

Treball de Fi de Grau

Títol

L'ús de les xarxes socials als telenotícies
de prime – time: TVE1, TV3, Antena 3 i
Tele 5

Autoria

Marta Piera Montaner

Professorat tutor

Matilde Delgado Reina

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	X
Publicitat i Relacions Públiques	

Tipus de TFG

Projecte	
Recerca	X

Data

29/05/2021

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	L'ús de les xarxes socials als telenotícies de prime – time: TVE1, TV3, Antena 3 i Tele5		
Castellà:	El uso de las redes sociales en los telediarios de prime – time: TVE1, TV3, Antena 3 y Tele 5		
Anglès:	The uses of social media on the prime – time TV newscasts: TVE1, TV3, Antena 3 and Tele 5		
Autoria:	Marta Piera Montaner		
Professorat tutor:	Matilde Delgado Reina		
Curs:	2020/21	Grau:	Comunicació Audiovisual
			Periodisme X
			Publicitat i Relacions Públiques

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Xarxes socials, telenotícies, contingut de xarxes, Twitter, Facebook, Instagram
Castellà:	Redes sociales, contenido de redes, Twitter, Facebook, Instagram
Anglès:	Social media, TV newscast, social media content, Twitter, Facebook, Instagram

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

Català:	Anàlisi del grau d'incidència que té el contingut de les xarxes socials dintre dels telenotícies d'edició vespre de quatre canals de televisió generalistes a Catalunya: TVE1, TV3, Antena 3 i Tele 5. Aquest estudi pretén detectar el grau d'incidència que té el contingut provinent de Twitter, Facebook i Instagram, els usos que fan els periodistes del contingut de xarxes a l'hora de formar l'escaleta dels telenotícies i
----------------	--

	analitzar el tipus de contingut que s'utilitza.
Castellà:	Análisis del grado de incidencia que tiene el contenido generado en las redes sociales dentro de los telediarios de la edición noche de cuatro canales de televisión generalistas de Cataluña: TVE1, TV3, Antena 3 y Tele 5. Este estudio pretende detectar el grado de incidencia que tiene el contenido proveniente de Twitter, Facebook e Instagram, los usos que hacen los periodistas del contenido de redes a la hora de formar la escaleta de los telediarios y analizar el tipo de contenido que se utiliza.
Anglès:	Analysis of the incidence that the content of the social media has on four of the generalist TV newscasts in Catalonia: TVE1, TV3, Antena 3 and Tele 5. This study pretends to show the level of incidence that has the Twitter, Facebook and Instagram content, the uses of this content by the TV journalists and analyze the content that is used.

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	7
2. MARC TEÒRIC	9
2.1. <i>L'estat de la qüestió</i>	9
2.2. <i>Aparició d'internet: canvis en la manera de fer periodisme</i>	10
2.3. <i>El cas del periodisme ciutadà</i>	12
2.4. <i>Els canvis de la televisió amb l'aparició d'internet</i>	16
2.5. <i>Xarxes socials com a font periodística</i>	17
2.6. <i>Manuals d'ús de les xarxes socials: el futur dels mitjans de comunicació</i>	22
3. FORMULACIÓ D'OBJECTIUS, PREGUNTES DE RECERCA I HIPÒTESIS.....	25
4. METODOLOGIA.....	27
4.1. <i>Mostra</i>	28
4.2. <i>La unitat d'anàlisi.....</i>	30
4.3. <i>Limitacions.....</i>	31
4.4. <i>Descripció de les categories</i>	34
5. RESULTATS.....	42
5.1. <i>Els telenotícies de les emissores públiques més familiaritzats amb el contingut de xarxes</i>	42
5.2. <i>Diferències entre els telenotícies d'entre setmana i els dels caps de setmana</i>	48

5.3. Predomini del contingut de xarxes a les notícies per davant de les cròniques i els reportatges	50
5.4. La proximitat: un factor determinant	51
5.5. El cas de la informació meteorològica	54
5.6. Abundància del contingut de xarxes que s'utilitza com a notícia en si	56
5.7. El contingut que és generat a les xarxes per un polític, el més utilitzat	57
5.8. El vídeo: el recurs més utilitzat per a emetre contingut de xarxes	61
6. CONCLUSIONS	67
7. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES	79
8. ANNEXOS	88

ÍNDIX DE TAULES

Taula 1 Descripció de la mostra.....	30
Taula 2 Descripció de les variables utilitzades	32
Taula 3 Identificació del contingut de xarxes segons la seva procedència geogràfica	35
Taula 4 Criteris utilitzats per a identificar el gènere de la peça	35
Taula 5 Descripció de les variables que hem fet servir per a identificar la funció del contingut de xarxes	37
Taula 6 Descripció dels criteris escollits per a identificar el tipus de font	39
Taula 7 La morfologia del contingut de xarxa	40
Taula 8 Duració de cada telenotícies	45
Taula 9 Temps dedicat a cada secció del telenotícies	45

ÍNDIX DE FIGURES

Figura 1	Tipus de canal de televisió	43
Figura 2	Titularitat del canal de televisió	44
Figura 3	Data d'emissió dels telenotícies	50
Figura 4	Gènere de la peça	51
Figura 5	Procedència geogràfica.....	52
Figura 6	Procedència geogràfica – Espanya	53
Figura 7	Secció a la qual pertanyen les peces informatives on hem trobat contingut de xarxes .	55
Figura 8	Funció del contingut de xarxes.....	56
Figura 9	Funció del contingut de xarxes que no apareix ni als esports ni a la informació meteorològica.....	57
Figura 10	La xarxa com a font.....	58
Figura 11	Exemple de contingut de xarxa que s'utilitza com a font	59
Figura 12	L'autoria del contingut de xarxes si no s'utilitza com a font	60
Figura 13	Exemple de contingut de xarxes que no s'utilitza com a font.....	61
Figura 14	Morfologia del contingut de xarxes.....	62
Figura 15	Exemple de contingut adaptat a TVE1	63
Figura 16	Exemple de contingut adaptat a TV3	64
Figura 17	Exemple de contingut adaptat a Antena3	65
Figura 18	Identificació de la xarxa	67

1. INTRODUCCIÓ

Els mitjans de comunicació han protagonitzat un canvi en les rutines periodístiques amb l'aparició d'internet. És per això que el món del periodisme ha fet un gir de cent vuitanta graus i s'ha hagut d'adaptar a una nova era: la digital. És a dir, a una nova manera de crear i compartir informació on prima la interactivitat i el continu flux d'informació. Mots com “web”, “blog”, “aplicació” o “xarxes socials” han passat a formar part del vocabulari diari de la societat d'aquesta nova era de la informació, que, per a autors com Manuel Castells (2009) és l'origen d'un canvi d'era històrica. Segons Castells, la revolució tecnològica i la globalització han transformat la relació entre economia, estat i societat causant aquesta nova era de la informació (Castells, 2009).

Una era que es caracteritza pel continu flux d'informació que es genera a la xarxa, provinent de qualsevol lloc del món amb accés a internet a qualsevol hora. Aquest continu flux d'informació ha provocat canvis dintre del món del periodisme informatiu generant una necessitat d'alerta constant, ara també a les xarxes, que ha facilitat l'ampliació de les fonts. Parlem de més accessibilitat per als mitjans de comunicació i per als periodistes a l'hora de recollir la informació necessària per a realitzar una notícia, i de la capacitat d'ampliar l'espectre mediàtic amb la possibilitat d'augmentar l'audiència gràcies a internet. Aquesta nova era digital és per als periodistes i els mitjans de comunicació una doble oportunitat. Per una banda, parlem de més accés a la informació, i, per altra, de més oportunitats de créixer arribant a més individus.

Tenint en compte la importància més que evident d'internet en l'actualitat i els canvis que ha provocat dintre del món del periodisme, creiem que és molt important seguir indagant i estudiant els seus possibles efectes per tal de poder aclarir dubtes que li puguin sorgir a qualsevol professional de la informació perquè aquest món de les xarxes encara està en construcció i avança vertiginosament. Tot i que podem trobar articles acadèmics relacionats amb el nostre objecte d'estudi com podrien ser articles sobre l'impacte d'internet en el món del periodisme, o sobre el canvi de les rutines periodístiques amb internet, encara són pocs els estudis dedicats expressament a la relació que existeix entre les xarxes socials i la televisió, concretament entre la relació dels continguts generats a les xarxes socials i la seva publicació als telenotícies. De fet, sí que hem trobat propostes metodològiques per a analitzar telenotícies, però no una anàlisi exhaustiva de la relació que existeix entre les xarxes socials i els telenotícies.

La nostra recerca, per tant, té com a objectiu poder aclarir si existeix algun tipus de relació entre les xarxes socials i els telenotícies, és a dir, si és freqüent o no visualitzar als telenotícies continguts generats a les xarxes socials i, si és així, poder descriure el tipus de contingut i la forma en què apareix a la pantalla a través d'un exercici d'observació. Per a dur a terme aquesta recerca, el que hem fet ha sigut observar i analitzar durant una setmana escollida a l'atzar (de dilluns a diumenge) quatre telenotícies que s'emeten cada vespre en horari de màxima audiència a Catalunya. Parlem de dues emissores públiques (TVE i TV3) i dues privades (Tele 5 i Antena 3). Hem volgut observar si utilitzen contingut generat a les xarxes socials per a emetre'l als seus telenotícies i en el cas de ser així, hem volgut analitzar les característiques d'aquest contingut.

2. MARC TEÒRIC

2.1. L'estat de la qüestió

Com hem dit a la Introducció, són pocs els estudis que se centren en observar la relació que hi ha entre el contingut generat a les xarxes socials i els telenotícies. Sí que trobem articles acadèmics, estudis i propostes sobre el canvi que ha ocasionat l'aparició d'internet dintre del món del periodisme i els nous reptes per a la professió en haver d'adaptar-se a una nova era. Trobem, per tant, propostes metodològiques per a saber utilitzar internet i les xarxes socials com a fonts, o estudis analitzant la transició dels mitjans d'analògic a digital.

Precisament, aquest TFG es planteja quin és l'ús que es fa de les xarxes socials com a element informatiu basant-nos en l'observació dels telenotícies de quatre emissores de televisió diferents. L'objectiu general és analitzar els usos que es fan a la informació televisiva de les xarxes socials. Per això, s'ha portat a terme l'anàlisi de contingut dels informatius emesos en horari de màxima audiència dels principals canals generalistes a Catalunya.

En primer lloc, repassem els principals antecedents sobre el nostre objecte d'estudi, és a dir, els estudis destacats relacionats amb el periodisme i internet, centrant-nos en els canvis que s'han produït dintre del món del periodisme després de l'aparició d'internet. Sempre, intentant posar el focus en les xarxes socials i en la televisió.

En segon lloc, descrivim la metodologia que hem dut a terme per tal de poder fer l'anàlisi dels telenotícies, seguit de les anàlisis i les gràfiques que hem obtingut després de mesurar les nostres variables.

I, en tercer lloc, mostrem els resultats i les conclusions extretes de l'estudi.

2.2. Aparició d'internet: canvis en la manera de fer periodisme

L'arribada d'internet ha obligat als mitjans de comunicació i als periodistes a renovar-se i a adaptar-se a aquesta nova situació multimèdia. Els diaris han anat progressivament creant les seves versions en digital transformant així la seva rutina productiva en haver d'estar actualitzant contínuament la informació publicada a la seva pàgina web. I les rutines productives de les redaccions han protagonitzat un canvi en la manera d'informar, de crear contingut i de publicar-lo. Són diverses les opcions que fins ara s'han pogut veure arran de l'arribada d'internet, com les que proposen els autors Salaverría i Negrodo (2008) centrant-se en les diferents transformacions que han patit les redaccions en els últims anys. Aquestes s'han transformat donant pas a una redacció integrada i a una nova manera de crear contingut. Segons aquests autors, podem observar diversos tipus de convergència entre redaccions, com la convergència a dos (paper + en línia), que troba com a principal canvi el pas d'un tancament diari a un tancament continu en fusionar les dues redaccions (Salaverría i Negrodo, 2008). O la convergència a tres (paper, en línia i televisió), que es manifesta generalment amb els vídeos provinents de la televisió que es publiquen també a la plataforma web; la recollida d'informació, de contactes o experts per part de la televisió provinent del mitjà imprès; o la utilització d'internet per a interactuar amb l'audiència i obtenir contingut generat pels usuaris (Salaverría i Negrodo, 2008).

I, per últim, la convergència a quatre (paper, en línia, televisió i ràdio), que segons els autors és el model més complex, ja que implica la multitasca del periodista, una característica poc probable de dur a terme. És per això que la integració a quatre sol desenvolupar-se a través de parelles de mitjans, paper i web per una banda, i ràdio i televisió per l'altra (Salaverría i Negrodo, 2008).

També podem parlar dels nous mitjans que han aparegut i que tenen la seva naturalesa a internet. Parlem d'aquells portals digitals que, aprofitant els beneficis que ofereix la xarxa, han pogut realitzar-se i fer-se un lloc dintre de la indústria periodística. I entre els beneficis que ofereix la xarxa, trobem l'anomenada "ecologia comunicacional" formulada per Denis De Moraes (2004). Una ecologia que es dona després de compartir tots els usuaris un hipertext format per connexions generalitzades que s'organitza i es retroalimenta contínuament. El resultat, segons l'autor, és un espai on coexisteixen els mitjans convencionals amb internet (De Moraes, 2004).

Aquests nous mitjans poden subsistir, per tant, gràcies a les facilitats que atorga internet, ja que, no és necessària una inversió econòmica, sinó que, amb coneixements previs sobre com utilitzar la xarxa és possible crear una plataforma on poder redactar i compartir informació a qualsevol hora. A més a més, arriba a qualsevol lloc del món amb senyal a internet, un factor molt positiu que fa que els mitjans petits que en paper no abastin un gran públic puguin arribar a qualsevol banda del món a través de la xarxa.

A l'aparició d'internet li segueix el naixement de les xarxes socials que, també han suposat una revolució dintre del món del periodisme.

Les xarxes socials provoquen la transformació de l'entorn laboral i de les funcions dels periodistes. Segons Eva Curiel (2013) entre les xarxes socials que més utilitzem els periodistes es troba Twitter i Facebook. De fet, Twitter és la plataforma més popular entre els professionals de la informació (Curiel, 2013). Els periodistes utilitzen les xarxes socials per a dur a terme la tasca periodística, i les utilitzen principalment per a difondre informació, per a conèixer l'opinió dels usuaris, contactar amb fonts o per a detectar nous temes d'actualitat (Curiel, 2013).

2.3. El cas del periodisme ciutadà

Segons escriu Eduardo Fernández – Armendáriz al seu article sobre les xarxes socials i el periodisme ciutadà (2013), la principal virtut del ciberperiodisme és la interactivitat, perquè l'usuari passa de ser un lector passiu a participar, opinar i valorar la informació donada pel mitjà. És en aquest moment on entra en joc la figura del periodista ciutadà. Un individu que es converteix de manera espontània en periodista en estar just en el lloc dels fets, o per ser el més ràpid en arribar al lloc de la notícia. Aquest individu comença a convertir-se en una espècie de periodista en el moment en què retransmet o comparteix a les xarxes socials la informació recavada, o, inclús arriba a enviar aquesta informació directament a un mitjà de comunicació. De fet, trobem casos on el ciutadà s'ha convertit temporalment en una espècie de periodista en el moment en què informa sobre algun fet ocorregut i envia la informació a un mitjà o ho transmet a través de les xarxes socials. Aquest individu es converteix en una espècie de periodista perquè es troba en aquell moment en el lloc dels fets i pot informar sobre el que està passant i aportar informació gràfica, just quan els periodistes encara no han tingut temps d'arribar. Segons l'autor, el lector es converteix en investigador aficionat (Fernández – Armendáriz, 2013).

Seguint els criteris d'aquest estudi, el futur del periodisme passa per combinar interactivitat i exigència. Segons l'autor, el periodista també adopta el rol d'educador. Tenint en compte que qualsevol individu amb un perfil a les xarxes socials pot esdevenir periodista temporal, la diferència entre el periodista ciutadà i el periodista professional radica en aquesta capacitat d'interpretar la realitat que el diferencia i el fa adquirir més prestigi (Fernández – Armendáriz, 2013).

Segons dues investigadores de la Universitat Autònoma de Barcelona, Amparo Moreno Sardà i Nuria Simelio Solà (2008), els periodistes professionals poden adoptar una sèrie de dinàmiques per a poder marcar la diferència dintre del món digital. Parlen de desenvolupar innovacions en la recollida d'informació, en el contrast de fonts i en l'elaboració i difusió de la informació periodística (Sardà i Solà, 2008).

De fet, no ens hem d'oblidar de la figura dels “influencers” o generadors de contingut. Aquells usuaris de les xarxes socials que compten amb un nombre elevat de seguidors als qui recomanen tot tipus de productes, ja sigui sobre l'estil de vida, roba, nutrició, etc. Cada vegada trobem més present a les xarxes socials la figura de l’“influencer” i, cada vegada més, aquesta figura es converteix en un “influenciador” d'allò que diu o defensa. És per això que estudis sobre les futures tendències dels consumidors inclouen als “influencers” com usuaris a tenir en compte en tenir una capacitat elevada d'influència amb altres usuaris. Segons l'empresa WGSN, de cara al 2021 – 2022, es consolidaran encara més els “genuinfluencers”, que WGSN defineix com: un perfil que serà contractat per a difondre la veritat als seus seguidors dintre d'un ambient ple de desinformació

(Blanco, 2021). De fet, trobem casos singulars, com el de l'executiu de Finlàndia que, durant l'inici de la pandèmia i el primer confinament mundial, va designar 1.500 "influencers" com a treballadors essencials amb la condició de compartir totes aquelles recomanacions sanitàries que provenien de les fonts oficials (Blanco, 2021). També va passar amb l'Organització Mundial de la Salut i el seu popular Knox Frost, un humanoide generat per ordinador que comunicava les actualitzacions per a frenar la propagació del virus, a la vegada que resolía dubtes sobre el que es podia fer i el que no, i ajudava a aquelles persones que se sentien soles oferint consells per a passar d'una manera més amena el confinament (Blanco, 2021).

Davant d'aquest nou món on qualsevol persona es pot convertir en periodista per un dia, on una persona pot "influenciar" a milers d'usuaris i on es creen humanoides per a poder transmetre la informació oficial, els periodistes han de marcar la diferència demostrant rigor i professionalitat en les seves informacions.

Centrant-nos en el nostre objecte d'estudi, el tractament de les xarxes socials com a element informatiu als telenotícies, i després de posar de manifest la influència creixent de les xarxes socials en la societat, no ens queda una altra que adaptar-nos i intentar aprofitar el màxim possible els avantatges que ens ofereixen internet i les xarxes socials.

Segons l'autor Alejandro Rost (2011), existeixen quatre etapes del periodisme participatiu que duen a terme els mitjans de comunicació, afavorint la participació activa dels lectors i dels usuaris. La primera etapa, equivaldria a les cartes dels lectors que sempre han ofert els diaris en paper. La segona etapa, seria definida per la consolidació dels fòrums i les enquestes que creen els mitjans; la tercera etapa apareix l'any 2006 amb la creació dels blogs o dels comentaris que es poden publicar al final de cada notícia indicada per una caixa de text. I la quarta i última etapa

correspondria a la iniciada l'any 2009 i que té com a principal protagonista les xarxes socials. A partir d'aquest moment, els mitjans de comunicació comencen a incloure les xarxes socials no sols com un mecanisme més per a difondre la informació que generen, sinó per a obtenir contingut noticiari publicat en aquestes plataformes (Rost, 2011).

Tot i que la web que més usuaris recull és Facebook, amb 2.740 milions a inicis de l'any 2021 segons la plataforma Hootsuite (Galeano, 2021), l'autor destaca Twitter com la xarxa social més utilitzada pels periodistes en ser una plataforma que produeix contingut que ell anomena "socialment més rellevant" (Rost, 2011). Parla de moments històrics clau de la nostra era on Twitter ha obtingut un paper fonamental en la difusió de la informació. Com el tweet d'un ciutadà estatunidenc amb una foto de l'avió que va caure al riu Hudson l'any 2009 que va arribar a ser primera plana en molts diaris dels Estats Units. L'assassinat de Bin Laden que va ser confirmat per Twitter després que el cap de gabinet del Departament de Defensa del Govern de George W. Bush, Keith Urban, publicqués un tweet confirmant la seva mort. O el Tsunami del Japó de l'any 2011 que va enregistrar 5.530 tweets per segon (Rost, 2011).

Tenint en compte aquestes dades, és més que evident que les xarxes socials (i, sobretot, Facebook i Twitter) s'han convertit en actors fonamentals en aquelles notícies "socialment rellevants". La capacitat de poder generar tweets des de diferents punts del món, al mateix temps i el fet que molts usuaris amb compte a Twitter puguin arribar a ser testimoni clau de qualsevol fet rellevant i, per tant, ho puguin narrar a temps real a través d'aquesta plataforma, obliga els periodistes a estar pendents contínuament de les xarxes socials.

2.4. Els canvis de la televisió amb l'aparició d'internet

En aquest TFG ens hem centrat en la informació televisiva donant la rellevància en temes d'audiència i del mitjà. Segons demostra l'últim informe de l'Estudi General de Mitjans (2021), la televisió és el mitjà més consumit amb un 84,2%. I, tot i que el segueix internet amb un 82,8%, la televisió segueix essent el mitjà més vist per excel·lència (AIMC - EGM, 2021).

Tot i això, internet ha arribat per a quedar-se, ja que, segons l'últim informe del Consell Audiovisual de Catalunya (2021) és el mitjà més consumit amb un 86% seguit de la televisió amb un 83,5% (CAC, 2021). I, tot i que la penetració d'internet se situa per davant de la televisió a Catalunya, parlem d'una diferència abismal d'aquests dos mitjans audiovisuals enfront de la ràdio (amb una penetració del 53,4%) i el cinema (amb un 1,1%) (CAC, 2021). Tot apunta que en poc temps internet desbancarà a la televisió de manera permanent, encara que la situació provocada per la crisi de la covid – 19 va fer que la televisió s'erigeixi en la primera opció per a informar-se. Així ho fa evident l'informe especial del coronavirus del CAC (2020), on posa de manifest l'augment del consum televisiu a Catalunya i l'augment de l'audiència mitjana dels telenotícies (CAC, 2020).

Segons Nereida López i Alicia Tapia (2007) els efectes dels avenços tecnològics a la televisió són positius: una televisió millorada, de més qualitat, que utilitza la tecnologia digital i que fabrica continguts sense cap límit. Les autores asseguren que la primera àrea a protagonitzar el gran canvi és la dels informatius televisius. De fet, els canvis que porta la revolució tecnològica provoquen l'ampliació de les funcions dels professionals audiovisuals, que ara han de fer de periodista, de productor, de realitzador i de documentalista. També apareix la figura del gestor de continguts,

que té com a objectiu controlar, supervisar i informar sobre els continguts que entren en el servidor de vídeo. Apareixen, tal com hem nomenat a la Introducció, noves figures periodístiques: el buscador digital o de continguts, que combina organització i comunicació dels continguts audiovisuals; el “mèdia manager”, que treballa conjuntament amb el “System manager”; o el cap de mitjans, que s’encarrega de gestionar a la redacció el correcte flux d’elaboració de notícies (López i Tapia, 2007).

A TVE1, per exemple, la digitalització de la redacció dels informatius televisius no sols ha portat noves figures periodístiques, sinó que també ha possibilitat un emmagatzematge compartit i un augment de la disponibilitat de les imatges, que ara passa a ser simultània per a tots els professionals, i permet catalogar-les de manera instantània (Muñoz, Meana i Sáez, 2014).

2.5. Xarxes socials com a font periodística

Centrant-nos en la televisió i les xarxes socials, trobem un estudi que posa de manifest la importància de les xarxes socials a l’hora d’informar sobre un fet. És el cas del realitzat per Dale Blasingame (2018), sobre la rellevància de Twitter als telenotícies. Dels dies analitzats, Blasingame destaca un on Twitter és la plataforma més utilitzada per a informar d’un succés d’última hora. Es tracta d’un triple assassinat a la ciutat nord - americana de Sant Antonio que és narrat pràcticament en directe a Twitter. De fet, és a través d’aquesta plataforma com els periodistes es fan ressò de la notícia i arriben a informar el telenotícies inclús abans que el departament policial de la ciutat ho reporti. Els telenotícies arriben abans que la policia gràcies a

un individu que es va trobar amb el lloc dels fets abans que la policia i que va tuitar i compartir les primeres imatges de l'escena on s'havia comès el crim. Amb aquest estudi, l'autor demostra la importància de Twitter com un mitjà més per a informar-se i com a font periodística en cas de notícia d'última hora (Blasingame, 2018).

Tot i que en el cas del triple homicidi produït a San Antonio Twitter va jugar un paper molt important a l'hora de retransmetre l'última hora, segons l'estudi, també s'ha de tenir en compte que no és una pràctica habitual, ja que dels deu dies que es van analitzar, sols el 14% dels tweets publicats pels periodistes eren d'última hora. Blasingame arriba a la conclusió de què Twitter és una plataforma amb molt potencial per a la informació d'última hora i per als periodistes que està canviant el procés que duen a terme aquests a l'hora de publicar una informació (Blasingame, 2018).

