



# ANNEXES

# XARXES SOCIALS I

# DEMOCRÀCIA PARTICIPATIVA

Anàlisi de l'Ajuntament de Berga i el seu compromís amb la  
participació ciutadana

Treball final de Grau

**Autora:** Lúcia Comellas Santaulària

**Tutor:** Dr. Lluís Costa i Fernández



**Curs:** 2023-2024

Publicitat i Relacions Públiques

Facultat de Turisme

## **1. ANNEXES**

### **Annex 1. Entrevista Maite Flores i Blanco, cap de comunicació de l'Ajuntament de Berga**

Maite Flores i Blanco, periodista, publicista i cap de comunicació de l'Ajuntament de Berga, és l'encarregada de gestionar la informació i les relacions públiques d'aquesta institució. El seu rol no només implica tenir la responsabilitat de comunicar les accions i les polítiques municipals, sinó també forjar una relació positiva i de confiança entre l'ens i els seus ciutadans.

Té una sòlida formació en comunicació, periodisme i relacions públiques. Ha acumulat una valuosa experiència en aquest camp, treballant en diversos llocs com ràdio Berga, Televisió del Berguedà o l'Aquí Berguedà. El seu recorregut laboral li ha permès desenvolupar grans habilitats i coneixements. La seva trajectòria professional reflecteix la seva dedicació i passió per la comunicació en totes les seves formes, i la fa una professional versàtil i qualificada en aquesta disciplina.

Gràcies a la seva implicació en la ciutat, coneix a la perfecció la història, la cultura i les necessitats dels berguedans i les berguedanes. Aquesta comprensió l'ajuda a orientar les seves estratègies comunicatives per tal que totes elles responguin adequadament a les inquietuds dels ciutadans.

#### **Bloc 1: Personalitat de marca**

##### **1. Quina personalitat de marca creus que té l'Ajuntament de Berga?**

Al final, l'ajuntament és la primera institució que tu et trobes, la més propera amb la qual tenen accés els ciutadans. Totes les decisions que pren, siguin del caràcter que siguin (d'esdeveniments, qüestions polítiques, d'ordenança...) tenen una incidència directa en el dia a dia dels habitants i, per tant, els afecta.

Treballem molt el concepte del servei públic, és a dir, que se'ns percebi com una institució que està a prop teu i que t'ajuda amb tot el que faci falta. Al final, busquem tenir un contacte directe amb els veïns i veïnes i ser propers amb ells.

##### **2. Quina filosofia corporativa teniu? Em podries esmentar la missió, visió i els valors que sustenta la institució?**

Soc conscient que la filosofia corporativa no apareix al lloc web i és una de les coses que tinc pendent i he d'integrar.

La missió és representar la ciutadania i estar al seu servei. També garantir el benestar de les persones que viuen a Berga, per aconseguir que se sentin a gust i orgullosos del lloc que han escollit viure.

La visió és donar resposta a les necessitats bàsiques de la ciutadania. Tenim una pantalla molt potent d'entitats que el que necessiten és que se'ls acompanyi i no se'ls hi posi traves. Això ens permet dinamitzar la ciutat al mateix temps que fer-la més viva i atractiva. Som conscients dels recursos dels quals disposem, però també de l'equip que tenim i de la gestió efectiva i eficient que fem perquè Berga sigui una ciutat amable i agradable per viure-hi i formar el teu projecte de vida.

Els valors són: participació ciutadana, feminisme i LGTBI, sostenibilitat, transparència, gestió eficient, responsabilitat i compromís social i mediambiental.

### **3. Quines accions feu per transmetre que esteu al servei dels ciutadans?**

Intentem utilitzar tots els canals o accions de comunicació que tenim al nostre abast, des de publicitat, mitjans tradicionals, plataformes online, butlletins digitals... encara que depèn molt del tipus d'esdeveniment, acció, comunicació, etc., que hagi de fer i sobretot del públic al qual t'adreces. No és al mateix dirigir-te als joves que estan molt familiaritzats amb les xarxes socials que a la gent gran, que no està tan habituada a aquest món. És a dir, segons l'acció has de pensar molt bé com vols que arribi el teu missatge.

