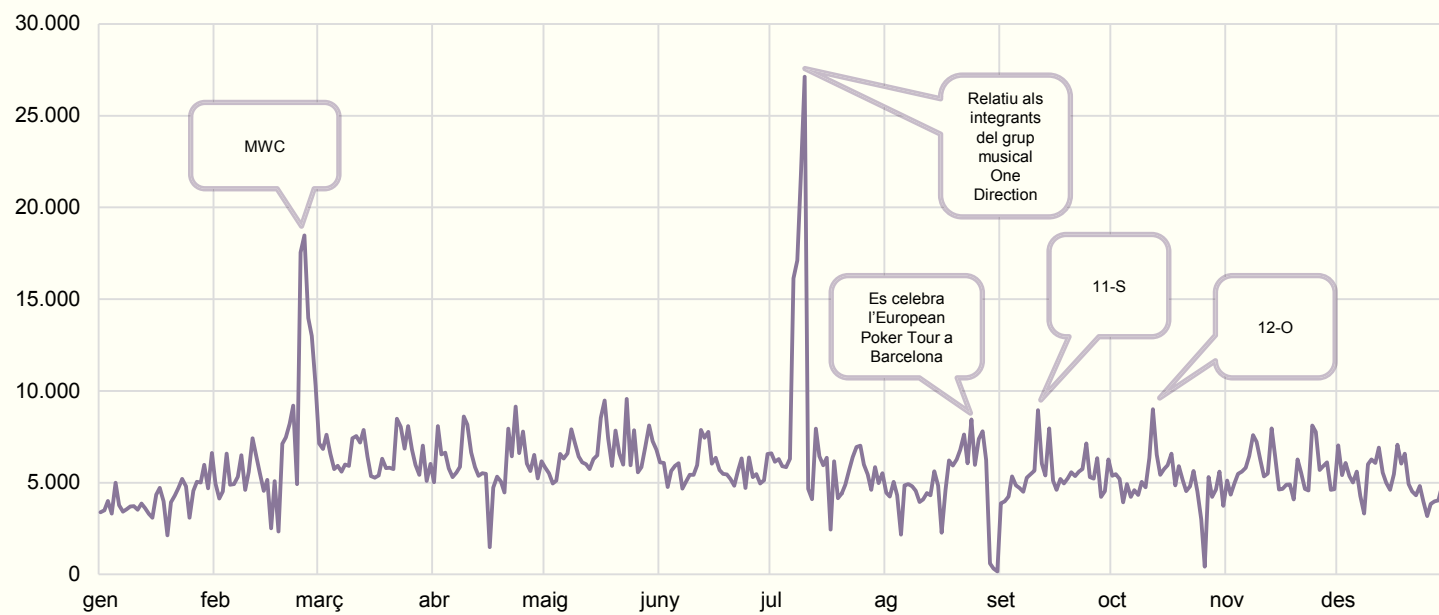
■ Dades 2014
■ Dades 2013



LLEURE I TECNOLOGIA (2/2)

DESTACATS 2014

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES





TURISME I ESTADA A LA CIUTAT(1/2)

RESUM MENSUAL COMPARATIU

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

1.765.058

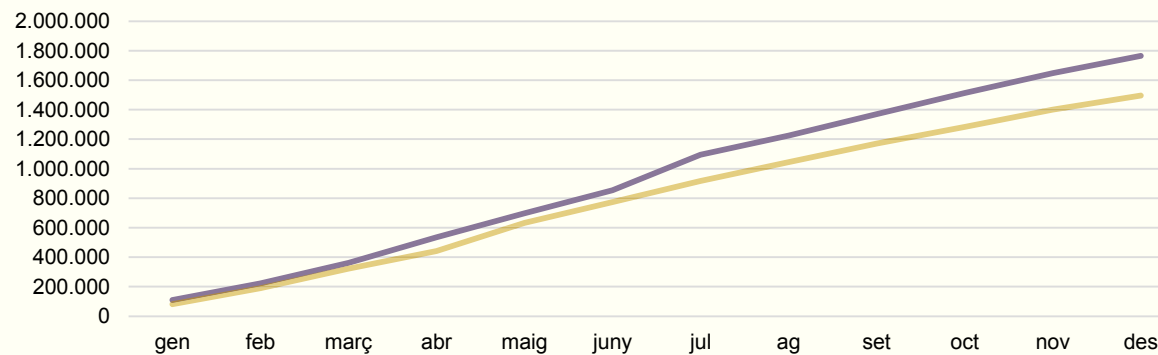
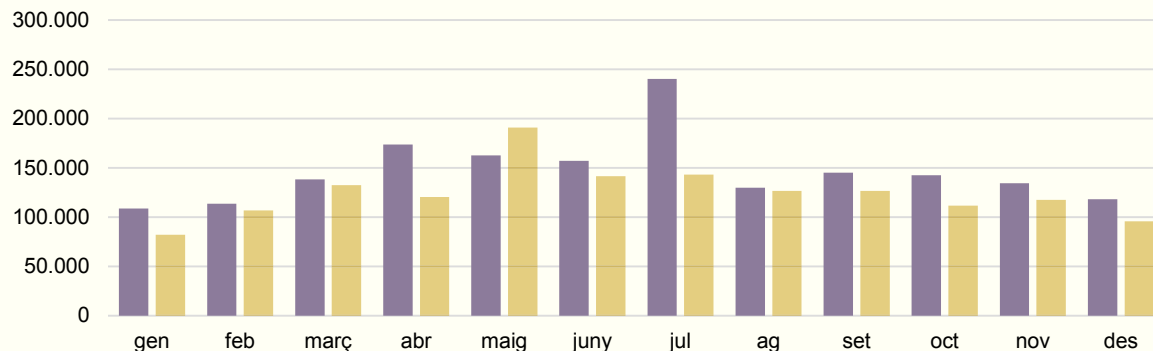
Publicacions

+18,02%

Respecte a l'any anterior

El turisme i l'estada a la ciutat presenta una mitja de 150.000 publicacions mensuals, amb punts màxims al juliol, arrelat als viatges realitzats pels components del grup musical One Direction a Barcelona i a l'abril, resultat de la celebració de la diada de Sant Jordi, el que es consolida com un reclam turístic.

Els resultats presenten una variació del 18,02% respecte a l'any anterior, amb una corba agregada semblant, on s'intueix un lleuger canvi de distribució conseqüència d'una major influència de la diada de Sant Jordi ja citada i per la influència del fenomen fan.



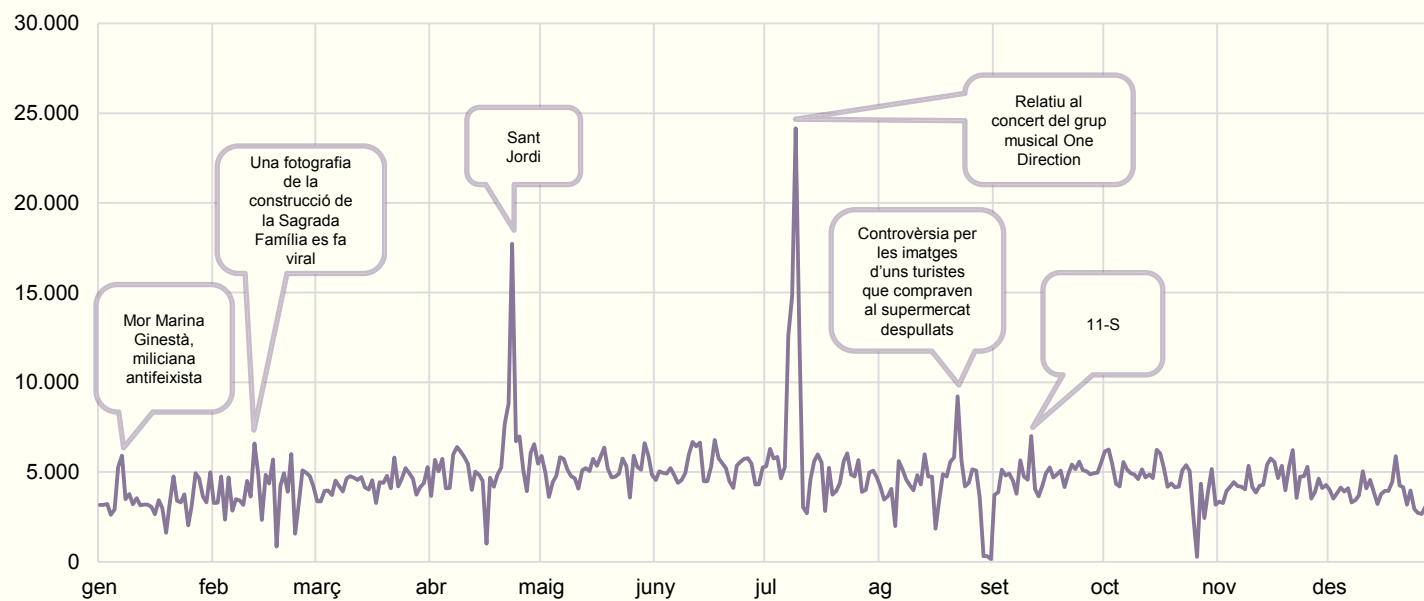
■ Dades 2014
■ Dades 2013



TURISME I ESTADA A LA CIUTAT(2/2)

DESTACATS 2014

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES





ECONOMIA (1/2)

