

La importància de les xarxes socials per al procés sobiranista de Catalunya.

L'activitat de l'Assemblea Nacional Catalana els mesos
de setembre, octubre i novembre de 2017.

Autora: Anna Iglesias Estellés

Tutor: Andreu Artés Vivancos

Índex

1. Resum	3
2. Introducció	4
3. Justificació de la proposta	5
4. Objectius	6
5. Preguntes d'investigació i hipòtesis	7
6. Marc teòric.....	8
6.1 Definició de conceptes i d'actors	8
6.2 Estudis previs	9
6.3 La Primavera Àrab: un altre cas de mobilització social	11
6.4 Estat de la qüestió	12
7. Metodologia.....	15
8. Anàlisi dels resultats.....	19
8.1 Opinió pública.....	19
8.2 El sobiranisme i l'ANC a les xarxes socials.....	20
8.3 Diades Nacionals i referèndums d'autodeterminació (2012-2017)...	21
8.4 Setembre, octubre i novembre de 2017	23
8.5 Altres entitats i personalitats.....	25
8.6 Telegram: el nou canal d'informació.....	27
9. Conclusions.....	28
10. Limitacions, aportacions i futures línies d'investigació	30
11. Bibliografia.....	31
12. Annexos	33
12.1 Resultats Baròmetre d'Opinió Pública	33
12.2 Resultats Google Trends	34
12.3 Anàlisi Twitter	35
12.4 Anàlisi altres xarxes socials.....	38
12.5 Esdeveniments sobiranistes.....	40
12.6 L'ANC a les xarxes socials	41

1. Resum

La població està hiperconnectada gràcies als telèfons mòbils i a les *tablets* que permeten una connexió a Internet a gairebé tot arreu. Es reben milers de missatges al dia de persones conegudes i d'altres amb les quals l'únic lligam que es té són les xarxes socials.

La plataforma per excel·lència per difondre missatges i opinions és Twitter, ja que permet arribar a una quantitat d'usuaris molt amplia d'una forma molt ràpida i senzilla. Organitzacions com l'Assemblea Nacional Catalana (ANC) han utilitzat aquest canal per difondre el missatge sobiranista i aconseguir la màxima difusió en dates destacables com les Diades Nacionals, els referèndums de Catalunya i al llarg de tots els fets ocorreguts durant els mesos de setembre, octubre i novembre de 2017. L'ANC ha estat la impulsora en la difusió del missatge sobiranista però no ha estat l'única, ja que d'altres entitats com Òmnium Cultural, els partits polítics sobiranistes, els mateixos polítics o els periodistes, entre d'altres, també han promogut aquests missatges a Internet.

Les xarxes socials afavoreixen l'amplificació del missatge emès i permeten una mobilització ciutadana d'una forma gairebé immediata. La ciutadania empra aquestes plataformes per construir una resposta a experiències locals injustes, compartir les reivindicacions pròpies i mobilitzar a persones que habitualment no ho farien

Aquesta efervescència ciutadana comença a gestar-se durant la crisi econòmica del 2011 amb el sorgiment dels moviments ciutadans com els "indignats del 15M" on la població es converteix en impulsora i difusora de les seves pròpies idees fruit de la frustració generada i la desconfiança vers la política. És en aquest moment, quan el moviment independentista ressorgeix i l'ANC inicia la seva campanya per promoure la manifestació de la Diada Nacional del 2012 que esdevindria multitudinària. Aquest acte marcaria un inici en la convocatòria massiva per les manifestacions de cada 11 de setembre. És a llavors que la població es converteix en l'accelerador del procés sobiranista.

Els esdeveniments programats i els fets ocorreguts, sobretot els darrers mesos, van provocar un augment en l'activitat a les xarxes socials tant per part de les organitzacions com per la ciutadania en general. Els usuaris esdevenen molt proactius a l'hora de compartir les novetats del procés sobiranista i tots els efectes desencadenats com el desplegament de cossos de seguretat, el tancament de les escoles el dia del referèndum, els diferents empresonaments o la proclamació de la República Catalana.

La independència de Catalunya no és quelcom nou, però sí que ho és la manera en què les xarxes socials han modificat la propagació del missatge sobiranista i la convocatòria als diferents esdeveniments. Aquestes plataformes de comunicació i la creativitat dels seus usuaris ha provocat un canvi en l'era de les revolucions socials, afavorint el protagonisme de tota la ciutadania.

The people are hyper connected thanks to cell phones and tablets that allow a connection to the Internet almost everywhere. Thousands of messages are received per day from known people and others with which the only link is social networks.

Twitter is the platform par excellence for disseminating messages and opinions reaching a fair amount of users. Organizations such as the Catalan National Assembly (ANC) have used this channel to spread the sovereignty message and achieve the maximum dissemination on important dates such as National Days, referendums and throughout all the events that occurred during the months of September, October and November 2017. The ANC has been the driving force in the dissemination of the sovereignty message, but it has not been the only one, since other entities such as Òmnium Cultural, sovereign political parties, the same politicians, journalists, among others also They have promoted these messages on the Internet.

The social networks favour the amplification of the message emitted and allows a citizen mobilization of an almost immediate way. Citizens use these platforms to build a response to unfair local experiences, share their own demands and mobilize people who would not normally do so

This civic effervescence begins to take shape during the economic crisis of 2011 with the emergence of citizen movements such as the "indignant of the 15M" where the population becomes a driving force and diffuser of their own ideas, resulting from the frustration generated and the distrust towards politics. It is at this time, when the independence movement resurges and the ANC begins its campaign to promote the National Day of 2012 demonstration that would become multitudinous. This act would mark a beginning in the mass call for demonstrations every September 11. It is then that the population becomes the accelerator of the sovereignty process.

The events that took place, especially in recent months, have led to an increase in activity in social networks, both on the part of the organizations and the general public, being very proactive when it comes to sharing the news of the sovereignty process (deployment of security bodies, closing of schools on the day of the referendum, imprisonment, proclamation of the Catalan Republic,...).

The independence of Catalonia is not something new, but it is the way in which social networks have changed the spread of the sovereignty message and the call for different events. These communication platforms and the creativity of its users has caused a change in the era of social revolutions, favouring the leadership of all citizens.

2. Introducció

L'1 d'octubre de 2017 quedarà gravat a la història de Catalunya. Ningú es podia imaginar la contundència amb la qual actuarien les forces policials de l'estat espanyol per evitar que el poble exercís el seu dret a vot. És en aquest moment quan la ciutadania pren el poder i les xarxes socials esdevenen protagonistes.

Però aquesta efervescència ciutadana no s'origina ara. És des del 2012 amb l'organització de la primera manifestació massiva per part de l'Assemblea Nacional Catalana que la població es converteix en l'impulsor i accelerador del procés sobiranista de Catalunya.

Els fets socials i polítics que es desencadenen al llarg d'aquests cinc anys provoquen un augment d'activitat a totes les xarxes socials. Twitter, però, s'estableix com la plataforma per excel·lència per difondre el missatge sobiranista i sorgeixen, amb molta força, els grups unidireccionals de Telegram.

Amb Twitter, el ciutadà és l'emissor de les seves idees i alhora s'informa directament de les fonts primàries sense haver d'accedir als mitjans de comunicació els quals acaben perdent força envers les persones.

Aquesta investigació pretén descobrir quin és el paper que han jugat les xarxes socials, sobretot Twitter, en el procés sobiranista de Catalunya. Les plataformes digitals han esdevingut un canal molt important per difondre el contingut independentista i, aconseguir encara més adeptes arribant a tots els pobles de Catalunya. Gràcies a la globalització d'aquestes xarxes, la comunicació ha travessat fronteres i els ciutadans d'arreu poden estar informats del que passa a casa nostra.

L'estructura de l'estudi és la següent:

- Justificació de la proposta, la concreció dels objectius, de les preguntes d'investigació i les hipòtesis i el desenvolupament del marc teòric serà la part més conceptual de totes i assentarà les bases de la investigació.
- La metodologia utilitzada i l'anàlisi dels resultats obtinguts.
- Les conclusions de la recerca, les limitacions trobades i les aportacions per futures línies d'investigació.

3. Justificació de la proposta

Catalunya està vivint de ple el procés sobiranista del seu territori. Els darrers anys, la pressió de la ciutadania ha anat *in crescendo* i tot apunta que les xarxes socials han tingut un paper molt important en la mobilització de la població. Tant els partits polítics com les associacions culturals i ciutadanes estan sent molt actives en l'organització i difusió dels esdeveniments així com de les novetats relacionades amb la independència.

Les xarxes socials i la missatgeria instantània han afavorit l'amplificació del missatge sobiranista. L'aparent proximitat dels líders d'aquest procés genera una empatia mai viscuda vers unes persones, que en principi no es coneixen personalment. El paper dels mitjans de comunicació queda relegat i són els protagonistes del procés els qui informen de forma constant del que està succeint mitjançant aquests canals.

Cal investigar la importància de les xarxes socials per al procés sobiranista i demostrar com han accentuat aquesta revolució social i política i com han afectat la possible independència del país. Hauria sigut el mateix sense la comunicació digital? La participació en els actes i manifestacions hauria sigut la mateixa? S'haurien assabentat tots els pobles de Catalunya? L'assistència hauria sigut tan massiva? Hauria estat possible organitzar tan de pressa les concentracions? La creativitat hauria sigut tan potent?

És l'any 2012 un punt d'inflexió per al procés sobiranista, ja que l'Assemblea Nacional de Catalunya comença a organitzar les manifestacions de la Diada de Catalunya i la independència agafa més importància i rellevància popular. El període d'estudi comprendrà des del 2012 fins al novembre de 2017. Tot i això, els mesos que s'analitzaran de forma detallada són setembre, octubre i novembre de 2017 per la transcendència dels fets que succeeixen.

L'interès personal que porta a fer aquest estudi és el canvi viscut en primera persona respecte a les xarxes socials, el procés sobiranista i els esdeveniments que han anat succeint en el darrer temps. Partint d'un punt d'observadora passiva, s'ha arribat al d'emissora activa els darrers mesos.

Els fets que envolten a la independència de Catalunya han generat una activitat inusual a les xarxes socials. La comunicació global que permet Internet ha facilitat que la situació catalana sigui d'interès social generalitzat, i ha mobilitzat la massa social en un període molt curt de temps.

4. Objectius

L'objectiu final d'aquesta investigació és descobrir quin paper tenen les xarxes socials en el desenvolupament del procés sobiranista durant els mesos de setembre a novembre de 2017 i analitzar quina relació hi ha entre el sobiranisme, la ciutadania i les xarxes socials.

Aquest estudi inclou diferents objectius secundaris que també es volen assolir. Cal identificar els principals canals de transmissió dels missatges sobiranistes, designar els emissors d'informació independentista més importants a les xarxes socials per tal de descriure els missatges publicats i quantificar la repercussió i difusió que se'n fa d'aquests. Per últim, relacionar l'activitat a les xarxes socials i els fets que han ocorregut durant els mesos de setembre a novembre del 2012 i, també, al llarg de les Diades Nacionals del 2012 fins al 2017.

Cal destriar quina és la xarxa social més activa en la transmissió del missatge sobiranista i identificar els motius pels quals la ciutadania l'ha seleccionat per transmetre els missatges.

Cal identificar quines són les organitzacions o persones que manifesten els principals continguts sobiranistes a les xarxes socials i analitzar el seu contingut i l'efecte aconseguit. D'aquests missatges cal identificar el missatge transmès, la temàtica i el seu contingut adjunt: imatge, àudio, vídeo.

Per quantificar el seu abast cal saber quants usuaris han intervingut ja sigui responnent la publicació, compartint-la o marcant-la com preferida. Cadascun d'aquests gestos amplifica la repercussió del missatge per la xarxa social fent-los arribar fins i tot a aquells que no són seguidors del procés.

La situació històrica d'aquests darrers cinc anys ha provocat actes massius arreu de Catalunya. Cal analitzar si hi ha alguna relació entre els esdeveniments produïts i l'activitat a les xarxes socials per part de la ciutadania.

5. Preguntes d'investigació i hipòtesis

Per tal d'assolir aquests objectius fixats, es marquen diferents preguntes d'investigació que, un cop fet l'estudi caldrà validar-les o refutar-les. Segons Hernández, Fernández i Baptista (2010) aquestes preguntes orienten cap a les respostes que es busquen amb la investigació, és per això que cal formular-les sense ambigüitats.

- L'Assemblea Nacional Catalana és un emissor important de missatges sobiranistes? Hi ha més altres emissors importants d'aquest missatge?
- Quines xarxes socials són les més utilitzades per transmetre els missatges a favor de la independència?
- Quin contingut es comparteix a les xarxes socials?
- Quina relació s'estableix entre les organitzacions i els usuaris a les xarxes socials?
- La població té un paper actiu a les xarxes socials publicant missatges sobiranistes?
- L'activitat a les xarxes socials ha canviat des del 2012? Es pot establir alguna relació amb els fets històrics succeïts?

Les hipòtesis d'aquesta investigació són:

- L'Assemblea Nacional Catalana és una de les impulsores de la implicació de la ciutadania en el procés sobiranista de Catalunya amb l'organització de les Diades de Catalunya i, a posteriori, amb diferents actes. Aquesta participació ciutadana l'aconsegueixen amb la comunicació a través de les xarxes socials.
- L'aparició i la implicació d'altres organitzacions cadascuna amb un objectiu molt concret, permeten ampliar l'abast i complementen les seves accions en diferents àmbits. És el cas d'En peu de pau, Omplim Brussel·les, l'Orfeó Català, Colles Castelleres d'arreu de Catalunya, Bombers per la Independència o Grups d'Escoltes. El principal canal de difusió que tenen aquestes entitats són les xarxes socials.
- Twitter és la plataforma més important per a la difusió del missatge sobiranista. Permet una comunicació bidireccional amb missatges senzills, curts, amb imatge o vídeo,... L'aparició dels grups unidireccionals de Whatsapp/Telegram

permet que les organitzacions difonguin directament a tots els qui s'han adherit al grup, evitant els intermediaris.

- La població és l'altaveu a les xarxes socials que permet l'amplificació del missatge i facilita que aquest arribi a persones no afins al procés gràcies a les comparticions.

