

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Grau

Data

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Autor/a:

Tutor/a:

Any:

Titulació:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i la signatura:

***Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar una còpia en mà al tutor abans la presentació oral**

RESUMEN

La radio, protagonista de este trabajo de investigación, forma parte de Internet y cada día más, de las redes sociales, donde está teniendo una evolución rápida y constante.

En esta evolución van apareciendo nuevas formas de comunicación de las cuales el ciudadano asume una posición mucho más activa. El resultado de todo ello es un contexto mediático en el que confluyen los medios, y los nuevos roles del usuario y del periodista.

Para Radio 4 las redes forman parte del escenario periodístico y comunicativo al que se deben adaptar. Twitter y Facebook son las redes más usadas por la emisora y sus programas para estar presentes en las redes sociales.

La metodología usada para llevar a cabo esta investigación y lograr los objetivos, ha sido una combinación de documentación y análisis previo de los perfiles de los programas en las redes sociales, diseño de seis fichas de análisis distintas y entrevistas.

La presencia y uso de las redes sociales por parte de Radio 4 no se da de la misma forma en Facebook que en Twitter. La actividad en Twitter es mucho más activa y fructífera que la que se realiza en Facebook. Las principales finalidades de las publicaciones en ambas redes sociales son: la promoción de contenido emitido y por emitir, y el contacto con el público.

La naturaleza hipermedia de la web 2.0 permite que el mensaje no se acabe en el contenido inicial, sino que pueda ampliarse con contenidos vinculados gracias a los enlaces, las menciones y las etiquetas, los *hashtags*, el contenido multimedia (imágenes, vídeos y audios).

El abanico de posibilidades que ofrecen las redes sociales dada su naturaleza hipermedia y las características de las redes no está totalmente interiorizada en el uso diario de las redes, salvo el contenido multimedia muy utilizado en las publicaciones.

Gracias a Rosa Quitllet y a Xavier Cusell.

Gracias a Radio 4 su trato inmejorable.

Y gracias, por supuesto, a Nati Ramajo.

ÍNDICE

1. Introducción, objetivos y justificación	2 - 5
1.1. Objetivos y preguntas	3 - 4
1.2. Justificación	4 - 5
2. Marco teórico	6 -13
2.1. Redes sociales	
2.1.1. Redes Sociales, Periodismo y Radio.	6 - 10
2.2 Radio 4	
2.2.1 Inicios de Radio 4	11 - 13
2.2.2 Radio 4 hoy	
3. Metodología	14 - 21
3.1. Muestra	
3.1.1. Fichas de programas	
3.1.1.1. Radio 4	
3.1.1.2. <i>El millor de cada casa</i>	14 -16
3.1.1.3. <i>Directe 4.0</i>	
3.2. Fichas de análisis	
3.2.1. Ficha de análisis identificativo en Facebook	
3.2.2. Ficha de análisis identificativo en Twitter	
3.2.3. Ficha de análisis general para Facebook	
3.2.4. Ficha de análisis general para Twitter	16 -21
3.2.5. Ficha de análisis específico para Facebook	
3.2.6. Ficha de análisis específico para Twitter	
3.3. Entrevistas	21

4. Resultados del análisis	22 - 50
-----------------------------------	----------------

4.1. Facebook	
---------------	--

- | | | |
|--------|---------------------------------------|--------|
| 4.1.1. | Fichas de programas | |
| 4.1.2. | Tablas de resultados generales | |
| 4.1.3. | Línea grafica | |
| 4.1.4. | Descripción informativa | |
| 4.1.5. | Seguidores o “me gusta” e interacción | 23 -37 |
| 4.1.6. | Mensajes; contenido y finalidad | |
| 4.1.7. | Recursos de redes | |
-

4.2. Twitter	
--------------	--

- | | | |
|-------|-------------------------------------|---------|
| 4.2.1 | Fichas de programas | |
| 4.2.2 | Tablas de resultados generales | |
| 4.2.3 | Línea grafica | |
| 4.2.4 | Descripción informativa | 37 - 50 |
| 4.2.5 | Seguidores y seguidos e interacción | |
| 4.2.6 | Mensajes; contenido y finalidad | |
| 4.2.7 | Recursos de redes | |
-

5. Conclusiones	51 -55
------------------------	---------------

6. Bibliografía	56 -56
------------------------	---------------

7. Anexos	57 -
------------------	-------------

INTRODUCCIÓN, OBJETIVOS Y JUSTIFICACIÓN

De la radio de ondas hertzianas analógicas, ya muy lejos de nuestros tiempos, a la radio digital terrestre que nos acompaña hoy. La radio ha sufrido cambios tanto tecnológicos como estructurales, y su periodismo también.

La radio, como el mundo, ha sufrido un proceso de transformación que todavía hoy sigue en constante cambio. Las nuevas tecnologías han ayudado a que el periodista pueda retransmitir desde cualquier lugar del mundo y a cualquier hora en directo, y han permitido mejorar y simplificar tareas propias de las rutinas periodísticas radiofónicas. Sin duda, Internet ha cambiado la radio, el periodismo radiofónico y esas rutinas que ya poco tienen que ver con las de hace apenas unos años.

La radio forma parte hace años de Internet, donde está teniendo una evolución rápida y constante. La innovación no cesa en lo que a internet se refiere, y por ello la radio se ve sometida a nuevas fórmulas y nuevas maneras de entender el periodismo y este medio. Su evolución la ha llevado de la redifusión en tiempo real, a la fragmentación por programas, temas y géneros en un asincronismo que incrementa la posibilidad de acceso de los usuarios, a nuevos servicios añadidos, y a la integración de nuevos sistemas multimedia, interactivos, multiplataforma, multimedio hasta crear una ciberradio con cada vez mayor identidad.

Pero en la actualidad, Internet ha abierto, todavía más las puertas a todo este entramado de nuevos sistemas gracias a la aparición de las redes sociales, y en consecuencia al nuevo periodismo ciudadano que hoy, gracias a los avances de la telefonía móvil, cualquier persona con un móvil de nueva generación puede ejercer.

La evolución de la digitalización se refleja en los cambios que ha experimentado en los últimos años el contexto social y tecnológico de los medios convencionales (la prensa, la radio y la televisión) y también ha conllevado un cambio de paradigma en los usos culturales y comunicativos en relación entre los medios de comunicación de masas y el público.

Aparecen nuevas formas de comunicación de las cuales el ciudadano asume una posición mucho más activa; como co-creadores de contenidos en la red. Y el resultado no es otro que un contexto mediático en el que confluyen los *mass media* y nuevas prácticas comunicativas de unos consumidores que intervienen en el flujo de la

información y que interactúan con otros ciudadanos y con los medios de comunicación.

1.1 OBJETIVOS Y PREGUNTAS

En ese contexto de nuevas herramientas para comunicar y una evolución que pasa ante nuestros ojos sin casi permitirnos verla, este trabajo tratará de analizar un pedazo de esa evolución. Centrado en Radio 4 este trabajo quiere poner sobre la mesa el uso que los medios hacen de esas nuevas tecnologías, en especial de las Redes Sociales que en los últimos años han cambiado el mundo.

El trabajo investiga y analiza la presencia de Radio 4 en las redes sociales. El objeto de estudio, por lo tanto, se centra en perfiles de programas de la emisora y en la presencia de ésta en Twitter y Facebook, las redes elegidas.

El objetivo primordial del trabajo es analizar qué uso hace Radio 4 de las redes sociales twitter y Facebook y para ello tomaremos como muestra las cuentas de dos programas representativos en la parrilla de programas semanales de Radio 4, y también en los propios perfiles de Radio 4 en Twitter y Facebook.

El objeto de estudio se centra en el análisis de los mensajes que publican en las redes sociales estos programas y perfiles, y en la finalidad y las herramientas que utilizan para comunicarse con la audiencia en estas redes.

De este modo, la investigación y el análisis tienen el objetivo de:

- Identificar la presencia de Radio 4 en las redes Facebook y Twitter.
- Analizar el uso de estas cuentas por parte de Radio 4 y los programas seleccionados como muestra.
- Analizar la finalidad de los mensajes enviados por los diferentes perfiles.
- Analizar el buen uso del lenguaje característico de las redes sociales Twitter y Facebook.
- Analizar la interacción con la audiencia.

Por lo tanto las interrogaciones de las que partimos para emprender el análisis son:

- ¿Radio 4 tiene presencia de la misma forma en Twitter y Facebook?
- ¿Qué uso hacen de Facebook y Twitter que tienen los perfiles que forman parte de la muestra de estudio?
- ¿Tienen contacto y *feed-back* con el usuario?
- ¿Se han adaptado a las posibilidades y al lenguaje propio de cada una de las redes analizadas?
- ¿Quién gestiona los perfiles?

En definitiva, el objetivo general de este trabajo de análisis o investigación es conocer el uso de las redes sociales por parte de Radio 4.

Y el objetivo específico es concretar tanto el modo en el que usan los perfiles seleccionados como conocer la finalidad de sus mensajes, la comunicación con la audiencia y el nivel de adaptación al uso periodístico de las redes con su adaptación al lenguaje y características propias de Facebook y Twitter.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Como explicaba antes en un contexto en el que la digitalización y las nuevas tecnologías están cambiando el mundo, tal vez es necesario parar a ver y a pensar qué uso real le estamos dando a ese mundo de posibilidades que nos ofrece Internet y en concreto las redes sociales; tanto a la sociedad como concretamente al mundo del periodismo.

La elección de Radio 4 es debido a su presencia en las redes y a la proximidad de ésta en la ciudad de Barcelona. Además la emisora forma parte de un grupo muy importante en nuestro país, como es RTVE. El grupo RTVE es por excelencia la radio y televisión pública del estado, y por supuesto la primera en aparecer en España.

Como comentamos en el apartado de objetivos, se pretende analizar el uso de las redes sociales por parte de la emisora, y es que en el gran flujo de mensajes e informaciones que circulan hoy en la red, ya es el momento de que paremos atención a cómo debemos usar las redes de forma adecuada, y por lo tanto es necesario analizar qué estamos haciendo mal, y qué estamos desaprovechando de el gran abanico de posibilidades que se nos abren a diario.

El contacto con el público, la diversificación de los contenidos o la ampliación de éstos entre la emisora y la red, el lenguaje multimedia y todas las opciones que comporta

este nuevo lenguaje... Todo ello son factores a tener en cuenta que si se saben utilizar de forma correcta, pueden ayudar a hacer un periodismo de mayor calidad, y por supuesto puede ayudar a la emisora a mejorar su contenido y sus niveles de audiencia.

Este análisis, en lo práctico, puede ayudar a Radio 4 y a los programas seleccionados como muestra, en concreto y a la radio en general a mejorar su uso de las redes tras comprobar cuál es el uso que pretenden darle a las redes y cuál es el uso real que le están dando. Y en el aspecto teórico esta investigación puede aportar el conocimiento del uso de las redes por parte de una radio pública como es Radio 4.

Los perfiles elegidos para el análisis son:

- El perfil de Radio 4 en Twitter y Facebook.

Teniendo en cuenta que el trabajo está enfocado en analizar el uso de las redes por parte de la emisora, a pesar de que ésta no cuente con un perfil en Facebook, es absolutamente necesario analizar el uso que hace de Twitter para saber qué cómo gestionan las redes y el contenido que publican.

- El perfil del programa *Directe 4.0* en Twitter y Facebook.
- El perfil del programa *El millor de cada casa* en Twitter y Facebook.

Después de hacer un previo análisis de la parrilla de Radio 4 y de sus programas, así como sus perfiles en las redes sociales he concluido que para tomar una muestra representativa de la emisora, debía elegir un programa que se emitiera durante la semana, y un programa de fines de semana. Tras esta observación la búsqueda de los programas con más actividad durante las franjas horarias elegidas, da como resultado la elección del programa que se emite de lunes a viernes por la tarde *Directe 4.0* y el programa que se emite las mañanas de los fines de semana *El millor de cada casa*.

El análisis se ha realizado del lunes 28 de abril de 2014 y el domingo 4 de mayo de 2014 en el caso del perfil de Radio 4 y de las cuentas del programa *Directe 4.0*.

El análisis de las cuentas en redes sociales del programa *El millor de cada casa* se ha realizado en dos fines de semana – del sábado 3 al domingo 4 de mayo del 2014, y del sábado 10 al domingo 11 de mayo del 2014 – ya que este programa solo publica contenido los fines de semana. Seleccionamos dos fines de semana a fin de que la muestra fuera representativa.

MARCO TEÓRICO

2.1 REDES SOCIALES

Existen múltiples definiciones de Red Social. Una de ellas es la de los expertos D. Body y N. Elison, que afirman que una Red Social de Internet (Social Network Site) consiste en un servicio web que permite a los usuarios: construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema acotado, articular una lista de otros usuarios con los que se comparte una conexión i ver i/o crear la propia lista de conexiones con otros usuarios dentro del mismo sistema

De la misma forma que definir las no es sencillo por la diversidad de definiciones que existen de diferentes expertos en ellas, delinear su historia tampoco es tarea sencilla. Su origen es difuso, no existe consenso alguno a la hora de definir la primera red social, además, su evolución es activa y constante. La historia de las redes sociales de internet sigue escribiéndose minuto a minuto alrededor de todo el mundo. La evolución es incesante y hoy existen redes que mañana serán obsoletas, como ya les ha pasado a algunas de ellas, y mañana conoceremos redes que a día de hoy son imposibles de predecir.

Si bien decimos que la historia de las redes sociales es difusa, también cabe apuntar que ésta es mucho más lejana de lo que podríamos pensar, dado que los primeros intentos de comunicación en Internet ya supone la existencia de redes que por lo tanto son el primer origen de lo que conocemos hoy.

Ya en 1971 se inicia ese intercambio de información entre usuarios con el envío del primer e-mail entre dos ordenadores, uno al lado del otro. Tras innovaciones e intentos en el campo de la web, en 1994 GeoCities lanza un servicio que ofrece a los usuarios la posibilidad de crear sus propios sitios web, un año después la Web alcanza el millón de sitios web. También en este año nace una de las primeras redes sociales, Classmates, un servicio para contactar con antiguos compañeros de estudios, en la que se intuye el origen de Facebook. En 1997 salen a la luz los blogs, buscadores como Google, y el chat con AOL Instant Messenger. Este mismo año nace Sixdegrees, un site que permite la creación de perfiles personales y listado de amigos. El año crucial en lo que a innovaciones se refiere es 2003. Después del cambio de milenio en el que estalla la “Burbuja de Internet”, en la que ya hay más de setenta millones de ordenadores conectados a la red, nacen MySpace, LinkedIn y Facebook. Estas tres importantes redes sociales que todavía hoy siguen existiendo, se convierten en el

detonante de lo que vivimos hoy; miles de redes sociales de todo tipo con millones de usuarios inscritos.

Youtube (2005), Twitter (2006), Tuenti (2006), Pinterest (2010), Instagram (2010), Google + (2012) y las anteriormente citadas Facebook, LinkedIn y MySpace son algunas de las más importantes que a día de hoy siguen activas con millones de usuarios.

Actualmente podemos distinguir entre:

- Redes Sociales Verticales: no tienen una temática definida y están dirigidas a un público genérico. La motivación de los usuarios al acceder a ellas es la interrelación sin un propósito concreto. Algunos ejemplos de éstas son Facebook, MySpace o Tuenti.
- Redes Sociales Horizontales: se caracterizan por la especialización. Se crean para dar cabida a gustos e intereses de personas que buscan un espacio común. Algunas de las más conocidas son LinkedIn, Twitter e Instagram.

2.1.1 Redes Sociales, Periodismo y Radio

El periodismo a lo largo de su historia ha sufrido cambios significativos tanto en cuestiones de contenido como en la técnica. Las rutinas periodísticas se han visto modificadas con el paso de los años fundamentalmente gracias a los avances tecnológicos que han ido saliendo a la luz. De la imprenta a la radio, la televisión y los medios electrónicos y digitales.

Tras las máquinas de escribir llegaron los primeros ordenadores; una de las revoluciones de las que se beneficiaron las redacciones gracias a los sistemas de procesamiento de texto. Pero el ordenador ha ido modificando poco a poco los hábitos periodísticos. Con la llegada de internet, y actualmente de las redes sociales, la información no espera, la inminencia en dar una noticia es hoy el pan nuestro de cada día.

La era digital está cambiando el periodismo. Los medios tradicionales, en su gran mayoría tienen presencia en internet como cabeceras digitales; nuevos medios están surgiendo en la web; los periodistas tradicionales ahora son multitarea, y por si fuera

poco, un nuevo concepto de periodismo, el periodismo ciudadano está aflorando en la red y las redes sociales tienen mucho que ver en todo esto.

Periodismo ciudadano

Internet ha cambiado la forma en la que los ciudadanos buscan la información y se informan, una actividad que tradicionalmente estaba ligada a los medios de comunicación y que hoy está totalmente diversificada. Cada vez más el ciudadano busca la noticia en lugares que no son estrictamente medios de comunicación. Pero eso no acaba ahí, el usuario ya no se conforma con que le informen, el ciudadano quiere ser partícipe de la información y las redes sociales le han abierto muchas opciones para ello.

Las redes permiten publicar de forma inmediata informaciones, fotografías y hasta vídeos, y los ciudadanos, no han desaprovechado la oportunidad de informar de lo que estaba pasando a su alrededor. En tiempo real, de un lado a otro del mundo, la información llega en milésimas de segundo, y todos, en un *click* podemos saber lo que está ocurriendo en cualquier lugar.

Las redes sociales favorecen un periodismo en el que la audiencia está más implicada en la difusión de la información, con un *feed-back* en tiempo real y una interacción en la que participan amateurs y profesionales. (Hermida, 2010)

El crecimiento de los dispositivos móviles de última generación ha incentivado esta práctica, y los medios actualmente deben reinventarse para sobrevivir en este mundo de información instantánea y masiva.

Nuevos roles de los medios

Para los periodistas y los medios estas nuevas plataformas tienen ventajas de distribución de contenidos, de creación y de promoción de su marca, además de como espacio de contacto con fuentes y usuarios, pero al mismo tiempo también están obligados en desempeñar un rol profesional en todo este entramado. El periodista y los medios de comunicación deben ser los reguladores en el gran cúmulo de información que circula por la red, debe aportar sus conocimientos para controlar la información y para aportar calidad informativa frente a la información rápida sin contrastar.

Las redes sociales inciden en la cadena de generación de contenidos de los medios y en las rutinas de sus profesionales. En el ámbito informativo el proceso tradicional de la profesión periodística consta de las fases de recogida, selección, producción y distribución, pero ahora las redes sociales alteran estos procesos que se ven desbordados por la dinámica acelerada de éstas.

A pesar de los cambios acelerados en relación a las nuevas tecnologías, debemos tener presente que las redes sociales son un fenómeno muy reciente, y que los medios y sus profesionales todavía se están adaptando a ellos. El futuro de internet sigue siendo un misterio que se verá con el paso de los años y que obligará al periodismo a adaptarse a él para seguir ofreciendo información de calidad a la sociedad.

Las redes sociales son un espacio dinámico en el que conviven medios de comunicación de masas, periodistas y público conectado, i donde se consumen contenidos difundidos de carácter profesional, amateur y reelaborado por unos y otros.

Al fin y al cabo las funciones que tradicionalmente han asumido los periodistas (contrastar, contextualizar e interpretar los hechos, son elementos más necesarios que nunca en el flujo sobreabundante de información. (Naaman, Becker i Gravano, 2011)

El fenómeno de las redes sociales y su incorporación en los medios de comunicación ha obligado a éstos a crear ciertas guías de uso (*Social Media Polices*) para regular la presencia y la actividad de los miembros de un medio en las redes. Estas guías de uso no son más que documentos que orientan y regularizan el uso de los diferentes perfiles dentro de la emisora en las redes,

El encargado de las redes en Radio 4, el caso particular que analizamos, comenta que la emisora tiene unas normas y unas pautas para seguir un modelo similar de publicaciones. Tanto para las redes sociales como para documentar los audios y las páginas donde publican, existen pautas definidas por el departamento de interactivos de RTVE.

La radio en internet y las redes

En el caso de la radio, las redes sociales aparecen como una de las claves del futuro de este medio. Las nuevas posibilidades que ofrece el *podcasting*, las aplicaciones para *smartphones* en las que poder escuchar la radio con el dispositivo móvil en tiempo real y a la carta, ha permitido a la radio nuevas posibilidades de difusión y de contacto con la audiencia.

Y precisamente en el contacto con la audiencia es donde entran en juego las redes sociales. El público ahora puede colaborar y participar más allá de escuchar el programa y llamar para interactuar con éste. Las redes permiten un vínculo que va más allá de las horas en las que el programa se emite.

Otras investigaciones

Las investigaciones elaboradas sobre el uso de las redes sociales en diferentes medios de comunicación, y en especial en medios radiofónicos, concluyen que el uso que hacen éstos de las redes es básicamente promocional e informativo. Además muchos medios de comunicación utilizan la red social Twitter en concreto para promocionar contenidos publicados en su página web.

Un ejemplo de ello es el trabajo de Herrera y Requejo en el año 2010, que muestra cómo las emisoras generalistas españolas utilizan Twitter para difundir información en más de un 60% de los mensajes analizados, a pesar que se refleja un intento de establecer contacto y conversación con sus seguidores.

Investigaciones académicas como la del Dr. Santiago Tejedor en 2010 concluye que los medios de comunicación han ido incorporándolas redes sociales en su día a día y en sus rutinas como canal para establecer relación con el público. En las dos redes analizadas (Twitter y Facebook) el tipo de mensaje mayoritario está formado por un titular y el enlace, habitualmente vinculado con su página web.

Tras los estudios existentes, este proyecto formará parte de las investigaciones que nos ayudarán a materializar el uso del volumen de información que circula en las redes sociales y que puede ayudar a mejorar las prácticas de los medios de comunicación delante de estas herramientas que forman parte ya de su larga existencia.

2.1 RADIO 4 – RNE 4

2.1.1 Inicios de Radio 4

El 13 de diciembre de 1976, durante la transición española, nace Radio 4, la emisora pública estatal en catalán que hoy forma parte del grupo de cadenas de Radio Nacional de España (RNE); Radio 1, Radio 2, Radio 3 y Radio 5.

Muchas veces se había reclamado tener una emisora de RNE en catalán, pero su demanda no fue satisfecha hasta que no nombraron director general de RTVE (Radio Televisión Española) a Rafael Ansón. En su primera visita a Barcelona, después de tomar posesión, Ansón volvió a escuchar la petición reiterada de una emisora de RNE catalana y esta vez la respuesta fue afirmativa. Era 4 de agosto de 1976. Cuatro meses más tarde Radio 4 iniciaba sus emisiones regulares.

Fue la primera radio pública catalana en emitir en catalán tras la Guerra Civil con una primera retransmisión en directo de la entrega del premio de las letras catalanas la misma noche de Santa Lucía, con la voz de Joan Albert Argerich: *"Bon dia, amics, benvinguts a Ràdio 4, l'emissora de Ràdio Nacional d'Espanya a Catalunya que us parla en Català"*. Los padres de la emisora fueron Jordi Arandes i Joan Munsó Cabús, entonces director y subdirector de RNE en Catalunya.

El director general por aquél entonces, Rafael Ansón decidió reforzar la oferta en catalán de RNE y bajo la supervisión del ministro español de Información y turismo Andrés Reguera Guajardo y con la aprobación y soporte del presidente del gobierno, Adolfo Suárez, pone en marcha lo que será en esos momentos la emisora de mayor coste por oyente en España.

El primer director de la emisora fue Jordi Arandes, quien apostó por una programación de calidad con espacios de radio pública y programas con nuevos formatos novedosos. Con vocación de atender las demandas de toda la audiencia, presentaba una parrilla diversificada que ofrecía espacios dramáticos, históricos, y también dedicados a los más pequeños.

Radio 4 nace con la intención de situarse como referente de una sociedad catalana que durante 40 años fue obligada a perder su identidad. Nace con la vocación de explicar el mundo desde una perspectiva catalana y con la misión también de normalizar el uso de la lengua y divulgar la cultura catalana.

Eran tiempos de cambios acelerados, producidos por el desenlace del dictador y acabada de restaurar la monarquía, mientras Catalunya pedía “*Llibertat, amnistia i estatut d'autonomia*”.

Radio 4 avanza al ritmo de un país y de una sociedad que se plantea también nuevos retos. Desde un primer momento la radio sale a la calle y abre sus micrófonos a los grupos sociales emergentes y marginados por aquél entonces como los sindicatos, los nuevos políticos y personalidades culturales de diferentes ámbitos.

La nueva emisora se vio sometida desde sus inicios a todo tipo de críticas por su labor. Desde llamadas en antena y de manera privada hasta los periódicos aparecían voces a favor y en contra del lenguaje utilizado. El 90% de la preocupación del radioyente era relativa al uso de la lengua, al mal uso en concreto de ésta.

Se cuestionaba la valía de los locutores y había debate por el hecho que los locutores de la emisora no fueran profesores de lengua catalana y también “echaban humo” los teléfonos pidiendo y haciendo propuestas relacionadas con la cultura, nuevas ideas, nuevos proyectos y más participación.

El presidente de la Generalitat en ese momento, Jordi Pujol, veía positivamente el nacimiento de Radio 4 y reconocía su valía como pionera de la radio en catalán. Radio 4 se convirtió en testimonio de grandes y pequeños acontecimientos del país desde la transición hasta la actualidad: la llegada del presidente Tarradellas a Catalunya desde el exilio, las movilizaciones a favor de *l'Estatut*, las primeras elecciones democráticas del 77, el intento de golpe de estado del 23F, los juegos Olímpicos de Barcelona 92... Y así durante sus casi 38 años de vida.

2.1.2 Radio 4 hoy

Pero estos 38 años no han sido fáciles. Radio 4 ha tenido que luchar contra la falta de recursos que llegó hasta el punto de peligrar la continuidad de la emisora. A principios de 2006 RTVE anunció un plan de saneamiento del ente público que incluía entre otras medidas, el cierre de Radio 4. Los trabajadores lucharon con el apoyo de oyentes, políticos, organizaciones sociales y personalidades del mundo de la cultura. La campaña tuvo éxito y Radio 4 sigue retransmitiendo a día de hoy con el objetivo de informar con rigor y entretener al público.

En las últimas temporadas además han tenido que hacer un esfuerzo enorme debido a la situación de restricciones económicas por culpa de la crisis; incrementar la programación sin aumentar el presupuesto.

Además en los últimos tiempos, y debido a ese boom tecnológico que ha cambiado las redacciones y las rutinas periodísticas, el grupo RTVE inició un nuevo departamento, el Departamento de Interactivos para desarrollar en muchos aspectos novedades en las nuevas herramientas y en las nuevas opciones que ofrecen hoy en día las nuevas tecnologías.

El portal RTVE, el servicio a la carta, las nuevas aplicaciones para *smartphones*, y la adaptación a las redes sociales han sido las tareas de ese nuevo departamento que ha supuesto un cambio en la estructura organizacional y en los servicios de distribución y edición de los contenidos emitidos, pensando también en la red y ofreciendo contenidos de manera que el oyente pueda escuchar la radio donde quiera y cuando quiera.

Para los redactores ha supuesto un reto añadido, pues han de tener en cuenta las redes sociales, en las que poco a poco van creciendo los perfiles de los programas, y el contenido del portal del grupo.

METODOLOGIA

La metodología utilizada para lograr los objetivos planteados y realizar el estudio es una combinación de diferentes instrumentos de análisis de contenido de las publicaciones de los programas de Radio 4 elegidos debido a sus características concretas, para formar parte de la muestra representativa.

Para ello se han establecido dos fases:

- La fase de documentación previa con bibliografía y documentación sobre las redes sociales, el periodismo y concretamente los medios radiofónicos para elaborar un marco teórico sobre el que se fundamenta este estudio.
- La fase de análisis que busca cumplir los objetivos del trabajo. Y para ello, se debe delimitar la muestra de estudio y diseñar una ficha de análisis.

Para esta segunda fase se han seguido distintas fichas de análisis que presentaremos más adelante, y se han realizado entrevistas para cumplimentar el análisis del uso de redes sociales por parte de Radio 4.

3.1 MUESTRA

El estudio se centra en las cuentas de las redes sociales Twitter y Facebook de dos programas representativos de Radio 4; uno diario y otro de fin de semana, y en las cuentas de Twitter y Facebook principales de la emisora. La selección de estos programas se ha hecho a partir de un análisis previo en el que se ha descartado aquellos programas de la emisora con poca o cero participación en las redes que se analizarán, y se han elegido aquellos con más presencia en las redes y con más actividad. El periodo fijado para el análisis es:

- Del lunes 28 de abril al domingo 4 de mayo en el caso de *Directe 4.0* y el perfil de Radio 4.
- El fin de semana del 3 y 4 de mayo y el fin de semana del 10 y 11 de mayo en el caso de *El millor de cada casa* teniendo en cuenta que únicamente se

publican contenidos durante el fin de semana y con el fin de obtener una muestra lo suficiente representativa para desarrollar los resultados.

3.1.1. Fichas de programas

Los dos programas elegidos para el análisis son:

- **Directe 4.0:** Ràdio 4 ofrece todas las tardes de 16 a 19 horas un *Magazine* de entretenimiento dirigido por la periodista Xantal Llavina que combina actualidad, entretenimiento, innovación, tecnología, entrevistas y mucho más. Uno de sus valores fundamentales es el contacto directo con los oyentes que son el eje más importante del programa.

Afrontando ya su tercera temporada, el programa es líder semanal indiscutible, tanto por lo que a audiencia se refiere como a seguidores en redes sociales. Y es que Xantal y su equipo han superado esta tercera temporada los 10.300 seguidores en Facebook y Twitter.

Los tertulianos habituales del programa que acompañan a la presentadora Xantal Llavina son: Miquel Martí Gamisans, Nacho Martín, Gemma Aguilera, Natàlia Molero, Josep Salvat, Inés Arrimadas, Juan Arza, Andrea Levy, Eduard Güell, Nathan Baidez, Dani Condominas, Àlex Àvila, Toni Hervás, Antoni Garrell. Pitu Abril (BarcelonaTV), Josep Capdevila (SPORT), l'estilista professional d'imatge Josep Pons, Edgar Fornós (BARÇA TV), Ferran Martínez (Mundo Deportivo), Arseni Cañada (TVE), Sergi de Juan (El9esportiu), Xavi Riera (La Sexta), Laura Aparicio (Barça TV).

- **El millor de cada casa:** Ràdio 4 ofrece las mañanas de los fines de semana un programa divertido, fresco y muy interactivo con su audiencia. Miquel Murga es quien dirige el programa, acompañado de un grupo de peculiares colaboradores que cada semana ofrecen un tema en profundidad en sus respectivas secciones.

Murga y su equipo ofrecen al oyente entrevistas de todo tipo con deportistas, actores y músicos. Además, ofrecen oportunidades a jóvenes músicos que buscan una oportunidad en este complicado mundo, con entrevistas y audiciones.

El programa además de estar activo en las redes sociales analizadas como Twitter y Facebook, ofrece la posibilidad a sus oyentes de llamar al programa en directo y participar en sus concursos y preguntas. También cuenta con colaboraciones de sus oyentes en directo para la tertulia de deportes que cada fin de semana ofrece un aficionado del FC.Barcelona, un aficionado del R.C.D.Espanyol, un aficionado del Real Madrid y un aficionado del Atlético de Madrid.

Después de seleccionar las cuentas de los programas que se analizarán, se ha identificado sus cuentas en estas redes sociales.

	Facebook	Twitter
Radio 4	—	@radio4_rne
Directe 4.0	https://www.facebook.com/directe4.0	@Directe4
El Millor de Cada Casa	https://www.facebook.com/elmillorrtve	@elmillordecasa

3.2 FICHAS DE ANÁLISIS

Para llevar a cabo el trabajo, como explicábamos anteriormente, he diseñado fichas de análisis para cada una de las redes sociales analizadas. En primer lugar se ha realizado una pequeña ficha de análisis para realizar la identificación correspondiente de cada uno de los perfiles o cuentas que vamos a analizar.

Entrando en materia y en el análisis del contenido cabe destacar que tanto Facebook como Twitter cuentan con una ficha de análisis general para recoger y condensar toda la información extraída en un solo cuadro que nos permita ver de manera sencilla los resultados obtenidos.

Para el análisis del contenido en profundidad se ha optado por dos fichas, una por cada una de las redes sociales, con más datos, especificidades y extensión. Para ello se aplicará a cada una de las publicaciones del periodo analizado, la ficha correspondiente.

3.2.1. Ficha de análisis identificativo en Facebook

- a) Nombre utilizado
- b) Fecha de registro
- c) Apartado de información
- d) N° de seguidores o “Me gusta”
- e) N° de seguidos o “Me gusta”
- f) Imagen de perfil e imagen de encabezado

3.2.1 Ficha de análisis identificativo en Twitter

- a) Nombre de usuario
- b) Nombre
- c) Fecha de registro
- d) Apartado de biografía
- e) N° de seguidores o “Me gusta”
- f) N° de seguidos o “Me gusta”
- g) Imagen de perfil e imagen de encabezado

3.2.2 Ficha de análisis general para Facebook

FACEBOOK	Nº DE SEGUIDORES	Nº DE PUBLICACIONES	Nº DE “ME GUSTA”	Nº DE COMENTARIOS	Nº DE COMPARTIDOS
LUNES					
MARTES					
MIÉRCOLES					
JUEVES					
VIERNES					
SÁBADO					

DOMÍNGO					
---------	--	--	--	--	--

3.2.3 Ficha de análisis general para Twitter

TWITTER	SEGUIDORES	SEGUIDOS	Nº TUIITS	REDIFUSIÓN ¹	FAVORITOS
LUNES					
MARTES					
MIÉRCOLES					
JUEVES					
VIERNES					
SÁBADO					
DOMINGO					

3.2.4 Ficha de análisis específico para Facebook

1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad²
- c) Promoción de contenidos emitidos³
- d) Promoción de contenidos por emitir⁴
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio

¹ Retweets recibidos

² Dentro de esta categoría se incluyen las publicaciones que muestran su opinión sobre algo o en favor de algo, y las publicaciones que publicitan un contenido externo.

³³ En esta categoría se incluyen las publicaciones que muestren información sobre los programas ya emitidos o publiciten éstos.

⁴ En esta categoría se incluyen las publicaciones en las que se anuncia lo que se va a emitir o en las que se explique lo que está sucediendo en ese momento en antena.

2. ¿La publicación tiene etiquetas?
 - a) Si, a alguien del programa o la emisora
 - b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
 - c) Si, ambas
 - d) No
3. ¿La publicación contiene enlaces?
 - a) Si, a la página web de la emisora
 - b) Si a otros sitios web relacionados con el programa
 - c) Si a otros sitios web ajenos.
 - d) No
4. ¿ La publicación incluye contenido multimedia?
 - a) Si, imagen
 - b) Si, vídeo
 - c) Si, ambas
 - d) No
5. ¿La publicación incluye *Hastags*?
 - a) Si
 - b) No
6. ¿ La publicación ha generado comentarios?
 - a) Si, de los usuarios
 - b) Si, de respuesta a los usuarios
 - c) Si, ambas
 - d) No
7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos?
8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces?

3.2.5 Ficha de análisis específico para Twitter

1. Finalidad del mensaje:
 - a) Información
 - b) Opinión/ Publicidad
 - c) Promoción de contenidos emitidos
 - d) Promoción de contenidos por emitir
 - e) Respuesta a los usuarios

- f) Participación para los usuarios en la red social
 - g) Participación para los usuarios en la radio
 - h) Es un *retweet*.
2. ¿El tweet tiene mención?
- e) Si, a alguien del programa o la emisora
 - f) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
 - g) Si, ambas
 - h) No
3. ¿El tweet contiene enlaces?
- e) Si, a la página web de la emisora
 - f) Si a otros sitios web relacionados con el programa
 - g) Si a otros sitios web ajenos.
 - h) No
4. ¿El tweet incluye contenido multimedia?
- e) Si, imagen
 - f) Si, vídeo
 - g) Si, ambas
 - h) No
5. ¿El *tweet* incluye *Hastags*⁵?
- c) Si
 - d) No
6. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)
- e) El autor está vinculado a Radio 4
 - f) El autor no está vinculado a Radio 4
7. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?
- a) Si
 - b) No
8. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?
- a) Si
 - b) No
9. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

⁵ Un *Hastag* es una etiqueta que engloba temas.

- c) Si
- d) No

3.3. ENTREVISTAS

Una vez aplicadas las pertinentes fichas de análisis para cada una de las cuentas y/o perfiles seleccionados, en el periodo de tiempo establecido, pasaremos a analizar los resultados obtenidos y determinaremos así; cómo, cuándo y con qué fin utilizan las redes sociales. Además gracias a las entrevistas realizadas y el contacto con redactores, presentadores y periodistas de la emisora también veremos quién es la persona que lleva las redes sociales. A parte de las entrevistas realizadas, algunas conversaciones con profesionales de Radio 4 como Rosa Quitllet y Roger Franco han servido tanto para el marco teórico del trabajo, como para datos concretos del análisis.

Xavier Cusell – encargado de redes en Radio 4	07/05"/2014
Xavier Cusell – encargado de redes en Radio 4	23/05/2014
Miquel Murga – presentador de <i>El millor de cada casa</i>	07/05/2014
Andreas Schou – experto en redes sociales	20/04/2014
Laura Alonso – doctora experta en redes sociales	02/03/2014

RESULTADOS

Una vez aplicadas las pertinentes fichas de análisis para cada una de las cuentas y/o perfiles seleccionados, en el periodo de tiempo establecido, pasaremos a analizar los resultados obtenidos y determinaremos así; cómo, cuándo y con qué fin utilizan las redes sociales. Además gracias a las entrevistas realizadas y el contacto con redactores, presentadores y periodistas de la emisora también veremos quién es el que lleva las redes sociales y la profesionalidad de estos.

4.1 RADIO 4 (RNE): PIONERO EN NUEVAS TECNOLOGIAS

RTVE inició un proyecto arriesgado, costoso pero que poco a poco está dando sus frutos. El grupo creó un departamento de Interactivos que ha sido pionero en muchos aspectos en su presencia en la red.

Un portal web con servicio a la carta, *podcasting*⁶, y noticias actualizadas constantemente; aplicaciones para tabletas y móviles; y retransmisiones en directo (*streaming*⁷) desde la web con tecnologías punteras forman parte de la larga lista de proyectos que ha emprendido RTVE en los últimos años en relación con las nuevas tecnologías, y Radio 4, por lo tanto también. Por ello el uso de las redes sociales por parte de la emisora es algo que consideran fundamental hoy en día como una forma de información y de contacto con la audiencia, como explica su gestor de redes, Xavier Cusell.

Radio 4 tiene claro que las redes forman parte del escenario periodístico y comunicativo al que se han de adaptar. Twitter y Facebook son las redes más usadas por la emisora y sus programas para estar presentes en el entramado de redes sociales que ofrece hoy la red. Como explica Cusell las redes sociales son una oportunidad para encontrar a la audiencia.

Como hemos apuntado en el apartado de metodología la muestra seleccionada para el análisis está formada por tres tipos de cuentas: la cuenta principal de Radio 4, la cuenta de su magazine de tardes *Directe 4.0*, y el matinal de los fines de semana *El*

⁶ El *Podcasting* es el acto de distribuir archivos de audio gratuito (*Podcast*) en Internet mediante un proceso de grabación y distribución vía RSS.

⁷ El *Streaming* es el acto de emitir y reproducir contenidos multimedia (audio y vídeo) en tiempo real.

millor de cada casa. A continuació expndremos los resultados obtenidos en el análisis teniendo en cuenta el uso de Facebook y el uso de Twitter.

4.2 FACEBOOK

Radio 4 emprende su camino en las redes a mediados de 2009 creando su perfil en Twitter. Lo curioso es que todavía a día de hoy no exista un espacio en Facebook, una página corporativa de Ràdio 4. La carencia de un perfil en esta red social “responde a motivos estructurales” explica Cusell. Debido a la actualización de información y contenidos en su página web, es inviable que se tengan dos espacios en los que difundir información, así que eligieron Twitter, de perfil más informativo que Facebook, para comunicar la publicación de *podcast* i de los personajes que intervienen diariamente en los diferentes programas, así como dar soporte a éstos y a su reconocimiento por parte de la audiencia.

Volviendo a Facebook, podemos decir que es un aparador en el que reflejar los valores i las ideas del programa así como los contenidos del programa o de la emisora, además de publicitar contenidos, actividades y concursos. Facebook y sus páginas corporativas ofrecen la posibilidad de acercarse y fidelizar a los oyentes, así como es el lugar idóneo para encontrar un nuevo público que esté acostumbrado a la nueva radio, a la *ciberradio*.