RESUM MENSUAL COMPARATIU

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

1.187.942

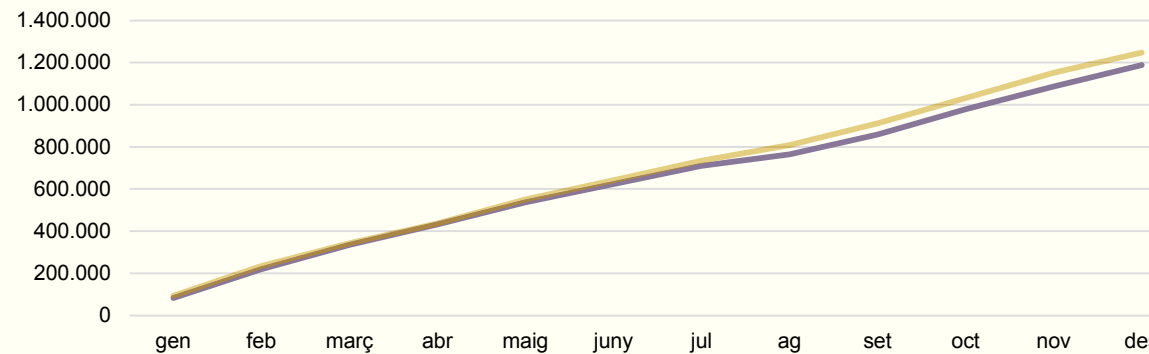
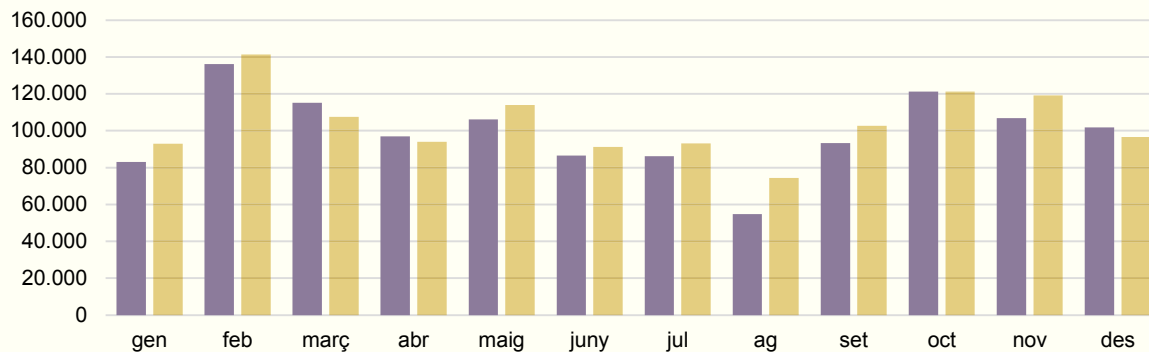
Publicacions

-4,81%

Respecte a l'any anterior

El valor mig de publicacions mensuals sobre economia és situa a les 100.000. Amb valors volumètrics estacionals, què troben els seus màxims durant el període lectiu, coincidint amb els mesos on es realitzen més fires, congressos o simposis; i els mínims durant l'estiu, presenta també un patró manifest de publicació en relació als dies de la setmana, essent una agrupació que presenta màxims els dies laborables i decreix en volum els caps de setmana.

Respecte a 2013 trobem un lleuger decreixement de les publicacions, concretament un una reducció d'aquestes més significativa durant els mesos d'estiu respecte a l'any anterior



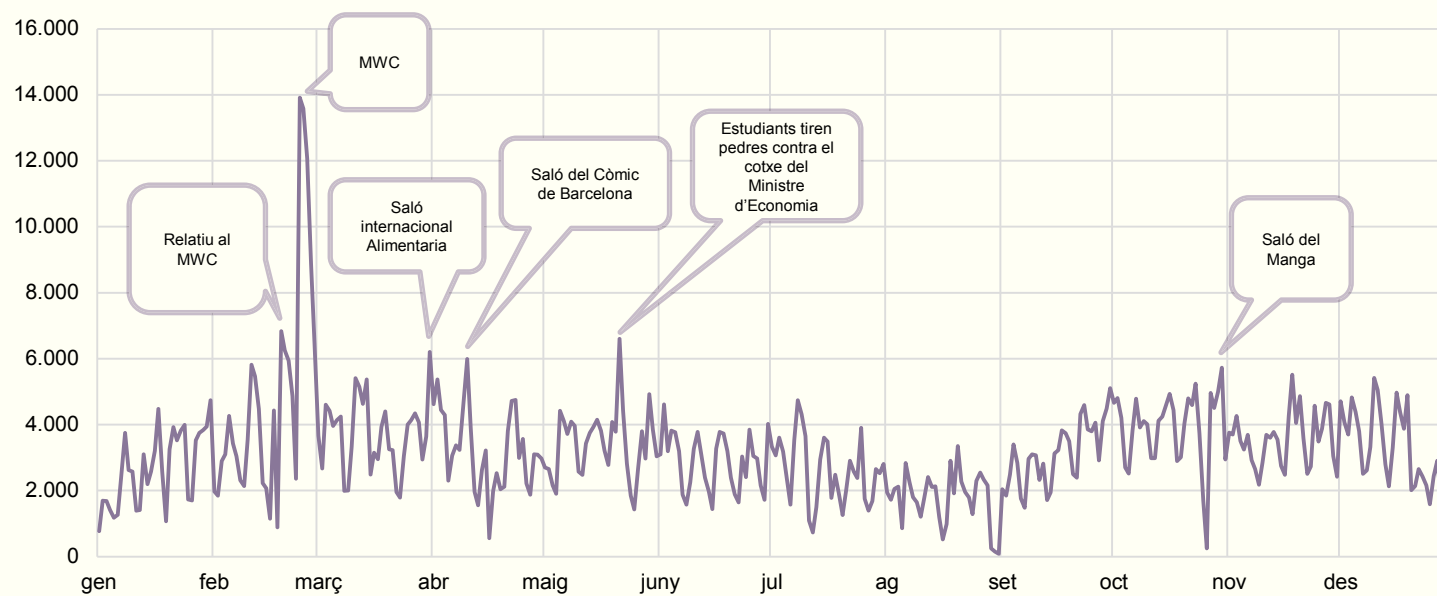
■ Dades 2014
■ Dades 2013



ECONOMIA (2/2)

DESTACATS 2014

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES





HABITATGE (1/2)

RESUM MENSUAL COMPARATIU

105.285

Publicacions

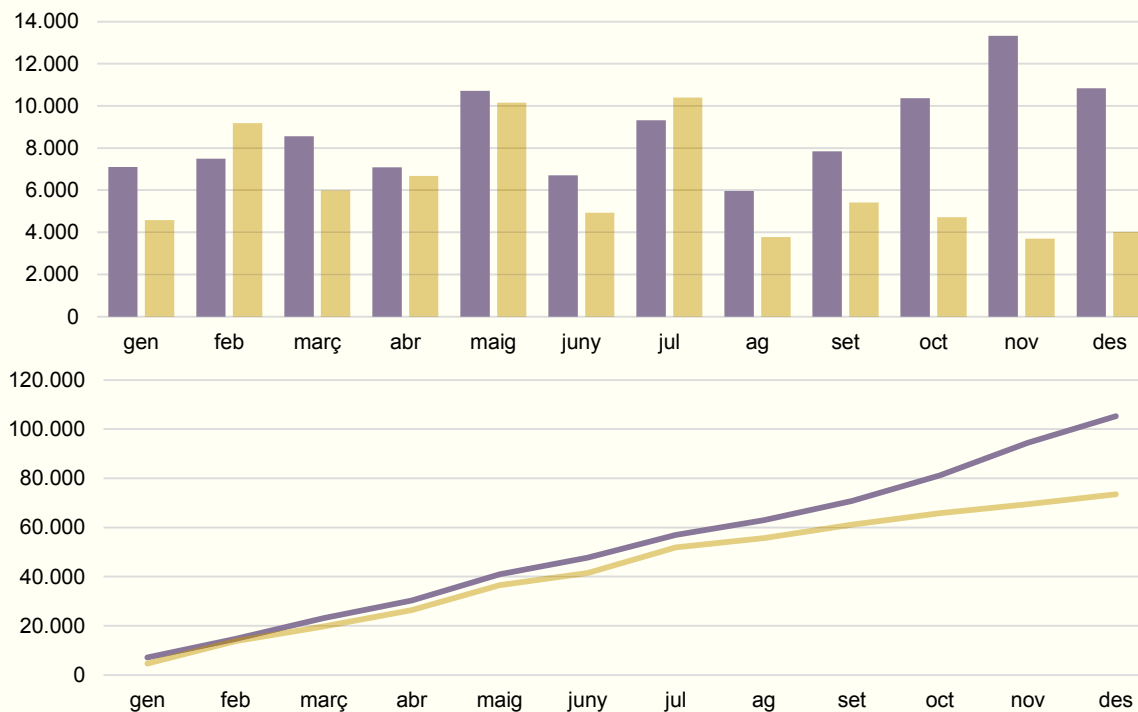
+43,25%

Respecte a l'any anterior

El valor mig de publicacions sobre habitatge es situa al voltant de les 8.774 interaccions mensuals. Presentant un pes més elevat respecte d'octubre a desembre on novembre destaca entre els altres. La temàtica esmenada, està vinculada amb força a les accions de la PAH, que durant el 2014 protagonitza molts dels pics volumètrics.

Respecte a 2013 es produeix un increment del 43,25% del pes total, on l'activitat de la Plataforma d'Afectats per la Hipoteca és determinant en aquest creixement, el que es pot entendre com un augment de la sensibilitat per l'emergència dels desnonaments a la ciutat.