6. Marc teòric

El marc teòric d'aquesta investigació estableix la base del treball i, per aconseguir-ho és important definir els conceptes claus i el principal actor implicat com és l'Assemblea Nacional Catalana. Autors com Manuel Castells, Philip Howard o Josep Maria Carbonell han estudiat anteriorment la comunicació a les xarxes digitals i es prendrà els seus estudis com a referència. A més, Howard va seguir de forma propera el cas de mobilització social a través de les xarxes socials de la Primavera Àrab i, tot i que els contextos d'aquestes dues protestes són molt diferents, la investigació d'aquesta nova forma de revolta és interessant per aquest estudi. Un cop establerta la base conceptual cal conèixer l'estat del procés sobiranista els darrers cinc anys (2012-2017) i, sobretot, el que s'ha produït els mesos de setembre, octubre i novembre de 2017.

6.1 Definició de conceptes i d'actors

El *procés sobiranista* és el moviment social i polític que es basa en la demanda del dret a l'autodeterminació o dret a decidir a favor de la independència de Catalunya (López, 2011). Tot i que aquest terme neix els darrers anys, està estretament vinculat amb l'independentisme català que es remunta a segles enrere. Va ser amb Francesc Macià que es va crear el primer nucli independentista influït per la lluita política a Irlanda contra l'ocupació britànica. El partit que va fundar el 1922, anomenat Estat Català, va adoptar plantejaments secessionistes i va formular la necessitat d'independitzar-se d'Espanya. L'estudi d'aquest procés sobiranista s'iniciarà amb la Diada Nacional del 2012 i s'aprofundirà en els fets que han succeït els mesos de setembre, octubre i novembre de 2017.

L'*Assemblea Nacional Catalana* (ANC) és una organització que es defineix com "popular, unitària, plural i democràtica que té per objectiu aconseguir la independència de Catalunya mitjançant la creació d'un estat de dret, democràtic i social". Es va fundar el març del 2012 a Barcelona i Carme Forcadell va ser elegida com a presidenta de l'entitat. El maig del 2015, Jordi Sánchez va substituir a Forcadell al capdavant de l'associació fins al novembre de 2017, moment en què dimiteix per anar com a número dos a la demarcació de Barcelona de les llistes de Junts per Catalunya a les eleccions de la Generalitat del 21-D. Actualment, el seu lloc l'ocupa Agustí Alcoverro. Entre els actes més multitudinaris que han organitzat estan les darreres cinc Diades Nacionals de Catalunya.

Òmnium Cultural és una entitat sense ànim de lucre fundada el 1961 per diferents empresaris catalans. L'organització treballa per la promoció de la llengua i la cultura

catalana, així com l'educació, la cohesió social i la defensa dels drets nacionals de Catalunya. El 1963 va ser clausurada per ordres de les autoritats de governació civil del règim franquista però va seguir treballant de forma clandestina en la defensa i promoció de la llengua i la cultura catalana fins al 1967, quan la seva situació es va regularitzar. Des del desembre del 2015, el seu president és Jordi Cuixart.

El 16 d'octubre de 2017, Jordi Sánchez i Jordi Cuixart van ser empresonats després de declarar a l'Audiència Nacional Espanyola per un suposat delictes de sedició. Segons la magistrada de l'Audiència Nacional, Carmen Lamela, "cobra especial importància el paper que Sánchez i Cuixart van tenir a les protestes dels dies 20 i 21 de setembre a Barcelona", davant de la Conselleria d'Economia. La resolució judicial detalla els missatges que ambdós presidents van llançar a les xarxes socials per aconseguir mobilitzacions als llocs on per ordre del Jutjat d'Instrucció número 13 es portaven a terme registres i arrestos. També s'inclouen missatges posteriors on es promovia la iniciativa de mantenir les escoles obertes fins al dia del referèndum i evitar l'actuació dels cossos de seguretat. Aquestes detencions polítiques van desencadenar un conjunt de reaccions per part de la societat catalana la mateixa nit del 16 d'octubre i una manifestació massiva el 17 d'octubre de 2017 arreu del país.

Junts pel Sí era la candidatura independentista formada pel Partit Demòcrata Europeu Català (abans Convergència Democràtica de Catalunya), Esquerra Republicana, Demòcrates de Catalunya, Moviments d'Esquerra i Independents. Agrupacions com l'ANC i Òmnium Cultural van donar suport a la candidatura, fins i tot la Candidatura d'Unitat Popular (CUP) perquè totes dues tenien com a objectiu la independència de Catalunya.

La *Candidatura d'Unitat Popular* (CUP) és una organització política assembleària d'abast nacional, que s'estén arreu dels Països Catalans. El seu objectiu és assolir una Catalunya independent, socialista, ecològicament sostenible, territorialment equilibrada i deslligada de les formes de dominació patriarcal. Es va fundar el 1986, però no va ser fins al 2012 que va formar part del Parlament Català.

6.2 Estudis previs

Són molts els autors que han estudiat les transformacions socials i polítiques viscudes a través de la comunicació i que ens permetran establir un marc teòric de què està succeint actualment a les xarxes socials amb la independència de Catalunya.

Manuel Castells amb les seves obres *Xarxes d'indignació i d'esperança* (2014) i *Comunicació i poder* (2009) parla d'un nou fenomen d'agrupació social mitjançant les xarxes socials per tal de mostrar les preocupacions de la ciutadania. L'autor estudia la relació entre la comunicació, el poder i el nou rol de la població que, ignorant als partits polítics i desconfiant cada cop més dels mitjans de comunicació, debaten col·lectivament als carrers en assemblees i a les xarxes socials. El paper d'Internet i les noves formes de participació i acció política són el centre d'estudi de l'autor. Són les tecnologies les que han propiciat la formació, dinamització i noves perspectives de

canvi social d'aquests novells moviments socials. Va ser gràcies a les xarxes socials, segons l'autor, que "aquests sentiments d'ira, indignació i esperança es van estendre pel món com una forma de contagi" (Castells, 2014). Mitjançant aquestes xarxes interactives de comunicació és com la gent aconsegueix connectar entre si, compartir la seva indignació, a més, de "mobilitzar a la població, organitzar-se, deliberar, coordinar i decidir" (Castells, 2014). Castells parla del concepte d'autocomunicació de masses com aquelles xarxes on es processen missatges de moltes persones per a moltes persones i destaquen característiques com l'autoconvocatòria, la cooperació, l'espontaneïtat i el dinamisme.

Josep Maria Carbonell des d'*El futur de la comunicació* (2012) parla de la societat de la informació que està transformant a les societats desenvolupades i les comunicacions digitals són les que han desenvolupat un canvi més ràpid i important. "És indiscutible que el pes de les xarxes socials i dels mitjans a la nostra societat ha sigut i segueix sent molt gran" (Carbonell, 2012). L'autor engloba a tota la comunicació electrònica, no només de les xarxes socials, però la seva anàlisi es pot extrapolar al nostre camp concret. Carbonell creu que "les comunicacions electròniques han anat ampliant la seva influència en l'esfera pública convertint-se en un dels poders més decisius".

L'autor Philip N. Howard ha estudiat a fons les teories de Castells i la importància de les xarxes socials a la revolució àrab a les obres *Castells and the Media: Theory and Media* (2011) i *Democracy's Fourth Wave? Digital Media and the Arab Spring* (2013). L'autor creu que els fets que van ocórrer durant el 2011, és a dir, el moviment dels indignats a Espanya, l'Occupy Wall Street als Estats Units o la Primavera Àrab per tot el nord d'Àfrica, confirmen que internet ha canviat la forma en què els actors polítics es comuniquen entre ells. La població de cada país, amb les seves particulars diferències, utilitza les xarxes socials per construir una resposta a experiències locals injustes, "la ciutadania no està inspirada per Facebook, però sí per les tragèdies reals documentades a Facebook" (Howard, 2013). Evitar la censura i que es difongui el missatge és l'èxit d'aquesta revolta, segons l'autor "la creativitat en les accions de protesta van demostrar com els activistes feien coses amb la tecnologia que ni tan sols els enginyers ni la censura podien preveure, evidenciant un canvi a l'era digital" (Howard, 2013).

Kathryn Crameri parla directament de l'ús de les xarxes socials per la població que reclama la independència de Catalunya a la seva ponència *Social media use by civil pro-independence groups in Catalonia*. La professora de la Universitat de Glasgow ha analitzat la política catalana des de fa anys i al·lega que "el moviment independentista català no hauria aconseguit els seguidors que té en tan poc temps sense les xarxes socials, ni tan sols si els impulsors haguessin sigut exactament els mateixos". L'autora parla de l'independentisme al seu llibre *Goodbye, Spain? The Question of Independence for Catalonia* (2014) com un moviment "bottom-up" impulsat per la societat i que empeny als polítics. Mentre que durant els anys 80 i 90 havia estat al

revés, un moviment “top-down”, és a dir, el discurs sobiranista anava des de les elits cap a la població. Un missatge transmès als discursos d’en Jordi Pujol, en aquell moment President de Catalunya, el qual descrivia Catalunya com una nació.

6.3 La Primavera Àrab: un altre cas de mobilització social

Catalunya no és un cas aïllat. Les xarxes socials han pres un paper molt important per transmetre altres revoltes socials i polítiques: els indignats del 15-M o la Primavera àrab són alguns dels casos on gràcies a Internet les concentracions han sigut massives.

La Primavera àrab, segons Howard i Hussain al seu llibre *Democracy's fourth wave?*, és un moviment en cascada de democràcia popular que va començar a Tunísia, va inspirar a Egipte i, en conseqüència, va animar a altres moviments a tota la regió àrab.

Els mateixos autors afirmen que les protestes socials al món àrab es van estendre per tot el nord d'Àfrica i Orient Mitjà perquè els mitjans digitals van permetre que les comunitats s'adonessin que compartien les mateixes reivindicacions. Els primers mesos de la revolució van aconseguir treure al carrer persones que no s'havien mobilitzat abans com joves empresaris, treballadors del govern, grups de dones i la classe mitjana i urbana. Precisament, aquest col·lectiu correspon al baix percentatge de població (entre un 10 i un 20%) que té accés a internet i van ser aquests els qui van iniciar, coordinar i mantenir en el temps la desobediència civil.

Els grups que van iniciar les protestes no eren experts amb deliberació pública ni amb organització de protestes exitoses, però eren activistes políticament disciplinats, pragmàtics i col·laboratius. Internet permetia que la societat civil àrab pogués accedir a la informació política creant un espai on es parlés i debatés sobre política, ja que els mitjans de comunicació estaven regulats per l'estat.

Facebook va proporcionar una infraestructura logística inavaluable per les etapes inicials a cada país. Els sistemes de missatge de text van alimentar a persones dins i fora d'aquests països amb informació sobre on estava l'acció, on es cometia algun abús per part de l'autoritat i quins eren els propers passos a seguir. Fins i tot Google va llançar una aplicació que esquivava la censura autoritària de Hosni Mubarak, expresident d'Egipte (Howard, 2013).

Els mitjans digitals van tenir molt de poder en la difusió de missatges de protesta i van permetre que els ciutadans s'adonessin que no estaven sols, que compartien frustració amb altres ciutadans i que podien actuar junts enfront de les injustícies que s'estaven vivint.

Totes les revolucions prèvies havien fracassat i els ciutadans no havien utilitzat Internet en una protesta amb tanta força. És per això que es considera que les xarxes socials són un dels factors que van accentuar les motivacions d'oposar-se als governs autoritaris. El procés es va gestar *on-line* sobretot a Tunísia, Egipte i Bahrein mitjançant els mòbils i les xarxes socials. La insatisfacció social va generar que

virtualment s'organitzessin per executar estratègies de protesta conjunta. Internet va convertir una queixa individualitzada, localitzada i específica de la comunitat en un moviment estructurat amb consciència col·lectiva (Howard, 2013).

La creativitat en les accions de protesta va demostrar que els activistes eren capaços de promoure accions mitjançant la tecnologia que ni tan sols els enginyers ni la censura van poder preveure, evidenciant un canvi en l'era digital.

Howard conclou que els mitjans digitals van desenvolupar un paper molt important a la Primavera àrab. Els països que van experimentar les protestes polítiques més dramàtiques són els que estaven més connectats i comptaven amb grups d'experts en tecnologies com Tunísia o Egipte, i aquests van enderrocar als seus governs autoritaris amb poques baixes civils. Mentre que països com Líbia, Síria o Iemen, que tenen una infraestructura tecnològica més pobre, van caure en guerres civils. Les xarxes socials tenien la important tasca de mobilitzar a la societat en contra d'un govern autoritari i ho van assolir. El resultat va ser tan positiu que els líders de la societat civil d'altres països van utilitzar les xarxes de forma similar per a les seves pròpies revolucions.

6.4 Estat de la qüestió

És important contextualitzar aquest estudi amb els fets que van ocórrer abans del període que s'estudiarà en aquesta investigació (2012-2017) per tal d'entendre com l'independentisme ha anat agafant força fins a arribar als nivells actuals.

En l'àmbit global s'està en plena crisi econòmica que es remunta a l'any 2008 iniciada als Estats Units amb la caiguda de Lehman Brothers i que arrossegaria a les borses i mercats de valors de tot el món. Els governs realitzen diferents rescats financers per salvar les entitats d'una possible fallida. Això provoca una crisi de deutes a l'Eurozona i l'aplicació de diferents polítiques d'austeritat econòmica les quals van generar retallades socials, provocant protestes per part de la ciutadania.

L'any 2009, Arenys de Munt es converteix en el primer poble català en realitzar una consulta municipal sobre la independència de Catalunya. Organitzada pel Moviment Arenyenc per a l'Autodeterminació (MAPA) se celebrava el 13 de setembre del 2009 a la localitat del Maresme sota la pregunta "Està d'acord que Catalunya esdevingui un Estat de dret, independent, democràtic i social, integrat a la Unió Europea?". Amb un 43% de participació, el "sí" va guanyar amb un 96,2% dels vots, el "no" va obtenir un 2,3% i un 1,1% va votar en blanc. La mateixa nit de la consulta, altres ajuntaments d'arreu de Catalunya van mostrar el seu interès a seguir la iniciativa d'Arenys de Munt, com Argentona o Seròs. D'aquest interès generalitzat va sortir la Coordinadora per la Consulta sobre la independència, que s'encarregaria d'organitzar-les en conjunt. El 10 d'abril del 2010 es realitzaria l'última consulta a Barcelona.