A vegades ens costa saber el perquè no ha arribat el missatge. Això és una de les preocupacions o frustracions que més tenim, ja que sovint no podem esbrinar exactament, què passa i perquè algunes coses arriben i altres no. Però al final, intentem utilitzar tots els canals que tenim al nostre abast, perquè segur que arribem a algú.

### **4. Quina reputació creus que té l'Ajuntament de Berga?**

Ara mateix puc dir que no soc una persona del tot objectiva perquè en treballar dins una institució ho veus des d'una altra perspectiva. Això no obstant, considero que sí que som un ens bastant proper i que intentem brindar un tracte molt de tu a tu a la ciutadania. Dic això perquè si et trobes pel carrer a l'alcalde o algun regidor i els demanes qualsevol cosa, no tenen cap inconvenient en contestar-te i interessar-se per les teves inquietuds.

Com he dit, però, crec que estic una mica condicionada a l'hora de contestar aquesta pregunta, pel fet que m'arriben constantment tot de missatges negatius. Això fa que tingui una visió molt més negativa del que segurament és real. Molt poca gent et transmet que estàs fent les coses bé,

el contrari, la majoria són crítiques despectives. Quan hi ha una cosa positiva no s'acostuma a dir.

A més, moltes vegades les administracions públiques solen tenir mala imatge i sembla que tot és molt negatiu. La societat té una imatge molt interioritzada que els funcionaris no fan res, treballen poc i cobren molt i, en la majoria dels casos, aquesta percepció no és real. Hi ha altres aspectes que afecten la gestió com són els recursos, l'abast o el dia a dia.

Jo sempre ho dic, considero que tothom hauria de passar per l'ajuntament per veure que les coses no són tan fàcils com semblen. Des de fora és molt fàcil dir, es podria fer X i Y, però què passa? Que els tempos de l'administració són més lents del que ens agradaria i això fa que la gent tingui aquesta visió d'ineficàcia i de lentitud. Ells voldrien que les coses les tinguéssim resoltes d'un dia per l'altre i, malauradament, no és així.

Suposo que tot això també fa que les persones tinguin aquesta opinió tan negativa envers l'Ajuntament o qualsevol institució.

## **Bloc 2: Mitjans de comunicació**

### **1. Quin és el paper i la responsabilitat del departament de comunicació a l'Ajuntament?**

Primer de tot us explico la situació actual. El departament de comunicació només està format per una persona, que soc jo. Per tant, partint d'aquesta base, hem de veure quines són les funcions de les quals m'ocupo.

Gestiono i transmeto la comunicació de totes les àrees de l'Ajuntament de Berga, és a dir, tot el que es vol comunicar m'arriba a mi i jo estudio i analitzo quina és la millor manera per fer-ho. És evident que hi ha àrees més visibles que d'altres, ja que unes tenen una feina molt més interna com secretaria, servis jurídics, serveis econòmics..., i altres són més públiques: festa, cultura, participació... i, per això, les seves accions són més visibles i requereixen més comunicació.

Per tant, jo aglutino totes les necessitats de comunicació de totes les àrees i després, juntament amb les persones corresponents, decidim quin és el millor format per donar a conèixer els projectes amb els quals estan treballant.

També m'ocupo de la relació amb els mitjans. És a dir, no només redacto les notícies que es difondran sinó que gestiono totes les convocatòries, notes de premsa, peticions que aquests sol·liciten... Porto tots els canals oficials de l'Ajuntament, ja sigui l'apartat de notícies i l'agenda de l'ens com totes les xarxes socials.

Cobreixo comunicativament tots els esdeveniments que organitzem, és a dir, fires, festes, celebracions... qualsevol acte que fa l'ajuntament es cobreix abans, per anunciar que es fa, durant el desenvolupament i després, un cop s'ha finalitzat.

Faig la revisió de contingut de les àrees. Si han de fer alguna mena de fulletó o cartell informatiu, acostumo a rebre'l jo, per revisar-lo i intentar que no surti quelcom que no hagi de sortir.

Em coordino amb altres institucions com el Consell Comarcal o altres administracions, per organitzar i comunicar coses conjuntes.