Per a poder marcar la diferència i aprofitar els avantatges que ens ofereixen les xarxes socials, tal com hem dit abans, els periodistes han de saber quin contingut generat a les xarxes socials poden utilitzar i quin no posant en marxa mecanismes que els ajudin a comprovar les informacions i a detectar aquelles que puguin ser falses. Amb l'estudi de Dale Blasingame (2018), hem pogut comprovar que Twitter pot ser una eina periodística molt útil en successos d'última hora.

L'any 2012 el 55% dels periodistes utilitzava Twitter i Facebook per a buscar noves històries que poguessin ser notícia, segons un estudi que va realitzar Oriella PR Network (2012) i que han recollit els autors David Varona i Gema Sánchez al seu estudi (2016). Les històries escollides, però, provenien de fonts ja conegudes, per tant, ja en 2012 es posava de manifest la prudència a

l'hora de recollir informació provinent de les xarxes socials per part dels periodistes (Varona i Sánchez, 2016).

De fet, segons afirmen els autors Moon i Hadley (2014), els periodistes utilitzen les xarxes socials per a obtenir notícies, però sense deixar de banda les rutines tradicionals. Per tant, seguint el que afirmen aquests autors, les xarxes socials s'afegeixen com una font més on poder buscar i contrastar informació, però no substitueixen altres mecanismes amb la mateixa finalitat.

A Espanya, per exemple, Twitter encara no és la principal plataforma que utilitzen els periodistes per a informar-se. Els autors Álvarez, Andújar, Curiel i Serrano (2012) asseguren que encara falta camí per recórrer perquè Twitter esdevingui “matèria prima que revigoritzi el seu treball reporteril” (Álvarez *et al.*, 2012).

Els resultats de l'estudi que han dut a terme Varona i Sánchez (2016) mostren que els professionals consideren que el contingut generat a les xarxes socials s'ha d'agafar amb molta precaució, a la vegada que s'ha de contrastar sempre i si pot ser amb fonts oficials, millor (Varona i Sánchez, 2016). Els periodistes enquestats consideren que s'han d'aplicar tècniques professionals per a poder utilitzar el contingut de les xarxes com una font més. I entre les tècniques trobem el contrast amb altres fonts, tal com hem descrit abans (Varona i Sánchez, 2016).

En resum, els professionals presents en aquest grup de discussió coincideixen en el fet que s'ha d'aplicar el sentit comú i els coneixements que s'han adquirit com a periodistes a l'hora de decidir incloure una informació generada a les xarxes socials com a font verídica per a un fet noticiari.

Però coincideixen que existeix un problema clar a les xarxes socials: la falta d'atribució de la font. És per això que és molt necessari aplicar el que ells diuen “filtre” a la informació de les xarxes,

tasca que no és tan fàcil tenint en compte el ritme de treball dels mitjans de comunicació d'avui en dia, que és frenètic, junt amb la falta de recursos (Varona i Sánchez, 2016).

Aquests criteris són els aplicables a qualsevol informació provinent de les xarxes socials, però si és una informació compartida per fonts oficials, no és necessària, segons asseguren Varona i Sánchez (2016). Tot i que també afegeixen que s'ha d'anar amb precaució amb les fonts oficials, perquè és necessari demostrar que aquesta font és "oficial", és a dir, que es compta amb una "experiència prèvia" tal com afirmen, per a poder considerar-la font fiable. La solució d'aquests professionals: estar en un constant estat d'alerta sobre tota la informació provinent de les xarxes socials (Varona i Sánchez, 2016).

Entre els problemes que detecten els participants en aquest grup de discussió, trobem la falta de formació, la rapidesa i la precarietat amb què treballen en l'actualitat les redaccions.

En conclusió, els periodistes participants en aquest estudi no consideren recomanable l'ús de les xarxes socials com a fonts d'informació periodística, exceptuant els casos on hi hagi una feina prèvia de contrastació i validesa de fonts. Consideren molt complicat verificar la informació que és present a les xarxes socials i és per això que sols l'experiència i la formació farà possible poder comprovar la informació. Els periodistes hauran d'actualitzar-se i familiaritzar-se amb les noves tecnologies per a poder fer front a les possibles notícies falses que es puguin difondre a les xarxes socials i detectar-les (Varona i Sánchez, 2016).

Segons Myriam Redondo (2007) internet és una eina molt pràctica per als periodistes, ja que permet dur a terme de manera virtual el contacte amb les fonts, les rodes de premsa o la difusió de comunicats. De fet, segons l'anàlisi de contingut fet per l'autora, quan la font principal d'una

notícia és una gran institució, existeix una probabilitat alta (54,96%) de què aquesta notícia tingui el seu origen a internet (Redondo, 2007).

Per tant, internet proporciona dades suficients per a poder considerar la xarxa com una font més. Tot i que, també hem d'assenyalar el punt negatiu que, segons l'autora és principalment la poca claredat de l'autoria de les informacions, perquè moltes vegades poden ser falses i simples rumors (Redondo, 2007).

El 78,6% dels periodistes, segons l'autora, utilitzen el correu electrònic per a contactar amb fonts, i el 57% ha reduït la seva presència als actes públics que ara es retransmeten de manera virtual (Redondo, 2007).

Hem de tenir en compte que el món de les xarxes socials canvia constantment, i, per tant, els periodistes han d'estar contínuament actualitzats per tal de poder estar al dia de tot el que passa a les xarxes. Parlem de tenir coneixement sobre les últimes tendències, o de les actualitzacions que puguin ocasionar un canvi en una xarxa social en concret, com podria ser, per exemple, l'aparició de l'eina "fleet" a Twitter, el que vindria sent una història d'Instagram, però adaptada a Twitter. Això implica dedicar-li un temps específic a les xarxes socials i, per tant, posa de manifest la rellevància que tenen aquestes dintre del món del periodisme. Parlem de la necessitat que tenen els mitjans d'estar presents a les xarxes socials, tant per a poder compartir els seus continguts i així ampliar la seva audiència, com per a recollir informació generada o publicada a les xarxes socials amb molta valia informativa. Les xarxes socials s'han convertit en una eina molt útil que pot arribar a facilitar la feina del periodista, però també pot convertir-se en una eina molt perillosa si no s'utilitza bé, ja que l'ecologia comunicacional que crea fa possible l'aflorent de notícies falses.

La importància del periodista radica en utilitzar els coneixements adquirits i adoptar els mecanismes necessaris per a poder comprovar sempre la validesa de les informacions que es generen.

2.6. Manuals d'ús de les xarxes socials: el futur dels mitjans de comunicació

Són molts els mitjans de comunicació que han apostat per incloure als seus manuals d'ús unes directrius específiques per a la correcta utilització de les xarxes socials.

Si ens fixem en els principals mitjans i agències de notícies internacionals, com el Washington Post, l'agència Reuters o France Press, podem comprovar que tots tres han inclòs guies sobre el correcte ús de les xarxes socials. Per una banda, el Washington Post, apropa als seus treballadors les directrius per a utilitzar correctament Facebook i Twitter, tant per a formar part d'aquestes plataformes com a usuaris, com per a utilitzar-les com a font periodística (Herrero, 2011). Per altra banda, l'agència Reuters també inclou una guia d'estil amb recomanacions per a l'ús i l'adopció d'informació provinent de les xarxes socials, i consells per a saber verificar i contrastar la informació que es troba en elles (Herrero, 2011).

I, per últim, France Press, que ha prohibit als seus treballadors utilitzar Facebook com a font informativa sense abans haver contrastat la informació amb una altra font (Herrero, 2011).

Si ens centrem en l'estat espanyol, trobem que l'agència EFE té publicat un manual d'ús que serveix com a eina per a resoldre els principals dubtes que es puguin originar sobre l'ús d'internet i de les xarxes socials (Herrero, 2011).

Els models d'ús o de gestió de les xarxes socials per als periodistes són actualment molt necessaris pels beneficis i les facilitats que aporten. Tenint en compte la importància més que evident de les xarxes socials avui en dia, els periodistes han d'estar actualitzats i tenir uns coneixements amplis sobre l'ús de les xarxes socials. Alejandro Rost (2012) parla de les xarxes socials com una eina

fonamental per als periodistes, tant per a poder conèixer en tot moment les notícies d'última hora, com per a poder comprovar a temps real l'interès dels usuaris en un tema en concret, o per ser les xarxes socials l'instrument que utilitzen les fonts oficials per a comunicar qualsevol fet noticiari (Rost, 2012).

Centrant-nos en els llibres d'estil i els manuals d'ús de les emissores de televisió, junt amb els informes anuals de les corporacions que formen part del nostre estudi, hem comprovat que les xarxes socials i les directrius per a fer un bon ús d'aquestes tenen un paper destacat.

En primer lloc, si parlem del llibre d'estil de Ràdio Televisió Espanyola (2010), veiem com hi ha un espai dedicat a les xarxes socials. Segons indica aquest llibre d'estil, l'objectiu de treballar amb les xarxes és aconseguir la màxima visibilitat dels continguts i les informacions d'RTVE, ja que els usuaris les utilitzen cada vegada més com el punt d'inici de la seva navegació. Parlen d'aprofitar les xarxes socials com a plataforma per a redirigir els usuaris a la seva pàgina web, i així augmentar la seva audiència virtual. El requisit per a tenir presència a les xarxes que posa l'ens per als seus programes és tenir contingut publicat a la web (RTVE, 2010).

En segon lloc, centrant-nos en TV3, sí que podem veure al llibre d'estil de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (2013) un apartat dedicat a les xarxes socials, on s'indiquen els beneficis de tenir un perfil a les xarxes socials dels programes de la corporació. Bàsicament ve a dir el mateix que l'altra emissora pública que hem analitzat (TVE1), utilitzar les xarxes socials per a augmentar l'audiència digital i promocionar els programes de l'emissora de televisió (CCMA, 2013).

Una entrevista sobre les xarxes socials i el periodisme a la que va ser responsable de participació i de xarxes socials fins a l'any 2016, Rosa Alba Roig (Escacc, 2012) posa de manifest l'ús que fan els periodistes de la corporació de les xarxes socials. Roig parla d'una adaptació desigual de les eines que ofereixen les xarxes socials per part dels periodistes. És per això que a la CCMA es fan cursos de formació perquè tothom pugui arribar a tenir un nivell mínim de coneixements sobre les xarxes socials, i cursos més avançats per als responsables de gestionar les xarxes socials de la corporació. A escala interna, la CCMA compta amb un manual per a l'ús de Twitter i Facebook a la vegada que unes recomanacions per a l'ús periodístic de les xarxes socials (Escacc, 2012).

En tercer lloc, i passant a les emissores privades, trobem que a l'Informe anual i de responsabilitat corporativa d'Atresmedia (2012) ja avança la creació del llibre d'estil per a les xarxes socials de la corporació Atresmedia, que comença a elaborar-se l'any 2012 i que es va actualitzant contínuament. Aquest llibre és per als treballadors de la corporació, una eina d'autoregulació on es pot accedir a normes i consells que garanteixen un ús segur, respectuós i responsable de les xarxes socials (Atresmedia, 2012).

I, en quart i últim lloc, trobem a l'Informe Anual corporatiu de Mediaset Espanya (2018) la descripció dels passos que han de dur a terme els periodistes d'aquesta entitat per a contrastar fonts que provenen de les xarxes socials. Segons aquest informe, una vegada arriba el contingut a la redacció i es detecta la font es comprova si compta amb drets d'autor o no, per a poder sol·licitar els permisos corresponents. Si parlem d'un contingut de lliure accés publicat a les xarxes socials i

que s'utilitza de manera puntual, s'ha de negociar amb l'autor per a poder arribar a un acord sobre l'ús del contingut (Mediaset Espanya, 2018).

Per tant, després de consultar els llibres d'estil i els informes anuals de les quatre emissores de televisió que han format part del nostre estudi, podem refutar la tesi de Jesús Flores Vivar (2009), que assegura que entre els nous reptes per als mitjans de comunicació es troba canviar o modificar la mentalitat dels periodistes (Flores, 2009). Segons indica l'autor, hem de conscienciar-nos i tenir una voluntat d'experimentació contínua (Flores, 2009).

3. FORMULACIÓ D'OBJECTIUS, PREGUNTES DE RECERCA I HIPÒTESIS

El nostre objectiu principal és analitzar els usos que fan els telenotícies del contingut provinent de les xarxes socials durant el programa. És a dir, estudiar la relació que es dona entre la informació generada a les xarxes socials i la seva posterior publicació als telenotícies.

Per la consecució d'aquest objectiu general, plantegem els següents objectius específics:

OE1: Comprovar la presència de continguts generats a les xarxes socials als telenotícies.

OE2: Detectar de quin tipus és el contingut de les xarxes socials publicat al telenotícies.

OE3: Detectar el contingut publicat als telenotícies provinent de les xarxes socials. El tipus de notícia on apareix, com es tracta el contingut, com apareix i el tipus de xarxa social.

OE4: Detectar la forma a través de la qual es publica el contingut de les xarxes socials als telenotícies.

Preguntes de recerca

- 1.- Les xarxes socials estan presents als telenotícies?
- 2.- Com s'utilitzen les xarxes socials als informatius televisius?
- 3.- Quines són les xarxes socials presents als informatius televisius?
- 4.- Són els missatges provinents dels perfils institucionals els més utilitzats als telenotícies?
- 5.- Apareix més contingut originari de les xarxes socials en alguna secció en concret (successos, esports, internacional, etc.)?
- 6.- Existeixen seccions especials per al contingut de les xarxes socials?

Hipòtesis

- 1.- La utilització de les xarxes socials com un element més de la notícia és una pràctica més estesa als telenotícies d'emissores privades que als de les públiques.

2.- Els informatius televisius analitzats utilitzen la informació generada a les xarxes socials exclusivament si es tracta de contingut generat per perfils oficials.

3.- Twitter és la plataforma més utilitzada a l'hora de publicar als telenotícies contingut generat a les xarxes socials.

4. METODOLOGIA

El nostre TFG es basa en realitzar un estudi que analitza la relació entre el contingut de les xarxes socials i els telenotícies. És a dir, comprovar si existeix contingut generat a aquestes plataformes que després s'emet als telenotícies.

S'ha emprat una metodologia mixta. Per una banda s'ha fet recerca documental, el que ha permès construir la part dels antecedents. Per altra banda, per tal de fer l'anàlisi dels telenotícies s'ha emprat la tècnica de l'anàlisi del contingut, un mètode ja consolidat en l'estudi del text televisiu. Tal com descriuen Esther Mena Rodríguez i Antonio Hernández Mendo (2000) la tècnica d'anàlisi del contingut serveix per a categoritzar aquelles dades que hem obtingut a través de l'observació i

classificar-les per a així després poder analitzar-les i interpretar-les. Aquest estudi, per exemple, emprà la tècnica d'anàlisi del contingut per a poder analitzar les diferències comunicatives dels telenotícies (Mena i Hernández, 2000).

També trobem altres estudis on s'ha fet servir l'anàlisi del contingut, com és el cas de la tesi doctoral de Belén Monclús (2011) on l'autora emprà aquesta tècnica per a poder analitzar els telenotícies que formen part del seu estudi i les unitats informatives que apareixen en aquests programes.

4.1. Mostra

Els elements centrals de la nostra recerca són les xarxes socials i els telenotícies. El nostre objecte d'estudi, per tant, se centra a analitzar la relació entre les xarxes socials i els telenotícies, en l'ús que fan els telenotícies de les xarxes socials per a incloure contingut com a informació televisiva. Els telenotícies que hem utilitzat per a analitzar aquesta relació són els emesos en horari de màxima audiència (prime – time), és a dir, els telenotícies vespre.

Si ens centrem en les dades d'audiència del passat mes de març publicades pel grup Barlovento Comunicación (2021), podem detectar la diferència d'audiència entre els telenotícies emesos al migdia i els emesos al vespre. Tant Antena 3, com Tele 5 i TVE1 (tres de les quatre emissores que hem analitzat) tenen els telenotícies vespre com el programa informatiu més vist. De fet, parlem d'una diferència d'audiència de quasi un milió en el cas d'Antena 3, on l'audiència mitjana dels telenotícies migdia és de dos milions cinc – cents vuitanta mil enfront dels tres milions cinc – cents set mil dels telenotícies vespre (Barlovento Comunicación, 2021). Si ens centrem en Tele 5, observem el mateix: d'un milió nou – cents quaranta – vuit passem als dos milions tres – cents

vint – i - dos mil d'audiència mitjana dels telenotícies vespre (Barlovento Comunicación, 2021). I a TVE1 més del mateix, tot i que la diferència és menys marcada. Del milió tres – cents setanta - vuit mil de l'audiència mitjana del migdia, passem al milió set – cents dotze mil del vespre (Barlovento Comunicación, 2021).

I si passem a analitzar les dades d'audiència de TV3, també coincidim amb el mateix: el telenotícies vespre és el més vist, de fet, és l'únic telenotícies que es posiciona dintre dels continguts més vistos de l'emissora del mes de març (CCMA, 2021).

Per tant, després de comprovar les dades d'audiència d'un mes en concret en les quatre emissores de televisió analitzades, podem concloure que l'edició del vespre del telenotícies és el més vist en els quatre casos i és per això que ha estat l'escollit per a analitzar la relació que hi ha entre el contingut provinent de les xarxes socials i la seva publicació als telenotícies.

Tenint en compte la rellevància de la televisió i, en especial dels telenotícies i l'impacte que provoquen en la població si tenim en compte també les dades de l'EGM i del CAC, que hem exposat al Marc Teòric, podem corroborar la importància de la nostra cerca, ja que posem de manifest com una notícia generada a les xarxes socials pot esdevenir molt rellevant gràcies a la seva emissió en un telenotícies, en ser aquest últim l'element que més impacte informatiu genera en la societat.

En definitiva, hem analitzat els telenotícies d'una setmana de dilluns a diumenge, de les primeres quatre emissores més vistes a Catalunya, segons dades de l'Idescat (2020): TVE1, TV3, Antena3 i Tele 5.

Taula 1 Descripció de la mostra

Canal de TV	Titularitat	Programa
TVE1	Pública	Telediario – 21horas
TV3	Pública	Telenotícies vespre Telenotícies cap de setmana vespre
Antena 3	Privada	A3 Noticias 2 A3 Noticias fin de semana
Tele 5	Privada	Informativos Tele 5 – edición noche Informativos Tele 5 - edición fin de semana

Font: elaboració pròpia

La setmana que hem analitzat és la que va des del dilluns 26 d'abril al diumenge 2 de maig. En total han estat vint-i-vuit telenotícies analitzats, és a dir, set telenotícies pels quatre canals de televisió analitzats que es tradueix en 23 hores 58 minuts i 17 segons de visionament.

4.2. La unitat d'anàlisi

Cal destacar també, que quan parlem d'unitat d'anàlisi parlem de cada vegada que un contingut generat a les xarxes socials apareix als telenotícies. És a dir, si dintre d'una mateixa notícia apareix

més d'una vegada contingut de les xarxes socials, per exemple dues vegades, aquella notícia tindrà dues unitats d'anàlisi. També cal destacar que quan parlem de contingut generat a les xarxes socials no estem parlant de notícies que parlin sobre les xarxes socials. Sols hem analitzat aquell contingut que prové de Twitter, Facebook o Instagram i que s'ha emès als telenotícies o bé com una font més, per a complementar una peça informativa, o bé com a notícia en si.

4.3. Limitacions

En ser un estudi fet a través de l'observació del contingut emès a cada telenotícies analitzat, hi ha una limitació evident i és que no podem estudiar els mecanismes que els periodistes han fet servir a l'hora d'incloure a l'escaleta una notícia o un contingut generat a les xarxes socials. En aquest sentit, queda clar que és un estudi del text i no de les rutines professionals.

A través del Marc Teòric, i basant-nos en altres estudis, hem intentat exposar algunes de les opcions per les quals s'ha escollit el contingut generat a les xarxes socials, però com que no hem fet entrevistes als periodistes ni hem analitzat les seves rutines periodístiques, no podem arribar a una conclusió sobre el perquè de la publicació del contingut als telenotícies. És per això que cal destacar que aquest TFG s'ha centrat en analitzar el contingut emès als telenotícies, sense tenir en compte el perquè de la publicació d'aquest contingut. La nostra anàlisi es basa en catalogar el tipus de contingut. És a dir, detectar la xarxa social, l'autoria del contingut o la forma en què apareix als telenotícies.

Taula 2 Descripció de les variables utilitzades

VARIABLE	DESCRIPCIÓ	PROCEDÈNCIA
Número d'unitat	Identificació de la unitat d'anàlisi	Pròpia
Canal	Nom del canal - TVE1 - TV3 - Antena 3 - Tele 5	Pròpia
Titularitat	Titularitat del canal - Públic - Privat	Pròpia
Data	Data d'emissió del programa	Pròpia
Contingut del fet noticiós	Es descriu amb una frase el contingut de la peça on s'insereix la informació de xarxes	Pròpia
Gènere de la peça	Gènere de la peça - Notícia - Crònica - Reportatge	(Monclús i Mariño, 2008)
Procedència geogràfica	Diferenciem entre contingut provinent de: - Catalunya - Espanya - Europa - Resta del món (especifiquem el país) - Sense identificar	Pròpia

Secció	Desxifrem la secció a la qual pertany la peça informativa on s'insereix la nostra unitat d'anàlisi: - Succés - Referent a la salut - Política - Internacional - Trànsit - Tecnologia - Cultura - Esports - Informació meteorològica	Pròpia
Actualitat	Destaquem si la nostra unitat d'anàlisi pertany a una peça informativa que és: - Notícia escaletada - Notícia d'última hora	Pròpia
Funció del contingut de xarxes	Diferenciem entre aquell contingut que es tracta: - Com a font - Com a element complementari de la notícia - Com a notícia en si	Pròpia
La xarxa com a font	Si la unitat d'anàlisi es tracta com a font, destaquem: - Font de testimoni - Font anònima - Font institucional - Font d'un partit polític - Font d'un polític - Font d'un personatge públic - Font d'un personatge no públic	(Monclús i Mariño, 2008)

L'autoria del contingut de xarxes si no s'utilitza com a font	Si la nostra unitat d'anàlisi no s'utilitza com a font, detectem l'autoria del contingut: - Personatge no públic - Personatge públic - Institucional - Partit polític - Polític - Anònima	(Monclús i Mariño, 2008)
Morfologia del contingut de xarxes	Si el contingut analitzat apareix en forma de: - Vídeo - Al text - Referència oral - Captura de pantalla - Contingut adaptat	Pròpia
Identificació de la xarxa	Diferenciem entre: - Twitter - Instagram - Facebook - Sense identificar	Pròpia

Font: elaboració pròpia

4.4. Descripció de les categories

Una vegada hem descrit les variables que hem fet servir per a l'anàlisi dels telenotícies i abans de mostrar els resultats obtinguts, passem a descriure els criteris que hem fet servir a l'hora de mesurar les variables.

En primer lloc, hem localitzat el contingut de xarxes segons la seva procedència geogràfica de la següent forma:

Taula 3 Identificació del contingut de xarxes segons la seva procedència geogràfica

Fora de l'estat espanyol	Ciutat (si apareix)	País	Continent
Dintre de l'estat espanyol	Municipi o ciutat (si apareix)	Província	Comunitat Autònoma
Dintre del territori català	Municipi o ciutat (si apareix)	Comarca	Província

Font: elaboració pròpia

En segon lloc, i centrant-nos en la peça informativa on apareix el contingut de xarxes, ens hem basat en els següents criteris per a diferenciar entre notícia, crònica o reportatge:

Taula 4 Criteris utilitzats per a identificar el gènere de la peça

Gènere de la peça	Descripció
Notícia	Quan la peça informativa indica el fet noticiari de manera simple, sense incloure testimonis o declaracions i sense aprofundir en el tema.
Crònica	Quan la peça informativa és més completa i s'aprofundeix més en els fets que són notícia. Aquesta sol ser més llarga que la notícia.
Reportatge	Quan la peça informativa tracta sobre un tema d'interès general, però no necessàriament és un fet que hagi tingut lloc en els últims dies. És la peça informativa més completa i més llarga.

Font: elaboració pròpia

Un exemple clar de notícia és aquella a la qual pertany la unitat d'anàlisi 44 (veure Annexos), on la notícia és que un jugador del Sevilla Futbol Club ha anat corrents pel carrer vestit amb l'equipació de jugar per a anar a recollir un paquet. En aquesta notícia, per exemple, sols apareix el vídeo que ha publicat a Instagram un company d'equip del protagonista i no s'aprofundeix en la informació, és a dir, a la peça informativa no es recullen les declaracions de cap dels protagonistes ni apareix un vídeo on es relaten els fets en “veu en off”, per exemple.