L'any 2011, arran de la crisi econòmica, els ciutadans prenen els carrers de forma multitudinària per protestar davant d'aquestes polítiques de retallades als pressupostos socials. Sorgeixen moviments com els indignats del 15-M a Espanya, *l'Occupy Wall*

Street als Estats Units i la Primavera Àrab s'estén pel nord d'Àfrica. En aquest darrer cas, sense que existeixi cap precedent de manifestacions multitudinàries i populars amb reivindicacions socioeconòmiques i polítiques. Els ciutadans prenen el carrer arreu del planeta per denunciar les polítiques que s'estan portant a terme i demanar un canvi radical. Aquestes revoltes sorgeixen per les contradiccions i conflictes de diferent tipus que existeixen a cada societat (Castells, 2012).

A Catalunya, paral·lelament al moviment dels indignats del 15-M també s'afegeix el ressorgiment del crit sobiranista amb més força que mai i l'ANC comença la seva campanya per convocar i promoure la manifestació de la Diada Nacional del 2012. Kathryn Crameri concreta a la seva ponència *Social media use by civil pro-independence groups in Catalonia* que la frustració generada per la crisi econòmica i les polítiques antisocials del govern de Mariano Rajoy provoca que els catalans mostrin el seu rebuig, més que mai, demanant la secessió de Catalunya. És amb aquesta manifestació que l'independentisme català es consolida i organitza anualment una concentració amb diferents estratègies creatives que acaben sent sempre multitudinàries, coincidint amb l'11 de setembre.

L'estratègia organitzativa de l'ANC és clau per a l'èxit d'aquests esdeveniments que concentren al voltant d'un milió de persones. Cadascuna de les manifestacions organitzades s'identifica amb un eslògan i les darreres sis diades s'han identificat amb *Catalunya, nou estat d'Europa* (2012), *Via Catalana cap a la Independència* (2013), *V o Via Catalana 2014*, *Via Lliure a la República Catalana* (2015), *A punt* (2016), *La Diada del Sí* (2017).

A banda de les manifestacions de l'11 de setembre, el poble català és cridat a les urnes en dues ocasions per tal de manifestar la seva opinió davant d'una possible independència de Catalunya.

El 9 de novembre de 2014 "9N" es va realitzar el primer referèndum sota el mandat d'Artur Mas on es demanava als ciutadans que responguessin una doble pregunta: "Vol que Catalunya esdevingui un Estat? En cas afirmatiu, vol que aquest Estat sigui independent?". Amb una participació de 2.305.290 ciutadans, el 81% dels vots va ser favorable a la independència de Catalunya (Sí-Sí), un 10% a favor de què sigui un estat però no independent (Sí-No) i un 4,5% de vots en contra de què sigui un estat (No). El Tribunal Superior de Justícia de Catalunya condemnaria a Artur Mas, Joana Ortega i Irene Rigau per l'organització del procés participatiu.

L'1 d'octubre de 2017 "1O" es realitza el segon referèndum sota el mandat de Carles Puigdemont amb només una pregunta: "Vol que Catalunya sigui un estat independent en forma de república?". Amb 2.286.217 de paperetes recomptades, s'imposa el sí amb un 90% dels vots, enfront d'un 8% pel no i un 2% de vots en blanc. El Sistema d'Emergències Mèdiques quantifica en 893 els ferits per l'actuació dels cossos policials espanyols.

Amb la Diada Nacional de 2017 s'inicien tres mesos on han succeït fets determinants per al procés sobiranista català.

El 20 de setembre de 2017 es produeix la detenció de catorze alts càrrecs del Govern i treballadors de la Generalitat. Aquella mateixa nit, s'organitza una concentració com a protesta per les detencions i per la qual s'acusarà els presidents de l'ANC i Òmnium Cultural de sedició.

El 3 d'octubre de 2017, Catalunya es paralitza amb una Vaga general sota el nom *Aturem el país* per denunciar la repressió de l'Estat espanyol contra la població catalana durant el referèndum.

El 16 d'octubre de 2017, l'Audiència Nacional dicta presó incondicional per Jordi Sánchez (President de l'ANC) i Jordi Cuixart (President d'Òmnium Cultural) acusats de sedició per la manifestació de la nit del 20 de setembre de 2017 davant de la conselleria d'Economia. L'endemà de la seva entrada a presó, Catalunya es va il·luminar gràcies a les espelmes de les manifestacions convocades.

El 27 d'octubre de 2017, Carles Puigdemont, President de Catalunya, constitueix la República de Catalunya i el Govern espanyol aplica l'article 155. Tres dies després, el President i quatre dels seus consellers marxen a l'exili a Bèlgica.

El 2 novembre de 2017, l'Audiència Nacional dicta presó incondicional per als membres del Govern de Catalunya que declaren davant de l'Audiència Nacional, excepte per Santi Vila al qual imposa una fiança.

El 6 de novembre de 2017, el President Puigdemont i els quatre consellers s'entreguen a la justícia belga que els deixa en llibertat aquell mateix dia. Tres dies abans, la magistrada de l'Audiència Nacional, Carmen Lamela emetia una ordre d'arrest europea contra Puigdemont i els consellers. La justícia belga tancava el procés el 14 de desembre de 2017 declarant-lo "no procedent", nou dies després que el jutge del Tribunal Suprem, Pablo Llarena, anunciés la retirada de l'euroordre emesa per Lamela però mantenint activa l'ordre espanyola de detenció.

El 9 de novembre de 2017, la Mesa del Parlament declara al Tribunal Suprem i dicta presó sota fiança per Carme Forcadell que quedarà en llibertat l'endemà després de fer efectiva la fiança imposada. Pels altres membres de la mesa només imposarà una fiança que pagarà la Caixa de la Solidaritat una setmana després.

La Diada per la llibertat, de l'11 de novembre de 2017, tenyeix de groc la ciutat de Barcelona que acull a 750.000 persones per reclamar la llibertat de tots els membres del govern i dels presidents de l'ANC i Òmnium cultural empresonats a Madrid.

El 4 de desembre de 2017, després que el cas es traslladés de l'Audiència Nacional al Tribunal Suprem alguns dels consellers són posats en llibertat amb el pagament d'una

fiança. Oriol Junqueras, Quim Forn, Jordi Sánchez i Jordi Cuixart segueixen a la presó de forma provisional i incondicional.

El 7 de desembre de 2017, prop de 45.000 catalans es traslladen a Brussel·les per manifestar-se a favor de l'alliberament dels presos polítics catalans sota el lema *Wake up Europe*.

És durant aquests darrers mesos que l'activitat a les xarxes socials ha sigut més activa denunciant aquests fets, promovent els missatges sobiranistes, mostrant el sentiment d'adhesió al procés i de repulsa cap a l'Estat espanyol. Com explica Manuel Castells a *Xarxes d'indignació i esperança* "van ser les xarxes socials les que van fer que els sentiments d'ira, indignació i esperança s'estenguessin pel món com una forma de contagi". Són, per tant, les xarxes socials noves formes de participació i acció política que permeten "mobilitzar, organitzar, deliberar, coordinar i decidir" (Castells, 2012). És gràcies a aquestes xarxes que s'han originat les convocatòries de forma imminent i, fins i tot, fomentades pels mateixos ciutadans de forma espontània com a denúncia davant les agressions del govern espanyol.

En aquest procés sobiranista, hi ha jugat un paper molt important la xarxa social Twitter on es comprova l'autocomunicació de masses que Castells defineix com les xarxes horitzontals en les quals es processen missatges de moltes persones per a moltes persones i sobresurten trets com l'autoconvocatòria, la cooperació, la instantaneïtat o el dinamisme. Trets característics de les convocatòries populars i espontànies dels darrers mesos i que responien a les últimes notícies que s'anaven coneixent. Un exemple clar és la cassolada i la concentració als ajuntaments de les ciutats la mateixa nit que van empresonar a Jordi Sánchez i Jordi Cuixart, i que es va fer públic a les 21 hores.

Abans, però, d'aquesta ebullició ciutadana viscuda des de mitjans de setembre de 2017, també han estat necessàries les xarxes socials per tal de mobilitzar els milions de persones que han assistit als diferents actes sobiranistes com les diades nacionals. Com diu Gordillo (2014), no es pot entendre la mobilització ciutadana sense la força d'internet i el bulliment a les xarxes socials.

7. Metodologia

La metodologia d'aquest estudi és la integració entre el mètode qualitatiu i quantitatiu amb una posició pragmàtica. Aquesta condició preserva la integritat dels mètodes emprats per maximitzar les contribucions particulars que, per si mateixos, poden complir (Gordóvil i Boixadós, 2017). Se seguirà el model fixat pels autors Gordóvil i Boixadós a *Les aproximacions qualitativa i quantitativa* (2017).

Per conèixer les tendències en l'opinió pública respecte al sobiranisme català s'analitzaran les dades del Baròmetre d'Opinió Pública del Centre d'Estudis d'Opinió¹. Les dades evidenciaran si la independència és quelcom que està present en la quotidianitat de la ciutadania i la seva evolució al llarg dels anys (2012-2017). I l'eina Google Trends² assenyalarà les tendències en les recerques fetes pels usuaris d'Internet al buscador Google. Identifica les cerques més populars i estudia l'evolució al llarg del temps.

En aquest estudi, s'analitzarà el compte de Twitter de l'Assemblea Nacional Catalana i totes les seves publicacions dels mesos de setembre, octubre i novembre de 2017 i les Diades Nacionals des de l'any 2012. Per tal de fer aquest estudi s'empraran tècniques qualitatives i quantitatives³.

La tècnica qualitativa utilitzada és l'anàlisi documental per tal d'establir el marc teòric de la investigació. Mitjançant la bibliografia ja existent, s'extrauran conceptes i dades històriques per comprendre com s'ha arribat al punt d'inici de la investigació. A més, permetrà establir les bases de les organitzacions estudiades i conèixer els fonaments dels impulsors del procés per entendre tot el que s'ha anat desenvolupant.

Les tècniques quantitatives emprades són l'observació i l'anàlisi del contingut de les xarxes socials i de la seva repercussió. Es monitoritzaran les publicacions de l'Assemblea Nacional de Catalunya observant quantes són pròpies i quantes són retweets. Es quantificarà el nombre de comparticions, respostes o interaccions que han tingut i s'analitzarà si el missatge transmès és positiu, negatiu o neutre així com si el contingut està relacionat amb algun acte públic o mobilització i de quin es tracta. "És una tècnica d'investigació que pretén ser objectiva, sistemàtica i quantitativa en l'estudi del contingut manifest de la comunicació" (Berelson, 1971). Gràcies a aquesta tècnica es pot descriure les tendències dels missatges emesos, desvetllar similituds i diferències entre aquests, comparar els missatges, auditar el contingut, identificar intencions i anticipar futures tendències (Hernández, Fernández i Baptista, 2010).

Un cop s'han establert les tècniques per l'estudi, cal fer la recerca de les dades que permetran comprovar quin és el paper que tenen les xarxes socials per al procés sobiranista de Catalunya i establir quins seran els actors que inclourem a l'estudi.

¹ Veure a l'annex 12.1 les respostes desglossades de la pregunta "Vol que Catalunya esdevingui un Estat independent?" de cadascuna de les onades del Baròmetre d'Opinió Pública del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) des del 2011 (2^a onada) fins al 2017 (3^a onada). Els anys 2014 i 2015 només es van realitzar dues onades.

² Veure a l'annex 12.2 els gràfics obtinguts amb l'eina Google Trends analitzant les variables de recerca d'una paraula en un període de temps.

³ Veure l'annex 12.3, 12.4 i 12.6 on es desglossen totes les dades de l'ANC per xarxa social.

Se selecciona l'Assemblea Nacional de Catalunya perquè és l'entitat que des de 2012 organitza les celebracions de les Diades Nacionals i altres activitats a favor de la sobirania catalana.

De forma secundària també s'estudiaran a altres personalitats i organitzacions que han pres part en la independència de Catalunya. Per fer la selecció se segueixen les següents premisses:

- A causa del protagonisme conjunt que té amb l'ANC, també s'inclou a l'estudi a Òmnium Cultural.
- Per ser els presidents de les entitats ANC i Òmnium Cultural, s'analitzarà també en Jordi Sánchez i Jordi Cuixart.
- Per l'exclusivitat dels missatges (en el cas de #EnPeuDePau).
- Per ser un mitjà de comunicació exclusiu amb les darreres hores de tot el relatiu amb el referèndum de Catalunya i les seves conseqüències (en el cas de L'Alerta).
- Perquè formen part de la cultura catalana i sempre l'han difós allà on han anat i han lluitat per ella (en el cas de l'Orfeó Català, Castellers de Catalunya i Escoltes de Catalunya).
- Els partits polítics seleccionats són tots els sobiranistes. S'inclou el Partit demòcrata, Esquerra Republicana i la CUP com a partits, però també Junts pel Sí i Junts per Catalunya com a coalicions.
- En el cas dels polítics, se seleccionen als que formen part del Govern de Catalunya i de la Mesa del Parlament. A més, s'inclouen altres polítics que segons la llista Klout estan entre els 10 primers de cadascun dels partits polítics estudiats. De forma excepcional, s'inclou a Gabriel Rufián perquè, tot i que no forma part del Govern, les xifres de seguidors i missatges publicats el converteixen en polític a estudiar.
- Respecte als periodistes i personalitats, s'inclouen aquelles persones que estan entre els primers 100 de la llista Klout de Catalunya i que obertament han mostrat la seva posició respecte al sobiranisme. Cal esmentar que s'afegeix també a "Postureig Lleida" perquè des de l'humor i la ironia d'un personatge fictici ha tractat repetidament el tema del sobiranisme a les xarxes socials.