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES



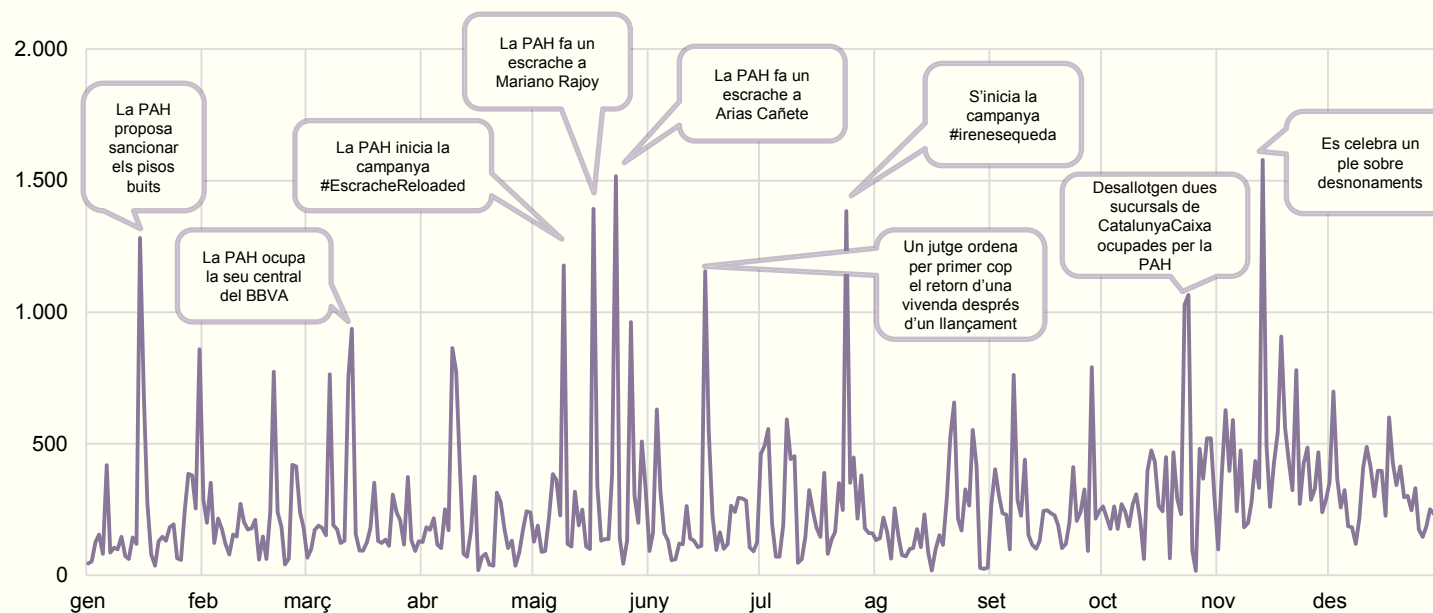
■ Dades 2014
■ Dades 2013



HABITATGE (2/2)

DESTACATS 2014

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES





POLÍTICA, IDEES I VALORS (1/2)

RESUM MENSUAL COMPARATIU

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

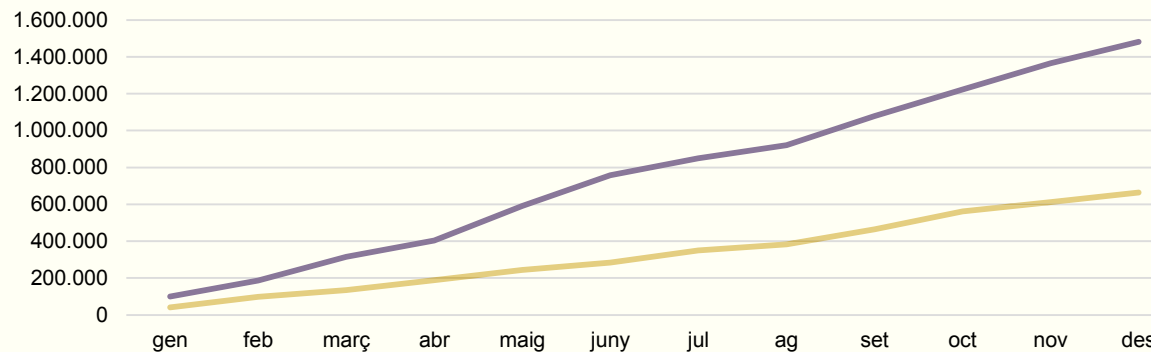
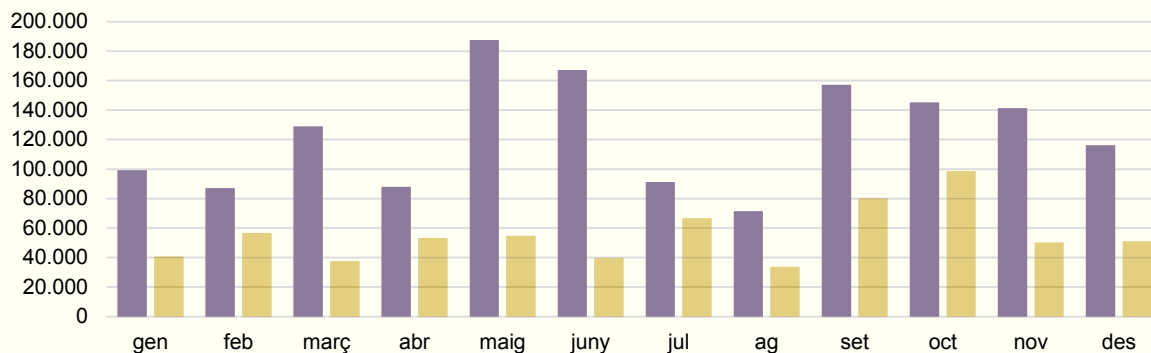
1.480.881

Publicacions

+123,14%

Respecte a l'any anterior

La temàtica Política, idees i valors recull una mitja de 123.000 publicacions diàries, presentant els punts de màxima influència als mesos de maig i juny on l'efecte del desallotjament del CSO Can Vies es capitula com l'esdeveniment polític que més soroll ha generat a la xarxa durant 2014, assolint les 85.000 publicacions. Esdeveniment caracteritzat per sostenir-se en el temps, a diferència d'altres esdeveniments amb una vida a les xarxes de recorregut puntual o crític. A aquest li segueix en volum el mes de setembre, resultat de la crida per realitzar de la "V" de la victòria l'11S. En aquesta temàtica es facilita un creixement generalitzat de l'interès per la política, determinat per Can Vies, com a fita destacada d'aquest canvi.



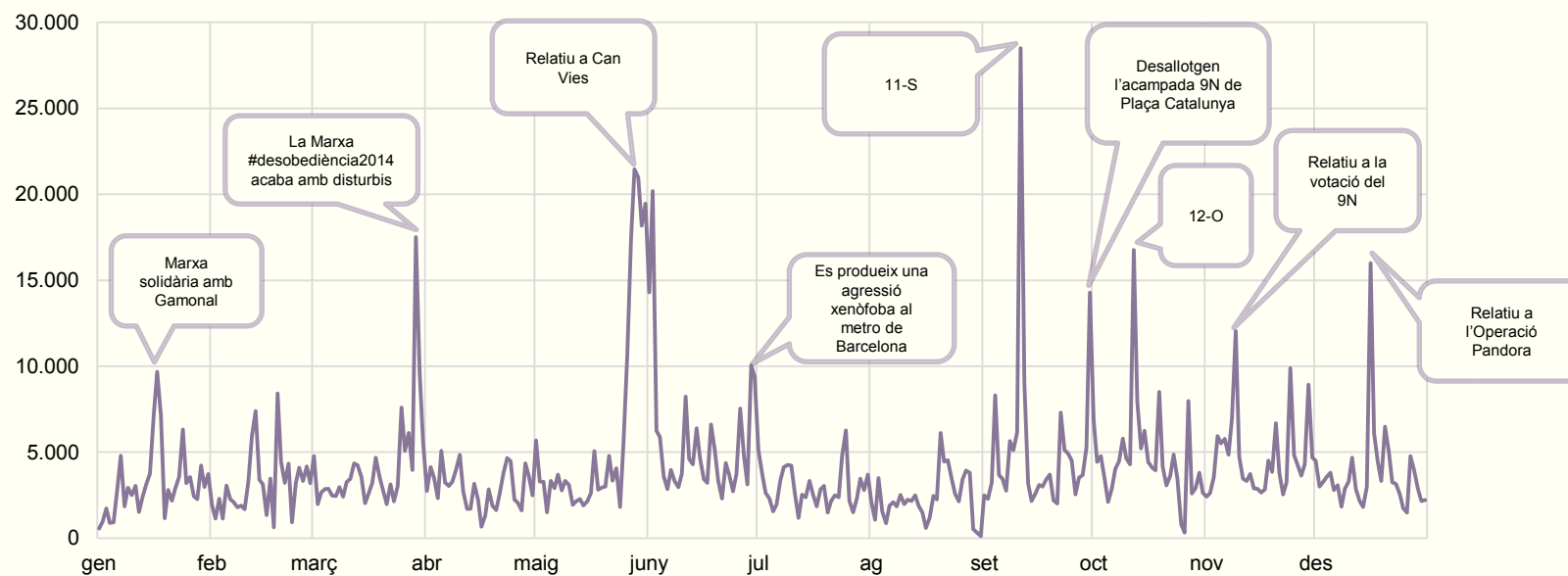
■ Dades 2014
■ Dades 2013



POLÍTICA, IDEES I VALORS (2/2)

DESTACATS 2014

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES





EDUCACIÓ (1/2)