Si ens centrem en aquelles unitats d'anàlisi que formen part d'una peça informativa que nosaltres hem detectat com a crònica, podem parlar, per exemple, de la unitat d'anàlisi 1 (veure Annexos) dedicada a la crònica dels premis Oscar que han tingut lloc la nit anterior. En aquesta peça informativa, hi ha una valoració en “veu en off” de com ha estat la gala, es mostren els principals guardonats de la nit i es recullen fragments dels discursos dels protagonistes. Parlem, per tant, d'una peça informativa més completa on s'aprofundeix més en un fet que és notícia.

I, per últim, si parlem de reportatge, tenim com a exemple les unitats d'anàlisi 68, 69, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78 i 79 que formen part d'una sola peça informativa (veure Annexos). Aquest reportatge se centra en els joves que abandonen les xarxes socials, un tema d'actualitat i d'interès general, però que no és un fet que hagi passat en els últims dies.

En tercer lloc, i centrant-nos en la secció, hem seguit el següent criteri:

En el cas que la temàtica de la peça informativa està clara i coincideix en alguna de les categories que hem descrit a la taula d'anàlisi, així ho hem analitzat. És el cas, per exemple de totes les unitats d'anàlisi que s'han emès durant l'espai dedicat a la informació meteorològica.

En el cas que la peça informativa es pugui incloure en més d'una categoria, ens hem decantat per la que més pes té. Per exemple, quan hem analitzat el contingut que apareix a una notícia emesa al telenotícies de TV3 sobre el conflicte polític per la retirada del nom d'Enric Valor a l'avinguda de la localitat alacantina de Mutxamel, hem decidit que forma part de la secció de política perquè, tot i que també ens podríem haver decantat per la secció de cultura en estar parlant de l'escriptor Enric Valor, el que destaca en aquesta peça informativa és el conflicte polític entre el consistori de la localitat i la Generalitat Valenciana (veure Annexos).

En quart lloc, per a poder designar la funció del contingut de xarxes hem seguit les següents indicacions:

Taula 5 *Descripció de les variables que hem fet servir per a identificar la funció del contingut de xarxes*

El contingut de xarxes	Funció
Si el contingut és una declaració o un testimoni	El contingut de xarxes té funció de font.
Si el contingut és un vídeo o una imatge que ajuda a il·lustrar la peça informativa	El contingut de xarxes té funció d'element complementari de la notícia.

Si el contingut de xarxes és la protagonista de la peça informativa	El contingut de xarxes té funció de notícia en si.
---	--

Font: elaboració pròpia

Per exemple, trobem la unitat d'anàlisi 23 (veure Annexos) que forma part d'una notícia sobre el conflicte entre Apple i Facebook per la privacitat dels seus usuaris, i on es mostra, en aquest cas, la pantalla d'inici de Facebook. Aquest contingut ajuda a complementar la notícia en ser un vídeo d'una persona utilitzant Facebook, però no ens dóna informació addicional, és a dir, dintre de la peça informativa aquest contingut de xarxes no és tan rellevant ni s'utilitza com a font, per tant, parlem d'un contingut que té funció d'element complementari de la notícia.

Un exemple on el contingut de xarxes és el protagonista i per tant fa la funció de de notícia en si és aquell que s'emet durant l'espai dedicat a la informació meteorològica. Com més endavant veurem, a la informació meteorològica sol haver-hi un espai dedicat a les millors imatges o els millors vídeos del dia sobre el temps que ha fet a diferents indrets del territori i que són compartides pels usuaris a Twitter. És per això que en ser un espai exclusiu de contingut de xarxes parlem que aquest té la funció de notícia en si.

En cinquè lloc, si la funció del contingut que prové de les xarxes s'utilitza com a font, hem diferenciat entre:

Taula 6 Descripció dels criteris escollits per a identificar el tipus de font

Tipus de font	Descripció
Testimoni	Aquell contingut de xarxes on es relata un fet que ha viscut l'individu o individus que apareixen.
Anònima	Aquell contingut del qual no s'especifica l'autoria.
Institucional	Quan el contingut prové d'una font que pertany a una institució.
Partit polític	Quan parlem d'un contingut de xarxes publicat per un partit polític.
Polític	Quan parlem d'un contingut de xarxes publicat per un polític.
Personatge públic	Quan parlem d'un contingut de xarxes publicat per un personatge públic (actor, cantant, escriptor, esportista, etc.).
Personatge no públic	Quan el contingut que s'utilitza com a font és publicat per una persona que no és coneguda, però sí que es menciona o apareix el seu nom o la seva cara.

Font: elaboració pròpia

En sisè lloc, parlem dels criteris que hem fet servir a l'hora d'identificar l'autoria d'aquell contingut que prové de xarxes, però que no s'utilitza com a font, és a dir, que s'utilitza com a element complementari de la notícia o com a notícia en si. En aquest cas, hem fet servir els mateixos criteris que a la variable on descrivim el tipus d'autoria del contingut que s'utilitza com a font. Hem volgut afegir a aquesta variable de Monclús i Mariño (2008) la categoria de “personatge no públic” perquè ens és molt útil per a poder analitzar aquell contingut de xarxes que no prové d'una font oficial o coneguda, però on sí que es menciona l'autoria.

En setè lloc, hem especificat la morfologia del contingut de xarxes. Com apareix als telenotícies el contingut de la següent manera:

Taula 7 La morfologia del contingut de xarxa

Morfologia del contingut de xarxa	Descripció
Vídeo	Quan sols amb el vídeo podem identificar fàcilment que és un contingut que prové de xarxes.
Al text	Quan sabem que el contingut prové de xarxes perquè així s'especifica al text.
Contingut adaptat	Quan el contingut apareix en pantalla de manera diferent a l'original.
Captura de pantalla	Quan es pot identificar fàcilment que és una captura de pantalla.

Referència oral	Quan detectem que el contingut prové de xarxes gràcies a la referència que fa el presentador o la presentadora a l'avançament de la notícia o en “veu en off”.
-----------------	--

Font: elaboració pròpia

En vuitè i últim lloc, parlem de la identificació de la xarxa.

Ens referim a aquell contingut que es pot detectar que prové d'una de les tres xarxes socials analitzades (Twitter, Instagram i Facebook) ja sigui perquè es veu clarament, perquè es fa referència al text o perquè es diu de manera oral. Tot i que cal dir que també hem analitzat aquell contingut que sabem que prové de xarxes perquè així s'especifica, però que no es pot identificar el tipus de xarxa. Aquest contingut l'hem analitzat doncs, perquè com que no sabem de quina xarxa estem parlant, és possible que sigui contingut generat a una de les tres xarxes socials analitzades i, per tant, ens interessa.

5. RESULTATS

Després de procedir a la visualització dels vint-i-vuit telenotícies que formen part del nostre estudi, hem pogut extreure una sèrie de resultats que a continuació descrivim:

5.1. Els telenotícies de les emissores públiques més familiaritzats amb el contingut de xarxes

Per a començar, parlem de vint-i-vuit telenotícies en ser els telenotícies vespre d'una setmana (de dilluns a diumenge) dels quatre canals de televisió més vistos a Catalunya: TVE1, TV3, Antena 3 i Tele 5 (Idescat, 2020).

D'aquests telenotícies, hem pogut detectar un total de noranta-una unitats d'anàlisi, és a dir, el contingut propi de xarxes ha aparegut fins a noranta-una vegades sols durant aquesta setmana analitzada (del dilluns 26 d'abril al diumenge 2 de maig).

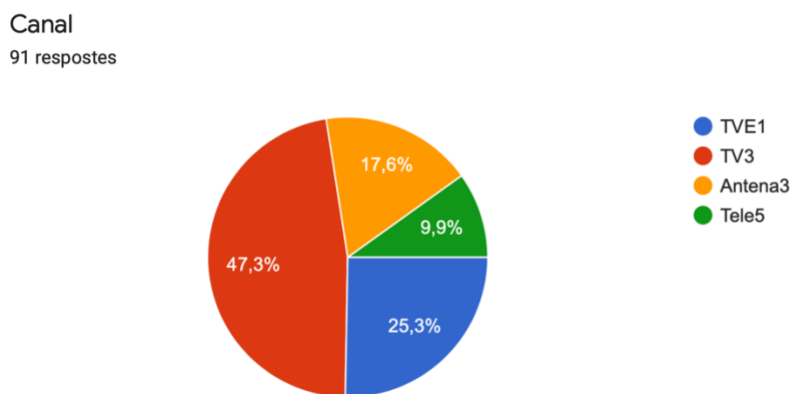
Després d'analitzar bé tots els telenotícies, podem determinar que les emissores de televisió públiques que formen part d'aquest estudi recorren més al contingut de les xarxes socials a l'hora d'elaborar les peces informatives que formen part del telenotícies.

Centrant-nos en les dades, podem veure com TV3 és el canal líder en emetre contingut que prové de les xarxes socials amb un 47,3% de contingut i un total de quaranta - tres peces.

El segueix TVE1 tot i que la diferència és abismal: parlem que un 25,3% de les peces analitzades s'han emès als telenotícies d'aquest canal de televisió, en total vint-i-tres. Són vint peces menys que les que hem trobat a TV3.

No és tan abismal la distància que separa TVE1 dels canals privats (Antena3 i Tele5). En el cas d'Antena 3, que és la tercera emissora amb més peces provinents de xarxes, parlem d'un 17,6% de contingut que es tradueix en unes setze peces. I a la cua es troba Tele 5 d'on prové el 9,9% restant (nou peces).

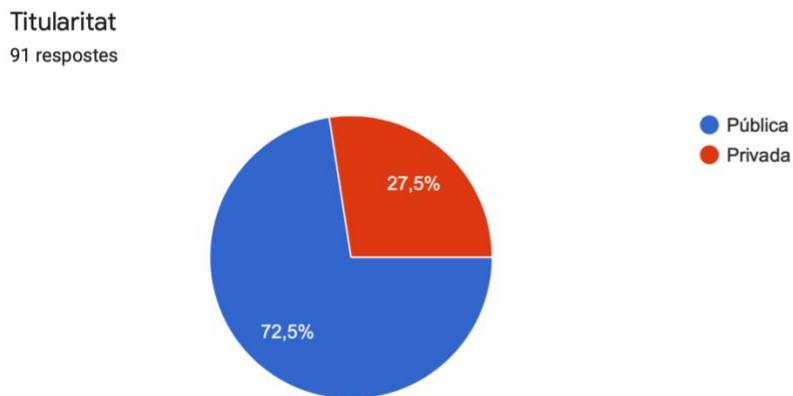
Figura 1 Tipus de canal de televisió



Font: elaboració pròpia

Si ens centrem en la titularitat dels canals de televisió analitzats, ens trobem, per tant, amb una diferència de quaranta - cinc punts entre el contingut de xarxes que s'emet als canals de titularitat pública (72,5%) enfront dels de titularitat privada (27,5%).

Figura 2 *Titularitat del canal de televisió*



Font: elaboració pròpia

Aquesta diferència d'utilització de contingut de xarxes als telenotícies pot tenir diversos motius, entre ells, la duració de cada telenotícies. Els telenotícies de TVE1 i TV3 tenen una duració mitjana

més llarga que els d'Antena 3 i Tele 5, fet que podria traduir-se en: més temps dedicat a la informació, més notícies i, per tant, més possibilitats d'afegir contingut que prové de les xarxes socials.

A continuació, mostrem la duració completa de cada telenotícies on hem trobat contingut de xarxes i el temps que li dedica cada emissora de televisió a la informació, els esports, a la informació meteorològica i als anuncis (deixant de banda TVE1, on no s'emeten anuncis).

Taula 8 Duració de cada telenotícies

Canal de TV	Dl. 26 d'abril	Dm. 27 d'abril	Dc. 28 d'abril	Dj. 29 d'abril	Dv. 30 d'abril	Ds. 1 de maig	Dg. 2 de maig
TVE1		1 hora	1:04:38		55:00	30:06	1:00:19
TV3	1:02:30	58:27	1:04:16	1:01:35	1:01:36		1:03:32
Antena 3		42:43	35:51	37:30	37:59	45:04	57:29
Tele 5	58:45	50:49		47:59			

Font: elaboració pròpia

Taula 9 Temps dedicat a cada secció del telenotícies

Canal de TV	Dl. 26 d'abril	Dm. 27 d'abril	Dc. 28 d'abril	Dj. 29 d'abril	Dv. 30 d'abril	Ds. 1 de maig	Dg. 2 de maig

TVE1		<u>Info.</u> 41 minuts i 52 segons <u>Esports</u> 7 minuts i 8 segons <u>Meteo</u> 11 minuts	<u>Info.</u> 48 minuts <u>Esports</u> 6 minuts <u>Meteo</u> 10 minuts i 38 segons		<u>Info.</u> 42 minuts <u>Esports</u> 5 minuts <u>Meteo</u> 8 minuts	<u>Info.</u> <u>24 minuts</u> i 20 segons <u>Esports</u> 4 minuts i 14 segons <u>Meteo</u> 1 minut i 32 segons	<u>Info.</u> 42 minuts i 19 segons <u>Esports</u> 10 minuts <u>Meteo</u> 8 minuts
TV3	<u>Info.</u> 40 minuts <u>Esports</u> 6 minuts <u>Meteo</u> 6 minuts i 30 segons <u>Anuncis</u> 10 minuts	<u>Info.</u> 35 minuts i 16 segons <u>Esports</u> 7 minuts i 15 segons <u>Meteo</u> 6 minuts i 12 segons <u>Anuncis</u> 9 minuts i 44 segons	<u>Info.</u> 36 minuts i 57 segons <u>Esports</u> 19 minuts i 13 segons <u>Meteo</u> 7 minuts i 14 segons <u>Anuncis</u> 10 minuts i 52 segons	<u>Info.</u> 37 minuts i 35 segons <u>Esports</u> 5 minuts i 30 segons <u>Meteo</u> 6 minuts i 20 segons <u>Anuncis</u> 12 minuts i 10 segons	<u>Info.</u> 37 minuts <u>Esports</u> 6 minuts i 30 segons <u>Meteo</u> 6 minuts i 54 segons <u>Anuncis</u> 9 minuts i 2 segons		<u>Info.</u> 32 minuts i 46 segons <u>Esports</u> 10 minuts <u>Meteo</u> 9 minuts i 46 segons <u>Anuncis</u> 11 minuts

Antena 3		<u>Info</u> 32 minuts <u>Esports</u> 4 minuts <u>Meteo</u> 3 minuts <u>Anuncis</u> 3 minuts i 43 segons	<u>Info.</u> 31 minuts i 27 segons <u>Esports</u> 1 minut i 16 segons <u>Meteo</u> 1 minut <u>Anuncis</u> 2 minuts i 7 segons	<u>Info.</u> 29 minuts i 15 segons <u>Esports</u> 2 minuts i 35 segons <u>Meteo</u> 2 minuts <u>Anuncis</u> 3 minuts i 40 segons	<u>Info.</u> 30 minuts i 15 segons <u>Esports</u> 1 minut i 40 segons <u>Meteo</u> 2 minuts i 11 segons <u>Anuncis</u> 3 minuts i 53 segons	<u>Info.</u> 36 minuts i 40 segons <u>Esports</u> 2 minuts i 44 segons <u>Meteo</u> 2 minuts i 25 segons <u>Anuncis</u> 3 minuts i 15 segons	<u>Info.</u> 46 minuts i 33 segons <u>Esports</u> 4 minuts i 52 segons <u>Meteo</u> 3 minuts i 20 segons <u>Anuncis</u> 2 minuts i 44 segons
Tele 5	<u>Info.</u> 33 minuts <u>Esports</u> 3 minuts <u>Meteo</u> 3 minuts <u>Anuncis</u> 19 minuts i 45 segons	<u>Info.</u> 31 minuts i 35 segons <u>Esports</u> 3 minuts i 53 segons <u>Meteo</u> 2 minuts i 35 segons <u>Anuncis</u> 12 minuts i 46 segons		<u>Info.</u> 27 minuts i 14 segons <u>Esports</u> 3 minuts i 30 segons <u>Meteo</u> 2 minuts i 19 segons <u>Anuncis</u> 14 minuts i 56 segons			

Font: elaboració pròpia

Taula 9: Info. = informació, Meteo = informació meteorològica

A continuació, passem a analitzar els resultats de les diferents variables per a poder extreure una conclusió més fonamentada.

5.2. Diferències entre els telenotícies d'entre setmana i els dels caps de setmana

Si ens centrem en la data d'emissió dels telenotícies, podem observar com no hi ha gaire diferència entre un dia i un altre, de fet tots els dies analitzats contenen informació provinent de les xarxes socials. Ara bé, això no significa que els quatre canals comptin amb contingut de xarxes als telenotícies cada dia. Trobem dies com el dilluns 26 d'abril, on ni TVE1 ni Antena 3 emeten contingut de xarxes; com el dimecres 28 d'abril on a Tele 5 tampoc apareix; el dijous 29 d'abril que és el torn de TVE1; i el divendres 30 d'abril i dissabte 1 de maig que Tele 5 torna a optar per no incloure informació de xarxes. També a TV3 al telenotícies del dissabte 1 de maig no apareix cap contingut de xarxa, i el diumenge 2 de maig torna a ser el telenotícies de Tele 5 l'únic que no compta amb cap contingut generat originàriament a les xarxes socials, convertint-se així en l'emissora analitzada que menys dies recull a la seva escaleta informativa contingut que provingui de Twitter, Facebook o Instagram.

Tot i que no hi ha una diferència notable entre els dies analitzats, sí que hem trobat que en canals de televisió, com Antena 3, el canvi de presentadors d'entre setmana als caps de setmana és un element clau a l'hora de recollir contingut de xarxes. En aquest cas, parlem que la informació meteorològica normalment no inclou contingut de xarxes, però en arribar el cap de setmana i, per tant, el canvi de presentador, s'afegeix contingut de xarxes.

Els dies que més contingut provinent de xarxes s'utilitza als telenotícies són:

En primer lloc, el diumenge que s'emporta el 26,4% de les peces analitzades i que es tradueix en vint-i-quatre peces de les noranta-una totals. Que el diumenge sigui el dia més vist és gràcies a dos factors. Per una banda, la informació meteorològica d'Antena 3 que, en ser cap de setmana i, per tant, canviar de presentador, recull algunes de les millors imatges fetes des de diferents punts d'Espanya i que es publiquen a Twitter, una pràctica que no és habitual durant l'espai meteorològic d'entre setmana. I, per altra banda, l'emissió d'un reportatge sobre els joves i les xarxes socials a TVE1 que compta amb molt contingut provinent de les xarxes socials (veure Annexos).

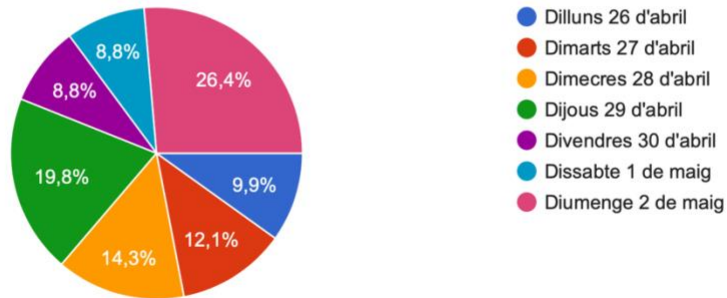
Si seguim analitzant un per un els dies on més contingut s'ha emès generat originàriament a les xarxes, ens trobem que el dijous 29 d'abril és el segon dia amb més contingut amb un 19,8% és a dir, divuit unitats d'anàlisi. En aquest cas, l'emissora de televisió que destaca és Tele5 que emet una notícia que té com a element principal i únic contingut publicat a les xarxes. Es tracta de vídeos fets per un jove conduït de manera temerària i a gran velocitat que la policia ja ha multat després que el protagonista pugés els vídeos a les xarxes socials. Uns vídeos que s'emeten al telenotícies i que fan pujar la mitjana d'unitats d'anàlisi del dia (veure Annexos).

En tercer lloc trobem el dimecres 28 d'abril amb un total de tretze unitats d'anàlisi, un 14,3%.

El segueix el dimarts 27 d'abril en quart lloc i amb un 12,1% (onze peces), i, finalment els últims tres dies que no arriben al 10% del total: el dilluns 26 d'abril amb un 9,9% (nou peces), i el divendres 30 d'abril i dissabte 1 de maig amb un 8,8% (vuit peces).

Figura 3 Data d'emissió dels telenotícies

Data d'emissió
91 respostes



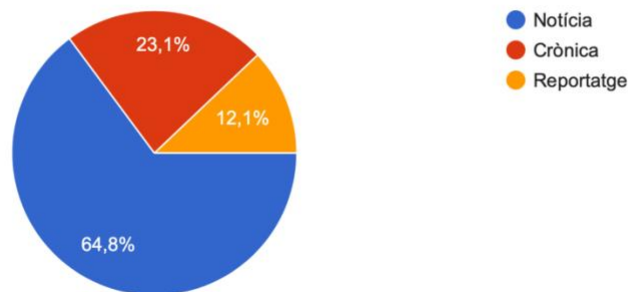
Font: elaboració pròpia

5.3. Predomini del contingut de xarxes a les notícies per davant de les cròniques i els reportatges

Passem a analitzar el gènere de les peces on hem trobat contingut provinent de les xarxes socials: Per a començar, trobem que la gran majoria de les unitats d'anàlisi (el 64,8%) apareixen en notícies, mentre que a les cròniques emeses als telenotícies apareixen en un total de vint-i-una peces (el 23,1%) i poc més del 10% de les unitats d'anàlisi (un 12,1%) apareixen en els reportatges. El predomini de la notícia enfront de la crònica i el reportatge és degut a la quantitat de contingut provinent de xarxes que apareix cada dia a la informació meteorològica. Aquestes, són peces curtes on majoritàriament el contingut principal de la notícia és l'element que prové de les xarxes socials.

Figura 4 *Gènere de la peça*

Gènere de la peça
91 respostes



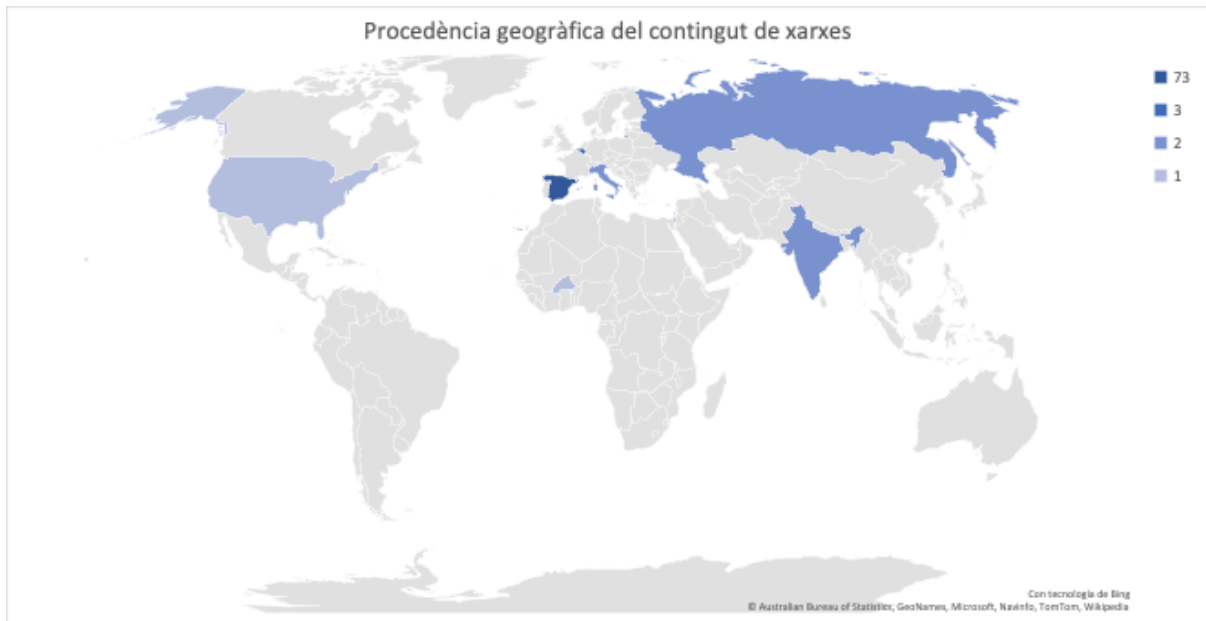
Font: elaboració pròpia

5.4. La proximitat: un factor determinant

Si analitzem la procedència geogràfica del contingut de xarxes que hem detectat, podem veure com la majoria del contingut prové del territori espanyol que compta amb un total de setanta-tres peces. En segon lloc, trobem Bèlgica, d'on hem detectat tres unitats d'anàlisi, seguida per Itàlia, Rússia i l'Índia amb dues peces. I, finalment, amb una peça trobem els Estats Units, Israel i Burkina Faso. En total són vuitanta-cinc les unitats d'anàlisi les quals hem pogut detectar d'on provenen. Parlem, per tant, de vuitanta peces provinents d'Europa (si incloem també a Espanya), dues d'Àsia, una d'Àfrica i una altra d'Amèrica.

Les sis unitats d'anàlisi restants les hem designat com a desconegudes, perquè no s'especifica d'on provenen de cap manera als telenotícies (veure Annexos).