Després d'aplicar aquest filtre per fer la selecció, el resultat són 50 personalitats o entitats que s'inclouen a l'estudi⁴:

- Organitzacions / Entitats (8)
Assemblea Nacional de Catalunya, Castellers de Catalunya, #EnPeuDePau, Escoltes de Catalunya, L'alerta, Òmnium Cultural, Omplim Brussel·les i l'Orfeó Català.
- Partits Polítics (5)
CUP, ERC, Junts per Catalunya, Junts pel Sí i Partit demòcrata.

⁴ Veure l'annex 12.3 i 12.4 on es desglossa l'activitat de totes les entitats i personalitats incloses de forma complementària a l'estudi.

- Polítics (28)
Anna Simó, Antonio Baños, Carles Puidgdemont, Carles Mundó, Carme Forcadell, Clara Ponsatí, David Fernández, Dolors Bassa, Ernest Benach, Francesc Ribera, Gabriel Rufián, Joan Tardà, Joaquim Forn, Jordi Turull, Josep Rull, Lluís Llach, Lluís Puig, Marta Pascal, Marta Rovira, Meritxell Borràs, Meritxell Serret, Neus Munté, Oriol Junqueras, Ramón Tremosa, Raül Romeva, Toni Comín, Toni Postius, Quim Arrufat.
- Activistes (2)
Jordi Cuixart i Jordi Sánchez.
- Periodistes / Personalitats (7)
Empar Moliner, Gerard Piqué, Jordi Graupera, Pilar Rahola, Postureig de Lleida, Toni Soler i Quim Monzó.

Triats els emissors del sobiranisme a la xarxa, s'estudia quins són els principals canals que s'utilitzen per a la transmissió dels missatges independentistes. Per tal de seleccionar la xarxa social principal per aquest estudi, es valora si els estudiats tenen perfil actiu a Twitter, Facebook o Instagram. El resultat ens indica que l'única xarxa social que els engloba a tots és Twitter (el 100% dels estudiats tenen perfil actiu) i per aquest motiu se centra el treball en aquesta xarxa social. En el cas de Facebook val a dir que molts dels usuaris tenen perfil però no com a pàgina pública sinó personal i en el cas d'Instagram tot i que la majoria té perfil, els missatges publicats són de caràcter més personal que polític.

Les característiques pròpies de Twitter justifiquen que sigui la xarxa més utilitzada per difondre missatges. La rapidesa amb què es pot penjar una publicació, que els missatges siguin curts (tot i que cada cop es permeten més caràcters), l'opció d'afegir imatges, vídeos o *links*, la facilitat per seguir converses entre usuaris, de respondre als tweets i d'incloure hashtags, fan de Twitter la xarxa més adequada per la difusió col·lectiva d'un missatge conjunt.

També s'analitza l'existència de canals de Telegram de les entitats i partits polítics. De les tretze organitzacions, vuit (un 61,5%) tenen el seu propi canal a l'aplicació de missatgeria instantània. Tot i que no és quelcom generalitzat i és molt recent, és important dedicar-hi un apartat al sorgiment d'aquests grups perquè es tracta d'una nova via de comunicació que caldrà vigilar de prop en un futur immediat.

Analitzats els emissors i els canals utilitzats, se seguirà l'estudi analitzant les publicacions dels principals canals de difusió, quantificant la repercussió d'aquests missatges i la interacció que han tingut amb ells els usuaris de la xarxa. Per acabar relacionant l'activitat a les xarxes socials amb els fets ocorreguts a Catalunya al llarg d'aquests darrers cinc anys (2012-2017) i sobretot, els mesos de setembre, octubre i novembre de 2017.

8. Anàlisi dels resultats

8.1 Opinió pública

Les tendències en l'opinió pública respecte al sobiranisme català mostren el grau en què la independència està present en la quotidianitat del ciutadà. Segons la 3a onada de 2017 (Octubre) del Baròmetre d'Opinió Pública del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO), la relació entre Catalunya i Espanya és un dels principals problemes per a un 48,9% dels catalans i d'aquests, un 39,7% ho consideren l'assumpte més important de l'actualitat. Analitzant les dades des del 2012, mai s'havia arribat a aquest percentatge, fins i tot destaca que a l'onada del febrer del 2012 només un 9,1% de la població ho va considerar un problema, i només un 3,8% dels catalans ho van descriure com l'afer més preocupant.

A la pregunta “Vol que Catalunya esdevingui un Estat independent?” inclosa als estudis trimestrals del CEO, s'identifiquen que hi ha dues etapes amb tendències totalment diferenciades en els darrers cinc anys (2012-2017): del 2011 al 2014, i del 2015 al 2017.

Dels anys 2011 al 2014 el sí guanyava amb una mitja del 50% dels vots, mentre que un 25% de la població no estava a favor de la independència i un 17% optava per l'abstenció. Al llarg d'aquests quatre anys les xifres del 'sí' han variat entre un 43% arribant al 57% com a xifra més elevada. Mentre que les dades del 'no' s'han mogut entre un 20% i un 32% és el percentatge més elevat. L'abstenció ha variat entre un 6,9% i un 24%.

L'any 2015, el CEO redueix les possibles respostes a la seva pregunta de “Vol que Catalunya esdevingui un Estat independent?”, donant només l'opció a respondre sí, no, no ho sé o no contesta. Mentre que a les enquestes anteriors també s'inclouïa l'abstenció i altres possibles respostes. És a partir d'aquest any 2015 fins al 2017 que el sí experimenta una davallada fins al 45% i el no augmenta fins al 47%. Probablement perquè l'abstenció es decanta cap a la resposta negativa.

La darrera onada del Baròmetre, realitzada la segona quinzena d'octubre 2017, ha experimentat un canvi en els resultats. El 'sí' torna a pujar fins al 49% (un 7% més que l'enquesta anterior), mentre que el 'no' baixa fins al 43,5% (un 6% menys que a l'enquesta anterior). Caldrà vigilar l'evolució d'aquesta pregunta a les següents onades per valorar si els fets del referèndum han provocat un canvi en la tendència, ja que en els darrers tres anys no s'havia enregistrat mai un percentatge tan alt de catalans a favor de la independència.⁵

Google Trends és una eina que permet conèixer les recerques més populars al seu buscador. En introduir “Independencia Cataluña” (en castellà) es veu com hi ha una

⁵ A l'annex 12.1 es poden veure les respostes desglossades de la pregunta “Vol que Catalunya esdevingui un Estat independent?” de cadascuna de les onades del Baròmetre d'Opinió Pública del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) des del 2011 (2^a onada) fins al 2017 (3^a onada). Els anys 2014 i 2015 només es van realitzar dues onades.

tendència a l'alça al voltant dels mesos de setembre. Sent l'any 2017 el que més creix respecte als cinc anys anteriors. El mes d'octubre de 2017 és el que experimenta un major nombre de recerques sobre el sobiranisme a Espanya i Andorra amb un creixement del 75% respecte al mes de setembre del mateix any.

En realitzar la recerca en català "Independència Catalunya", les consultes a Google són més sostingudes en el temps però amb repunts els mesos de setembre del 2012 al 2015. El setembre del 2012, any en què es produeix la primera manifestació massiva organitzada per l'ANC, és el període que més consultes hi ha a Google sobre la sobirania de Catalunya, superant en un 11% a les fetes durant l'octubre de 2017. Les recerques fetes durant el mes d'octubre de 2017 són un 46% més elevades que les realitzades durant el setembre del 2014, tercer moment amb més consultes dels darrers cinc anys.

8.2 El sobiranisme i l'ANC a les xarxes socials

Internet ha permès trencar tabús mediàtics, influir en l'agenda política i afavorir organitzacions en xarxa i mobilitzacions massives, impensables abans de l'aparició de les xarxes socials i de l'èxit del ciberactivisme. Els ciutadans han utilitzat les xarxes socials per prendre consciència, organitzar-se i per influir en la vida política (Gordillo, 2016).

Les xarxes socials han afavorit l'esclat independentista i serveixen d'altaveu per al sobiranisme, són el canal perfecte per fer-lo visible. La revolta política catalana a internet ha estat empena per l'ús intensiu de les xarxes, i això explica el punt on està el procés sobiranista. El joc polític entre sobiranistes i unionistes també és a Internet (Gordillo, 2016).

Els ciutadans s'han organitzat donant resposta amb mobilitzacions massives a tots els fets que han anat succeint al llarg del temps. És aquí on l'ANC pren un paper molt important a les xarxes socials.

L'Assemblea Nacional Catalana està present a totes les xarxes socials⁶: Facebook, Twitter, Instagram i, fins i tot, Telegram, amb una activitat constant de missatges relacionats amb el procés sobiranista, amb les activitats que la mateixa assemblea realitza i alguns del seu funcionament intern (reunions, votacions, canvis a la junta directiva,...). En el cas de Facebook té 225.574 seguidors, a Instagram 51.200 amb 983 publicacions i a Telegram gairebé 48.000 seguidors.

Twitter, on tenen un compte amb set anys d'antiguitat, 322.000 seguidors i 31.100 tweets, és la xarxa social amb més públic de l'assemblea. Una xarxa on té una ràtio de seguidors del 80% enfront del 20% dels perfils que l'ANC segueix.

⁶ Veure als annexos 12.3, 12.4 i 12.6 la recopilació de les dades principals que s'expliquen en aquest apartat de la presència i participació general de l'ANC a les xarxes socials Twitter, Facebook, Instagram i Telegram. Així com del resum de la seva actuació al llarg dels mesos de setembre, octubre i novembre del 2017.

L'entitat té una activitat diària mitjana de deu publicacions, però els darrers mesos ha augmentat a gairebé dotze tweets diaris. El compte de l'entitat està inclòs en 1.178 llistes de difusió públiques a les quals es poden adherir els usuaris de Twitter i les quals permeten agrupar de forma senzilla a un grup de persones i veure ràpidament els missatges que aquests han publicat. Totes aquestes agrupacions estan relacionades amb el procés sobiranista, la política, Catalunya, les eleccions a Catalunya, els presos polítics o moviments socials però no tots són en català. S'observen altres idiomes com el castellà, l'anglès o el portuguès.

La seva activitat es centra principalment en l'emissió de missatges propis (un 56%), un 32% són retweets d'altres publicacions i el que menys realitza l'organització és contestar a les publicacions (només un 12%). La totalitat dels seus missatges (100%) han estat retweetejats o marcats com favorits almenys en una ocasió.

Els hashtags més utilitzats els darrers mesos estan tots relacionats amb el procés sobiranista: #concertllibertat, #llibertat, #21d, #llibertatpresospolitics, #wakeupeurope, #noesteusols, #noal155, #omplimbrusselles, #usvolem a casa, #governlegítim. Tot i això, només 516 de 996 publicacions inclouen un hashtag.

L'assemblea menciona, en un 85% dels seus missatges, a altres comptes en les seves publicacions. El perfil que més cita és el seu propi @assemblea fruit dels retweets o les respostes que realitza d'altres missatges. Altres mencions són als presidents de l'ANC i d'Òmnium Cultural, el vicepresident de l'ANC @AgustiAlcoberro i els comptes dels membres del govern a la presó o exiliats a Brussel·les.

Cadascuna de les seues comarcals o provincials de l'organització també tenen un compte propi des d'on es difon informació més específica de cada territori. També existeixen canals internacionals com l'@Assemblea_int o @ANCMexic o d'altres perfils de col·lectius com els Bombers per la Independència @ANC_Bombers o @ANC_Docents que està adreçada a la comunitat educativa.

L'idioma utilitzat en un 90% és el català, seguit pel castellà amb un 3% i l'anglès amb un 2,5%. El portuguès entre altres idiomes també són utilitzats però amb menor percentatge.

8.3 Diades Nacionals i referèndums d'autodeterminació (2012-2017)

Les xarxes socials han sigut una part molt important a les darreres cinc Diades Nacionals. L'independentisme ha demostrat estar cada cop més actiu a les xarxes socials i, més concretament, a Twitter.

Cadascuna de les manifestacions ha comptat amb un hashtag concret, fent referència al lema que abandera l'acte. No només l'han compartit les institucions organitzadores

sinó que la ciutadania també l'ha inclòs en les seves publicacions prenent part en la difusió del missatge sobiranista.⁷

Les estratègies creatives de l'ANC han posat de manifest la logística prèvia requerida per poder desenvolupar les posades en escena planificades. Eren necessaris una gran quantitat de voluntaris per al mateix dia de les manifestacions i un gran equip durant la reproducció. També, era important que la població planifiqués la seva assistència amb mesos d'antelació i s'inscrivissin prèviament. Aquesta anticipació els servia per a ubicar a cada persona en un tram del recorregut i evitar, així, que quedessin zones buides o amb un excés de participants. El seu objectiu era que tot el recorregut tingués un mínim de participants i assolir la idea creativa dissenyada.

L'any 2012 sota el lema "Catalunya, nou estat d'Europa" es van manifestar 1.250.000 persones a Barcelona. Era la primera Diada Nacional organitzada per l'ANC i a les xarxes socials es va utilitzar el hashtag oficial #11sCAT9estat i també #11s2012. La convocatòria es va fer amb un vídeo impulsat per l'ANC on disset personalitats recitaven un fragment del poema "La pell de brau" de Salvador Espriu, i té 32.000 reproduccions a Youtube.

L'any 2013, l'ANC organitza la Via Catalana cap a la Independència una cadena humana que travessava Catalunya amb 1.600.000 persones, resseguint el traçat de l'antiga Via Augusta. #ViaCatalana va ser el hashtag emprat en aquest esdeveniment. El traçat es va cobrir quatre dies abans de l'acte i els trams urbans van superar el mínim imprescindible a causa de l'assistència de persones no inscrites. L'acte va començar amb el repic de les campanes de la Seu Vella de Lleida i dels campanars d'arreu del país. Gràcies a les 107.038 imatges enviades pels assistents es va muntar una gigafoto de la cadena humana.

L'any 2014, va tenir lloc la "V" o Via Catalana 2014 amb 1.800.000 persones concentrades a Barcelona. El hashtag utilitzat va ser #UnitsPel9N reivindicant el referèndum que es realitzaria mesos després. Diferents vídeos van promoure la convocatòria en aquesta concentració organitzada per l'Assemblea.