RESUM MENSUAL COMPARATIU

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

305.163

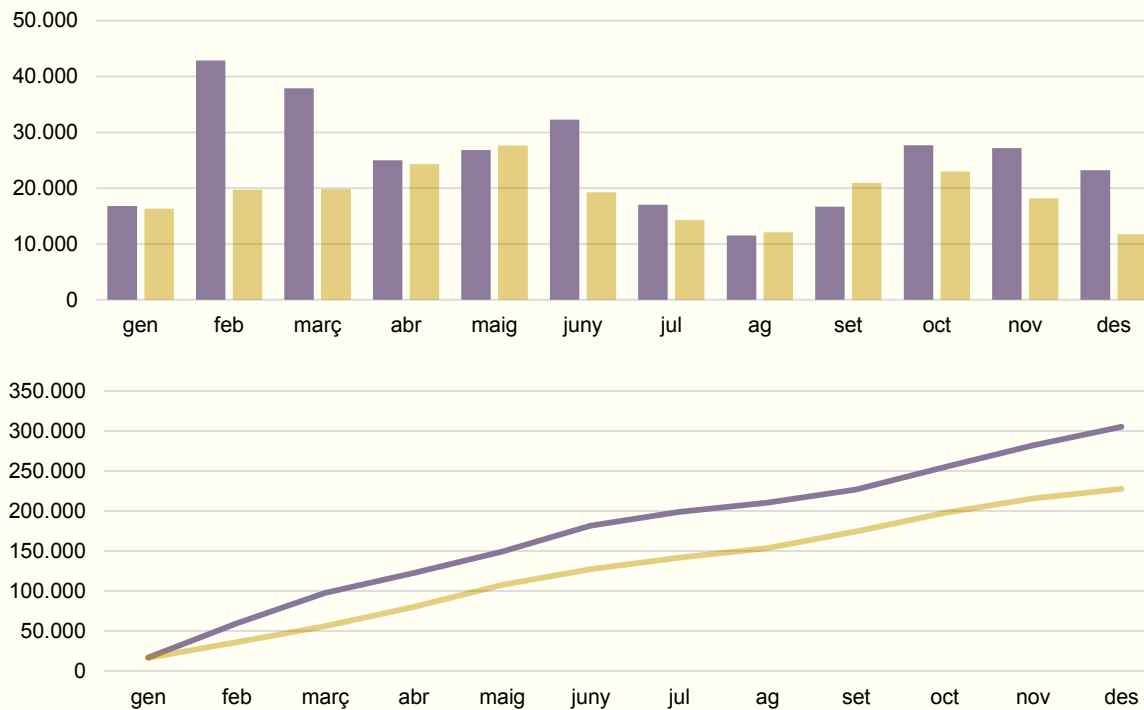
Publicacions

+34,14%

Respecte a l'any anterior

Amb una mitjana de 25.430 publicacions mensuals, la temàtica i educació presenta valors de volum mensuals concordants amb els períodes lectius acadèmics. Destaquen especialment els mesos de febrer, març i juny, durant els quals es desenvoluparen diverses manifestacions a favor de l'educació pública i de qualitat, així com de defensa de la llengua catalana.

Respecte a 2013 mostra un increment que destaca diferencial al mes de febrer, mentre que durant els mesos següents mostra un nivell de comportament relatiu al volum de publicacions semblant a l'any anterior.



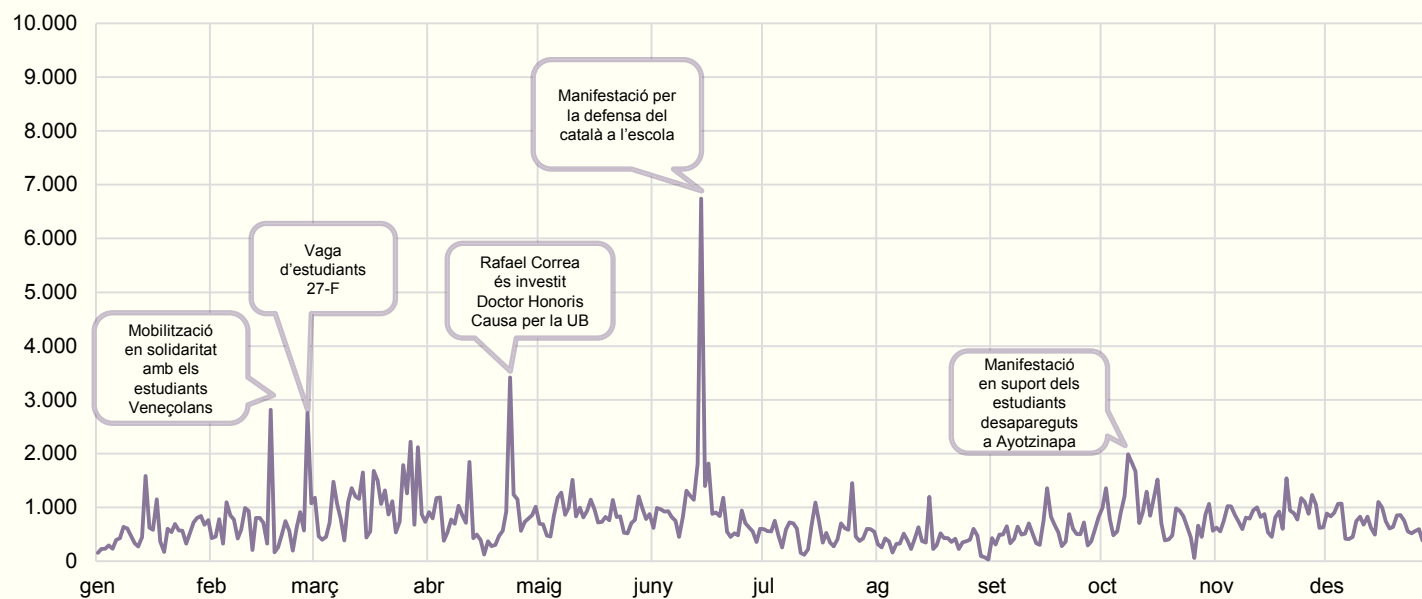
■ Dades 2014
■ Dades 2013



EDUCACIÓ (2/2)

DESTACATS 2014

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES





SANITAT I SERVEIS SOCIALS (1/2)

RESUM MENSUAL COMPARATIU

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

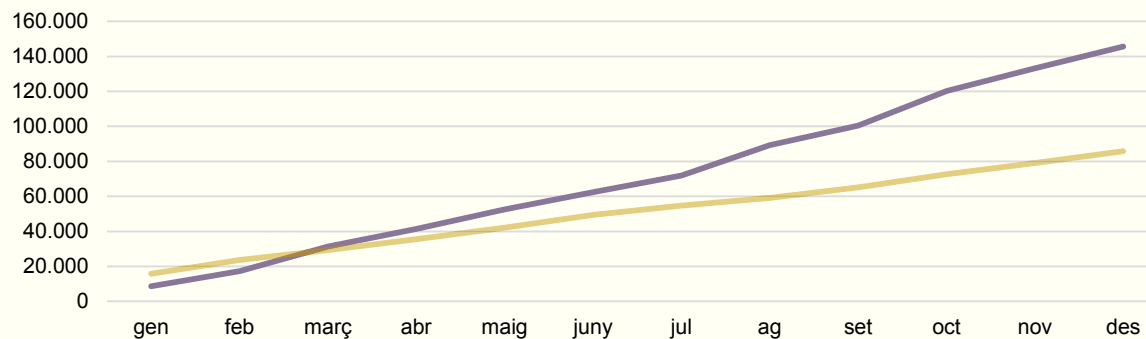
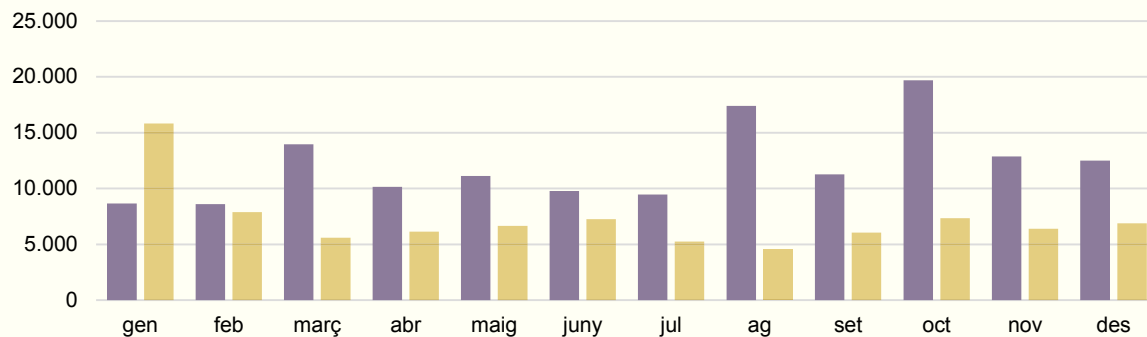
145.609

Publicacions

+69,58%

Respecte a l'any anterior

En termes absoluts, recull una mitja de 12.000 publicacions mensuals. L'agrupació esmenada presenta durant 2014 un creixement radicat en l'interès i share del brot d'Ebola que acabà impactant a la ciutat a través de diversos casos de possible contagi, disparant a les xarxes una alarma ciutadana en relació al tema. La mostra esmenada, no obstant, presenta tendències naturals de desceleració durant els mesos d'estiu, i acceleració a partir de setembre.



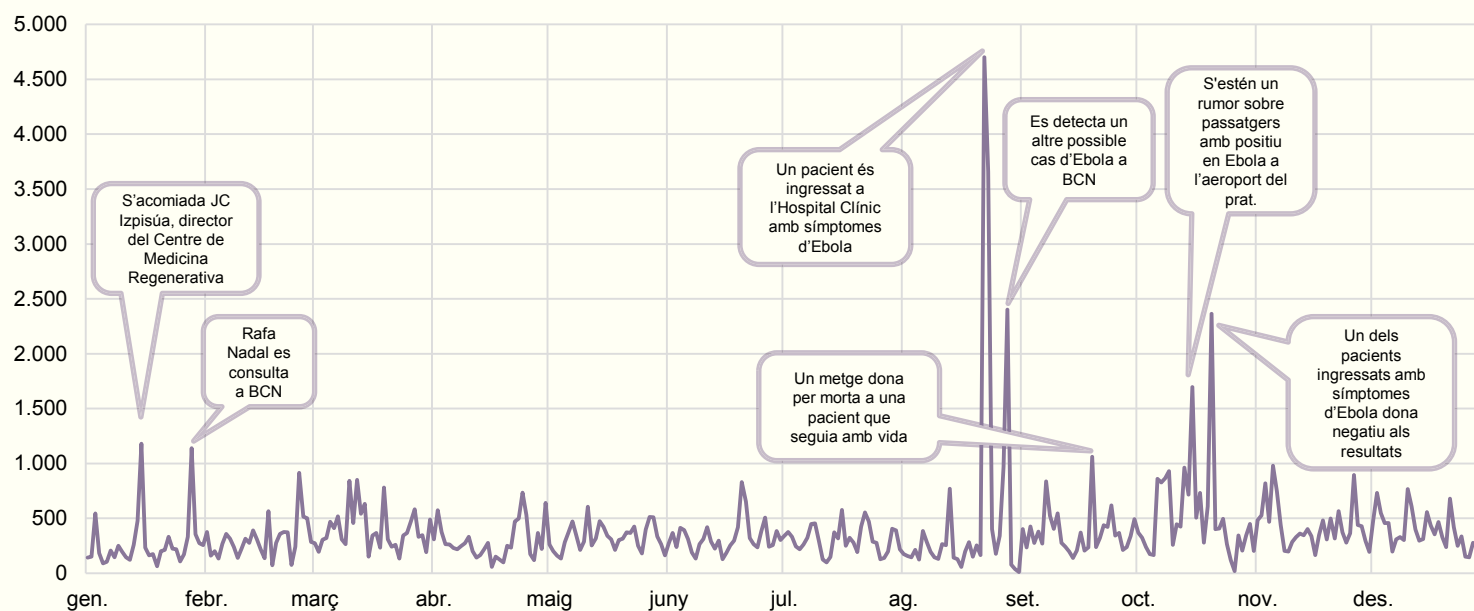
■ Dades 2014
■ Dades 2013



SANITAT I SERVEIS SOCIALS (2/2)