4.2.1 Fichas de programas

Ficha 1

Ficha de programas *El millor de cada casa* – Elaboración propia

Nombre utilizado	El millor de cada casa – Ràdio 4
Fecha de registro	2010
Seguidores o “me gusta”	497

Ficha 2

Ficha de programas *Directe 4.0* – Elaboración propia

Nombre utilizado	Directe 4.0
Fecha de registro	2011
Seguidores o “me gusta”	5561

4.2.2 Tablas de resultados generales

Tabla 1

Tabla de resultados del análisis de Facebook *Directe 4.0* – Elaboración propia

FACEBOOK <i>Directe 4.0</i>	Nº DE SEGUIDORES	Nº DE PUBLICACIONES	Nº DE “ME GUSTA”	Nº DE COMENTARIOS	Nº DE COMPARTIDOS
LUNES	5402	3	3	1	0
MARTES	5426	3	0	0	0
MIÉRCOLES	5442	3	0	0	0
JUEVES	5458	0	0	0	0
VIERNES	5477	3	1	0	0
SÁBADO	5499	0	0	0	0
DOMÍNGO	5518	0	0	0	0

Tabla 2

Tabla de resultados del análisis de Facebook *Directe 4.0* – Elaboración propia

FACEBOOK	Nº DE SEGUIDORES	Nº DE PUBLICACIONES	Nº DE “ME GUSTA”	Nº DE COMENTARIOS	Nº DE COMPARTIDOS
SÁBADO 3	487	4	9	0	0
DOMINGO 4	488	5	0	0	0
SÁBADO 10	489	1	0	0	0
DOMINGO 11	489	6	0	0	0

4.2.3 Línea grafica

Pero como aconsejan los expertos; si se tienen perfiles en redes hay que cuidar el diseño, actualizarlos e interactuar con el que está al otro lado. Si la organización quiere dar buena imagen de marca, es necesario implicar-se en la unificación del diseño de todos los portales vinculados, y más teniendo en cuenta que el formato de la

última actualización de Facebook incluye una imagen de cabecera y otra imagen de perfil.



Imagen 1 - Fuente RTVE –RNE
Imagen de perfil en Facebook del programa *El millor de cada casa*



Imagen 2 - Fuente RTVE –RNE
Imagen de perfil en Facebook del programa *Directe 4.0*



Ilustración 3 - Fuente RTVE –RNE
Imagen de cabecera en Facebook del programa *El millor de cada casa*



Il·lustració 4 - Fuente RTVE –RNE
Imagen de cabecera en Facebook del programa *Directe 4.0*

Como vemos, en el caso de la imagen perfil, ambos programas utilizan la imagen corporativa de Radio4, la misma que aparece en la página web de RTVE y en la del programa en particular. En el caso de *El millor de cada casa* [Imagen 1 - Fuente RTVE – RNE aparece la imagen de Miquel Murga, el presentador del programa y de fondo los colores corporativos de RNE, el nombre del programa y el nombre de la emisora. En el caso del programa *Directe4.0* [Imagen 2 - Fuente RTVE –RNE la fotografía es también de su presentadora, Xantal Llavina y como en el caso anterior, los colores corporativos de RNE, el nombre del programa y de la emisora.

En cuanto a la imagen de cabecera sí que encontramos diferencias. Mientras que *El millor de cada casa* [Ilustración 3 - Fuente RTVE –RNE] opta por el logo de Radio 4, *Directe4.0* [Ilustración 4 - Fuente RTVE –RNE se inclina por una imagen grupal de los presentadores y colaboradores del programa, con el nombre del programa y de la emisora incorporado. En general ambos programas siguen la estética propia de la emisora y una misma línea de diseño.

4.2.4 Descripción informativa

Además de la presentación gráfica i visual de la página o perfil corporativo también es importante observar qué información propia es la que aparece en los diferentes perfiles de los programas, ya que es el primer mensaje que lanzan a la audiencia y a sus propios oyentes.

Descripción informativa del programa *El millor de cada casa* en Facebook

Tabla 3

EL MILLOR DE CADA CASA és la proposta de Ràdio4 pels caps de setmana.

La descripción que ofrece en este caso el programa es muy sencilla, solo aparece el nombre del programa i el horario de emisión de éste, pero el usuario puede encontrar más detalles como el argumento del programa, la fecha de creación de la página y la web en el apartado “información” de la página de Facebook del programa.

Sobre EL MILLOR DE CADA CASA és la proposta de Ràdio4 pels caps de setmana. DISSABTES I DIUMENGES de 9h a 12h. Misión Passar els caps de setmana amb alegria i bon rotllo Perfil de la empresa El programa dels caps de setmana de Ràdio4, dirigit i presentat per Miquel Murga, de 9 a 12 del matí. Amb les col·laboracions de Carlos Tavera, la Isa Najas, el Sr. Ramon la Laura González, el Jordi Milian, l'Enrique Cuervas, la Laura Zafra, el Totu D. Llavanes, el David... I un munt de sorpreses cada cap de setmana!	Información básica Se unió a Facebook 26/09/2010 información de contacto Dirección de correo electrónico elmillor@rtve.es Sitio web http://www.rtve.es/radio4 http://www.twitter.com/elmillordecasa
--	--

Ilustración 5 - Fuente RTVE –RNE
Apartado “Información” del programa *Directe 4.0* en Facebook

La descripción informativa que ofrece el programa *Directe 4.0* es muy completa. Aunque en su descripción [Tabla 4] aparezca únicamente el horario del programa, el dial, el enlace al sitio web y el contacto, en el apartado “información” [Imagen 6] de su página de Facebook podemos encontrar muchos más datos sobre el programa, como por ejemplo una breve descripción de los contenidos, colaboradores y secciones; un espacio de información básica en el que se puede ver la fecha de creación de la página, la red o dial, el número de temporada, los premios, la dirección y el equipo.

Descripción informativa del programa *Directe 4.0* en Facebook

Tabla 4

DIRECTE 4.0. Les Tardes de Ràdio 4. Dirigit i presentat per Xantal Llavina
DE 16h -19h, DILLUNS a DIVENDRES , <http://www.rtve.es/radio4>
BARCELONA: 100.8 FM, GIRONA 90.8 FM, LLEIDA: 87.9 FM, TARRAGONA: 90.7 FM

PODEU PARTICIPAR A TRAVÉS DEL FACEBOOK I TWITTER O TAMBÉ:
Email: directe4.0@rtve.es i telèfon gratuït de 16h a 19h- 900.630.630

Sobre

DIRECTE 4.0. Les Tardes de Ràdio 4. Dirigit i presentat per Xantal Llavina DE 16h -19h, DILLUNS A DIVENDRES, <http://www.rtve.es/radio4> BARCELONA: 100.8 FM, GIRONA 90.8 FM, LLEIDA: 87.9 FM, TARRAGONA: 90.7 FM

Descripción

PODEU PARTICIPAR A TRAVÉS DEL FACEBOOK I TWITTER O TAMBÉ:
Email: directe4.0@rtve.es i telèfon gratuït de 16h a 19h- 900.630.630

Argumento

"Després de 490 programes i més de 1.000 convidats, des del Directe 4.0 volem continuar creixent en aquesta tercera temporada ampliant els oients que cada tarda de 16h a 19h connecten amb Ràdio 4 i ens segueix a les xarxes socials" afirma Xantal Llavina.

El científic Dani Jiménez, la cuinera Ada Parellada i Sor Lucia Caram, novetats de la tercera temporada

Enguany el magazine directe 4.0 de ràdio 4-rne reforça el seu interès en internet amb 5 noves seccions

A la temporada on s'arriba als 500 programes, el Directe 4.0 suma nous col·laboradors com la del científic català Dani Jiménez, que farà "Ciència per gent de lletres", la cuinera Ada Parellada que prepararà moltes receptes a la secció "4 fogons", les col·laboracions de Sor Lucia Caram a la secció "Canvi de Xip" amb Bruno Sokolowicz o les imitacions d'en Luisi a la seva "Vinyeta".

L'actualitat, l'entreteniment, la innovació, Internet, l'emprenedoria, les entrevistes i el contacte amb els oients continuaran sent els eixos més importants del programa de les tardes presentat per Xantal Llavina. "El magazine es reforça amb 5 seccions al voltant del món d'Internet: la "Xarxa.cat" amb Ricard Castellet i Trina Milan, "Un món d'aplicacions" amb Roger Franco, "Fotolol" amb Dolors Boatella, "Community.cat" amb Dani Casanovas i Guim Fortuny i El Xat entrevistes amb empreses tecnològiques".

També seguiran els col·laboradors que van engegar aquest projecte des del seu inici, com l'actor Quim Masferrer amb la secció l'"EntreNOvista", la "Contra 4.0" amb el periodista de La Vanguardia Lluís Amiguet, els remeis de l'Albert Rami, l'"Economia 4.0" amb els professors de IESE Jaume Llopis i Miquel Ulladó, el món del teatre amb l'"Escena 4.0" amb l'actor i director Enric Cambray, el millor del cinema a "La Catifa Vermella" de la crítica Conxita Casanovas i els blocs més interessants amb la Carlota Fàbregas al Carlota.com.

Información básica

Se unió a Facebook	30/06/2011
Red	RTVE-100.8 FM- RÀDIO 4- RNE, LA PRIMERA EN CATALÀ
Temporada	3
Horario	A Ràdio 4 de 16h-19h de la tarda de Dilluns a Divendres.
Premios	Directe 4.0 truca'ns i participa! Concurra amb nosaltres i emporta't premis o opina amb nosaltres al programa: 900.630.630. També ho pots fer a través de les xarxes socials: el nostre Facebook o Twitter @Directe4 o a través del correu electrònic del programa: directe4.0@rtve.es Ens trobaràs a Barcelona al 100.8, a Girona al 106.2, a Lleida al 87.9 i Tarragona al 90.7. Recupera tots els podcasts del programa a la web de Ràdio 4, la primera en català.
Protagonizado por	DIRECTE 4.0 - TERCERA TEMPORADA
Dirigido por	DIRECCIÓ I PRESENTACIÓ: Xantal Llavina
Escrito por	EQUIP DIRECTE 4.0: Quique Quera, Ferran Grau, Bruno Sokolowicz, David Serra i Ramón Fornós.

información de contacto

Sitio web	http://www.rtve.es/radio/20120906/progra...
-----------	---

Imagen 6 - Fuente RTVE –RNE
Apartado "Información" del programa *Directe 4.0* en Facebook

Como podemos observar en el anterior análisis, la información del programa *Directe 4.0* es mucho más amplia que la que ofrece el programa de Murga, en este caso no encontramos un patrón fijo de información salvo la básica que se detalla en la cápsula que encontramos en el perfil principal.

4.2.5 Seguidores o "Me gusta" e interlocución

Otro de los datos fundamentales en el análisis de las redes sociales es el número de seguidores o "me gusta" (dependiendo de si es un perfil o una página) que tienen las cuentas. No únicamente por el simple número, sino porque en definitiva ese "número" són personas que reciben la información que se lanza desde la cuenta, y por lo tanto es el público o la audiencia que recibe los mensajes.

En este sentido el programa de Xantal Llavina cuenta con más "Me gusta" que el programa de Miquel Murga con 5.518⁸ contra 489⁹. El incremento de seguidores de

⁸ Al final del período de análisis.

Directe 4.0 es muy notorio día a día, incluso durante los fines de semana en los que el programa no se emite. Durante el periodo analizado el incremento de “Me gusta” en una semana es de 116, mientras que en *El millor de cada casa* el incremento es únicamente de 2 seguidores en dos semanas.

4.2.6 Mensajes; contenido y finalidad

A continuación pasaremos a analizar tanto el número de mensajes publicados por cada programa como el contenido de éstos y su finalidad, pero primero comentaremos quién es la persona que en cada caso gestiona y controla las publicaciones de los diferentes perfiles.

Xavier Cusell es el responsable de redes en Radio4 y también el coordinador de éstas en algunos programas como *Directe 4.0*. Formado como periodista, y relacionado con la tecnología desde que iniciara su formación académica i post-académica. Además ha hecho cursos especializados en nuevas tecnologías de la información (TIC's) y en usos de las redes. Se ha especializado en información de nuevas tecnologías en el informativo de TVE Catalunya hasta el 2004.

En el programa *El millor de cada casa* los encargados de publicar en las redes sociales son los mismos colaboradores fijos del programa.

Adentrándonos ya en el análisis, lo primero en lo que nos fijamos es en la cantidad final de mensajes publicados a lo largo de la semana en el caso de *Directe 4.0* y durante los dos fines de semana analizados en el caso de *El millor de cada casa*. El programa de Murga publica únicamente durante los días de emisión del programa; sábado y domingo, por ello, para que el análisis fuera más representativo, como explicamos, se han analizado dos fines de semana. El programa de Xantal Llavina también publica contenidos únicamente en los cinco días de emisión de su programa, es decir, de lunes a viernes.

El millor de cada casa publicó a lo largo de un fin de semana 9 mensajes en su cuenta, y en el segundo fin de semana analizado 7, un registro que concluye con 16 mensajes en cuatro días. Destacamos que no hay día de programa sin publicación aunque no existe regularidad en la publicación de contenidos.

⁹ Al final del periodo de análisis.

En el caso de *Directe 4.0* existe cierta regularidad en la publicación de contenidos. Lunes, martes, miércoles y viernes el número de publicaciones diarias fue de 3, mientras que el jueves no se publicó nada, lo que concluye el registro con 12 publicaciones en cinco días.

En cuanto a cantidad de mensajes concluimos el análisis con una baja publicación en Facebook en el caso de las dos cuentas, aunque el programa de Xantal Llavina publique con más regularidad que el programa de Miquel Murga, pero en cambio éste publique algo más en cuatro días que el magazine de tardes en cinco días.

El análisis además ha tenido en cuenta el número de comentarios y “me gusta” recibidos en cada una de las publicaciones con un resultado similar a la cantidad total de mensajes; una baja participación, y por lo tanto una reducida interactividad tanto por parte de la audiencia como por parte de los programas. El magazine de tardes generó en los cinco días de emisión analizados un total de 4 “me gusta” y 1 comentario. Además ninguna publicación fue compartida por los usuarios.

Como vemos en la imagen siguiente la publicación que generó el único comentario de la semana fue la que presentaban a uno de los colaboradores del programa. El comentario en cuestión es una pregunta que el programa no contestó, así que a pesar de que el responsable de redes del programa, Xavier Cusell, explique que para ellos es imprescindible el contacto con la audiencia, el feedback, podemos ver como un solo comentario que tiene el programa en la semana, además en forma de pregunta, no tiene respuesta del programa.



Ilustración 7 - Fuente RTVE –RNE
Publicación del programa *Directe 4.0* en Facebook

El magazine de las mañanas de los fines de semana recogió en los cuatro días de emisión analizados un total de 9 “me gusta” y ningún comentario. Además, como en el caso anterior, tampoco fue compartida ninguna publicación por los usuarios.

En este caso, 8 de los nueve “me gusta” fueron en una misma publicación, como vemos en la imagen siguiente, y el que falta para llegar a los nueve fue hecho por el propio programa.

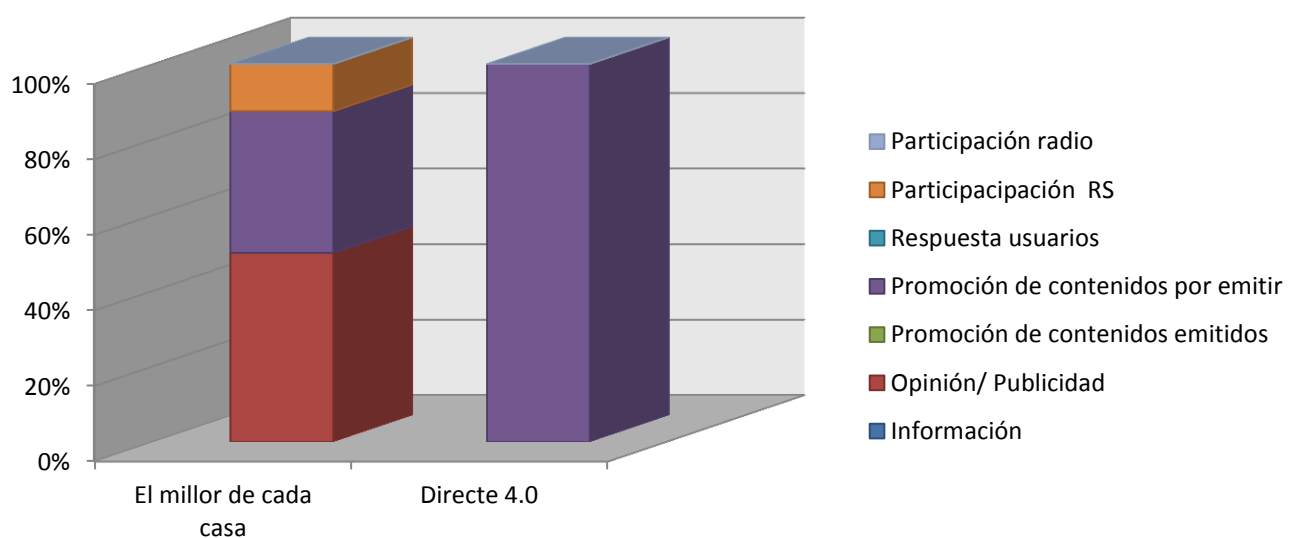


Ilustración 8 - Fuente RTVE –RNE
Publicación del programa *El millor de cada casa* en Facebook

Como vemos, el tema de la publicación es un debate que está a punto de empezar sobre sexualidad.

Analizados los resultados vemos que en ambos perfiles el número de “me gusta” és superior al de comentarios y compartidos, lo que nos lleva a pensar que el usuario ve la publicación pero no llega a interactuar con ella porque no encuentra motivos por lo que hacerlo, y eso nos lleva a la conclusión de que tal vez el mensaje emitido no tiene la finalidad de buscar participación de la audiencia.

Por ello analizamos también el contenido, no solo la cantidad de mensajes que emiten en esta red social los dos programas. En cuanto a la finalidad de cada publicación, partíamos de la premisa que las publicaciones pueden ser estrictamente informativos, pueden ofrecer contenido de opinión o de publicidad, pueden promocionar contenidos emitidos o por emitir, pueden ser de respuesta a los usuarios o llamar a la participación de éstos ya sea en la propia página o la radio. Analizadas todas y cada una de las publicaciones según estos supuestos podemos ver la finalidad general de los mensajes a través del gráfico de resultados que exponemos a continuación.



En el caso de *El millor de cada casa* el 50% de las publicaciones son de opinión o de publicidad, y en este caso concreto el programa lo utiliza para publicitar vídeos musicales, obras de teatro, y actividades de diferentes ámbitos culturales que la audiencia puede disfrutar como podéis ver en el ejemplo que dejamos a continuación donde se promociona la película francesa “Un castillo en Italia”.



Ilustración 9 - Fuente RTVE –RNE
Publicación del programa *El millor de cada casa* en Facebook

El 38% de las publicaciones están dedicadas a la promoción de contenidos que van a emitirse o que se están emitiendo en ese mismo instante. Como por ejemplo las tertulias que hacen con diferentes personalidades, las entrevistas y los invitados que llegan al estudio. Esa es una estrategia que siguen algunos programas para atraer al público con el contenido de sus secciones, y que la audiencia sintonice entonces el programa. Y finalmente el 12% de los mensajes reclaman la participación de los usuarios tanto en las redes sociales como en el programa, como por ejemplo preguntas directas o comentarios sobre un tema.

En cambio en el programa *Directe 4.0* vemos que el 100% de sus publicaciones están pensadas para promocionar contenido que van a emitir. En el caso de *El millor de cada casa* veíamos que este tipo de contenido lo usaban casi siempre para explicar a la audiencia lo que estaban haciendo en ese momento o lo que estaba a punto de ocurrir. El programa de Xantal en cambio utiliza Facebook únicamente para dar a conocer qué invitados y colaboradores va a tener en el programa esa tarde. La única actividad en Facebook del programa, por lo tanto, es la promoción de contenidos (en este caso de los invitados) que podrán escuchar los oyentes por la tarde como podemos ver en la siguiente imagen.



Ilustración 10 - Fuente RTVE –RNE
Publicación del programa *Directe 4.0* en Facebook

Este tipo de mensajes se utilizan para llamar la atención del público para que esté atento al programa, aunque tal vez sería más efectivo si las publicaciones se subieran a la red social también en el momento en el que llega el invitado o colaborador.

4.2.7 Recursos de redes

El lenguaje multimedia abre un abanico de posibilidades para interactuar en las redes, ampliar la información y mostrarla desde diferentes puntos de vista. Hablamos de otros recursos de redes para referirnos a las herramientas adicionales que las redes sociales permiten incluir en sus publicaciones, dada la naturaleza hipermedia de la web 2.0, y que nos dan la opción de que el mensaje no se acabe en el mensaje inicial, sino que se amplíe con contenidos vinculados gracias a los enlaces, las menciones y las etiquetas.

Enlaces

Los enlaces son la herramienta más común del texto multimedia. Gracias a ellos podemos redirigir al usuario a otro sitio web, y por la importancia que tienen en el texto periodístico multimedia, era fundamental tenerlo en cuenta en nuestro análisis.

El uso de los enlaces por parte de ambos perfiles de los programas es muy similar. Aunque en más de la mitad de publicaciones aparezca un enlace, todos ellos redirigen a una página web externa, sin relación alguna con el programa o la emisora. Youtube es la web más enlazada en las publicaciones para insertar vídeo a la publicación. La ventaja de las últimas actualizaciones de Facebook es que el vídeo enlazado puede visualizarse en la misma página de Facebook sin necesidad de abrir una nueva ventana, y por lo tanto el usuario permanece en la publicación, es decir, en el muro.

Los enlaces que no están redirigidos a Youtube se diversifican entre páginas web de espectáculos, cultura y música; y tienen relación directa con el contenido del mensaje, que en su gran mayoría suele ser de opinión o publicidad.

El millor de cada casa utilizó los enlaces en 11 publicaciones de un total de 14, pero como explicamos la mayoría de éstos estaban dirigidos a Youtube. *Directe 4.0* en cambio utilizó enlaces en 4 de 12 publicaciones, y también dirigidos a páginas ajenas a la emisora como Youtube.



Ilustración 11 Fuente RTVE –RNE
Publicación del programa *El millor de cada casa* en Facebook

Menciones y etiquetas o *Hastags*

Otro de los elementos característicos del lenguaje de Facebook son las menciones, que permiten vincular a una persona o perfil a una publicación. El uso de éstas suele darse para “reclamar la atención” de una persona en la publicación o para vincularla directamente con el mensaje. En el caso de *El millor de cada casa* no utilizan ni etiquetas ni menciones en ninguna de sus publicaciones. El programa *Directe 4.0* en cambio, utiliza las menciones o etiquetas para vincular el mensaje con el perfil en la red social de la persona a la que se refieren, en este caso los invitados que tienen en el programa. De sus 12 publicaciones analizadas en Facebook, 4 tenían menciones.

Las primeras versiones de Facebook ya incorporaban las menciones o etiquetas, una forma fácil y sencilla de interactuar con una persona o perfil.



Hablamos de *Hastag* para referirnos a una etiqueta identificativa que nace en Twitter con la intención de englobar temas. Facebook en sus últimas actualizaciones ha insertado la opción de incluir estas etiquetas con el mismo fin; englobar temas.

En este sentido los programas analizados no se han habituado todavía a el uso de este recurso en esta red social y únicamente una publicación del programa *Directe 4.0* contenía una etiqueta.

Multimedia

En este apartado nos centraremos en el uso de las herramientas multimedia en su más estricto sentido: el audio, el vídeo y la imagen.

Las redes sociales también hacen posible ampliar la información que contiene el mensaje de las publicaciones con fotografías, vídeos y audios. La radio y el audio van de la mano, pero curiosamente este análisis concluye que lo que más utilizan los perfiles de los programas de Radio 4 son las imágenes, aunque también los vídeos.

El 36% de las publicaciones de *El millor de cada casa* no tienen contenidos multimedia, otro 36% incorpora vídeos a los mensajes, y el 29 restante utiliza fotografías.

En el caso de *Directe 4.0* todas sus publicaciones (el 100%) contienen imágenes, por lo tanto en sus mensajes no incluyen ni vídeos ni audios.

4.3 TWITTER

Como comentamos al inicio, Radio 4 empieza su camino en las redes a mediados de 2009 creando su perfil en Twitter con la intención de utilizarlo como distribuidor y herramienta de publicidad para promover contenidos ya emitidos y también para hacerlo con contenidos por emitir, o por lo menos es lo que explica el profesional que lleva las redes en Ràdio4, Xavier Cusell.

Twitter se ha convertido en los últimos años en una potente herramienta de información instantánea. Gracias a esta red social millones de personas pueden saber lo que está ocurriendo al otro lado del mundo. Pero sin duda Twitter es una herramienta de *feedback* o comunicación entre usuarios; un lugar idóneo en el que interactuar con la audiencia, aunque lo cierto es que, como veremos más adelante, aunque la intención inicial es la de tener una interacción fluida con los usuarios, la realidad es muy distinta.

Los programas de Radio 4 analizados también tienen presencia en Twitter. El millor de cada casa inicia su aventura en el mundo de los tuits en marzo de 2011 porque como afirma su presentador, Miquel Murga, estar en las redes es necesario. Tras verse obligado a acortar el nombre de su programa debido a la limitación de caracteres que permite el sistema de Twitter, el programa acaba viendo la luz como *El millor de casa* @elmillordecasa en lugar de *El millor de cada casa*.

El millor de cada casa está presente en las redes sociales porque como explica su presentador Miquel Murga “ahora mismo es imprescindible estar en las redes”. Murga afirma que las redes sociales les han abierto las puertas para que los oyentes puedan ver lo que hay detrás de las radios y de los micrófonos.. Pero lo cierto es que en los dos perfiles con los que cuenta el programa solo funcionan durante el fin de semana, y más concretamente en horario de emisión de éste, es decir, entre las nueve de la mañana y las doce del mediodía.

También presente en Twitter el programa de Xantal Llavina, también muy activa en esta red social. *Directe 4.0* se registra apenas unos meses después que el programa de Murga, en julio de 2011 bajo las manos de Xavier Cusell, el también encargado de las redes generales de Radio 4.

4.3.1 Fichas de programas

Ficha 3
Ficha de programas *RNE* – Elaboración propia

Nombre de usuario	@radio4_rne
Nombre	Radio4_rne
Fecha de registro	Julio 2009
Seguidores	12.163
Siguiendo	281

Ficha 4
Ficha de programas *El millor de cada casa* – Elaboración propia

Nombre de usuario	@elmillordecasa
Nombre	<i>El millor de casa</i>
Fecha de registro	21 Marzo 2011
Seguidores	444
Siguiendo	97

Ficha 5
Ficha de programas *Directe 4.0* – Elaboración propia

Nombre de usuario	@directe4
Nombre	DIRECTE4.0_Radio4rne
Fecha de registro	Julio 2011
Seguidores	6912
Siguiendo	3352

4.3.2 Tablas de resultados generales

Tabla 5
Tabla de resultados del análisis de Twitter *RNE* – Elaboración propia

TWITTER	SEGUIDORES	SEGUIDOS	Nº TUI TS	REDIFUSIÓN	FAVORITOS
LUNES	11.987	279	14	0	0
MARTES	11.996	279	15	0	0
MIÉRCOLES	12.023	279	15	0	0
JUEVES	12.029	280	1	0	0
VIERNES	12.031	280	8	0	0
SÁBADO	12.044	280	0	0	0
DOMINGO	12.058	280	0	0	0

Tabla 6
Tabla de resultados del análisis de Twitter *El millor de cada casa* – Elaboración propia

TWITTER	SEGUIDORES	SEGUIDOS	Nº TUI TS	REDIFUSIÓN	FAVORITOS
SÁBADO 3	240	97	0	0	0
DOMINGO 4	242	97	11	1	0
SÁBADO 10	243	97	0	0	0
DOMINGO 11	243	97	13	1	0

Tabla 7
Tabla de resultados del análisis de Twitter *Directe 4.0* – Elaboración propia

TWITTER	SEGUIDORES	SEGUIDOS	Nº TUIITS	REDIFUSIÓN	FAVORITOS
LUNES	6895	3340	12	36	26
MARTES	6898	3340	15	26	17
MIÉRCOLES	6901	3340	15	31	18
JUEVES	6902	3340	0	0	0
VIERNES	6902	3342	17	21	16
SÁBADO	6904	3342	0	0	0
DOMINGO	6904	3342	0	0	0

4.3.3 Línea grafica

En Twitter también es imprescindible la imagen. La cabecera, la imagen de perfil y el fondo de la página están en manos del usuario para personalizar. Como en el caso de Facebook se debe seguir una misma línea de diseño para unificar todos los perfiles vinculados a una misma causa, y en este caso también existe un equilibrio de diseño entre los perfiles de las diferentes cuentas, y sus respectivos perfiles en otras redes sociales.



Ilustración 12 - Fuente RTVE –RNE
Imagen de perfil en Twitter del programa El mejor de cada casa



Imagen 13 - Fuente RTVE –RNE
Imagen de perfil en Twitter de RNE



Imagen 14 - Fuente RTVE –RNE
Imagen de perfil en Twitter del programa *Directe 4.0*

En la imagen de perfil, siguiendo el mismo patrón que tienen en Facebook utilizan la imagen corporativa de Radio4. La cuenta principal de la emisora utiliza su logo siguiendo los colores corporativos al igual que lo hacen ambos programas. Como en el caso de Facebook, *El millor de cada casa* [Imagen 1 - Fuente RTVE –RNE utiliza la misma imagen, la fotografía de Miquel Murga, presentador del programa, y de fondo los colores corporativos de RNE, el nombre del programa y el nombre de la emisora.

Siguiendo el exactamente lo mismo que en el programa de Murga, *Directe 4.0* utiliza la misma imagen de perfil que en Facebook; la fotografía es también de Xantal Llavina y los colores corporativos de RNE, el nombre del programa y de la emisora.

En cuanto a la imagen de cabecera volvemos a encontrar diferencias. El perfil principal de la emisora sigue utilizando una imagen diseñada a partir de sus colores corporativos, su logo y el nombre de su cuenta de Twitter.

El millor de cada casa tiene algo más descuidado su diseño; pues no utilizan imagen de cabecera, y en su lugar aparece un fondo de un tono azul, color que no se corresponde con el rojo característico de la emisora.

Y finalmente el programa de Llavina utiliza la misma fotografía grupal que tiene en la cabecera de Facebook, con los presentadores y colaboradores del programa. Por lo que en general, salvo el caso aislado de *El millor de cada casa* por lo que hace a su cabecera, las cuentas suelen seguir la estética de la emisora, al igual que en Facebook.

4.3.4 Seguidores y seguidos e interlocución

Otro de los datos fundamentales en el análisis de las redes sociales es el número de seguidores o “me gusta” (dependiendo de si es un perfil o una página) que tienen las cuentas. No únicamente por el simple número, sino porque en definitiva ese “número” són personas que reciben la información que se lanza desde la cuenta, y por lo tanto es el público o la audiencia que recibe los mensajes.

En este sentido el programa de Xantal Llavina cuenta con más “Me gusta” que el programa de Miquel Murga con 5.518¹⁰ contra 489¹¹. El incremento de seguidores de *Directe 4.0* es muy notorio día a día, incluso durante los fines de semana en los que el programa no se emite. Durante el periodo analizado el incremento de “Me gusta” en una semana es de 116, mientras que en *El millor de cada casa* el incremento es únicamente de 2 seguidores en dos semanas.

4.3.5 Descripción informativa

Además de la presentación grafica i visual de la página o perfil corporativo también es importante observar qué información propia es la que aparece en los diferentes perfiles de los programas, ya que es el primer mensaje que lanzan a la audiencia y a sus propios oyentes.

¹⁰ Al final del período de análisis.

¹¹ Al final del periodo de análisis.

Tabla 8

Informa't a temps real de tot el que es parla a Ràdio 4. Assabenta't de les últimes notícies i escolta-les a la pàgina web de Ràdio 4 a RTVE.es
 Barcelona rtve.es/radio4

Descripción informativa del programa *El millor de cada casa* en Twitter

Tabla 9

EL MILLOR DE CADA CASA és la opció ideal per estar al corrent de l'actualitat, des d'un punt de vista fresc i divertit. DISSABTES i DIUMENGES de 9h a 12h.
 RNE Ràdio4 rtve.es/radio4

Descripción informativa del programa *Directe 4.0* en Twitter

Tabla 10

DIRECTE 4.0 Les Tardes [@Radio4](https://twitter.com/Radio4) RNEamb [@Xantallavina](https://twitter.com/Xantallavina). 16h a 19h de Dilluns a Divendres <http://www.rtve.es/radio4> Actualitat, Entreteniment, Innovació, Internet. BCN, 3aTemporada, Facebook: facebook.com/directe4.0

4.3.6 Mensajes; contenido y finalidad

Nos centramos ya en el análisis, y lo primero en lo que nos fijamos es en la cantidad final de mensajes publicados a lo largo de la semana en el caso de *Directe 4.0* y el perfil de Radio 4, y durante los dos fines de semana analizados en el caso de *El millor de cada casa*.

El programa de los fines de semana publica únicamente durante los días de emisión y por ello, como hemos hecho con el análisis de Facebook, para que éste fuera representativo se han analizado dos fines de semana. Al igual que en Facebook, el programa *Directe 4.0* también publica contenidos únicamente en los cinco días de emisión de su programa de lunes a viernes. En el caso del perfil de Radio 4, hemos visto que también se publica únicamente entre semana.

Radio 4 publicó 53 mensajes en su perfil de Twitter durante la semana del 28 de abril al 4 de mayo. Durante los primeros tres días de la semana las publicaciones fueron

regulares, publicando entre 14 o 15 *tweets* ¹² al día, el cuarto día solo se publicó un mensaje, y el viernes 8. Finalmente durante el fin de semana no hubo actividad en la cuenta.

El millor de cada casa publicó 24 mensajes en su cuenta de Twitter durante el periodo analizado. Con la distribución de 11 publicaciones el primer fin de semana analizado, y 13 a lo largo del segundo. Curiosamente en ambos fines de semana solo ha habido actividad en la cuenta un día, el domingo, publicándose la cantidad citada en un mismo día de los dos. Por lo tanto podemos decir que no existe regularidad a la hora de publicar en Twitter. Por otro lado, podemos comprobar, tal y como afirma Miquel Murga, que no tienen ningún tipo de obligación por parte de la emisora ni del mismo programa de publicar todos los días de la semana, ni tampoco los días de emisión.

En el caso de *Directe 4.0* existe cierta regularidad en la publicación de contenidos al igual que en Facebook. Durante los tres primeros días se publicaron entre 12 y 15 mensajes. El jueves no se publicó nada y el viernes subió algo más el número de mensajes hasta los 17. Como hemos dicho anteriormente durante el fin de semana el programa no publica mensajes en la cuenta.

Por lo que a cantidad de mensajes se refiere, en el caso de Twitter podemos decir que hay más actividad de las cuentas, la publicación de mensajes es más elevada, con la representación a la cabeza del perfil de Radio 4. Le sigue el programa de Xantal Llavina con cierta regularidad de publicación, y finalmente el programa de Murga es el que menos publica, aunque tiene más actividad que en Facebook.

En el análisis también tenemos en cuenta, dada la interacción con los usuarios que propicia Twitter, el número de respuestas, favoritos y redifusión (*reweets*¹³) recibidos en cada una de las publicaciones.

El resultado es muy diferente en cada una de las cuentas. Mientras que el programa *El millor de cada casa* y el perfil de Radio 4 apenas tienen interacción con los usuarios, el programa de Xantal Llavina todo lo contrario. El programa *Directe 4.0* ha logrado en una semana un total de 114 RT¹⁴ y 78 favoritos. El programa *El millor de cada casa* obtuvo únicamente 2 RT y ningún favorito en el periodo analizado, y finalmente, el perfil de Radio 4 no logró interacciones.

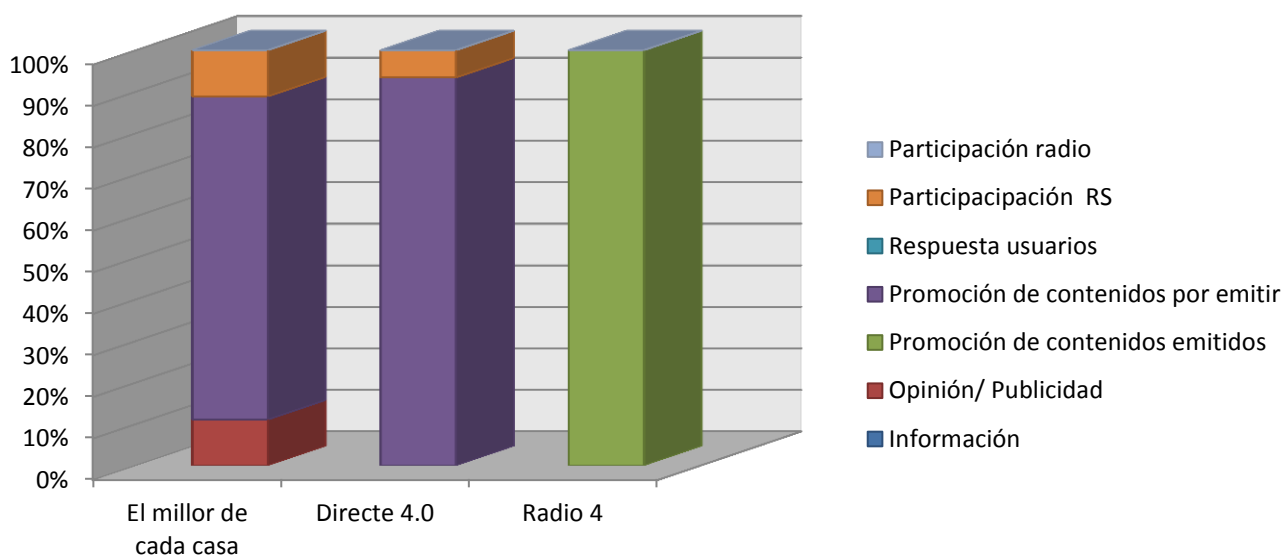
¹² *Tweet*: nombre que recibe cada una de las publicaciones de la red social Twitter.

¹³ Dar *retweet* significa copiar un *tweet* en tu propio perfil de Twitter. Cualquier persona que vea tu perfil puede ver el tweet junto con el nombre de usuario de la persona que originalmente lo haya escrito.

¹⁴ Abreviación de *retweet*.

El resultado por lo tanto, quitando el programa de Llavina, es similar a la cantidad total de mensajes, y al igual que en Facebook, muy baja participación y muy poca interacción con el usuario.

Como en el caso de Facebook, también hemos analizado el contenido del mensaje. En este sentido, en la finalidad de cada publicación, partíamos de la premisa que las publicaciones pueden ser estrictamente informativos, pueden ofrecer contenido de opinión o de publicidad, pueden promocionar contenidos emitidos o por emitir, pueden ser de respuesta a los usuarios o llamar a la participación de éstos ya sea en la propia página o la radio, al igual que en Facebook. Con este análisis podemos comprobar la finalidad de cada programa o perfil en publicar los mensajes en sus cuentas.



En el caso de *El millor de cada casa* el 70% de las publicaciones están relacionados con contenidos que van a emitir o de hechos que se están produciendo en directo. En este sentido el programa utiliza este tipo de publicaciones para intentar captar oyentes en el momento justo en el que publican o bien antes de que empiece el programa. De ésta manera el oyente que no está conectado en antena pero que por lo contrario si lo está en las redes, puede saber lo que se está emitiendo en el momento, y sintonizar la emisora.

El 22% de las publicaciones las utilizan para llamar a los oyentes a la participación; tanto en las redes sociales (19%) como en la radio (19%). De este modo el

presentador y los colaboradores lanzan preguntas y anécdotas a la audiencia para que ésta se anime a llamar al programa o bien les deje su comentario en la publicación.

El espacio que dedica el programa en las redes para promocionar o publicitar algo ajeno al programa como música, teatro o cine es del 8%. Y finalmente el 8% restante hace referencia a los *retweets* que el programa hace a otros programas, colaboradores o usuarios.

Cabe destacar que en ninguna de las publicaciones analizadas la finalidad ha sido informar en el más estricto sentido de dar una noticia u ofrecer algún tipo de información de última hora. Y a diferencia de la cuenta de Twitter general de Radio 4 (RNE), tampoco se promocionan los programas ya emitidos y subidos como podcast a la página web del programa.

Otra de las premisas que se generaron al iniciar el análisis era que parte de estas publicaciones podían darse en respuesta a un comentario o pregunta de algún seguidor u oyente del programa, pero contrariamente a lo que pensábamos, tampoco hemos encontrado publicaciones de respuesta, aunque teniendo en cuenta los niveles de participación y *feed-back* que hemos visto, no es de extrañar.