La Via Lliure a la República Catalana, de l'any 2015, va concentrar a 1.700.000 persones a Barcelona. El hashtag utilitzat va ser #SomViaLliure i #WeAreCatalonia. Els organitzadors van enregistrar diferents vídeos amb les instruccions a seguir perquè tots els assistents sabessin què fer en cada moment. Aquests vídeos sumen més de 300.000 visualitzacions.

⁷ A l'annex 12.5 es pot veure l'anàlisi desglossat de cadascun dels esdeveniments sobiranistes organitzats al llarg dels anys 2012-2017. De cadascun dels actes s'ha analitzat qui ha estat l'organitzador, el nombre d'assistents, la ciutat on s'ha realitzat, el hashtag utilitzat a les xarxes socials, el nombre de piulades i retweets realitzats per l'ANC i Òmnium Cultural, així com el nombre de vegades que han marcat les publicacions com a favorites. S'han calculat les mitjanes per tal de poder comparar el nombre d'interaccions per publicació.

L'any 2016, la manifestació es va descentralitzar i sota el lema "A punt" es va convocar una concentració a Barcelona, Lleida, Tarragona, Salt i Berga amb un total de 800.000 assistents en total. El hashtag era #Apunt11s i la convocatòria es va fer mitjançant vídeos on es presentava l'eslògan i les localitzacions seleccionades.

Sota l'emblema "La Diada del Sí", 1.000.000 de persones es van manifestar a Barcelona l'any 2017. El hashtag, #DiadaDelSí, tornava a fer referència al referèndum convocat per l'1 d'octubre.

En aquestes darreres sis Diades Nacionals la quantitat de tweets publicats per l'ANC no ha augmentat en nombre però sí el seu abast. Mentre que l'any 2012 publicava 40 tweets i tenia una repercussió de 814 retweets i 100 m'agrades, cinc anys després i amb les mateixes publicacions, els retweets es multipliquen gairebé per deu i 11.400 vegades s'ha marcat com favorit el missatge.

Durant la Diada Nacional del 2012, l'ANC demana al Govern de Catalunya que organitzi un referèndum perquè la població catalana pugui votar el seu futur dins d'Espanya. Finalment, el Govern ha organitzat dos referèndums al llarg dels darrers quatre anys. Dues dates que van ser molt seguides abans, durant i després del referèndum a les xarxes socials i, més concretament, a Twitter.

El referèndum del 9 de novembre de 2014, en el qual van votar 2.305.290 catalans, es va seguir a les xarxes socials sota el hashtag #9N. En canvi, al de 2017 es van utilitzar una varietat molt àmplia de hashtags durant tota la jornada. El hashtag que responia a la jornada de forma més unànime era #1O i, al final de la jornada també es va viralitzar #CATvotaSí. Però els fets ocorreguts al llarg de tota la jornada van provocar una quantitat de mencions dispar.

8.4 Setembre, octubre i novembre de 2017

Durant els mesos de setembre, octubre i novembre de 2017 hi ha una gran activitat reivindicativa tant a les xarxes socials com als carrers de Catalunya promoguda per les conseqüències del referèndum de l'1O. Aquests moviments socials comencen amb la Diada Nacional del mateix any i, tres mesos després, encara segueixen actives.

Un 69% dels missatges publicats per l'ANC són convocatòries a un acte (39%) o retransmeten un acte que s'està produint en aquell moment (30%) enfront del 31% de publicacions que parlen del procés sobiranista però sense nomenar cap acte programat. La totalitat de les seves publicacions giren entorn del procés d'independència de Catalunya.

La meitat de les publicacions, el 52%, inclouen almenys un hashtag i els més utilitzats són, per ordre, #Llibertat, #HolaRepública, #LlibertatJordis, #LaDiadadelSí, #AvuiGuanyarem, #10ODeclaració, #ConcertLlibertat, #AturadaDePais, #155iAraQuè i #WelcomeCatalonia, tots relacionats amb els fets ocorreguts durant els mesos de setembre a novembre de 2017.

Al següent gràfic (*figura 1*) s'observa la relació directa entre la quantitat de tweets publicats al compte de l'ANC i els dies que hi ha hagut algun succés relacionat amb el procés sobiranista entre els mesos de setembre a novembre. Els dies amb més activitat corresponen a la Diada Nacional de l'11 de setembre, als dies 20 i 21 de setembre quan es van realitzar les detencions d'alts càrrecs de la Generalitat i es van organitzar concentracions davant de la Conselleria d'Economia, el 29 de setembre coincidint amb la marxa de la pagesia a Barcelona i l'1 d'octubre, dia del referèndum d'autodeterminació.

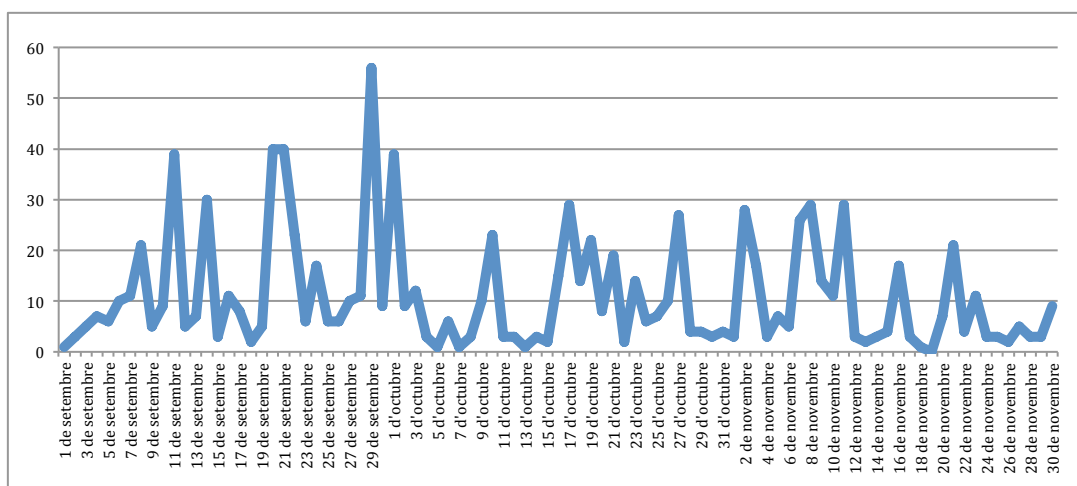


Figura 1 Nombre de tweets publicats per l'ANC (setembre - novembre 2017)

El dia amb més interacció a la xarxa social de l'organització va ser durant la constitució de la República Catalana el 27 d'octubre de 2017 amb gairebé 37.500 retweets i 75.000 m'agrada amb només 25 publicacions. Cadascuna de les publicacions de l'entitat es va retuitejar 1.500 cops i li van donar 2.990 vegades al botó de m'agrada. El segon dia amb més activitat va ser durant el 20 de setembre de 2017, quan es van detenir a diferents membres del Govern i, la ciutadania, de forma espontània, va convocar manifestacions aquella mateixa nit amb una afluència de 40.000 persones a Barcelona, 10.000 a Lleida i 8.000 a Tarragona i Girona, mentre a les xarxes es feia viral el hashtag #AvuiGuanyarem. L'ANC assolia amb 46 missatges publicats, 23.441 retweets i 27.192 clics al m'agrada. Dades que mostren una gran diferència amb la jornada de la constitució de la República, ja que tenen una mitjana de 509 retweets per cada publicació i 591 m'agrades. Hi ha aproximadament una tercera part menys d'interacció entre el primer i el segon dia amb més activitat.⁸

Al següent gràfic s'observa aquesta interacció creixent dels usuaris de Twitter amb les publicacions fetes per l'ANC (*figura 2*) durant els esdeveniments claus entre els anys

⁸ A l'annex 12.5 es pot veure l'anàlisi desglossat de totes les concentracions analitzades del període comprès entre setembre i novembre del 2017. De cadascun dels actes s'ha analitzat qui ha estat l'organitzador, el nombre d'assistents, la ciutat on s'ha realitzat, el hashtag utilitzat a les xarxes socials, el nombre de piulades i retweets realitzats per l'ANC i Òmnium Cultural, així com el nombre de vegades que han marcat les publicacions com a favorites. S'han calculat les mitjanes per tal de poder comparar el nombre d'interaccions per publicació.

2012 al 2017 com són les Diades Nacionals, els referèndums o els esdeveniments claus dels darrers mesos de 2017. S'analitzen les repulades (línia roja) i els m'agrades (línia verda). La línia blava són el nombre de publicacions realitzades per l'entitat i no s'aprecia el canvi ja que la diferència amb les altres dades és molt elevada, però el nombre de publicacions s'ha mantingut estable amb una mitjana de quaranta tweets.

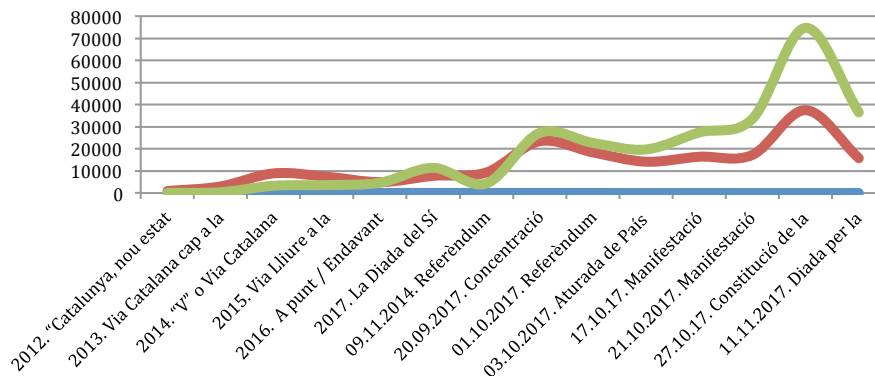


Figura 2 Interacció dels usuaris de Twitter amb les publicacions de l'ANC.

8.5 Altres entitats i personalitats

Conjuntament amb l'Assemblea Nacional Catalana, Òmnium Cultural és una altra organització que ha participat en l'organització i difusió d'actes a favor de la independència de Catalunya. Tot i el seu co-protagonisme, té un ritme més baix de publicacions a les xarxes socials. En el cas de Twitter amb 221.000 seguidors i 20.500 tweets publicats al llarg de deu anys, té una mitjana de 3,5 publicacions diàries. Els darrers mesos l'entitat ha augmentat considerablement la mitjana fins a 58 publicacions diàries. Aquesta entitat ha canalitzat de forma molt activa els seus missatges a favor de la sobirania de Catalunya a través del canal Crida per la Democràcia, present a totes les xarxes socials, inclòs Whatsapp i Telegram.

Els perfils privats dels presidents d'Òmnium Cultural i de l'ANC amb una activitat molt reduïda contrasten amb la proactivitat a les xarxes de les entitats que lideren. Tot i això, els darrers mesos la quantitat de missatges augmenta i tots els hashtags utilitzats fan referència al procés sobiranista.

El canal d'Omplim Brussel·les amb només 28 dies va aconseguir sumar 33.000 seguidors a la xarxa Twitter, gairebé 19.000 a Facebook i 44.000 usuaris a Telegram des d'on va informar abans, durant i després de tots els detalls relacionats exclusivament amb la manifestació a Brussel·les. Va ser l'encarregada de tota la gestió de la concentració internacional i d'informar de tots els canvis ocasionats per la massiva assistència a la capital belga. Van donar detalls sobre les diferents opcions de viatge, d'allotjament, consells per moure's per la ciutat així com l'última hora meteorològica per tots aquells que anaven amb transport privat.

Altres canals que han sorgit arran dels fets de l'1 d'octubre i que han assolit un nombre de seguidors molt elevats en poc temps són "L'Alerta. Canal d'informació d'última hora" i "#EnPeuDePau". Dos canals amb objectius molt diferents però que coincideixen

que la seva màxima activitat ha sigut a Twitter i Telegram, però inexistent (o molt reduïda) a Facebook. L'Alerta es va crear per difondre la darrera hora del referèndum de l'1 d'octubre però es va mantenir en el temps compartint totes les notícies d'altres mitjans relacionades amb el procés sobiranista. #EnPeuDePau sorgeix per la necessitat d'emetre missatges positius i tranquil·litzadors a la població durant els dies de màxima tensió, estrès i fatiga mental postreferèndum. És l'únic dels canals estudiats que no difon el missatge sobiranista, el seu objectiu és estendre i promoure la resistència civil pacífica i no violenta. La població necessitava un missatge de seguretat, calma i tranquil·litat després de les escenes viscudes sobretot durant el referèndum de Catalunya, de l'1 d'octubre.

Els partits polítics sobiranistes i les coalicions formades per aquests, també augmenten el nombre de publicacions diàries els darrers mesos. Només amb l'excepció de Junts Pel Sí que passa d'una mitjana de 13 a 3 publicacions, perquè es prioritza el canal dels partits que formen l'aliança. Els polítics amb més seguidors són Carles Puigdemont, Gabriel Rufian i Oriol Junqueras, per aquest ordre, però és Gabriel Rufian el més actiu amb 20.100 publicacions en només tres anys i un ritme diari de 17 publicacions, ara augmentades fins a 24. El 80% dels seus missatges són d'altres usuaris i només un 15% són missatges propis, els quals escriu sovint amb un to irònic. Rufian és, a més, el polític amb més seguidors al seu canal de Facebook, seguit per Puigdemont i Junqueras.

També hi ha hagut persones que sent conegudes públicament, a títol personal, han expressat la seva opinió envers la independència de Catalunya. Destaca el jugador del Futbol Club Barcelona, Gerard Piqué, que amb 17 milions de seguidors al seu compte de Twitter, ha realitzat 18 publicacions entre els mesos de setembre a novembre 2017 amb missatges referents al procés sobiranista. D'aquests missatges, sis són propis i acumulen 201.669 retweets i 381.651 vegades han estat marcats com favorit. Entre els hashtags utilitzats pel jugador en aquestes publicacions destaquen #votarem, #catalanreferendum i #catalonia.⁹ El jugador blaugrana és la persona inclosa a l'estudi amb més seguidors a Twitter i, tot i que es desconeix l'abast real de les seves publicacions, es pressuposa molt superior a qualsevol de les emeses per l'ANC o les altres entitats analitzades.