DESTACATS 2014

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES





INFRAESTRUCTURES (1/2)

RESUM MENSUAL COMPARATIU

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

173.575

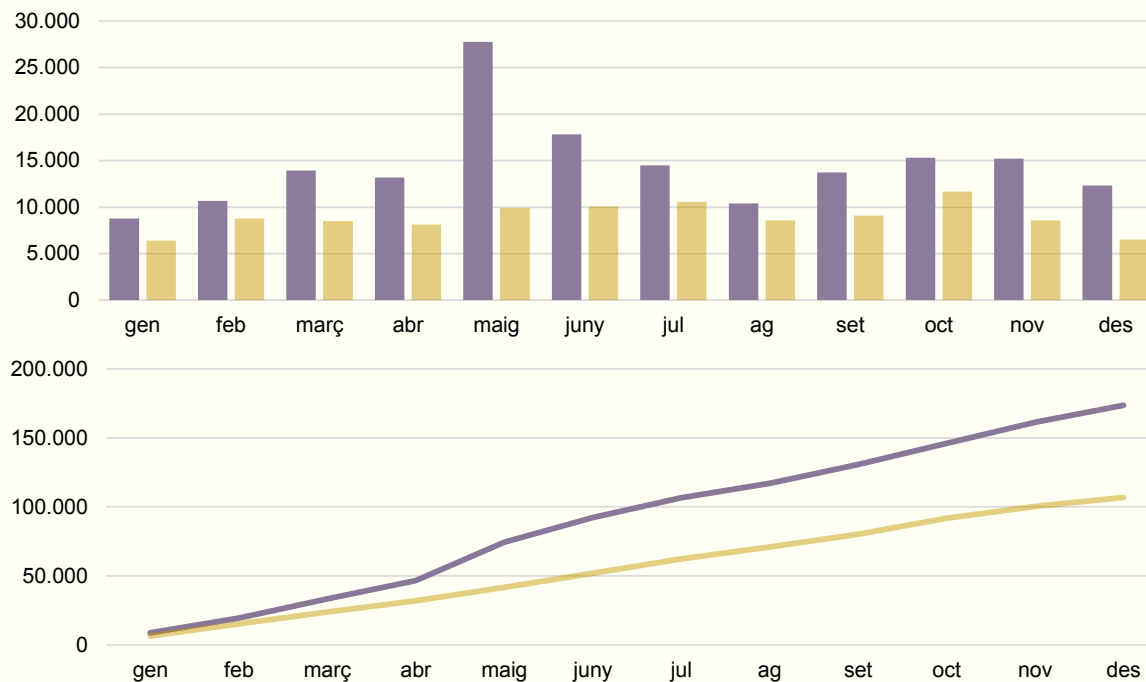
Publicacions

+62,48%

Respecte a l'any anterior

El valor mig de publicacions sobre infraestructures es situa al voltant de les 14.400 interaccions mensuals. Maig i juny es presenten com els mesos amb més pes, a raó del share generat per controvèrsies relatives a l'agrupació, per altre banda i tenint en compte una distribució normalitzada l'exercici del tercer trimestre es perfila com l'estacionalitat amb més pes.

Respecte a 2013 es produeix un increment del pes total de la temàtica sobre la mostra, determinat per les controvèrsies esmenades amb anterioritat.



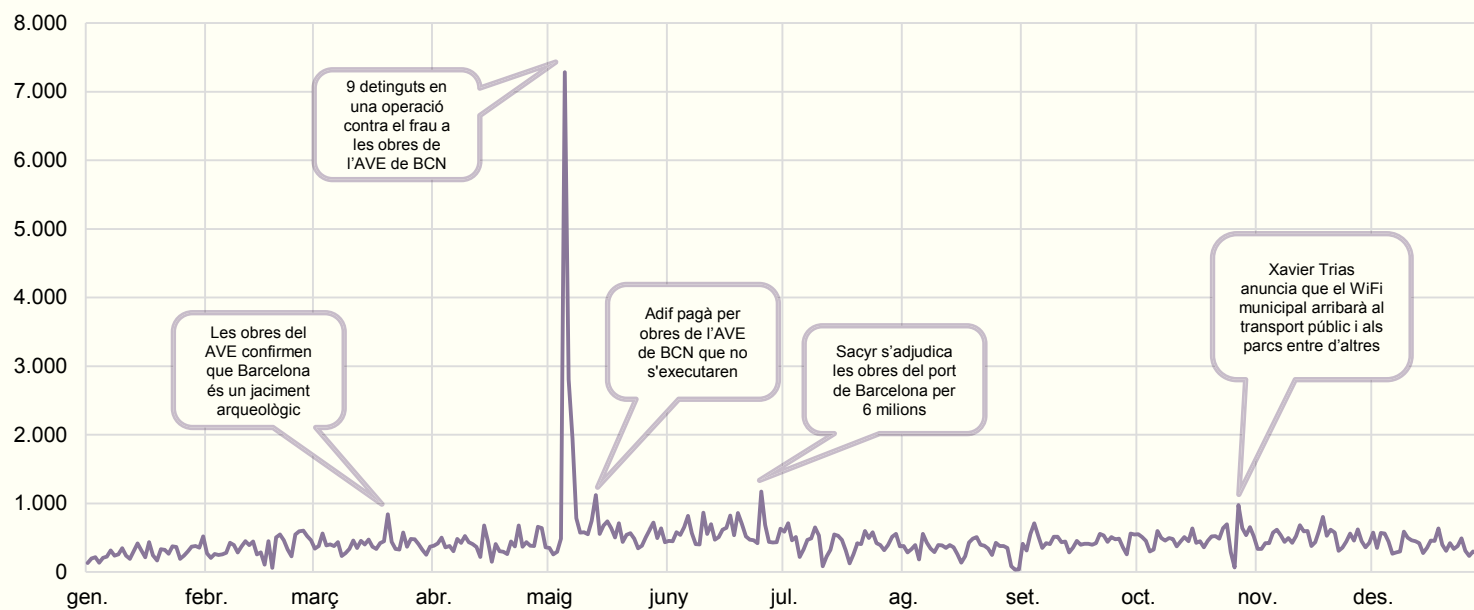
■ Dades 2014
■ Dades 2013



INFRAESTRUCTURES (2/2)

DESTACATS 2014

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES





MOBILITAT(1/2)

RESUM MENSUAL COMPARATIU

967.611

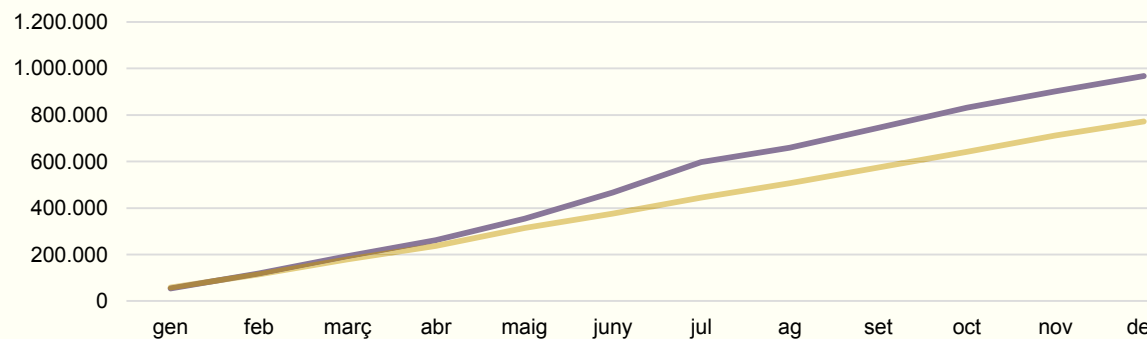
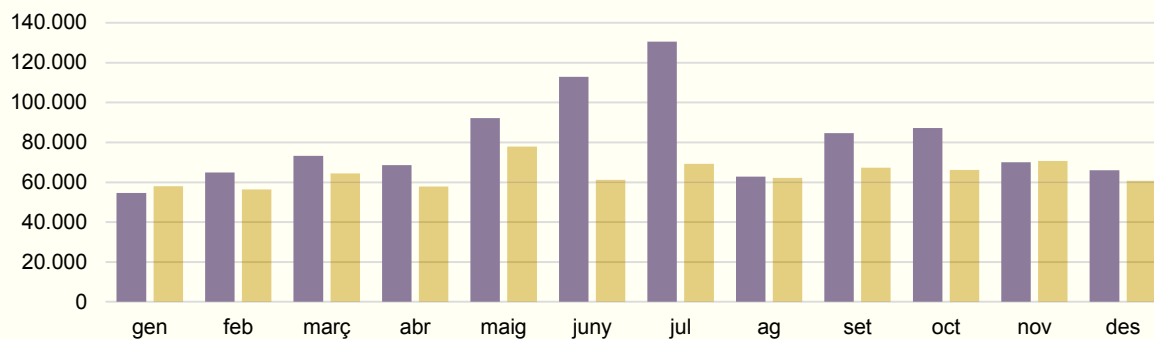
Publicacions

+25,28%

Respecte a l'any anterior

En termes absoluts, recull una mitja de 80.000 publicacions mensuals, trobant els mesos de màxima influència sostinguda durant l'estiu i amb una distribució mensual que es distancia respecte a la de 2013 a partir de maig. Destaca el creixement al mes de juny, condicionat pel seguiment per part dels usuaris d'una agressió xenòfoba perpetrada al metro de Barcelona, la qual, amb la publicació del vídeo on es desenvolupava es convertí en viral, així com la difusió d'un vídeo on s'intuïa un possible xoc d'avions a l'Aeroport del Prat.