També faig els *clippings*, és a dir, recullo totes les notícies que parlen de nosaltres, amb la finalitat de saber què diuen de la institució i si aquesta és ben vista per part del públic. Paral·lelament, tracto la comunicació de crisi. Sempre hi ha coses que sorgeixen i que has de resoldre al moment o que poden suposar un problema de reputació per a l'Ajuntament.

Aquestes són les tasques principals que exerceixo. És possible que n'hi hagi d'altres que no s'esmenten aquí, però aquestes són les que requereixen la major part del meu temps i esforç. En resum, el departament de comunicació assumeix una gran responsabilitat, ja que la feina que fem és altament visible. Això significa que les accions i decisions que prenem són seguides de prop per la comunitat, cosa que sovint implica estar disponible les 24 hores del dia per respondre a les necessitats comunicatives en temps real.

## **2. Quins canals de comunicació feu servir per mantenir els ciutadans informats de tot el que passa a Berga?**

Tenim perfils a X, Instagram, Facebook i també al canal de YouTube, que és on retransmetem en directa els plens de l'Ajuntament i, a més a més, a vegades ho complementem amb altres continguts audiovisuals més puntuals. A diferència de les altres plataformes, no és una eina que fem servir al nostre dia a dia.

## **3. De quina manera arribeu a cada segment de la població?**

Com he dit, depèn molt de l'activitat o l'actuació que es vulgui comunicar.

En primer lloc, hi ha l'opció de subscriure's al butlletí digital a través del web municipal, que ofereix actualitzacions setmanals sobre notícies i activitats.

També disposem d'un registre d'entitats que ens permet contactar de manera directa, millorar el compromís i establir lligams amb aquestes.

Utilitzem, en segons quins esdeveniments, la bustiada, és a dir, enviem una carta a tots els immobles i llars de la ciutat perquè ens interessa molt que determinada informació arribi.

A més, periòdicament es convoquen les assemblees de barri. Són unes petites reunions que serveixen perquè els veïns no només ens puguin traslladar les queixes o les problemàtiques, sinó perquè ells també se sentin part de la ciutat. És una forma d'implicar-los i de fer-los veure que no només és l'administració qui ha de ser proactiva. Volem que hi hagi un *feedback* i que tots col·laborem per millorar la qualitat de vida de les persones.

Aquestes són algunes alternatives a part de les xarxes socials i el portal web de l'Ajuntament. Tot i això, ja us dic, intentem adaptar-ho molt en funció de l'acte que es faci.

**4. He vist que a Instagram els vostres seguidors son força actius mentre que, contràriament, a Facebook i X la interacció és escassa. Què suposa per a l'Ajuntament que no hi hagi la mateixa interacció i *engagement* en totes les xarxes socials? Creus que s'ha de dedicar més temps a aquelles xarxes socials que et rendeixen més que les que tenen un nivell baix de participació?**

Suposa una mica de frustració que amb el mateix temps dedicat a totes les xarxes socials, unes tinguin més interacció que les altres. Tot i això, crec que no s'ha de menysprear cap xarxa social, ja que mentre hi hagi seguidors, cal fer un esforç perquè és un canal mitjançant pot arribar la informació a usuaris que no utilitzen les altres xarxes socials.

**5. Quins són els principals desafiaments que s'enfronta el departament de comunicació actualment? Ens podries dir els punts forts i dèbils a l'hora de comunicar-se amb els públics?**

El que em trobo jo, és el ritme frenètic de la societat que no et permet arribar i dedicar el temps suficient a preparar bé la comunicació. És una de les meves frustracions. Jo soc molt autoexigent i m'agrada fer les coses el màxim de bé possible, per això, intento dedicar-hi més temps del que hauria i tot i això, encara em dona la sensació que no és suficient. A vegades em sento que em quedo a mitges. Estic acabant una cosa i ja me'n demanen quatre més. Com paro i miro l'impacte de la comunicació? No puc, és impossible, no tinc suficient temps.