Periodistes com el Toni Soler, la Pilar Rahola, l'Empar Moliner, el Jordi Graupera o el Quim Monzó han sigut molt actius a les xarxes difonen missatges sobiranistes i, sobretot, retuitejant el que d'altres publicaven. Tots ells superen els 100.000 seguidors a la xarxa i entre els hashtags més utilitzats els darrers mesos es troba almenys un relacionat amb el procés sobiranista.

⁹ Als annexos 12.3 i 12.4 s'ha realitzat una recopilació de les dades principals que s'expliquen en aquest apartat de la presència i participació general dels altres organismes, partits polítics, polítics, activistes, periodistes i altres personalitats a les xarxes socials Twitter, Facebook, Instagram i Telegram. Així com del resum de la seva actuació al llarg dels mesos de setembre, octubre i novembre del 2017.

Per últim, cal fer referència al personatge “Postureig de Lleida” que des de l’humor i la ironia ha tractat tots els fets ocorreguts al voltant del referèndum de l’1 d’octubre. Per la llargada dels seus missatges, la xarxa principal per aquest personatge és Facebook on té gairebé 63.000 seguidors (enfront dels 16.000 que té a Twitter). L’objectiu d’aquest perfil és transmetre amb sentit de l’humor les característiques de Lleida, dels seus habitants i de tot el que succeeix a la ciutat a l’hora que ajuda a les entitats sense ànim de lucre de la ciutat. Però també s’hi pronuncia amb fets que ocorren fora de la ciutat com als atemptats de Barcelona o els incendis a Galícia. Sense posicionar-se directament en la independència de Catalunya, mostra el seu desig de crear una “Lleida independent” on hi hagi respecte per totes les idees, una democràcia real on es permet votar i els polítics no van a la presó.

8.6 Telegram: el nou canal d’informació

Telegram és una aplicació de missatgeria instantània, similar a Whatsapp, que presenta un seguit de característiques que la converteixen en un referent de les xarxes socials.

L’aplicació permet difondre missatges a grans audiències, ja que els canals no tenen límit de membres. Els administradors són els únics que poden escriure i els usuaris es limiten a llegir els missatges que poden incloure enllaços, text, imatges, vídeos i àudios, fins i tot de gran format sense comprimir. Els usuaris poden distribuir aquests arxius de forma directa entre els contactes o a les xarxes socials. Aquesta facilitat per compartir els arxius que l’administrador publica als grups l’ha convertit en una font d’informació molt important per compartir a les xarxes socials i per missatge. En certa forma es tracta d’un xat entre l’organització i l’usuari, ja que aquest últim no sap qui són els milers d’usuaris inclosos al grup i només veu la informació emesa per l’entitat.

Per accedir als canals es pot fer mitjançant el buscador de l’aplicació cercant si les organitzacions tenen un grup creat o accedir a través de l’enllaç que qualsevol membre pot compartir per convidar a altres persones a sumar-se. Un cop acceptat l’accés al grup es comencen a rebre els missatges, fins i tot els enviats abans de formar-hi part. Els administradors del canal gestionen els missatges i els poden eliminar perquè deixin d’estar visibles per als subscriptors.

Tot i que no és un canal molt estès a les organitzacions, sí que ha pres una importància molt rellevant aquests darrers mesos. L’ANC amb 47.918 seguidors i Òmnium cultural amb 19.133 usuaris, han pogut difondre els seus missatges de forma directa a tots els qui estaven inscrits al canal sense que es perdessin al timeline amb els missatges d’altres usuaris com sí que succeeix en el cas de Twitter o Facebook.

El cas del grup “Omplim Brussel·les” creat el 5 de novembre té 43.993 persones que s’han afegit en el termini d’un mes. El canal va ser creat amb l’objectiu d’organitzar i mobilitzar a la ciutadania per viatjar fins a Brussel·les i participar en la manifestació en contra dels presos polítics.

Un segon exemple d'èxit és el canal "L'Alerta. Canal d'informació d'última hora" creat l'1 d'Octubre amb l'objectiu de coordinar i alertar de possibles problemes o incidències durant els dies previs i la jornada electoral. En només dos mesos acumula 30.587 usuaris inscrits al canal.

El canal "#EnPeuDePau" sorgit també arran del referèndum de l'1 d'octubre a Catalunya, i amb l'objectiu de promoure la protesta pacífica i no violenta en totes les mobilitzacions suma 18.174 seguidors. La totalitat de les seves publicacions fomenten la calma i la pau en totes les concentracions, allunyant-se d'una resposta violenta encara que hi hagi provocacions.

Altres organitzacions que també s'han adherit als canals de Telegram són el Partit Demòcrata (amb 1.849 seguidors), Esquerra Republicana de Catalunya (amb 2.379 usuaris) i Junts Per Catalunya (amb 2.247 seguidors). En aquests casos els missatges responen a les estratègies de cada partit respecte la sobirania de Catalunya.

9. Conclusions

Catalunya està vivint una mobilització de la població sense precedents. Aquest canvi social s'inicia l'any 2012 amb l'organització de la manifestació per la Diada Nacional i s'intensifica durant els mesos de setembre, octubre i novembre de 2017. Al llarg d'aquests darrers mesos s'organitzen concentracions gairebé diàries com a resposta als fets que van succeint al llarg de les jornades.

Catalunya ha experimentat un canvi polític i socials els darrers cinc anys i la preocupació que els catalans mostren respecte a la independència ha anat en augment. Internet ha permès un ciberactivisme a favor de la independència trencant tabús, facilitant la creació d'entitats i la mobilització de milions de persones. Sense la irrupció de les xarxes socials hauria sigut impensable.

Internet i la difusió del missatge sobiranista des d'entitats no polítiques ha mogut a la ciutadania a participar en mobilitzacions a favor de la independència i del dret a decidir. L'Assemblea Nacional Catalana ha sigut una de les impulsores principals del missatge sobiranista a la xarxa i amb l'organització de mobilitzacions. No ha sigut l'única entitat difusora de la independència de Catalunya, però sí que ha tingut (i segueix tenint) una activitat destacada en la ciberactivitat del sobiranisme des d'anys enrere que s'ha intensificat amb l'augment d'esdeveniments organitzats a favor de la democràcia, el dret a decidir i en contra dels presos polítics. L'ANC lidera l'organització d'actes a favor del sobiranisme, d'ençà que el 2012 va adquirir la direcció de les manifestacions de la Diada Nacional. Posteriorment, ha tingut l'agilitat, conjuntament amb Òmnium Cultural, de liderar les protestes durant els mesos de setembre a novembre de 2017.

Per cadascuna de les concentracions organitzades per l'ANC, s'ha produït material audiovisual per promoure la participació de la ciutadania. Les característiques

específiques d'aquests missatges ha afavorit la seva difusió per les xarxes socials i la missatgeria instantània, convertint-se en virals algunes de les seves produccions.

L'Assemblea ha tingut com únic objectiu a les xarxes socials difondre missatges sobre la independència de Catalunya. La totalitat dels continguts emesos responen a aquesta premissa i, a més, la majoria d'aquestes publicacions, un 69%, són convocatòries o retransmissions en directe d'algun esdeveniment sobiranista que la mateixa entitat organitzava o hi participava activament.

Les diferents seus comarcals que l'ANC té per tota Catalunya, i arreu del món, els ha permès convocar i difondre el seu missatge de forma local i propera. A més, els col·lectius professionals (com els mestres o bombers) de l'entitat, han facilitat la transmissió del missatge entre els seus companys de professió. Les subdivisions de l'entitat permeten una canalització del missatge de forma més directa a sectors concrets.

L'aparició i la implicació d'altres organitzacions vinculades històricament amb la cultura catalana han permès amplificar el missatge de l'ANC, així com focalitzar cada canal amb un únic objectiu. El cas del canal d'Omplim Brussel·les és l'exemple més clar de la centralització d'informació d'un esdeveniment en un únic perfil assolint xifres molt elevades de seguidors (44.000) en un mes des de la seva creació. Una plataforma creada exclusivament per convocar a la població catalana a la manifestació "Wake up Europe" a Brussel·les.

La xarxa social que destaca en la difusió del missatge sobiranista és Twitter, per davant de Facebook i Instagram. Les característiques pròpies d'aquesta plataforma permeten difondre missatges curts de forma molt senzilla, ràpida i amb uns nivells d'interacció que cap altra xarxa social pot assolir. La població es converteix en l'altaveu del sobiranisme i són els protagonistes de la divulgació de missatges i material audiovisual dels actes organitzats a favor de la independència de Catalunya. Durant els actes a favor de la sobirania i el dret a decidir hi ha una activitat més elevada a les xarxes socials i, també, a les recerques fetes sobre aquest assumpte a Google.

Cada cop són menys utilitzats els hashtags a Twitter, ja que el seu propòsit inicial ha quedat diluït. El buscador d'aquesta xarxa troba tots aquells missatges que responen al tema agrupant-los per la paraula buscada sense la necessitat d'incloure el símbol del coixinet perquè la plataforma indexi el missatge.

L'Assemblea esdevé una entitat creadora de contingut sobiranista. L'entitat publica el doble de missatges propis enfront dels compartits a les xarxes digitals. Amb aquesta excepció, la facilitat per compartir els missatges que d'altres usuaris han escrit anteriorment converteixen al retweet en l'acció més realitzada a Twitter.

Tot i la importància de Twitter en la difusió de les idees sobiranistes, destaca la força de Telegram com a canal de difusió d'informació per part de les organitzacions, els

partits polítics i els mitjans de comunicació. La facilitat de replicar el material audiovisual distribuït en aquesta nova plataforma multiplica el seu abast i la converteix en un mitjà de distribució de material que després serà compartit en altres xarxes socials.

10. Limitacions, aportacions i futures línies d'investigació

Un cop realitzada tota la investigació cal detallar diverses limitacions que ha provocat canvis en l'estudi per poder assolir els objectius fixats. Per començar, cal destacar la dificultat que suposa el recompte i el monitoratge de les publicacions antigues a les xarxes socials, ja que tots els programes de *tracking* tenen limitació temporal o un límit fixat als 2.500 tweets, fet que impossibilita l'estudi amb programes d'anàlisi de dades i cal fer-ho de forma manual. En el cas de Facebook i Instagram tampoc es pot conèixer el nombre de publicacions realitzades en un període de temps de forma automatitzada, sinó que s'ha de recomptar manualment.

No tenir accés al compte de Twitter de l'Assemblea impedeix saber l'abast real de les publicacions, limitant l'anàlisi només al recompte de les dades que el seu propi perfil dóna: seguidors, antiguitat, publicacions realitzades des de l'apertura del compte, nombre de retweets i de missatges marcats com favorits són algunes de les dades que es poden analitzar de forma pública.

Amb el seu compte es podria saber l'abast real de les seves publicacions, el nombre d'usuaris únics impactats, les vegades que s'ha fet clic als arxius multimèdia que podien compartir, les visites que han tingut al perfil, els nous seguidors aconseguits durant els mesos de l'estudi, el nombre de vegades que han mencionat a l'ANC altres usuaris o les interaccions amb les publicacions de l'assemblea. Totes aquestes dades generades per Twitter Analytics són d'accés exclusiu per a l'administrador del perfil. Les plataformes d'anàlisi de l'activitat a les xarxes socials són de pagament amb tarifes bastant elevades, fet que impossibilita també la contractació d'aquestes eines per complementar l'estudi.

La intervenció de la pàgina web de l'Assemblea per part de la Guàrdia Civil, impossibilita l'accés a les memòries anuals de l'entitat, de les quals es podrien extreure dades interessants per l'anàlisi que es realitza. Tot i contactar amb l'Assemblea no s'ha rebut resposta per part de l'entitat.

Es pot ampliar l'estudi analitzant les organitzacions i personalitats detallades en aquest estudi però que només s'han pogut valorar de forma genèrica. Aquesta investigació ho contemplava però a causa de les limitacions abans explicades ha estat impossible fer-ho extensiu i s'ha hagut de limitar a l'ANC, com a principal impulsora del missatge sobiranista.

A més, també es podrien incloure a l'estudi altres organismes i personalitats que no s'han inclòs en aquest però que han reconegut públicament estar a favor de la sobirania de Catalunya. Així com els partits polítics i personalitats contràries a la independència, sobretot aquells que es consideren "equidistants" o que després dels fets de l'1 d'octubre van abandonar els seus partits polítics per discrepàncies amb les valoracions dels fets.

Cal seguir de ben a prop les següents onades del Baròmetre d'Opinió Pública i, sobretot, la pregunta realitzada sobre la voluntat que Catalunya sigui independent, per analitzar si la tendència a l'alça continua i es pot vincular amb els fets del referèndum de l'1 d'octubre.

La quantitat de missatges convocant a la ciutadania a concentrar-se ha sigut molt elevada però cal lligar la causa i l'acció mitjançant enquestes a una mostra de població més elevada i entrevistes en profunditat o *focus groups* a una mostra més reduïda de ciutadans. D'aquesta forma es podria relacionar quin impacte han tingut els missatges publicats a les xarxes socials amb l'assistència de la població catalana als esdeveniments que s'han anat produint al llarg dels anys.