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES



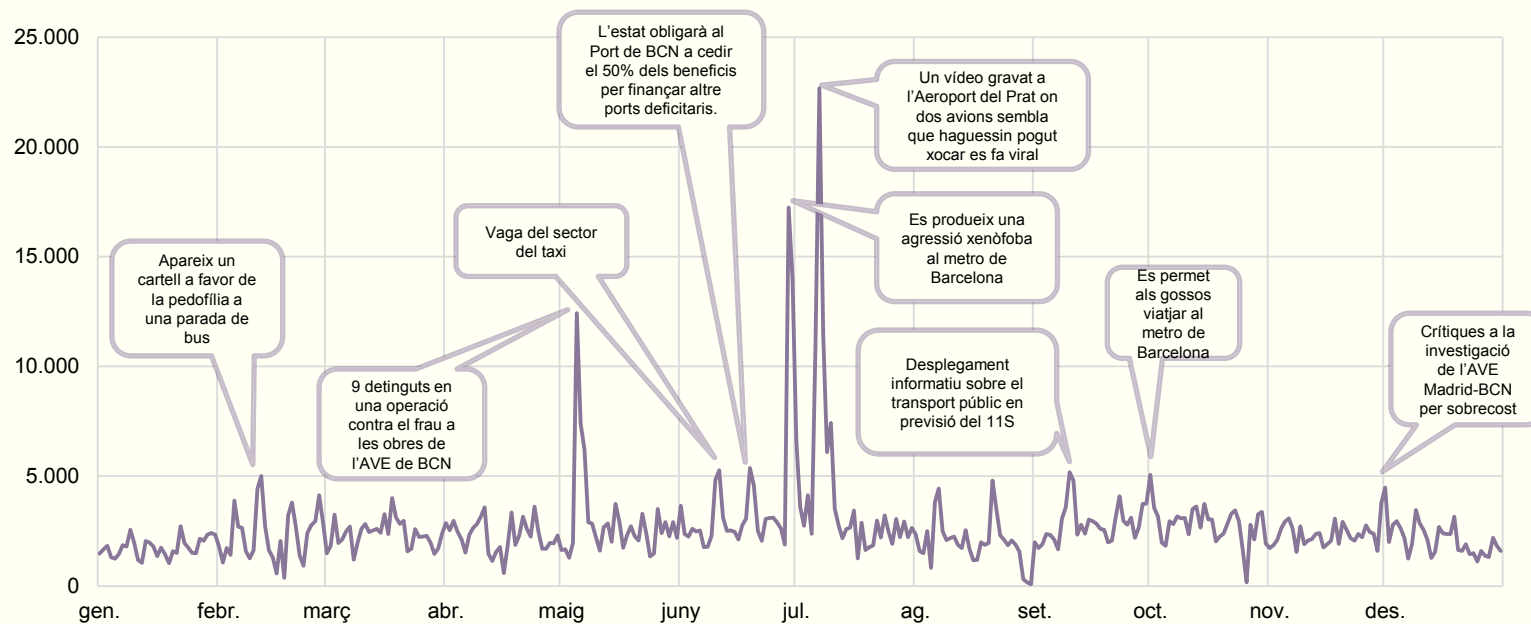
■ Dades 2014
■ Dades 2013



MOBILITAT (2/2)

DESTACATS 2014

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES





SEGURETAT (1/2)

RESUM MENSUAL COMPARATIU

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES

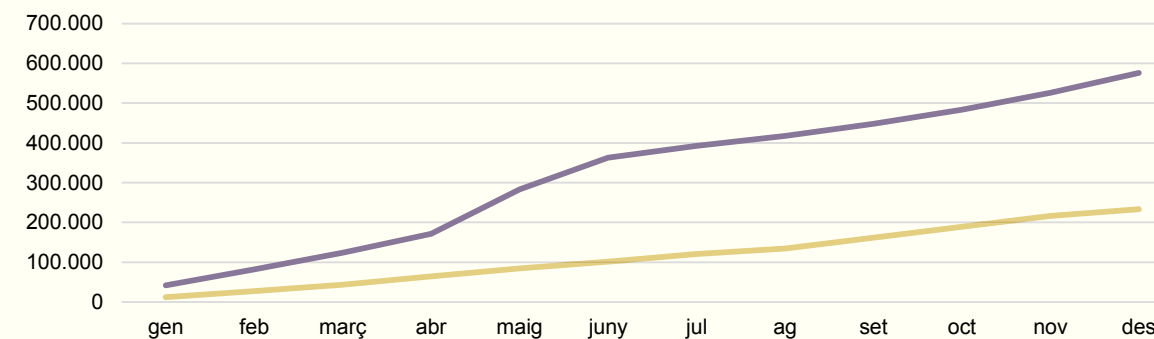
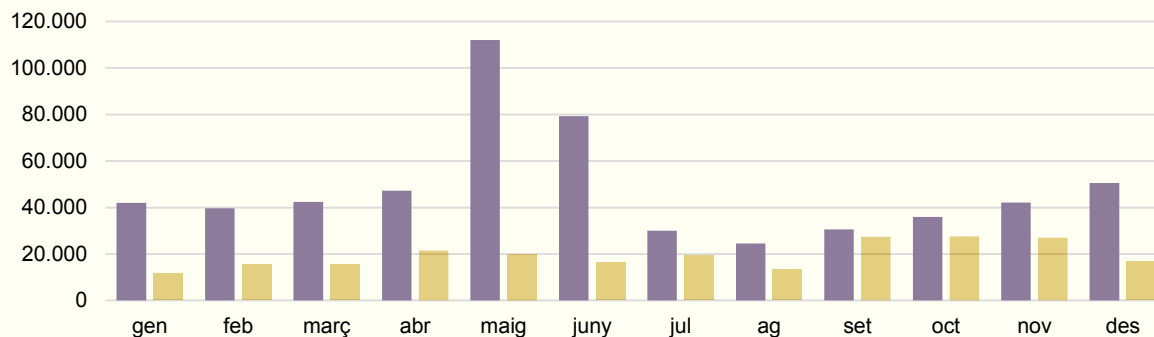
576.324

Publicacions

+147,04%

Respecte a l'any anterior

La temàtica seguretat és la segona agrupació destacada relativa al seu creixement respecte 2013, agrupació condicionada per la successió d'esdeveniments entesos pels usuaris com a repressius/violents, els quals despertaren forts volums de publicació i interacció crítica, organitzativa, així com de condemna dels conflictes enter ciutadans i forces de l'ordre. Els enfrontaments de Gamonal, les detencions de l'Operatiu Pandora, i en primer lloc la viralitat del fenomen de Can Vies es configuren com els esdeveniments destacats de l'any; suposant canvis manifiestos de distribució i volum general respecte a 2013.



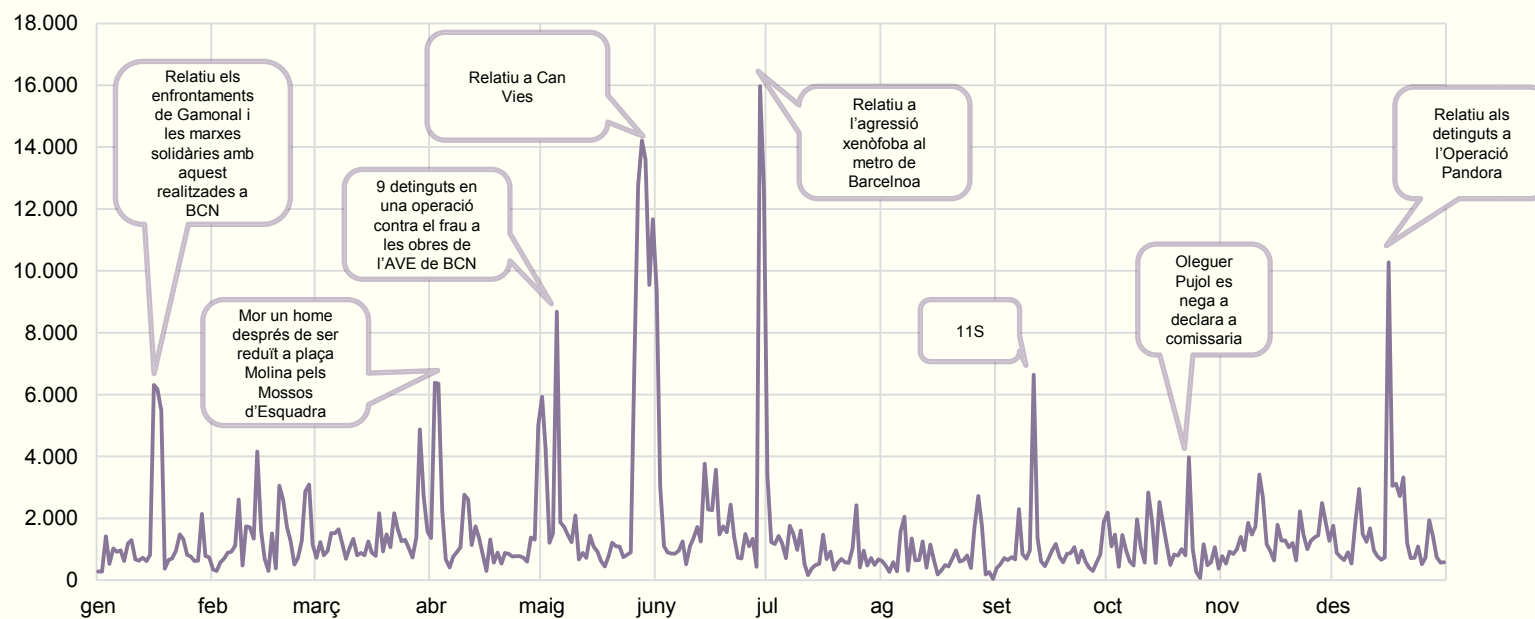
■ Dades 2014
■ Dades 2013



SEGURETAT (2/2)