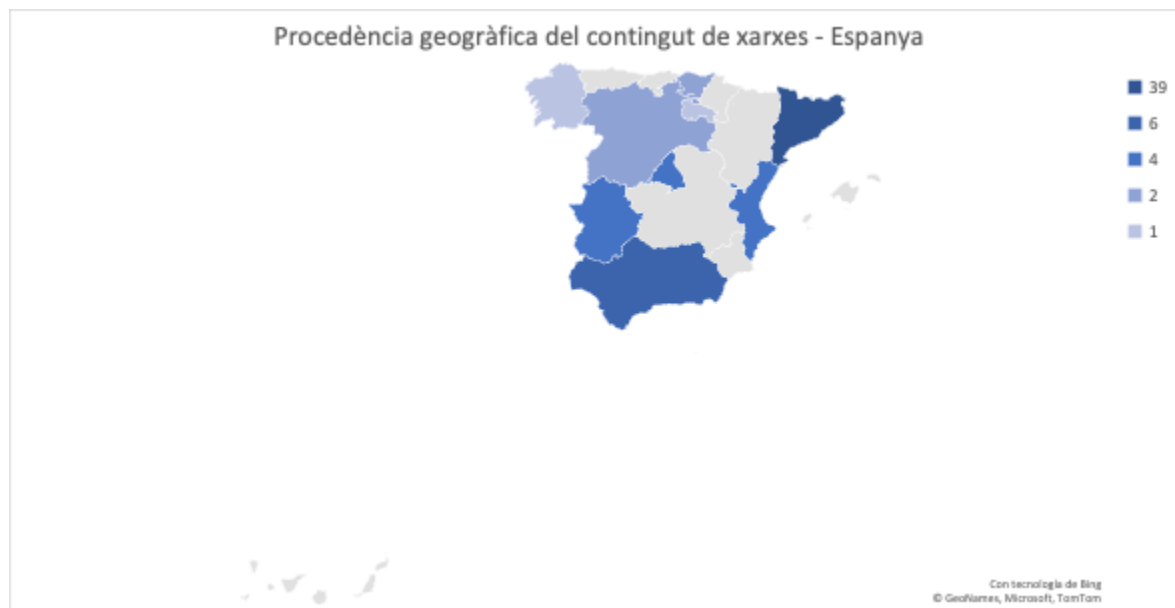
Figura 5 Procedència geogràfica



Font: elaboració pròpia

Centrant-nos en el territori espanyol que és d'on provenen la majoria de les unitats d'anàlisi estudiades, podem observar que Catalunya és el territori amb més peces (trenta-nou), seguida per Andalusia (sis peces), Madrid, Comunitat Valenciana i Extremadura (amb quatre peces), País Basc i Castella i Lleó (amb dues peces) i La Rioja i Galícia amb una peça. Les deu unitats d'anàlisi restants sabem que provenen d'Espanya perquè així s'assenyala als telenotícies, però no hem pogut detectar la zona concreta, és per això que parlem de contingut que prové d'Espanya i no detallem la seva localització exacta (veure Annexos).

Figura 6 Procedència geogràfica – Espanya



Font: elaboració pròpia

Aprofundint en les unitats d'anàlisi que provenen de Catalunya, podem observar que:

La província de Barcelona predomina amb quinze de les trenta-nou unitats d'anàlisi, seguida per Girona amb deu unitats, Tarragona amb sis i, finalment Lleida amb tres unitats d'anàlisi. Les sis restants sabem que provenen de Catalunya, però als telenotícies no es descriu la seva localització exacta (veure Annexos).

5.5. El cas de la informació meteorològica

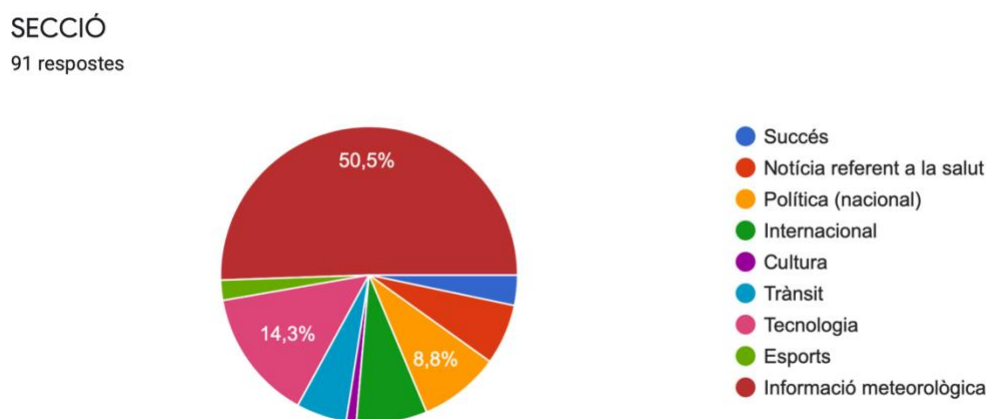
Si ens centrem en la secció a la qual pertanyen les peces informatives amb contingut de xarxa, trobem un gran predomini d'una secció en concret. Es tracta de la dedicada a la informació meteorològica que, tal com hem dit abans, apareix cada dia i té un paper protagonista en alguns telenotícies, com és el cas dels de TV3 on apareix una mitjana de cinc unitats d'anàlisi per dia i on sols hem trobat un dia (el dissabte 1 de maig) on no apareix cap contingut de xarxes a l'espai d'El Temps.

Seguint a la informació meteorològica amb un total de vuit unitats d'anàlisi trobades (un 8,8% del total) trobem les peces informatives relacionades amb la política. Cal dir que totes aquelles peces emeses als telenotícies que traspassen les nostres fronteres i estan relacionades amb la política les hem descrit com a contingut que forma part de la secció d'internacional, que compta amb set unitats d'anàlisi (un 7,7%). És a dir, si el contingut prové de fora, com és el cas de la unitat d'anàlisi 11 on es mostra un tweet publicat per Carles Puigdemont, però forma part d'una peça informativa sobre uns fets que han ocorregut a Espanya (en aquest cas estem parlant de la polèmica per la poca vacunació a les forces de seguretat de l'Estat a Catalunya), l'hem inclòs a la secció de política (veure Annexos). Però si parlem de la unitat d'anàlisi 54, on el contingut de xarxes és un tweet del president del Parlament Europeu, David Sassoli pronunciant-se després de fer-se pública la decisió del Kremlin de prohibir-li l'entrada al país, l'hem catalogat a la secció d'internacional (veure Annexos).

I després de la secció d'internacional, trobem en quart lloc les peces informatives relacionades

amb la salut, que compten amb sis unitats d'anàlisi (6,6%), la segueix la secció que nosaltres hem anomenat trànsit, relacionada amb aquelles peces informatives sobre tot el que comporta a la circulació i on hem trobat cinc unitats d'anàlisi (5,5%). I, per a acabar, trobem tres unitats d'anàlisi relacionades amb un succés (3,3%), i les que formen part de la informació esportiva, amb dues unitats d'anàlisi (2,2%).

Figura 7 Secció a la qual pertanyen les peces informatives on hem trobat contingut de xarxes



Font: elaboració pròpia

Cal destacar, que totes les unitats d'anàlisi que hem trobat, formaven part de peces informatives que es contemplaven a l'escala informativa. És a dir, en cap moment hem trobat que per a informar sobre un contingut d'última hora s'hagi fet servir contingut provinent de les xarxes socials.

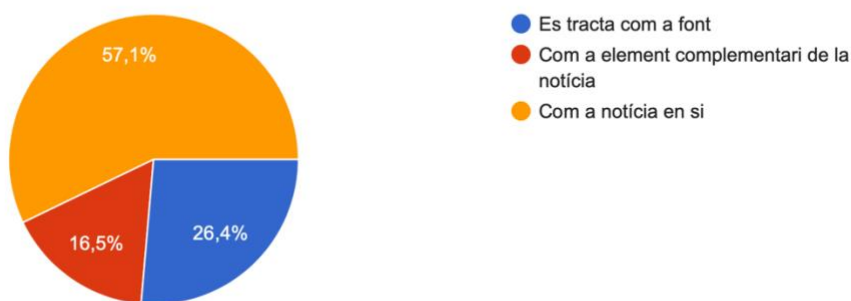
Deixant de banda les característiques de les peces informatives on hem trobat contingut de les xarxes, passem a analitzar la funció de les unitats d'anàlisi.

5.6. Abundància del contingut de xarxes que s'utilitza com a notícia en si

En primer lloc, trobem que un 57,1% del contingut de xarxes apareix com a notícia en si, és a dir, el contingut de xarxes és el protagonista de la peça informativa. En segon lloc i amb un 26,4% trobem que el contingut de xarxes s'utilitza com a font, i, en tercer i últim lloc amb un 16,5% s'utilitza per a complementar la peça informativa.

Figura 8 Funció del contingut de xarxes

Funció del contingut de xarxes
91 respostes

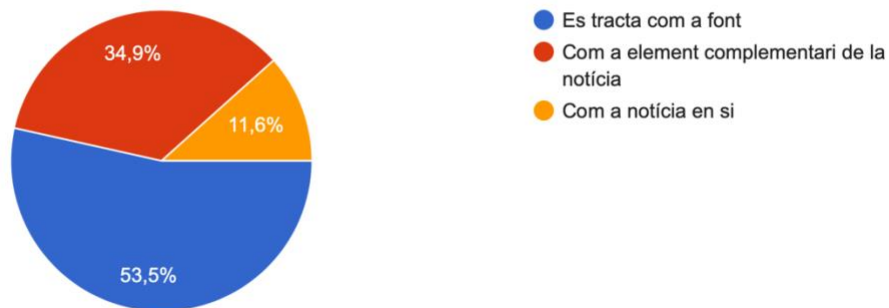


Font: elaboració pròpia

Ara bé, si ens centrem en el contingut estrictament informatiu i prescindim de les unitats d'anàlisi que formen part de peces informatives emeses a l'espai per als esports o per a la informació meteorològica, podem veure com la funció del contingut de xarxes varia:

Figura 9 Funció del contingut de xarxes que no apareix ni als esports ni a la informació meteorològica

Funció del contingut de xarxes que no apareix als esports ni a la informació meteorològica
43 respostes



Font: elaboració pròpia

Com es pot observar a la Figura 9, la principal funció del contingut de xarxes en aquest cas és la de la xarxa com a font amb un 53,5% i un total de vint-i-tres peces de les quaranta-tres totals. La diferència és clara, i és que sense comptar amb el contingut de xarxes que s'utilitza diàriament a la informació meteorològica i que com hem especificat abans l'hem detectat com a notícia en si, més de la meitat de les peces analitzades utilitzen el contingut de xarxa com a font.

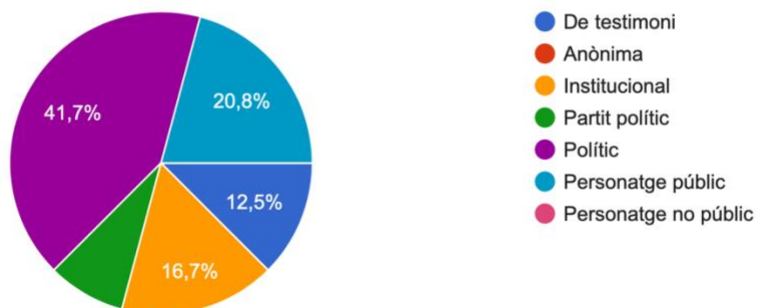
5.7. El contingut que és generat a les xarxes per un polític, el més utilitzat

En primer lloc i amb una diferència de més de vint punts, trobem que la figura del polític és la més utilitzada a l'hora de recollir informació sobre xarxes i utilitzar-la com a font amb un 41,7% i un total de deu unitats d'anàlisi. En segon lloc, apareix la figura del personatge públic amb un 20,8%

i un total de cinc unitats d'anàlisi. Aquesta figura, tal com hem especificat abans és tota aquella que sigui coneguda i que no sigui un polític. És a dir, qualsevol actor, músic, escriptor, esportista, etc. La tercera font més utilitzada és la que prové d'una institució, amb un 16,7% i un total de quatre peces analitzades. I, per últim, trobem que la font que s'utilitza com a testimoni apareix durant aquest estudi tres cops (un 12,5%) i la font que prové d'un partit polític dues vegades (un 8,3%).

Figura 10 La xarxa com a font

La xarxa com a font
24 respostes



Font: elaboració pròpia

Figura 11 Exemple de contingut de xarxa que s'utilitza com a font



Font: elaboració pròpia

En aquest cas parlem d'un contingut de font provinent d'un polític (veure Annexos, Unitat d'Anàlisi 53).

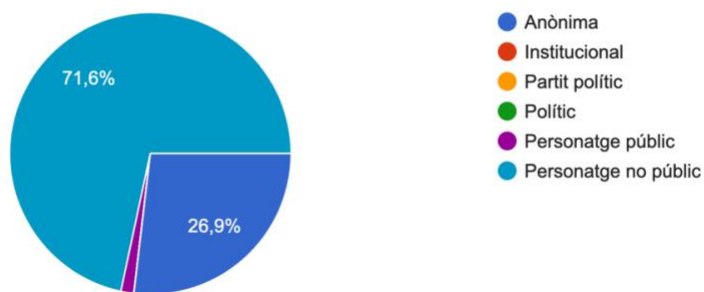
I, què passa amb l'autoria d'aquell contingut de xarxes que no s'utilitza com a font? El que hem observat és que més de la meitat de les unitats d'anàlisi que compten amb aquestes característiques, provenen d'un personatge no públic. És a dir l'autor del contingut no és una persona coneguda, però sí que apareix el seu nom al telenotícies en el moment en què s'emet el contingut de xarxes. Parlem que el 71,6% del contingut de xarxes que no s'utilitza com a font té com a autoria la d'un personatge no públic. També amb un nombre elevat de peces trobem que el 26,9% del contingut que prové de xarxes i que no s'utilitza al telenotícies com a font, és contingut anònim. Ni apareix la persona autora del contingut ni es menciona el seu nom. Aquest és el cas de divuit unitats

d'anàlisi que solen ser vídeos de la pantalla d'inici de Facebook o vídeos d'històries d'Instagram on no apareix l'usuari (veure Annexos).

En últim lloc, podem veure com en un cas hi ha un contingut de xarxes que no s'utilitza com a font i que prové d'un personatge públic. És el cas d'un vídeo d'Instagram gravat per un jugador de futbol que s'emet al telenotícies com a notícia en si (veure Annexos).

Figura 12 *L'autoria del contingut de xarxes si no s'utilitza com a font*

L'autoria del contingut de xarxes si no s'utilitza com a font
67 respostes



Font: elaboració pròpia

Figura 13 Exemple de contingut de xarxes que no s'utilitza com a font



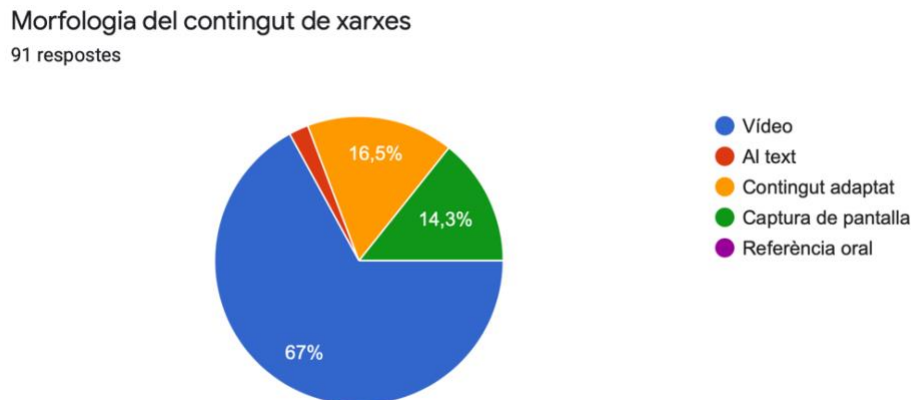
Font: elaboració pròpia

L'autor és un personatge no públic (veure Annexos, unitat d'anàlisi 14).

5.8. El vídeo: el recurs més utilitzat per a emetre contingut de xarxes

Si ens centrem a analitzar la morfologia del contingut de xarxes, podem comprovar la forma en la qual apareix als telenotícies el contingut de xarxes:

Figura 14 Morfologia del contingut de xarxes



Font: elaboració pròpia

En primer lloc, hem observat que més de la meitat de les unitats d'anàlisi que formen part d'aquest estudi, apareixen als telenotícies en forma de vídeo. Estem parlant de seixanta-una peces que es tradueix amb un 67% del contingut. Aquest predomini del vídeo pot tenir diversos motius: per una banda, hem de ser conscients que estem analitzant telenotícies i, per tant, és molt fàcil que el contingut que més es faci servir sigui audiovisual (en aquest cas vídeo). Per altra banda, cal destacar que el contingut que apareix a l'espai dedicat a la informació meteorològica és generalment un vídeo i, tenint en compte que aquest tipus de contingut és el que més apareix tal com hem vist a la Figura 7, no ens ha de sorprendre veure com la manera més habitual de presentar al telenotícies contingut de xarxes sigui en forma de vídeo. Tot i que si deixem de banda les unitats d'anàlisi que pertanyen a la informació meteorològica o als esports també predomina el contingut en forma de vídeo.

En segon lloc, trobem que un 16,5% de les unitats d'anàlisi, és a dir, quinze, fan la seva aparició al telenotícies en forma de contingut adaptat. Són unes plantilles que fan servir els telenotícies de TVE1, TV3 i Antena 3 per a publicar contingut que prové de xarxes. Parlem de plantilles pròpies de cada canal de televisió i que, per tant, no comparteixen disseny, però que tenen una cosa en comú: a totes elles es mostra clarament que estem parlant d'un contingut que prové de xarxes.

Per exemple, a TVE1, el contingut adaptat el presenten amb un fons blau obscur i el contingut de xarxes (que generalment sol ser un tweet) destacat al centre de la imatge. A més a més, apareix l'usuari de l'autor del contingut i la seva foto de perfil:

Figura 15 Exemple de contingut adaptat a TVE1



Font: elaboració pròpia

Aquest és un exemple de la plantilla que fa servir TVE1. Com es pot observar, apareix el contingut del tweet al centre de la imatge junt amb la data de publicació, l'usuari i la foto de perfil de l'autor del contingut. I, sobretot, el fet que ens ajuda a detectar que estem parlant d'un contingut de xarxes: el símbol de Twitter just a sota de l'usuari.

En el cas de TV3 podem trobar una plantilla que, tot i que és diferent de la de TVE1, té coses en comú. A la plantilla es destaca també el contingut de xarxes al centre de la pantalla, però la imatge de fons és, en aquest cas, la d'uns dispositius mòbils:

Figura 16 Exemple de contingut adaptat a TV3



Font: elaboració pròpia

A més a més, en el cas de TV3, no apareix l'usuari de l'autor del contingut, sinó el nom i el motiu pel qual és rellevant (en el cas de l'exemple es mostra el càrrec), junt amb la foto de perfil i el símbol de Twitter que ens ajuda a detectar que estem parlant d'un contingut que prové d'aquesta xarxa.

I, per últim, en el cas d'Antena 3, hem trobat una plantilla que s'utilitza a l'hora de compartir contingut de xarxes a l'espai per a la informació meteorològica:

Figura 17 Exemple de contingut adaptat a Antena3



Font: elaboració pròpia

Com podem observar a la Figura 17, el contingut de xarxes apareix al centre de la pantalla i, en aquest cas, veiem com el contingut multimèdia apareix a l'esquerra i el text que l'acompanya a la dreta. També en aquest cas, es menciona l'usuari i el nom de la persona autora d'aquest contingut.

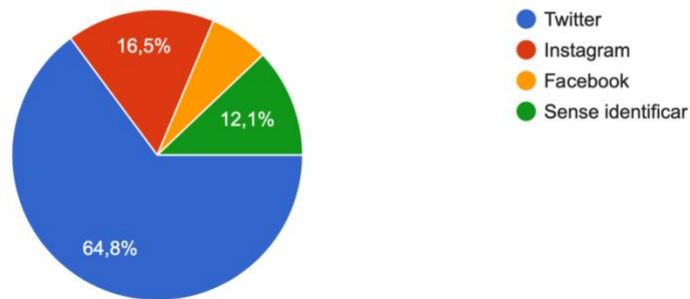
Deixant de banda la tipologia del contingut adaptat, passem al contingut que apareix en forma de captura de pantalla que comporta el 14,3% de les unitats que hem analitzat. I, per últim, trobem dues peces que podem detectar que provenen de les xarxes perquè així s'especifica al text, és a dir, apareix o bé el nom de l'usuari o l'etiqueta que s'ha fet servir a l'hora de publicar aquell contingut a les xarxes. Mentre que no hem trobat cap unitat d'anàlisi que sols es faci referència oral i on no puguem detectar que es tracta d'un contingut de xarxes per altra forma, com podria ser en forma de vídeo o de captura de pantalla, per exemple.

Per últim, ens centrem en el tipus de xarxa que més ha aparegut als telenotícies:

En primer lloc, i predominant amb un 64,8% i un total de cinquanta-nou unitats d'anàlisi, trobem Twitter. En segon lloc amb un 16,5% i un total de quinze peces Instagram, i, en tercer lloc, amb un 6,6% i sis peces Facebook. Cal destacar que un 12,1% de les unitats analitzades no hem pogut saber a quina xarxa pertanyen, però com ja hem dit, les hem comptabilitzat perquè com que no sabem la xarxa podríem estar parlant de contingut que prové d'algunes que hem analitzat (Twitter, Facebook i Instagram).

Figura 18 Identificació de la xarxa

Identificació de la xarxa
91 respostes



Font: elaboració pròpia

6. CONCLUSIONS

D'acord amb els nostres resultats i contestant a la nostra primera pregunta, podem corroborar que el contingut provinent de xarxes socials és present als telenotícies. Així ho hem pogut comprovar durant l'anàlisi dels telenotícies on el nombre de contingut que prové de xarxes és elevat, almenys durant la setmana analitzada. Estem parlant de noranta-una unitats d'anàlisi en vint-i-vuit telenotícies i, tot i que, com hem avançat a l'explicació dels resultats no apareix contingut de xarxes cada dia a cada telenotícia, el seu ús és molt recurrent.

Pel que hem observat, el contingut que prové de xarxes apareix amb diferents funcions, ja sigui com a font, com a imatge de recurs, com a complement de la peça informativa, o com a notícia en si. De fet, destaquem el cas del contingut de xarxa utilitzat a l'espai de la informació meteorològica on és molt present i fa la funció de notícia en si. A més a més, també veiem com existeix un nombre elevat d'unitats d'anàlisi que s'utilitzen com a font, és a dir, es fan servir declaracions o testimonis que s'han publicat a les xarxes socials. Aquest últim és un element rellevant, perquè posa de manifest la importància que actualment tenen les xarxes socials. Hem vist com el contingut que s'emet als telenotícies que forma part d'alguna declaració feta per un polític o partit polític, per exemple, és contingut que sols s'ha publicat a les xarxes socials, convertint-se aquestes plataformes moltes vegades en l'únic canal de pronunciació d'aquests individus.

Si donem resposta a la segona pregunta de recerca, podem dir que el contingut de xarxes que s'emet als telenotícies s'utilitza de diverses maneres. Tot i que sí que té un punt en comú: és un contingut amb una autoria ben clara. Almenys durant la setmana que hem analitzat, ja que més de la meitat de les unitats d'anàlisi que hem trobat als telenotícies estudiats apareixen a la pantalla amb el nom o usuari de l'autor o autors del contingut de xarxa. És a dir, el contingut apareix de diferents maneres, o bé a la pantalla, o bé es fa referència al text, però s'anomena l'autor o autora del contingut sigui o no un personatge públic.

En conclusió, veiem que el contingut de xarxes obté diverses funcions, ja que hem trobat contingut que s'utilitza com a font, com a element complementari de la notícia o com a notícia en si. A més a més, hem pogut comprovar que aquest contingut de xarxes apareix de forma variada als telenotícies. Tot i que predomina aquell en forma de vídeo, també hem vist que apareix en forma de captura de pantalla o de manera adaptada.

Centrant-nos en la tercera pregunta de recerca, podem afirmar que Twitter i Instagram són les dues xarxes socials més presents als informatius televisius analitzats. Com ja hem anat avançant, el nombre d'unitats d'anàlisi trobades és elevat. Del total de les unitats trobades, més de la meitat s'han publicat originàriament a Twitter i més del 15% s'ha publicat a Instagram enfront del poc més del 5% a Facebook. A diferència dels estudis nomenats al Marc Teòric on Facebook era la plataforma més utilitzada pels periodistes junt amb Twitter, hem pogut comprovar com Instagram s'ha consolidat com la segona xarxa social més utilitzada relegant Facebook a un irrellevant tercer lloc. Tot i la poca aparició de Facebook a la nostra anàlisi, podem dir que les tres xarxes socials que nosaltres hem volgut analitzar són les que més apareixen als telenotícies. I, a diferència dels estudis exposats al Marc Teòric, Instagram és cada vegada més present. Ara bé, cal dir que també hem trobat elements provinents d'altres xarxes que no formen part de la nostra anàlisi, com un vídeo que prové de Tik Tok i imatges de recurs de la xarxa de missatgeria Whatsapp, però podem afirmar que la seva aparició és molt poc usual enfront del nombre d'aparicions de Twitter, Instagram i Facebook.