**5. Creus que un punt dèbil de l'Ajuntament és que només hi ha una persona que s'encarrega de la comunicació? En l'àmbit personal, com ho gestiones?**

Evidentment. Per exemple, la Patum és una festa enorme, en la que necessitaria tot un equip especialitzat que es dediqués tot l'any a organitzar únicament aquesta celebració.

Destaco que no soc l'únic departament unipersonal, hi ha altres àrees que també són una persona i han d'assumir molta feina.

Quant a la gestió... personalment, va a dies. Hi ha moments en què ho portes millor que altres. Poso el cas de les xarxes socials, hi ha dies que et trobes missatges directes molt desagradables que pràcticament t'insulten i, tot això, m'arriba a mi.

Amb els anys vas aprenent a gestionar-ho, però costa. Intentes fer la feina el millor que pots i treure el màxim de tu. Això sí, a vegades sembla que se'ns oblida que a darrere de cada acció també hi ha persones. Pots discrepar, evidentment, hi ha mil coses a millorar, és clar que sí, però comentar-ho sempre amb un mínim de respecte. Però és el que dic, a vegades no en som conscients que a l'altra banda hi ha grups de treball que intenten fer tot el que poden i més, per intentar resoldre-ho el més ràpid possible.

**6. En quina mesura feu servir les xarxes socials i els altres canals per interactuar amb la comunitat? Invertiu molt en xarxes socials o preferiu utilitzar altres mitjans que considereu més efectius?**

Les usem diàriament. Intento ser molta activa i penjar força contingut al llarg del dia. Fem ús de diversos canals comunicatius, des dels mitjans tradicionals i les xarxes socials fins a les accions fora del món digital: bustiades o assemblees de barri. Segons com sigui allò que vols comunicar, n'empres l'un o l'altre.

**7. Porteu la comunicació vosaltres o depeneu d'un tercer (freelance, agència de comunicació...)?**

La comunicació la porto jo. Sí que és cert que tenim diferents perfils com és el de Joventut que s'encarrega la tècnica de joventut i, per tant, les xarxes les porta ella. També tenim el perfil d'Àgora Cultural que hi ha una persona externa que ens ajuda, però tota la resta ho faig jo.

Amb el tema Patum també tenim un reforç d'una empresa externa. És una iniciativa que vam engegar fa un parell d'anys que és "La Patum tot l'any" que consisteix a fer activitats fora dels cinc dies de Corpus. Són actes de divulgació cultural que serveixen per anar omplint els mesos previs a la festa. Per exemple, ara el novembre, hi ha una data molt important que és la celebració de la proclamació de la Patum com a obra mestra del patrimoni cultural immaterial de la humanitat. Es compleixen divuit anys que vam rebre aquest títol i, com cada any, se solen organitzar bastants activitats. Per aquest motiu requerim aquesta empresa externa que ens ajuda a crear contingut i moviment a les xarxes per difondre tot el que és la festa més enllà dels cinc dies de Patum.

## **8. Com es mesura l'efectivitat de les estratègies de comunicació i com es recopilen els comentaris dels ciutadans?**

Una de les coses que faig mensualment, és el tema dels seguidors, això sí que ho controlo. Ho miro de totes les xarxes socials que tenim perquè ens interessa saber si hi ha un creixement o no. Sabem que hi ha plataformes més actives que d'altres, i per això volem saber quan es produeixen els pics. Patum és molt clar, hi ha uns pics, que són els mesos previs, en què es produeix un augment de seguidors. Desafortunadament, n'hi ha alguns que quan passa la festivitat, desapareixen, no es nota gaire, però hi ha una disminució.

Amb accions de recopilació de dades també ens permet trobar una miqueta quin és el retorn de les campanyes que fem.

Intentem mesurar l'efectivitat, però no sempre és possible.

## **9. Quines iniciatives heu fet per fomentar la participació ciutadana a través de la comunicació?**

El que comentava abans de les assemblees de barri. És una de les iniciatives bàsiques que es fan periòdicament. S'intenten fer cada quinze dies o cada mes en una zona diferent, per escoltar les problemàtiques, necessitats i queixes de tothom, ja que hi ha barris que no tenen res a veure amb els altres. Considerem que funciona perquè sempre va bé que de primera mà et puguin traslladar quines són les seves preocupacions i treballar per solucionar-les.