En este sentido, el 90% de las publicaciones no cuentan ni con un comentario, ni con un favorito ni con un *retweet*. Es decir, solo el 10% de éstas tienen interacción de algún tipo, aunque nunca de las tres a la vez. Las publicaciones con interacción suelen darse a consecuencia de que la persona que ha interactuado con el programa, ha sido mencionado anteriormente en la misma o en otra publicación.

El programa *Directe 4.0* vemos que el 90% de sus publicaciones están pensadas para promocionar contenido que van a emitir. En el caso de *El millor de cada casa* veíamos que este tipo de contenido lo usaban casi siempre para explicar a la audiencia lo que estaban haciendo en ese momento o lo que estaba a punto de ocurrir. El programa de Xantal en cambio utiliza Twitter, como en el caso de Facebook para dar a conocer qué invitados y colaboradores va a tener en el programa y para anunciar los contenidos y secciones que van a salir en el programa a lo largo de la tarde.

El 10% restante está dedicado a iniciar contacto con el oyente a través de las redes, haciéndole participar con preguntas o actividades.

El perfil de Radio 4 tiene la finalidad en su totalidad de promocionar contenidos ya emitidos en la emisora. Tanto de programas como los también analizados, como los informativos, y otras secciones. A través de Twitter Radio 4 promociona entrevistas,

charlas, debates, invitados, y todo tipo de actividades que se desarrollen en todos y cada uno de los programas con los que cuenta en su parrilla.

4.3.7 Recursos de redes

Volvemos a hablar de recursos de redes, en este caso en Twitter ya que como explicábamos antes, la naturaleza hipermedia de la web 2.0, nos da la opción de que el mensaje se amplíe con contenidos vinculados gracias a los enlaces, las menciones y las etiquetas o *Hashtags*.

Enlaces

En Twitter los enlaces también son la herramienta que nos permite redirigir al usuario a otro sitio web, una herramienta muy usada, como veremos a continuación.

El uso de los enlaces por parte de los perfiles analizados es distinto entre sí; mientras que los dos programas utilizan, como veremos, los links para redirigir a los usuarios a páginas ajenas a la emisora, el perfil de Radio 4 utiliza siempre los links para redirigir al usuario a la página web de la emisora, y en especial en los contenidos a la carta de ésta, es decir, a los contenidos que ya se han emitido y que ahora el usuario podrá disfrutar cuando quiera en la web. Así pues, el 95% de *tweets* del perfil de Radio 4 contienen enlaces.

Como vemos, en la cuenta general de la emisora en Twitter, la mayor parte de sus publicaciones promocionan el *podcast* del programa anterior o de programas antiguos, y por lo tanto en los 140 caracteres está incluido el enlace para poder acceder a la página oficial de Radio 4 y escuchar el programa, y así mismo una pequeña explicación del contenido al que redirigen. En el caso del programa *El millor de cada casa*, los enlaces se usan poco, solo el 42% de las publicaciones contienen enlaces y en mayor medida son enlaces a páginas ajenas al programa y a la emisora.

Los enlaces más usados se redirigen a vídeos de Youtube, como en Facebook, y en parte, gracias a ello el 30% de las publicaciones incluyen contenido multimedia. Al igual que en Facebook, los enlaces que no están redirigidos a Youtube se dividen entre páginas web relacionadas con temas culturales (música, danza, teatro...) y por supuesto previo al enlace, contienen una explicación de lo que contiene el enlace.

El programa *Directe 4.0* prácticamente no utiliza enlaces en Twitter. De 57 *tweets* publicados, solo 5 incluyen enlaces. La finalidad de los enlaces en este caso es la interactividad o el contacto con el público. En este caso el enlace redirige a la página de perfil de Facebook en la que hay una pregunta que los usuarios deben contestar. De ésta manera contactan con los oyentes o con los usuarios en las redes, y generan difusión de su cuenta.

Menciones y etiquetas o *Hastags*

Las menciones y los *Hastags* o etiquetas son sin duda los elementos más característicos de la red social.

Las menciones en este caso suelen utilizarse de manera similar a Facebook, para “reclamar la atención”, “llamar” o mandar un mensaje a una persona o perfil, o para vincularla directamente con el mensaje.

En el caso de *El millor de cada casa* no utilizan menciones en ninguna de sus publicaciones. El programa *Directe 4.0* en cambio, utilizan muchísimo las menciones. Únicamente una de sus publicaciones no contenía mención, el resto, absolutamente todas, las 56. El destinatario de las menciones puede ser de dos tipos: del programa o externo, aunque a veces se usa más de una mención y por lo tanto se pueden dar los dos tipos a la vez.

En el caso de Radio 4 también utilizan mucho las menciones, de hecho no hay publicación que no contenga. En esta caso, como en el programa de Llavina también podemos diferenciar entre las menciones a personas o perfiles de la emisora, y en menciones a personas ajenas. Las menciones más utilizadas son las que se hacen a personas ajenas a la emisora, 27 frente a 8 menciones a personas vinculadas con el programa. En el resto de menciones hasta las 53 se utilizan los dos tipos.

Hablamos de *Hastag* para referirnos a una etiqueta identificativa que nace en Twitter, como comentábamos, aunque ahora también se pueda utilizar en Facebook. Su fin es agrupar temas.

Radio 4 utiliza este tipo de etiquetas, aunque 43 de sus 53 *tweets* no contienen etiquetas. El programa *Directe 4.0* también utiliza *Hastags*, aunque como en el caso anterior, 47 de sus 57 publicaciones no contenían etiquetas. Finalmente el programa de los fines de semana no utiliza prácticamente los *Hastags*, únicamente uno de sus *tweets* tenía etiqueta.

Multimedia

El contenido multimedia en su más estricto sentido: el audio, el vídeo y la imagen también es una herramienta indispensable para ampliar los mensajes en Twitter.

Radio 4 apenas utiliza contenido multimedia, solo dos de sus 53 publicaciones contienen este tipo de contenido, y ambas son imágenes. En el programa *El millor de cada casa* la mayoría de sus publicaciones no contiene elementos multimedia (8 de 24), y las que los contienen son imágenes (1) y vídeos (7).

En el caso de *Directe 4.0*, a diferencia de Facebook donde todas sus publicaciones contienen imágenes, en Twitter solo 16 de 57 publicaciones contiene fotografías. El resto de publicaciones no contienen ningún tipo de contenido multimedia.

CONCLUSIONES

La evolución de la digitalización se refleja en los cambios que ha experimentado en los últimos años el contexto social y tecnológico de los medios tradicionales.

Los medios de comunicación, entre ellos las emisoras de radio, han experimentado a lo largo de los últimos años un proceso de transformación a consecuencia de las nuevas tecnologías, y especialmente de las redes sociales.

Una Red Social es un servicio web que permite a los usuarios construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema acotado, articular una lista de otros usuarios con los que se comparte una conexión i ver i/o crear la propia lista de conexiones con otros usuarios dentro del mismo sistema.

La radio, protagonista de este trabajo de investigación, forma parte de Internet y cada día más, de las redes sociales, donde está teniendo una evolución rápida y constante.

En esta evolución van apareciendo nuevas formas de comunicación de las cuales el ciudadano asume una posición mucho más activa. El resultado de todo ello es un contexto mediático en el que confluyen los *medios* y nuevas prácticas comunicativas de unos consumidores y también del profesional del periodismo, que debe asumir un rol distinto al que tenía hasta ahora.

A pesar de que actualmente la mayor parte de la sociedad y de los medios de comunicación están presentes en las redes sociales, lo cierto es que el gran flujo de información que generan éstas, y el paso acelerado al que evolucionan, hace que se haga complicado estimar si se les está sacando todo el beneficio y se aprovechan todas las posibilidades que éstas nos ofrecen. Por ello es importante detenerse y analizar el uso que sobre todo los medios, los profesionales de la información, le están dando.

Este proyecto de investigación forma parte ya de algunos análisis sobre redes sociales que cada vez más se están haciendo para poder ayudar al mejor funcionamiento y beneficio de las redes sociales. El medio seleccionado en este análisis es Radio 4, emisora que forma parte del grupo de cadenas de Radio Nacional de España (RNE); Radio 1, Radio 2, Radio 3 y Radio 5 y que a su vez está dentro del grupo RTVE.

Radio 4 nace el 13 de diciembre de 1976, durante la transición española, y es la emisora pública estatal en catalán.

A día de hoy la emisora lleva 38 años emitiendo, aunque durante todos estos años han tenido que luchar para que la emisora siguiera adelante, teniéndose que enfrentar a un plan de saneamiento del ente público que entre sus medidas incluía el cierre de Radio 4.

RTVE inició un proyecto arriesgado, costoso pero que poco a poco está dando sus frutos. El grupo creó un departamento de Interactivos que ha sido pionero en muchos aspectos en su presencia en la red. La emisora tiene unas normas y unas pautas para seguir un modelo similar de publicaciones. Tanto para las redes sociales como para documentar los audios y las páginas donde publican. Estas pautas están definidas por el departamento de interactivos de RTVE.

El uso de las redes sociales por parte de la emisora es algo que consideran fundamental hoy en día como una forma de información y de contacto con la audiencia, como explica su gestor de redes, Xavier Cusell.

Radio 4 tiene claro que las redes forman parte del escenario periodístico y comunicativo al que se han de adaptar. Twitter y Facebook son las redes más usadas por la emisora y sus programas para estar presentes en el entramado de redes sociales que ofrece hoy la red. Para ellos las redes sociales son una oportunidad para encontrar a la audiencia.

La metodología que se ha usado para llevar a cabo esta investigación y lograr los objetivos, ha sido una combinación de documentación previa para elaborar el marco teórico, el análisis previo de los perfiles de los programas en las redes sociales, y finalmente el diseño de seis fichas de análisis distintas y entrevistas que completan los resultados de los análisis.

El objetivo final del trabajo partía de preguntas o cuestiones previas que se han desarrollado a lo largo de la investigación tras aplicar el trabajo de campo, y que intentaremos sintetizar como conclusiones finales.

Conclusiones de los resultados

La presencia de Radio 4 en las redes sociales no se da de la misma forma en Facebook que en Twitter. La emisora no cuenta con perfil en Facebook, por lo que únicamente usa Twitter.

En cambio los dos programas que forman parte de la muestra seleccionada, *El millor de cada casa* y *Directe 4.0* tienen ambos presencia tanto en Facebook como en Twitter.

El uso de Facebook menor que el uso de Twitter, dado que éste último tiene la condición de actualización constante, y así nos lo ha revelado el análisis. Mientras que en Facebook la media de publicaciones no sobrepasa las 20, en Twitter la cuenta que menos publica, llega a las 24 publicaciones en el periodo analizado.

La finalidad de las publicaciones en ambas redes sociales se centra en tres aspectos diferentes. A pesar de que Twitter es una “herramienta” que mueve grandes flujos de información, el resultado del análisis determina que Radio 4 y los programas analizados usan Twitter y Facebook para la promoción de contenido emitido, por emitir o informar de lo que se está emitiendo en ese mismo instante. Una tercera finalidad de las publicaciones es el contacto con el público, otra gran característica de las redes sociales.

A pesar de ser una de las finalidades de las redes, el contacto y el feedback con la audiencia o los usuarios es muy baja, tanto por parte de los perfiles, que no interactúan lo suficiente como para encontrar resultados positivos; como por parte de los usuarios, que tampoco interactúan con éstos.

El programa *Directe 4.0* es el que tiene más interacción con los usuarios, pues el análisis concluye con más de 100 *retweets* obtenidos en el periodo de tiempo analizado, y con más de 50 favoritos. En cuanto al número de seguidores también es uno de los programas con más seguidores aunque por detrás del perfil de Radio 4.

La naturaleza hipermedia de la web 2.0 permite que el mensaje no se acabe en el contenido inicial, sino que pueda ampliarse con contenidos vinculados gracias a los enlaces, las menciones y las etiquetas, los *hashtags*, el contenido multimedia (imágenes, vídeos y audios).

El abanico de posibilidades que ofrecen las redes sociales, teniendo en cuenta las características que acabamos de citar, no acaban de estar del todo aprovechadas en las cuentas de Radio 4. El uso que hacen de las etiquetas y las menciones es realmente bajo tanto en el programa de Miquel Murga, *El millor de cada casa*, como en el perfil principal de la emisora en Twitter.

El programa de Xantal Llavina, *Directe 4.0* está algo más adaptado a este lenguaje hipermedia, y aunque no siempre, usa con frecuencia tanto las etiquetas o *hashtags* como las menciones.

El caso del contenido multimedia está mucho más interiorizado a la hora de publicar los contenidos, pues, teniendo en cuenta que la radio es únicamente audio, los perfiles que hemos analizado utilizan con regularidad la imagen y el vídeo para complementar los mensajes que publican.

En cuanto a los enlaces, también es bastante regular su uso en todos los perfiles, tanto en Twitter como en Facebook, pero destaca el uso que hace el perfil de Radio 4 en Twitter, ya que el 95% de sus *tweets* contienen enlaces. En este caso todos los enlaces redirigen a la página web de Radio 4, especialmente en los espacios del servicio *A la carta*.

A diferencia del perfil de Radio 4, los dos programas de su parrilla analizados: *El millor de cada casa* y *Directe 4.0*, aunque utilizan también los enlaces, en su caso la mayoría de ellos redirigen a páginas ajenas a la emisora, en mayor medida a la también red social Youtube.

Así pues aunque los perfiles están gestionados por Xavier Cusell, encargado de redes sociales de Radio 4, y por el departamento de interactivos de RTVE, no hay un uso exactamente igual en cada uno de los perfiles analizados. En cada una de las cuentas, partiendo de las pautas impuestas, se hace uso de las redes sociales de acuerdo con la naturaleza del programa, y su objetivo en las redes.

Valoraciones

La realización de este proyecto de investigación o análisis ha sido muy interesante a la vez que complejo. Cumplir con las pautas formales tanto de estructura como de espacio ha sido difícil teniendo en cuenta que la parte más extensa, importante y tardía de éste ha sido el análisis, de más de 300 páginas. Plasmar en el trabajo los resultados obtenidos suponía realizar gráficos que únicamente se utilizaban para aportar datos, pero que finalmente para no sobrecargar las páginas con ellos, no se han mantenido.

Todas las tablas y gráficos incluidos en el trabajo son de elaboración propia a partir de la investigación y los resultados obtenidos. Los colores utilizados para ellos se han

establecido siguiendo los colores de las dos redes sociales analizadas, Facebook y Twitter.

Las imágenes que aparecen a lo largo de las páginas del trabajo están extraídas de los diferentes perfiles, cuentas y páginas de Radio 4, Radio Nacional de España (RNE) y Radio Televisión Española (RTVE).

El desarrollo del análisis ha comportado aplicar cada una de las fichas específicas para cada perfil a cada una de las publicaciones del periodo de análisis. Por ello, la extensión de los anexos que se adjuntan en la parte final del trabajo es tan grande.

Las entrevistas realizadas a expertos en redes sociales han sido de gran ayuda para realizar el marco teórico, elaborado también a partir de la bibliografía. Dado que el marco teórico debía ser muy actual, debido a la continua evolución de las redes sociales, las entrevistas con expertos han sido absolutamente necesarias ya que la bibliografía sobre este tema es escasa (por temas obvios de actualidad).

Así mismo, las entrevistas con los profesionales de Radio 4 ha ayudado a entender y a elaborar mejor el análisis.

El uso de las redes sociales en los medios, en especial en la radio debe seguir evolucionando, así como deben interiorizarse los aspectos de cada una de las redes que se utilicen para sacar mayor beneficio de éstas.

De la misma forma que se cuida la imagen de uno mismo, la imagen corporativa de una empresa y el diseño de los elementos corporativos, deben cuidarse las redes. Si hay perfiles creados en estas es necesario cuidar su apariencia, al igual que su contenido, y el contacto con el público.

El uso de las redes sociales en Radio 4 es similar al uso de las redes sociales por parte de otras emisoras de radio y de los medios de comunicación, como he podido comprobar al final del análisis, observando los resultados de investigaciones ya existentes de otros medios y que me han ayudado mucho para estructurar tanto el análisis como la presentación de los resultados obtenidos.

BIBLIOGRAFIA

- Bonet, M. (2007). Nuevos caminos para la radio. *Un proceso productivo digital para un negocio analógico*. Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad
- Castells, M. (2010). Comunicació i poder. Barcelona: Editorial UOC
- Cebrián, Mariano (2008) La radio en Internet. La Crujía ediciones.
- Espinosa, S., i Port, J. (2012). L'ús de les Xarxes Socials en les emissores de ràdio de Girona.
- Fernández-Quijada, D. (2011). De los investigadores a las redes: una aproximación tipológica a la autoría en las revistas españolas de comunicación.
- Font, Pere (2004) Ràdio 4. *La primera en català. Historia dels primers 25 anys*. Vaixells de paper.
- Gallego, JI (2010). Podcasting. *Nuevos modelos de distribución para los contenidos sonoros*. Gallego UOCpress.
- Gutiérrez, M. (2010). La programació radiofònica i la transversalitat de la participació en el contínuum radiofònic. In: *Informe sobre la ràdio a Catalunya 2010*.
- Gutiérrez, F. (2011). Los programas deportivos de la radio española en la red social Facebook: espacio de promoción, lugar de encuentro... ¿medidor de audiencia? *Área Abierta*, (28), 3-3.
- Herrera, S. i Riera, E., (2006): Los concursos y consultorios, géneros radiofónicos para el entretenimiento. *Vidal: La ética y el derecho en la producción y el consumo del entretenimiento*. Valencia: Ed. Fundación COSO.
- Herrera Damas, S. (2003). Tipología de la participación de los oyentes en los programas de radio. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (30), 145-166.

- Herrera, S. (2005). El antes y el ahora de la participación de los oyentes en los programas de radio. *Sphera publica: revista de ciencias sociales y de la comunicación*, (5), 293-308.
- Martí, J. M., Ribes, X., Monclús, B., Gutiérrez, M. i Martínez, M., (2010). La crisi del consum radiofònic juvenil a Catalunya. *Quaderns del CAC*, (34), 67-77.
- Peña, P. (2010) Nuevas formas de participación en Radio. La experiencia del programa *No es un día cualquiera*, de Radio Nacional de España. A: *II Congreso Internacional de Comunicación 3.0*.
- Ponce, Isabel. Monográfico de Redes Sociales.
Disponible <http://recursostic.educacion.es/observatorio/version/v2/ca/internet/web-20/1043-redes-sociales>
- Ribes, X. (2001) Las emisoras de radio del estado español en Internet: las bitcasters. Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat
- Sellas, T. (2012). La ràdio a les xarxes socials. Anàlisi de l'ús, dinàmica i motivacions de la presència de les emissores generalistes a Facebook i Twitter. A: Informe per les CAC.
- Sádaba, M. (2000). Interactividad y comunidades virtuales en el entorno de la world wide web. *Comunicación y sociedad*, 13(1), 139-166. Pamplona: Universidad de Navarra.
- Tejedor, S. (2010). Web 2.0 en los ciberdiarios de América Latina, España y Portugal.

ANEXOS

ANÁLISIS DE FACEBOOK

EL MILLOR DE CADA CASA

ANÀLISIS GENERAL

FACEBOOK	Nº DE SEGUIDORES	Nº DE PUBLICACIONES	Nº DE "ME GUSTA"	Nº DE COMENTARIOS	Nº DE COMPARTIDOS
SÁBADO 3	487	4	9	0	0
DOMINGO 4	488	5	0	0	0
SÁBADO 10	489	1	0	0	0
DOMINGO 11	489	6	0	0	0

ANÀLISIS ESPECÍFICO

SÁBADO 3

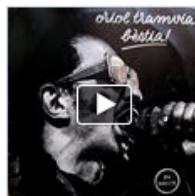


El millor de cada casa - Ràdio 4 compartió un enlace.
3 de mayo

Escoltem a Oriol Tramvia!

<https://www.youtube.com/watch?v=J-sbkhaUO84>

[Ver traducción](#)



Oriol Tramvia - Bèstia! - LP 1977

Aquesta és una divulgació amb finalitats únicament educatives i no es pretén cap infracció dels drets d'autor. Intèrpret: Oriol Tramvia Títol: Bèstia! Format...

Me gusta · Comentar · Compartir

ANÁLISIS EL MILLOR DE CADA CASA

1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio

2. ¿La publicación tiene etiquetas?

- a) Si, a alguien del programa o la emisora
- b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- c) Si, ambas
- d) No

3. ¿La publicación contiene enlaces?

- a) Si, a la página web de la emisora
- b) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- c) Si a otros sitios web ajenos.
- d) No

4. ¿La publicación tiene contenido multimedia?

- a) Si, imagen
- b) Si, vídeo
- c) Si, ambas
- d) No

5. ¿La publicación incluye *Hashtags*?

- a) Si
- b) No

6. ¿La publicación ha generado comentarios?

- a) Si, de los usuarios
- b) Si, de respuesta a los usuarios
- c) Si, ambas
- d) No

ANÁLISIS EL MILLOR DE CADA CASA

7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? No
8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? No



El millor de cada casa - Ràdio 4

3 de mayo

I d'aquí una estona pareu atenció a la nostra catalana/
madrilenya-madrilenya/catalana, Laura Zafra, que ens donarà
la seva visió de les coses com cada cap de setmana!

[Ver traducción](#)

Me gusta · Comentar · Compartir

1. Finalidad del mensaje:
 - h) Información
 - i) Opinión/Publicidad
 - j) Promoción de contenidos emitidos
 - k) Promoción de contenidos por emitir
 - l) Respuesta a los usuarios
 - m) Participación para los usuarios en la red social
 - n) Participación para los usuarios en la radio
2. ¿La publicación tiene etiquetas?
 - e) Si, a alguien del programa o la emisora
 - f) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
 - g) Si, ambas
 - h) No
3. ¿La publicación contiene enlaces?
 - e) Si, a la página web de la emisora
 - f) Si a otros sitios web relacionados con el programa
 - g) Si a otros sitios web ajenos.
 - h) No

ANÀLISIS EL MILLOR DE CADA CASA

4. ¿La publicación tiene contenido multimedia?

- e) Si, imagen
- f) Si, vídeo
- g) Si, ambas
- h) No

5. ¿La publicación incluye *Hashtags*?

- c) Si
- d) No

6. ¿La publicación ha generado comentarios?

- e) Si, de los usuarios
- f) Si, de respuesta a los usuarios
- g) Si, ambas
- h) No

7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO

8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO

 **El millor de cada casa - Ràdio 4** compartió un enlace. 3 de mayo

"Espanya carinyo, lo nostre no funciona" Ara amb nosaltres..
Mali Vanili!

<http://www.youtube.com/watch?v=JTZchuqCopE>

Ver traducción



"ESPANYA CARINYO, LO NOSTRE NO FUNCIONA" nou videoclip de MALI VANILI

NO US PERDEU L'ESPECTACLE DELS MALI VANILI "LO NOSTRE NO FUNCIONA" TOTS ELS DISSABTES I DIUMENGES A LA SALA D'ACTIVITAT DEL TEATRE BOYER

Me gusta · Comentar · Compartir

 A El millor de cada casa - Ràdio 4 le gusta esto.



ANÁLISIS EL MILLOR DE CADA CASA

1. Finalidad del mensaje:

- o) Información
- p) Opinión/Publicidad
- q) Promoción de contenidos emitidos
- r) Promoción de contenidos por emitir
- s) Respuesta a los usuarios
- t) Participación para los usuarios en la red social
- u) Participación para los usuarios en la radio

2. ¿La publicación tiene etiquetas?

- i) Si, a alguien del programa o la emisora
- j) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- k) Si, ambas
- l) No

3. ¿La publicación contiene enlaces?

- i) Si, a la página web de la emisora
- j) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- k) Si a otros sitios web ajenos.
- l) No

4. ¿La publicación tiene contenido multimedia?

- i) Si, imagen
- j) Si, vídeo
- k) Si, ambas
- l) No

5. ¿La publicación incluye *Hashtags*?

- e) Si
- f) No

6. ¿La publicación ha generado comentarios?

- i) Si, de los usuarios
- j) Si, de respuesta a los usuarios
- k) Si, ambas
- l) No

ANÁLISIS EL MILLOR DE CADA CASA

7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? Sí, uno del mismo programa.
 8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO
-



1. Finalidad del mensaje:
 - v) Información
 - w) Opinión/Publicidad
 - x) Promoción de contenidos emitidos
 - y) Promoción de contenidos por emitir
 - z) Respuesta a los usuarios
 - aa) Participación para los usuarios en la red social
 - bb) Participación para los usuarios en la radio
2. ¿La publicación tiene etiquetas?

ANÁLISIS EL MILLOR DE CADA CASA

- m) Si, a alguien del programa o la emisora
- n) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- o) Si, ambas
- p) No

3. ¿La publicación contiene enlaces?

- m) Si, a la página web de la emisora
- n) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- o) Si a otros sitios web ajenos.
- p) No

4. ¿La publicación tiene contenido multimedia?

- m) Si, imagen
- n) Si, vídeo
- o) Si, ambas
- p) No

5. ¿La publicación incluye *Hastags*?

- g) Si
- h) No

6. ¿La publicación ha generado comentarios?

- m) Si, de los usuarios
- n) Si, de respuesta a los usuarios
- o) Si, ambas
- p) No

7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? Sí, 8 *likes*.

8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? No

DOMINGO 4



1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio

ANÁLISIS EL MILLOR DE CADA CASA

2. ¿La publicación tiene etiquetas?

- q) Si, a alguien del programa o la emisora
- r) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- s) Si, ambas
- t) No

3. ¿La publicación contiene enlaces?

- q) Si, a la página web de la emisora
- r) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- s) Si a otros sitios web ajenos.
- t) No

4. ¿ La publicación tiene contenido multimedia?

- q) Si, imagen
- r) Si, vídeo
- s) Si, ambas
- t) No

5. ¿La publicación incluye *Hastags*?

- i) Si
- j) No

6. ¿ La publicación ha generado comentarios?

- q) Si, de los usuarios
- r) Si, de respuesta a los usuarios
- s) Si, ambas
- t) No

7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? No

8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? No

ANÁLISIS EL MILLOR DE CADA CASA

 **El millor de cada casa - Ràdio 4**
4 de mayo

Arriba en Totu D. Llavaneras que avui ens recomana la cocteleria Solange!

<https://www.facebook.com/SolangeCocktails>

Ver traducción



Solange Cocktails & Luxury Spirits

Los tres hermanos Pernía trabajan para divulgar la cultura del cóctel, manteniendo el "savoir faire" de la vieja escuela para un público del siglo XXI

Arte y ocio: A 474 les gusta esto

Me gusta · Comentar · Compartir

1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio

2. ¿La publicación tiene etiquetas?

- a) Si, a alguien del programa o la emisora
- b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- c) Si, ambas
- d) No

3. ¿La publicación contiene enlaces?

- a) Si, a la página web de la emisora
- b) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- c) Si a otros sitios web ajenos.
- d) No

4. ¿La publicación tiene contenido multimedia?

- a) Si, imagen
- b) Si, vídeo
- c) Si, ambas
- d) No

5. ¿La publicación incluye *Hastags*?

- a) Si
- b) No

6. ¿La publicación ha generado comentarios?

- a) Si, de los usuarios
- b) Si, de respuesta a los usuarios
- c) Si, ambas
- d) No

7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO

8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO



Lloll Bertran i Vanessa Segura amb "Mares", no us ho perdeu!

<http://www.teatrecondal.cat/es/season/966>

Ver traducción



Me gusta · Comentar · Compartir

1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios

ANÁLISIS EL MILLOR DE CADA CASA

- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio

2. ¿La publicación tiene etiquetas?

- u) Si, a alguien del programa o la emisora
- v) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- w) Si, ambas
- x) No

3. ¿La publicación contiene enlaces?

- u) Si, a la página web de la emisora
- v) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- w) Si a otros sitios web ajenos.
- x) No

4. ¿La publicación tiene contenido multimedia?

- u) Si, imagen
- v) Si, vídeo
- w) Si, ambas
- x) No

5. ¿La publicación incluye *Hashtags*?

- k) Si
- l) No

6. ¿La publicación ha generado comentarios?

- u) Si, de los usuarios
- v) Si, de respuesta a los usuarios
- w) Si, ambas
- x) No

7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO

8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO

ANÁLISIS EL MILLOR DE CADA CASA



1. Finalidad del mensaje:
 - a) Información
 - b) Opinión/Publicidad
 - c) Promoción de contenidos emitidos
 - d) Promoción de contenidos por emitir
 - e) Respuesta a los usuarios
 - f) Participación para los usuarios en la red social
 - g) Participación para los usuarios en la radio

2. ¿La publicación tiene etiquetas?
 - a) Si, a alguien del programa o la emisora
 - b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
 - c) Si, ambas
 - d) No

3. ¿La publicación contiene enlaces?
 - a) Si, a la página web de la emisora
 - b) Si a otros sitios web relacionados con el programa

ANÁLISIS EL MILLOR DE CADA CASA

- c) Si a otros sitios web ajenos.
 - d) No
4. ¿La publicación tiene contenido multimedia?
- a) Si, imagen
 - b) Si, vídeo
 - c) Si, ambas
 - d) No
5. ¿La publicación incluye *Hastags*?
- a) Si
 - b) No
6. ¿La publicación ha generado comentarios?
- a) Si, de los usuarios
 - b) Si, de respuesta a los usuarios
 - c) Si, ambas
 - d) No
7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO
8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO
-



El millor de cada casa - Ràdio 4 compartió un enlace.
4 de mayo

Escolteu la Banda Municipal del Polo Norte!

<https://www.youtube.com/watch?v=G7qa0asr5M0>



**La Banda Municipal del Polo Norte -
La chica (C33, 8-12-12)**

Si te gusta mi canal... ¡SUSCRÍBETE! If
you like my Channel, SUSCRIBE IT

Me gusta · Comentar · Compartir

ANÁLISIS EL MILLOR DE CADA CASA

1. Finalidad del mensaje:

- h) Información
- i) Opinión/Publicidad
- j) Promoción de contenidos emitidos
- k) Promoción de contenidos por emitir
- l) Respuesta a los usuarios
- m) Participación para los usuarios en la red social
- n) Participación para los usuarios en la radio

2. ¿La publicación tiene etiquetas?

- e) Si, a alguien del programa o la emisora
- f) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- g) Si, ambas
- h) No

3. ¿La publicación contiene enlaces?

- y) Si, a la página web de la emisora
- z) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- aa) Si a otros sitios web ajenos.
- bb) No

4. ¿La publicación tiene contenido multimedia?

- y) Si, imagen
- z) Si, vídeo
- aa) Si, ambas
- bb) No

5. ¿La publicación incluye *Hastags*?

- m) Si
- n) No

6. ¿La publicación ha generado comentarios?

- y) Si, de los usuarios
- z) Si, de respuesta a los usuarios
- aa) Si, ambas
- bb) No

7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO

8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO

SÁBADO 10



El millor de cada casa - Ràdio 4 compartió un enlace.
10 de mayo

Avui us recomanem l'estrena francesa Un castell d'Itàlia que podeu gaudir en els vostres cinemes en versió subtitulada al català.

<http://www.youtube.com/watch?v=HRD7DrVPeNc>

Ver traducción



UN CASTILLO EN ITALIA - Trailer español

Louise conoce a Nathan y retoma sus sueños. Es también la historia de su hermano enfermo y el destino de una familia italiana, obligada a deshacerse de

Me gusta · Comentar · Compartir

10. Finalidad del mensaje:

- o) Información
- p) Opinión/Publicidad
- q) Promoción de contenidos emitidos
- r) Promoción de contenidos por emitir
- s) Respuesta a los usuarios
- t) Participación para los usuarios en la red social
- u) Participación para los usuarios en la radio

11. ¿La publicación tiene etiquetas?

- i) Si, a alguien del programa o la emisora
- j) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- k) Si, ambas
- l) No

12. ¿La publicación contiene enlaces?

- cc) Si, a la página web de la emisora

ANÁLISIS EL MILLOR DE CADA CASA

dd) Si a otros sitios web relacionados con el programa

ee) Si a otros sitios web ajenos.

ff) No

13. ¿La publicación tiene contenido multimedia?

cc) Si, imagen

dd) Si, vídeo

ee) Si, ambas

ff) No

14. ¿La publicación incluye *Hastags*?

o) Si

p) No

15. ¿La publicación ha generado comentarios?

cc) Si, de los usuarios

dd) Si, de respuesta a los usuarios

ee) Si, ambas

ff) No

16. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO

¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO

DOMINGO 11



El millor de cada casa - Ràdio 4 compartió un enlace.

11 de mayo

El Top 5 de la pitjor cançó espanyola al festival és de l'any 1994, Ella no es ella! <https://www.youtube.com/watch?v=RZQjuTAixQY>

[Ver traducción](#)



Eurovision 1994 - Alejandro Abad - Ella no es ella

Eurovision 1994 - Alejandro Abad - Ella no es ella

Me gusta · Comentar · Compartir



A 2 personas les gusta esto.

17. Finalidad del mensaje:

- v) Información
- w) Opinión/Publicidad
- x) Promoción de contenidos emitidos
- y) Promoción de contenidos por emitir
- z) Respuesta a los usuarios
- aa) Participación para los usuarios en la red social
- bb) Participación para los usuarios en la radio

18. ¿La publicación tiene etiquetas?

- m) Si, a alguien del programa o la emisora
- n) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- o) Si, ambas
- p) No

19. ¿La publicación contiene enlaces?

- gg) Si, a la página web de la emisora
- hh) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ii) Si a otros sitios web ajenos.
- jj) No

20. ¿La publicación tiene contenido multimedia?

- gg) Si, imagen
- hh) Si, vídeo
- ii) Si, ambas
- jj) No

21. ¿La publicación incluye *Hashtags*?

- q) Si
- r) No

22. ¿La publicación ha generado comentarios?

- gg) Si, de los usuarios
- hh) Si, de respuesta a los usuarios
- ii) Si, ambas
- jj) No

23. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO

¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO





24. Finalidad del mensaje:

- cc) Información
- dd) Opinión/Publicidad
- ee) Promoción de contenidos emitidos
- ff) Promoción de contenidos por emitir
- gg) Respuesta a los usuarios
- hh) Participación para los usuarios en la red social
- ii) Participación para los usuarios en la radio

25. ¿La publicación tiene etiquetas?

- q) Si, a alguien del programa o la emisora
- r) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- s) Si, ambas
- t) No

26. ¿La publicación contiene enlaces?

- kk) Si, a la página web de la emisora
- ll) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- mm) Si a otros sitios web ajenos.
- nn) No

27. ¿ La publicación tiene contenido multimedia?

ANÁLISIS EL MILLOR DE CADA CASA

kk) Si, imagen

ll) Si, vídeo

mm) Si, ambas

nn) No

28. ¿La publicación incluye *Hastags*?

s) Si

t) No

29. ¿La publicación ha generado comentarios?

kk) Si, de los usuarios

ll) Si, de respuesta a los usuarios

mm) Si, ambas

nn) No

30. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO

¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO



El millor de cada casa - Ràdio 4 compartió un enlace.

11 de mayo

El top 3, la medalla de bronce de les pitjors cançons espanyoles del festival d'Eurovisió és per Antonio Carbonell, Ay qué deseo! <https://www.youtube.com/watch?v=yqb83ElWGxI>

Ver traducción



1996 - Antonio Carbonell - Ay que deseo - Spain

1996 - Antonio Carbonell - Ay que deseo - Spain

Me gusta · Comentar · Compartir



A 2 personas les gusta esto.

31. Finalidad del mensaje:

jj) Información

kk) Opinión/Publicidad

ll) Promoción de contenidos emitidos

mm) Promoción de contenidos por emitir

ANÁLISIS EL MILLOR DE CADA CASA

- nn) Respuesta a los usuarios
- oo) Participación para los usuarios en la red social
- pp) Participación para los usuarios en la radio

32. ¿La publicación tiene etiquetas?

- u) Si, a alguien del programa o la emisora
- v) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- w) Si, ambas
- x) No

33. ¿La publicación contiene enlaces?

- oo) Si, a la página web de la emisora
- pp) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- qq) Si a otros sitios web ajenos.
- rr) No

34. ¿ La publicación tiene contenido multimedia?

- oo) Si, imagen
- pp) Si, vídeo
- qq) Si, ambas
- rr) No

35. ¿La publicación incluye *Hastags*?

- u) Si
- v) No

36. ¿ La publicación ha generado comentarios?

- oo) Si, de los usuarios
- pp) Si, de respuesta a los usuarios
- qq) Si, ambas
- rr) No

37. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO

¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO



38. Finalidad del mensaje:

- qq) Información
- rr) Opinión/Publicidad
- ss) Promoción de contenidos emitidos
- tt) Promoción de contenidos por emitir
- uu) Respuesta a los usuarios
- vv) Participación para los usuarios en la red social
- ww) Participación para los usuarios en la radio

39. ¿La publicación tiene etiquetas?

- y) Si, a alguien del programa o la emisora
- z) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- aa) Si, ambas
- bb) No

40. ¿La publicación contiene enlaces?

- ss) Si, a la página web de la emisora
- tt) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- uu) Si a otros sitios web ajenos.
- vv) No

41. ¿ La publicación tiene contenido multimedia?

- ss) Si, imagen
- tt) Si, vídeo
- uu) Si, ambas
- vv) No

42. ¿La publicación incluye *Hashtags*?

- w) Si
- x) No

43. ¿ La publicación ha generado comentarios?

- ss) Si, de los usuarios
- tt) Si, de respuesta a los usuarios
- uu) Si, ambas
- vv) No

44. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO
¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO



45. Finalidad del mensaje:

- xx) Información
- yy) Opinión/Publicidad
- zz) Promoción de contenidos emitidos
- aaa) Promoción de contenidos por emitir
- bbb) Respuesta a los usuarios

ANÁLISIS EL MILLOR DE CADA CASA

- ccc) Participación para los usuarios en la red social
- ddd) Participación para los usuarios en la radio

46. ¿La publicación tiene etiquetas?

- cc) Si, a alguien del programa o la emisora
- dd) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ee) Si, ambas
- ff) No

47. ¿La publicación contiene enlaces?

- ww) Si, a la página web de la emisora
- xx) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- yy) Si a otros sitios web ajenos.
- zz) No

48. ¿La publicación tiene contenido multimedia?

- ww) Si, imagen
- xx) Si, vídeo
- yy) Si, ambas
- zz) No

49. ¿La publicación incluye *Hashtags*?

- y) Si
- z) No

50. ¿La publicación ha generado comentarios?

- ww) Si, de los usuarios
- xx) Si, de respuesta a los usuarios
- yy) Si, ambas
- zz) No

51. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO
¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO





El millor de cada casa - Ràdio 4 compartió un enlace.

11 de mayo

I per tancar aquesta última hora arriben en Carlos Marquès-Marcet i David Verdaguer, director i actor de la pel·lícula 10.000kms.

<http://www.youtube.com/watch?v=az3UfqzqjLY>

[Ver traducción](#)



10.000 Km Trailer Oficial (2014) HD

10.000 Km Trailer Oficial dirigida por Carlos Marques-Marcet y con Natalia Tena, David Verdaguer Click to Subscribe: <http://goo.gl/tWqov8> "Alex y Sergio, una...

[Me gusta](#) · [Comentar](#) · [Compartir](#)

52. Finalidad del mensaje:

- eee) Información
- fff) Opinión/Publicidad
- ggg) Promoción de contenidos emitidos
- hhh) Promoción de contenidos por emitir
- iii) Respuesta a los usuarios
- jjj) Participación para los usuarios en la red social
- kkk) Participación para los usuarios en la radio

53. ¿La publicación tiene etiquetas?

- gg) Si, a alguien del programa o la emisora
- hh) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ii) Si, ambas
- jj) No

54. ¿La publicación contiene enlaces?

- aaa) Si, a la página web de la emisora
- bbb) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ccc) Si a otros sitios web ajenos.
- ddd) No

ANÁLISIS EL MILLOR DE CADA CASA

55. ¿ La publicación tiene contenido multimedia?

aaa) Si, imagen

bbb) Si, vídeo

ccc) Si, ambas

ddd) No

56. ¿La publicación incluye *Hastags*?

aa) Si

bb) No

57. ¿ La publicación ha generado comentarios?

aaa) Si, de los usuarios

bbb) Si, de respuesta a los usuarios

ccc) Si, ambas

ddd) No

58. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO

¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO

ANÁLISIS DE FACEBOOK DIRECTE 4.0

ANÁLISIS GENERAL

FACEBOOK	Nº DE SEGUIDORES	Nº DE PUBLICACIONES	Nº DE “ME GUSTA”	Nº DE COMENTARIOS	Nº DE COMPARTIDOS
LUNES	5402	3	3	1	0
MARTES	5426	3	0	0	0
MIÉRCOLES	5442	3	0	0	0
JUEVES	5458	0	0	0	0
VIERNES	5477	3	1	0	0
SÁBADO	5499	0	0	0	0
DOMÍNGO	5518	0	0	0	0

ANÁLISIS ESPECÍFICO

LUNES 28

CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM

[Volver al álbum](#)

[Anterior](#) - [Siguiente](#)



Me gusta Comentar



Directe 4.0

Neus Ballús "La Plaga" Premi Sant Jordi de cinematografia de Ràdio 4 per "La plaga" guardonada com a millor òpera prima.