Per a contestar a la quarta pregunta, diem que el contingut de xarxes provinent de perfils institucionals no és el més utilitzat als telenotícies. Per una banda, si ens centrem en l'autoria d'aquelles unitats d'anàlisi que nosaltres hem detectat que s'utilitzen com a font, veiem com predomina el contingut publicat per un polític (41,7%), mentre que el contingut publicat per fonts institucionals se situa en segon lloc (16,7%). Per altra banda, si ens centrem en l'autoria d'aquelles unitats d'anàlisi que nosaltres hem detectat que tenen funció d'element complementari de la notícia o de notícia en si, veiem com el contingut publicat per personatges públics és el més utilitzat

(69,7%) seguit pel contingut que prové d'una font anònima (27,3%). Per tant, com hem pogut veure a les figures 10 i 12, el contingut de xarxes que prové de fonts institucionals no és el més utilitzat ni quan el contingut s'utilitza com a font, ni quan és un element complementari de la notícia, ni quan és una notícia en si.

Amb el cas de la informació meteorològica responem a la cinquena i sisena pregunta de recerca. Dintre d'aquesta secció que predomina per sobre de les altres pel que fa al nombre d'unitats d'anàlisi trobades, hi ha un espai específic per a l'emissió del contingut de xarxes. A TV3 i a Antena 3 trobem els casos més descriptius. A TV3 hi ha una secció dedicada al contingut de xarxes que es va intercalant amb la previsió meteorològica, mentre que a Antena 3, les unitats d'anàlisi trobades s'emeten al final de la secció.

Ho hem dit des de l'exposició dels resultats i és que amb aquest estudi hem pogut comprovar la quantitat de contingut generat a les xarxes que s'utilitza durant l'espai dedicat a la informació meteorològica. Concretament parlem del cas de TV3 on tots els dies analitzats, menys el dissabte 1 de maig, han inclòs a l'escalaleta d'El Temps imatges i vídeos publicats a les xarxes. Parlem d'un contingut que nosaltres hem detectat que fa la funció de notícia en si i que es va intercalant amb la previsió meteorològica. Un contingut que apareix a la pantalla amb el nom i cognom de l'autor, la procedència geogràfica des d'on està gravat el contingut i l'etiqueta #ElTempsTV3 junt amb la icona de Twitter que ajuda al teleespectador a identificar que es tracta d'un contingut publicat a Twitter. El cas de TV3 és el més clar perquè, com hem dit, apareix sis dels set dies analitzats, però també podem veure com els últims minuts de l'espai d'El Temps d'Antena 3 dels caps de setmana,

s'utilitzen per a compartir fotografies fetes per usuaris de Twitter des de diferents indrets d'Espanya. A Antena 3, a diferència de TV3, no apareix el nom complet de l'autor sinó l'usuari que fa servir a Twitter. En aquest cas, parlem d'un contingut que es mostra junt amb el contingut escrit del tweet i que sabem que prové de xarxes perquè apareix l'usuari i perquè just a sobre del tweet es pot identificar la icona de Twitter amb un rètol que diu "Segueix-nos a Twitter". A diferència de TV3, el contingut de xarxes s'identifica no per una etiqueta en concret, sinó perquè els usuaris comparteixen el contingut i mencionen a la presentadora. Per tant, mentre que a TV3 s'escull aquell contingut que es publica a Twitter amb l'etiqueta #ElTempsTV3, els caps de setmana a Antena 3 es publica aquell contingut on s'ha fet menció a la presentadora.

Cal mencionar també el cas de TVE1 que, tot i que no fa servir contingut de xarxes al seu espai dedicat a la informació meteorològica, sí que apreciem un canvi de tendència durant el cap de setmana (com a Antena 3) sols que a TVE1 és la presentadora del telenotícies, i no el presentador d'El Temps, la que mostra el contingut de xarxes a manera d'introducció del que es podrà veure després a l'espai d'El Temps, tot i que després no es torna a repetir el contingut de xarxes. Podem detectar que a TVE1 no és molt habitual compartir aquell contingut de xarxes a l'espai d'El Temps, de fet, sols apareix el dissabte 1 de maig el dia que menys dura el telenotícies en comparació als dels altres dies segurament per l'emissió d'"Informe Semanal". A Tele 5, en canvi, no hem trobat cap contingut generat a les xarxes durant l'emissió de l'espai de la informació meteorològica.

Ara bé, cal dir que tots els canals de televisió analitzats mostren durant l'espai dedicat a la previsió d'El Temps imatges fetes per individus arreu del territori. Aquestes imatges apareixen en pantalla amb la seva localització i el nom de l'autor, però durant l'emissió d'aquest contingut no s'especifica de cap manera que provingui de xarxes. Per tant, com sí que hem observat, quan un

contingut prové de xarxes s'especifica, i és per això que aquestes imatges on sols apareix l'autor i la localització no les hem analitzat, perquè hem entès que han arribat a la redacció d'una altra manera, com podria ser per correu electrònic, per exemple.

En definitiva, l'espai per a la informació meteorològica és un espai on es comparteix de manera habitual contingut que prové de les xarxes, de fet, com hem pogut comprovar, és la secció que acumula el 50,5% de les unitats d'anàlisi trobades.

En conclusió, podem dir que hem observat com durant l'emissió de la informació meteorològica es comparteix contingut de xarxes i que en el cas de TV3 és un contingut que apareix quasi cada dia. Un contingut que, en el cas de TV3, ajuda a il·lustrar el temps que ha fet aquell dia a Catalunya, i que mostra contingut curios en relació amb la meteorologia, com la foto de la superlluna d'abril o els vídeos de les formigues alades (veure Annexos), i que a Antena 3 ajuda a il·lustrar el temps que ha fet a Espanya.

Seguidament, passem a verificar o tombar les tres hipòtesis plantejades a l'inici del nostre estudi:

Parlant de la primera hipòtesi, podem dir que el nostre plantejament inicial era totalment erroni. Tot i que teníem la certesa de què les emissores de televisió privades utilitzarien més contingut de xarxes que les públiques, hem comprovat que, almenys durant la setmana analitzada, no és així. De mitjana, apareix molt més contingut provinent de xarxes a TVE1 i a TV3 que a Antena 3 i a Tele 5 i la diferència és molt clara. Parlem que un 72,5% de les unitats d'anàlisi trobades formaven part de peces informatives emeses als telenotícies de canals públics. Una diferència més que

notable que podria respondre a la duració del telenotícies. Com hem pogut comprovar, les quatre emissores analitzades compten amb uns 50 - 60 minuts de la seva escaleta televisiva per al telenotícies, però si deixem de banda la publicitat, a TVE1 i a TV3 la duració de les peces informatives i, per tant, del contingut informatiu és més elevada que a Antena 3 o Tele 5.

En tenir més espai per als telenotícies, es poden emetre més peces informatives, de fet, veiem com TVE1 i TV3 compten amb espais dintre del mateix telenotícies dedicats a reportatges o bé culturals, o bé econòmics o de societat. És el cas de la peça informativa que s'emet a TVE1 just després de la informació esportiva i abans de la informació meteorològica. Sol ser una peça informativa dedicada a l'agenda cultural. I a TV3 trobem "La Contraportada" també dedicada a l'agenda cultural i social. El fet que els telenotícies de les emissores privades que hem analitzat comptin amb un espai per a la informació més breu i, per tant, amb peces informatives més curtes podria ser, per tant, un dels causants de què les emissores públiques utilitzin més contingut provinent de xarxes als seus telenotícies, perquè són peces més elaborades i més llargues on té més cabuda el contingut de xarxes.

Seguint amb la segona hipòtesi, també hem de dir que el plantejament inicial no era el correcte. Perquè, tot i que en un primer moment podríem pensar que el contingut de xarxes que s'emet als telenotícies prové exclusivament de perfils oficials, no és així. De fet, com ja hem pogut veure durant l'anàlisi dels resultats, predomina aquell contingut generat per personatges no públics, perquè aquest contingut és el que apareix durant l'espai dedicat a la informació meteorològica i, com ja hem pogut comprovar, aquest és un espai on hem trobat moltes de les nostres unitats d'anàlisi. Per tant, com hem pogut veure a la figura 10, si ens centrem en aquell contingut de xarxes que s'utilitza als telenotícies com a font, veiem que no tot el contingut prové de perfils oficials, ja

que un 12,5% del total de les unitats d'anàlisi trobades tenen funció de font de testimoni i no necessàriament provenen de perfils oficials. I, si ens centrem en aquell contingut de xarxes que s'utilitza als telenotícies com a element complementari de la notícia o com a notícia en si (figura 12), veiem com predomina aquell contingut publicat per personatges no públics amb un 71,6%. Per tant, hem de dir que el plantejament de la segona hipòtesi presentada a l'inici de l'estudi on asseguràvem que als telenotícies sols s'utilitza contingut exclusivament provinent de perfils oficials, és totalment errònia, almenys durant la setmana analitzada.

Per últim, si donem resposta a la tercera hipòtesi plantejada, sí que podem afirmar rotundament que és certa. Més de la meitat de les unitats d'anàlisi provenen de Twitter (un 64,8%). Twitter es posiciona així com la xarxa més utilitzada durant la setmana que hem analitzat. La diferència és clara enfront del 16,5% de les unitats analitzades que provenen d'Instagram o l'11% que provenen de Facebook. Per tant, podem afirmar el que hem anat veient en altres estudis mencionats al Marc Teòric i és que Twitter és una plataforma molt recurrent per als periodistes. Pel que hem pogut comprovar amb les unitats d'anàlisi trobades, quan els telenotícies utilitzen el contingut creat pels perfils oficials com a font per a una peça informativa, parlem d'un contingut que s'ha publicat a Twitter. I no sols això, el contingut de xarxes que apareix a l'espai dedicat a la informació meteorològica que, com ja hem dit, és abundant, també prové de Twitter.

De fet, si observem una per una les unitats d'anàlisi que s'han emès en cada una de les quatre emissores de televisió que formen part de l'estudi, comprovem que Twitter és la xarxa més utilitzada i amb diferència a TV3 (amb quaranta-dues unitats d'anàlisi) i a Antena 3 (amb deu). Mentre que a Tele 5 el contingut que prové de Twitter apareix dos cops igual que el contingut creat

a Instagram, i a TVE1 predomina Instagram (amb onze unitats d'anàlisi) enfront de Twitter que se situa en segon lloc (amb cinc unitats d'anàlisi).

En definitiva, tot i que Twitter no és la plataforma més utilitzada en les quatre emissores analitzades, sí que ho és en dues d'elles (TV3 i Antena 3). A més a més, a Antena 3 Twitter comparteix el predomini amb Instagram i sols és a TVE1 quan no predomina. Així i tot, com ja hem dit, del total de les unitats d'anàlisi trobades, un nombre elevat d'elles provenen de Twitter situant aquesta plataforma com la més recurrent entre els telenotícies.

En definitiva, podem afirmar que Twitter és la plataforma social més utilitzada a l'hora de recollir informació provinent de xarxes als telenotícies durant la setmana que hem analitzat.

Finalment podem dir que després de l'anàlisi dels telenotícies, hem pogut assolir els nostres objectius.

Per una banda, hem pogut donar resposta a l'ús habitual que fan els telenotícies del contingut provinent de les xarxes socials durant la setmana analitzada en haver detectat un nombre elevat d'unitats d'anàlisi que ens ha permès fer una observació profunda i completa de cada telenotícies. I, per altra banda, el fet que el contingut que s'ha emès de xarxes hagi sigut fàcil de detectar en ser un contingut que apareix generalment amb la seva autoria i amb la descripció clara de la xarxa de la qual prové, ens ha permès donar resposta a totes les variables formulades abans de dur a terme la visualització dels telenotícies. Tot i que hem trobat unitats d'anàlisi on el contingut és anònim o no s'especifica el tipus de xarxa, aquest ha sigut un contingut minoritari i la majoria de les unitats d'anàlisi trobades les hem pogut estudiar sense problema, fet que ens ha facilitat la valoració del

tipus i la forma en la qual apareix el contingut de xarxes als telenotícies analitzats almenys durant la setmana a la qual hem dedicat el nostre estudi.

Per a concloure amb aquest estudi, podem afirmar que el contingut generat a les xarxes socials no passa desapercbut dintre de les redaccions dels telenotícies. El fet de trobar noranta-una unitats d'anàlisi sols en una setmana ens fa veure que l'ús del contingut de xarxes als telenotícies és habitual. A més a més, hem pogut veure com, a diferència del nostre plantejament inicial, les emissores públiques analitzades emeten més contingut provinent de xarxes que les privades.

Cal destacar la secció dedicada a la informació meteorològica, perquè, com hem pogut comprovar, és un espai habitual per a l'emissió del contingut de xarxes. Els casos més descriptius; els de TV3 i Antena 3. A TV3 l'ús del contingut de xarxes a l'espai per a la informació meteorològica és habitual i es pot entendre de dues maneres: per una banda, la publicació de contingut multimèdia sobre el temps que ha fet a Catalunya amb l'etiqueta #ElTempsTV3 cada dia ajuda a aquest canal de televisió a augmentar la interacció amb el seu públic a Twitter. I, per altra banda, el fet d'emetre els millors vídeos als telenotícies, crea un vincle entre el telenotícies (o el presentador o presentadora) i el teleespectador, que estarà pendent de veure si aquella foto o aquell vídeo que ha publicat amb l'etiqueta a Twitter és un dels escollits per a emetre's. A més a més, en ser una pràctica habitual, crea també una relació de compromís amb el teleespectador que sap que cada dia es mostraran vídeos diferents sobre el temps que ha fet a Catalunya. En el cas d'El Temps del cap de setmana a Antena 3, passa el mateix.

Parlem d'un contingut de xarxes que apareix de diverses maneres als telenotícies analitzats i que té diferents funcions. Hem pogut veure que quan el contingut de xarxes s'utilitza com a font, aquesta prové tant de polítics, com de partits polítics, institucions, personatges públics o és un contingut utilitzat com a font de testimoni. I, quan el contingut de xarxes fa la funció d'element complementari de la notícia o de notícia en si, prové de personatges no públics, personatges públics o és anònima. A més a més, hem pogut comprovar com el contingut analitzat apareix a la pantalla de diverses maneres, tant en forma de vídeo, com de captura de pantalla, al text o essent el contingut adaptat.

El contingut de xarxes que s'emet als telenotícies no necessàriament s'emet perquè sigui rellevant dintre de les xarxes socials, sinó tot el contrari. De fet, el que hem vist és que és un ús periodístic de les xarxes com una via més per a adquirir fonts i per a estar en continu contacte amb el teleespectador que passa a participar en alguns casos, com és en el cas de la informació meteorològica.

El món de les xarxes socials creix constantment i les informacions que es generen dintre d'aquestes plataformes es poden fer en qüestió de minuts virals sense passar per cap mena de filtre ni ser una informació totalment contrastada. En un món famèlic per una informació ràpida, feble i de poca qualitat, el periodista és aquell qui marca la diferència com a professional de la informació. És molt important que les redaccions dels telenotícies apostin per una bona formació dels seus periodistes en xarxes socials, per a poder seguir amb aquesta tendència que hem comprovat al nostre estudi i seguir fent un ús exemplar d'aquell contingut generat a les xarxes socials com a element periodístic. Els periodistes han de seguir marcant la diferència enfront de tota la

desinformació que hi ha a les xarxes i han de seguir lluitant per tenir un món ben informat a través del bon ús de la informació que es genera a aquestes plataformes.

7. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

Atresmedia Digital (2012). Informe anual y de responsabilidad corporativa.

Atresmediacorporacion.com. Recuperat de:

<https://www.atresmediacorporacion.com/a3document/2013/04/23/DOCUMENTS/00014/00014.pdf>

Barlovento Comunicación. (2021). Análisis Audiencias TV | Marzo 2021. *Barlovento*

Comunicación. Recuperat de: <https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-mensuales/analisis-audiencias-tv-marzo-2021/>

Blanco, E. (2021). La vida después del año que lo cambió todo. *Vogue España*, vol. 394, pp. 109-111.

Blasingame, D. (2018). Twitter first: Changing TV News 140 Characters at a Time. *ISOJ*.

Recuperat de: <https://isoj.org/wp-content/uploads/2018/01/Dale2011.pdf>

Campos - Freire, F., Rúas - Araújo, J., López - García, X., Martínez - Fernández, A. (2016).

Impacto de las redes sociales en el periodismo. *El Profesional De La Información*.

Recuperat de: <https://core.ac.uk/download/pdf/296530128.pdf>

Carrera, M. P., Sainz, C., Herrero, E., Limon, N. (2012). Journalism and Social Media:How Spanish Journalists Are Using Twitter. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*. Recuperat de: <https://researchportal.uc3m.es/display/act375305>

Consell de l'Audiovisual de Catalunya. (2020). Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya. Especial Coronavirus. *cac.cat*. Recuperat de: https://www.cac.cat/sites/default/files/2020-10/BIAC_Coronavirus2_rev.pdf

Consell de l'Audiovisual de Catalunya. (2021). Butlletí informatiu sobre l'audiovisual a Catalunya. *cac.cat*. Recuperat de: <https://www.cac.cat/sites/default/files/2021-02/BIAC17.pdf>

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. (2021). TV3 es manté com a televisió líder a internet a Catalunya durant 47 mesos consecutius i Catalunya Ràdio obté la seva segona millor audiència històrica. *ccma.cat*. Recuperat de: <https://www.ccma.cat/premsa/tv3-es-mante-com-a-televisio-lider-a-internet-a-catalunya-durant-47-mesos-consecutius-i-catalunya-radio-obte-la-seva-segona-millor-audiencia-historica/nota-de-premsa/3092169/>

Corporación de Radio y Televisión Española. (2021). Manual de Estilo de la Corporación RTVE. *rtve.es* Recuperat de: <http://manualdeestilo.rtve.es/directrices-para-los-profesionales-de-los-medios-interactivos/4-7-la-participacion/>

Díaz-Criado, E. (2004). Manuel Castells: la era de la información individualismo y comunalismo en el origen de la violencia del siglo XXI. *Cuadernos De Estrategia*, (124), 147-172. Recuperat de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2203829>

Fernández - Armendáriz, E. (2013). De las redes sociales al periodismo ciudadano y la ciberdemocracia. *Anduli, Revista Andaluza de Ciencias Sociales*. Recuperat de: <https://core.ac.uk/download/pdf/132456323.pdf>

Flores, J. M. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*. Recuperat de: <https://www.redalyc.org/pdf/158/15812486009.pdf>

Galeano, S. (2021). Cuáles son las redes sociales con más usuarios del mundo - *Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce*. (2021). Recuperat de: <https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-con-mas-usuarios-mundo-ranking/>

Guo, L., Volz, Y. (2019). (Re)defining Journalistic Expertise in the Digital Transformation: A Content Analysis of Job Announcements. *Journalism Practice*. Recuperat de: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2019.1588147?journalCode=rjo>
[p20](#)

Gutiérrez, M., & Solís, I. (2010). Nuevos modos de trabajo de una redacción digital integrada: el caso de los servicios informativos de TVE. *El Profesional De La Información*, 19(4), 395-403. Recuperat de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3274494>

Hermida, A. (2010). Twittering the news. The emergence of ambient journalism. Recuperat de: <https://www.jour.auth.gr/wp-content/uploads/2015/06/Hermida.pdf>

Herrero - Curiel, E. (2011). El periodismo en la era de las redes sociales. *Vivat Academia*. Recuperat de: <https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752959075.pdf>

Humanes, M. (2001). El encuadre mediático de la realidad social. Un análisis de los contenidos informativos en televisión. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 6(11). Recuperat de: <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/6072/5754>

Institut d'Estadística de Catalunya (2021). Anuari estadístic de Catalunya. Televisió. Repartiment de l'audiència. Per cadenes. *Idescat.cat*. Recuperat de: <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=774>

Manfredi, J. L. (2011). Escenarios y retos de la televisión pública en España. *Adcomunica*. Recuperat de: <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/28811>

Mediaset España (2018). Informe anual corporativo. Recuperat de: https://files.mediaset.es/file/10002/2019/03/08/5_Estado_de_informacion_no_financiera_consolidado_2018_a1ea.pdf

Mena Rodríguez, E., Hernández Mendo, A. (2000). Análisis de las diferencias comunicativas en los telediarios de las cadenas de televisión. *Psicothema*, vol. 12. Recuperat de: <https://www.redalyc.org/pdf/727/72797090.pdf>

Molina, S., Cano, F. (2013). El uso periodístico de Facebook y Twitter: un análisis comparativo de la experiencia europea. *Historia Y Comunicación Social*, 18(2), 419-433. Recuperat de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4671953>

Monclús, B. (2011). Evolución de los noticiarios en *prime time* de las cadenas generalistas españolas. Formato y contenidos. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, 237-250. Recuperat de: <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=mrTqWHvwksc%3D>

Monclús, B., Vicente, M. (2008). Analizando noticiarios televisivos: Revisión y propuesta metodológica. Dipòsit Digital de Documents de la Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperat de: https://ddd.uab.cat/pub/poncom/2008/224359/efemanintdur_a2008m1-5-5p18.pdf

Moon, S., Hadley, P. (2014). Routinizing a New Technology in the Newsroom: Twitter as a News Source in Mainstream Media. *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*. Recuperat de: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08838151.2014.906435>

Muñoz, P., Meana, S., Sáez, S. (2014). Cinco años de experiencia digital en los Servicios Informativos de TVE: una nueva gestión de contenidos. *Dialnet*. Recuperat de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4589377>

Oriella PR Network (2012). The influence game: How news is sourced and managed today. *Journalismdegree.org*. Recuperat de: <http://journalismdegree.org/wp-content/uploads/2013/01/Oriella-Digital-Journalism-Study-2012-Final-US-copy.pdf>

Redondo, M. (2007). Un análisis de contenido dual. Propuesta metodológica para el estudio de Internet como fuente. *Empiria. Revista De Metodología De Ciencias Sociales*, 0(13), 35. <https://doi.org/10.5944/empiria.13.2007.1158>

Reina, M., Navarro, C., Muñoz, N., Gumiel, P., & Paz, E. (2018). TV news and social audience in Europe (EU5): On-screen and Twitter Strategies. *Observatorio (OBS*)*, 12(4), 107-124. Recuperat de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6699927>

Rosa Alba Roig (TV3): 'Twitter és la xarxa periodística per excel·lència' - . (2021). *escacc.cat*. Recuperat de: <http://www.escacc.cat/ca/contingut/rosa-alba-roig-tv3-twitter-es-la-xarxa-periodistica-per-excel-lencia-3828.html>

Rost, A. (2011). Las TICs en el trabajo y la educación, dos enfoques. Periodismo y redes sociales: por qué y para qué. Jornadas Patagónicas de estudios sociales sobre Internet y tecnologías de la comunicación. *Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco*. Recuperat de: <https://tecnologiaycultura.com.ar/actas2011/doc/rost.pdf>

Rutiña, C. (2013). Elaboración y emisión simultáneas. La inmediatez en el nuevo guión audiovisual informativo de la era digital. *Textual & Visual Media: Revista De La Sociedad Española De Periodística*, (6), 197-214. Recuperat de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6505463>

Salaverría-Aliaga, R., García-Avilés, J., & Masip, P. (2010). Concepto de convergencia periodística. Recuperat de: <https://dadun.unav.edu/handle/10171/23730>

Salaverría, R., García, J.A. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Blanquerna School of Communication and International Relations*, 2008, Num. 23, pp. 31-47. Recuperat de: <https://www.raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/118910>

Segado - Bof, F. (2020). Research on social media and journalism (2003-2017): a bibliometric and content review. *Transinformação*, 32. <https://doi.org/10.1590/1678-9865202032e180096>

Sierra Morales, M. (2019). *Audiència social, Twitter i informació televisiva: anàlisi dels programes d'informació matinals de la TDT generalista espanyola*. Universitat Autònoma de Barcelona.

Varona, D., Sánchez-Muñoz, G. (2016). Las redes sociales como fuentes de información periodística: motivos para la desconfianza entre los periodistas españoles. *El Profesional De La Información*, 25(5), 795. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.sep.10>

8. ANNEXOS

Les unitats d'anàlisi

Descripció i justificació de cada unitat d'anàlisi. Cal especificar que el minut assenyalat és el del primer moment que apareix el contingut analitzat al telenotícies.

UNITAT D'ANÀLISI 1

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dilluns 26 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Els guardonats dels Oscars d'aquesta edició. Vídeo de l'actor Anthony Hopkins donant les gràcies per haver guanyat un Oscar.

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica.

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Estats Units, Amèrica del Nord.

SECCIÓ: Cultura.

ACTUALITAT: Notícia escaletada.

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font.

LA XARXA COM A FONT: Personatge públic.