Una de les altres coses que s'ha implementat és l'opció de formular preguntes als plens municipals. Quan s'acaba tot el que seria la sessió ordinària, s'obre un torn de preguntes, en el qual les persones poden dirigir-se al regidor que vulguin i formular la seva qüestió. Ho poden fer de manera online o venir presencialment. Això es fa un cop al mes, específicament el primer dijous de cada mes que és quan se celebren els plens. A part, qualsevol habitant que vulgui parlar amb l'alcalde o amb X persona, ho pot fer, només ha de demanar hora a la secretaria d'alcaldia per concertar una reunió. No som persones inaccessibles, sempre estem disposats a escoltar el ciutadà.

També fem els pressupostos participatius, iniciativa que duem realitzant des de fa cinc anys. Consisteix a destinar 35.000 € en el que els residents de Berga vulguin. És a dir, es fan propostes dins un període de temps, siguin provinents de particulars o entitats, més tard, els serveis tècnics municipals les avaluen i decideixen si són o no viables. Un cop valorades es publiquen i la ciutadania, a través d'una votació, escull les dues que vol que es portin a terme durant l'any següent.

Les propostes estan dividides en dos apartats: projectes d'inversió i programes subculturals.



Fa uns anys que també es fan els pressupostos participatius juvenils, en què es va voler implicar un altre segment de la població que potser no se sentia interpel·lada. Aquests són els joves de 12 a 15 anys. Aquesta iniciativa es duu a terme a través de les escoles de la ciutat i solen llençar propostes més festives i lúdiques.

#### **10. Quines són les principals barreres o dificultats que s'enfronta l'Ajuntament de Berga en l'ús de les xarxes socials per incentivar la participació ciutadana?**

Pel que fa a les dificultats a l'hora de fer ús de les xarxes socials per incentivar la participació, bàsicament és la planificació. La major barrera és poder disposar del temps necessari per planificar una estratègia continuada, que sigui eficaç i àgil a l'hora d'avaluar els resultats. Hem fet algunes accions esporàdiques, com per exemple enquestes, sobretot relacionades amb les àrees de Joventut i Patum. Es tracta d'enquestes per saber quins artistes o grups musicals voldrien que actuessin a Berga. Això ens ha permès obtenir un llistat de preferències i s'han anat programant alguns dels artistes més votats en diferents actes culturals com per exemple, el concert jove de Sant Marc o les Barraques de La Patum, entre d'altres. També s'ha fet una enquesta proposant tres opcions de productes de marxandatge que es poden crear amb el material reciclat obtingut de La Patumaigua. El cert és que quan s'han portat a terme aquestes accions, han tingut una bona acollida i han estat molt participades.

#### **11. Creus que l'evolució dels mitjans tradicionals cap als *online* ha afectat la institució i la seva imatge?**

Aquest canvi de paradigma sí que ha afectat l'Ajuntament. Només cal veure la quantitat de comentaris negatius que hi ha a les plataformes online. A més, hi ha molts mitjans que d'allò que veuen a les xarxes en fan una notícia i, per tant, esperen una resposta per part nostra. És per això que considero que, temes que passarien desapercebuts o que serien considerats de menor importància, són tractats a les xarxes i, fins i tot, és possible que t'apareguin als plens.

Un exemple clar són els membres de l'oposició, que aprofiten aquestes petites notícies per demanar explicacions. Davant d'això, està clar que afecta molt negativament la reputació.

També, tens la sensació que al dia a dia només gestiones problemes i conflictes. Som conscients que les notícies apareixen molt més ràpid, però que dos dies després desapareixen perquè sorgeix una altra cosa més interessant. Però això al final et fa estar molt en alerta, perquè d'un tema molt menor es fa una bola molt "*heavy*".

Hi ha cops que també has de desmentir allò que altres s'han inventat i que no són certes. Això afecta negativament perquè el *tweet* ja ha sortit i ja l'han llegit milers de persones i els mitjans. Llavors qui s'encarrega de desmentir-ho si un cop el mal ja està fet? És molt difícil revertir això.