[Ver traducción](#)

Me gusta · Comentar · Compartir · 28 de abril

A Carola Torra Miro le gusta esto.



Escribe un comentario...

De: CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM del álbum "CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM"

Foto compartida con: [Público](#)

[Abrir el visor de fotos](#)

[Descargar](#)

[Insertar publicación](#)

No me gusta esta foto

1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio

2. ¿La publicación tiene etiquetas?

- a) Si, a alguien del programa o la emisora
- b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- c) Si, ambas
- d) No

3. ¿La publicación contiene enlaces?

- a) Si, a la página web de la emisora
- b) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- c) Si a otros sitios web ajenos.
- d) No

4. ¿La publicación tiene contenido multimedia?

- a) Si, imagen
- b) Si, vídeo
- c) Si, ambas
- d) No

5. ¿La publicación incluye *Hashtags*?

- a) Si
- b) No

6. ¿La publicación ha generado comentarios?

- a) Si, de los usuarios
- b) Si, de respuesta a los usuarios
- c) Si, ambas
- d) No

7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? Sí, uno.
8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? No

CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM

[Volver al álbum](#)

[Anterior](#) · [Siguiendo](#)



[Me gusta](#) [Comentar](#)



Directe 4.0
iQuiosc a #XarxaCAT

[Ver traducción](#)

[Me gusta](#) · [Comentar](#) · [Compartir](#) · 28 de abril

De: CONVIDATS I PROTAGONISTES
DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM del
álbum "CONVIDATS I PROTAGONISTES
DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM"

Foto compartida con: Público

1. Finalidad del mensaje:
 - h) Información
 - i) Opinión/Publicidad
 - j) Promoción de contenidos emitidos
 - k) Promoción de contenidos por emitir
 - l) Respuesta a los usuarios
 - m) Participación para los usuarios en la red social
 - n) Participación para los usuarios en la radio
2. ¿La publicación tiene etiquetas?
 - e) Si, a alguien del programa o la emisora
 - f) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

g) Si, ambas

h) No

3. ¿La publicación contiene enlaces?

e) Si, a la página web de la emisora

f) Si a otros sitios web relacionados con el programa

g) Si a otros sitios web ajenos.

h) No

4. ¿ La publicación tiene contenido multimedia?

e) Si, imagen

f) Si, vídeo

g) Si, ambas

h) No

5. ¿La publicación incluye *Hastags*?

c) Si

d) No

6. ¿ La publicación ha generado comentarios?

e) Si, de los usuarios

f) Si, de respuesta a los usuarios

g) Si, ambas

h) No

7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? Sí, uno.

8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO

CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM

Volver al álbum

Anterior · Siguiente



Directe 4.0
Me gusta · Comentar · Compartir · 28 de abril

A Olga SG le gusta esto.

Escribe un comentario...

Olga SG Quant fan l'entrenador?
Ver traducción
Me gusta · Responder · 28 de abril a la(s) 14:02

De: CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM del álbum "CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM"
Foto compartida con: Público

[Abrir el visor de fotos](#)
[Descargar](#)
[Insertar publicación](#)

1. Finalidad del mensaje:

- o) Información
- p) Opinión/Publicidad
- q) Promoción de contenidos emitidos
- r) Promoción de contenidos por emitir
- s) Respuesta a los usuarios
- t) Participación para los usuarios en la red social
- u) Participación para los usuarios en la radio

2. ¿La publicación tiene etiquetas?

- i) Si, a alguien del programa o la emisora
- j) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- k) Si, ambas
- l) No

3. ¿La publicación contiene enlaces?

- i) Si, a la página web de la emisora
- j) Si a otros sitios web relacionados con el programa

k) Si a otros sitios web ajenos.

l) No

4. ¿ La publicación tiene contenido multimedia?

i) Si, imagen

j) Si, vídeo

k) Si, ambas

l) No

5. ¿La publicación incluye *Hashtags*?

e) Si

f) No

6. ¿ La publicación ha generado comentarios?

i) Si, de los usuarios

j) Si, de respuesta a los usuarios

k) Si, ambas

l) No

7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? Sí, uno.

8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO

MARTES 29

CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM

[Volver al álbum](#)

[Anterior](#) - [Siguiente](#)



Me gusta Comentar

Directe 4.0
Dr. Federico Oppenheimer.
FOTO DE JULIO CARBO
Me gusta · Comentar · Compartir · 29 de abril

Escribe un comentario...

De: CONVIDATS I PROTAGONISTES
DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM del
álbum "CONVIDATS I PROTAGONISTES
DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM"
Foto compartida con: Público

[Abrir el visor de fotos](#)

1. Finalidad del mensaje:

- v) Información
- w) Opinión/Publicidad
- x) Promoción de contenidos emitidos
- y) Promoción de contenidos por emitir
- z) Respuesta a los usuarios
- aa) Participación para los usuarios en la red social
- bb) Participación para los usuarios en la radio

2. ¿La publicación tiene etiquetas?

- m) Si, a alguien del programa o la emisora
- n) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- o) Si, ambas
- p) No

3. ¿La publicación contiene enlaces?

- m) Si, a la página web de la emisora
- n) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- o) Si a otros sitios web ajenos.
- p) No

4. ¿La publicación tiene contenido multimedia?

- m) Si, imagen
- n) Si, vídeo
- o) Si, ambas
- p) No

5. ¿La publicación incluye *Hastags*?

- g) Si
- h) No

6. ¿La publicación ha generado comentarios?

- m) Si, de los usuarios
- n) Si, de respuesta a los usuarios
- o) Si, ambas
- p) No

7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? No

8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? No

CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM

[Volver al álbum](#)

[Anterior](#) · [Siguiente](#)



Directe 4.0

Joaquín Cortés

[Me gusta](#) · [Comentar](#) · [Compartir](#) · 29 de abril



Escribe un comentario...



De: CONVIDATS I PROTAGONISTES
DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM del
álbum "CONVIDATS I PROTAGONISTES
DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM"

Foto compartida con: Público

1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio

2. ¿La publicación tiene etiquetas?

- q) Si, a alguien del programa o la emisora
- r) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- s) Si, ambas
- t) No

3. ¿La publicación contiene enlaces?

- q) Si, a la página web de la emisora
- r) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- s) Si a otros sitios web ajenos.
- t) No

4. ¿La publicación tiene contenido multimedia?

- q) Si, imagen
- r) Si, vídeo
- s) Si, ambas
- t) No

5. ¿La publicación incluye *Hastags*?

- i) Si
- j) No

6. ¿La publicación ha generado comentarios?

- q) Si, de los usuarios
- r) Si, de respuesta a los usuarios
- s) Si, ambas
- t) No

7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? No

8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? No

CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM

[Volver al álbum](#)

[Anterior](#) · [Siguiente](#)



[Me gusta](#) [Comentar](#)



Directe 4.0
Mali Vanili

[Me gusta](#) · [Comentar](#) · [Compartir](#) · 29 de abril



Escribe un comentario...



De: CONVIDATS I PROTAGONISTES
DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM del
álbum "CONVIDATS I PROTAGONISTES
DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM"

Foto compartida con: Público

1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio

2. ¿La publicación tiene etiquetas?

- a) Si, a alguien del programa o la emisora
- b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- c) Si, ambas
- d) No

3. ¿La publicación contiene enlaces?
- a) Si, a la página web de la emisora
 - b) Si a otros sitios web relacionados con el programa
 - c) Si a otros sitios web ajenos.
 - d) No
4. ¿ La publicación tiene contenido multimedia?
- a) Si, imagen
 - b) Si, vídeo
 - c) Si, ambas
 - d) No
5. ¿La publicación incluye *Hastags*?
- a) Si
 - b) No
6. ¿ La publicación ha generado comentarios?
- a) Si, de los usuarios
 - b) Si, de respuesta a los usuarios
 - c) Si, ambas
 - d) No
7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO
8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO
-

MIÉRCOLES 30

CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM

[Volver al álbum](#)

[Anterior](#) · [Siguiendo](#)



Lluís Soldevila

S'ha de treballar l'actitud per transformar els equips en equips d'alt rendiment

Me gusta · Comentar

Directe 4.0
Lluís Soldevila
[Ver traducción](#)
[Me gusta](#) · [Comentar](#) · [Compartir](#) · 30 de abril

De: CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM del álbum "CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM"

Foto compartida con:  Público

[Abrir el visor de fotos](#)

Escribe un comentario...

9. Finalidad del mensaje:

- h) Información
- i) Opinión/Publicidad
- j) Promoción de contenidos emitidos
- k) Promoción de contenidos por emitir
- l) Respuesta a los usuarios
- m) Participación para los usuarios en la red social
- n) Participación para los usuarios en la radio

10. ¿La publicación tiene etiquetas?

- e) Si, a alguien del programa o la emisora
- f) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- g) Si, ambas
- h) No

11. ¿La publicación contiene enlaces?

- e) Si, a la página web de la emisora
- f) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- g) Si a otros sitios web ajenos.
- h) No

12. ¿La publicación tiene contenido multimedia?

- e) Si, imagen
- f) Si, vídeo
- g) Si, ambas
- h) No

13. ¿La publicación incluye *Hashtags*?

- c) Si
- d) No

14. ¿La publicación ha generado comentarios?

- e) Si, de los usuarios
- f) Si, de respuesta a los usuarios
- g) Si, ambas
- h) No

15. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO

16. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO

CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM

Volver al álbum

Anterior · Siguiente



1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio

2. ¿La publicación tiene etiquetas?

- a) Si, a alguien del programa o la emisora
- b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- c) Si, ambas
- d) No

3. ¿La publicación contiene enlaces?

- a) Si, a la página web de la emisora
- b) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- c) Si a otros sitios web ajenos.
- d) No

4. ¿La publicación tiene contenido multimedia?

- a) Si, imagen
- b) Si, vídeo
- c) Si, ambas
- d) No

5. ¿La publicación incluye *Hastags*?

- a) Si
- b) No

6. ¿La publicación ha generado comentarios?

- a) Si, de los usuarios
- b) Si, de respuesta a los usuarios
- c) Si, ambas
- d) No

7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO

8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO

CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM

[Volver al álbum](#)

[Anterior](#) · [Siguiente](#)



Directe 4.0
ENRIC CAMBRAY

[Me gusta](#) · [Comentar](#) · [Compartir](#) · 30 de abril



Escribe un comentario...

De: CONVIDATS I PROTAGONISTES
DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM del
álbum "CONVIDATS I PROTAGONISTES
DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM"

Foto compartida con: Público

17. Finalidad del mensaje:

- o) Información
- p) Opinión/Publicidad
- q) Promoción de contenidos emitidos
- r) Promoción de contenidos por emitir
- s) Respuesta a los usuarios
- t) Participación para los usuarios en la red social
- u) Participación para los usuarios en la radio

18. ¿La publicación tiene etiquetas?

- i) Si, a alguien del programa o la emisora
- j) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- k) Si, ambas
- l) No

19. ¿La publicación contiene enlaces?

- i) Si, a la página web de la emisora
- j) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- k) Si a otros sitios web ajenos.
- l) No

20. ¿La publicación tiene contenido multimedia?

- i) Si, imagen
- j) Si, vídeo
- k) Si, ambas
- l) No

21. ¿La publicación incluye *Hashtags*?

- e) Si
- f) No

22. ¿La publicación ha generado comentarios?

- i) Si, de los usuarios
- j) Si, de respuesta a los usuarios
- k) Si, ambas

l) No

23. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO

24. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO

DIVENDRES 2

CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM

[Volver al álbum](#)

[Anterior](#) - [Siguiendo](#)



[Me gusta](#) [Comentar](#)



Directe 4.0
Victoria Canal

[Me gusta](#) - [Comentar](#) - [Compartir](#) - 2 de mayo

De: CONVIDATS I PROTAGONISTES
DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM del
álbum "CONVIDATS I PROTAGONISTES
DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM"

1. Finalidad del mensaje:

- h) Información
- i) Opinión/Publicidad
- j) Promoción de contenidos emitidos
- k) Promoción de contenidos por emitir
- l) Respuesta a los usuarios
- m) Participación para los usuarios en la red social
- n) Participación para los usuarios en la radio

2. ¿La publicación tiene etiquetas?

- e) Si, a alguien del programa o la emisora

- f) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- g) Si, ambas
- h) No

3. ¿La publicación contiene enlaces?

- u) Si, a la página web de la emisora
- v) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- w) Si a otros sitios web ajenos.
- x) No

4. ¿La publicación tiene contenido multimedia?

- u) Si, imagen
- v) Si, vídeo
- w) Si, ambas
- x) No

5. ¿La publicación incluye *Hashtags*?

- k) Si
- l) No

6. ¿La publicación ha generado comentarios?

- u) Si, de los usuarios
- v) Si, de respuesta a los usuarios
- w) Si, ambas
- x) No

7. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO

8. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO

CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM

[Volver al álbum](#)

[Anterior](#) - [Siguiende](#)



lavillarroel a partir del 25 d'abril

Alba Florejachs
Jordi Díaz

(PERDEDORS)

LOSERS

de Marta Buchaca

una comèdia romàntica ...

Me gusta Comentar

Directe 4.0
LOSERS

Me gusta · Comentar · Compartir · 2 de mayo

A Bàrbara Montaner le gusta esto.

De: CONVIDATS I PROTAGONISTES
DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM del
àlbum "CONVIDATS I PROTAGONISTES
DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM"

Foto compartida con: Público

9. Finalidad del mensaje:

- o) Información
- p) Opinión/Publicidad
- q) Promoción de contenidos emitidos
- r) Promoción de contenidos por emitir
- s) Respuesta a los usuarios
- t) Participación para los usuarios en la red social
- u) Participación para los usuarios en la radio

10. ¿La publicación tiene etiquetas?

- i) Si, a alguien del programa o la emisora
- j) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- k) Si, ambas
- l) No

11. ¿La publicación contiene enlaces?

- y) Si, a la página web de la emisora
- z) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- aa) Si a otros sitios web ajenos.
- bb) No

12. ¿ La publicación tiene contenido multimedia?

- y) Si, imagen
- z) Si, vídeo
- aa) Si, ambas
- bb) No

13. ¿La publicación incluye *Hashtags*?

- m) Si
- n) No

14. ¿ La publicación ha generado comentarios?

- y) Si, de los usuarios
- z) Si, de respuesta a los usuarios
- aa) Si, ambas
- bb) No

15. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? Sí, uno.

16. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO

CONVIDATS I PROTAGONISTES DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM

[Volver al álbum](#)

[Anterior](#) · [Siguiende](#)



Directe 4.0

Tertúlia Esportiva, els divendres a les 18h

[Ver traducción](#)

[Me gusta](#) · [Comentar](#) · [Compartir](#) · 2 de mayo

De: CONVIDATS I PROTAGONISTES
DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM del
àlbum "CONVIDATS I PROTAGONISTES
DIRECTE 4.0 RÀDIO 4 -100.8 FM"

17. Finalidad del mensaje:

- v) Información
- w) Opinión/Publicidad
- x) Promoción de contenidos emitidos
- y) Promoción de contenidos por emitir
- z) Respuesta a los usuarios
- aa) Participación para los usuarios en la red social
- bb) Participación para los usuarios en la radio

18. ¿La publicación tiene etiquetas?

- m) Si, a alguien del programa o la emisora
- n) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- o) Si, ambas
- p) No

19. ¿La publicación contiene enlaces?

- cc) Si, a la página web de la emisora
- dd) Si a otros sitios web relacionados con el programa

ee) Si a otros sitios web ajenos.

ff) No

20. ¿ La publicación tiene contenido multimedia?

cc) Si, imagen

dd) Si, vídeo

ee) Si, ambas

ff) No

21. ¿La publicación incluye *Hastags*?

o) Si

p) No

22. ¿ La publicación ha generado comentarios?

cc) Si, de los usuarios

dd) Si, de respuesta a los usuarios

ee) Si, ambas

ff) No

23. ¿La publicación tiene *likes*? ¿Cuántos? NO

24. ¿La publicación se ha compartido? ¿Cuántas veces? NO



ANÁLISIS DE TWITTER RADIO 4 - RNE



FICHA

- a) Nombre de usuario: [@radio4_rne](https://twitter.com/radio4_rne)
- b) Nombre: Radio4_rne
- c) Fecha de registro: Julio 2009
- d) Apartado de biografía: "Informa't a temps real de tot el que es parla a Ràdio 4. Assabenta't de les últimes notícies i escolta-les a la pàgina web de Ràdio 4 a RTVE.es"
- e) Nº de seguidores: 12.163
- f) Nº de seguidos : 281

ANÁLISIS DE CONTENIDO

TWITTER	SEGUIDORES	SEGUIDOS	Nº TUIITS	REDIFUSIÓN	FAVORITOS
LUNES	11.987	279	14	0	0
MARTES	11.996	279	15	0	0
MIÉRCOLES	12.023	279	15	0	0
JUEVES	12.029	280	1	0	0
VIERNES	12.031	280	8	0	0
SÁBADO	12.044	280	0	0	0
DOMINGO	12.058	280	0	0	0



ANÁLISIS ESPECÍFICO

LUNES 28



radio4_rne @radio4_rne · 28 de abr.

.@Directe4.0 Entrevista als extenistes Manel Orantes, Jordi Arrese i Juan Avendaño. @rogfraher i Un Món d'Apps rtve.es/a/2530811/ @rtve

Abrir

Responder Retwittear Favorito Más

a) **Finalidad del mensaje:**

- b) Información
- c) Opinión/ Publicidad
- d) Promoción de contenidos emitidos
- e) Promoción de contenidos por emitir
- f) Respuesta a los usuarios
- g) Participación para los usuarios en la red social
- h) Participación para los usuarios en la radio
- i) Es un *retweet*.

j) **¿El tweet tiene mención?**

- k) Si, a alguien del programa o la emisora
- l) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- m) Si, ambas
- n) No

o) **¿El tweet contiene enlaces?**

- p) Si, a la página web de la emisora
- q) Si a otros sitios web relacionados con el programa



r) Si a otros sitios web ajenos.

s) No

t) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

u) Si, imagen

v) Si, vídeo

w) Si, ambas

x) No

y) ¿El tweet incluye *Hastags*?

z) Si

aa) No

bb) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

cc) El autor está vinculado a Radio 4

dd) El autor no está vinculado a Radio 4

ee) ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

ff) Si

gg) No

hh) ¿El tweet ha sido *retweteado*?

ii) Si

jj) No

kk) ¿El tweet ha sido *comentado*?

ll) Si

mm) No



1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.

2. ¿El tweet tiene mención?

- a) Si, a alguien del programa o la emisora
- b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- c) Si, ambas
- d) No

3. ¿El tweet contiene enlaces?

- a) Si, a la página web de la emisora
- b) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- c) Si a otros sitios web ajenos.
- d) No

4. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- a) Si, imagen
- b) Si, vídeo
- c) Si, ambas
- d) No

5. ¿El tweet incluye *Hastags*?



- a) Si
- b) No

6. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- a) El autor está vinculado a Radio 4
- b) El autor no está vinculado a Radio 4

7. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- a) Si
- b) No

8. ¿El tweet ha sido retweteado?

- a) Si
- b) No

9. ¿El tweet ha sido comentado?

- c) Si
- d) No



radio4_rne @radio4_rne · 28 de abr.
 .@Directe4 - Tertulia especial dedicada al record de Tito Vilanova - RTVE.es A
 la Carta rtve.es/a/2530875/ via @rtve

[Abrir](#)

Responder Retwittear Favorito Más

1. Finalidad del mensaje:

- i) Información
- j) Opinión/ Publicidad
- k) Promoción de contenidos emitidos



- l) Promoción de contenidos por emitir
- m) Respuesta a los usuarios
- n) Participación para los usuarios en la red social
- o) Participación para los usuarios en la radio
- p) Es un *retweet*.

2. ¿El tweet tiene mención?

- e) Si, a alguien del programa o la emisora
- f) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- g) Si, ambas
- h) No

3. ¿El tweet contiene enlaces?

- e) Si, a la página web de la emisora
- f) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- g) Si a otros sitios web ajenos.
- h) No

4. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- e) Si, imagen
- f) Si, vídeo
- g) Si, ambas
- h) No

5. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- c) Si
- d) No

6. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- c) El autor está vinculado a Radio 4
- d) El autor no está vinculado a Radio 4



7. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- c) Si
- d) No

8. ¿El tweet ha sido retweteado?

- e) Si
- f) No

1. ¿El tweet ha sido comentado?

- g) Si
- h) No



1. Finalidad del mensaje:

- q) Información
- r) Opinión/ Publicidad
- s) Promoción de contenidos emitidos
- t) Promoción de contenidos por emitir
- u) Respuesta a los usuarios
- v) Participación para los usuarios en la red social
- w) Participación para los usuarios en la radio
- x) Es un *retweet*.

2. ¿El tweet tiene mención?



- i) Si, a alguien del programa o la emisora
- j) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- k) Si, ambas
- l) No

3. ¿El tweet contiene enlaces?

- i) Si, a la página web de la emisora
- j) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- k) Si a otros sitios web ajenos.
- l) No

4. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- i) Si, imagen
- j) Si, vídeo
- k) Si, ambas
- l) No

5. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- e) Si
- f) No

6. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- e) El autor está vinculado a Radio 4
- f) El autor no está vinculado a Radio 4

7. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- e) Si
- f) No

8. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- i) Si



j) No

2. ¿El tweet ha sido comentado?

k) Si

l) No



9. Finalidad del mensaje:

- y) Información
- z) Opinión/ Publicidad
- aa) Promoción de contenidos emitidos
- bb) Promoción de contenidos por emitir
- cc) Respuesta a los usuarios
- dd) Participación para los usuarios en la red social
- ee) Participación para los usuarios en la radio
- ff) Es un *retweet*.

10. ¿El tweet tiene mención?

- m) Si, a alguien del programa o la emisora
- n) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- o) Si, ambas
- p) No

11. ¿El tweet contiene enlaces?

- m) Si, a la página web de la emisora
- n) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- o) Si a otros sitios web ajenos.
- p) No



12. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- m) Si, imagen
- n) Si, vídeo
- o) Si, ambas
- p) No

13. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- g) Si
- h) No

14. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- g) El autor está vinculado a Radio 4
- h) El autor no está vinculado a Radio 4

15. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- g) Si
- h) No

16. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- m) Si
- n) No

3. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- o) Si
- p) No



1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.

2. ¿El tweet tiene mención?

- a) Si, a alguien del programa o la emisora
- b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- c) Si, ambas
- d) No

3. ¿El tweet contiene enlaces?

- q) Si, a la página web de la emisora
- r) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- s) Si a otros sitios web ajenos.
- t) No

4. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- q) Si, imagen
- r) Si, vídeo
- s) Si, ambas
- t) No

5. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- i) Si
- j) No



6. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- i) El autor está vinculado a Radio 4
- j) El autor no está vinculado a Radio 4

7. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- i) Si
- j) No

8. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- q) Si
- r) No

9. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- s) Si
- t) No



17. Finalidad del mensaje:

- gg) Información
- hh) Opinión/ Publicidad
- ii) Promoción de contenidos emitidos
- jj) Promoción de contenidos por emitir
- kk) Respuesta a los usuarios
- ll) Participación para los usuarios en la red social



mm) Participación para los usuarios en la radio
nn) Es un *retweet*.

18. ¿El tweet tiene mención?

- q) Si, a alguien del programa o la emisora
- r) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- s) Si, ambas
- t) No

19. ¿El tweet contiene enlaces?

- u) Si, a la página web de la emisora
- v) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- w) Si a otros sitios web ajenos.
- x) No

20. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- u) Si, imagen
- v) Si, vídeo
- w) Si, ambas
- x) No

21. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- k) Si
- l) No

22. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- k) El autor está vinculado a Radio 4
- l) El autor no está vinculado a Radio 4

23. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- k) Si



l) No

24. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

u) Si

v) No

4. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

w) Si

x) No



radio4_rne @radio4_rne · 28 de abr.

Escola de vida Joan Quintana al programa Enginyeria de ponts i camins
@ZOEComunica @QuimValls @JoanQuintanaFor rtve.es/a/2533893/ @rtve

[Abrir](#)

Responder Retwitear Favorito Más

25. Finalidad del mensaje:

oo) Información

pp) Opinión/ Publicidad

qq) Promoción de contenidos emitidos

rr) Promoción de contenidos por emitir

ss) Respuesta a los usuarios

tt) Participación para los usuarios en la red social

uu) Participación para los usuarios en la radio

vv) Es un *retweet*.

26. ¿El *tweet* tiene mención?

u) Si, a alguien del programa o la emisora

v) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

w) Si, ambas

x) No

27. ¿El *tweet* contiene enlaces?



- y) Si, a la página web de la emisora
- z) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- aa) Si a otros sitios web ajenos.
- bb) No

28. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- y) Si, imagen
- z) Si, vídeo
- aa) Si, ambas
- bb) No

29. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- m) Si
- n) No

30. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- m) El autor está vinculado a Radio 4
- n) El autor no está vinculado a Radio 4

31. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- m) Si
- n) No

32. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- y) Si
- z) No

5. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- aa) Si
- bb) No



1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.

2. ¿El tweet tiene mención?

- y) Si, a alguien del programa o la emisora
- z) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- aa) Si, ambas
- bb) No

3. ¿El tweet contiene enlaces?

- cc) Si, a la página web de la emisora
- dd) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ee) Si a otros sitios web ajenos.
- ff) No

4. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- cc) Si, imagen
- dd) Si, vídeo
- ee) Si, ambas
- ff) No

5. ¿El tweet incluye *Hastags*?



- o) Si
- p) No

6. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- o) El autor está vinculado a Radio 4
- p) El autor no está vinculado a Radio 4

7. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- o) Si
- p) No

8. ¿El tweet ha sido retweteado?

- cc) Si
- dd) No

9. ¿El tweet ha sido comentado?

- ee) Si
- ff) No



33. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.



34. ¿El tweet tiene mención?

- cc) Si, a alguien del programa o la emisora
- dd) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ee) Si, ambas
- ff) No

35. ¿El tweet contiene enlaces?

- gg) Si, a la página web de la emisora
- hh) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ii) Si a otros sitios web ajenos.
- jj) No

36. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- gg) Si, imagen
- hh) Si, vídeo
- ii) Si, ambas
- jj) No

37. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- q) Si
- r) No

38. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- q) El autor está vinculado a Radio 4
- r) El autor no está vinculado a Radio 4

39. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- q) Si
- r) No

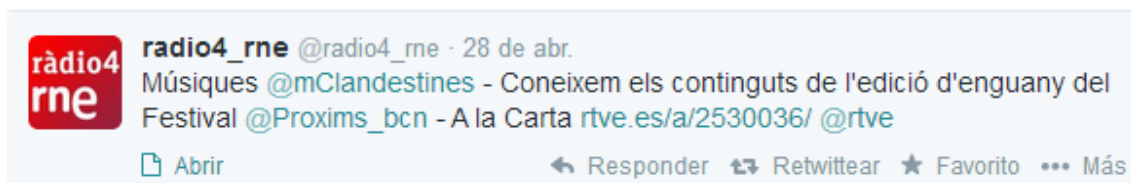
40. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- gg) Si
- hh) No



6. ¿El tweet ha sido comentado?

- ii) Si
- jj) No



41. Finalidad del mensaje:

- i) Información
- j) Opinión/ Publicidad
- k) Promoción de contenidos emitidos
- l) Promoción de contenidos por emitir
- m) Respuesta a los usuarios
- n) Participación para los usuarios en la red social
- o) Participación para los usuarios en la radio
- p) Es un *retweet*.

42. ¿El tweet tiene mención?

- gg) Si, a alguien del programa o la emisora
- hh) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ii) Si, ambas
- jj) No

43. ¿El tweet contiene enlaces?

- kk) Si, a la página web de la emisora
- ll) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- mm) Si a otros sitios web ajenos.
- nn) No

44. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- kk) Si, imagen



- ll) Si, vídeo
- mm) Si, ambas
- nn) No

45. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- s) Si
- t) No

46. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- s) El autor está vinculado a Radio 4
- t) El autor no está vinculado a Radio 4

47. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- s) Si
- t) No

48. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- kk) Si
- ll) No

7. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- mm) Si
- nn) No



49. Finalidad del mensaje:

- q) Información



- r) Opinión/ Publicidad
- s) Promoción de contenidos emitidos
- t) Promoción de contenidos por emitir
- u) Respuesta a los usuarios
- v) Participación para los usuarios en la red social
- w) Participación para los usuarios en la radio
- x) Es un *retweet*.

50. ¿El tweet tiene mención?

- kk) Si, a alguien del programa o la emisora
- ll) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- mm) Si, ambas
- nn) No

51. ¿El tweet contiene enlaces?

- oo) Si, a la página web de la emisora
- pp) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- qq) Si a otros sitios web ajenos.
- rr) No

52. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- oo) Si, imagen
- pp) Si, vídeo
- qq) Si, ambas
- rr) No

53. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- u) Si
- v) No

54. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- u) El autor está vinculado a Radio 4
- v) El autor no está vinculado a Radio 4

55. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?



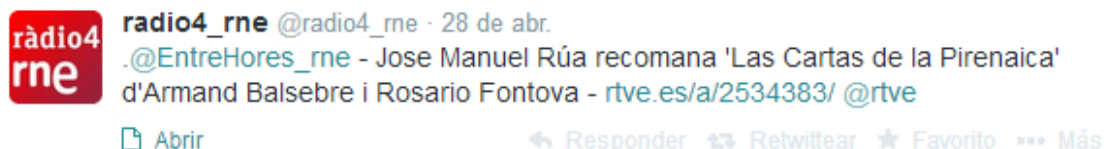
- u) Si
- v) No

56. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- oo) Si
- pp) No

8. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- qq) Si
- rr) No



57. Finalidad del mensaje:

- y) Información
- z) Opinión/ Publicidad
- aa) Promoción de contenidos emitidos
- bb) Promoción de contenidos por emitir
- cc) Respuesta a los usuarios
- dd) Participación para los usuarios en la red social
- ee) Participación para los usuarios en la radio
- ff) Es un *retweet*.



58. ¿El tweet tiene mención?

- oo) Si, a alguien del programa o la emisora
- pp) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- qq) Si, ambas
- rr) No

59. ¿El tweet contiene enlaces?

- ss) Si, a la página web de la emisora
- tt) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- uu) Si a otros sitios web ajenos.
- vv) No

60. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- ss) Si, imagen
- tt) Si, vídeo
- uu) Si, ambas
- vv) No

61. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- w) Si
- x) No

62. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- w) El autor está vinculado a Radio 4
- x) El autor no está vinculado a Radio 4

63. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- w) Si
- x) No

64. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

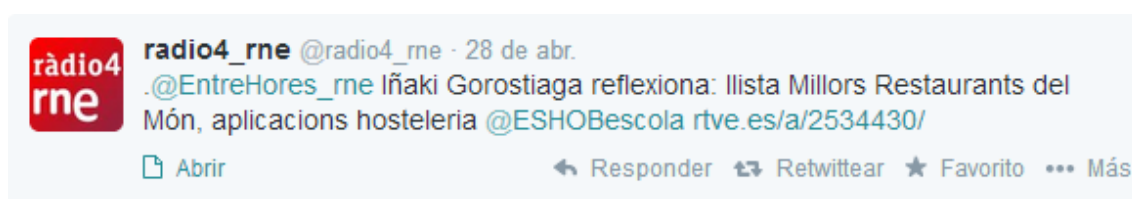
- ss) Si
- tt) No



9. ¿El tweet ha sido comentado?

uu) Si

vv) No



65. Finalidad del mensaje:

gg) Información

hh) Opinión/ Publicidad

ii) Promoción de contenidos emitidos

jj) Promoción de contenidos por emitir

kk) Respuesta a los usuarios

ll) Participación para los usuarios en la red social

mm) Participación para los usuarios en la radio

nn) Es un *retweet*.

66. ¿El tweet tiene mención?

ss) Si, a alguien del programa o la emisora

tt) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

uu) Si, ambas

vv) No

67. ¿El tweet contiene enlaces?

ww) Si, a la página web de la emisora

xx) Si a otros sitios web relacionados con el programa

yy) Si a otros sitios web ajenos.

zz) No

68. ¿El tweet incluye contenido multimedia?



- ww) Si, imagen
- xx) Si, vídeo
- yy) Si, ambas
- zz) No

69. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- y) Si
- z) No

70. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- y) El autor está vinculado a Radio 4
- z) El autor no está vinculado a Radio 4

71. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- y) Si
- z) No

72. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- ww) Si
- xx) No

10. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- yy) Si
- zz) No





73. Finalidad del mensaje:

- oo) Información
- pp) Opinión/ Publicidad
- qq) Promoción de contenidos emitidos
- rr) Promoción de contenidos por emitir
- ss) Respuesta a los usuarios
- tt) Participación para los usuarios en la red social
- uu) Participación para los usuarios en la radio
- vv) Es un *retweet*.

74. ¿El tweet tiene mención?

- ww) Si, a alguien del programa o la emisora
- xx) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- yy) Si, ambas
- zz) No

75. ¿El tweet contiene enlaces?

- aaa) Si, a la página web de la emisora
- bbb) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ccc) Si a otros sitios web ajenos.
- ddd) No

76. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- aaa) Si, imagen
- bbb) Si, vídeo
- ccc) Si, ambas
- ddd) No

77. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- aa) Si
- bb) No

78. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- aa) El autor está vinculado a Radio 4



bb) El autor no está vinculado a Radio 4

79. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- aa) Si
- bb) No

80. ¿El tweet ha sido retweteado?

- aaa) Si
- bbb) No

11. ¿El tweet ha sido comentado?

- ccc) Si
- ddd) No



81. Finalidad del mensaje:

- ww) Información
- xx) Opinión/ Publicidad



yy) Promoción de contenidos emitidos

zz) Promoción de contenidos por emitir

aaa) Respuesta a los usuarios

bbb) Participación para los usuarios en la red social

ccc) Participación para los usuarios en la radio

ddd) Es un *retweet*.

82. ¿El tweet tiene mención?

aaa) Si, a alguien del programa o la emisora

bbb) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

ccc) Si, ambas

ddd) No

83. ¿El tweet contiene enlaces?

eee) Si, a la página web de la emisora

fff) Si a otros sitios web relacionados con el programa

ggg) Si a otros sitios web ajenos.

hhh) No

84. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

eee) Si, imagen

fff) Si, vídeo

ggg) Si, ambas

hhh) No

85. ¿El tweet incluye *Hastags*?

cc) Si

dd) No

86. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

cc) El autor está vinculado a Radio 4

dd) El autor no está vinculado a Radio 4

87. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?



cc) Si
dd) No

88. ¿El tweet ha sido retweteado?

eee) Si
fff) No

12. ¿El tweet ha sido comentado?

ggg) Si
hhh) No

MARTES 29



radio4_rne @radio4_rne · 29 de abr.

58º Premis Sant Jordi de Cinematografia de @radio4_rne @vdecine_rne
rtve.es/n/929741/ via @rtve

[Abrir](#)

Responder Retwittear Favorito Más

89. Finalidad del mensaje:

eee) Información
fff) Opinión/ Publicidad
ggg) Promoción de contenidos emitidos
hhh) Promoción de contenidos por emitir
iii) Respuesta a los usuarios
jjj) Participación para los usuarios en la red social
kkk) Participación para los usuarios en la radio
lll) Es un *retweet*.



90. ¿El tweet tiene mención?

- eee) Si, a alguien del programa o la emisora
- fff) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ggg) Si, ambas
- hhh) No

91. ¿El tweet contiene enlaces?

- iii) Si, a la página web de la emisora
- jjj) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- kkk) Si a otros sitios web ajenos.
- lll) No

92. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- iii) Si, imagen
- jjj) Si, vídeo
- kkk) Si, ambas
- lll) No

93. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- ee) Si
- ff) No

94. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- ee) El autor está vinculado a Radio 4
- ff) El autor no está vinculado a Radio 4

95. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- ee) Si
- ff) No

96. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- iii) Si
- jjj) No



13. ¿El tweet ha sido comentado?

kkk) Si

III) No



97. Finalidad del mensaje:

mmm) Información

nnn) Opinión/ Publicidad

ooo) Promoción de contenidos emitidos

ppp) Promoción de contenidos por emitir

qqq) Respuesta a los usuarios

rrr) Participación para los usuarios en la red social

sss) Participación para los usuarios en la radio

ttt) Es un *retweet*.

98. ¿El tweet tiene mención?

iii) Si, a alguien del programa o la emisora

jjj) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

kkk) Si, ambas

III) No

99. ¿El tweet contiene enlaces?

mmm) Si, a la página web de la emisora

nnn) Si a otros sitios web relacionados con el programa

ooo) Si a otros sitios web ajenos.

ppp) No

100. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

mmm) Si, imagen



nnn) Si, vídeo
ooo) Si, ambas
ppp) No

101. ¿El tweet incluye *Hastags*?

gg) Si
hh) No

102. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

gg) El autor está vinculado a Radio 4
hh) El autor no está vinculado a Radio 4

103. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

gg) Si
hh) No

104. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

mmm) Si
nnn) No

14. ¿El tweet ha sido *comentado*?

ooo) Si
ppp) No



105. Finalidad del mensaje:

- uuu) Información
- vvv) Opinión/ Publicidad
- www) Promoción de contenidos emitidos
- xxx) Promoción de contenidos por emitir
- yyy) Respuesta a los usuarios
- zzz) Participación para los usuarios en la red social
- aaaa) Participación para los usuarios en la radio
- bbbb) Es un *retweet*.

106. ¿El tweet tiene mención?

- mmm) Si, a alguien del programa o la emisora
- nnn) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ooo) Si, ambas
- ppp) No

107. ¿El tweet contiene enlaces?

- qqq) Si, a la página web de la emisora
- rrr) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- sss) Si a otros sitios web ajenos.
- ttt) No

108. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- qqq) Si, imagen
- rrr) Si, vídeo
- sss) Si, ambas
- ttt) No

109. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- ii) Si
- jj) No

110. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)



- ii) El autor está vinculado a Radio 4
- jj) El autor no está vinculado a Radio 4

111. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

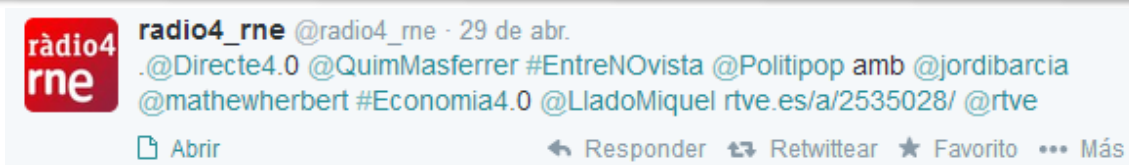
- ii) Si
- jj) No

112. ¿El tweet ha sido retweteado?

- qqq) Si
- rrr) No

15. ¿El tweet ha sido comentado?

- sss) Si
- ttt) No



113. Finalidad del mensaje:

- cccc) Información
- dddd) Opinión/ Publicidad
- eeee) Promoción de contenidos emitidos
- ffff) Promoción de contenidos por emitir
- gggg) Respuesta a los usuarios
- hhhh) Participación para los usuarios en la red social
- iiii) Participación para los usuarios en la radio
- jjjj) Es un *retweet*.

114. ¿El tweet tiene mención?

- qqq) Si, a alguien del programa o la emisora
- rrr) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- sss) Si, ambas



ttt) No

115. ¿El tweet contiene enlaces?

- uuu) Si, a la página web de la emisora
- vvv) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- www) Si a otros sitios web ajenos.
- xxx) No

116. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- uuu) Si, imagen
- vvv) Si, vídeo
- www) Si, ambas
- xxx) No

117. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- kk) Si
- ll) No

118. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- kk) El autor está vinculado a Radio 4
- ll) El autor no está vinculado a Radio 4

119. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- kk) Si
- ll) No

120. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- uuu) Si
- vvv) No

16. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- www) Si
- xxx) No



radio4_rn
Avui el pro
s'entregar
Abrir

121. Finalidad del mensaje:

- ww) Información
- xx) Opinión/ Publicidad
- yy) Promoción de contenidos emitidos
- zz) Promoción de contenidos por emitir
- aaa) Respuesta a los usuarios
- bbb) Participación para los usuarios en la red social
- ccc) Participación para los usuarios en la radio
- ddd) Es un *retweet*.