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Vídeo

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Instagram

MINUT: 2:36

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

A la crònica feta al telenotícies sobre els guanyadors de la passada nit a la gala dels Oscars, apareix un vídeo de l'actor Anthony Hopkins, que ha rebut l'Oscar a millor actor, publicat al seu compte d'Instagram. Aquest vídeo que prové de les xarxes socials es publica tant als titulars com a la crònica, per tant, estem parlant d'un contingut que es destaca al telenotícies en ser emès dos cops. Tenint en compte que estem parlant de l'endemà dels Oscars i que és el telenotícies vespre, la notícia en la qual forma part el vídeo provinent de xarxes, no és d'última hora, sinó que apareix a l'escaleta del telenotícies. Per tant, el vídeo de l'actor Anthony Hopkins és utilitzat com a font en ser segurament les úniques declaracions que ha fet l'actor després de conèixer la notícia. Podem detectar que és un contingut que prové d'una de les tres xarxes socials analitzades molt fàcilment. No sols apareix el vídeo, sinó que es mostra la publicació sencera on es pot apreciar el compte d'Instagram de l'actor. A més a més, apareix a l'esquerra del vídeo la icona d'Instagram, fent referència al fet que és un contingut que prové de les xarxes socials.

UNITAT D'ANÀLISI 2

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dilluns 26 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. Vídeo on s'aprecien els ruixats a Vic.

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Vic, Osona, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i s'especifica el tipus de xarxa al text

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 50:55

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Vídeo gravat des d'un cotxe on es poden apreciar els ruixats des de la carretera, que pràcticament no es veu per la força amb què cau l'aigua. Parlem d'un vídeo que s'inclou dintre de l'espai dedicat al contingut que comparteixen els usuaris a Twitter amb l'etiqueta #ElTempsTV3.

Sabem que és un contingut provinent de les xarxes socials perquè al costat del vídeo apareix una imatge en petit del mapa de Catalunya on s'assenyala amb un rectangle la comarca des d'on s'ha gravat el vídeo (en aquest cas parlem de Vic) i amb l'etiqueta #ElTempsTV3 junt amb el conegut símbol de la xarxa social Twitter: un ocell. Si ens centrem en l'autoria, detectem que és el d'una persona que no és pública, ja que apareix el seu nom complet just a sota d'on es mostra l'etiqueta.

UNITAT D'ANÀLISI 3

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dilluns 26 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. Vídeo de la calamarsada que ha caigut a Cassà de la Selva.

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Cassà de la Selva, Gironès, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 50

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

En aquest cas parlem també d'un vídeo publicat durant l'espai dedicat dintre de la informació meteorològica als vídeos que comparteixen els usuaris a Twitter amb l'etiqueta #ElTempsTV3. És un vídeo que mostra la calamarsada que ha caigut a Cassà de la Selva, al Gironès.

Aquest contingut es mostra al telenotícies en forma de vídeo i acompanyat del mapa de Catalunya en miniatura assenyalant el lloc des d'on s'envia el vídeo (en aquest cas des de Cassà de la Selva), el nom de l'autor del vídeo (que no és un personatge públic) i l'etiqueta #ElTempsTV3 amb el símbol de Twitter que ens indica que aquest contingut prové de la xarxa social Twitter.

UNITAT D'ANÀLISI 4

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dilluns 26 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Vídeo que mostra les conseqüències de ploure fang.

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Gavà, Baix Llobregat, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: En forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 52

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Seguint amb els vídeos publicats per usuaris de Twitter sobre les conseqüències del temporal, trobem aquest on es pot veure que ha plogut fang a Gavà. Forma part dels efectes del temporal “Lola”.

Parlem d’un contingut que s’utilitza com a notícia en si perquè forma part de l’espai diari dedicat al contingut publicat pels usuaris a Twitter. De fet sabem que prové de Twitter perquè apareix el mapa en petit de Catalunya assenyalant el lloc des d’on arriba (Gavà), amb l’etiqueta d’#ElTempsTV3 i el nom de l’usuari que l’ha publicat, que no és un personatge públic.

UNITAT D’ANÀLISI 5

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D’EMISSIÓ: Dilluns 26 d’abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Vídeo d’una tempesta a Banyoles.

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Banyoles, Pla de L’Estany, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 53

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Vídeo emès durant l'espai dedicat a la informació meteorològica que ajuda a il·lustrar les conseqüències del temporal a Catalunya. Parlem d'un vídeo de Banyoles que ha publicat un usuari amb l'etiqueta #ElTempsTV3 requisit que ha fet possible la seva publicació al telenotícies.

UNITAT D'ANÀLISI 6

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dilluns 26 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Vídeo dels núvols a Sabadell.

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Sabadell, Vallès Occidental, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: En forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 55

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Vídeo on es poden apreciar uns núvols inusuals formats a conseqüència del temporal a Sabadell.

Sabem que és un contingut que prové de les xarxes socials perquè així s'especifica a la pantalla del telenotícies amb l'etiqueta #ElTempsTV3.

UNITAT D'ANÀLISI 7

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dilluns 26 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Vídeo on s'aprecien uns núvols inusuals que es formen a causa del canvi climàtic.

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Vallès Oriental, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3.

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 56

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Vídeo que apareix a la secció d'El Temps on es pot apreciar la formació d'uns núvols poc usuals que es formen a conseqüència del canvi climàtic. Aquest vídeo està fet des del Vallès Oriental i publicat a Twitter per un usuari amb l'etiqueta #ElTempsTV3.

Parlem d'un vídeo que té la funció de notícia en si perquè apareix junt amb altres vídeos emesos al telenotícies en ser vídeos que han pujat usuaris a Twitter des de diversos punts de Catalunya i que ajuden a il·lustrar el temps que ha fet durant el dia.

UNITAT D'ANÀLISI 8

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dilluns 26 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. Vídeo dels núvols a Mollet del Vallès

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Vallès Oriental, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXA: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 56

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Seguint amb vídeos sobre els núvols que apareixen a conseqüència del canvi climàtic, trobem aquest publicat per un usuari amb l'etiqueta #ElTempsTV3 a Twitter. Forma part d'una sèrie de vídeos que es mostren a l'espai per a la informació meteorològica intercalant-los amb la previsió del temps.

UNITAT D'ANÀLISI 9

CANAL: Tele5

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dilluns 26 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: La ministra Reyes Maroto rep una amenaça en forma de navalla ensangonada. Tweet de VOX denunciant les amenaces.

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Madrid

SECCIÓ: Succés

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Partit polític

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Captura de pantalla

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 16

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Dintre de la crònica on s'informa de l'amenaça que ha rebut la ministra d'Indústria, Comerç i Turisme, Reyes Maroto, apareix una captura de pantalla d'un tweet publicat pel partit polític VOX denunciant públicament l'amenaça que ha rebut la ministra en forma de navalla aparentment ensangonada.

Aquest tweet s'utilitza durant la crònica televisiva que comença amb un stand up fet davant del Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme on el periodista explica l'última hora dels fets. Segueix amb un resum des del moment en què s'ha fet pública la notícia a través de la vicesecretaria general del PSOE, Adriana Lastra, passant per les declaracions de la ministra amb la denúncia presentada en la mà i amb les declaracions dels principals dirigents polítics on s'afegeix el tweet de Vox. Les declaracions del partit polític VOX apareixen, per tant, en forma de tweet, mentre que les del Partit Popular, Podemos i PSOE ho fan en forma de vídeo i el contingut no prové de xarxes. És per això que parlem que en aquest cas el contingut que prové de les xarxes s'utilitza com a font i és una font d'un partit polític. A més a més, a banda d'aparèixer la captura de pantalla del tweet de VOX, el presentador també fa referència en “veu en off” de què es tracta d'un contingut generat a les xarxes socials.

Cal destacar que, tot i que és una notícia que afecta una ministra i el contingut de xarxes prové d'un partit polític, hem decidit que parlem d'un succés, perquè el punt principal és l'amenaça que ha patit la ministra, no és una notícia que es dediqui a analitzar o a informar de la campanya electoral per les eleccions de Madrid, per exemple. I tot i que té un pes molt important la política, l'element principal és el succés, l'amenaça en forma de navalla ensangonada que li ha arribat a Reyes Montero.

UNITAT D'ANÀLISI 10

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimarts 27 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Les conseqüències de la covid - 19 que pateix la soprano Ainhoa Arteta. Vídeo de la protagonista en cadira de rodes.

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Espanya

SECCIÓ: Notícia referent a la salut

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Personatge públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i es fa referència oral

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Instagram

MINUT: 46:34

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Dintre de la notícia sobre les conseqüències de la covid-19 que pateix la soprano Ainhoa Arteta, apareix un vídeo publicat per la protagonista al seu perfil d'Instagram on es pot apreciar que va amb cadira de rodes.

L'artista intenta conscienciar així dels efectes secundaris que pot deixar la Covid-19 que en el seu cas ha sigut la dificultat per a caminar.

El contingut, que és publicat a les xarxes per la mateixa Arteta, apareix com a font, ja que la notícia és que Ainhoa Arteta s'ha quedat en cadira de rodes a conseqüència de la Covid - 19 i amb aquest vídeo es recullen les declaracions de la protagonista. Parlem d'una font de personatge públic en ser la soprano una persona coneguda.

Tot i que és un vídeo en vertical, que ens pot donar una pista de què es tracta d'un contingut propi de les xarxes socials, sabem que prové d'Instagram perquè així ho especifica la presentadora en "veu en off".

UNITAT D'ANÀLISI 11

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimarts 27 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Polèmica per la no vacunació de les forces de seguretat de l'Estat destinades a Catalunya. Tweet de Carles Puigdemont.

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Waterloo, Bèlgica

SECCIÓ: Política

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Polític

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Captura de pantalla

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 7:05

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Durant la crònica televisiva on s'exposa la polèmica que ha generat la resolució del Tribunal Superior de Justícia de Catalunya dintre del govern de la Generalitat, i l'obligació de vacunar els policies i guàrdies civils per aparent discriminació, apareix una captura de pantalla d'un tweet publicat per Carles Puigdemont. Es tracta d'un tweet on Puigdemont es mostra molest per aquesta resolució.

Aquest tweet, per tant, es mostra a la crònica televisiva que recull diversos testimonis, tant dels denunciants (Policia Nacional i Guàrdia Civil), com del secretari de Salut Pública, Carles Argimon, com del mateix Puigdemont a través del tweet. Parlem d'un contingut que es tracta com a font, en aquest cas una font que pertany a un polític. Hem volgut catalogar aquesta notícia en la secció de política, ja que és un conflicte que, tot i ser relatiu a la salut perquè estem parlant de vacunació, se centra en el conflicte que ha generat entre el govern d'Espanya i el de Catalunya. Sabem que és un contingut que ve de Twitter per la captura de pantalla on es pot apreciar perfectament que es tracta d'un tweet.

UNITAT D'ANÀLISI 12

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: dimarts 27 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Polèmica per les poques dosis administrades a les forces de seguretat de l'estat. Tweet de Jordi Canyas criticant les declaracions de Carles Puigdemont.

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Catalunya

SECCIÓ: Política

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Polític

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: CONTINGUT ADAPTAT

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 7:15

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Seguint amb la crònica sobre la polèmica amb l'administració de poques dosis als policies nacionals i guàrdies civils, apareix, just després del tweet de Carles Puigdemont, un publicat pel diputat europeu per Ciutadans, Jordi Canyas. L'eurodiputat critica el tweet publicat per Puigdemont on l'ex president mostra el seu desacord per la sentència del TSJC que obliga a la

Generalitat de Catalunya a vacunar immediatament les forces de seguretat de l'estat destinades a Catalunya.

El tweet de Canyas, que, com hem dit apareix al telenotícies just després del de Puigdemont, també s'utilitza com a font. És el segon contingut provinent de les xarxes i publicat per un polític que apareix a la crònica televisiva. La morfologia del tweet és diferent a la del tweet que es mostra de Carles Puigdemont. En el cas del tweet publicat per Jordi Canyas veiem com no és estrictament una captura de pantalla, sinó que més bé estem parlant d'un contingut adaptat.

UNITAT D'ANÀLISI 13

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimarts 27 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. Vídeo que mostra la mala mar a l'Alt Empordà.

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Alt Empordà, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 51:35

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Dintre de la informació meteorològica trobem diversos vídeos que prèviament s'han publicat a Twitter amb l'etiqueta #ElTempsTV3 i que il·lustren el temps que ha fet a Catalunya al llarg del dia. En aquest vídeo s'aprecia la mala mar que ha deixat el temporal a l'Alt Empordà.

UNITAT D'ANÀLISI 14

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimarts 27 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. Paisatge de blat a Sant Antoni de Vilamajor.

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Sant Antoni de Vilamajor, Vallès Oriental, Catalunya.

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 51:55

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Vídeo on apareix el paisatge de blat al Vallès i on es pot apreciar el temps que fa a Sant Antoni de Vilamajor en la província de Barcelona.

Parlem d'un contingut de xarxes que apareix al telenotícies intercalant-se en la previsió del temps i que podem detectar gràcies a l'aparició de l'etiqueta #ElTempsTV3.

UNITAT D'ANÀLISI 15

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimarts 27 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. Paisatge de blat a Les Franqueses del Vallès

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Vallès Oriental, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXA: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 51:55

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Vídeo on es mostra el paisatge que deixa el blat a Les Franqueses del Vallès. Aquest és un contingut que prèviament s'ha publicat a Twitter i que es recull al telenotícies perquè l'usuari autor del vídeo ha publicat el tweet amb l'etiqueta #ElTempsTV3.

UNITAT D'ANÀLISI 16

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimarts 27 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. Vídeo de formigues alades.

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Vallès Oriental, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: En forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 52:06

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Vídeo on es pot observar l'abundància de formigues alades molt usual durant aquesta època de l'any al Vallès Oriental.

Parlem d'un contingut que és notícia en si perquè forma part de l'espai dedicat al contingut que pugen els usuaris a Twitter amb l'etiqueta #ElTempsTV3 i que es va intercalant amb la previsió del temps feta pel presentador.

UNITAT D'ANÀLISI 17

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimarts 27 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. Vídeo on es mostra el paisatge d'Osona

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Osona, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3.

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 52:17

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Seguint amb el contingut de xarxes que s'emet durant la informació meteorològica ens trobem amb aquest vídeo publicat a Twitter per un usuari amb l'etiqueta #ElTempsTV3 que mostra el paisatge que ha deixat el mal temps a Osona. Sabem que ve d'aquesta plataforma perquè apareix

l'etiqueta #ElTempsTV3 junt amb el símbol de Twitter. L'autoria és d'un personatge no públic perquè, tot i que sí que apareix el nom de l'autor, aquest no pertany al de cap persona coneguda.

UNITAT D'ANÀLISI 18

CANAL: Antena3

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dimarts 27 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: L'amenaça a la ministra Reyes Maroto. Tweet del diputat Joan Inarritu ensenyant les amenaces que va rebre el passat mes de març

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Espanya

SECCIÓ: Succés

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Polític

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXA: Captura de pantalla

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 5:08

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Després de les amenaces que han rebut diversos ministres i polítics les darreres hores, el telenotícies d'Antena3 fa una crònica televisiva analitzant els fets després de l'última amenaça, ara a la ministra Reyes Maroto, on inclou una captura de pantalla d'un tweet del diputat de la formació EH BILDU Joan Inarritu. Al tweet, el diputat basc fa referència a unes amenaces que va rebre el passat mes de març i que s'assemblen a les rebudes per la ministra Maroto.

Parlem d'un contingut que prové de Twitter i que s'utilitza com a font. Una font que prové d'un polític que denuncia unes amenaces que ara estan patint membres del govern espanyol.

UNITAT D'ANÀLISI 19

CANAL: Antena3

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dimarts 27 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: La situació descontrolada amb la nova variant de la covid-19 a l'Índia. Vídeo d'un home desesperat.

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Índia, Àsia

SECCIÓ: Internacional

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a element complementari de la notícia

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb el nom de l'usuari

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Sense identificar

MINUT: 19:20

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

La nova variant que ha aparegut a l'Índia està provocant una situació de descontrol al país asiàtic. A la crònica on es mostra l'última hora de la situació al país, podem observar un vídeo on apareix un home assegut a terra visiblement desesperat. Parlem d'un vídeo que prové de les xarxes perquè, tot i que no s'especifica el tipus de xarxa, sí que apareix el nom de l'usuari autor del vídeo, fet que ens ajuda a detectar que és un contingut de xarxes. Parlem d'un personatge no públic, ja que l'autor del vídeo no és conegut, i que té com a funció complementar la notícia (en aquest cas la crònica) perquè ajuda a entendre la situació límit que està patint l'Índia, però la notícia no és el vídeo en si, sinó la situació al país.

UNITAT D'ANÀLISI 20

CANAL: Tele5

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dimarts 27 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: La crisi social que provoca la pandèmia. Imatge d'un "rider" de l'empresa Glovo fent cua a un menjador social

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Barcelona, Catalunya

SECCIÓ: Notícia referent a la salut

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a element complementari de la notícia

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Al text

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 21:57

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

La pandèmia ha suposat una crisi per a moltes persones que s'han quedat sense recursos. És el cas d'un treballador de l'empresa Glovo, coneguts com a "riders" que ha sigut fotografiat fent cua a un menjador social a la parròquia de Santa Anna, a Barcelona.

Aquesta fotografia que sabem que prové de xarxes perquè apareix l'usuari de l'autor de la imatge, ajuda a complementar la notícia sobre la situació que estan patint moltes persones a causa de la crisi provocada per la covid-19. Ara bé, l'espectador no pot saber a quina xarxa s'ha publicat la imatge perquè al telenotícies no s'especifica.

UNITAT D'ANÀLISI 21

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimecres 28 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Dos periodistes espanyols assassinats a Burkina Faso.

Tweet del grup terrorista que s'atribueix l'assassinat.

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Burkina Faso, Àfrica

SECCIÓ: Succés

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: De testimoni

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Captura de pantalla

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 20:41

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Dos periodistes espanyols i un ciutadà irlandès assassinats a Burkina Faso. TVE1 afegeix a la crònica dels fets un tweet publicat per un compte d'un suposat grup terrorista que s'hauria atribuït l'assassinat. El tweet conté imatges de les motos en les que suposadament viatjaven els dos

periodistes espanyols i el seu acompanyant irlandès, i les seves pertinences entre les quals es pot veure el dron que haurien portat per a gravar unes imatges del reportatge que estaven gravant.

Parlem, per tant, d'un succés, que forma part de l'escala del telenotícies perquè, tot i ser una notícia que s'ha conegut poques hores abans de l'emissió, no estem parlant d'una notícia que s'ha fet pública minuts abans o durant el telenotícies on sí que seria d'última hora.

El tweet s'utilitza com a font de testimoni, perquè estem parlant dels suposats autors de l'assassinat que relaten el que han fet (matar, segons posa al tweet, dos alemanys i un irlandès) i tot apunta a que es refereixen als dos periodistes espanyols i l'acompanyant membre d'una ONG irlandès. Per tant, com relaten el que han fet i són testimonis directes del que ha passat en ser els autors de l'assassinat, parlem d'un contingut que s'utilitza com a font de testimoni.

Per últim, cal destacar que el contingut de xarxes apareix al telenotícies en forma de captura de pantalla, on es pot observar tot el contingut del tweet (amb les imatges).

UNITAT D'ANÀLISI 22

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimecres 28 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Apple i Facebook en conflicte per la privacitat dels seus usuaris. Pantalla d'inici d'Instagram.

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Espanya

SECCIÓ: Tecnologia

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a element complementari de la notícia

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Vídeo

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Instagram

MINUT: 34:47

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Apple i Facebook en conflicte per la publicitat i la privacitat dels seus usuaris. El gegant Apple amb la seva última actualització dona l'opció als seus usuaris de desactivar el servei de rastreig i així evitar la publicitat personalitzada i la creació d'un perfil segons les preferències de l'usuari. Aquesta opció ha provocat el desacord de diverses empreses perquè suposa la pèrdua de part dels seus guanys. Entre elles es troba Facebook que acusa Apple de trencar les regles anti monopoli.

El contingut que hem detectat que prové de xarxes és un vídeo on es veu a una usuària mirar la seva pantalla d'inici d'Instagram on es pot apreciar una publicació publicitària.

Parlem, per tant, d'un contingut que s'utilitza com a element complementari de la notícia perquè aquest vídeo ajuda a visualitzar el que s'està explicant: el perfil d'usuari que creen les aplicacions i que provoca l'aparició de publicitat personalitzada. En aquest cas, veiem a una dona de mitjana edat on a la seva pantalla d'inici d'Instagram apareix una publicitat sobre mobles de la llar.

Parlem d'una crònica perquè no sols s'exposen els fets, sinó que es recullen declaracions d'experts en privacitat i noves tecnologies i experts en l'empresa Apple.

Tot i que sí podem detectar la xarxa fàcilment, no podem saber d'on prové el contingut de xarxes, sols que prové d'Espanya perquè es veu que l'aplicació està en castellà. I, pel que fa a l'autoria, no podem saber de qui es tracta, perquè no apareix el nom de la persona que està mirant la seva pantalla d'inici d'Instagram, però hem decidit que no és autoria anònima, sinó el d'una persona no pública, perquè encara que no aparegui el nom, sí que es veu a la persona.

UNITAT D'ANÀLISI 23

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimecres 28 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Apple i Facebook en conflicte per la privacitat dels seus usuaris. Pantalla d'inici de Facebook.

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Desconeguda

SECCIÓ: Tecnologia

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a element complementari de la notícia

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Vídeo

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Facebook

MINUT: 34:52

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

La nova actualització d'Apple dona l'opció als seus usuaris de desactivar el servei de rastreig i així evitar la publicació personalitzada i el negoci amb les seves dades, fet que ha despertat un gran desacord en algunes empreses, entre elles Facebook, que domina la publicitat en línia.

El contingut que hem detectat que prové de xarxes és la pantalla d'inici de Facebook d'un usuari que, ajuda a complementar la notícia. En aquest cas diem que la procedència geogràfica és desconeguda perquè no podem detectar de quin país prové el contingut. Tampoc podem saber l'autoria del contingut perquè no s'especifica enlloc. El que sí que podem saber, per tant, és que es tracta d'un contingut que prové de Facebook.

UNITAT D'ANÀLISI 24

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimecres 28 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Apple i Facebook en conflicte per la privacitat dels seus usuaris. Vídeo de la pantalla d'inici de Facebook.

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Desconeguda

SECCIÓ: Tecnologia

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a element complementari de la notícia

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Vídeo

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Facebook

MINUT: 34:55

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Apple i Facebook entren en conflicte per la privacitat dels seus usuaris. El gegant Apple dona l'opció als seus usuaris amb la seva última actualització de decidir si volen ser rastrejats o no per les aplicacions que descarreguen. Diverses empreses, entre elles Facebook s'han mostrat en desacord.

Aquest és el tercer contingut que prové de xarxes que hem detectat a aquesta crònica i que també serveix per a complementar la notícia. Es tracta d'un vídeo on es pot observar la pantalla d'inici de Facebook d'un usuari desconegut. Parlem d'autoria anònima perquè no es pot detectar qui genera el contingut, i de procedència desconeguda, perquè tampoc s'especifica.

UNITAT D'ANÀLISI 25

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimecres 28 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Mauro Morandi el “Robinson italià” abandona l’illa on ha viscut ell sol durant 32 anys. Perfil de Facebook de Morandi on publica imatges de l’illa.

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Sardenya, Itàlia

SECCIÓ: Internacional

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Personatge públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Captura de pantalla

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Facebook

MINUT: 38:42

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Mauro Morandi, conegut a Itàlia com el “Robinson italià” cedeix a les pressions del govern i abandona l’illa on ha estat vivint ell sol durant 32 anys.

El contingut que analitzem és una captura de pantalla de les imatges fetes de l’illa i que publica Morandi al seu perfil de Facebook que compta amb més de 30.000 seguidors. Parlem d’un contingut que s'utilitza per a complementar la notícia perquè, tot i que són imatges fetes pel protagonista, és una captura de pantalla que ajuda a veure la vida que porta Mauro Morandi a l’illa que ara abandona. Hem decidit anomenar l’autoria d’aquest contingut com la d’un personatge públic en ser Morandi una persona coneguda a tot el món.

UNITAT D'ANÀLISI 26

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimecres 28 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Mauro Morandi, el “Robinson italià” obligat a abandonar l'illa on viu sol des de fa 32 anys. Vídeo on Morandi explica la situació.

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Sardenya, Itàlia

SECCIÓ: Internacional

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: De testimoni

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo. Referència oral

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Facebook

MINUT: 39:25

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Mauro Morandi, conegut com el “Robinson italià” abandona l'illa deserta on ha estat vivint 32 anys i cedeix així a les pressions del govern italià.

El contingut analitzat és un vídeo publicat pel protagonista a Facebook, segons podem saber perquè la presentadora fa referència oral en “veu en off”, on explica la situació. En aquest cas, hem decidit que el contingut s'utilitza com a font, en ser les úniques declaracions fetes per Morandi després de conèixer la seva decisió les que fa amb aquest vídeo. Una font de testimoni perquè, tot i que és un personatge públic, el que fa rellevant aquest contingut de xarxes és el testimoni que ell està exposant perquè és ell el protagonista i és ell el que explica amb aquest vídeo què ha passat i perquè abandona l'illa.

UNITAT D'ANÀLISI 27

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimecres 28 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: L'associació de futbol d'Israel mostra el seu orgull per tenir una àrbitre transgènere.