11. Bibliografia

- Assemblée Nacional de Catalunya a Wikipedia. [En línia]. https://ca.wikipedia.org/wiki/Assemblea_Nacional_Catalana
- Candidatura d'Unitat Popular. [En línia]. <http://cup.cat>
- Castells, M., (2014), *Xarxes d'indignació i d'esperança*, Barcelona, UOC.
- Castells, M., (2009), *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza Editorial.
- Carbonell, J.M., (2012), *El futur de la comunicació*, Barcelona, UOC.
- Cardús, P. (2017). *Les cinc diades que ens han dut a la porta de la independència*. [En línia]. <https://www.vilaweb.cat/noticies/les-cinc-diades-que-ens-han-dut-a-la-porta-de-la-independencia/>
- Centre d'Estudis d'Opinió de la Generalitat de Catalunya. [En línia] <http://ceo.gencat.cat>
- Crameri, K. (2014). *Goodbye, Spain? The Question of Independence for Catalonia*, Glasgow, Sussex Academic Press.
- Crameri, K. (2014). *Independence 2.0: internet activism, communication power and the catalan civil independence movement*. [En línia]. http://sydney.edu.au/sydney_ideas/lectures/2014/professor_kathryn_crameri.shtml
- El País. [En línia]. https://cat.elpais.com/cat/2017/12/14/catalunya/1513248839_407057.html
- Gordillo, S. (2014). *Sobirania.cat*. [En línia]. https://issuu.com/saulgordillo/docs/sobiraniacat-sau__lgordillo/127

- Gordóvil, A. i Boixadós, M., (2017), *Les aproximacions qualitativa i quantitativa*, Barcelona, UOC.
- Guerrero, F. (2015). *El procés sobiranista a les xarxes socials. Anàlisi de Twitter durant les campanyes catalanes del 2012 i el 2015 i la consulta per la independència*. [En línia].
http://reader.digitalbooks.pro/book/preview/79459/x08_maqueta_cap3?1512219215514
- Howard, P.N., (2011), *Castells and the Media: Theory and Media*, Washington, Polity Press.
- Howard, P.N., (2013), *Democracy's Fourth Wave? Digital Media and the Arab Spring*, Oxford University Press.
- Junts pel Sí. [En línia]. http://www.juntspelsi.cat/qui_som?locale=ca
- Klout Score Polítics Catalans. [En línia]. <http://topinfluencers.es/cataluna-topten-por-partidos-politicos/>
- López, J. (2011). *Del dret a l'autodeterminació al dret a decidir. Un possible canvi de paradigma en la reivindicació dels drets de les nacions sense estat*. [En línia]. <http://focir.cat/ca/lilibres/del-dret-lautodeterminacio-al-dret-decidir-un-possible-canvi-de-paradigma-en-la-reivindicacio-dels-drets-de-les-nacions-sense-estat/>
- Metricspot. [En línia]. <https://metricspot.com>
- Muñoz, B. (2004). 11-M: *Comunicación social y movilización popular*. [En línia]. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18101016>
- Nació digital. [En línia]
<https://www.naciodigital.cat/noticia/74667/kathryn/crameri/victoria/si/canvia/regl-es/joc/europeu>
- Òmnium Cultural. [En línia]. <https://www.omnium.cat>
- Palà, G. (2016). *El procés independentista de Catalunya segons TV3 (2012-2015): cobertura mediàtica i percepció ciutadana*. [En línia].
https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/27986/Palà_2016.pdf?sequence=1
- Pérez, M. (2017). *La batalla és a la xarxa*. [En línia].
https://cat.elpais.com/cat/2017/09/28/cultura/1506588475_074802.html
- Puig, I.; Sánchez, J.; Ruiz, C. (2009). *Transformacions polítiques de la societat de la informació II*. [En línia].
http://materials.cv.uoc.edu/daisy/Materials/XX08_12012_02204/html5/index.html
- Recessió global 2008-2012 a Wikipedia. [En línia].
https://ca.wikipedia.org/wiki/Recessió_global_2008-2012
- Roqueta, M. (2014). Entrevista a Saül Gordillo. [En línia].
<http://negratinta.com/saul-gordillo-sense-internet-el-sobiranisme-catala-seria-un-proces-dominat-per-unes-elits/>

- Sanz, A. (2014). *Les xarxes socials són claus per al sobiranisme*. [En línia]. <http://ycom.cat/socialmedia/les-xarxes-socials-son-claus-per-al-projecte-sobiranista/>
- Soengas-Pérez, X.; Assif, M. (2017). *El ciberactivismo en el proceso de cambio político y social en los países árabes*. [En línia]. <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=53&articulo=53-2017-05>

12. Annexos

12.1 Resultats Baròmetre d'Opinió Pública

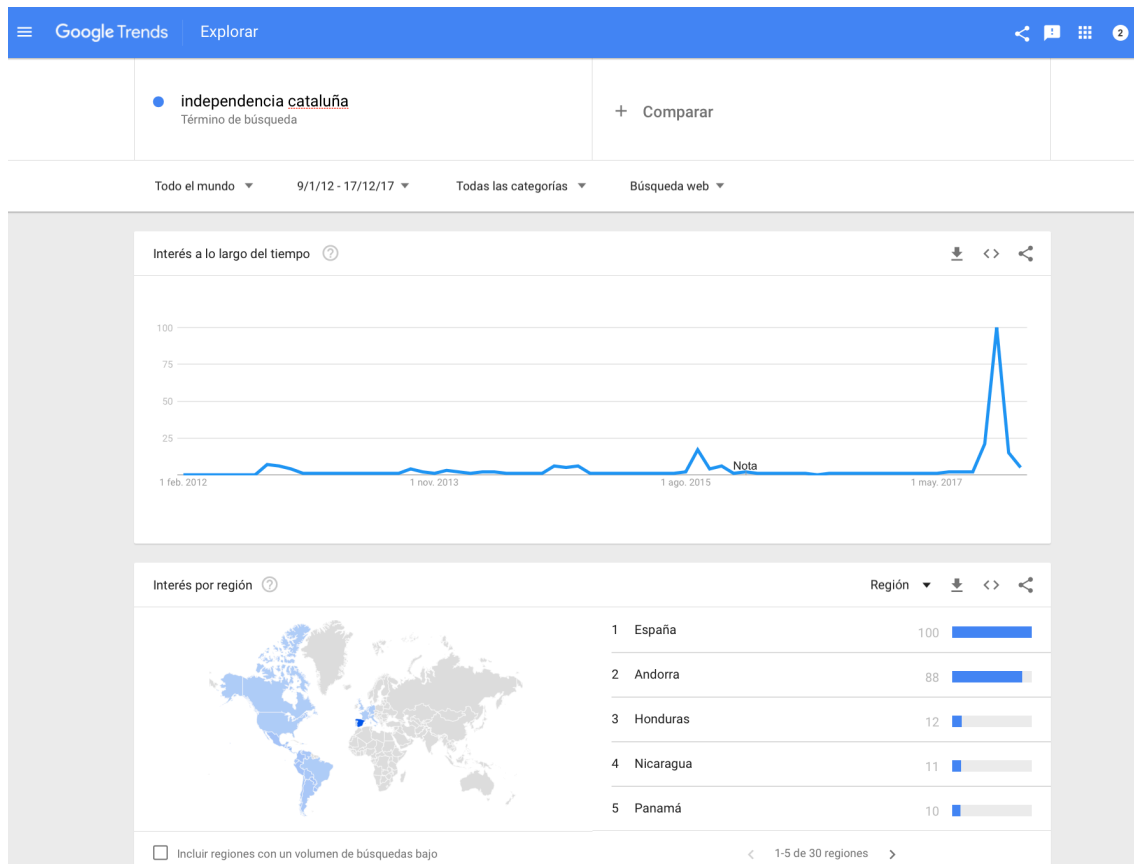
Baròmetre d'Opinió Pública del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO)

Pregunta "Vol que Catalunya esdevingui un Estat independent?"

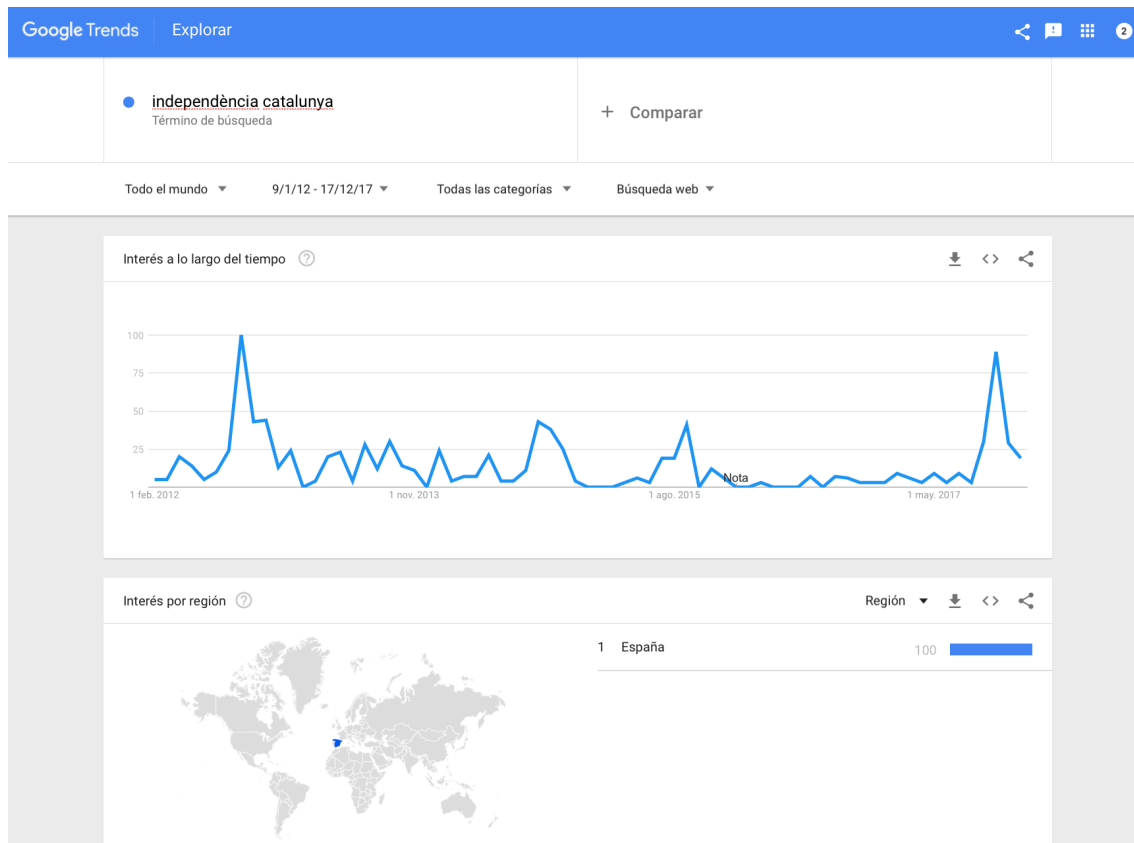
ONADA	ANY	SI	NO	ABSTENCIO	ALTRES	NO HO SAP	NO CONTESTA
2	2011	42,9	28,2	23,3	0,5	4,4	0,8
3	2011	45,4	24,7	23,8	0,6	4,6	1
1	2012	44,6	24,7	24,2	1	4,6	0,9
2	2012	51,1	21,1	21,2	1	4,7	1,1
3	2012	57	20,5	14,3	0,6	6,2	1,5
1	2013	54,7	20,7	17	1,1	5,4	1
2	2013	55,6	23,4	15,3	0,6	3,8	1,3
3	2013	54,7	22,1	15,7	1,3	4,9	1,4
1	2014	47,1	27,9	10,9	2,9	9,4	1,8
2	2014	49,4	32,3	6,9	3,2	7	1,2
1	2015	44,1	48	-	-	6	1,8
2	2015	42,9	50	-	-	3,9	1,7
1	2016	45,3	45,5	-	-	7,1	2,1
2	2016	47,7	42,4	-	-	8,3	1,7
3	2016	44,9	45,1	-	-	7	2,9
1	2017	44,3	48,5	-	-	5,6	1,6
2	2017	41,1	49,4	-	-	7,8	1,7
3	2017	48,7	43,6	-	-	6,5	1,3