DESTACATS 2014

AGRUPACIONS TEMÀTIQUES





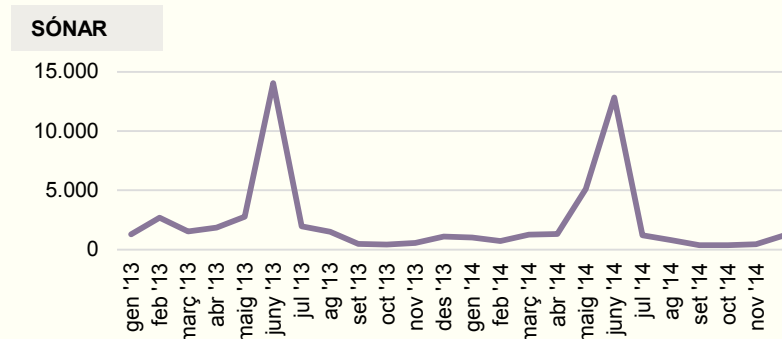
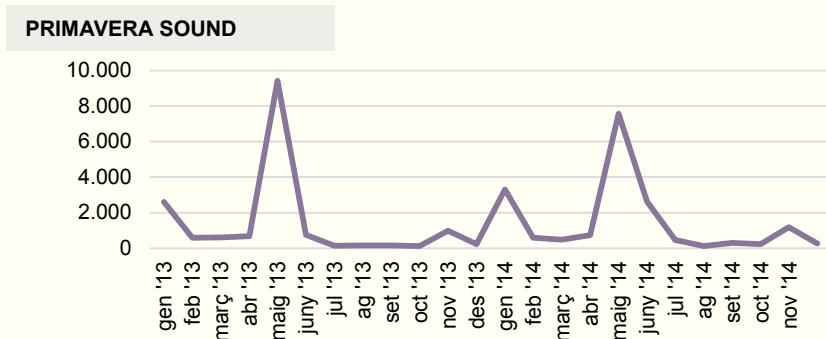
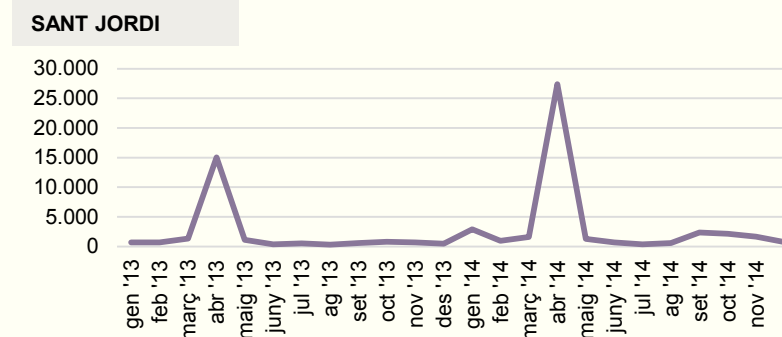
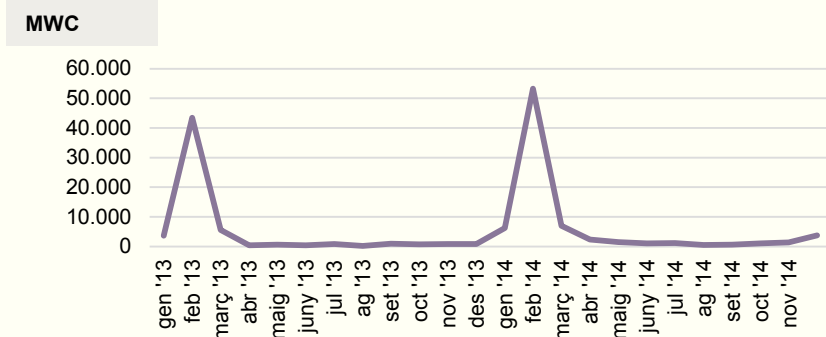
3

AGRUPACIONS SOBRE TEMÀTIQUES PUNTUALS



IMPACTE ANUAL DE LES TEMÀTIQUES PUNTUALS ESCOLLIDES (1/2)

TEMÀTIQUES PUNTUALS

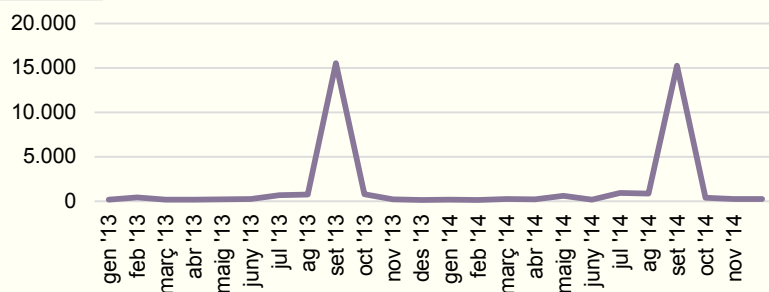




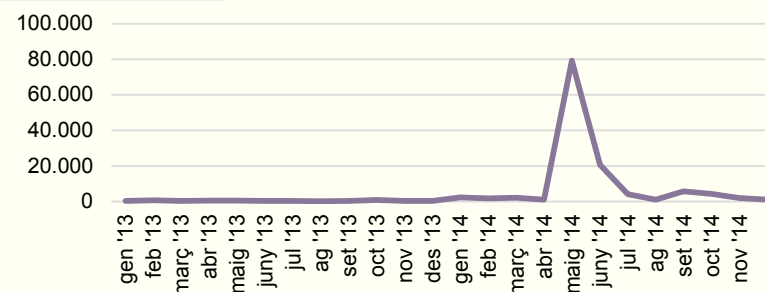
IMPACTE ANUAL DE LES TEMÀTIQUES PUNTUALS ESCOLLIDES (2/2)

TEMÀTIQUES PUNTUALS

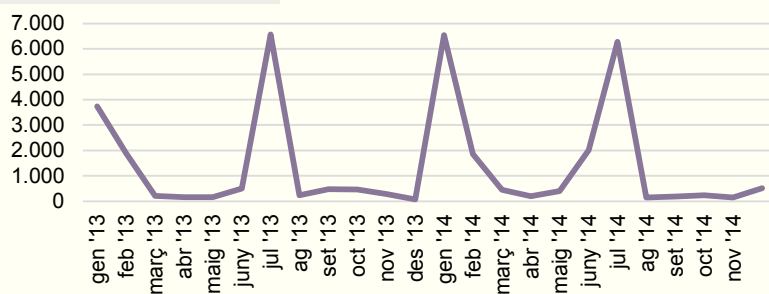
LA MERCÈ



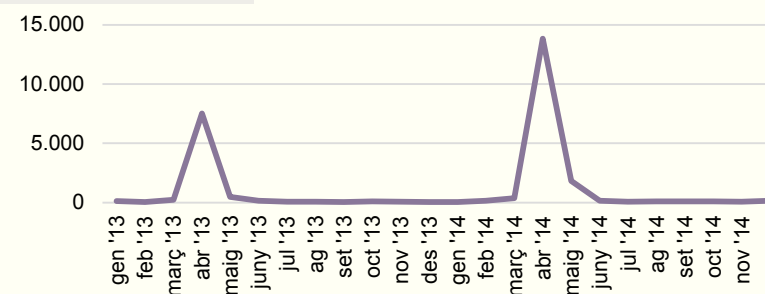
CAN VIES



PASAREL·LA 080



OPEN TENIS





4

ANNEX



TAULES DESGLOSSADES D'UBICACIÓ

ANNEX

4.1.1 GEOLOCALITZACIÓ DE MENCIONS DESGLOSSAMENT PER CONTINENT

	%	
Europe	489.451	86,18%
South America	32.391	5,70%
North America	25.753	4,53%
Asia	14.127	2,49%
Africa	5.459	0,96%
Austràlia	783	0,14%
N	(567964)	(100)



TAULES DESGLOSSADES D'UBICACIÓ

ANNEX

4.1.2 GEOLOCALITZACIÓ DE MENCIONS DESGLOSSAMENT PER PAÍS

	%			%	
Espanya	42.159	75,66%	Malàisia	1.162	0,21%
Estats Units, els	24.216	4,35%	Sud-àfrica	1.155	0,21%
Regne Unit	22.677	4,07%	Bèlgica	1.088	0,20%
Turquia	12.808	2,30%	Filipines	1.039	0,19%
Brasil	8.360	1,50%	Aràbia Saudí	896	0,16%
Indonèsia	6.309	1,13%	Emirats Àrabs Units, els	785	0,14%
França	4.625	0,83%	Rússia	665	0,12%
Equador	4.341	0,78%	Kuwait	653	0,12%
Mèxic	3.772	0,68%	Paraguai	624	0,11%
Colòmbia	3.707	0,67%	Austràlia	543	0,10%
Itàlia	2.966	0,53%	Egipte	542	0,10%
Argentina	2.907	0,52%	Noruega	530	0,10%
Xile	2.645	0,48%	Suïssa	530	0,10%
Veneçuela	2.612	0,47%	Polònia	475	0,09%
Països Baixos	2.321	0,42%	Ghana	466	0,08%
Alemanya	1.751	0,31%	Índia	466	0,08%
Canadà	1.537	0,28%	República Dominicana	412	0,07%
Nigèria	1.384	0,25%	Guatemala	407	0,07%
Suècia	1.296	0,23%	Perú	383	0,07%
Irlanda	1.285	0,23%	Panamà	356	0,06%
Portugal	1.255	0,23%	Líban	326	0,06%

* S'han seleccionat els països que representen un percentatge de pes superior al 0,05%



TAULES DESGLOSSADES D'UBICACIÓ

ANNEX

Dinamarca	310	0,06%
Tailàndia	297	0,05%
Àustria	294	0,05%
N	(548337)	(99)