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Israel, Àsia

SECCIÓ: Esports

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Institucional

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Captura de pantalla

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 51:42

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

L'associació de futbol d'Israel mostra el seu orgull a Twitter en tenir la primera àrbitra transgènere que arbitrarà un partit de futbol.

Parlem d'una crònica televisiva perquè, tot i que la notícia és que una àrbitra transgènere arbitrarà durant un partit de futbol, es recull la seva història i el seu procés de canvi a la vegada que unes declaracions de la protagonista. L'element que analitzem prové de Twitter i és una captura de pantalla de l'Associació de Futbol d'Israel mostrant el seu orgull. Parlem d'un element que es tracta com a font institucional perquè és un compte verificat de Twitter que pertany a una institució: l'Israel FA.

UNITAT D'ANÀLISI 28

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimecres 28 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El Tribunal Constitucional rebutja el recurs de Jordi Turull.

Tweet d'Andreu Van den Eynde criticant la sentència del TC.

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Catalunya

SECCIÓ: Política

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Personatge públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Contingut adaptat

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 04:56

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

El Tribunal Constitucional tomba el recurs presentat per Jordi Turull avalant així la sentència imposada a l'antic conseller.

El contingut que hem detectat que prové de xarxes és un tweet de l'advocat Andreu Van den Eynde criticant la sentència del TC i destacant els vots en contra de dos magistrats progressistes. Aquest és un contingut que apareix a la crònica on es descriu la sentència, el perquè del recurs de Turull i la negativa del Tribunal Constitucional. És un contingut que s'utilitza com a font. Una font que hem decidit catalogar com de personatge públic en ser l'advocat una persona coneguda dintre del judici del procés que ha aparegut en diverses ocasions a la televisió i que és l'advocat dels presos d'ERC. Parlem d'un contingut adaptat perquè no és estrictament una captura de pantalla. El contingut del tweet apareix de forma destacada a la pantalla amb una imatge de fons de telèfons mòbils, la icona de Twitter i el nom i foto de perfil de l'usuari.

UNITAT D'ANÀLISI 29

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimecres 28 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. Vídeo de dues orenetes que aguanten el fort vent.

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Berguedà, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: En forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 53

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

A l'espai d'El Temps apareix aquest vídeo publicat per un usuari de Twitter on es poden veure dues orenetes que aguanten sobre una branca el fort vent que bufa aquell mateix dia al Berguedà.

Parlem d'un contingut que prové de xarxes perquè així s'especifica a la pantalla del telenotícies i que forma part dels vídeos publicats a Twitter pels usuaris amb l'etiqueta #ElTempsTV3 que després es comparteixen a l'espai per a la informació meteorològica.

UNITAT D'ANÀLISI 30

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimecres 28 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. Vídeo de formigues alades a La Selva

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Selva, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: En forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 53:11

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

A l'espai d'El Temps apareix un vídeo de formigues alades a La Selva, unes formigues que comencen a aparèixer ara amb la primavera.

Aquest vídeo forma part de l'espai dedicat als vídeos que publiquen els usuaris a Twitter amb l'etiqueta #ElTempsTV3 i que s'emeten intercalant-los amb la previsió meteorològica.

UNITAT D'ANÀLISI 31

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimecres 28 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. El paisatge que deixa a un Delta les tempestes

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Montsià, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: En forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 56:12

IDENTIFICACIÓ I JUSTIFICACIÓ:

A l'espai d'El Temps apareix un vídeo on es poden apreciar les textures que deixen les tempestes a un delta on està inundat l'arròs.

Aquest també és un contingut que prové de Twitter i que s'emet al telenotícies perquè el tweet compta amb l'etiqueta #ElTempsTV3. S'emet junt amb els altres vídeos escollits del dia que provenen de Twitter sobre el temps que ha fet a Catalunya.

UNITAT D'ANÀLISI 32

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dimecres 28 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El Temps a Catalunya. Vídeo de la súper lluna d'abril

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Baix Camp, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: En forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 59:35

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Per a finalitzar l'espai d'El Temps del dimecres 28 d'abril apareix una imatge de la súper lluna que s'ha pogut veure els últims dies del mes d'abril. Aquesta imatge també forma part del contingut que publiquen cada dia els usuaris a Twitter amb l'etiqueta #ElTempsTV3.

UNITAT D'ANÀLISI 33

CANAL: ANTENA3

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dimecres 28 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Situació límit a l'Índia amb la nova variant de la covid-19.

L'ambaixada espanyola recomana als residents espanyols que tornin a Espanya

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Índia, Àsia

SECCIÓ: Notícia referent a la salut

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Institucional

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Contingut adaptat

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 04:41

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

La situació a l'Índia amb la pujada de casos i la nova variant de la covid-19 està descontrolada. A la crònica de l'última hora de la situació del país asiàtic, apareix un tweet de l'Ambaixada Espanyola a l'Índia recomanant als espanyols residents a aquesta país, que abandonin l'Índia i tornin a Espanya.

Parlem d'un tweet que es tracta com a font institucional, en ser una ambaixada, i que apareix a la pantalla en forma de contingut adaptat. És a dir, no és estrictament una captura de pantalla del tweet, sinó més aviat un tweet que s'ha adaptat on es pot apreciar d'imatge de fons el perfil de l'ambaixada espanyola a l'Índia i de manera destacada el contingut del tweet.

UNITAT D'ANÀLISI 34

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Conflicte entre l'Ajuntament de Mutxamel i la Generalitat Valenciana per la retirada del nom Avinguda d'Enric Valor. Tweet de Gemma Pasqual.

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Comunitat Valenciana

SECCIÓ : Política

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Personatge públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Captura de pantalla

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 17:43

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

La decisió de retirar el nom d'Enric Valor a una avinguda de Mutxamel ha despertat un conflicte entre l'Ajuntament de la localitat i la Generalitat Valenciana. La decisió l'ha pres el consistori (PP) amb el vistiplau de Ciutadans i de VOX.

El primer contingut de xarxes que apareix a aquesta crònica dels fets és el tweet de l'escriptora valenciana Gemma Pasqual, molt crítica amb aquesta decisió.

El contingut apareix com a captura de pantalla i és utilitzat com a font de personatge públic en ser Gemma Pasqual una escriptora reconeguda dintre dels territoris de parla catalana.

UNITAT D'ANÀLISI 35

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Conflicte entre l'Ajuntament de Mutxamel i la Generalitat Valenciana per la retirada del nom Enric Valor a l'avinguda de la localitat. Tweet de Fran Ferri.

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Comunitat Valenciana

SECCIÓ: Política

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Polític

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Captura de pantalla

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 17:47

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

La retirada del nom Enric Valor a l'avinguda de Mutxamel ha despertat el conflicte amb la Generalitat Valenciana i amb alguns membres coneguts de la política i la cultura valenciana.

Aquest és el segon contingut de xarxes que apareix a la crònica dels fets. En aquest cas, és una captura de pantalla d'un tweet publicat pel diputat de Compromís a les Corts Valencianes, Fran Ferri manifestant el seu malestar per la decisió.

Aquest contingut també s'utilitza com a font, però en aquest cas és d'un polític. El tweet apareix al telenotícies en forma de captura de pantalla.

UNITAT D'ANÀLISI 36

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Conflicte entre l'Ajuntament de Mutxamel i la Generalitat Valenciana per la retirada del nom d'Enric Valor a l'avinguda de la localitat. Tweet de L'Acadèmia Valenciana de la Llengua.

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Comunitat Valenciana

SECCIÓ : Política

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Institucional

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Captura de pantalla

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 17:53

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

El conflicte generat per la decisió de retirar el nom d'Enric Valor a l'avinguda de Mutxamel presa pel consistori de la localitat, ha provocat una allau de crítiques dintre de la societat valenciana.

En aquesta crònica dels fets apareix aquest contingut com a tercer i últim que prové de les xarxes socials. Es tracta d'una captura de pantalla d'un tweet publicat per l'Acadèmia Valenciana de la Llengua lamentant aquesta decisió.

S'utilitza també com a font, en aquest cas institucional en ser l'AVL una institució, i apareix en forma de captura de pantalla.

UNITAT D'ANÀLISI 37

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. Vídeo dels núvols que s'han format a l'Alt Camp

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Alt Camp, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 52:32

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

A l'espai dedicat al Temps, apareix aquest contingut que prové de Twitter. Es tracta d'un vídeo on es poden apreciar els núvols que s'han format a l'Alt Camp, a Tarragona.

Forma part del contingut de xarxes que s'intercala amb la previsió meteorològica.

UNITAT D'ANÀLISI 38

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El Temps a Catalunya. Vídeo dels ruixats a l'Anoia.

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Anoia, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 52:44

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

A l'espai d'El Temps apareix un vídeo publicat a Twitter per un usuari dels ruixats que han caigut a l'Anoia amb l'etiqueta #ElTempsTV3.

Parlem d'un contingut que s'emet junt amb altres vídeos publicats pels usuaris des de diferents punts de Catalunya sobre el temps que ha fet.

UNITAT D'ANÀLISI 39

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. Vídeo de la calamarsada que ha caigut al Gironès.

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Gironès, Catalunya

SECCIÓ : Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 52:51

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

A l'espai d'El Temps apareix aquest vídeo publicat a Twitter de la calamarsada que ha caigut al Gironès. En aquest cas, també estem parlant d'aquell contingut provinent de xarxes que s'emet junt amb la informació meteorològica.

UNITAT D'ANÀLISI 40

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El Temps a Catalunya. Vídeo de la tempesta que ha caigut al Berguedà.

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Berguedà, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 53:23

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Vídeo publicat per un usuari a Twitter amb l'etiqueta #ElTempsTV3 que mostra la tempesta que ha caigut al Berguedà. És un vídeo que s'emet junt amb altres també publicats a Twitter pels usuaris d'aquesta xarxa i que es van intercalant amb la previsió meteorològica.

UNITAT D'ANÀLISI 41

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El Temps a Catalunya. Vídeo de la tempesta a Berga

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Berga, Berguedà, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 53:30

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Dintre de l'espai d'El Temps podem observar un vídeo publicat a Twitter de la calamarsada que ha caigut al Berguedà, en aquest cas, s'especifica al text que el vídeo està fet a Berga. Parlem d'un vídeo que sabem que prové de xarxes perquè així s'especifica al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3,

el nom complet de l'autor del vídeo i un petit mapa de Catalunya on s'assenyala la comarca des d'on prové el vídeo.

UNITAT D'ANÀLISI 42

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. La pluja al Penedès

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Penedès, Catalunya

SECCIÓ : Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 57:43

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

A l'espai d'El Temps i seguint amb els vídeos de les tempestes que han caigut a Catalunya, apareix un de la pluja al Penedès. Sabem que és un contingut que prové de Twitter perquè apareix amb l'etiqueta #ElTempsTV3. Aquest vídeo forma part dels vídeos escollits provinents de Twitter que s'emeten cada nit durant la informació meteorològica.

UNITAT D'ANÀLISI 43

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. Vídeo del paisatge després de la tempesta a Vacarisses

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Vacarisses, Vallès Occidental, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 58

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

A l'espai d'El Temps apareix un altre vídeo dels ruixats que han caigut en diversos punts de Catalunya, en aquest cas a Vacarisses, al Vallès Occidental. Aquest és també un dels vídeos que s'emeten a aquest telenotícies del dijous 29 d'abril que provenen de Twitter i que són publicats a la plataforma pels usuaris amb l'etiqueta #ElTempsTV3.

UNITAT D'ANÀLISI 44

CANAL: Antena3

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Un jugador del Sevilla FC corre vestit amb l'equipació a recollir un paquet

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Sevilla, Andalusia

SECCIÓ: Esports

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Instagram

MINUT: 32:30

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

El jugador del Sevilla FC, Papu Gómez, corre pel carrer per a recollir un paquet de l'empresa SEUR vestit amb l'equipació que utilitzen els jugadors als partits. El vídeo el grava i el comparteix al seu perfil d'Instagram un company d'equip, Lucas Campos.

Parlem d'un contingut de xarxes que s'utilitza com a notícia en si, perquè és el contingut de xarxes el que s'emporta tot el protagonisme, és a dir, no és una notícia on s'utilitzen imatges de recurs ni on es recullen les declaracions dels protagonistes. És una notícia que recull com a anècdota aquest vídeo que s'ha publicat a Instagram.

Podem detectar molt fàcilment que és un vídeo publicat originàriament a Instagram perquè a la part superior esquerra de la pantalla apareixen les lletres "IG" per a referir-se a Instagram seguit del nom d'usuari de Lucas Campos, el futbolista que ha publicat el vídeo.

UNITAT D'ANÀLISI 45

CANAL: Tele5

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: L'opositor rus Navalni reapareix després de la vaga de fam.

Perfil d'Instagram de Navalni

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia.

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Rússia, Europa

SECCIÓ: Internacional.

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Polític

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXA: Vídeo

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Instagram

MINUT: 16:06

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

L'opositor rus Aleksei Navalni reapareix a un judici per videoconferència a Moscou després de passar per una vaga de fam. Navalni, visiblement més dèbil, va haver d'abandonar la vaga de fam per consell dels metges. Actualment està empresonat a Rússia acusat de frau.

Durant la crònica on s'exposen les últimes notícies sobre l'estat de salut del líder opositor rus i on es mostren les imatges d'ell declarant per videoconferència, apareix un contingut que prové directament de les xarxes socials. Es tracta d'un vídeo on es mostra el seu perfil d'Instagram.

UNITAT D'ANÀLISI 46

CANAL: Tele5

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: L'opositor rus Navalny reapareix després de la vaga de fam.

Publicació del perfil d'Instagram de Navalny

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Rússia, Europa

SECCIÓ: Internacional

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Polític

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXA: Captura de pantalla

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Instagram

MINUT: 16:08

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

L'opositor rus Alekséi Navalni reapareix visiblement demacrat per a declarar en un judici per videoconferència. Navalny, que porta des de principis d'any a la presó, havia començat una vaga de fam que va abandonar per ordre dels metges a causa del seu mal estat de salut.

A la crònica dels fets, podem apreciar també una captura de pantalla d'una publicació d'Instagram feta per l'opositor rus on explica el seu dia a dia a la presó. Un contingut que s'utilitza com a font, en ser una publicació del mateix Navalny descrivint el mòdul on es troba i quin és el tracte que rep.

UNITAT D'ANÀLISI 47

CANAL: Tele5

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Un jove condueix a la nit a 180 km/h a Màlaga

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Màlaga, Andalusia

SECCIÓ: Trànsit

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i es fa referència oral de que el contingut prové de les xarxes

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Sense especificar

MINUT: 21:55

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Un jove condueix a més velocitat de la permesa per les carreteres de Màlaga i ho puja a les xarxes socials, fet que provoca que la policia l'hagi multat per excés de velocitat i conducció temerària.

Parlem d'un contingut de xarxes que s'utilitza com a notícia en si en ser aquests vídeos publicats pel jove denunciat l'únic element que apareix a la notícia. És a dir, no és una notícia que exposi aquest exemple i parli de les persones que condueixen de manera temerària, es graven i ho pugen a les xarxes, sinó que la notícia és aquest jove i les conseqüències que li ha ocasionat publicar aquests vídeos a les xarxes socials.

Sabem que és un contingut de xarxes perquè així ho especifica el presentador quan dóna pas a la notícia. Però no podem saber de quina xarxa es tracta, perquè no s'especifica i tampoc es pot saber pel contingut. És a dir, és un vídeo sense cap element que ens faci veure que es tracta d'un contingut generat a les xarxes, com podria ser el nom d'usuari o la utilització d'etiquetes o icones, per exemple. Cal destacar també que l'autoria és anònima perquè, tot i que el presentador fa referència al fet que es tracta d'un jove, en cap moment diu el seu nom ni es mostra la seva cara, per tant, no podem saber de qui es tracta.

UNITAT D'ANÀLISI 48

CANAL: Tele5

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El jove que condueix amb més velocitat de la permesa a Màlaga grava un altre vídeo ara de dia

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Màlaga, Andalusia

SECCIÓ: Trànsit

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i sabem que el contingut prové de les xarxes perquè el presentador fa referència oral

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Sense especificar

MINUT: 22:15

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Un jove andalús es grava conduint a una velocitat més alta de la permesa a Màlaga i ho puja a les xarxes socials. En aquest cas es grava durant el dia. Els vídeos publicats a les xarxes han servit a la policia per a poder multar-lo.

Aquest vídeo igual que el vídeo que es grava conduint de nit, forma part de la mateixa notícia on els vídeos publicats per aquest jove són l'element únic i fonamental motiu pel qual hem decidit designar aquests continguts com a notícia en si.

Sabem que és un vídeo que prové de les xarxes socials perquè així ho especifica el presentador mentre dóna pas a la notícia, però no podem detectar la xarxa. A més a més, el contingut és anònim perquè en cap moment apareix el nom ni la cara de la persona autora dels vídeos.

UNITAT D'ANÀLISI 49

CANAL: Tele5

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Un jove andalús es grava conduint amb un amic a sobre del capó del cotxe

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Màlaga, Andalusia

SECCIÓ: Trànsit

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i sabem que és contingut de xarxes perquè el presentador en fa referència

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Sense especificar

MINUT: 22:19

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Un jove andalús es grava diferents vídeos conduint a gran velocitat i de manera temerària, en aquest cas, al vídeo es pot apreciar com un altre jove puja al capó del cotxe en marxa. Gràcies a la publicació dels vídeos a les xarxes socials per part de l'infractor, la policia l'ha pogut identificar i denunciar.

Aquest és el tercer contingut de xarxes que apareix a la notícia que, tot i identificar cada vídeo com una unitat d'anàlisi diferent, forma part d'una mateixa notícia on aquests vídeos són l'element principal i únic. En aquest cas també sabem que és un contingut que s'ha publicat a les xarxes socials originàriament, perquè així ho manifesta el presentador quan dóna pas a la notícia. De nou, parlem d'un contingut anònim perquè no podem identificar l'autor del vídeo.

UNITAT D'ANÀLISI 50

CANAL: Tele5

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Un jove andalús es grava mentre condueix i insulta a la Guàrdia Civil i ho publica a les xarxes socials

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Màlaga, Andalusia

SECCIÓ: Trànsit

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima
MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i sabem que és
contingut generat a les xarxes perquè així ho especifica el presentador
IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Sense especificar
MINUT: 22:27

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

El mateix jove que es grava conduint de manera temerària fa un vídeo insultant a la Guàrdia Civil mentre condueix. Fet que ha provocat que les forces de seguretat el multin no sols per la conducció temerària, sinó també per falta de respecte a l'autoritat.

Aquest vídeo forma part d'una notícia on es parla expressament d'aquest jove multat per saltar-se les normes de circulació. Sabem que és un vídeo que prové de xarxes perquè així ho expressa el presentador quan dóna pas a la notícia, tot i que no podem detectar ni la xarxa on s'ha publicat ni l'autoria del contingut perquè no s'especifica.

UNITAT D'ANÀLISI 51

CANAL: Tele5

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dijous 29 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El jove que es grava conduint de manera temerària també ho fa insultant a la Guàrdia Civil mentre condueix. Ara ho fa de nit.

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Màlaga, Andalusia

SECCIÓ: Trànsit

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i sabem que és contingut de xarxes perquè en fa referència oral el presentador

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Sense especificar

MINUT: 22:30

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

El jove andalús que es grava conduint a gran velocitat i de manera temerària, ara es grava insultant a la Guàrdia Civil mentre condueix de nit. La policia ha pogut multar a aquesta persona gràcies al fet de publicar aquests vídeos a les xarxes socials.

Es tracta de l'últim element provinent de les xarxes que apareix a la notícia i l'últim element que es veu d'aquesta en ser la notícia en si els vídeos que hem analitzat.

De nou, sabem que és un contingut de xarxes perquè així ho especifica el presentador quan dona pas a la notícia, però no podem ni detectar la xarxa ni l'autoria del contingut perquè no s'especifica.

UNITAT D'ANÀLISI 52

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Divendres 30 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Pablo Iglesias denuncia un grup de Facebook per amenaces

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Madrid

SECCIÓ: Política

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Partit polític

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Captura de pantalla

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Facebook

MINUT: 16:48

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Pablo Iglesias denuncia un grup privat de Facebook format per membres de les forces de seguretat de l'estat per amenaces. Podemos ha facilitat una captura de pantalla del grup en qüestió, contingut que es comparteix a aquest telenotícies.

Estem parlant d'un contingut que sabem que prové de Facebook perquè així ho especifica la presentadora en "veu en off" i d'un contingut que s'utilitza com a font perquè és una captura de pantalla que ha facilitat Podemos, per tant, és una font d'un partit polític.

UNITAT D'ANÀLISI 53

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Divendres 30 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: La presidenta de la Comissió Europea, Ursula von der Leyden anuncia que ha rebut el Pla de Recuperació d'Espanya

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Brussel·les, Bèlgica

SECCIÓ: Internacional

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Polític

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Captura de pantalla

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 8

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

La presidenta de la Comissió Europea, Ursula von der Leyden anuncia a través de Twitter que ha rebut el Pla de Recuperació d'Espanya. Parlem, per tant, d'una notícia sobre el Pla de Recuperació d'Espanya on s'afegeix la captura del tweet publicat per Ursula von der Leyden que s'utilitza com a font. La única font provinent de la Comissió Europea que s'utilitza a la notícia.

UNITAT D'ANÀLISI 54

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Divendres 30 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El president del Parlament Europeu, David Sassoli es pronuncia després que el Kremlin li prohibeixi l'entrada a Rússia.

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Brussel·les, Bèlgica

SECCIÓ: Internacional

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Polític

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Contingut adaptat

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 19:26

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

El president del Parlament Europeu, David Sassoli respon a través de Twitter a la notícia que s'ha fet pública aquell mateix dia per part del Kremlin, vetant-li l'entrada a Rússia. El seu tweet es mostra al telenotícies en forma de captura de pantalla i es tracta com a font, ja que són les úniques declaracions de Sassoli que apareixen a la notícia televisiva. Parlem d'una font que prové d'un polític i d'una secció que situem en la secció d'Internacional en ser la de Política exclusiva a tot

allò que és competència dintre de l'estat espanyol. Aquest tweet no es mostra al telenotícies en forma de captura de pantalla, més aviat s'ha adaptat el contingut del tweet, de fet, apareix el contingut original junt amb la traducció al català.

UNITAT D'ANÀLISI 55

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Divendres 30 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Formigues alades al Vallès Oriental

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Vallès Oriental, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 52:42

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Durant l'espai d'El Temps apareix un vídeo de les formigues alades al Vallès, unes formigues que comencen a aparèixer durant aquesta època de l'any.

Sabem que és un contingut que prové de xarxes perquè així s'especifica al text, on apareix el nom de l'autor del vídeo junt amb l'etiqueta #ElTempsTV3 i la seva procedència geogràfica, que en aquest cas és el Vallès Oriental.

UNITAT D'ANÀLISI 56

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Divendres 30 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Ruixats a la Terra Alta

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Terra Alta, Tarragona, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 52:57

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Seguint amb l'espai d'El Temps trobem aquest vídeo on es poden apreciar els ruixats que han caigut a la comarca de la Terra Alta, a Tarragona. Parlem d'un contingut publicat a Twitter per un usuari amb l'etiqueta #ElTempsTV3 i que apareix junt amb altres vídeos publicats a Twitter sobre el temps que ha fet a diversos punts de Catalunya.

UNITAT D'ANÀLISI 57

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Divendres 30 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Boira a la Selva

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Selva, Girona, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 53:30

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

També a l'espai d'El Temps apareix aquest vídeo on es pot apreciar la boira que ha fet a la Selva, a Girona. Podem detectar que és un contingut de xarxes perquè així apareix al text on es pot veure l'etiqueta #ElTempsTV3, el nom de l'usuari que ha publicat el vídeo i la procedència geogràfica.

UNITAT D'ANÀLISI 58

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Divendres 30 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Núvols al Barcelonès

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Barcelonès, Barcelona, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 58:54

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Vídeo dels núvols que s'han format a la comarca del Barcelonès i que donen una idea de la magnitud de la tempesta que ha caigut. Aquest és un vídeo publicat per un usuari a Twitter amb l'etiqueta #ElTempsTV3 i que apareix junt amb altres també provinent de Twitter a l'espai reservat per a la informació meteorològica.

UNITAT D'ANÀLISI 59

CANAL: Antena3

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Divendres 30 d'abril

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Últim cap de setmana d'abril amb neu a les parts més altes.

Vídeo de la tempesta de neu a La Rioja

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: La Rioja

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Al text

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Sense especificar

MINUT: 35

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

A l'espai d'El Temps es mostra un vídeo de la tempesta de neu que ha caigut en les zones més altes de La Rioja. Parlem d'un vídeo que prové de les xarxes socials, perquè es menciona el nom de l'usuari que ha publicat el vídeo a la part superior esquerra de la pantalla. Sabem també que és el nom d'un usuari perquè comença amb “@”. Aquest vídeo s'utilitza com a notícia en si, perquè la notícia és el vídeo en si, la neu que ha caigut a La Rioja i que així podem comprovar amb aquest vídeo.