## Annex 2. Taula càlculs Instagram

| INSTAGRAM            |                                |   |                 |               |                  |                 |                 |                   |
|----------------------|--------------------------------|---|-----------------|---------------|------------------|-----------------|-----------------|-------------------|
|                      | Mitjana likes                  |   |                 |               |                  |                 |                 | <b>SUMA TOTAL</b> |
|                      | <b>Dilluns</b>                 | <b>Dimarts</b>                                  | <b>Dimecres</b> | <b>Dijous</b> | <b>Divendres</b> | <b>Dissabte</b> | <b>Diumenge</b> |                   |
|                      | 406                            | 522   | 258             | 246           | 824              | 0               | 0               | 2.256             |
|                      | 310                            | 0   | 605             | 176           | 525              | 117             | 0               | 1.733             |
| <b>MITJANA TOTAL</b> | <b>285</b>                     | Tenen una mitjana de 285 likes per dia          |                 |               |                  |                 |                 | <b>3.989</b>      |
|                      | Mitjana publicacions diàries   |   |                 |               |                  |                 |                 | <b>SUMA TOTAL</b> |
|                      | <b>Dilluns</b>                 | <b>Dimarts</b>                                  | <b>Dimecres</b> | <b>Dijous</b> | <b>Divendres</b> | <b>Dissabte</b> | <b>Diumenge</b> |                   |
|                      | 4                              | 4   | 1               | 2             | 3                | 0               | 0               | 14                |
|                      | 3                              | 0   | 2               | 1             | 4                | 1               | 0               | 11                |
| <b>MITJANA TOTAL</b> | <b>2</b>                       | Penjen una mitjana de dues publicacions diàries |                 |               |                  |                 |                 | <b>25</b>         |
|                      | Mitjana comentaris             |   |                 |               |                  |                 |                 | <b>SUMA TOTAL</b> |
|                      | <b>Dilluns</b>                 | <b>Dimarts</b>                                  | <b>Dimecres</b> | <b>Dijous</b> | <b>Divendres</b> | <b>Dissabte</b> | <b>Diumenge</b> |                   |
|                      | 2                              | 2   | 2               | 0             | 18               | 0               | 0               | 24                |
|                      | 2                              | 0   | 16              | 0             | 3                | 0               | 0               | 21                |
| <b>MITJANA TOTAL</b> | <b>3</b>                       | Tenen una mitjana de 3 comentaris per dia       |                 |               |                  |                 |                 | <b>45</b>         |
|                      | Mitjana reproduccions de vídeo |   |                 |               |                  |                 |                 | <b>SUMA TOTAL</b> |
|                      | <b>Dilluns</b>                 | <b>Dimarts</b>                                  | <b>Dimecres</b> | <b>Dijous</b> | <b>Divendres</b> | <b>Dissabte</b> | <b>Diumenge</b> |                   |
|                      | 0                              | 0   | 0               | 0             | 0                | 0               | 0               | 5929              |
|                      | 0                              | 5929  | 0               | 0             | 0                | 0               | 0               |                   |
| <b>MITJANA TOTAL</b> | <b>5929</b>                    |   |                 |               |                  |                 |                 |                   |