* S'han seleccionat els països que representen un percentatge de pes superior al 0,05%



TAULES DESGLOSSADES D'UBICACIÓ

ANNEX

4.1.3 GEOLOCALITZACIÓ DE MENCIONS DESGLOSSAMENT PER PAÍS EU

		%
Espanya	421.159	96,55%
Regne Unit	23.143	1,55%
França	4.211	0,38%
Itàlia	2.988	0,30%
Països Baixos	2.401	0,22%
Alemanya	1.716	0,20%
Suècia	1.431	0,17%
Irlanda	1.423	0,12%
Portugal	1.197	0,12%
Bèlgica	1.044	0,11%
Polònia	479	0,05%
Dinamarca	336	0,05%
Xipre	292	0,03%
Àustria	241	0,03%
Finlàndia	240	0,03%
Grècia	212	0,02%
Romania	156	0,02%
Txèquia	147	0,01%
Hongria	125	0,01%
Croàcia	97	0,01%
Malta	86	0,01%

Letònia	85	0,01%
Eslovènia	78	0,01%
Luxemburg	71	0,00%
Lituània	67	0,00%
Bulgària	45	0,00%
Eslovàquia	42	0,00%
Estònia	39	0,00%
N	(463551)	(100)



TAULES DESGLOSSADES D'UBICACIÓ

ANNEX

4.1.4 GEOLOCALITZACIÓ DE MENCIONS DESGLOSSAMENT PER CCAA

		%
Catalunya	368.173	87,42%
Comunitat de Madrid	11.932	2,83%
Andalusia	11.234	2,67%
Comunitat Valenciana	7.767	1,84%
Galícia	3.006	0,71%
Castella i Lleó	2.761	0,66%
País Basc	2.333	0,55%
Aragó	2.139	0,51%
Illes Balears	2.111	0,50%
Castella - la Manxa	2.014	0,48%
Regió de Múrcia	1.772	0,42%
Canàries	1.734	0,41%
Principat d'Astúries	1.258	0,30%
Extremadura	967	0,23%
Cantàbria	761	0,18%
Comunitat Foral de Navarra	588	0,14%
La Rioja	449	0,11%
Ciutat Autònoma de Ceuta	101	0,02%
Ciutat Autònoma de Melilla	59	0,01%
N	(42.1159)	(100)



TAULES DESGLOSSADES D'UBICACIÓ

ANNEX

4.1.5 GEOLOCALITZACIÓ DE MENCIONS DESGLOSSAMENT PER MUNICIPI (CATALUNYA)

		%			%
Barcelona	281.669	72,83%	Viladecans	1.247	0,32%
Prat de Llobregat, el	19.461	5,03%	Montcada i Reixac	1.235	0,32%
Hospitalet de Llobregat, l'	6.112	1,58%	Granollers	1.064	0,28%
Badalona	3.566	0,92%	Gavà	952	0,25%
Cerdanyola del Vallès	2.990	0,77%	Martorell	951	0,25%
Cornellà de Llobregat	2.748	0,71%	Vilafranca del Penedès	826	0,21%
Sant Cugat del Vallès	2.565	0,66%	Montgat	801	0,21%
Terrassa	2.449	0,63%	Manresa	733	0,19%
Sabadell	2.236	0,58%	Montmeló	727	0,19%
Sant Feliu de Llobregat	1.942	0,50%	Calella	717	0,19%
Sitges	1.705	0,44%	Tarragona	717	0,19%
Mataró	1.612	0,42%	Rubí	682	0,18%
Santa Coloma de Gramenet	1.590	0,41%	Girona	672	0,17%
Sant Vicenç dels Horts	1.530	0,40%	Castellbisbal	646	0,17%
Castelldefels	1.455	0,38%	Mollet del Vallès	623	0,16%
Sant Joan Despí	1.441	0,37%	Vilanova i la Geltrú	619	0,16%
Barberà del Vallès	1.411	0,36%	Reus	615	0,16%
Sant Boi de Llobregat	1.370	0,35%	Lleida	613	0,16%
Sant Adrià de Besòs	1.368	0,35%	Sant Just Desvern	608	0,16%
Salou	1.355	0,35%	Bruc, el	567	0,15%
Esplugues de Llobregat	1.267	0,33%	Lloret de Mar	562	0,15%



TAULES DESGLOSSADES D'UBICACIÓ

ANNEX

Ripollet	541	0,14%
Molins de Rei	512	0,13%
Papiol, el	504	0,13%
Monistrol de Montserrat	481	0,12%
Roca del Vallès, la	467	0,12%
Vic	463	0,12%
Masnou, el	438	0,11%
Sant Quirze del Vallès	402	0,10%
Blanes	384	0,10%
Sant Andreu de la Barca	376	0,10%
Cubelles	370	0,10%
Pineda de Mar	356	0,09%
Esparreguera	353	0,09%
Sant Celoni	341	0,09%
Igualada	325	0,08%
Premià de Mar	325	0,08%
Parets del Vallès	325	0,08%
Vilassar de Mar	321	0,08%
Sant Pere de Ribes	308	0,08%
Vendrell, el	304	0,08%
Santa Susanna	290	0,07%

Badia del Vallès	281	0,07%
Tagamanent	252	0,07%
Palafrugell	250	0,06%
Montornès del Vallès	243	0,06%
Pallejà	241	0,06%
Santa Perpètua de Mogoda	239	0,06%
Caldes de Montbui	236	0,06%
Abreva	226	0,06%
Malgrat de Mar	219	0,06%
Cambrils	208	0,05%
Tordera	206	0,05%
Sant Martí de Centelles	206	0,05%
Palau-solità i Plegamans	204	0,05%
Cardedeu	204	0,05%
Mura	200	0,05%
Garriga, la	191	0,05%
Castellar del Vallès	185	0,05%
Vila-seca	183	0,05%
Olesa de Montserrat	179	0,05%
N	(370358)	(96)

* S'han seleccionat els municipis que representen un percentatge de pes superior al 0,05%



TAULES DESGLOSSADES D'UBICACIÓ

ANNEX

4.1.6 GEOLOCALITZACIÓ DE MENCIONS DESGLOSSAMENT PER BARRI (BARCELONA)

		%			
la Dreta de l'Eixample	51.623	36,56%	Sant Gervasi - la Bonanova	2.919	0,71%
el Barri Gòtic	31.680	13,95%	Pedralbes	2.882	0,70%
el Raval	17.299	8,51%	la Maternitat i Sant Ramon	2.763	0,48%
Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera	17.230	4,16%	la Font de la Guatlla	2.112	0,45%
la Sagrada Família	15.081	3,87%	el Bon Pastor	1.974	0,39%
la Barceloneta	14.098	3,42%	Hostafrancs	1.813	0,39%
el Poble Sec	13.618	2,84%	Sarrià	1.574	0,38%
l'Antiga Esquerra de l'Eixample	9.420	2,18%	el Putxet i el Farró	1.564	0,36%
la Vila de Gràcia	9.104	1,90%	el Guinardó	1.554	0,35%
la Nova Esquerra de l'Eixample	6.229	1,44%	el Camp d'en Grassot i Gràcia Nova	1.463	0,34%
Sant Antoni	6.009	1,24%	el Camp de l'Arpa del Clot	1.409	0,31%
el Parc i la Llacuna del Poblenou	5.866	1,18%	Sant Andreu	1.383	0,31%
Sants	5.056	1,12%	Horta	1.379	0,27%
Sant Gervasi - Galvany	5.006	1,09%	la Trinitat Vella	1.262	0,27%
les Corts	4.475	1,07%	Vallcarca i els Penitents	1.186	0,26%
la Vila Olímpica del Poblenou	4.172	1,03%	el Clot	1.144	0,26%
el Poblenou	4.115	1,00%	el Besòs i el Maresme	1.142	0,24%
Diagonal Mar i el Front Marítim del Poblenou	4.002	0,89%	la Sagrera	1.129	0,24%
el Fort Pienc	3.929	0,81%	Provençals del Poblenou	1.124	0,21%
la Marina del Prat Vermell	3.833	0,79%	Montbau	1.111	0,20%
la Salut	2.961	0,78%	Vallvidrera, el Tibidabo i les Planes	1.036	0,19%



TAULES DESGLOSSADES D'UBICACIÓ

ANNEX

el Carmel	1.017	0,18%
la Verneda i la Pau	1.009	0,18%
la Marina de Port	865	0,18%
Porta	774	0,18%
el Baix Guinardó	720	0,17%
les Tres Torres	699	0,16%
Vallbona	610	0,16%
Sants - Badal	543	0,16%
Vilapicina i la Torre Llobeta	538	0,12%
la Bordeta	501	0,11%
la Vall d'Hebron	479	0,11%
Sant Martí de Provençals	468	0,11%
la Prosperitat	427	0,11%
Ciutat Meridiana	409	0,10%
el Congrés i els Indians	385	0,08%
Canyelles	369	0,08%
la Guineueta	355	0,08%
Navas	320	0,07%
Can Baró	274	0,07%
la Trinitat Nova	269	0,07%
les Roquetes	255	0,06%

Torre Baró	254	0,06%
el Turó de la Peira	249	0,05%
el Coll	194	0,05%
Sant Genís dels Agudells	189	0,04%
Verdun	172	0,03%
la Font d'en Fargues	160	0,03%
Baró de Viver	154	0,02%
la Teixonera	150	0,01%
Can Peguera	100	0,01%
la Clota	32	0,00%
N	(28.1669)	(100)



ENQUESTES I ESTUDIS D'OPINIÓ

Aquests estudis sociològics permeten determinar les prioritats de la població, conèixer la realitat social, saber com es valora l'activitat i els serveis municipals, i esbrinar l'opinió sobre l'actuació política municipal.



Pla
d'Estudis Sociològics



Sèrie
d'Avaluació Contínua



Enquestes
de Sistemes de Qualitat



Investigació
de Comunicació



Estudis
Ad-Hoc



**Ajuntament
de Barcelona**

BBC