UNITAT D'ANÀLISI 60

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dissabte 1 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Un 1 de maig marcat per la campanya electoral madrilenya.
El president del govern Pedro Sánchez celebra l'1 de maig.

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Madrid

SECCIÓ: Política

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Polític

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXA: Contingut adaptat

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 2:42

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

A la crònica política sobre l'1 de maig, un tweet que ha publicat al seu perfil oficial el president del govern espanyol, Pedro Sánchez. Al tweet felicita l'1 de maig, Dia Internacional del Treballador.

El contingut detectat de xarxes s'utilitza com a font, en ser aquestes les úniques declaracions fetes per Sánchez en relació amb l'1 de maig. Parlem d'una font que pertany a un polític i que apareix al telenotícies de manera adaptada. És a dir, no és estrictament una captura de pantalla, sinó que es recull el contingut del tweet, la imatge compartida pel president junt amb la seva foto de perfil i el seu nombre d'usuari per a poder aclarir que es tracta d'un contingut que prové de Twitter.

UNITAT D'ANÀLISI 61

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Dissabte 1 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Vídeo de les nevades al pirineu català

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Pirineus, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i s'especifica que prové de les xarxes socials en forma de text

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Sense especificar

MINUT: 27:55

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

L'últim cap de setmana d'abril ha deixat neu en alguns dels punts més alts de la península Ibèrica. És el cas dels Pirineus català que s'han despertat coberts de neu. Aquest vídeo apareix just abans que la presentadora doni pas a la informació esportiva i es mostra com un avançament del què es podrà veure després a l'espai d'El Temps, tot i que després no torna a sortir aquest vídeo. Sabem que és un contingut de xarxes perquè així s'especifica a la part superior esquerra de la pantalla a manera de: "imágenes cedidas por" i el nom de l'usuari que com no és el d'un personatge públic analitzem l'autoria com el d'un personatge no públic. Determinen que la funció que té aquest vídeo és de notícia en si perquè sols es mostra aquest vídeo a la notícia sobre les nevades de l'últim cap de setmana d'abril.

UNITAT D'ANÀLISI 62

CANAL: Antena3

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dissabte 1 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a la península Ibèrica. Nevades al Pirineu català

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Pirineus, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i es fa referència el text de la notícia

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Sense especificar

MINUT: 42:18

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

A la informació meteorològica i després d'informar de l'última hora del temps a la península Ibèrica, apareixen una sèrie d'imatges i vídeos enviats des de Twitter pels usuaris. En aquest cas, és un vídeo de les nevades de l'últim cap de setmana d'abril que han caigut als Pirineus. Sabem que es tracta del Pirineu català perquè així ho especifica la presentadora en “veu en off”. A més a

més, apareix l'usuari de l'autor del vídeo a la pantalla, fet que ens fa detectar que és un contingut que prové de xarxes, tot i que no s'especifica de quina xarxa estem parlant. Parlem d'un contingut que té la funció de notícia en si perquè forma part de l'espai dedicat a les millors imatges que han publicat els usuaris a Twitter mencionant a la presentadora, per tant, el contingut de xarxa és l'únic protagonista.

UNITAT D'ANÀLISI 63

CANAL: Antena3

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dissabte 1 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a la península Ibèrica. Nevades als Pirineus

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Pirineus, Espanya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i es fa referència al text de la notícia que és un contingut que prové de les xarxes

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Sense especificar

MINUT: 42:20

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Seguint amb l'espai d'El Temps dedicat a les imatges i els vídeos que els usuaris envien a través de Twitter, ens trobem amb aquest vídeo de les nevades que han caigut als Pirineus on no s'especifica de quina banda dels Pirineus estem parlant i per la qual cosa no podem saber la seva procedència geogràfica exacta. Sabem que és un contingut que prové de xarxes perquè també s'especifica l'usuari de l'autor del vídeo. La funció d'aquest contingut és com a notícia en si perquè forma part de les millors imatges publicades pels usuaris a Twitter que han mencionat a la presentadora, per tant, és el contingut de xarxa el protagonista.

UNITAT D'ANÀLISI 64

CANAL: Antena3

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dissabte 1 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a la península Ibèrica. Imatge del paisatge de Burguillos del Cerro

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Burguillos del Cerro, Extremadura

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Contingut adaptat

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 42:40

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Dintre de l'espai dedicat a la informació meteorològica i a les imatges i vídeos que comparteixen els usuaris a Twitter, ens trobem amb aquest tweet amb una imatge feta des de Burguillos del Cerro i des d'on es pot apreciar el temps primaveral que ha fet a la localitat extremeña.

Sabem que és un contingut de xarxes perquè a la pantalla del telenotícies apareix a la banda esquerra de la foto el contingut escrit del tweet on es menciona l'usuari de la presentadora contingut necessari perquè el tweet pugui aparèixer al telenotícies.

UNITAT D'ANÀLISI 65

CANAL: Antena3

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dissabte 1 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a la península Ibèrica. Imatge des del mirador de Troncoso a Zamora.

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Zamora, Castella i Lleó

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Contingut adaptat

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 42:45

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Seguint amb les imatges i els vídeos publicats pels usuaris a Twitter des de diversos punts de la península Ibèrica, ens trobem amb aquestes imatges publicades en un mateix tweet des del mirador de Troncoso sobre el riu Duero. A la banda esquerra de la pantalla del telenotícies trobem el contingut escrit del tweet amb la menció a la presentadora. Parlem d'un contingut que és notícia en si, perquè és un espai exclusivament dedicat a les millors imatges que publiquen els usuaris a Twitter mencionant a la presentadora.

UNITAT D'ANÀLISI 66

CANAL: Antena3

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Dissabte 1 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a la península Ibèrica. Imatge des del monestir d'Aránzazu a Guipúscoa

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Guipúscoa, País Basc

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Contingut adaptat

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 42:48

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Dintre de l'espai dedicat a la informació meteorològica trobem aquest tweet publicat per un usuari des del monestir d'Aránzazu a Guipúscoa. Parlem d'un contingut adaptat perquè tampoc és una captura de pantalla estrictament parlant, sinó que a la pantalla del telenotícies s'aprecien les dues imatges a la banda dreta i el contingut escrit del tweet a la banda esquerra. Parlem d'un contingut

que és notícia en si per ser un espai dedicat exclusivament a les millors imatges que es publiquen a Twitter des de diversos punts de la península.

UNITAT D'ANÀLISI 67

CANAL: Antena3

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSION: Dissabte 1 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a la península Ibèrica. Tweet des del parc Lineal de Manzanares

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Madrid

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Contingut adaptat

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 42:50

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Seguint amb l'espai final d'El Temps dedicat al contingut publicat a les xarxes socials, trobem un tweet publicat per un usuari on es pot apreciar el temps que ha fet a Madrid vist des del parc Lineal de Manzanares. És un contingut que prové de Twitter perquè així s'especifica a la pantalla del telenotícies.

UNITAT D'ANÀLISI 68

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Avançament del reportatge: Els joves que abandonen les xarxes socials. Dues joves provant els filtres que ofereix Instagram.

GÈNERE DE LA PEÇA: Reportatge

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Espanya

SECCIÓ: Tecnologia

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a element complementari de la notícia

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Vídeo

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Instagram

MINUT: 3:34

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Als titulars podem veure l'avançament d'un reportatge dedicat a aquells joves que han abandonat les xarxes socials. El contingut que analitzem en aquest cas sols apareix als titulars i no es repeteix a la peça completa. Parlem d'un vídeo on podem apreciar a dues joves provant els filtres que ofereix l'aplicació d'Instagram. És un element que serveix per a complementar la notícia, que en aquest cas és el reportatge sobre els joves que abandonen les xarxes. Tot i que sí que hem pogut detectar la xarxa en ser un servei característic que ofereix aquesta xarxa social (les famoses històries o "stories"), no podem conèixer l'autor o autora del contingut perquè no apareix enlloc. És per això que parlem de contingut anònim.

UNITAT D'ANÀLISI 69

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Avançament del reportatge: Els joves que abandonen les xarxes socials. Pantalla d'inici d'un perfil de Facebook.

GÈNERE DE LA PEÇA: Reportatge

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Espanya

SECCIÓ: Tecnologia

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a element complementari de la notícia

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Vídeo

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Facebook

MINUT: 3: 39

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Aquest contingut també forma part de l'avançament del reportatge sobre els joves que abandonen les xarxes socials i es publica als titulars. És un contingut que no torna a aparèixer durant la peça completa. Ens referim a un vídeo on es pot apreciar la pantalla d'inici d'un usuari de Facebook. Aquest contingut té com a funció complementar la notícia i és anònim.

UNITAT D'ANÀLISI 70

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: La variant índia de la covid - 19 a Espanya. Tweet de la Junta d'Extremadura

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Extremadura

SECCIÓ: Notícia referent a la salut

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Institucional

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Contingut adaptat

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 18:18

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

La Junta d'Extremadura publica al seu perfil de Twitter un tweet on confirma el primer cas a la comunitat autònoma d'un infectat amb la variant índia de la covid -19. Es tracta d'un contingut que s'utilitza com a font en ser aquest tweet la confirmació oficial de la institució (en aquest parlem de la Junta d'Extremadura) i que apareix de forma adaptada a la pantalla.

UNITAT D'ANÀLISI 71

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: La variant índia de la covid - 19 a Extremadura. Tweet del conseller de sanitat extremeny

GÈNERE DE LA PEÇA: Crònica

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Extremadura

SECCIÓ: Notícia referent a la salut

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: Polític

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Contingut adaptat

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 18:29

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

El conseller de Sanitat i de Serveis Socials d'Extremadura, José María Vergeles ha publicat un tweet donant més informació sobre el contagi amb la variant índia de la covid - 19 i agraeix la seva cooperació a la vegada que la bona feina per part de la sanitat pública i el laboratori encarregat d'analitzar i detectar aquest cas com el de la variant índia.

El contingut analitzat s'utilitza al telenotícies com a font, ja que són declaracions que amplien la notícia i que provenen d'un personatge públic, concretament d'un polític amb càrrec a la Junta d'Extremadura. El tweet no apareix a la notícia com a captura de pantalla, sinó que el contingut del tweet s'ha adaptat seguint el disseny que fan servir algunes vegades al telenotícies de TVE1 per a emetre contingut que prové de Twitter.

UNITAT D'ANÀLISI 72

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Els joves que abandonen les xarxes socials. Vídeo de la pantalla d'inici d'Instagram.

GÈNERE DE LA PEÇA: Reportatge

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Desconeguda

SECCIÓ: Tecnologia

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a element complementari de la notícia

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Instagram

MINUT: 34:35

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Al reportatge sobre els joves que han decidit abandonar les xarxes socials trobem molts continguts que provenen de les xarxes socials. Aquest és el primer contingut de xarxes que detectem a la peça completa. És un contingut que s'utilitza per a complementar la notícia, ja que el reportatge compta

amb testimonis de quatre joves que ja no tenen xarxes socials que expliquen per què van deixar les xarxes i la seva experiència sense elles.

UNITAT D'ANÀLISI 73

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Els joves que abandonen les xarxes socials. Vídeo història d'Instagram

GÈNERE DE LA PEÇA: Reportatge

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Espanya

SECCIÓ: Tecnologia

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a element complementari de la notícia

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Instagram

MINUT: 34:40

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Segon contingut de xarxes que apareix al reportatge sobre els joves que han abandonat les xarxes socials. En aquest cas, parlem d'una història d'Instagram que també s'utilitza per a complementar la notícia i de la que no sabem l'autor.

UNITAT D'ANÀLISI 74

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Els joves que abandonen les xarxes socials. Vídeo d'una història d'Instagram

GÈNERE DE LA PEÇA: Reportatge

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Desconeguda

SECCIÓ: Tecnologia

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a element complementari de la notícia

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Instagram

MINUT: 34:43

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Al tercer contingut de xarxes que apareix a aquest reportatge sobre els joves que abandonen les xarxes socials trobem una altra història d'Instagram feta des d'un vaixell en alta mar. Parlem també d'un contingut que ajuda a complementar la notícia perquè apareix just quan uns dels testimonis explica que va abandonar les xarxes perquè estava cansat de veure vídeos i imatges de joves gaudint d'unes vacances idíl·liques. Tot i que podem detectar fàcilment que es tracta d'un contingut que prové d'Instagram, no podem saber l'autor del vídeo perquè no apareix ni el seu nom ni el seu usuari.

UNITAT D'ANÀLISI 75

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Els joves que abandonen les xarxes socials. Vídeo d'una història d'Instagram

GÈNERE DE LA PEÇA: Reportatge

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Espanya

SECCIÓ: Tecnologia

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a element complementari de la notícia

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Instagram

MINUT: 34:46

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Quart element de xarxes que apareix al reportatge sobre els joves que han abandonat les xarxes socials. Es tracta d'una altra història d'Instagram també de l'estiu on es pot apreciar una carretera. Aquest vídeo també serveix per a complementar la notícia perquè apareix just quan un jove està contant el seu testimoni i al·lega que va deixar les xarxes socials cansat de veure contingut de gent que gaudia d'unes vacances que semblaven idíl·liques. Tot i que sí que podem detectar fàcilment que es tracta d'Instagram, no podem saber qui és l'autor del vídeo perquè no es menciona ni apareix visiblement.

UNITAT D'ANÀLISI 76

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Els joves que abandonen les xarxes socials. Vídeo del perfil d'Instagram d'un usuari

GÈNERE DE LA PEÇA: Reportatge

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Desconeguda

SECCIÓ: Tecnologia

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a element complementari de la notícia

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Instagram

MINUT: 34:53

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Seguint amb el reportatge sobre els joves que abandonen les xarxes socials trobem un vídeo on es pot apreciar el perfil d'Instagram d'un usuari del qual no es desvela el nom. Aquest contingut també serveix per a complementar la notícia, perquè es mostra just quan la periodista en “veu en off” posa de manifest la imatge moltes vegades irreal que mostren les persones a les xarxes socials i aquest perfil que es mostra és el d'una persona que comparteix instantànies de paisatges idíl·lics i que sembla tenir una vida social molt activa.

UNITAT D'ANÀLISI 77

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Els joves que abandonen les xarxes socials. Vídeo d'una història d'Instagram

GÈNERE DE LA PEÇA: Reportatge

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Espanya

SECCIÓ: Tecnologia

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a element complementari de la notícia

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Instagram

MINUT: 35:12

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

També al reportatge que emet aquest telenotícies de TVE1 sobre els joves que decideixen abandonar les xarxes socials trobem aquest contingut de xarxes. Es tracta d'un vídeo publicat a una història d'Instagram on es pot apreciar a dues joves a un restaurant prop de la platja. Tot i que sí que podem intuir que es tracta de dues joves, no podem dir de qui és l'autoria perquè no apareix

enlloc i tampoc s'enfoca la cara d'elles. De nou, aquest contingut que prové d'Instagram s'utilitza per a complementar el reportatge.

UNITAT D'ANÀLISI 78

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Els joves que abandonen les xarxes socials. Vídeo d'una història d'Instagram.

GÈNERE DE LA PEÇA: Reportatge

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Galícia

SECCIÓ: Tecnologia

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a element complementari de la notícia

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Instagram

MINUT: 35:14

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Aquest contingut forma part del reportatge sobre els joves que han abandonat les xarxes socials i és un vídeo del paisatge de la platja de Cambados, a Galícia. En aquest cas sí que podem saber la localització exacta perquè es mostra a la història d'Instagram, però no l'autoria. De nou parlem d'un contingut que apareix per a complementar el reportatge.

UNITAT D'ANÀLISI 79

CANAL: TVE1

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Els joves que abandonen les xarxes socials. Vídeo d'una història d'Instagram

GÈNERE DE LA PEÇA: Reportatge

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Espanya

SECCIÓ: Tecnologia

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a element complementari de la notícia

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Anònima

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Instagram

MINUT: 35:19

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Aquest és l'últim contingut de xarxes que apareix al reportatge sobre els joves que han abandonat les xarxes socials. Es tracta d'un altre vídeo publicat a una història d'Instagram on es pot veure a un cambrer preparant un plat just davant de la taula on després serà servit. Parlem d'un contingut que s'utilitza al reportatge com a element complementari, ja que ajuda a il·lustrar el que els quatre joves entrevistats critiquen: la falsedat de les xarxes socials i la vida aparentment idíl·lica que publica la gent als seus comptes socials. Tot i que sí que podem descriure el contingut de la història d'Instagram, no podem identificar la seva autoria, perquè no s'especifica.

UNITAT D'ANÀLISI 80

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: Dificultats per al tractament d'una jove que pateix una malaltia de salut mental. Tweet de la seva mare denunciant la situació

GÈNERE DE LA PEÇA: Reportatge

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Catalunya

SECCIÓ: Notícia referent a la salut

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Es tracta com a font

LA XARXA COM A FONT: De testimoni

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Captura de pantalla

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 16:59

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

La mare d'una adolescent que pateix una malaltia de salut mental que requereix un seguiment molt exhaustiu denuncia les poques alternatives per a tractar-la i demana ajuda davant la poca cobertura que ofereix la sanitat pública. Durant aquest reportatge, es mostra el testimoni d'aquesta mare i s'exposa la situació actual que pateixen els menors diagnosticats amb una malaltia mental. Són persones vulnerables que no poden rebre l'atenció necessària perquè no ho cobreix la seguretat social.

El contingut analitzat és un fil de Twitter d'aquesta mare on menciona als principals dirigents polítics i als mitjans de comunicació i on explica el seu cas i la necessitat d'ajuda. El fil de Twitter es comparteix al telenotícies en forma de captura de pantalla i s'utilitza com a font de testimoni en ser uns tweets on explica el cas de la seva filla.

UNITAT D'ANÀLISI 81

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. Vídeo de l'alba al golf de Roses

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Roses, Alt Empordà, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 57:58

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Durant l'espai per a la informació meteorològica trobem entre el contingut que els usuaris comparteixen a Twitter un vídeo de l'alba al golf de Roses, a l'Alt Empordà. Es tracta d'un contingut que nosaltres detectem que té la funció pròpia de notícia en si perquè apareix dintre del

context del contingut que els usuaris comparteixen des de diversos punts de Catalunya mostrant la situació meteorològica del moment amb l'etiqueta #ElTempsTV3.

UNITAT D'ANÀLISI 82

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. Vídeo núvols de tempesta a Vinallop

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Baix Ebre, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 58:06

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Seguint amb els vídeos sobre el temps a diversos indrets de Catalunya que publiquen els usuaris a Twitter amb l'etiqueta #ElTempsTV3, trobem aquest on es poden observar els núvols de tempesta que s'han format a Vinallop, al Baix Ebre. Sabem que és un contingut de xarxes perquè així s'especifica a la pantalla del telenotícies amb el nom complet de l'autor del contingut, l'etiqueta #ElTempsTV3 i la icona de Twitter.

UNITAT D'ANÀLISI 83

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. Vídeo del paisatge a l'Anoia

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Anoia, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 58:12

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

A l'espai dedicat a la informació meteorològica trobem un espai on es comparteixen alguns dels vídeos que els usuaris publiquen a Twitter sobre el temps que ha fet a diverses zones de Catalunya. És el cas d'aquest vídeo on es pot observar el paisatge primaveral a l'Anoia amb els molins aerogeneradors com a protagonistes. De nou, parlem d'un contingut que té la funció de notícia en si en ser un espai dedicat exclusivament al contingut de Twitter.

UNITAT D'ANÀLISI 84

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. La platja al delta de l'Ebre

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Baix Ebre, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 58:17

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

També durant la informació meteorològica trobem aquest vídeo publicat a Twitter amb l'etiqueta #ElTempsTV3 on es pot observar la platja al delta de l'Ebre i les textures que deixa a la sorra la tempesta. Parlem d'un contingut que prové de xarxes perquè així s'especifica al text on apareix el nom complet de l'autor del vídeo i l'etiqueta #ElTempsTV3 al costat de la icona de Twitter que dóna a entendre a l'espectador que és un contingut que prové de Twitter.

UNITAT D'ANÀLISI 85

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El Temps a Catalunya. Vídeo de la riera de Sorreigs

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Osona, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 60:00

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

A l'espai on es comparteixen els vídeos fets pels usuaris sobre el temps a Catalunya, també trobem aquest vídeo de la cascada que deixa a la riera de Sorreigs el temporal de pluges que ha patit el territori durant tota la setmana. Parlem d'un contingut que s'utilitza com a notícia en si en ser un espai dedicat als vídeos publicats a Twitter dels usuaris, i que prové d'un personatge no públic en especificar el nom de l'autor, però ser aquest anònim.

UNITAT D'ANÀLISI 86

CANAL: TV3

TITULARITAT: Pública

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Catalunya. Vídeo riera a Vacarisses

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Vacarisses, Vallès Occidental, Catalunya

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Apareix en forma de vídeo i al text amb l'etiqueta #ElTempsTV3

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 60:01

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Seguint amb els vídeos publicats pels usuaris sobre el temps a diversos punts del territori català, trobem aquest també d'una cascada, però ara a una riera a Vacarisses, al Vallès Occidental. Aquestes cascades que cauen amb força són a conseqüència del temporal de pluges que ha patit Catalunya durant tota la setmana. Parlem d'un contingut que es tracta com a notícia en si en

aparèixer a l'espai dedicat als vídeos publicats a Twitter pels usuaris amb l'etiqueta #ElTempsTV3.

UNITAT D'ANÀLISI 87

CANAL: Antena3

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Espanya. Imatge de la nuvolositat a la vall de l'Alt Urola

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Al Urola, País Basc

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Contingut adaptat

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 54:24

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

L'espai per a la informació meteorològica a Antena3 els caps de setmana compta amb uns minuts dedicats als tweets que publiquen els usuaris sobre el temps a diferents indrets de la península. El primer contingut que apareix el diumenge 2 de maig és aquest. Una imatge de la nuvolositat a la vall de l'Alt Urola que apareix a la pantalla del telenotícies al costat del contingut escrit del tweet i el nom de l'usuari. Un tweet on es menciona l'usuari de la presentadora, requisit per a poder aparèixer al telenotícies. Parlem d'un tweet publicat per un personatge no públic perquè sí que apareix el nom de l'autor i aquest no és una persona pública.

UNITAT D'ANÀLISI 88

CANAL: Antena3

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Espanya. Paisatge primaveral a Cantalpino

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Cantalpino, Salamanca, Castella i Lleó

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Contingut adaptat

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 54:27

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

També a la informació meteorològica trobem aquest contingut que prové de Twitter. Es tracta d'una imatge del paisatge primaveral a Cantalpino, a Salamanca. Sabem que és un contingut que prové de Twitter perquè així s'especifica a la pantalla del telenotícies, on podem observar que al costat de la imatge apareix el contingut escrit del tweet a la vegada que l'usuari de la presentadora acompanyat d'un lema: "Síguenos en Twitter".

UNITAT D'ANÀLISI 89

CANAL: Antena3

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Espanya. Imatge dels núvols al port de València

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: València, Comunitat Valenciana

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Contingut adaptat

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 54:30

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

A l'espai dedicat a les millors imatges sobre el temps del primer dia de maig a Espanya, trobem aquest tweet publicat per un usuari on s'aprecien els núvols formats al port de València.

Sabem que és un contingut de xarxes perquè al costat de la imatge apareix el contingut escrit del tweet amb el nom de la persona i el seu usuari i la menció que es fa de la presentadora, requisit indispensable per a aparèixer al telenotícies.

UNITAT D'ANÀLISI 90

CANAL: Antena3

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps a Espanya. Imatge d'alguns madrilenys celebrant el 2 de maig sota la pluja

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Madrid

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Contingut adaptat

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Twitter

MINUT: 54:35

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Aquest és l'últim contingut de xarxes que apareix a l'espai per a la informació meteorològica que apareix en forma de tweet. Es tracta d'una imatge d'uns madrilenys gaudint del 2 de maig, dia de la Comunitat de Madrid sota la pluja.

UNITAT D'ANÀLISI 91

CANAL: Antena3

TITULARITAT: Privada

DATA D'EMISSIÓ: Diumenge 2 de maig

CONTINGUT DEL FET NOTICIÓS: El temps del cap de setmana a Espanya. Vídeo d'una persona surfejant a Gran Canària

GÈNERE DE LA PEÇA: Notícia

PROCEDÈNCIA GEOGRÀFICA: Gran Canària

SECCIÓ: Informació meteorològica

ACTUALITAT: Notícia escaletada

FUNCIÓ DEL CONTINGUT DE XARXES: Com a notícia en si

L'AUTORIA DEL CONTINGUT DE XARXES SI NO S'UTILITZA COM A FONT: Personatge no públic

MORFOLOGIA DEL CONTINGUT DE XARXES: Vídeo

IDENTIFICACIÓ DE LA XARXA: Sense especificar

MINUT: 54:57

DESCRIPCIÓ I JUSTIFICACIÓ:

Per a finalitzar amb la informació meteorològica i amb el telenotícies, apareix un vídeo d'una persona surfejant les ones a Gran Canària. Sabem que és un contingut de xarxes perquè apareix el nom de l'usuari a la pantalla, però no s'especifica el tipus de xarxa. També en aquest cas parlem d'un contingut que s'utilitza com a notícia en si.