### Annex 3. Taula càlculs Facebook

| FACEBOOK             |                                |  |          |        |           |          |          |                   |
|----------------------|--------------------------------|--|----------|--------|-----------|----------|----------|-------------------|
|                      | Mitjana publicacions diàries   |  |          |        |           |          |          | <b>SUMA TOTAL</b> |
|                      | Dilluns                        | Dimarts  | Dimecres | Dijous | Divendres | Dissabte | Diumenge | 29                |
|                      | 8                              | 5  | 2        | 3      | 9         | 2        | 0        |                   |
| <b>MITJANA TOTAL</b> | 2                              | Penjen una mitjana de 2 publicacions diàries       |          |        |           |          |          |                   |
|                      | Mitjana likes                  |  |          |        |           |          |          | <b>SUMA TOTAL</b> |
|                      | Dilluns                        | Dimarts  | Dimecres | Dijous | Divendres | Dissabte | Diumenge | 128               |
|                      | 28                             | 20   | 17       | 13     | 43        | 7        | 0        |                   |
| <b>MITJANA TOTAL</b> | 9                              | Tenen una mitjana de 9 likes per dia               |          |        |           |          |          |                   |
|                      | Mitjana comentaris             |  |          |        |           |          |          | <b>SUMA TOTAL</b> |
|                      | Dilluns                        | Dimarts  | Dimecres | Dijous | Divendres | Dissabte | Diumenge | 6                 |
|                      | 1                              | 0  | 1        | 3      | 1         | 0        | 0        |                   |
| <b>MITJANA TOTAL</b> | 0                              | Tenen una mitjana de 0 comentaris per dia          |          |        |           |          |          |                   |
|                      | Mitjana reaccions negatives    |  |          |        |           |          |          | <b>SUMA TOTAL</b> |
|                      | Dilluns                        | Dimarts  | Dimecres | Dijous | Divendres | Dissabte | Diumenge | 1                 |
|                      | 0                              | 0  | 0        | 1      | 0         | 0        | 0        |                   |
| <b>MITJANA TOTAL</b> | 0                              | Tenen una mitjana de 0 reaccions negatives per dia |          |        |           |          |          |                   |
|                      | Mitjana reproduccions de vídeo |  |          |        |           |          |          | <b>SUMA TOTAL</b> |
|                      | Dilluns                        | Dimarts  | Dimecres | Dijous | Divendres | Dissabte | Diumenge | 0                 |
|                      | 0                              | 0  | 0        | 0      | 0         | 0        | 0        |                   |
| <b>MITJANA TOTAL</b> | 0                              |  |          |        |           |          |          |                   |
|                      | Mitjana comparticions          |  |          |        |           |          |          | <b>SUMA TOTAL</b> |
|                      | Dilluns                        | Dimarts  | Dimecres | Dijous | Divendres | Dissabte | Diumenge | 51                |
|                      | 13                             | 9  | 7        | 12     | 10        | 0        | 0        |                   |
| <b>MITJANA TOTAL</b> | 4                              | Tenen una mitjana de 4 comparticions per dia       |          |        |           |          |          |                   |

#### Annex 4. Taula càlculs X

| TWITTER              |                                |  |          |        |           |          |          |                   |
|----------------------|--------------------------------|--|----------|--------|-----------|----------|----------|-------------------|
|                      | Mitjana publicacions diàries   |  |          |        |           |          |          | <b>SUMA TOTAL</b> |
|                      | Dilluns                        | Dimarts                                      | Dimecres | Dijous | Divendres | Dissabte | Diumenge | 14                |
|                      | 2                              | 3  | 0        | 4      | 4         | 1        | 0        |                   |
|                      | 2                              | 0  | 4        | 1      | 6         | 3        | 0        | 16                |
| <b>MITJANA TOTAL</b> | <b>2</b>                       | Penjen una mitjana de 2 publicacions diàries |          |        |           |          |          | <b>30</b>         |
|                      | Mitjana likes                  |  |          |        |           |          |          | <b>SUMA TOTAL</b> |
|                      | Dilluns                        | Dimarts                                      | Dimecres | Dijous | Divendres | Dissabte | Diumenge | 75                |
|                      | 3                              | 0  | 0        | 20     | 47        | 5        | 0        |                   |
|                      | 13                             | 0  | 50       | 2      | 15        | 37       | 0        | 117               |
| <b>MITJANA TOTAL</b> | <b>14</b>                      | Tenen una mitjana de 14 likes per dia        |          |        |           |          |          | <b>192</b>        |
|                      | Mitjana comentaris             |  |          |        |           |          |          | <b>SUMA TOTAL</b> |
|                      | Dilluns                        | Dimarts                                      | Dimecres | Dijous | Divendres | Dissabte | Diumenge | 4                 |
|                      | 0                              | 0  | 0        | 0      | 4         | 0        | 0        |                   |
|                      | 0                              | 0  | 1        | 0      | 0         | 1        | 0        | 2                 |
| <b>MITJANA TOTAL</b> | <b>0</b>                       | Tenen una mitjana de 0 comentaris per dia    |          |        |           |          |          | <b>6</b>          |
|                      | Mitjana reproduccions de vídeo |  |          |        |           |          |          | <b>SUMA TOTAL</b> |
|                      | Dilluns                        | Dimarts                                      | Dimecres | Dijous | Divendres | Dissabte | Diumenge | 0                 |
|                      | 0                              | 0  | 0        | 0      | 0         | 0        | 0        |                   |
|                      | 0                              | 0  | 0        | 0      | 0         | 0        | 0        |                   |
| <b>MITJANA TOTAL</b> | <b>0</b>                       |  |          |        |           |          |          |                   |
|                      | Mitjana comparticions          |  |          |        |           |          |          | <b>SUMA TOTAL</b> |
|                      | Dilluns                        | Dimarts                                      | Dimecres | Dijous | Divendres | Dissabte | Diumenge | 32                |
|                      | 2                              | 8  | 0        | 6      | 13        | 3        | 0        |                   |
|                      | 8                              | 0  | 23       | 1      | 6         | 18       | 0        | 56                |
| <b>MITJANA TOTAL</b> | <b>6</b>                       | Tenen una mitjana de 6 comparticions per dia |          |        |           |          |          | <b>88</b>         |