122. ¿El tweet tiene mención?

- uuu) Si, a alguien del programa o la emisora
- vvv) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- www) Si, ambas
- xxx) No

123. ¿El tweet contiene enlaces?

- yyy) Si, a la página web de la emisora
- zzz) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- aaaa) Si a otros sitios web ajenos.
- bbbb) No

124. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- yyy) Si, imagen
- zzz) Si, vídeo
- aaaa) Si, ambas
- bbbb) No

125. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- mm) Si
- nn) No



126. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

mm) El autor está vinculado a Radio 4

nn) El autor no está vinculado a Radio 4

127. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

mm) Si

nn) No

128. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

yyy) Si

zzz) No

17. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

aaaa) Si

bbbb) No



radio4_rne @radio4_rne · 29 de abr.

.@Mati4Bandes_Rne Entrevista @malonsocs. Tertúlia de polítics amb @FerranPedret , @AannaFigueras i @JoseA_Coto rtve.es/a/2535736/ @rtve

[Abrir](#)

[Responder](#)



Retwittear



Favorito



Más

129. Finalidad del mensaje:

eee) Información

fff) Opinión/ Publicidad

ggg) Promoción de contenidos emitidos

hhh) Promoción de contenidos por emitir

iii) Respuesta a los usuarios

jjj) Participación para los usuarios en la red social

kkk) Participación para los usuarios en la radio

lll) Es un *retweet*.

130. ¿El *tweet* tiene mención?



yyy) Si, a alguien del programa o la emisora
 zzz) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
 aaaa) Si, ambas
 bbbb) No

131. ¿El tweet contiene enlaces?

cccc) Si, a la página web de la emisora
 dddd) Si a otros sitios web relacionados con el programa
 eeee) Si a otros sitios web ajenos.
 ffff) No

132. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

cccc) Si, imagen
 dddd) Si, vídeo
 eeee) Si, ambas
 ffff) No

133. ¿El tweet incluye *Hastags*?

oo) Si
 pp) No

134. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

oo) El autor está vinculado a Radio 4
 pp) El autor no está vinculado a Radio 4

135. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

oo) Si
 pp) No

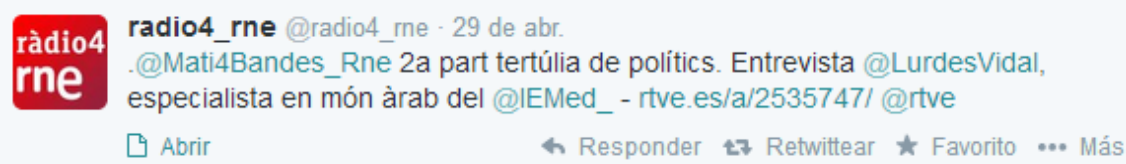
136. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

cccc) Si
 dddd) No

18. ¿El tweet ha sido *comentado*?



eeee) Si
ffff) No



137. Finalidad del mensaje:

kkkk) Información
llll) Opinión/ Publicidad
mmmm) Promoción de contenidos emitidos
nnnn) Promoción de contenidos por emitir
oooo) Respuesta a los usuarios
pppp) Participación para los usuarios en la red social
qqqq) Participación para los usuarios en la radio
rrrr) Es un *retweet*.

138. ¿El tweet tiene mención?

cccc) Si, a alguien del programa o la emisora
dddd) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
eeee) Si, ambas
ffff) No

139. ¿El tweet contiene enlaces?

gggg) Si, a la página web de la emisora
hhhh) Si a otros sitios web relacionados con el programa
iiii) Si a otros sitios web ajenos.
jjjj) No

140. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

gggg) Si, imagen



hhhh) Si, vídeo

iiii) Si, ambas

jjjj) No

141. ¿El tweet incluye *Hastags*?

qq) Si

rr) No

142. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

qq) El autor está vinculado a Radio 4

rr) El autor no está vinculado a Radio 4

143. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

qq) Si

rr) No

144. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

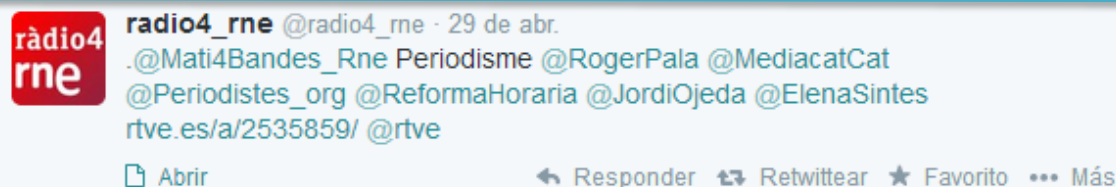
gggg) Si

hhhh) No

19. ¿El tweet ha sido *comentado*?

iiii) Si

jjjj) No



145. Finalidad del mensaje:

ssss) Información

tttt) Opinión/ Publicidad

uuuu) Promoción de contenidos emitidos



- vvvv) Promoción de contenidos por emitir
- www) Respuesta a los usuarios
- xxx) Participación para los usuarios en la red social
- yyy) Participación para los usuarios en la radio
- zzz) Es un *retweet*.

146. ¿El tweet tiene mención?

- gggg) Si, a alguien del programa o la emisora
- hhhh) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- iiii) Si, ambas
- jjjj) No

147. ¿El tweet contiene enlaces?

- kkkk) Si, a la página web de la emisora
- llll) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- mmmm) Si a otros sitios web ajenos.
- nnnn) No

148. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- kkkk) Si, imagen
- llll) Si, vídeo
- mmmm) Si, ambas
- nnnn) No

149. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- ss) Si
- tt) No

150. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- ss) El autor está vinculado a Radio 4
- tt) El autor no está vinculado a Radio 4

151. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- ss) Si



tt) No

152. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

kkkk) Si

llll) No

20. ¿El tweet ha sido *comentado*?

mmmm) Si

nnnn) No



radio4_rne @radio4_rne · 29 de abr.

.@Mati4Bandes_Rne Les sibarites: @carnesanchez @ATM_Cava i Anna Alós. Realitat paral·lela amb @PipoSerrano rtve.es/a/2536007/ via @rtve

[Abrir](#)

Responder Retwittear Favorito Más

153. Finalidad del mensaje:

aaaaa) Información

bbbbb) Opinión/ Publicidad

ccccc) Promoción de contenidos emitidos

ddddd) Promoción de contenidos por emitir

eeeee) Respuesta a los usuarios

fffff) Participación para los usuarios en la red social

ggggg) Participación para los usuarios en la radio

hhhhh) Es un *retweet*.

154. ¿El tweet tiene mención?

kkkk) Si, a alguien del programa o la emisora

llll) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

mmmm) Si, ambas

nnnn) No

155. ¿El tweet contiene enlaces?

oooo) Si, a la página web de la emisora



pppp) Si a otros sitios web relacionados con el programa
qqqq) Si a otros sitios web ajenos.
rrrr) No

156. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

oooo) Si, imagen
pppp) Si, vídeo
qqqq) Si, ambas
rrrr) No

157. ¿El tweet incluye *Hastags*?

uu) Si
vv) No

158. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

uu) El autor está vinculado a Radio 4
vv) El autor no está vinculado a Radio 4

159. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

uu) Si
vv) No

160. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

oooo) Si
pppp) No

21. ¿El tweet ha sido *comentado*?

qqqq) Si
rrrr) No



161. Finalidad del mensaje:

iiii) Información

jjjj) Opinión/ Publicidad

kkkk) Promoción de contenidos emitidos

llll) Promoción de contenidos por emitir

mmmm) Respuesta a los usuarios

nnnn) Participación para los usuarios en la red social

oooo) Participación para los usuarios en la radio

pppp) Es un *retweet*.

162. ¿El tweet tiene mención?

oooo) Si, a alguien del programa o la emisora

pppp) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

qqqq) Si, ambas

rrrr) No

163. ¿El tweet contiene enlaces?

ssss) Si, a la página web de la emisora

tttt) Si a otros sitios web relacionados con el programa

uuuu) Si a otros sitios web ajenos.

vvvv) No

164. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

ssss) Si, imagen

tttt) Si, vídeo

uuuu) Si, ambas

vvvv) No

165. ¿El tweet incluye *Hastags*?

ww) Si

xx) No

166. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

ww) El autor está vinculado a Radio 4



xx) El autor no está vinculado a Radio 4

167. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

ww) Si

xx) No

168. ¿El tweet ha sido retweteado?

ssss) Si

tttt) No

22. ¿El tweet ha sido comentado?

uuuu) Si

vvvv) No



169. Finalidad del mensaje:

qqqqq) Información

rrrrr) Opinión/ Publicidad

sssss) Promoción de contenidos emitidos

ttttt) Promoción de contenidos por emitir

uuuuu) Respuesta a los usuarios

vvvvv) Participación para los usuarios en la red social

wwwww) Participación para los usuarios en la radio

xxxxx) Es un *retweet*.

170. ¿El tweet tiene mención?

ssss) Si, a alguien del programa o la emisora

tttt) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora



uuuu) Si, ambas
vvvv) No

171. ¿El tweet contiene enlaces?

www) Si, a la página web de la emisora
xxx) Si a otros sitios web relacionados con el programa
yyy) Si a otros sitios web ajenos.
zzz) No

172. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

www) Si, imagen
xxx) Si, vídeo
yyy) Si, ambas
zzz) No

173. ¿El tweet incluye *Hastags*?

yy) Si
zz) No

174. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

yy) El autor está vinculado a Radio 4
zz) El autor no está vinculado a Radio 4

175. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

yy) Si
zz) No

176. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

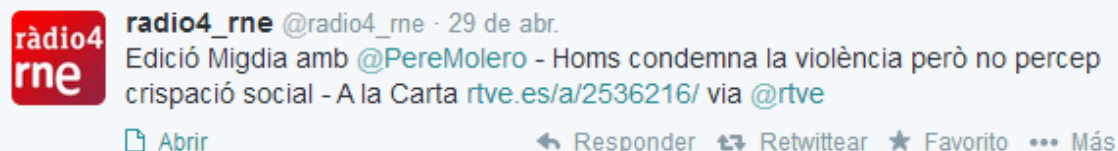
www) Si
xxx) No

23. ¿El tweet ha sido *comentado*?

yyyy) Si



zzzz) No



177. Finalidad del mensaje:

- yyyyy) Información
- zzzzz) Opinión/ Publicidad
- aaaaaa) Promoción de contenidos emitidos
- bbbbbb) Promoción de contenidos por emitir
- ccccc) Respuesta a los usuarios
- dddddd) Participación para los usuarios en la red social
- eeeeee) Participación para los usuarios en la radio
- ffffff) Es un *retweet*.

178. ¿El tweet tiene mención?

- www) Si, a alguien del programa o la emisora
- xxxx) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- yyyy) Si, ambas
- zzzz) No

179. ¿El tweet contiene enlaces?

- aaaaa) Si, a la página web de la emisora
- bbbbb) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- cccc) Si a otros sitios web ajenos.
- dddd) No

180. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- aaaaa) Si, imagen
- bbbbb) Si, vídeo
- cccc) Si, ambas
- dddd) No



181. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- aaa) Si
- bbb) No

182. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- aaa) El autor está vinculado a Radio 4
- bbb) El autor no está vinculado a Radio 4

183. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- aaa) Si
- bbb) No

184. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- aaaaa) Si
- bbbbb) No

24. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- ccccc) Si
- ddddd) No



radio4_rne @radio4_rne · 29 de abr.

.@WonderlandRNE4 - 'Hormigas bajo el mantel' de la cantant @Laraweboficial
La Coartada Perfecta! @lauragond rtve.es/a/2536369/ @rtve

[Abrir](#)

[Responder](#) [Retwittear](#) [Favorito](#) [Más](#)

185. Finalidad del mensaje:

- gggggg) Información



- hhhhh) Opinión/ Publicidad
- iiii) Promoción de contenidos emitidos
- jjjjj) Promoción de contenidos por emitir
- kkkkk) Respuesta a los usuarios
- lllll) Participación para los usuarios en la red social
- mmmmm) Participación para los usuarios en la radio
- nnnnn) Es un *retweet*.

186. ¿El tweet tiene mención?

- aaaa) Si, a alguien del programa o la emisora
- bbbb) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- cccc) Si, ambas
- dddd) No

187. ¿El tweet contiene enlaces?

- eeee) Si, a la página web de la emisora
- ffff) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- gggg) Si a otros sitios web ajenos.
- hhhh) No

188. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- eeee) Si, imagen
- ffff) Si, vídeo
- gggg) Si, ambas
- hhhh) No

189. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- ccc) Si
- ddd) No

190. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- ccc) El autor está vinculado a Radio 4
- ddd) El autor no está vinculado a Radio 4

191. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?



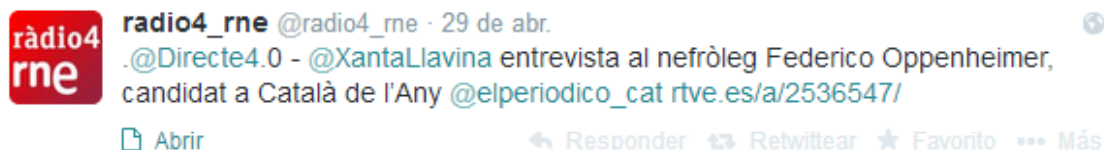
ccc) Si
ddd) No

192. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

eeee) Si
ffff) No

25. ¿El tweet ha sido *comentado*?

gggg) Si
hhhh) No



193. Finalidad del mensaje:

oooo) Información
ppppp) Opinión/ Publicidad
qqqqq) Promoción de contenidos emitidos
rrrrr) Promoción de contenidos por emitir
sssss) Respuesta a los usuarios
ttttt) Participación para los usuarios en la red social
uuuuu) Participación para los usuarios en la radio
vvvvv) Es un *retweet*.

194. ¿El tweet tiene mención?

eeee) Si, a alguien del programa o la emisora
ffff) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
gggg) Si, ambas
hhhh) No

195. ¿El tweet contiene enlaces?



- iiii) Si, a la página web de la emisora
- jjjj) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- kkkk) Si a otros sitios web ajenos.
- llll) No

196. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- iiii) Si, imagen
- jjjj) Si, vídeo
- kkkk) Si, ambas
- llll) No

197. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- eee) Si
- fff) No

198. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- eee) El autor está vinculado a Radio 4
- fff) El autor no está vinculado a Radio 4

199. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- eee) Si
- fff) No

200. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- iiii) Si
- jjjj) No

26. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- kkkk) Si
- llll) No



201. Finalidad del mensaje:

- wwwww) Información
- xxxxxx) Opinión/ Publicidad
- yyyyyy) Promoción de contenidos emitidos
- zzzzzz) Promoción de contenidos por emitir
- aaaaaaa) Respuesta a los usuarios
- bbbbbbb) Participación para los usuarios en la red social
- ccccccc) Participación para los usuarios en la radio
- ddddddd) Es un *retweet*.

202. ¿El tweet tiene mención?

- iiii) Si, a alguien del programa o la emisora
- jjjjj) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- kkkkk) Si, ambas
- lllll) No

203. ¿El tweet contiene enlaces?

- mmmmm) Si, a la página web de la emisora
- nnnnn) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ooooo) Si a otros sitios web ajenos.
- ppppp) No

204. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- mmmmm) Si, imagen
- nnnnn) Si, vídeo
- ooooo) Si, ambas
- ppppp) No

205. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- ggg) Si
- hhh) No

206. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- ggg) El autor está vinculado a Radio 4



hhh) El autor no está vinculado a Radio 4

207. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

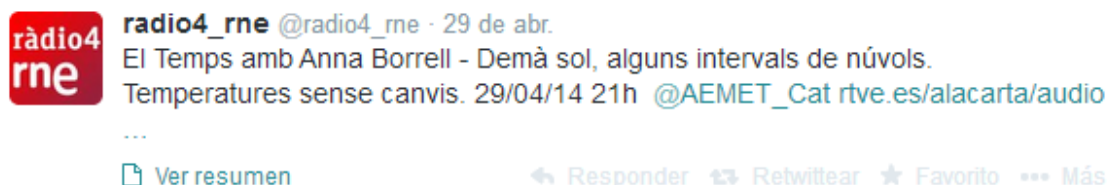
ggg) Si
hhh) No

208. ¿El tweet ha sido retweteado?

mmmmm) Si
nnnnn) No

27. ¿El tweet ha sido comentado?

ooooo) Si
ppppp) No



209. Finalidad del mensaje:

eeeeeee) Información
ffffff) Opinión/ Publicidad
ggggggg) Promoción de contenidos emitidos
hhhhhhh) Promoción de contenidos por emitir
iiiiiii) Respuesta a los usuarios
jjjjjjj) Participación para los usuarios en la red social
kkkkkkk) Participación para los usuarios en la radio
lllllll) Es un *retweet*.

210. ¿El tweet tiene mención?

mmmmm) Si, a alguien del programa o la emisora
nnnnn) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora



ooooo) Si, ambas
ppppp) No

211. ¿El tweet contiene enlaces?

qqqqq) Si, a la página web de la emisora
rrrrr) Si a otros sitios web relacionados con el programa
sssss) Si a otros sitios web ajenos.
ttttt) No

212. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

qqqqq) Si, imagen
rrrrr) Si, vídeo
sssss) Si, ambas
ttttt) No

213. ¿El tweet incluye *Hastags*?

iii) Si
jjj) No

214. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

iii) El autor está vinculado a Radio 4
jjj) El autor no está vinculado a Radio 4

215. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

iii) Si
jjj) No

216. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

qqqqq) Si
rrrrr) No

28. ¿El tweet ha sido *comentado*?

sssss) Si



ttttt)

No

MIÉRCOLES 29



1) **Finalidad del mensaje:**

- 2) Información
- 3) Opinión/ Publicidad
- 4) Promoción de contenidos emitidos
- 5) Promoción de contenidos por emitir
- 6) Respuesta a los usuarios
- 7) Participación para los usuarios en la red social
- 8) Participación para los usuarios en la radio
- 9) Es un *retweet*.

10) **¿El tweet tiene mención?**

- 11) Si, a alguien del programa o la emisora



12) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

13) Si, ambas

14) No

15) ¿El tweet contiene enlaces?

16) Si, a la página web de la emisora

17) Si a otros sitios web relacionados con el programa

18) Si a otros sitios web ajenos.

19) No

20) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

21) Si, imagen

22) Si, vídeo

23) Si, ambas

24) No

25) ¿El tweet incluye *Hastags*?

26) Si

27) No

28) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

29) El autor está vinculado a Radio 4

30) El autor no está vinculado a Radio 4

31) ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

32) Si

33) No

34) ¿El tweet ha sido *retweteado*?

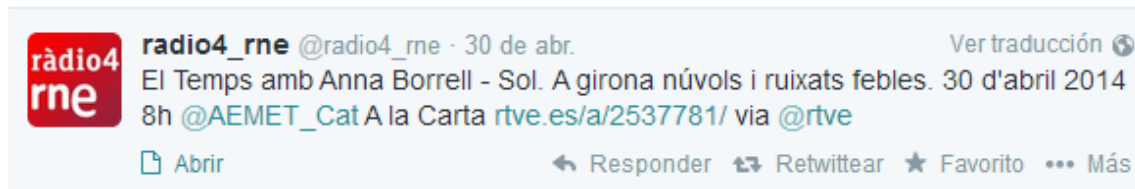
35) Si

36) No

37) ¿El tweet ha sido *comentado*?

38) Si

39) No



40) Finalidad del mensaje:

- 41) Información
- 42) Opinión/ Publicidad
- 43) Promoción de contenidos emitidos
- 44) Promoción de contenidos por emitir
- 45) Respuesta a los usuarios
- 46) Participación para los usuarios en la red social
- 47) Participación para los usuarios en la radio
- 48) Es un *retweet*.

49) ¿El tweet tiene mención?

- 50) Si, a alguien del programa o la emisora
- 51) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- 52) Si, ambas
- 53) No

54) ¿El tweet contiene enlaces?

- 55) Si, a la página web de la emisora
- 56) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- 57) Si a otros sitios web ajenos.
- 58) No

59) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- 60) Si, imagen
- 61) Si, vídeo
- 62) Si, ambas
- 63) No



64) ¿El tweet incluye *Hastags*?

65) Si

66) No

67) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

68) El autor está vinculado a Radio 4

69) El autor no está vinculado a Radio 4

70) ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

71) Si

72) No

73) ¿El tweet ha sido *retweteado*?

74) Si

75) No

76) ¿El tweet ha sido *comentado*?

77) Si

78) No



79) Finalidad del mensaje:

80) Información

81) Opinión/ Publicidad

82) Promoción de contenidos emitidos

83) Promoción de contenidos por emitir

84) Respuesta a los usuarios

85) Participación para los usuarios en la red social



86) Participación para los usuarios en la radio

87) Es un *retweet*.

88) ¿El tweet tiene mención?

89) Si, a alguien del programa o la emisora

90) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

91) Si, ambas

92) No

93) ¿El tweet contiene enlaces?

94) Si, a la página web de la emisora

95) Si a otros sitios web relacionados con el programa

96) Si a otros sitios web ajenos.

97) No

98) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

99) Si, imagen

100) Si, vídeo

101) Si, ambas

102) No

103) ¿El tweet incluye *Hastags*?

104) Si

105) No

106) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

107) El autor está vinculado a Radio 4

108) El autor no está vinculado a Radio 4

109) ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

110) Si

111) No

112) ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

113) Si



114) No

115) ¿El tweet ha sido comentado?

116) Si

117) No



radio4_rne @radio4_rne · 30 de abr.

.@Mati4Bandes_Rne - Segona part de la tertúlia. Entrevista a @DolorsCamats coordinadora nacional d'@icveuia rtve.es/a/2537888/ via @rtve

[Abrir](#)

Responder Retwitear Favorito Más

uuuuu) **Finalidad del mensaje:**

vvvvv) Información

wwwww) Opinión/ Publicidad

xxxxx) Promoción de contenidos emitidos

yyyyy) Promoción de contenidos por emitir

zzzzz) Respuesta a los usuarios

aaaaaa) Participación para los usuarios en la red social

bbbbbb) Participación para los usuarios en la radio

ccccc) Es un *retweet*.

dddddd) **¿El tweet tiene mención?**

eeeeee) Si, a alguien del programa o la emisora

ffffff) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

gggggg) Si, ambas

hhhhhh) No

iiiiii) **¿El tweet contiene enlaces?**

jjjjjj) Si, a la página web de la emisora

kkkkkk) Si a otros sitios web relacionados con el programa

llllll) Si a otros sitios web ajenos.

mmmmmm) No



nnnnnn) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

oooooo) Si, imagen

pppppp) Si, vídeo

qqqqqq) Si, ambas

rrrrrr) No

ssssss) ¿El tweet incluye *Hastags*?

tttttt) Si

uuuuuu) No

vvvvvv) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

wwwww) El autor está vinculado a Radio 4

xxxxxx) El autor no está vinculado a Radio 4

yyyyyy) ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

zzzzzz) Si

aaaaaa) No

bbbbbbb) ¿El tweet ha sido *retweteado*?

cccccc) Si

dddddd) No

eeeeeee) ¿El tweet ha sido *comentado*?

ffffff) Si

gggggg) No



radio4_rne @radio4_rne · 30 de abr.

.@Mati4Bandes_Rne - Consulta del Dr. Tomàs: som una societat violenta?
Empreses d'èxit: @ZARA i @Mercadona rtve.es/a/2538050/ via @rtve

[Abrir](#)

Responder Retwittear Favorito Más



118) **Finalidad del mensaje:**

- 119) Información
- 120) Opinión/ Publicidad
- 121) Promoción de contenidos emitidos
- 122) Promoción de contenidos por emitir
- 123) Respuesta a los usuarios
- 124) Participación para los usuarios en la red social
- 125) Participación para los usuarios en la radio
- 126) Es un *retweet*.

127) **¿El tweet tiene mención?**

- 128) Si, a alguien del programa o la emisora
- 129) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- 130) Si, ambas
- 131) No

132) **¿El tweet contiene enlaces?**

- 133) Si, a la página web de la emisora
- 134) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- 135) Si a otros sitios web ajenos.
- 136) No

137) **¿El tweet incluye contenido multimedia?**

- 138) Si, imagen
- 139) Si, vídeo
- 140) Si, ambas
- 141) No

142) **¿El tweet incluye *Hashtags*?**

- 143) Si
- 144) No

145) **Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)**

- 146) El autor está vinculado a Radio 4
- 147) El autor no está vinculado a Radio 4



148) ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

149) Si

150) No

151) ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

152) Si

153) No

154) ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

155) Si

156) No



radio4_rne @radio4_rne · 30 de abr.

Club Dante - "Libres sobre el #1714" amb Jordi Mata i Albert García Espuche
@davidmartibooks - rtve.es/a/2528988/ via @rtve

 [Abrir](#)

 Responder  Retwittear  Favorito  Más

157) **Finalidad del mensaje:**

158) Información

159) Opinión/ Publicidad

160) Promoción de contenidos emitidos

161) Promoción de contenidos por emitir

162) Respuesta a los usuarios

163) Participación para los usuarios en la red social

164) Participación para los usuarios en la radio

165) Es un *retweet*.

166) ¿El *tweet* tiene mención?

167) Si, a alguien del programa o la emisora

168) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

169) Si, ambas

170) No



171) ¿El tweet contiene enlaces?

172) Si, a la página web de la emisora

173) Si a otros sitios web relacionados con el programa

174) Si a otros sitios web ajenos.

175) No

176) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

177) Si, imagen

178) Si, vídeo

179) Si, ambas

180) No

181) ¿El tweet incluye *Hashtags*?

182) Si

183) No

184) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

185) El autor está vinculado a Radio 4

186) El autor no está vinculado a Radio 4

187) ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

188) Si

189) No

190) ¿El tweet ha sido *retweteado*?

191) Si

192) No

193) ¿El tweet ha sido *comentado*?

194) Si

195) No



196) **Finalidad del mensaje:**

- 197) Información
- 198) Opinión/ Publicidad
- 199) Promoción de contenidos emitidos
- 200) Promoción de contenidos por emitir
- 201) Respuesta a los usuarios
- 202) Participación para los usuarios en la red social
- 203) Participación para los usuarios en la radio
- 204) Es un *retweet*.

205) **¿El tweet tiene mención?**

- 206) Si, a alguien del programa o la emisora
- 207) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- 208) Si, ambas
- 209) No

210) **¿El tweet contiene enlaces?**

- 211) Si, a la página web de la emisora
- 212) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- 213) Si a otros sitios web ajenos.
- 214) No

215) **¿El tweet incluye contenido multimedia?**

- 216) Si, imagen
- 217) Si, vídeo
- 218) Si, ambas
- 219) No



220) ¿El *tweet* incluye *Hastags*?

221) Si

222) No

223) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

224) El autor está vinculado a Radio 4

225) El autor no está vinculado a Radio 4

226) ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

227) Si

228) No

229) ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

230) Si

231) No

232) ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

233) Si

234) No



radio4_rne @radio4_rne · 30 de abr.

.@EntreHores_me - L'editora @mdolorssarries ens apropa #París i la seva cultura - RTVE.es A la Carta rtve.es/a/2538348/ via @rtve

[Abrir](#)

Responder

Retwittear

Favorito

Más

235) Finalidad del mensaje:

236) Información

237) Opinión/ Publicidad

238) Promoción de contenidos emitidos

239) Promoción de contenidos por emitir

240) Respuesta a los usuarios

241) Participación para los usuarios en la red social



242) Participación para los usuarios en la radio

243) Es un *retweet*.

244) ¿El tweet tiene mención?

245) Si, a alguien del programa o la emisora

246) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

247) Si, ambas

248) No

249) ¿El tweet contiene enlaces?

250) Si, a la página web de la emisora

251) Si a otros sitios web relacionados con el programa

252) Si a otros sitios web ajenos.

253) No

254) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

255) Si, imagen

256) Si, vídeo

257) Si, ambas

258) No

259) ¿El tweet incluye *Hastags*?

260) Si

261) No

262) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

263) El autor está vinculado a Radio 4

264) El autor no está vinculado a Radio 4

265) ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

266) Si

267) No

268) ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

269) Si



270) No

271) **¿El tweet ha sido comentado?**

272) Si

273) No



radio4_rne @radio4_rne · 30 de abr.

.@EntreHores_rne El cuiner del Restaurant @MoliEscala Jordi Jacas ens cuina pèsols ofegats amb botifarra negra rtve.es/a/2538347/ @rtve

 [Abrir](#)

 Responder  Retwittear  Favorito  Más

274) **Finalidad del mensaje:**

275) Información

276) Opinión/ Publicidad

277) Promoción de contenidos emitidos

278) Promoción de contenidos por emitir

279) Respuesta a los usuarios

280) Participación para los usuarios en la red social

281) Participación para los usuarios en la radio

282) Es un *retweet*.

283) **¿El tweet tiene mención?**

284) Si, a alguien del programa o la emisora

285) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

286) Si, ambas

287) No

288) **¿El tweet contiene enlaces?**

289) Si, a la página web de la emisora

290) Si a otros sitios web relacionados con el programa

291) Si a otros sitios web ajenos.

292) No



293) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

294) Si, imagen

295) Si, vídeo

296) Si, ambas

297) No

298) ¿El tweet incluye *Hastags*?

299) Si

300) No

301) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

302) El autor está vinculado a Radio 4

303) El autor no está vinculado a Radio 4

304) ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

305) Si

306) No

307) ¿El tweet ha sido *retweteado*?

308) Si

309) No

310) ¿El tweet ha sido *comentado*?

311) Si

312) No



radio4_rne @radio4_rne · 30 de abr.

.@EntreHores_rne - Jordi Sánchez, adjunt al @SindicdeGreuges reflexiona sobre el #Copagament dels medicaments rtve.es/a/2538310/ @rtve

Abrir

Responder Retwittear Favorito Más



313) Finalidad del mensaje:

- 314) Información
- 315) Opinión/ Publicidad
- 316) Promoción de contenidos emitidos
- 317) Promoción de contenidos por emitir
- 318) Respuesta a los usuarios
- 319) Participación para los usuarios en la red social
- 320) Participación para los usuarios en la radio
- 321) Es un *retweet*.

322) ¿El tweet tiene mención?

- 323) Si, a alguien del programa o la emisora
- 324) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- 325) Si, ambas
- 326) No

327) ¿El tweet contiene enlaces?

- 328) Si, a la página web de la emisora
- 329) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- 330) Si a otros sitios web ajenos.
- 331) No

332) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- 333) Si, imagen
- 334) Si, vídeo
- 335) Si, ambas
- 336) No

337) ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- 338) Si
- 339) No

340) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- 341) El autor está vinculado a Radio 4
- 342) El autor no está vinculado a Radio 4



343) ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

344) Si

345) No

346) ¿El tweet ha sido retweteado?

347) Si

348) No

349) ¿El tweet ha sido comentado?

350) Si

351) No



radio4_rne @radio4_rne · 30 de abr.

.@Mati4Bandes_Rne - Xifres del dia. #Internet #Apps #Explorer @francis69jr. El bon humor d'@ECompany_tve rtve.es/a/2538506/ via @rtve

[Abrir](#)

Responder Retwittear Favorito Más

352) Finalidad del mensaje:

353) Información

354) Opinión/ Publicidad

355) Promoción de contenidos emitidos

356) Promoción de contenidos por emitir

357) Respuesta a los usuarios

358) Participación para los usuarios en la red social

359) Participación para los usuarios en la radio

360) Es un *retweet*.

361) ¿El tweet tiene mención?

362) Si, a alguien del programa o la emisora

363) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

364) Si, ambas

365) No

366) ¿El tweet contiene enlaces?



- 367) Si, a la página web de la emisora
- 368) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- 369) Si a otros sitios web ajenos.
- 370) No

371) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- 372) Si, imagen
- 373) Si, vídeo
- 374) Si, ambas
- 375) No

376) ¿El tweet incluye *Hastags*?

- 377) Si
- 378) No

379) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- 380) El autor está vinculado a Radio 4
- 381) El autor no está vinculado a Radio 4

382) ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- 383) Si
- 384) No

385) ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- 386) Si
- 387) No

388) ¿El tweet ha sido *comentado*?

- 389) Si
- 390) No



391) **Finalidad del mensaje:**

- 392) Información
- 393) Opinión/ Publicidad
- 394) Promoción de contenidos emitidos
- 395) Promoción de contenidos por emitir
- 396) Respuesta a los usuarios
- 397) Participación para los usuarios en la red social
- 398) Participación para los usuarios en la radio
- 399) Es un *retweet*.

400) **¿El tweet tiene mención?**

- 401) Si, a alguien del programa o la emisora
- 402) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- 403) Si, ambas
- 404) No

405) **¿El tweet contiene enlaces?**

- 406) Si, a la página web de la emisora
- 407) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- 408) Si a otros sitios web ajenos.
- 409) No

410) **¿El tweet incluye contenido multimedia?**

- 411) Si, imagen
- 412) Si, vídeo
- 413) Si, ambas
- 414) No

415) **¿El tweet incluye *Hastags*?**



- 416) Si
417) No

418) Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- 419) El autor está vinculado a Radio 4
420) El autor no está vinculado a Radio 4

421) ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

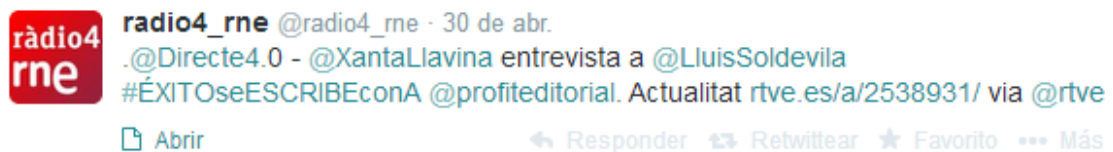
- 422) Si
423) No

424) ¿El tweet ha sido retweteado?

- 425) Si
426) No

427) ¿El tweet ha sido comentado?

- 428) Si
429) No



hhhhhhh) Finalidad del mensaje:

iiiiiii) Información

jjjjjjj) Opinión/ Publicidad

kkkkkkk) Promoción de contenidos emitidos

lllllll) Promoción de contenidos por emitir

mmmmmmm) Respuesta a los usuarios

nnnnnnn) Participación para los usuarios en la red social

oooooooo) Participación para los usuarios en la radio

ppppppp) Es un *retweet*.



qqqqqqq) ¿El tweet tiene mención?

rrrrrrr) Si, a alguien del programa o la emisora

sssssss) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

ttttttt) Si, ambas

uuuuuuu) No

vvvvvvv) ¿El tweet contiene enlaces?

wwwwwww) Si, a la página web de la emisora

xxxxxxx) Si a otros sitios web relacionados con el programa

yyyyyyy) Si a otros sitios web ajenos.

zzzzzzz) No

aaaaaaaa) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

bbbbbbbbb) Si, imagen

ccccccc) Si, vídeo

ddddddd) Si, ambas

eeeeeee) No

fffffft) ¿El tweet incluye *Hastags*?

gggggggg) Si

hhhhhhh) No

iiiiiii) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

jjjjjjj) El autor está vinculado a Radio 4

kkkkkkk) El autor no está vinculado a Radio 4

lllllll) ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

mmmmmmm) Si

nnnnnnn) No

oooooooo) ¿El tweet ha sido *retweteado*?

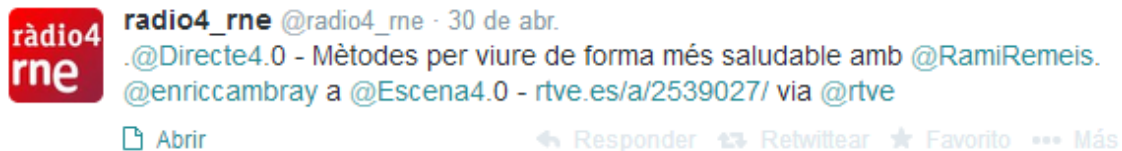
pppppppp) Si

qqqqqqq) No

rrrrrrr) ¿El tweet ha sido *comentado*?



sssssss) Si
 ttttttt) No



430) Finalidad del mensaje:

- 431) Información
- 432) Opinión/ Publicidad
- 433) Promoción de contenidos emitidos
- 434) Promoción de contenidos por emitir
- 435) Respuesta a los usuarios
- 436) Participación para los usuarios en la red social
- 437) Participación para los usuarios en la radio
- 438) Es un *retweet*.

439) ¿El tweet tiene mención?

- 440) Si, a alguien del programa o la emisora
- 441) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- 442) Si, ambas
- 443) No

444) ¿El tweet contiene enlaces?

- 445) Si, a la página web de la emisora
- 446) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- 447) Si a otros sitios web ajenos.
- 448) No

449) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- 450) Si, imagen
- 451) Si, vídeo
- 452) Si, ambas



453) No

454) ¿El tweet incluye *Hastags*?

455) Si

456) No

457) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

458) El autor está vinculado a Radio 4

459) El autor no está vinculado a Radio 4

460) ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

461) Si

462) No

463) ¿El tweet ha sido *retweteado*?

464) Si

465) No

466) ¿El tweet ha sido *comentado*?

467) Si

468) No



radio4_rne @radio4_rne · 30 de abr.

Vida verda - Antroposofia i Jivar Creació i Societat @Olokuti @EspaiAvinyo
@CREAF_ecologia rtve.es/alacarta/audio... via @rtve

[Abrir](#)

Responder Retwitear Favorito Más

469) Finalidad del mensaje:

470) Información

471) Opinión/ Publicidad

472) Promoción de contenidos emitidos

473) Promoción de contenidos por emitir

474) Respuesta a los usuarios

475) Participación para los usuarios en la red social



476) Participación para los usuarios en la radio

477) Es un *retweet*.

478) ¿El tweet tiene mención?

479) Si, a alguien del programa o la emisora

480) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

481) Si, ambas

482) No

483) ¿El tweet contiene enlaces?

484) Si, a la página web de la emisora

485) Si a otros sitios web relacionados con el programa

486) Si a otros sitios web ajenos.

487) No

488) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

489) Si, imagen

490) Si, vídeo

491) Si, ambas

492) No

493) ¿El tweet incluye *Hastags*?

494) Si

495) No

496) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

497) El autor está vinculado a Radio 4

498) El autor no está vinculado a Radio 4

499) ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

500) Si

501) No

502) ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

503) Si



504) No

505) ¿El tweet ha sido comentado?

506) Si

507) No

JUEVES 1



508) Finalidad del mensaje:

509) Información

510) Opinión/ Publicidad

511) Promoción de contenidos emitidos

512) Promoción de contenidos por emitir

513) Respuesta a los usuarios

514) Participación para los usuarios en la red social



515) Participación para los usuarios en la radio

516) Es un *retweet*.

517) ¿El tweet tiene mención?

518) Si, a alguien del programa o la emisora

519) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

520) Si, ambas

521) No

522) ¿El tweet contiene enlaces?

523) Si, a la página web de la emisora

524) Si a otros sitios web relacionados con el programa

525) Si a otros sitios web ajenos.

526) No

527) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

528) Si, imagen

529) Si, vídeo

530) Si, ambas

531) No

532) ¿El tweet incluye *Hastags*?

533) Si

534) No

535) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

536) El autor está vinculado a Radio 4

537) El autor no está vinculado a Radio 4

538) ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

539) Si

540) No

541) ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

542) Si



543) No

544) **¿El tweet ha sido comentado?**

545) Si

546) No

VIERNES 2



radio4_rne @radio4_rne · 2 de may.

.@Mati4Bandes_Rne Actualitat. Entrevista tñ a @HiginiaRoig. Entrevista a Joan Aregio, secretari d'@ocupaciocat rtve.es/a/2540909/ @rtve

[Abrir](#)

Responder Retwittear Favorito Más

547) **Finalidad del mensaje:**

548) Información

549) Opinión/ Publicidad

550) Promoción de contenidos emitidos

551) Promoción de contenidos por emitir

552) Respuesta a los usuarios

553) Participación para los usuarios en la red social

554) Participación para los usuarios en la radio

555) Es un *retweet*.

556) **¿El tweet tiene mención?**

557) Si, a alguien del programa o la emisora

558) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

559) Si, ambas

560) No

561) **¿El tweet contiene enlaces?**

562) Si, a la página web de la emisora

563) Si a otros sitios web relacionados con el programa

564) Si a otros sitios web ajenos.



565) No

566) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

567) Si, imagen

568) Si, vídeo

569) Si, ambas

570) No

571) ¿El tweet incluye *Hastags*?

572) Si

573) No

574) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

575) El autor está vinculado a Radio 4

576) El autor no está vinculado a Radio 4

577) ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

578) Si

579) No

580) ¿El tweet ha sido *retweteado*?

581) Si

582) No

583) ¿El tweet ha sido *comentado*?