*Respostes en percentatges %

12.2 Resultats Google Trends



Google Trends. Resultats recerca. 1



Google Trends. Resultats recerca. 2

ENTITATS / PERSONALITATS	ASSOCIATS	TWITTER					Hashtags més utilitzats			
		Seguidors	Tweets	Antiguitat (any)	Tweets/dia	Tweets/dia recent		%Tweets	%Retweets	%Respostes
Carles Puigdemont	--	601.000	15.200	10	3.60	4,84	36,5%	13,5%	50,0%	#21d #president #juntsxcat #litsencatalunya #1toct #puigdemont #atalunya #diàlogue #democracy #art155 #lexisme #nazisme #madridycatalunya #concienciarèpublica #franquisme #p2017 #1toct #entrem #presidenciacatalana #republica #catalanreferendum
Oriol Junqueras	--	476.000	12.800	9	3,00	7,88	17,5%	1,0%	81,5%	#21d #libertatpresopolitics #segum #republica #femrepublica #freedom #alliberatinoosjulia #vegonya #10
Raül Romeva	--	257.000	20.700	9	6,51	1,47	55,0%	6,0%	39,0%	#libertatpresopolitics #parlament #republica #segum #1toct #democràcia #llibertatjords #1toct2017 #referendum
Marta Rovira	--	147.000	8.828	10	2,50	4,85	28,0%	1,0%	71,0%	#llibertatjords #segum #president #democràcia #1toct #conseller #21d #republica #holarepublica #sommosos #libertatjords
Josep Rull	--	71.500	6.480	8	1,51	4,16	49,5%	1,0%	49,5%	#concièlberet #segum #llibertat #sommosos #republica #parlament #1toct #10
Carme Forcadell	--	260.000	2.658	4	1,34	2,44	59,8%	20,1%	20,1%	#concièlberet #segum #llibertat #sommosos #republica #parlament #1toct #10
Lluís Llach	--	145.000	13.700	3	3,15	45,04	11,0%	0,0%	89,0%	#llibertatpresopolitics #21d #segum #republica #1toct #indigniperdó
Joan Tardà	--	252.000	18.200	6	7,93	7,42	32,8%	8,6%	58,6%	#president #21d #concièlberet #1toct #democràcia #llibertatpresopolitics #art155 #franquisme #politicians #llibertatpresopolitics #segum #llibertat #concièlberet #presidenciacatalana
Ramon Tremosa	--	84.000	36.200	8	7,37	63,54	9,5%	0,0%	90,5%	#21d #arxivotarem #pelearepublica #nopassaran #president #llibertatjords #segum #1toct #referendum #franquisme
Antonio Baños	--	128.000	3.529	2	0,52	30,16	42,0%	35,0%	23,0%	#llibertatpresopolitics #1toct #resposta2d #republica
Jordi Turull	--	76.800	4.915	5	0,94	3,42	22,5%	0,0%	77,5%	#llibertatpresopolitics #segum #llibertat #presidenciacatalana #republica #1toct #referendum #franquisme
David Fernández	--	316.000	46.100	7	17,04	10,41	10,5%	5,5%	84,0%	#llibertatpresopolitics #vegageneratim #llibertatjords #resposta2d
Francesc Ribera (Titot)	--	25.400	17.400	7	5,82	6,39	32,0%	22,0%	46,0%	#llibertatpresopolitics #vegageneratim #llibertatjords #resposta2d
Ernest Bertha	--	38.500	17.300	10	4,94	9,54	17,0%	5,0%	78,0%	#llibertatpresopolitics #segum #llibertat #concièlberet #presidenciacatalana
Quim Arrufat	--	108.000	13.400	7	4,14	16,61	8,5%	3,5%	88,0%	#pelearepublica #vegageneratim #republica #resposta2d #21d #llibertatpresopolitics #destapem21d #catalanreferendum
Toni Postius	--	3.665	28.000	4	18,99	77,91	9,5%	1,0%	89,5%	#president #1toct #21d #juntsxcat #llibertatpresopolitics #rpart155 #concièlberet
Neus Murié	--	63.800	10.000	7	3,46	3,82	42,5%	8,0%	49,5%	#llibertatpresopolitics #llibertatjords #segum #noal155 #sufocamecasa #noestels #21d #listanaria #presopolitics #totsommesa #8h #art155 #aullaperademocràcia
Marta Pascal	--	22.100	10.800	8	3,28	4,58	21,0%	0,0%	79,0%	#president #21d #llibertatpresopolitics #llibertatconseller #presopolitics #segum #1toct #si
Gabriel Rufián	--	486.000	20.100	3	18,91	23,57	15,1%	5,0%	80,0%	#republica #21d #arxivotarem #1toct #1toct #art155 #llibertatpresopolitics #marxem
Joaquim Forn	--	24.900	1.539	2	2,24	2,51	45,00%	35,00%	51,50%	#president #llibertatjords #siamillopaís #holarepublica #llibertatreferendum
Dolors Bassa	--	22.600	7.898	7	2,34	3,21	32,00%	25,00%	65,50%	#llibertatjords #helpcatolonia #aturadadepals #democràcia #segum
Carles Mundó	--	31.600	8.092	7	3,17	3,19	30,00%	0,00%	70,00%	#1toct #catalonia #catalanreferendum #vegageneratim #llibertatconseller #llibertatpresopolitics #holarepublica #referendumcat
Toni Comin	--	43.200	6.625	5	3,49	1,17	30,00%	9,50%	60,50%	#1toct #1to #governlegitim #llibertat #democràcia #republicatatalana #votarem
Mentxell Serret	--	12.800	6.569	6	1,3	9,18	15,60%	15,00%	82,90%	#21d #llibertatpresopolitics #republica #concièlberet #noal155 #1toct
Clara Ponsati	--	11.700	193	136 dies	1,41	1,41	46,10%	47,00%	49,20%	#1toct #llibertatpresopolitics #juntsxcat #noal155 #referendum #freedom #politicians
Lluís Puig	--	10.100	12.700	6	6,26	34,92	80,00%	30,00%	89,00%	#21d #juntsxcat #buselles #llibertatpresopolitics #sufocamecasa #presidenciacatalana #republica #concièlberet
Mentxell Borràs	--	26.400	5.612	8	1,57	2,26	11,10%	0,50%	88,40%	#votarem #1toct #siamillopaís #1toct2017 #1toct #democràcia #president #catalonia #hemvotat #llibertatpresopolitics #republica #noal155 #republica #vegageneratim #maatopelademocràcia #encantelada #referendum #freepresscatolonia #guanyarem #tribunals #9h #holarepublica #millorpaís #holademocràcia #aturadegeneral #catalanreferendum
Anna Simó	--	48.800	52.700	10	11,57	86	5,00%	5,50%	89,50%	#21d #femrepublica #1toct #femrepublica #lademocràcia #segum #atalunya #democràcia

POLITCS

ENTITATS / PERSONALITATS	ASSOCIATS	TWITTER					Hashtags més utilitzats			
		Seguidors	Tweets	Antiguitat (anys)	Tweets/dia	Tweets/dia recent		%Tweets	%Respostes	%Retweets
ACTIVISTES	Jordi Cuixart	61.900	9.062	7	3,17	3,17	41,50%	0,50%	58,00%	#catalanreferendum #aixino #catalonia #vaga3oct #vaga3oct #elsbombersseransemprerendres #taulaperlademocracia #10v31 #catalonianreferendum #freedom #1oct #3oct 1 #guanyarem #dialegEsreferendum #manifestació #exigimrepublica #catalanstrike
	Jordi Sánchez	73.400	1.406	7	0,37	2,06	63,50%	25,00%	11,50%	#holarepublica #holademocràcia #oconvoco #notenpor #ensvem1oct #ladadadels #pambtraper #lalscalatolalima #1oct #parlem #10oct #aturadadepais #1oct2017 #pobremariano
PERIODISTES / PERSONALITATS	Gerard Piqué	17M	2.494	7	0,9	0,49	70	3	28	#votarem #catalanreferendum #catalonia #
	Postureig de Lleida	16.000	44.400	5	18,96	21,99	41	23	36	#groc #21d #yellow #paisgroc #amarillo #postugroc
	Toni Soler	305.000	53.900	7	15,14	79,09	14	3	83	#llibertatpresopolitics #nioblimerdó #acatar155esp #politicaprisoners #catalonia #noai155 #concertllibertat
	Pilar Rahola	281.000	64.400	5	28,59	22,47	14	14	73	#llibertatpresopolitics #concertllibertat #juntsxcat #llibertat #llibertatpresopolitics #catalunya #republica
	Empar Moliner	129.000	19.300	7	4,34	30,05	24	2	74	#21d #22d #groc #marcaespaña #resposta2d #155ce #sensepor
	Jordi Graupera	120.000	67.600	7	27,71	15,81	21	43	36	#empaperem #nopassaran
	Quim Monzó	309.000	144.000	7	51,87	91,57	13	14	74	#1oct

*Dades extreïdes mitjançant Metricspot durant el Desembre 2017

12.4 Anàlisi altres xarxes socials

	ENTITATS / PERSONALITATS	FACEBOOK	INTAGRAM		TELEGRAM	WHATSAPP
		Seguidors	Seguidors	Publicacions	Seguidors	
ORGANITZACIONS / ENTITATS	Omplim Brussel·les	18.876	6.779	52	43.993	no
	L'alerta. Canal d'informació d'última hora	655	--	--	30.587	no
	Assemblea	225.574	51.200	983	47.918	no
	Òmnium / Crida per la democràcia	216.554	30.000	420	19.133	si
	#EnPeuDePau	--	346	2	18.174	no
	Orfeo Català	--	--	--	--	no
	Castellers de Catalunya	--	--	--	--	no
	Escoltes de Catalunya	3.854	--	--	--	no
PARTITS POLÍTICS	Junts pel Sí	52.453	20.000	333	--	no
	Partit demòcrata	32.542	8.328	1.305	1.849	no
	ERC	147.370	26.600	945	2.379	si
	CUP	73.753	12.300	198	--	no
	Junts per Catalunya	11.526	2.296	12	2.247	no
POLÍTICS	Carles Puigdemont	185.807	174.000	648	--	no
	Oriol Junqueras	166.420	69.900	1.842	--	no
	Raül Romeva	27.256	22.500	322	--	no
	Marta Rovira	41.013	14.400	440	--	no
	Josep Rull	11.488	3.370	370	--	no
	Carme Forcadell	52.356	20.900	97	--	no
	Lluís Llach	22.462	--	--	--	no
	Joan Tardà	22.612	--	--	--	no
	Ramon Tremosa	15.281	6.456	1.476	--	no
	Antonio Baños	--	--	--	--	no
	Jordi Turull	11.299	7.970	437	--	no
	David Fernández	28.521	7.673	92	--	no
	Francesc Ribera (Titot)	1.386	4.085	155	--	no
	Ernest Benach	--	3.667	497	--	no
	Quim Arrufat	--	--	--	--	no
	Toni Postius	3.599	1.834	801	--	no
	Neus Munté	--	--	--	--	no
	Marta Pascal	5.311	3.521	789	--	no
	Gabriel Rufian	235.485	48.400	610	--	no
	Joaquim Forn	4.116	2.063	90	--	no
	Dolors Bassa	--	--	--	--	no
	Carles Mundó	--	--	--	--	no
	Toni Comín	--	--	--	--	no
	Meritxell Serret	--	--	--	--	no
	Clara Ponsatí	--	--	--	--	no
Lluís Puig	--	--	--	--	no	
Meritxell Borràs	--	--	--	--	no	
Anna Simó	--	1.789	224	--	no	

	ENTITATS / PERSONALITATS	FACEBOOK Seguidors	INTAGRAM Seguidors Publicacions		TELEGRAM Seguidors	WHATSAPP
ACTIVISTES	Jordi Cuixart	14.027	11.400	772	--	no
	Jordi Sánchez	--	--	--	--	no
PERIODISTES / PERSONALITATS	Gerard Piqué	19M	14,5M	217	--	no
	Postureig de Lleida	62.906	51.800	4.329	--	no
	Toni Soler	--	1.316	13	--	no
	Pilar Rahola	128.619	--	--	--	no
	Empar Moliner	--	--	--	--	no
	Jordi Graupera	--	--	--	--	no
	Quim Monzó	--	--	--	--	no

*Dades extretes durant el Desembre 2017

12.5 Esdeveniments sobiranistes

ESLOGAN	DATA	ORGANITZA	ASSISTENTS	CIUTAT	HASHTAG	TWITTER ANC			TWITTER OMNIUM						
						Tweets	Retweets	Reposts/tweet	Magrada	Magrada/Tweets	Tweets	Retweets	Reposts/tweet	Magrada	Magrada/Tweets
"Catalunya, nou estat d'Europa".	2.012	ANC	1.500.000 / 2.000.000	Barcelona	#11SCATWestat	40	814	20	100	2.5	16	276	17,25	21	1.3
Via Catalana cap a la Independència	2.013	ANC	1.600.000	Catalunya	#ViaCatalana	54	2.886	55	377	7	6	81	13,5	17	3
"V" o Via Catalana 2014	2.014	ANC	1.800.000 / 2.500.000	Barcelona	#UnleashPVSN	50	8.896	178	3.288	66	10	868	87	280	29
Via Lliure a la República Catalana	2.015	ANC	1.700.000	Barcelona	#SomValiure #WeAreCatalonia	62	7.398	119	3.895	58	6	217	36	119	20
A punt! / Endavant República	2.016	ANC	875.000	Barcelona / Lleida / Tarragona / Salt / Begua	#Apunt11s	68	4.941	73	4.674	69	47	1.592	34	1.745	37
La Diada del SI	2.017	ANC	1.000.000	Barcelona	#DiadaDelSI	40	7.789	195	11.407	285	51	1.647	32	3.083	60
Referendum 9N	09.11.2014	GOVERN DE CATALUNYA	2.305.290	Catalunya	#9N	44	9.317	211	4.343	98	36	1.682	47	789	22
Concentració 20 de Setembre (detencions carres del Govern)	20.09.2017	OMNIUM & ANC & ESPONTANEA	40.000 (Barcelona) 10.000 (Lleida) 8.000 (Tarragona) 10.000 (Girona)	Catalunya	#AvuiGuanyarem	46	23.441	509	27.192	591	33	8.615	281	9.054	274
Referendum 1Octubre	01.10.2017	GOVERN DE CATALUNYA	2.286.217 (papers recomptats)	Catalunya	#1O #CATvotasi	41	18.391	449	22.700	554	24	6.572	273	8.248	344
Aturada de País	03.10.2017	SINDICATS	88% de seguiment	Catalunya	#AturadaDePaís	13	14.188	1.091	19.725	1.517	40	8.129	203	12.437	310
Manifestació espelmes Jordis	17.10.17	OMNIUM & ANC	-	Catalunya	#LlibertatJordis	33	16.424	488	27.418	831	40	10.304	258	16.012	62
Manifestació Jordis	21.10.2017	OMNIUM & ANC	450.000	Catalunya	#LlibertatJordis	21	17.253	822	33.567	1.588	41	12.078	295	21.745	530
Constitució de la República	27.10.17	GOVERN DE CATALUNYA	6.000 (R. Sant Jaume Barcelona)	Catalunya	#Estat_Republica #HoiRepublicaCatalana	25	37.489	1.500	74.760	2.890	21	9.215	439	22.326	1.083
Diada per la llibertat	11.11.2017	OMNIUM & ANC	790.000	Catalunya	#LlibertatperCatalunya #Freedom11N	27	15.757	584	36.466	1.351	27	6.066	224	15.614	578

12.6 L'ANC a les xarxes socials

ENTITATS / PERSONALITATS	ASSOCIATS
Assemblea	80.000 (al 2015)

Seguidors	Tweets	Antiguitat (anys)	Tweets/dia	Tweets/dia recent	TWITTER			Hashtags més utilitzats
					%Tweets	%Respostes	%Retweets	
322.000	31.100	7	10,11	11,62	56,0%	12,0%	32,0%	#concertllibertat #llibertat #21d #llibertatpresospolitics #wakeupeurope #noesteusols #noal155 #omplimbrusselles #usvolemacasa #governlegitim

FACEBOOK Seguidors	INTAGRAM		TELEGRAM Seguidors
	Seguidors	Publicacions	
225.574	51.200	983	47.918

TWITTER SETEMBRE / NOVEMBRE 2017

TWEETS PROPIS	CONVOCAANT UN ACTE	PARLANT D'UN ACTE	ALTRES	AMB HASHTAG	HASHTAGS MÉS UTILITZATS
996 de 2201	305	385	309	516	#llibertat (99) #HolaRepública (78) #llibertatJordis (66) #LaDiadadelSí (59) #AvuiGuanyarem (21) #100Declaració (19) #ConcertLlibertat (18) #AturadaDePais (12) #155iAraQuè (11) #WelcomeCatalonia (8)