## Annex 5. Taula resultats

| AJUNTAMENT DE BERGA |       |       |  |
|---------------------|-------|-------|--|
| IG                  | FB    | X     | Conceptes analitzats   |
| 25                  | 29    | 30    | Número de publicacions totals  |
| 2                   | 2     | 2     | Mitjana de publicacions diàries  |
| 5.929               | 0     | 0     | Mitjana de reproduccions de vídeo en les publicacions audiovisuals               |
| 285                 | 9     | 14    | Mitjana de <i>likes</i> a les publicacions*                                      |
| -                   | 0     | -     | Mitjana de reaccions negatives a cada publicació**                               |
| -                   | 3,37% | -     | Percentatge de <i>likes</i> i reaccions positives**                              |
| -                   | 3,39% | -     | Percentatge de reaccions negatives**   |
| -                   | 4     | 6     | Mitjana de comparticions o RT  |
| 3                   | 0     | 0     | Mitjana de comentaris en cada publicació   |
| 28%                 | 5%    | 8%    | Percentatge de comentaris negatius   |
| 17%                 | 11%   | 2%    | Percentatge de comentaris positius   |
| 162                 | -     | 2.342 | Mitjana d'impressions o visualitzacions  |
| SI                  | NO    | -     | Utilització de les <i>stories</i> ***  |
| 1                   | 0     | 0     | Publicacions que fan una crida a la participació ciutadana                       |
| 0                   | 0     | 0     | Respostes de l'Ajuntament de Berga   |
| 40%                 | 31%   | 43%   | Publicacions que contenen informació de servei públic                            |
| 60%                 | 69%   | 57%   | Publicacions que contenen informació de l'activitat municipal que es desenvolupa |
| SI                  | NO    | SI    | Compartició o RT de publicacions provinents d'altres organitzacions locals       |
| SI                  | NO    | NO    | S'informa del Ple Municipal  |

\* A Facebook també es comptabilitzen les reaccions positives.

\*\* Només a Facebook.

\*\*\* Només a Instagram.

## Annex 6. Taula informativa

| Concepte   | Ajuntament de Berga |
|--|---------------------|
| Xarxa en la que més publica l'Ajuntament                                   | X                   |
| Xarxa que més reproduccions de vídeo obté                                  | Instagram           |
| Xarxa que més <i>likes</i> obté  | Instagram           |
| Xarxa que més comparticions i RT té *                                      | X                   |
| Xarxa que més comentaris obté  | Instagram           |
| Xarxa que, percentualment, més comentaris negatius obté                    | Instagram           |
| Xarxa que, percentualment, més comentaris positius obté                    | Instagram           |
| Xarxa que, percentualment, ofereix més informació de l'activitat municipal | Facebook            |
| Xarxa que, percentualment, ofereix més informació del servei públic        | X                   |

\* Sense contar Instagram que no proporciona aquesta informació.