584) Si

585) No



radio4_rne @radio4_rne · 2 de may.

.@EntreHores_rne - Amb Víctor Àlvaro repassem el Festival @CircCric fins al 13 de juliol a St E de Palautordera rtve.es/a/2541143/ @rtve

[Abrir](#)

[Responder](#) [Retwittear](#) [Favorito](#) [Más](#)

586) Finalidad del mensaje:

- 587) Información
- 588) Opinión/ Publicidad
- 589) Promoción de contenidos emitidos
- 590) Promoción de contenidos por emitir
- 591) Respuesta a los usuarios
- 592) Participación para los usuarios en la red social
- 593) Participación para los usuarios en la radio
- 594) Es un *retweet*.

595) ¿El tweet tiene mención?

- 596) Si, a alguien del programa o la emisora
- 597) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- 598) Si, ambas
- 599) No

600) ¿El tweet contiene enlaces?

- 601) Si, a la página web de la emisora
- 602) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- 603) Si a otros sitios web ajenos.
- 604) No

605) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- 606) Si, imagen
- 607) Si, vídeo
- 608) Si, ambas
- 609) No

610) ¿El tweet incluye *Hastags*?



611) Si
612) No

613) Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

614) El autor está vinculado a Radio 4
615) El autor no está vinculado a Radio 4

616) ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

617) Si
618) No

619) ¿El tweet ha sido retweteado?

620) Si
621) No

622) ¿El tweet ha sido comentado?

623) Si
624) No



625) Finalidad del mensaje:

626) Información
627) Opinión/ Publicidad
628) Promoción de contenidos emitidos
629) Promoción de contenidos por emitir
630) Respuesta a los usuarios
631) Participación para los usuarios en la red social
632) Participación para los usuarios en la radio
633) Es un *retweet*.



634) ¿El tweet tiene mención?

- 635) Si, a alguien del programa o la emisora
- 636) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- 637) Si, ambas
- 638) No

639) ¿El tweet contiene enlaces?

- 640) Si, a la página web de la emisora
- 641) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- 642) Si a otros sitios web ajenos.
- 643) No

644) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- 645) Si, imagen
- 646) Si, vídeo
- 647) Si, ambas
- 648) No

649) ¿El tweet incluye *Hastags*?

- 650) Si
- 651) No

652) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- 653) El autor está vinculado a Radio 4
- 654) El autor no está vinculado a Radio 4

655) ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- 656) Si
- 657) No

658) ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- 659) Si
- 660) No

661) ¿El tweet ha sido *comentado*?



- 662) Si
- 663) No



radio4_rne @radio4_rne · 2 de may.

.@EntreHores_rne - Continuem amb conceptes filosòfics com Màgia, Mainländer o Maquiavel @GregorioLuri - rtve.es/a/2541149/ via @rtve

 [Abrir](#)

 Responder  Retwittear  Favorito  Más

664) Finalidad del mensaje:

- 665) Información
- 666) Opinión/ Publicidad
- 667) Promoción de contenidos emitidos
- 668) Promoción de contenidos por emitir
- 669) Respuesta a los usuarios
- 670) Participación para los usuarios en la red social
- 671) Participación para los usuarios en la radio
- 672) Es un *retweet*.

673) ¿El tweet tiene mención?

- 674) Si, a alguien del programa o la emisora
- 675) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- 676) Si, ambas
- 677) No

678) ¿El tweet contiene enlaces?

- 679) Si, a la página web de la emisora
- 680) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- 681) Si a otros sitios web ajenos.
- 682) No

683) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- 684) Si, imagen
- 685) Si, vídeo
- 686) Si, ambas



687) No

688) ¿El *tweet* incluye *Hastags*?

689) Si

690) No

691) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

692) El autor está vinculado a Radio 4

693) El autor no está vinculado a Radio 4

694) ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

695) Si

696) No

697) ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

698) Si

699) No

700) ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

701) Si

702) No



radio4_rne @radio4_rne · 2 de may.

.@Directe4 Actualitat. @Sokolowicz entrevista a Alba Florejachs i Jordi Díaz, protagonistas de #Losers @La_Villarroel rtve.es/a/2541468/

 [Abrir](#)

 Responder  Retwittear  Favorito  Más

703) Finalidad del mensaje:

704) Información

705) Opinión/ Publicidad

706) Promoción de contenidos emitidos

707) Promoción de contenidos por emitir

708) Respuesta a los usuarios

709) Participación para los usuarios en la red social



710) Participación para los usuarios en la radio

711) Es un *retweet*.

712) ¿El tweet tiene mención?

713) Si, a alguien del programa o la emisora

714) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

715) Si, ambas

716) No

717) ¿El tweet contiene enlaces?

718) Si, a la página web de la emisora

719) Si a otros sitios web relacionados con el programa

720) Si a otros sitios web ajenos.

721) No

722) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

723) Si, imagen

724) Si, vídeo

725) Si, ambas

726) No

727) ¿El tweet incluye *Hastags*?

728) Si

729) No

730) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

731) El autor está vinculado a Radio 4

732) El autor no está vinculado a Radio 4

733) ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

734) Si

735) No

736) ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

737) Si

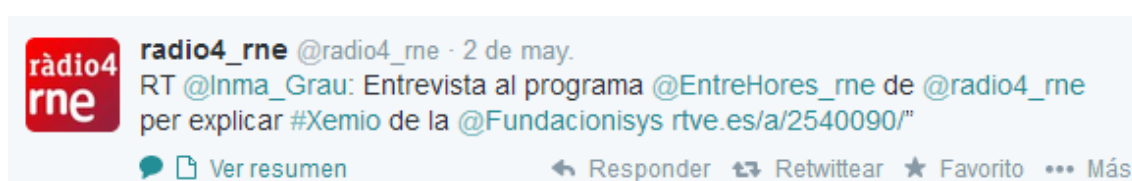


738) No

739) **¿El tweet ha sido comentado?**

740) Si

741) No



742) **Finalidad del mensaje:**

743) Información

744) Opinión/ Publicidad

745) Promoción de contenidos emitidos

746) Promoción de contenidos por emitir

747) Respuesta a los usuarios

748) Participación para los usuarios en la red social

749) Participación para los usuarios en la radio

750) Es un *retweet*.

751) **¿El tweet tiene mención?**

752) Si, a alguien del programa o la emisora

753) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

754) Si, ambas

755) No

756) **¿El tweet contiene enlaces?**

757) Si, a la página web de la emisora

758) Si a otros sitios web relacionados con el programa

759) Si a otros sitios web ajenos.

760) No

761) **¿El tweet incluye contenido multimedia?**



762) Si, imagen

763) Si, vídeo

764) Si, ambas

765) No

766) ¿El tweet incluye *Hastags*?

767) Si

768) No

769) Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

770) El autor está vinculado a Radio 4

771) El autor no está vinculado a Radio 4

772) ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

773) Si

774) No

775) ¿El tweet ha sido retweteado?

776) Si

777) No

778) ¿El tweet ha sido comentado?

779) Si

780) No



radio4_rne @radio4_rne · 2 de may.

.@Directe4.0 - Estrenes de #Cine amb Conxita Casanova @vadecine_rne.
@victoriacanal a #CanvideXip - rtve.es/a/2541529/ via @rtve

 [Abrir](#)

 Responder  Retwitear  Favorito  Más

781) Finalidad del mensaje:

- 782) Información
- 783) Opinión/ Publicidad
- 784) Promoción de contenidos emitidos
- 785) Promoción de contenidos por emitir
- 786) Respuesta a los usuarios
- 787) Participación para los usuarios en la red social
- 788) Participación para los usuarios en la radio
- 789) Es un *retweet*.

790) ¿El tweet tiene mención?

- 791) Si, a alguien del programa o la emisora
- 792) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- 793) Si, ambas
- 794) No

795) ¿El tweet contiene enlaces?

- 796) Si, a la página web de la emisora
- 797) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- 798) Si a otros sitios web ajenos.
- 799) No

800) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- 801) Si, imagen
- 802) Si, vídeo
- 803) Si, ambas
- 804) No

805) ¿El tweet incluye *Hastags*?



806) Si
807) No

808) Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

809) El autor está vinculado a Radio 4
810) El autor no está vinculado a Radio 4

811) ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

812) Si
813) No

814) ¿El tweet ha sido retweteado?

815) Si
816) No

817) ¿El tweet ha sido comentado?

818) Si
819) No



820) Finalidad del mensaje:

821) Información
822) Opinión/ Publicidad
823) Promoción de contenidos emitidos
824) Promoción de contenidos por emitir
825) Respuesta a los usuarios
826) Participación para los usuarios en la red social
827) Participación para los usuarios en la radio
828) Es un *retweet*.



829) ¿El tweet tiene mención?

- 830) Si, a alguien del programa o la emisora
- 831) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- 832) Si, ambas
- 833) No

834) ¿El tweet contiene enlaces?

- 835) Si, a la página web de la emisora
- 836) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- 837) Si a otros sitios web ajenos.
- 838) No

839) ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- 840) Si, imagen
- 841) Si, vídeo
- 842) Si, ambas
- 843) No

844) ¿El tweet incluye *Hastags*?

- 845) Si
- 846) No

847) Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- 848) El autor está vinculado a Radio 4
- 849) El autor no está vinculado a Radio 4

850) ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- 851) Si
- 852) No

853) ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- 854) Si
- 855) No

856) ¿El tweet ha sido *comentado*?



857) Si
858) No

ANÁLISIS DE TWITTER

EL MILLOR DE CADA CASA

FICHA

- a) Imagen de perfil e imagen de encabezado: No hay encabezado.



(Fuente: *El millor de cada casa*)

- b) Nombre de usuario: @elmillordecasa
c) Nombre: *El millor de casa*
d) Fecha de registro: 21 Marzo 2011
e) Apartado de biografía: “EL MILLOR DE CADA CASA és la opció ideal per estar al corrent de l'actualitat, des d'un punt de vista fresc i divertit. DISSABTES i DIUMENGES de 9h a 12h.”
f) Nº de seguidores o “Me gusta”: 444
g) Nº de seguidos o “Me gusta”: 97

ANÁLISIS GENERAL

TWITTER	SEGUIDORES	SEGUIDOS	Nº TUI TS	RETWEETS	RESPUESTAS
SÁBADO 3	240	97	0	0	0
DOMINGO 4	242	97	11	1	0
SÁBADO 10	243	97	0	0	0
DOMINGO 11	243	97	13	1	0

ANÁLISIS ESPECÍFICO

DOMINGO 4



El millor de casa @elmillordecasa · 4 de may.

Bon dia, ja tornem a estar aquí! Felic dia de la mare!



1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.

2. ¿El tweet tiene mención?

- a) Si, a alguien del programa o la emisora
- b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- c) Si, ambas
- d) No

3. ¿El tweet contiene enlaces?

- a) Si, a la página web de la emisora
- b) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- c) Si a otros sitios web ajenos.
- d) No

4. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- a) Si, imagen

EL MILLOR DE CADA CASA

- b) Si, vídeo
- c) Si, ambas
- d) No

5. ¿El *tweet* incluye *Hashtags*?

- a) Si
- b) No

6. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- a) El autor está vinculado a Radio 4
- b) El autor no está vinculado a Radio 4

7. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- a) Si
- b) No

8. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- a) Si
- b) No

1. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- c) Si
- d) No



El millor de casa @elmillordecasa · 4 de may.

Ara, Carlos Tavera parlant d'alcohol...en pols i viatjant cap a Boston!
Descobrim els racons més interessants de la ciutat!



1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.

2. ¿El tweet tiene mención?

- e) Si, a alguien del programa o la emisora
- f) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- g) Si, ambas
- h) No

3. ¿El tweet contiene enlaces?

- e) Si, a la página web de la emisora
- f) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- g) Si a otros sitios web ajenos.
- h) No

4. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- e) Si, imagen
- f) Si, vídeo
- g) Si, ambas
- h) No

5. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- c) Si
- d) No

6. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- c) El autor está vinculado a Radio 4
- d) El autor no está vinculado a Radio 4

7. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- c) Si
- d) No

8. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- e) Si
- f) No

9. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- g) Si
- h) No



1. Finalidad del mensaje:

- i) Información
- j) Opinión/ Publicidad
- k) Promoción de contenidos emitidos
- l) Promoción de contenidos por emitir
- m) Respuesta a los usuarios
- n) Participación para los usuarios en la red social
- o) Participación para los usuarios en la radio
- p) Es un *retweet*.

2. ¿El *tweet* tiene mención?

- i) Si, a alguien del programa o la emisora
- j) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- k) Si, ambas
- l) No

3. ¿El tweet contiene enlaces?

- i) Si, a la página web de la emisora
- j) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- k) Si a otros sitios web ajenos.
- l) No

4. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- i) Si, imagen
- j) Si, vídeo
- k) Si, ambas
- l) No

5. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- e) Si
- f) No

6. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- e) El autor está vinculado a Radio 4
- f) El autor no está vinculado a Radio 4

7. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

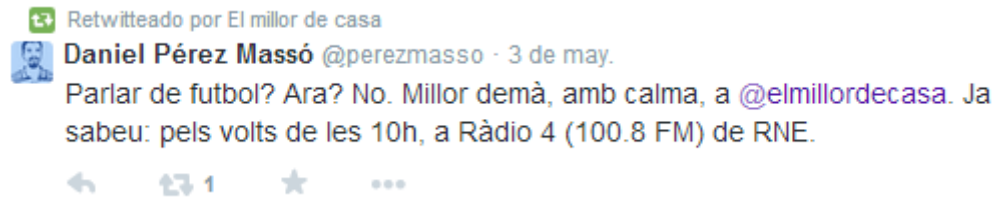
- e) Si
- f) No

8. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- i) Si
- j) No

2. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- k) Si
 - l) No
-



9. Finalidad del mensaje:

- q) Información
- r) Opinión/ Publicidad
- s) Promoción de contenidos emitidos
- t) Promoción de contenidos por emitir
- u) Respuesta a los usuarios
- v) Participación para los usuarios en la red social
- w) Participación para los usuarios en la radio
- x) Es un *retweet*.

10. ¿El tweet tiene mención?

- m) Si, a alguien del programa o la emisora
- n) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- o) Si, ambas
- p) No

11. ¿El tweet contiene enlaces?

- m) Si, a la página web de la emisora
- n) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- o) Si a otros sitios web ajenos.
- p) No

12. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- m) Si, imagen
- n) Si, vídeo
- o) Si, ambas
- p) No

13. ¿El *tweet* incluye *Hastags*?

- g) Si
- h) No

14. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- g) El autor está vinculado a Radio 4
- h) El autor no está vinculado a Radio 4

15. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

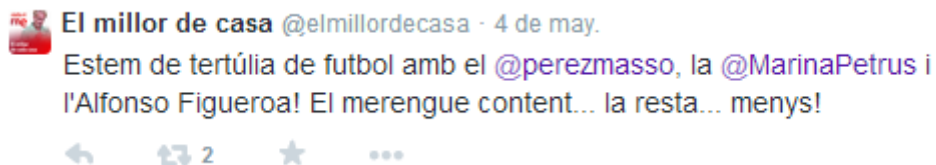
- g) Si
- h) No

16. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- m) Si
- n) No

3. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- o) Si
- p) No



17. Finalidad del mensaje:

- y) Información
- z) Opinión/ Publicidad
- aa) Promoción de contenidos emitidos
- bb) Promoción de contenidos por emitir
- cc) Respuesta a los usuarios
- dd) Participación para los usuarios en la red social
- ee) Participación para los usuarios en la radio

ff) Es un *retweet*.

18. ¿El tweet tiene mención?

- q) Si, a alguien del programa o la emisora
- r) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- s) Si, ambas
- t) No

19. ¿El tweet contiene enlaces?

- q) Si, a la página web de la emisora
- r) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- s) Si a otros sitios web ajenos.
- t) No

20. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- q) Si, imagen
- r) Si, vídeo
- s) Si, ambas
- t) No

21. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- i) Si
- j) No

22. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- i) El autor está vinculado a Radio 4
- j) El autor no está vinculado a Radio 4

23. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- i) Si
- j) No

24. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- q) Si
- r) No

4. ¿El tweet ha sido comentado?

- s) Si
- t) No



1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.

2. ¿El tweet tiene mención?

- a) Si, a alguien del programa o la emisora
- b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- c) Si, ambas
- d) No

3. ¿El tweet contiene enlaces?

- u) Si, a la página web de la emisora
- v) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- w) Si a otros sitios web ajenos.
- x) No

4. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- u) Si, imagen
- v) Si, vídeo
- w) Si, ambas
- x) No

5. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- k) Si
- l) No

6. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- k) El autor está vinculado a Radio 4
- l) El autor no está vinculado a Radio 4

7. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- k) Si
- l) No

8. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- u) Si
- v) No

9. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- w) Si
 - x) No
-



El millor de casa @elmillordecasa · 4 de may.

Lloll Bertran i Vanessa Segura amb "Mares", no us ho perdeu!
teatrecondal.cat/es/season/966



25. Finalidad del mensaje:

- gg) Información
- hh) Opinión/ Publicidad
- ii) Promoción de contenidos emitidos
- jj) Promoción de contenidos por emitir
- kk) Respuesta a los usuarios
- ll) Participación para los usuarios en la red social
- mm) Participación para los usuarios en la radio
- nn) Es un *retweet*.

26. ¿El tweet tiene mención?

- u) Si, a alguien del programa o la emisora
- v) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- w) Si, ambas
- x) No

27. ¿El tweet contiene enlaces?

- y) Si, a la página web de la emisora
- z) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- aa) Si a otros sitios web ajenos.
- bb) No

28. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- y) Si, imagen
- z) Si, vídeo
- aa) Si, ambas
- bb) No

29. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- m) Si
- n) No

30. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- m) El autor está vinculado a Radio 4
- n) El autor no está vinculado a Radio 4

31. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- m) Si
- n) No

32. ¿El tweet ha sido retweteado?

- y) Si
- z) No

5. ¿El tweet ha sido comentado?

- aa) Si
- bb) No



El millor de casa @elmillordecasa · 4 de may.

Arriba la troballa de la setmana amb Enrique Cuervas! Descubrim la casa de subhastes Balclis!



33. Finalidad del mensaje:

- oo) Información
- pp) Opinión/ Publicidad
- qq) Promoción de contenidos emitidos
- rr) Promoción de contenidos por emitir
- ss) Respuesta a los usuarios
- tt) Participación para los usuarios en la red social
- uu) Participación para los usuarios en la radio
- vv) Es un *retweet*.

34. ¿El tweet tiene mención?

- y) Si, a alguien del programa o la emisora

- z) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- aa) Si, ambas
- bb) No

35. ¿El tweet contiene enlaces?

- cc) Si, a la página web de la emisora
- dd) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ee) Si a otros sitios web ajenos.
- ff) No

36. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- cc) Si, imagen
- dd) Si, vídeo
- ee) Si, ambas
- ff) No

37. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- o) Si
- p) No

38. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- o) El autor está vinculado a Radio 4
- p) El autor no está vinculado a Radio 4

39. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- o) Si
- p) No

40. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- cc) Si
- dd) No

6. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- ee) Si
 - ff) No
-



El millor de casa @elmillordecasa · 4 de may.

On has anat Isa? El misticisme arriba a la cabina! @Isa_7NL ens porta les millors catedrals de Catalunya!

👤 2 ⭐ ...

1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.

2. ¿El tweet tiene mención?

- cc) Si, a alguien del programa o la emisora
- dd) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ee) Si, ambas
- ff) No

3. ¿El tweet contiene enlaces?

- gg) Si, a la página web de la emisora
- hh) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ii) Si a otros sitios web ajenos.
- jj) No

4. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- gg) Si, imagen
- hh) Si, vídeo
- ii) Si, ambas
- jj) No

5. ¿El *tweet* incluye *Hashtags*?

- q) Si
- r) No

6. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- q) El autor está vinculado a Radio 4
- r) El autor no está vinculado a Radio 4

7. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- q) Si
- r) No

8. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- gg) Si
- hh) No

9. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- ii) Si
- jj) No



El millor de casa @elmillordecasa · 4 de may.

Ja estan amb nosaltres Òscar Andreu i Juanpe González presentant-nos la Banda municipal del polo norte i el seu nou disc "Calor"!

← ↻ 2 ★ 1 ...

41. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.

42. ¿El tweet tiene mención?

- gg) Si, a alguien del programa o la emisora
- hh) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ii) Si, ambas
- jj) No

43. ¿El tweet contiene enlaces?

- kk) Si, a la página web de la emisora
- ll) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- mm) Si a otros sitios web ajenos.
- nn) No

44. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- kk) Si, imagen
- ll) Si, vídeo
- mm) Si, ambas
- nn) No

45. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- s) Si
- t) No

46. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- s) El autor está vinculado a Radio 4
- t) El autor no está vinculado a Radio 4

47. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- s) Si
- t) No

48. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- kk) Si
- ll) No

7. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- mm) Si
 - nn) No
-



49. Finalidad del mensaje:

- ww) Información
- xx) Opinión/ Publicidad
- yy) Promoción de contenidos emitidos
- zz) Promoción de contenidos por emitir
- aaa) Respuesta a los usuarios
- bbb) Participación para los usuarios en la red social
- ccc) Participación para los usuarios en la radio
- ddd) Es un *retweet*.

50. ¿El tweet tiene mención?

- kk) Si, a alguien del programa o la emisora
- ll) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- mm) Si, ambas
- nn) No

51. ¿El tweet contiene enlaces?

- oo) Si, a la página web de la emisora

pp) Si a otros sitios web relacionados con el programa

qq) Si a otros sitios web ajenos.

rr) No

52. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

oo) Si, imagen

pp) Si, vídeo

qq) Si, ambas

rr) No

53. ¿El tweet incluye *Hastags*?

u) Si

v) No

54. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

u) El autor está vinculado a Radio 4

v) El autor no está vinculado a Radio 4

55. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

u) Si

v) No

56. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

oo) Si

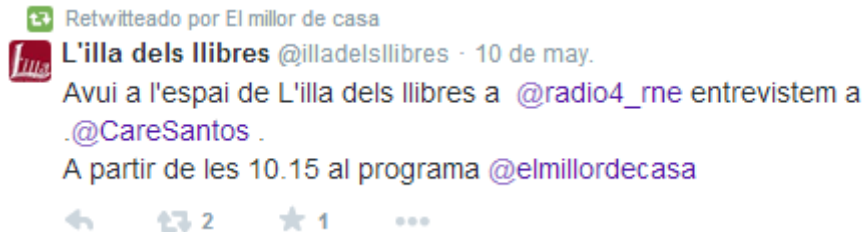
pp) No

8. ¿El tweet ha sido *comentado*?

qq) Si

rr) No

DOMINGO 11



57. Finalidad del mensaje:

- eee) Información
- fff) Opinión/ Publicidad
- ggg) Promoción de contenidos emitidos
- hhh) Promoción de contenidos por emitir
- iii) Respuesta a los usuarios
- jjj) Participación para los usuarios en la red social
- kkk) Participación para los usuarios en la radio
- lll) Es un retweet.

58. ¿El tweet tiene mención?

- oo) Si, a alguien del programa o la emisora
- pp) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- qq) Si, ambas
- rr) No

59. ¿El tweet contiene enlaces?

- ss) Si, a la página web de la emisora
- tt) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- uu) Si a otros sitios web ajenos.
- vv) No

60. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- ss) Si, imagen
- tt) Si, vídeo
- uu) Si, ambas
- vv) No

61. ¿El *tweet* incluye *Hastags*?

- w) Si
- x) No

62. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- w) El autor está vinculado a Radio 4
- x) El autor no está vinculado a Radio 4

63. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

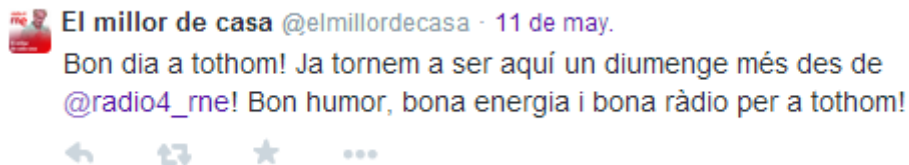
- w) Si
- x) No

64. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- ss) Si
- tt) No

9. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- uu) Si
- vv) No



65. Finalidad del mensaje:

- mmm) Información
- nnn) Opinión/ Publicidad
- ooo) Promoción de contenidos emitidos
- ppp) Promoción de contenidos por emitir
- qqq) Respuesta a los usuarios
- rrr) Participación para los usuarios en la red social
- sss) Participación para los usuarios en la radio
- ttt) Es un *retweet*.

66. ¿El *tweet* tiene mención?

- ss) Si, a alguien del programa o la emisora
- tt) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- uu) Si, ambas
- vv) No

67. ¿El tweet contiene enlaces?

- ww) Si, a la página web de la emisora
- xx) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- yy) Si a otros sitios web ajenos.
- zz) No

68. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- ww) Si, imagen
- xx) Si, vídeo
- yy) Si, ambas
- zz) No

69. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- y) Si
- z) No

70. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- y) El autor está vinculado a Radio 4
- z) El autor no está vinculado a Radio 4

71. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- y) Si
- z) No

72. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- ww) Si
- xx) No

10. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- yy) Si
 - zz) No
-



El millor de casa @elmillordecasa · 11 de may.

A la primera hora tindrem en @CTavera90 i la seva secció viatjar i aprendre parlant d'Eurovisió i en @TotuDLlavaneras amb un nou còctel!



73. Finalidad del mensaje:

- uuu) Información
- vvv) Opinión/ Publicidad
- www) Promoción de contenidos emitidos
- xxx) Promoción de contenidos por emitir
- yyy) Respuesta a los usuarios
- zzz) Participación para los usuarios en la red social
- aaaa) Participación para los usuarios en la radio
- bbbb) Es un *retweet*.

74. ¿El tweet tiene mención?

- ww) Si, a alguien del programa o la emisora
- xx) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- yy) Si, ambas
- zz) No

75. ¿El tweet contiene enlaces?

- aaa) Si, a la página web de la emisora
- bbb) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ccc) Si a otros sitios web ajenos.
- ddd) No

76. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- aaa) Si, imagen
- bbb) Si, vídeo
- ccc) Si, ambas
- ddd) No

77. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- aa) Si
- bb) No

78. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- aa) El autor está vinculado a Radio 4
- bb) El autor no está vinculado a Radio 4

79. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- aa) Si
- bb) No

80. ¿El tweet ha sido retweteado?

- aaa) Si
- bbb) No

11. ¿El tweet ha sido comentado?

- ccc) Si
- ddd) No



81. Finalidad del mensaje:

- cccc) Información
- dddd) Opinión/ Publicidad
- eeee) Promoción de contenidos emitidos
- ffff) Promoción de contenidos por emitir
- gggg) Respuesta a los usuarios
- hhhh) Participación para los usuarios en la red social
- iiii) Participación para los usuarios en la radio
- jjjj) Es un *retweet*.

82. ¿El tweet tiene mención?

- aaa) Si, a alguien del programa o la emisora
- bbb) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ccc) Si, ambas
- ddd) No

83. ¿El tweet contiene enlaces?

- eee) Si, a la página web de la emisora
- fff) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ggg) Si a otros sitios web ajenos.
- hhh) No

84. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- eee) Si, imagen
- fff) Si, vídeo
- ggg) Si, ambas
- hhh) No

85. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- cc) Si
- dd) No

86. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- cc) El autor está vinculado a Radio 4
- dd) El autor no está vinculado a Radio 4

87. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- cc) Si
- dd) No

88. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- eee) Si
- fff) No

12. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- ggg) Si
 - hhh) No
-

EL MILLOR DE CADA CASA



89. Finalidad del mensaje:

- kkkk) Información
- llll) Opinión/ Publicidad
- mmmm) Promoción de contenidos emitidos
- nnnn) Promoción de contenidos por emitir
- oooo) Respuesta a los usuarios
- pppp) Participación para los usuarios en la red social
- qqqq) Participación para los usuarios en la radio
- rrrr) Es un *retweet*.

90. ¿El tweet tiene mención?

- eee) Si, a alguien del programa o la emisora
- fff) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ggg) Si, ambas
- hhh) No

91. ¿El tweet contiene enlaces?

- iii) Si, a la página web de la emisora
- jjj) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- kkk) Si a otros sitios web ajenos.
- lll) No

92. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- iii) Si, imagen
- jjj) Si, vídeo
- kkk) Si, ambas
- lll) No

93. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- ee) Si
- ff) No

94. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- ee) El autor está vinculado a Radio 4
- ff) El autor no está vinculado a Radio 4

95. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- ee) Si
- ff) No

96. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- iii) Si
- jjj) No

13. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- kkk) Si
 - lll) No
-



97. Finalidad del mensaje:

ssss)	Información
tttt)	Opinión/ Publicidad
uuuu)	Promoción de contenidos emitidos
vvvv)	Promoción de contenidos por emitir
wwwv)	Respuesta a los usuarios
xxxx)	<u>Participación para los usuarios en la red social</u>
yyyy)	<u>Participación para los usuarios en la radio</u>
zzzz)	Es un <i>retweet</i> .

98. ¿El tweet tiene mención?

- iii) Si, a alguien del programa o la emisora
- jjj) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- kkk) Si, ambas
- III) No

99. ¿El tweet contiene enlaces?

EL MILLOR DE CADA CASA

- mmm) Si, a la página web de la emisora
nnn) Si a otros sitios web relacionados con el programa
ooo) Si a otros sitios web ajenos.
ppp) No

100. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- mmm) Si, imagen
nnn) Si, vídeo
ooo) Si, ambas
ppp) No

101. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- gg) Si
hh) No

102. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- gg) El autor está vinculado a Radio 4
hh) El autor no está vinculado a Radio 4

103. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- gg) Si
hh) No

104. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- mmm) Si
nnn) No

14. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- ooo) Si
ppp) No
-



105. Finalidad del mensaje:

- aaaaa) Información
- bbbbb) Opinión/ Publicidad
- ccccc) Promoción de contenidos emitidos
- ddddd) Promoción de contenidos por emitir
- eeeee) Respuesta a los usuarios
- fffff) Participación para los usuarios en la red social
- ggggg) Participación para los usuarios en la radio
- hhhhh) Es un *retweet*.

106. ¿El tweet tiene mención?

- mmm) Si, a alguien del programa o la emisora
- nnn) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ooo) Si, ambas
- ppp) No

107. ¿El tweet contiene enlaces?

- qqq) Si, a la página web de la emisora
- rrr) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- sss) Si a otros sitios web ajenos.
- ttt) No

108. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

qqq) Si, imagen

rrr) Si, vídeo

sss) Si, ambas

ttt) No

109. ¿El tweet incluye *Hastags*?

ii) Si

jj) No

110. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

ii) El autor está vinculado a Radio 4

jj) El autor no está vinculado a Radio 4

111. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

ii) Si

jj) No

112. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

qqq) Si

rrr) No

15. ¿El tweet ha sido *comentado*?

sss) Si

ttt) No



113. Finalidad del mensaje:

114. Finalidad del mensaje:

- iiii) Información
- jjjj) Opinión/ Publicidad
- kkkk) Promoción de contenidos emitidos
- llll) Promoción de contenidos por emitir
- mmmm) Respuesta a los usuarios
- nnnn) Participación para los usuarios en la red social
- oooo) Participación para los usuarios en la radio
- pppp) Es un *retweet*.

115. ¿El tweet tiene mención?

- qqq) Si, a alguien del programa o la emisora
- rrr) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- sss) Si, ambas
- ttt) No

116. ¿El tweet contiene enlaces?

- uuu) Si, a la página web de la emisora
- vvv) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- www) Si a otros sitios web ajenos.

xxx) No

117. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

uuu) Si, imagen

vvv) Si, vídeo

www) Si, ambas

xxx) No

118. ¿El tweet incluye *Hastags*?

kk) Si

ll) No

119. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

kk) El autor está vinculado a Radio 4

ll) El autor no está vinculado a Radio 4

120. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

kk) Si

ll) No

121. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

uuu) Si

vvv) No

16. ¿El tweet ha sido *comentado*?

www) Si

xxx) No



El millor de casa @elmillordecasa · 11 de may.

I per fi, Top 1 per Adolfo Chikilicuatre! Animem aquest diumenge amb el Chiki Chiki! youtube.com/watch?v=xP1EmM...



YouTube



[Ver más fotos y videos](#)

122. Finalidad del mensaje:

123. Finalidad del mensaje:

qqqqq)	Información
rrrrr)	Opinión/ Publicidad
sssss)	Promoción de contenidos emitidos
ttttt)	Promoción de contenidos por emitir
uuuuu)	Respuesta a los usuarios
vvvvv)	<u>Participación para los usuarios en la red social</u>
wwwww)	<u>Participación para los usuarios en la radio</u>
xxxxx)	Es un <i>retweet</i> .

124. ¿El tweet tiene mención?

uuu)	Si, a alguien del programa o la emisora
vvv)	Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
www)	Si, ambas
xxx)	<u>No</u>

125. ¿El tweet contiene enlaces?

- yyy) Si, a la página web de la emisora
zzz) Si a otros sitios web relacionados con el programa
aaaa) Si a otros sitios web ajenos.
bbbb) No

126. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- yyy) Si, imagen
zzz) Si, vídeo
aaaa) Si, ambas
bbbb) No

127. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- mm) Si
nn) No

128. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- mm) El autor está vinculado a Radio 4
nn) El autor no está vinculado a Radio 4

129. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

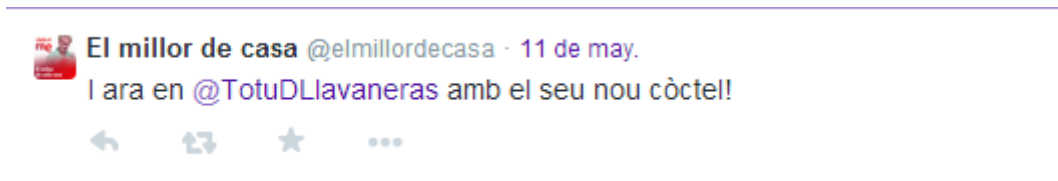
- mm) Si
nn) No

130. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- yyy) Si
zzz) No

17. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- aaaa) Si
bbbb) No
-



131. Finalidad del mensaje:

- yyyyy) Información
- zzzzz) Opinión/ Publicidad
- aaaaaa) Promoción de contenidos emitidos
- bbbbbb) Promoción de contenidos por emitir
- ccccc) Respuesta a los usuarios
- dddddd) Participación para los usuarios en la red social
- eeeeee) Participación para los usuarios en la radio
- ffffff) Es un *retweet*.

132. ¿El tweet tiene mención?

- yyy) Si, a alguien del programa o la emisora
- zzz) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- aaaa) Si, ambas
- bbbb) No

133. ¿El tweet contiene enlaces?

- cccc) Si, a la página web de la emisora
- dddd) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- eeee) Si a otros sitios web ajenos.
- ffff) No

134. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- cccc) Si, imagen
- dddd) Si, vídeo
- eeee) Si, ambas
- ffff) No

135. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- oo) Si
- pp) No

136. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- oo) El autor está vinculado a Radio 4
- pp) El autor no está vinculado a Radio 4

137. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- oo) Si
- pp) No

138. ¿El tweet ha sido retweteado?

- cccc) Si
- dddd) No

18. ¿El tweet ha sido comentado?

- eeee) Si
- ffff) No



El millor de casa @elmillordecasa · 11 de may.

I ara la tertúlia de futbol amb Lluís Davó, Sergi Fidalgo i Gemma Martos. No us ho perdeu! Què passarà amb la lliga?



139. Finalidad del mensaje:

- gggggg) Información
- hhhhhh) Opinión/ Publicidad
- iiiiii) Promoción de contenidos emitidos
- jjjjjj) Promoción de contenidos por emitir
- kkkkkk) Respuesta a los usuarios
- llllll) Participación para los usuarios en la red social
- mmmmm) Participación para los usuarios en la radio
- nnnnnn) Es un *retweet*.

140. ¿El tweet tiene mención?

- cccc) Si, a alguien del programa o la emisora
- dddd) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- eeee) Si, ambas

ffff) No

141. ¿El tweet contiene enlaces?

gggg) Si, a la página web de la emisora

hhhh) Si a otros sitios web relacionados con el programa

iiii) Si a otros sitios web ajenos.

jjjj) No

142. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

gggg) Si, imagen

hhhh) Si, vídeo

iiii) Si, ambas

jjjj) No

143. ¿El tweet incluye *Hastags*?

qq) Si

rr) No

144. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

qq) El autor está vinculado a Radio 4

rr) El autor no está vinculado a Radio 4

145. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

qq) Si

rr) No

146. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

gggg) Si

hhhh) No

19. ¿El tweet ha sido *comentado*?

iiii) Si

jjjj) No



El millor de casa @elmillordecasa · 11 de may.

Comencem la tercera hora amb l'Enrique Cuervas i la troballa de la setmana! Avui parlem de cirks i entrevistem a Gerard Rius!



147. Finalidad del mensaje:

- ooooo) Información
- ppppp) Opinión/ Publicidad
- qqqqq) Promoción de contenidos emitidos
- rrrrr) Promoción de contenidos por emitir
- sssss) Respuesta a los usuarios
- ttttt) Participación para los usuarios en la red social
- uuuuu) Participación para los usuarios en la radio
- vvvvv) Es un *retweet*.

148. ¿El tweet tiene mención?

- gggg) Si, a alguien del programa o la emisora
- hhhh) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- iiii) Si, ambas
- jjjj) No

149. ¿El tweet contiene enlaces?

- kkkk) Si, a la página web de la emisora
- llll) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- mmmm) Si a otros sitios web ajenos.
- nnnn) No

150. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- kkkk) Si, imagen
- llll) Si, vídeo
- mmmm) Si, ambas
- nnnn) No

151. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- ss) Si
- tt) No

152. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

EL MILLOR DE CADA CASA

- ss) El autor está vinculado a Radio 4
- tt) El autor no está vinculado a Radio 4

153. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- ss) Si
- tt) No

154. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- kkkk) Si
- llll) No

20. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- mmmm) Si
- nnnn) No



155. Finalidad del mensaje:

- wwwww) Información
- xxxxxx) Opinión/ Publicidad
- yyyyyy) Promoción de contenidos emitidos
- zzzzzz) Promoción de contenidos por emitir
- aaaaaaa) Respuesta a los usuarios

EL MILLOR DE CADA CASA

- bbbbbbb) Participación para los usuarios en la red social
- ccccccc) Participación para los usuarios en la radio
- ddddddd) Es un *retweet*.

156. ¿El tweet tiene mención?

- kkkk) Si, a alguien del programa o la emisora
- llll) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- mmmm) Si, ambas
- nnnn) No

157. ¿El tweet contiene enlaces?

- oooo) Si, a la página web de la emisora
- pppp) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- qqqq) Si a otros sitios web ajenos.
- rrrr) No

158. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- oooo) Si, imagen
- pppp) Si, vídeo
- qqqq) Si, ambas
- rrrr) No

159. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- uu) Si
- vv) No

160. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- uu) El autor está vinculado a Radio 4
- vv) El autor no está vinculado a Radio 4

161. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- uu) Si
- vv) No

162. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- oooo) Si
- pppp) No

21. ¿El tweet ha sido comentado?

qqqq) Si
rrrr) No



El millor de casa @elmillordecasa · 11 de may.

I fins aquí el programa d'avui! Moltíssimes gràcies per estar una setmana més amb nosaltres, esperem que hagueu gaudit!

← ↻ ★ 1 ...

163. Finalidad del mensaje:

eeeeeee) Información
ffffff) Opinión/ Publicidad
ggggggg) Promoción de contenidos emitidos
hhhhhhh) Promoción de contenidos por emitir
iiiiiii) Respuesta a los usuarios
jjjjjjj) Participación para los usuarios en la red social
kkkkkkk) Participación para los usuarios en la radio
lllllll) Es un *retweet*.

164. ¿El tweet tiene mención?

oooo) Si, a alguien del programa o la emisora
pppp) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
qqqq) Si, ambas
rrrr) No

165. ¿El tweet contiene enlaces?

ssss) Si, a la página web de la emisora
tttt) Si a otros sitios web relacionados con el programa
uuuu) Si a otros sitios web ajenos.
vvvv) No

166. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

ssss) Si, imagen
tttt) Si, vídeo

EL MILLOR DE CADA CASA

uuuu) Si, ambas

vvvv) No

167. ¿El *tweet* incluye *Hastags*?

ww) Si

xx) No

168. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

ww) El autor está vinculado a Radio 4

xx) El autor no está vinculado a Radio 4

169. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

ww) Si

xx) No

170. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

ssss)Si

tttt) No

22. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

uuuu) Si

vvvv) No



ANÁLISIS DE TWITTER

DIRECTE 4.0



FICHA

- a) Nombre de usuario: @directe4
- b) Nombre: DIRECTE4.0_Radio4rne
- c) Fecha de registro: Julio 2011
- d) Apartado de biografía: "DIRECTE 4.0 Les Tardes @Radio4_RNE amb @Xantallavina. 16h a 19h de Dilluns a Divendres <http://www.rtve.es/radio4> Actualitat, Entreteniment, Innovació, Internet."
- e) Nº de seguidores o "Me gusta": 6912
- f) Nº de seguidos o "Me gusta": 3352

ANÁLISIS DE CONTENIDO

TWITTER	SEGUIDORES	SEGUIDOS	Nº TUI TS	REDIFUSIÓN	FAVORITOS
LUNES	6895	3340	12	36	26
MARTES	6898	3340	15	26	17
MIÉRCOLES	6901	3340	15	31	18
JUEVES	6902	3340	0	0	0
VIERNES	6902	3342	17	0	0
SÁBADO	6904	3342	0	0	0
DOMINGO	6904	3342	0	0	0



ANÁLISIS ESPECÍFICO

LUNES 28



DIRECTE4.0 Radio4rne @Directe4 · 28 de abr.

A les 16.20h @neusballus guanyadora del Premi Sant Jordi de cine @radio4_rne per “La plaga” com a millor òpera prima



← 9 ★ 7 ...

[Ver más fotos y videos](#)

1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.



2. ¿El tweet tiene mención?

- a) Si, a alguien del programa o la emisora
- b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- c) Si, ambas
- d) No

3. ¿El tweet contiene enlaces?

- a) Si, a la página web de la emisora
- b) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- c) Si a otros sitios web ajenos.
- d) No

4. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- a) Si, imagen
- b) Si, vídeo
- c) Si, ambas
- d) No

5. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- a) Si
- b) No

6. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- a) El autor está vinculado a Radio 4
- b) El autor no está vinculado a Radio 4

7. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- a) Si
- b) **No**



8. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- a) Si
- b) No

1. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- c) Si
- d) No



DIRECTE4.0 Radio4rne @Directe4 · 28 de abr.

Josep Capel de @radio4_rne ens explicarà l'acte d'homenatge a Tito Vilanova que es fa aquesta tarda a la Catedral de Barcelona
[#TitoEtern](#)

← ↻ 5 ★ 1 ...

1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.



2. ¿El tweet tiene mención?

- e) Si, a alguien del programa o la emisora
- f) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- g) Si, ambas
- h) No

3. ¿El tweet contiene enlaces?

- e) Si, a la página web de la emisora
- f) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- g) Si a otros sitios web ajenos.
- h) No

4. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- e) Si, imagen
- f) Si, vídeo
- g) Si, ambas
- h) No

5. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- c) Si
- d) No

6. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- c) El autor está vinculado a Radio 4
- d) El autor no está vinculado a Radio 4

7. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- c) Si
- d) No



8. ¿El tweet ha sido retweteado?

- e) Si
- f) No

9. ¿El tweet ha sido comentado?

- g) Si
- h) No



1. Finalidad del mensaje:

- i) Información
- j) Opinión/ Publicidad
- k) Promoción de contenidos emitidos
- l) Promoción de contenidos por emitir
- m) Respuesta a los usuarios
- n) Participación para los usuarios en la red social
- o) Participación para los usuarios en la radio
- p) Es un *retweet*.

2. ¿El tweet tiene mención?



- i) Si, a alguien del programa o la emisora
- j) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- k) Si, ambas
- l) No

3. ¿El tweet contiene enlaces?

- i) Si, a la página web de la emisora
- j) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- k) Si a otros sitios web ajenos.
- l) No

4. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- i) Si, imagen
- j) Si, vídeo
- k) Si, ambas
- l) No

5. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- e) Si
- f) No

6. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- e) El autor está vinculado a Radio 4
- f) El autor no está vinculado a Radio 4

7. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- e) Si
- f) No



8. ¿El tweet ha sido retweteado?

- i) Si
- j) No

2. ¿El tweet ha sido comentado?

- k) Si
- l) No

 DIRECTE4.0 Radio4rne @Directe4 · 28 de abr.
A les 17.40h @AndreuGatuellas i @Sokolowicz
ens donaran 7 pistes per a tenir més
intel·ligència emocional @radio4_rne



← ↻ 3 ★ 2 ...

[Ver más fotos y videos](#)

9. Finalidad del mensaje:



- q) Información
- r) Opinión/ Publicidad
- s) Promoción de contenidos emitidos
- t) Promoción de contenidos por emitir
- u) Respuesta a los usuarios
- v) Participación para los usuarios en la red social
- w) Participación para los usuarios en la radio
- x) Es un *retweet*.

10. ¿El tweet tiene mención?

- m) Si, a alguien del programa o la emisora
- n) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- o) Si, ambas
- p) No

11. ¿El tweet contiene enlaces?

- m) Si, a la página web de la emisora
- n) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- o) Si a otros sitios web ajenos.
- p) No

12. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- m) Si, imagen
- n) Si, vídeo
- o) Si, ambas
- p) No

13. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- g) Si
- h) No

14. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- g) El autor está vinculado a Radio 4



h) El autor no está vinculado a Radio 4

15. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

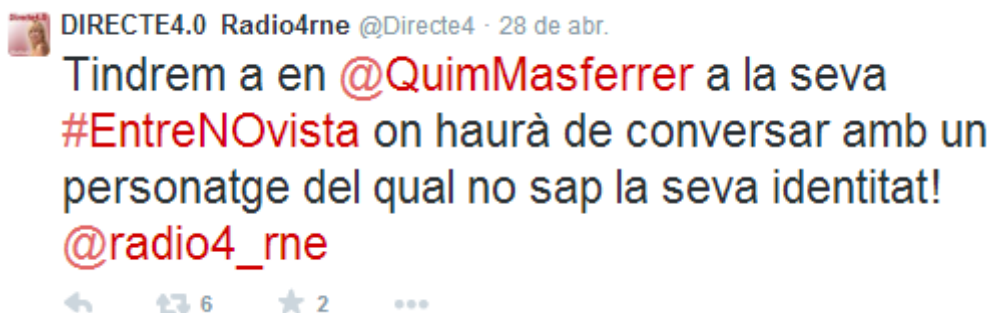
- g) Si
- h) No

16. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- m) Si
- n) No

3. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- o) Si
- p) No



17. Finalidad del mensaje:

- y) Información
- z) Opinión/ Publicidad
- aa) Promoción de contenidos emitidos
- bb) Promoción de contenidos por emitir
- cc) Respuesta a los usuarios



- dd) Participación para los usuarios en la red social
- ee) Participación para los usuarios en la radio
- ff) Es un *retweet*.

18. ¿El tweet tiene mención?

- q) Si, a alguien del programa o la emisora
- r) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- s) Si, ambas
- t) No

19. ¿El tweet contiene enlaces?

- q) Si, a la página web de la emisora
- r) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- s) Si a otros sitios web ajenos.
- t) No

20. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- q) Si, imagen
- r) Si, vídeo
- s) Si, ambas
- t) No

21. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- i) Si
- j) No

22. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- i) El autor está vinculado a Radio 4
- j) El autor no está vinculado a Radio 4

23. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?



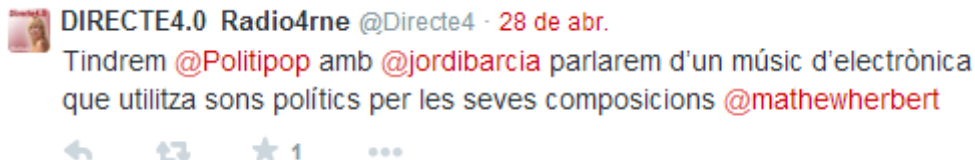
- i) Si
- j) No

24. ¿El tweet ha sido retweteado?

- q) Si
- r) No

4. ¿El tweet ha sido comentado?

- s) Si
- t) No



1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.

2. ¿El tweet tiene mención?



- a) Si, a alguien del programa o la emisora
- b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- c) Si, ambas
- d) No

3. ¿El tweet contiene enlaces?

- u) Si, a la página web de la emisora
- v) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- w) Si a otros sitios web ajenos.
- x) No

4. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- u) Si, imagen
- v) Si, vídeo
- w) Si, ambas
- x) No

5. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- k) Si
- l) No

6. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- k) El autor está vinculado a Radio 4
- l) El autor no está vinculado a Radio 4

7. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- k) Si
- l) No

8. ¿El tweet ha sido *retweteado*?



- u) Si
- v) No

9. ¿El tweet ha sido comentado?

- w) Si
- x) No



DIRECTE4.0 Radio4rne @Directe4 · 28 de abr.

I acabarem el programa amb **#Economia 4.0** de la mà del professor de l'**@iesebs** Miquel Lladó **@LladoMiquel** **@radio4_rne**



25. Finalidad del mensaje:

- gg) Información
- hh) Opinión/ Publicidad
- ii) Promoción de contenidos emitidos
- jj) Promoción de contenidos por emitir
- kk) Respuesta a los usuarios
- ll) Participación para los usuarios en la red social
- mm) Participación para los usuarios en la radio
- nn) Es un *retweet*.

26. ¿El tweet tiene mención?

- u) Si, a alguien del programa o la emisora
- v) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- w) Si, ambas
- x) No

27. ¿El tweet contiene enlaces?



- y) Si, a la página web de la emisora
- z) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- aa) Si a otros sitios web ajenos.
- bb) No

28. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- y) Si, imagen
- z) Si, vídeo
- aa) Si, ambas
- bb) No

29. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- m) Si
- n) No

30. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- m) El autor está vinculado a Radio 4
- n) El autor no está vinculado a Radio 4

31. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- m) Si
- n) No

32. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- y) Si
- z) No



5. ¿El tweet ha sido comentado?

- aa) Si
- bb) No



DIRECTE4.0 Radio4rne @Directe4 · 28 de abr.

Vols guanyar entrades per @AquariumBcn o un lot de @MisakoShop ?
Quin és el teu restaurant preferit? Participa! facebook.com/directe4.0

← ↻ 1 ★ 1 ...

33. Finalidad del mensaje:

- oo) Información
- pp) Opinión/ Publicidad
- qq) Promoción de contenidos emitidos
- rr) Promoción de contenidos por emitir
- ss) Respuesta a los usuarios
- tt) Participación para los usuarios en la red social
- uu) Participación para los usuarios en la radio
- vv) Es un *retweet*.

34. ¿El tweet tiene mención?

- y) Si, a alguien del programa o la emisora
- z) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- aa) Si, ambas
- bb) No

35. ¿El tweet contiene enlaces?

- cc) Si, a la página web de la emisora
- dd) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ee) Si a otros sitios web ajenos.
- ff) No

36. ¿El tweet incluye contenido multimedia?



- cc) Si, imagen
- dd) Si, vídeo
- ee) Si, ambas
- ff) No

37. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- o) Si
- p) No

38. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- o) El autor está vinculado a Radio 4
- p) El autor no está vinculado a Radio 4

39. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- o) Si
- p) No

40. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- cc) Si
- dd) No

6. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- ee) Si
- ff) No



DIRECTE4.0 Radio4rne @Directe4 · 28 de abr.

"Jo tenia una idea i vaig buscar a la realitat els elements per a explicar-la"
@neusballus Premi Sant Jordi #cine x @laplagafilm@radio4_rne





1. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.

2. ¿El tweet tiene mención?

- cc) Si, a alguien del programa o la emisora
- dd) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ee) Si, ambas
- ff) No

3. ¿El tweet contiene enlaces?

- gg) Si, a la página web de la emisora
- hh) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ii) Si a otros sitios web ajenos.
- jj) No

4. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- gg) Si, imagen
- hh) Si, vídeo
- ii) Si, ambas
- jj) No

5. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- q) Si
- r) No

6. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)



- q) El autor está vinculado a Radio 4
r) El autor no está vinculado a Radio 4

7. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- q) Si
r) No

8. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- gg) Si
hh) No

9. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- ii) Si
jj) No



41. Finalidad del mensaje:

- a) Información
b) Opinión/ Publicidad
c) Promoción de contenidos emitidos
d) Promoción de contenidos por emitir
e) Respuesta a los usuarios
f) Participación para los usuarios en la red social
g) Participación para los usuarios en la radio
h) Es un *retweet*.

42. ¿El *tweet* tiene mención?



- gg) Si, a alguien del programa o la emisora
- hh) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ii) Si, ambas
- jj) No

43. ¿El tweet contiene enlaces?

- kk) Si, a la página web de la emisora
- ll) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- mm) Si a otros sitios web ajenos.
- nn) No

44. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- kk) Si, imagen
- ll) Si, vídeo
- mm) Si, ambas
- nn) No

45. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- s) Si
- t) No

46. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- s) El autor está vinculado a Radio 4
- t) El autor no está vinculado a Radio 4

47. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- s) Si
- t) No

48. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- kk) Si
- ll) No



7. ¿El tweet ha sido comentado?

mm) Si

nn) No



DIRECTE4.0 Radio4rne @Directe4 · 28 de abr.

"Vaig trigar 4 anys en fer La Plaga perquè la realitat requereix del seu temps" @neusballus Premi Sant Jordi #cine x @laplagafilm@radio4_rne

🔄 1 ★ 2 ...

49. Finalidad del mensaje:

ww) Información

xx) Opinión/ Publicidad

yy) Promoción de contenidos emitidos

zz) Promoción de contenidos por emitir

aaa) Respuesta a los usuarios

bbb) Participación para los usuarios en la red social

ccc) Participación para los usuarios en la radio

ddd) Es un *retweet*.

50. ¿El tweet tiene mención?

kk) Si, a alguien del programa o la emisora

ll) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

mm) Si, ambas

nn) No

51. ¿El tweet contiene enlaces?

oo) Si, a la página web de la emisora

pp) Si a otros sitios web relacionados con el programa

qq) Si a otros sitios web ajenos.

rr) No



52. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- oo) Si, imagen
- pp) Si, vídeo
- qq) Si, ambas
- rr) No

53. ¿El *tweet* incluye *Hastags*?

- u) Si
- v) No

54. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- u) El autor está vinculado a Radio 4
- v) El autor no está vinculado a Radio 4

55. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- u) Si
- v) No

56. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- oo) Si
- pp) No

8. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- qq) Si
- rr) No



DIRECTE4.0 Radio4rne @Directe4 · 28 de abr.

"Estic treballant en 1 projecte de ficció amb actors reals: una família catalana va a un resort turístic al Senegal" @neusballus @radio4_me



57. Finalidad del mensaje:

- eee) Información
- fff) Opinión/ Publicidad
- ggg) Promoción de contenidos emitidos
- hhh) Promoción de contenidos por emitir
- iii) Respuesta a los usuarios
- jjj) Participación para los usuarios en la red social
- kkk) Participación para los usuarios en la radio
- lll) Es un *retweet*.

58. ¿El tweet tiene mención?

- oo) Si, a alguien del programa o la emisora
- pp) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- qq) Si, ambas
- rr) No

59. ¿El tweet contiene enlaces?

- ss) Si, a la página web de la emisora
- tt) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- uu) Si a otros sitios web ajenos.
- vv) No

60. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- ss) Si, imagen
- tt) Si, vídeo
- uu) Si, ambas



vv) No

61. ¿El *tweet* incluye *Hastags*?

w) Si

x) No

62. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

w) El autor está vinculado a Radio 4

x) El autor no está vinculado a Radio 4

63. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

w) Si

x) No

64. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

ss) Si

tt) No

9. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

uu) Si

vv) No



DIRECTE4.0 Radio4rne @Directe4 · 28 de abr.

"Malgrat haver-me divertit davant les càmeres a City TV @8tvcat o en curts, prefereixo ser darrera la càmera" @neusballus @radio4_rne



65. Finalidad del mensaje:

mmm) Información

nnn) Opinión/ Publicidad



- ooo) Promoción de contenidos emitidos
- ppp) Promoción de contenidos por emitir
- qqq) Respuesta a los usuarios
- rrr) Participación para los usuarios en la red social
- sss) Participación para los usuarios en la radio
- ttt) Es un *retweet*.

66. ¿El tweet tiene mención?

- ss) Si, a alguien del programa o la emisora
- tt) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- uu) Si, ambas
- vv) No

67. ¿El tweet contiene enlaces?

- ww) Si, a la página web de la emisora
- xx) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- yy) Si a otros sitios web ajenos.
- zz) No

68. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- ww) Si, imagen
- xx) Si, vídeo
- yy) Si, ambas
- zz) No

69. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- y) Si
- z) No

70. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- y) El autor está vinculado a Radio 4
- z) El autor no está vinculado a Radio 4



71. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- y) Si
- z) No

72. ¿El tweet ha sido retweteado?

- ww) Si
- xx) No

10. ¿El tweet ha sido comentado?

- yy) Si
- zz) No





73. Finalidad del mensaje:

- uuu) Información
- vvv) Opinión/ Publicidad
- www) Promoción de contenidos emitidos
- xxx) Promoción de contenidos por emitir
- yyy) Respuesta a los usuarios
- zzz) Participación para los usuarios en la red social
- aaaa) Participación para los usuarios en la radio
- bbbb) Es un *retweet*.

74. ¿El tweet tiene mención?

- ww) Si, a alguien del programa o la emisora
- xx) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- yy) Si, ambas
- zz) No

75. ¿El tweet contiene enlaces?

- aaa) Si, a la página web de la emisora
- bbb) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ccc) Si a otros sitios web ajenos.
- ddd) No

76. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- aaa) Si, imagen
- bbb) Si, vídeo
- ccc) Si, ambas
- ddd) No

77. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- aa) Si
- bb) No

78. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)



- aa) El autor está vinculado a Radio 4
- bb) El autor no está vinculado a Radio 4

79. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- aa) Si
- bb) No

80. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- aaa) Si
- bbb) No

11. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- ccc) Si
- ddd) No

MARTES 29



DIRECTE4.0 Radio4rne @Directe4 · 29 de abr.

Avui entrevistem al nefròleg Federico Oppenheimer, candidat a Català de l'Any 2013
[@elperiodico_cat](#) [@radio4_rne](#)



← ↻ 3 ★ 1 ...

[Ver más fotos y videos](#)



81. Finalidad del mensaje:

- cccc) Información
- dddd) Opinión/ Publicidad
- eeee) Promoción de contenidos emitidos
- ffff) Promoción de contenidos por emitir
- gggg) Respuesta a los usuarios
- hhhh) Participación para los usuarios en la red social
- iiii) Participación para los usuarios en la radio
- jjjj) Es un *retweet*.

82. ¿El tweet tiene mención?

- aaa) Si, a alguien del programa o la emisora
- bbb) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ccc) Si, ambas
- ddd) No

83. ¿El tweet contiene enlaces?

- eee) Si, a la página web de la emisora
- fff) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ggg) Si a otros sitios web ajenos.
- hhh) No

84. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- eee) Si, imagen
- fff) Si, vídeo
- ggg) Si, ambas
- hhh) No

85. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- cc) Si
- dd) No



86. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- cc) El autor está vinculado a Radio 4
- dd) El autor no está vinculado a Radio 4

87. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- cc) Si
- dd) No

88. ¿El tweet ha sido retweteado?

- eee) Si
- fff) No

12. ¿El tweet ha sido comentado?

- ggg) Si
- hhh) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 29 de abr.

A les 17h rebem a Jaume Lladó amb [#MissatgeRebut?](#) on parlarem de com millorar la nostra comunicació. A més [#AnemPerFeina](#) amb el [@coacbcn](#)



89. Finalidad del mensaje:

- kkkk) Información
- llll) Opinión/ Publicidad
- mmmm) Promoción de contenidos emitidos
- nnnn) Promoción de contenidos por emitir
- oooo) Respuesta a los usuarios
- pppp) Participación para los usuarios en la red social
- qqqq) Participación para los usuarios en la radio



90. ¿El tweet tiene mención?

- eee) Si, a alguien del programa o la emisora
- fff) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ggg) Si, ambas
- hhh) No

91. ¿El tweet contiene enlaces?

- iii) Si, a la página web de la emisora
- jjj) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- kkk) Si a otros sitios web ajenos.
- lll) No

92. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- iii) Si, imagen
- jjj) Si, vídeo
- kkk) Si, ambas
- lll) No

93. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- ee) Si
- ff) No

94. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- ee) El autor está vinculado a Radio 4
- ff) El autor no está vinculado a Radio 4

95. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- ee) Si
- ff) No



96. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- iii) Si
- jjj) No

13. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- kkk) Si
- lll) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 29 de abr.

Entrevistem a les 18h al ballaor Joaquín Cortés @CortesJoaquin. Estrena a BCN nou espectacle: "Gitano" @radio4_rne



Ver más fotos y videos

97. Finalidad del mensaje:

- ssss) Información
- tttt) Opinión/ Publicidad
- uuuu) Promoción de contenidos emitidos



- vvvv) Promoción de contenidos por emitir
- www) Respuesta a los usuarios
- xxxx) Participación para los usuarios en la red social
- yyyy) Participación para los usuarios en la radio
- zzzz) Es un *retweet*.

98. ¿El tweet tiene mención?

- iii) Si, a alguien del programa o la emisora
- jjj) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- kkk) Si, ambas
- lll) No

99. ¿El tweet contiene enlaces?

- mmm) Si, a la página web de la emisora
- nnn) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ooo) Si a otros sitios web ajenos.
- ppp) No

100. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- mmm) Si, imagen
- nnn) Si, vídeo
- ooo) Si, ambas
- ppp) No

101. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- gg) Si
- hh) No

102. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- gg) El autor está vinculado a Radio 4
- hh) El autor no está vinculado a Radio 4

103. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?



gg) Si
hh) No

104. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

mmm) Si
nnn) No

14. ¿El tweet ha sido *comentado*?

ooo) Si
ppp) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 29 de abr.

I tancarem el programa amb el nostre Pop d'Autoajuda amb @MaliVanili @radio4_rne



← ↻ 3 ★ 1 ...

Ver más fotos y videos



105. Finalidad del mensaje:

- aaaaa) Información
- bbbbb) Opinión/ Publicidad
- ccccc) Promoción de contenidos emitidos
- ddddd) Promoción de contenidos por emitir
- eeeee) Respuesta a los usuarios
- fffff) Participación para los usuarios en la red social
- ggggg) Participación para los usuarios en la radio
- hhhhh) Es un *retweet*.

106. ¿El tweet tiene mención?

- mmm) Si, a alguien del programa o la emisora
- nnn) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ooo) Si, ambas
- ppp) No

107. ¿El tweet contiene enlaces?

- qqq) Si, a la página web de la emisora
- rrr) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- sss) Si a otros sitios web ajenos.
- ttt) No

108. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- qqq) Si, imagen
- rrr) Si, vídeo
- sss) Si, ambas
- ttt) No

109. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- ii) Si
- jj) No

110. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)



- ii) El autor está vinculado a Radio 4
- jj) El autor no está vinculado a Radio 4

111. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- ii) Si
- jj) No

112. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- qqq) Si
- rrr) No

15. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- sss) Si
- ttt) No



113. Finalidad del mensaje:

- iiii) Información
- jjjj) Opinión/ Publicidad
- kkkk) Promoción de contenidos emitidos
- llll) Promoción de contenidos por emitir
- mmmm) Respuesta a los usuarios
- nnnn) Participación para los usuarios en la red social
- oooo) Participación para los usuarios en la radio



ppppp) Es un *retweet*.

114. ¿El tweet tiene mención?

- qqq) Si, a alguien del programa o la emisora
- rrr) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- sss) Si, ambas
- ttt) No

115. ¿El tweet contiene enlaces?

- uuu) Si, a la página web de la emisora
- vvv) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- www) Si a otros sitios web ajenos.
- xxx) No

116. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- uuu) Si, imagen
- vvv) Si, vídeo
- www) Si, ambas
- xxx) No

117. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- kk) Si
- ll) No

118. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- kk) El autor está vinculado a Radio 4
- ll) El autor no está vinculado a Radio 4

119. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- kk) Si
- ll) No

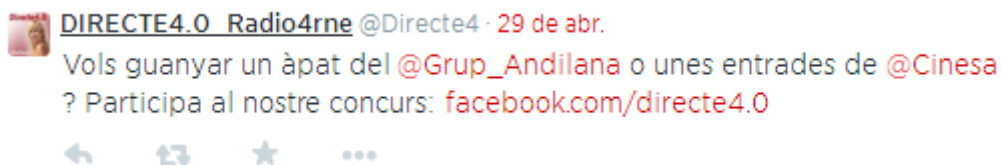


120. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

uuu) Si
vvv) No

16. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

www) Si
xxx) No



121. Finalidad del mensaje:

qqqqq) Información
rrrrr) Opinión/ Publicidad
sssss) Promoción de contenidos emitidos
ttttt) Promoción de contenidos por emitir
uuuuu) Respuesta a los usuarios
vvvvv) Participación para los usuarios en la red social
wwwww) Participación para los usuarios en la radio
xxxxx) Es un *retweet*.

122. ¿El tweet tiene mención?

uuu) Si, a alguien del programa o la emisora
vvv) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
www) Si, ambas
xxx) No

123. ¿El tweet contiene enlaces?

yyy) Si, a la página web de la emisora



zzz) Si a otros sitios web relacionados con el programa

aaaa) Si a otros sitios web ajenos.

bbbb) No

124. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

yyy) Si, imagen

zzz) Si, vídeo

aaaa) Si, ambas

bbbb) No

125. ¿El tweet incluye *Hastags*?

mm) Si

nn) No

126. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

mm) El autor está vinculado a Radio 4

nn) El autor no está vinculado a Radio 4

127. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

mm) Si

nn) No

128. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

yyy) Si

zzz) No

17. ¿El tweet ha sido *comentado*?

aaaa) Si

bbbb) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 29 de abr.

"En cap moment vaig tenir por a donar un ronyó al meu fill" Federico Oppenheimer, nefròleg, candidat a Català de l'Any 2013
@radio4_rne

👤 3 🔄 3 ★ 3 ...

129. Finalidad del mensaje:

- yyyyy) Información
- zzzzz) Opinión/ Publicidad
- aaaaaa) Promoción de contenidos emitidos
- bbbbbb) Promoción de contenidos por emitir
- ccccc) Respuesta a los usuarios
- dddddd) Participación para los usuarios en la red social
- eeeeee) Participación para los usuarios en la radio
- ffffff) Es un *retweet*.

130. ¿El tweet tiene mención?

- yyy) Si, a alguien del programa o la emisora
- zzz) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- aaaa) Si, ambas
- bbbb) No

131. ¿El tweet contiene enlaces?

- cccc) Si, a la página web de la emisora
- dddd) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- eeee) Si a otros sitios web ajenos.
- ffff) No

132. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- cccc) Si, imagen



dddd) Si, vídeo
eeee) Si, ambas
ffff) No

133. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

oo) Si
pp) No

134. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

oo) El autor está vinculado a Radio 4
pp) El autor no está vinculado a Radio 4

135. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

oo) Si
pp) No

136. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

cccc) Si
dddd) No

18. ¿El tweet ha sido *comentado*?

eeee) Si
ffff) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 29 de abr.

"Els òrgans que procedeixen de donants vius són un 45% a l'Hospital Clínic" Federico Oppenheimer candidat a Català de l'Any
@elperiodico_cat



137. Finalidad del mensaje:

- gggggg) Información
- hhhhhh) Opinión/ Publicidad
- iiiiii) Promoción de contenidos emitidos
- jjjjjj) Promoción de contenidos por emitir
- kkkkkk) Respuesta a los usuarios
- llllll) Participación para los usuarios en la red social
- mmmmmm) Participación para los usuarios en la radio
- nnnnnn) Es un *retweet*.

138. ¿El tweet tiene mención?

- cccc) Si, a alguien del programa o la emisora
- dddd) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- eeee) Si, ambas
- ffff) No

139. ¿El tweet contiene enlaces?

- gggg) Si, a la página web de la emisora
- hhhh) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- iiii) Si a otros sitios web ajenos.
- jjjj) No

140. ¿El tweet incluye contenido multimedia?



gggg) Si, imagen

hhhh) Si, vídeo

iiii) Si, ambas

jjjj) No

141. ¿El tweet incluye *Hastags*?

qq) Si

rr) No

142. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

qq) El autor está vinculado a Radio 4

rr) El autor no está vinculado a Radio 4

143. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

qq) Si

rr) No

144. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

gggg) Si

hhhh) No

19. ¿El tweet ha sido *comentado*?

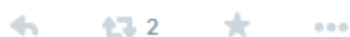
iiii) Si

jjjj) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 29 de abr.

"Un 1% de transplants de ronyó surt malament, és poc, però si et toca és un drama terrible" Federico Oppenheimer @radio4_rne





145. Finalidad del mensaje:

- ooooo) Información
- ppppp) Opinión/ Publicidad
- qqqqq) Promoción de contenidos emitidos
- rrrrr) Promoción de contenidos por emitir
- sssss) Respuesta a los usuarios
- ttttt) Participación para los usuarios en la red social
- uuuuu) Participación para los usuarios en la radio
- vvvvv) Es un *retweet*.

146. ¿El tweet tiene mención?

- gggg) Si, a alguien del programa o la emisora
- hhhh) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- iiii) Si, ambas
- jjjj) No

147. ¿El tweet contiene enlaces?

- kkkk) Si, a la página web de la emisora
- llll) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- mmmm) Si a otros sitios web ajenos.
- nnnn) No

148. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- kkkk) Si, imagen
- llll) Si, vídeo
- mmmm) Si, ambas
- nnnn) No

149. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- ss) Si
- tt) No

150. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)



- ss) El autor está vinculado a Radio 4
 tt) El autor no está vinculado a Radio 4

151. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

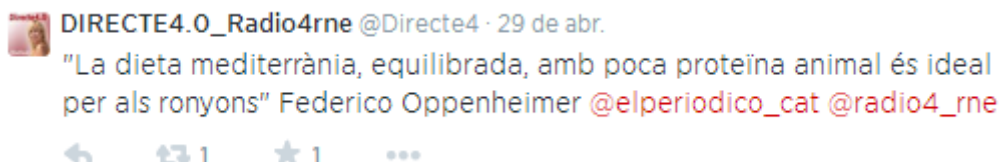
- ss) Si
 tt) No

152. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- kkkk) Si
 llll) No

20. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- mmmm) Si
 nnnn) No



153. Finalidad del mensaje:

- wwwww) Información
 xxxxx) Opinión/ Publicidad
 yyyyy) Promoción de contenidos emitidos
 zzzzz) Promoción de contenidos por emitir
 aaaaaa) Respuesta a los usuarios
 bbbbbb) Participación para los usuarios en la red social
 cccccc) Participación para los usuarios en la radio
 dddddd) Es un *retweet*.

154. ¿El *tweet* tiene mención?



kkkk) Si, a alguien del programa o la emisora
 llll) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
 mmmm) Si, ambas
 nnnn) No

155. ¿El tweet contiene enlaces?

oooo) Si, a la página web de la emisora
 pppp) Si a otros sitios web relacionados con el programa
 qqqq) Si a otros sitios web ajenos.
 rrrr) No

156. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

oooo) Si, imagen
 pppp) Si, vídeo
 qqqq) Si, ambas
 rrrr) No

157. ¿El tweet incluye *Hastags*?

uu) Si
 vv) No

158. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

uu) El autor está vinculado a Radio 4
 vv) El autor no está vinculado a Radio 4

159. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

uu) Si
 vv) No

160. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

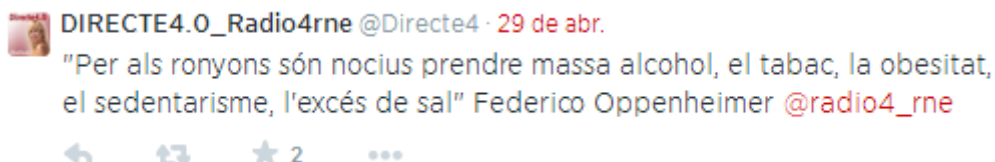
oooo) Si



pppp) No

21. ¿El tweet ha sido comentado?

qqqq) Si
rrrr) No



161. Finalidad del mensaje:

- eeeeeee) Información
- ffffff) Opinión/ Publicidad
- ggggggg) Promoción de contenidos emitidos
- hhhhhhh) Promoción de contenidos por emitir
- iiiiiii) Respuesta a los usuarios
- jjjjjjj) Participación para los usuarios en la red social
- kkkkkkk) Participación para los usuarios en la radio
- lllllll) Es un *retweet*.

162. ¿El tweet tiene mención?

- oooo) Si, a alguien del programa o la emisora
- pppp) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- qqqq) Si, ambas
- rrrr) No

163. ¿El tweet contiene enlaces?

- ssss) Si, a la página web de la emisora
- tttt) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- uuuu) Si a otros sitios web ajenos.
- vvvv) No



164. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

ssss) Si, imagen

tttt) Si, vídeo

uuuu) Si, ambas

vvvv) No

165. ¿El tweet incluye *Hastags*?

ww) Si

xx) No

166. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

ww) El autor está vinculado a Radio 4

xx) El autor no está vinculado a Radio 4

167. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

ww) Si

xx) No

168. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

ssss) Si

tttt) No

22. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

uuuu) Si

vvvv) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 29 de abr.

"Ser un candidat a Català de l'Any 2013 ho visc de forma dual: gratitud i sorpresa. No sóc cap heroi." Federico Oppenheimer @elperiodico_cat





169. Finalidad del mensaje:

- mmmmmm) Información
- nnnnnn) Opinión/ Publicidad
- oooooo) Promoción de contenidos emitidos
- pppppp) Promoción de contenidos por emitir
- qqqqqq) Respuesta a los usuarios
- rrrrrr) Participación para los usuarios en la red social
- ssssss) Participación para los usuarios en la radio
- tttttt) Es un *retweet*.

170. ¿El tweet tiene mención?

- ssss) Si, a alguien del programa o la emisora
- tttt) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- uuuu) Si, ambas
- vvvv) No

171. ¿El tweet contiene enlaces?

- www) Si, a la página web de la emisora
- xxxx) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- yyyy) Si a otros sitios web ajenos.
- zzzz) No

172. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- www) Si, imagen
- xxxx) Si, vídeo
- yyyy) Si, ambas
- zzzz) No

173. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- yy) Si
- zz) No

174. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)



- yy) El autor está vinculado a Radio 4
 zz) El autor no está vinculado a Radio 4

175. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

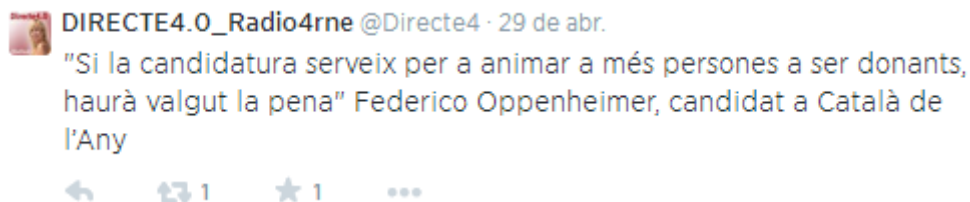
- yy) Si
 zz) No

176. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- www) Si
 xxxx) No

23. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- yyyy) Si
 zzzz) No



177. Finalidad del mensaje:

- uuuuuuu) Información
 vvvvvvv) Opinión/ Publicidad
 wwwwww) Promoción de contenidos emitidos
 xxxxxxx) Promoción de contenidos por emitir
 yyyyyyy) Respuesta a los usuarios
 zzzzzzz) Participación para los usuarios en la red social
 aaaaaaa) Participación para los usuarios en la radio
 bbbbbb) Es un *retweet*.



178. ¿El tweet tiene mención?

- www) Si, a alguien del programa o la emisora
 xxx) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
 yyy) Si, ambas
 zzz) No

179. ¿El tweet contiene enlaces?

- aaaa) Si, a la página web de la emisora
 bbbb) Si a otros sitios web relacionados con el programa
 cccc) Si a otros sitios web ajenos.
 dddd) No

180. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- aaaaa) Si, imagen
 bbbbb) Si, vídeo
 ccccc) Si, ambas
 ddddd) No

181. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- aaa) Si
 bbb) No

182. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- aaa) El autor está vinculado a Radio 4
 bbb) El autor no está vinculado a Radio 4

183. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- aaa) Si
 bbb) No

184. ¿El tweet ha sido *retweteado*?



aaaaa) Si
 bbbbbb) No

24. ¿El tweet ha sido comentado?

ccccc) Si
 ddddd) No



185. Finalidad del mensaje:

ccccccc) Información
 dddddddd) Opinión/ Publicidad
 eeeeeeee) Promoción de contenidos emitidos
 ffffffff) Promoción de contenidos por emitir
 gggggggg) Respuesta a los usuarios
 hhhhhhhh) Participación para los usuarios en la red social
 iiiiii) Participación para los usuarios en la radio



jjjjjjjj)

Es un *retweet*.

186. ¿El tweet tiene mención?

- aaaaa) Si, a alguien del programa o la emisora
- bbbbb) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ccccc) Si, ambas
- ddddd) No

187. ¿El tweet contiene enlaces?

- eeeee) Si, a la página web de la emisora
- fffff) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ggggg) Si a otros sitios web ajenos.
- hhhhh) No

188. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- eeeee) Si, imagen
- fffff) Si, vídeo
- ggggg) Si, ambas
- hhhhh) No

189. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- ccc) Si
- ddd) No

190. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- ccc) El autor está vinculado a Radio 4
- ddd) El autor no está vinculado a Radio 4

191. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- ccc) Si
- ddd) No



192. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

eeeeee) Si
 ffffff) No

25. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

gggggg) Si
 hhhhhh) No

 DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 29 de abr.
 "El problema de los prejuicios afecta más a los pobres que a cualquier etnia" @CortesJoaquin GITANO 2,3 i 4 maig BCN



Ver más fotos y videos

193. Finalidad del mensaje:

kkkkkkkk) Información
 llllllll) Opinión/ Publicidad
 mmmmmmmm) Promoción de contenidos emitidos
 nnnnnnnn) Promoción de contenidos por emitir
 ooooooooo) Respuesta a los usuarios
 pppppppp) Participación para los usuarios en la red social
 qqqqqqqq) Participación para los usuarios en la radio



rrrrrrrr) Es un *retweet*.

194. ¿El tweet tiene mención?

- eeee) Si, a alguien del programa o la emisora
- ffff) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ggggg) Si, ambas
- hhhhh) No

195. ¿El tweet contiene enlaces?

- iiii) Si, a la página web de la emisora
- jjjjj) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- kkkkk) Si a otros sitios web ajenos.
- lllll) No

196. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- iiii) Si, imagen
- jjjjj) Si, vídeo
- kkkkk) Si, ambas
- lllll) No

197. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- eee) Si
- fff) No

198. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- eee) El autor está vinculado a Radio 4
- fff) El autor no está vinculado a Radio 4

199. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- eee) Si
- fff) No



200. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

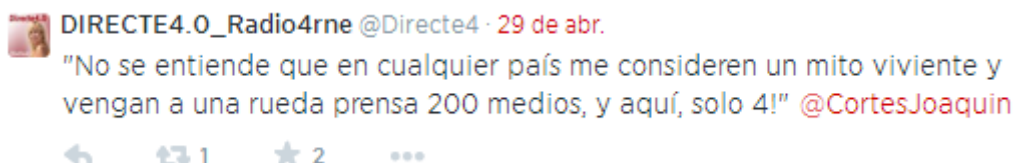
iiii) Si

jjjj) No

26. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

kkkkk) Si

lllll) No



201. Finalidad del mensaje:

sssssss) Información

ttttttt) Opinión/ Publicidad

uuuuuuu) Promoción de contenidos emitidos

vvvvvvv) Promoción de contenidos por emitir

wwwwwww) Respuesta a los usuarios

xxxxxxx) Participación para los usuarios en la red social

yyyyyyy) Participación para los usuarios en la radio

zzzzzzz) Es un *retweet*.

202. ¿El tweet tiene *mención*?

iiii) Si, a alguien del programa o la emisora

jjjj) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

kkkkk) Si, ambas

lllll) No

203. ¿El tweet contiene *enlaces*?

mmmmm) Si, a la página web de la emisora



nnnnn) Si a otros sitios web relacionados con el programa
 ooooo) Si a otros sitios web ajenos.
 ppppp) No

204. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

mmmmm) Si, imagen
 nnnnn) Si, vídeo
 ooooo) Si, ambas
 ppppp) No

205. ¿El tweet incluye Hastags?

ggg) Si
 hhh) No

206. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

ggg) El autor está vinculado a Radio 4
 hhh) El autor no está vinculado a Radio 4

207. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

ggg) Si
 hhh) No

208. ¿El tweet ha sido retweteado?

mmmmm) Si
 nnnnn) No

27. ¿El tweet ha sido comentado?

ooooo) Si
 ppppp) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 30 de abr.

A les 16.20 entrevistem a @LluísSoldevila, formador i consultor. ÉXITO SE ESCRIBE CON A @profiteditorial @radio4_rne



🔄 6 ★ 2 ...

[Ver más fotos y videos](#)

Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.

209. ¿El tweet tiene mención?

mmmmm) Si, a alguien del programa o la emisora



nnnnn) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
 ooooo) Si, ambas
 ppppp) No

210. ¿El tweet contiene enlaces?

qqqqq) Si, a la página web de la emisora
 rrrrr) Si a otros sitios web relacionados con el programa
 sssss) Si a otros sitios web ajenos.
 ttttt) No

211. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

qqqqq) Si, imagen
 rrrrr) Si, vídeo
 sssss) Si, ambas
 ttttt) No

212. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

iii) Si
 jjj) No

213. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

iii) El autor está vinculado a Radio 4
 jjj) El autor no está vinculado a Radio 4

214. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

iii) Si
 jjj) No

215. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

qqqqq) Si
 rrrrr) No



28. ¿El tweet ha sido comentado?

sssss) Si
 ttttt) No

 DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 30 de abr.
 Tindrem el naturòpata ALBERT RAMI que ens explicarà mètodes per viure de forma més saludable @RamiRemeis @radio4_rne




 2
  1
 
[Ver más fotos y videos](#)

Finalidad del mensaje:

- i) Información
- j) Opinión/ Publicidad
- k) Promoción de contenidos emitidos
- l) Promoción de contenidos por emitir
- m) Respuesta a los usuarios
- n) Participación para los usuarios en la red social
- o) Participación para los usuarios en la radio



p) Es un *retweet*.

216. ¿El tweet tiene mención?

qqqqq) Si, a alguien del programa o la emisora

rrrrr) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

sssss) Si, ambas

ttttt) No

217. ¿El tweet contiene enlaces?

uuuuu) Si, a la página web de la emisora

vvvvv) Si a otros sitios web relacionados con el programa

wwwww) Si a otros sitios web ajenos.

xxxxx) No

218. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

uuuuu) Si, imagen

vvvvv) Si, vídeo

wwwww) Si, ambas

xxxxx) No

219. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

kkk) Si

lll) No

220. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

kkk) El autor está vinculado a Radio 4

lll) El autor no está vinculado a Radio 4

221. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

kkk) Si

lll) No



222. ¿El tweet ha sido retweteado?

uuuuu) Si
vvvvv) No

29. ¿El tweet ha sido comentado?

wwwww) Si
xxxxx) No



Finalidad del mensaje:

- q) Información
- r) Opinión/ Publicidad
- s) Promoción de contenidos emitidos
- t) Promoción de contenidos por emitir
- u) Respuesta a los usuarios
- v) Participación para los usuarios en la red social



- w) Participación para los usuarios en la radio
- x) Es un *retweet*.

223. ¿El tweet tiene mención?

- uuuuu) Si, a alguien del programa o la emisora
- vvvvv) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- wwwww) Si, ambas
- xxxxx) No

224. ¿El tweet contiene enlaces?

- yyyyy) Si, a la página web de la emisora
- zzzzz) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- aaaaa) Si a otros sitios web ajenos.
- bbbbb) No

225. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- yyyyy) Si, imagen
- zzzzz) Si, vídeo
- aaaaa) Si, ambas
- bbbbb) No

226. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- mmm) Si
- nnn) No

227. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- mmm) El autor está vinculado a Radio 4
- nnn) El autor no está vinculado a Radio 4

228. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- mmm) Si
- nnn) No



229. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

yyyyy) Si
 zzzzz) No

30. ¿El tweet ha sido *comentado*?

aaaaaa) Si
 bbbbbb) No
 cccccc)



Finalidad del mensaje:

- y) Información
- z) Opinión/ Publicidad
- aa) Promoción de contenidos emitidos
- bb) Promoción de contenidos por emitir
- cc) Respuesta a los usuarios
- dd) Participación para los usuarios en la red social



ee) Participación para los usuarios en la radio

ff) Es un *retweet*.

230. ¿El tweet tiene mención?

yyyyy) Si, a alguien del programa o la emisora

zzzzz) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora

aaaaaa) Si, ambas

bbbbbb) No

231. ¿El tweet contiene enlaces?

ccccc) Si, a la página web de la emisora

ddddd) Si a otros sitios web relacionados con el programa

eeeeee) Si a otros sitios web ajenos.

ffffff) No

232. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

ccccc) Si, imagen

ddddd) Si, vídeo

eeeeee) Si, ambas

ffffff) No

233. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

ooo) Si

ppp) No

234. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

ooo) El autor está vinculado a Radio 4

ppp) El autor no está vinculado a Radio 4

235. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

ooo) Si

ppp) No

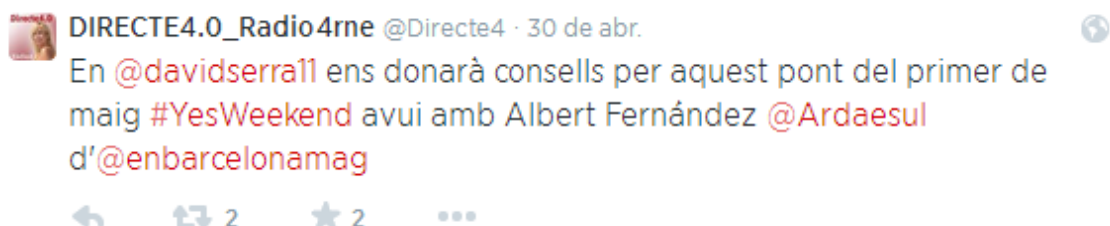


236. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

ddddd) Si
 eeeee) No

31. ¿El tweet ha sido *comentado*?

ffffff) Si
 gggggg) No



Finalidad del mensaje:

- gg) Información
- hh) Opinión/ Publicidad
- ii) Promoción de contenidos emitidos
- jj) Promoción de contenidos por emitir
- kk) Respuesta a los usuarios
- ll) Participación para los usuarios en la red social
- mm) Participación para los usuarios en la radio
- nn) Es un *retweet*.

237. ¿El tweet tiene mención?

ccccc) Si, a alguien del programa o la emisora
 dddddd) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora



eeeeee) Si, ambas
ffffff) No

238. ¿El tweet contiene enlaces?

gggggg) Si, a la página web de la emisora
hhhhhh) Si a otros sitios web relacionados con el programa
iiiiii) Si a otros sitios web ajenos.
jjjjjj) No

239. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

gggggg) Si, imagen
hhhhhh) Si, vídeo
iiiiii) Si, ambas
jjjjjj) No

240. ¿El tweet incluye *Hastags*?

qqq) Si
rrr) No

241. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

qqq) El autor está vinculado a Radio 4
rrr) El autor no está vinculado a Radio 4

242. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

qqq) Si
rrr) No

243. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

hhhhhh) Si
iiiiii) No

32. ¿El tweet ha sido *comentado*?



jjjjj) Si
 kkkkkk) No

 DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 30 de abr.
 I acabarem el programa amb humor de la mà d'en Luismi Martínez
 @Luismi_65 i la seva Vinyeta @radio4_rne

Finalidad del mensaje:

- oo) Información
- pp) Opinión/ Publicidad
- qq) Promoción de contenidos emitidos
- rr) Promoción de contenidos por emitir
- ss) Respuesta a los usuarios
- tt) Participación para los usuarios en la red social
- uu) Participación para los usuarios en la radio
- vv) Es un *retweet*.

244. ¿El tweet tiene mención?

gggggg) Si, a alguien del programa o la emisora
 hhhhhh) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
 iiiiii) Si, ambas
 jjjjjj) No

245. ¿El tweet contiene enlaces?

kkkkkk) Si, a la página web de la emisora
 llllll) Si a otros sitios web relacionados con el programa



mmmmmm) Si a otros sitios web ajenos.
 nnnnnn) No

246. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

kkkkkk) Si, imagen
 llllll) Si, vídeo
 mmmmmm) Si, ambas
 nnnnnn) No

247. ¿El tweet incluye *Hastags*?

sss) Si
 ttt) No

248. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

sss) El autor está vinculado a Radio 4
 ttt) El autor no está vinculado a Radio 4

249. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

sss) Si
 ttt) No

250. ¿El tweet ha sido retweteado?

llllll) Si
 mmmmmm) No

33. ¿El tweet ha sido comentado?

nnnnnn) Si
 oooooo) NO



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 30 de abr.

Voleu guanyar 50€ de @Tamoil_ESP o una doble entrada per anar a veure #Elcoloquiodelosperros dels @Joglars ? facebook.com/directe4.0

🔄 2 ★ 2 ...

34. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.

35. ¿El tweet tiene mención?

- a) Si, a alguien del programa o la emisora
- b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- c) Si, ambas
- d) No

36. ¿El tweet contiene enlaces?

- a) Si, a la página web de la emisora
- b) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- c) Si a otros sitios web ajenos.
- d) No

37. ¿El tweet incluye contenido multimedia?



- a) Si, imagen
- b) Si, vídeo
- c) Si, ambas
- d) No

38. ¿El *tweet* incluye *Hastags*?

- a) Si
- b) No

39. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- a) El autor está vinculado a Radio 4
- b) El autor no está vinculado a Radio 4

40. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- a) Si
- b) No

41. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- a) Si
- b) No

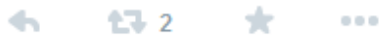
42. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- a) Si
- b) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 30 de abr.

"Potser sí que abusem del concepte empenedor, però si no trobes feina te la inventes" @LluísSoldevila #ÉXITOseESCRIBEconA @profiteditorial



43. Finalidad del mensaje:

- i) Información
- j) Opinión/ Publicidad
- k) Promoción de contenidos emitidos
- l) Promoción de contenidos por emitir
- m) Respuesta a los usuarios
- n) Participación para los usuarios en la red social
- o) Participación para los usuarios en la radio
- p) Es un *retweet*.

44. ¿El tweet tiene mención?

- e) Si, a alguien del programa o la emisora
- f) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- g) Si, ambas
- h) No

45. ¿El tweet contiene enlaces?

- e) Si, a la página web de la emisora
- f) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- g) Si a otros sitios web ajenos.
- h) No

46. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- e) Si, imagen



- f) Si, vídeo
- g) Si, ambas
- h) No

47. ¿El *tweet* incluye *Hastags*?

- c) Si
- d) No

48. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- c) El autor está vinculado a Radio 4
- d) El autor no está vinculado a Radio 4

49. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

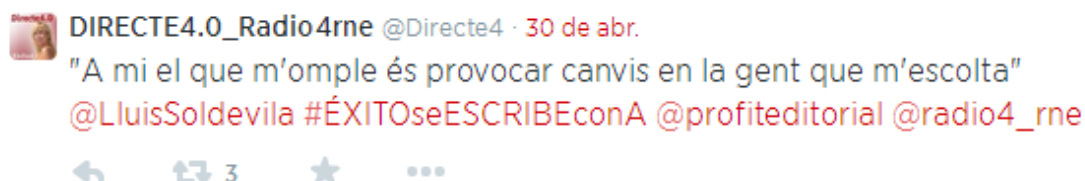
- c) Si
- d) No

50. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- c) Si
- d) No

51. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- c) Si
- d) No





52. Finalidad del mensaje:

- q) Información
- r) Opinión/ Publicidad
- s) Promoción de contenidos emitidos
- t) Promoción de contenidos por emitir
- u) Respuesta a los usuarios
- v) Participación para los usuarios en la red social
- w) Participación para los usuarios en la radio
- x) Es un *retweet*.

53. ¿El tweet tiene mención?

- i) Si, a alguien del programa o la emisora
- j) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- k) Si, ambas
- l) No

54. ¿El tweet contiene enlaces?

- i) Si, a la página web de la emisora
- j) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- k) Si a otros sitios web ajenos.
- l) No

55. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- i) Si, imagen
- j) Si, vídeo
- k) Si, ambas
- l) No

56. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- e) Si
- f) No

57. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)



- e) El autor está vinculado a Radio 4
- f) El autor no está vinculado a Radio 4

58. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

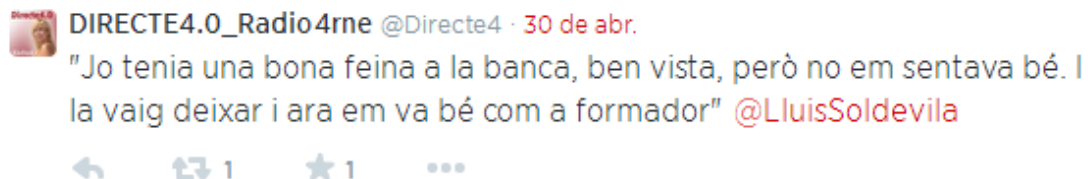
- e) Si
- f) No

59. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- e) Si
- f) No

60. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- e) Si
- f) No



61. Finalidad del mensaje:

- y) Información
- z) Opinión/ Publicidad
- aa) Promoción de contenidos emitidos
- bb) Promoción de contenidos por emitir
- cc) Respuesta a los usuarios
- dd) Participación para los usuarios en la red social
- ee) Participación para los usuarios en la radio



ff) Es un retweet.

62. ¿El tweet tiene mención?

- m) Si, a alguien del programa o la emisora
- n) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- o) Si, ambas
- p) No

63. ¿El tweet contiene enlaces?

- m) Si, a la página web de la emisora
- n) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- o) Si a otros sitios web ajenos.
- p) No

64. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- m) Si, imagen
- n) Si, vídeo
- o) Si, ambas
- p) No

65. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- g) Si
- h) No

66. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- g) El autor está vinculado a Radio 4
- h) El autor no está vinculado a Radio 4

67. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- g) Si
- h) No



68. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- g) Si
- h) No

69. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- g) Si
- h) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 30 de abr.

"#ÉXITOseESCRIBEconA d'Autoconeixement, Actitud i Acció. És la meva tripleA" @LluisSoldevila @profiteditorial @radio4_rne

↩️ ↻️ 4 ★ 1 ...

70. Finalidad del mensaje:

- gg) Información
- hh) Opinión/ Publicidad
- ii) Promoción de contenidos emitidos
- jj) Promoción de contenidos por emitir
- kk) Respuesta a los usuarios
- ll) Participación para los usuarios en la red social
- mm) Participación para los usuarios en la radio
- nn) Es un *retweet*.

71. ¿El tweet tiene mención?

- q) Si, a alguien del programa o la emisora
- r) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- s) Si, ambas
- t) No

72. ¿El tweet contiene enlaces?



- q) Si, a la página web de la emisora
- r) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- s) Si a otros sitios web ajenos.
- t) No

73. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- q) Si, imagen
- r) Si, vídeo
- s) Si, ambas
- t) No

74. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- i) Si
- j) No

75. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- i) El autor está vinculado a Radio 4
- j) El autor no está vinculado a Radio 4

76. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- i) Si
- j) No

77. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- i) Si
- j) No

78. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- i) Si
- j) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 30 de abr.

"Ser Felç, com a objectiu és un desastre. No és específic ni mesurable.
Ha de ser assolible i tenir data" @LluísSoldevila @profiteditorial



79. Finalidad del mensaje:

- oo) Información
- pp) Opinión/ Publicidad
- qq) Promoción de contenidos emitidos
- rr) Promoción de contenidos por emitir
- ss) Respuesta a los usuarios
- tt) Participación para los usuarios en la red social
- uu) Participación para los usuarios en la radio
- vv) Es un *retweet*.

80. ¿El tweet tiene mención?

- u) Si, a alguien del programa o la emisora
- v) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- w) Si, ambas
- x) No

81. ¿El tweet contiene enlaces?

- u) Si, a la página web de la emisora
- v) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- w) Si a otros sitios web ajenos.
- x) No

82. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- u) Si, imagen
- v) Si, vídeo
- w) Si, ambas



x) No

83. ¿El *tweet* incluye *Hastags*?

k) Si

l) No

84. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

k) El autor está vinculado a Radio 4

l) El autor no está vinculado a Radio 4

85. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

k) Si

l) No

86. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

k) Si

l) No

87. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

k) Si

l) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 30 de abr.

"#HoyMeSientoFlex ha fet molt de mal, hauria de ser #HoyMeQUIEROsentir Flex. Actitud!" @LluísSoldevila #ÉXITOseESCRIBEconA @profiteditorial

Abrir

Responder Retwittear Favorito Más

88. Finalidad del mensaje:

- ww) Información
- xx) Opinión/ Publicidad
- yy) Promoción de contenidos emitidos
- zz) Promoción de contenidos por emitir
- aaa) Respuesta a los usuarios
- bbb) Participación para los usuarios en la red social
- ccc) Participación para los usuarios en la radio
- ddd) Es un *retweet*.

89. ¿El tweet tiene mención?

- y) Si, a alguien del programa o la emisora
- z) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- aa) Si, ambas
- bb) No

90. ¿El tweet contiene enlaces?

- y) Si, a la página web de la emisora
- z) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- aa) Si a otros sitios web ajenos.
- bb) No

91. ¿El tweet incluye contenido multimedia?



- y) Si, imagen
- z) Si, vídeo
- aa) Si, ambas
- bb) No

92. ¿El *tweet* incluye *Hastags*?

- m) Si
- n) No

93. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- m) El autor está vinculado a Radio 4
- n) El autor no está vinculado a Radio 4

94. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- m) Si
- n) No

95. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- m) Si
- n) No

96. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- m) Si
- n) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 30 de abr.

"Quan te'n vagis a dormir tria una situació del dia, escriu quina sensació t'ha provocat i quines podria haver-te provocat" @LluísSoldevila

Abrir

Responder Retwittear Favorito Más



97. Finalidad del mensaje:

- eee) Información
- fff) Opinión/ Publicidad
- ggg) Promoción de contenidos emitidos
- hhh) Promoción de contenidos por emitir
- iii) Respuesta a los usuarios
- jjj) Participación para los usuarios en la red social
- kkk) Participación para los usuarios en la radio
- III) Es un *retweet*.

98. ¿El tweet tiene mención?

- cc) Si, a alguien del programa o la emisora
- dd) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ee) Si, ambas
- ff) No

99. ¿El tweet contiene enlaces?

- cc) Si, a la página web de la emisora
- dd) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ee) Si a otros sitios web ajenos.
- ff) No

100. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- cc) Si, imagen
- dd) Si, vídeo
- ee) Si, ambas
- ff) No

101. ¿El tweet incluye *Hastags*?



- o) Si
- p) No

102. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- o) El autor está vinculado a Radio 4
- p) El autor no está vinculado a Radio 4

103. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

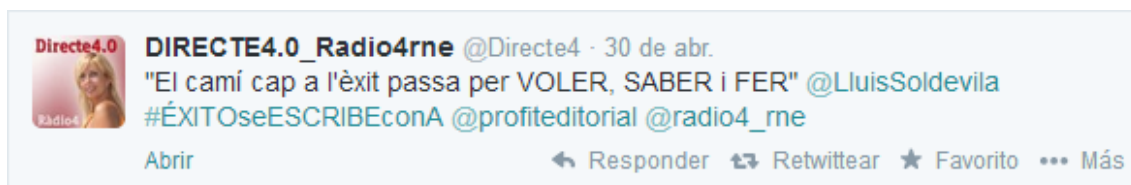
- o) Si
- p) No

104. ¿El tweet ha sido retweteado?

- o) Si
- p) No

105. ¿El tweet ha sido comentado?

- o) Si
- p) No



106. Finalidad del mensaje:

- mmm) Información
- nnn) Opinión/ Publicidad
- ooo) Promoción de contenidos emitidos
- ppp) Promoción de contenidos por emitir
- qqq) Respuesta a los usuarios
- rrr) Participación para los usuarios en la red social



sss) Participación para los usuarios en la radio
 ttt) Es un *retweet*.

107. ¿El tweet tiene mención?

- gg) Si, a alguien del programa o la emisora
- hh) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- ii) Si, ambas
- jj) No

108. ¿El tweet contiene enlaces?

- gg) Si, a la página web de la emisora
- hh) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- ii) Si a otros sitios web ajenos.
- jj) No

109. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- gg) Si, imagen
- hh) Si, vídeo
- ii) Si, ambas
- jj) No

110. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- q) Si
- r) No

111. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- q) El autor está vinculado a Radio 4
- r) El autor no está vinculado a Radio 4

112. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- q) Si
- r) No



113. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- q) Si
- r) No

114. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- q) Si
- r) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 30 de abr.

"Deixa el seient de copilot i agafa el control de la teva vida" @LluísSoldevila
#ÉXITOseESCRIBEconA @radio4_rne pic.twitter.com/DAQCqFrJ9p



 [Abrir](#)

 Responder  Retwitear  Favorito  Más

115. Finalidad del mensaje:

- uuu) Información
- vvv) Opinión/ Publicidad
- www) Promoción de contenidos emitidos
- xxx) Promoción de contenidos por emitir
- yyy) Respuesta a los usuarios



zzz) Participación para los usuarios en la red social
 aaaa) Participación para los usuarios en la radio
 bbbb) Es un *retweet*.

116. ¿El tweet tiene mención?

- kk) Si, a alguien del programa o la emisora
- ll) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- mm) Si, ambas
- nn) No

117. ¿El tweet contiene enlaces?

- kk) Si, a la página web de la emisora
- ll) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- mm) Si a otros sitios web ajenos.
- nn) No

118. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- kk) Si, imagen
- ll) Si, vídeo
- mm) Si, ambas
- nn) No

119. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- s) Si
- t) No

120. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- s) El autor está vinculado a Radio 4
- t) El autor no está vinculado a Radio 4

121. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- s) Si



t) No

122. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

s) Si

t) No

123. ¿El tweet ha sido *comentado*?

u) Si

v) No

VIERNES 2



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 2 de may.

Aquesta tarda al @Directe4 parlem amb @albaflorejachs i Jordi Díaz que ens presenten #losers la comèdia romàntica de @La_Villarroel

Abrir

Responder Retwittear Favorito Más

124. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.

125. ¿El tweet tiene mención?

- a) Si, a alguien del programa o la emisora



- b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- c) Si, ambas
- d) No

126. ¿El tweet contiene enlaces?

- a) Si, a la página web de la emisora
- b) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- c) Si a otros sitios web ajenos.
- d) No

127. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- a) Si, imagen
- b) Si, vídeo
- c) Si, ambas
- d) No

128. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- u) Si
- v) No

129. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- u) El autor está vinculado a Radio 4
- v) El autor no está vinculado a Radio 4

130. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- u) Si
- v) No

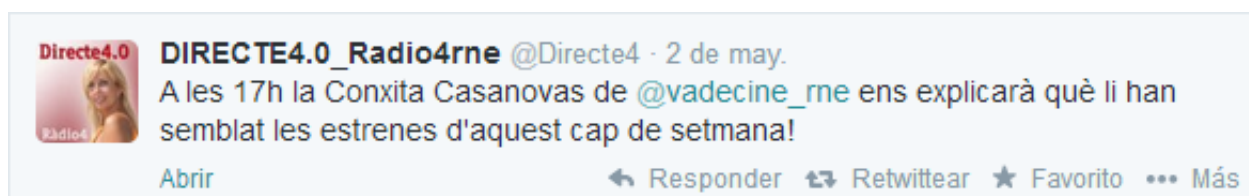
131. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- s) Si
- t) No



132. ¿El tweet ha sido comentado?

- w) Si
- x) No



133. Finalidad del mensaje:

- i) Información
- j) Opinión/ Publicidad
- k) Promoción de contenidos emitidos
- l) Promoción de contenidos por emitir
- m) Respuesta a los usuarios
- n) Participación para los usuarios en la red social
- o) Participación para los usuarios en la radio
- p) Es un *retweet*.

134. ¿El tweet tiene mención?

- e) Si, a alguien del programa o la emisora
- f) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- g) Si, ambas
- h) No

135. ¿El tweet contiene enlaces?

- e) Si, a la página web de la emisora
- f) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- g) Si a otros sitios web ajenos.
- h) No



136. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- e) Si, imagen
- f) Si, vídeo
- g) Si, ambas
- h) No

137. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- w) Si
- x) No

138. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- w) El autor está vinculado a Radio 4
- x) El autor no está vinculado a Radio 4

139. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- w) Si
- x) No

140. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- u) Si
- v) No

141. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- y) Si
- z) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 2 de may.

Al #Canvidexip de @Sokolowicz ens visita la cantautora de 15 anys que ha lluitat per fer realitat el seu somni! parlarem amb @victoriacanal

Abrir

Responder Retwittear Favorito Más

142. Finalidad del mensaje:

- q) Información
- r) Opinión/ Publicidad
- s) Promoción de contenidos emitidos
- t) Promoción de contenidos por emitir
- u) Respuesta a los usuarios
- v) Participación para los usuarios en la red social
- w) Participación para los usuarios en la radio
- x) Es un *retweet*.

143. ¿El tweet tiene mención?

- i) Si, a alguien del programa o la emisora
- j) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- k) Si, ambas
- l) No

144. ¿El tweet contiene enlaces?

- i) Si, a la página web de la emisora
- j) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- k) Si a otros sitios web ajenos.
- l) No

145. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- i) Si, imagen



- j) Si, vídeo
- k) Si, ambas
- l) No

146. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- y) Si
- z) No

147. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- y) El autor está vinculado a Radio 4
- z) El autor no está vinculado a Radio 4

148. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- y) Si
- z) No

149. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

- w) Si
- x) No

150. ¿El tweet ha sido *comentado*?

- aa) Si
- bb) No



151. Finalidad del mensaje:

- y) Información



- z) Opinión/ Publicidad
- aa) Promoción de contenidos emitidos
- bb) Promoción de contenidos por emitir
- cc) Respuesta a los usuarios
- dd) Participación para los usuarios en la red social
- ee) Participación para los usuarios en la radio
- ff) Es un *retweet*.

152. ¿El tweet tiene mención?

- m) Si, a alguien del programa o la emisora
- n) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- o) Si, ambas
- p) No

153. ¿El tweet contiene enlaces?

- m) Si, a la página web de la emisora
- n) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- o) Si a otros sitios web ajenos.
- p) No

154. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- m) Si, imagen
- n) Si, vídeo
- o) Si, ambas
- p) No

155. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- aa) Si
- bb) No

156. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- aa) El autor está vinculado a Radio 4
- bb) El autor no está vinculado a Radio 4



157. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- aa) Si
- bb) No

158. ¿El tweet ha sido retweteado?

- y) Si
- z) No

159. ¿El tweet ha sido comentado?

- cc) Si
- dd) No



160. Finalidad del mensaje:

- gg) Información
- hh) Opinión/ Publicidad
- ii) Promoción de contenidos emitidos
- jj) Promoción de contenidos por emitir
- kk) Respuesta a los usuarios
- ll) Participación para los usuarios en la red social
- mm) Participación para los usuarios en la radio
- nn) Es un *retweet*.

161. ¿El tweet tiene mención?

- q) Si, a alguien del programa o la emisora
- r) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora



- s) Si, ambas
- t) No

162. ¿El tweet contiene enlaces?

- q) Si, a la página web de la emisora
- r) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- s) Si a otros sitios web ajenos.
- t) No

163. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- q) Si, imagen
- r) Si, vídeo
- s) Si, ambas
- t) No

164. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- cc) Si
- dd) No

165. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- cc) El autor está vinculado a Radio 4
- dd) El autor no está vinculado a Radio 4

166. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- cc) Si
- dd) No

167. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- aa) Si
- bb) No

168. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?



- ee) Si
ff) No



169. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.

170. ¿El tweet tiene mención?

- a) Si, a alguien del programa o la emisora
- b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- c) Si, ambas
- d) No

171. ¿El tweet contiene enlaces?

- a) Si, a la página web de la emisora
- b) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- c) Si a otros sitios web ajenos.
- d) No

172. ¿El tweet incluye contenido multimedia?



- a) Si, imagen
- b) Si, vídeo
- c) Si, ambas
- d) No

173. ¿El *tweet* incluye *Hastags*?

- ee) Si
- ff) No

174. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- ee) El autor está vinculado a Radio 4
- ff) El autor no está vinculado a Radio 4

175. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- ee) Si
- ff) No

176. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- cc) Si
- dd) No

177. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- gg) Si
- hh) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 2 de may.

Alba Florejachs i Jordi Díaz ens parlen de #Losers que s'estrena a @La_Villarroel

Abrir

Responder Retwittear Favorito Más

178. Finalidad del mensaje:

- oo) Información
- pp) Opinión/ Publicidad
- qq) Promoción de contenidos emitidos
- rr) Promoción de contenidos por emitir
- ss) Respuesta a los usuarios
- tt) Participación para los usuarios en la red social
- uu) Participación para los usuarios en la radio
- vv) Es un *retweet*.

179. ¿El tweet tiene mención?

- u) Si, a alguien del programa o la emisora
- v) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- w) Si, ambas
- x) No

180. ¿El tweet contiene enlaces?

- u) Si, a la página web de la emisora
- v) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- w) Si a otros sitios web ajenos.
- x) No

181. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- u) Si, imagen
- v) Si, vídeo



w) Si, ambas

x) No

182. ¿El tweet incluye *Hastags*?

gg) Si

hh) No

183. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

gg) El autor está vinculado a Radio 4

hh) El autor no está vinculado a Radio 4

184. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

gg) Si

hh) No

185. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

ee) Si

ff) No

186. ¿El tweet ha sido *comentado*?

ii) Si

jj) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 2 de may.

Jordi Díaz: "Per fer [#Losers](#) m'he posat al dia amb les noves technologies. No tinc twitter, ni faceboo, ni res" @La_Villarroel @radio4_rne

Abrir

Responder Retwittear Favorito Más



187. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.

188. ¿El tweet tiene mención?

- a) Si, a alguien del programa o la emisora
- b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- c) Si, ambas
- d) No

189. ¿El tweet contiene enlaces?

- a) Si, a la página web de la emisora
- b) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- c) Si a otros sitios web ajenos.
- d) No

190. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- a) Si, imagen
- b) Si, vídeo
- c) Si, ambas
- d) No

191. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- ii) Si
- jj) No

192. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)



- ii) El autor está vinculado a Radio 4
- jj) El autor no está vinculado a Radio 4

193. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

- ii) Si
- jj) No

194. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- gg) Si
- hh) No

195. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- kk) Si
- ll) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 2 de may.

Alba Florejachs: "Com a #Losers tots hem passat per aquell moment que et preguntes com agradar a algú" Estrena a @La_Villarroel @radio4_me

[Abrir](#)

[Responder](#) [Retwittear](#) [Favorito](#) [Más](#)

196. Finalidad del mensaje:

- i) Información
- j) Opinión/ Publicidad
- k) Promoción de contenidos emitidos
- l) Promoción de contenidos por emitir
- m) Respuesta a los usuarios
- n) Participación para los usuarios en la red social
- o) Participación para los usuarios en la radio
- p) Es un *retweet*.



197. ¿El tweet tiene mención?

- e) Si, a alguien del programa o la emisora
- f) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- g) Si, ambas
- h) No

198. ¿El tweet contiene enlaces?

- e) Si, a la página web de la emisora
- f) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- g) Si a otros sitios web ajenos.
- h) No

199. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- e) Si, imagen
- f) Si, vídeo
- g) Si, ambas
- h) No

200. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- kk) Si
- ll) No

201. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- kk) El autor está vinculado a Radio 4
- ll) El autor no está vinculado a Radio 4

202. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- kk) Si
- ll) No

203. ¿El tweet ha sido *retweteado*?



- ii) Si
- jj) No

204. ¿El tweet ha sido comentado?

- mm) Si
- nn) No



205. Finalidad del mensaje:

- q) Información
- r) Opinión/ Publicidad
- s) Promoción de contenidos emitidos
- t) Promoción de contenidos por emitir
- u) Respuesta a los usuarios
- v) Participación para los usuarios en la red social
- w) Participación para los usuarios en la radio
- x) Es un *retweet*.

206. ¿El tweet tiene mención?

- i) Si, a alguien del programa o la emisora
- j) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- k) Si, ambas
- l) No

207. ¿El tweet contiene enlaces?

- i) Si, a la página web de la emisora
- j) Si a otros sitios web relacionados con el programa



k) Si a otros sitios web ajenos.

l) No

208. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

i) Si, imagen

j) Si, vídeo

k) Si, ambas

l) No

209. ¿El tweet incluye *Hastags*?

mm) Si

nn) No

210. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

mm) El autor está vinculado a Radio 4

nn) El autor no está vinculado a Radio 4

211. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

mm) Si

nn) No

212. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

kk) Si

ll) No

213. ¿El tweet ha sido *comentado*?

oo) Si

pp) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 2 de may.

Jordi Díaz: "Tot i la crisi, afortunadament en aquest país no hem perdut l'alt nivell creatiu" #Losers @La_Villarroel @radio4_rne

Abrir Responder Retwittear Favorito Más

DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 2 de may.

Alba Florejachs: "Tal i com estan les coses les companyies de teatre hem de col·laborar entre nosaltres" #Losers @La_Villarroel @radio4_rne

Abrir Responder Retwittear Favorito Más

DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 2 de may.

Alba Florejachs: "Com a actriu sé on comença i acaba el viatge, com a personatge només sé com comença" #Losers @La_Villarroel @radio4_rne

Abrir Responder Retwittear Favorito Más

214. Finalidad del mensaje:

- y) Información
- z) Opinión/ Publicidad
- aa) Promoción de contenidos emitidos
- bb) Promoción de contenidos por emitir
- cc) Respuesta a los usuarios
- dd) Participación para los usuarios en la red social
- ee) Participación para los usuarios en la radio
- ff) Es un *retweet*.

215. ¿El tweet tiene mención?

- m) Si, a alguien del programa o la emisora
- n) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- o) Si, ambas
- p) No

216. ¿El tweet contiene enlaces?

- m) Si, a la página web de la emisora



- n) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- o) Si a otros sitios web ajenos.
- p) No

217. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- m) Si, imagen
- n) Si, vídeo
- o) Si, ambas
- p) No

218. ¿El tweet incluye Hastags?

- oo) Si
- pp) No

219. Los retweets hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- oo) El autor está vinculado a Radio 4
- pp) El autor no está vinculado a Radio 4

220. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

- oo) Si
- pp) No

221. ¿El tweet ha sido retweteado?

- mm) Si
- nn) No

222. ¿El tweet ha sido comentado?

- qq) Si
- rr) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 2 de may.
Jordi Díaz: "A #Losers l'espectador és un tercer actor" Amb Alba Florejachs a @La_Villarroel fins el 29 de juny

[Abrir](#)

[Responder](#) [Retwittear](#) [Favorito](#) [Más](#)



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 2 de may.
#Losers de Marta Buchaca amb Alba Florejachs i Jordi Díaz a @La_Villarroel fins el 29 de juny

[Abrir](#)

[Responder](#) [Retwittear](#) [Favorito](#) [Más](#)

223. Finalidad del mensaje:

- gg) Información
- hh) Opinión/ Publicidad
- ii) Promoción de contenidos emitidos
- jj) Promoción de contenidos por emitir
- kk) Respuesta a los usuarios
- ll) Participación para los usuarios en la red social
- mm) Participación para los usuarios en la radio
- nn) Es un *retweet*.

224. ¿El tweet tiene mención?

- q) Si, a alguien del programa o la emisora
- r) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- s) Si, ambas
- t) No

225. ¿El tweet contiene enlaces?

- q) Si, a la página web de la emisora
- r) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- s) Si a otros sitios web ajenos.
- t) No



226. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- q) Si, imagen
- r) Si, vídeo
- s) Si, ambas
- t) No

227. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- qq) Si
- rr) No

228. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- qq) El autor está vinculado a Radio 4
- rr) El autor no está vinculado a Radio 4

229. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

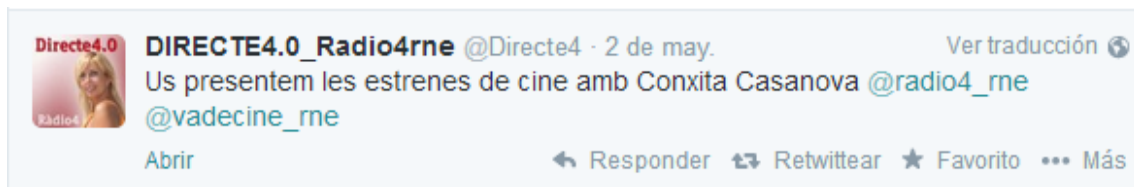
- qq) Si
- rr) No

230. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

- oo) Si
- pp) No

231. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

- ss) Si
- tt) No



232. Finalidad del mensaje:

- oo) Información
- pp) Opinión/ Publicidad
- qq) Promoción de contenidos emitidos
- rr) Promoción de contenidos por emitir
- ss) Respuesta a los usuarios
- tt) Participación para los usuarios en la red social
- uu) Participación para los usuarios en la radio
- vv) Es un *retweet*.

233. ¿El tweet tiene mención?

- u) Si, a alguien del programa o la emisora
- v) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- w) Si, ambas
- x) No

234. ¿El tweet contiene enlaces?

- u) Si, a la página web de la emisora
- v) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- w) Si a otros sitios web ajenos.
- x) No

235. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- u) Si, imagen
- v) Si, vídeo
- w) Si, ambas



x) No

236. ¿El *tweet* incluye *Hashtags*?

ss) Si

tt) No

237. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

ss) El autor está vinculado a Radio 4

tt) El autor no está vinculado a Radio 4

238. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

ss) Si

tt) No

239. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

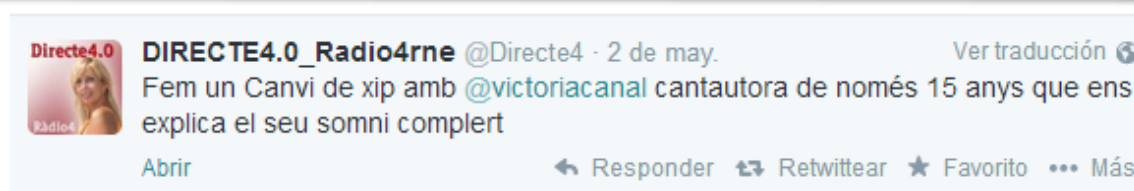
qq) Si

rr) No

240. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

uu) Si

vv) No



241. Finalidad del mensaje:

ww) Información

xx) Opinión/ Publicidad



- yy) Promoción de contenidos emitidos
- zz) Promoción de contenidos por emitir
- aaa) Respuesta a los usuarios
- bbb) Participación para los usuarios en la red social
- ccc) Participación para los usuarios en la radio
- ddd) Es un *retweet*.

242. ¿El tweet tiene mención?

- y) Si, a alguien del programa o la emisora
- z) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- aa) Si, ambas
- bb) No

243. ¿El tweet contiene enlaces?

- y) Si, a la página web de la emisora
- z) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- aa) Si a otros sitios web ajenos.
- bb) No

244. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- y) Si, imagen
- z) Si, vídeo
- aa) Si, ambas
- bb) No

245. ¿El tweet incluye *Hastags*?

- uu) Si
- vv) No

246. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)

- uu) El autor está vinculado a Radio 4
- vv) El autor no está vinculado a Radio 4



247. ¿El tweet ha sido marcado como favorito?

uu) Si

vv) No

248. ¿El tweet ha sido *retweteado*?

ss) Si

tt) No

249. ¿El tweet ha sido *comentado*?

ww) Si

xx) No



DIRECTE4.0_Radio4rne @Directe4 · 2 de may.

Tertúlia esportiva amb @EdgarFornos @kantinu @xlemus @natarroyo @Sokolowicz i @davidsera11 pic.twitter.com/OPmoEXJFNX



 [Abrir](#)

 Responder  Retwitear  Favorito  Más



250. Finalidad del mensaje:

- a) Información
- b) Opinión/ Publicidad
- c) Promoción de contenidos emitidos
- d) Promoción de contenidos por emitir
- e) Respuesta a los usuarios
- f) Participación para los usuarios en la red social
- g) Participación para los usuarios en la radio
- h) Es un *retweet*.

251. ¿El tweet tiene mención?

- a) Si, a alguien del programa o la emisora
- b) Si, a alguien ajeno al programa o la emisora
- c) Si, ambas
- d) No

252. ¿El tweet contiene enlaces?

- a) Si, a la página web de la emisora
- b) Si a otros sitios web relacionados con el programa
- c) Si a otros sitios web ajenos.
- d) No

253. ¿El tweet incluye contenido multimedia?

- a) Si, imagen
- b) Si, vídeo
- c) Si, ambas
- d) No

254. ¿El tweet incluye *Hashtags*?

- a) Si
- b) No

255. Los *retweets* hechos: (Si la respuesta 1 es h)



ww) El autor está vinculado a Radio 4

xx) El autor no está vinculado a Radio 4

256. ¿El *tweet* ha sido marcado como favorito?

ww) Si

xx) No

257. ¿El *tweet* ha sido *retweteado*?

uu) Si

vv) No

258. ¿El *tweet* ha sido *comentado*?

yy) Si

zz) No