



**Departament de Biblioteconomia i Documentació**

**Programa de doctorat:**

**Informació i Documentació en l'era digital**

**Bienni 2003-2005**

**Els estudis d'usuaris en els serveis personalitzats  
als mitjans de comunicació a Internet**

Tesi doctoral que presenta Amparo Frías Castillo per optar al títol de  
doctora en Documentació de la Universitat de Barcelona

**Directora: Dra. Carina Rey Martín**

**Barcelona, juny 2007**



**Fonts d'informació i anàlisi comparativa dels SP d'informació d'actualitat a Espanya, França i Regne Unit, i els estats nord-americans de Califòrnia, Florida, Nova York i Texas**



## **CAPÍTOL 4**

### **Fonts d'informació i anàlisi comparativa dels SP d'informació d'actualitat a Espanya, França i Regne Unit, i els estats nord-americans de Califòrnia, Florida, Nova York i Texas**

El present capítol mostra el procés de recerca dut a terme, per a l'obtenció de les fonts d'informació rellevants a l'objectiu perseverat. A la vegada, es presenta l'anàlisi dels SP d'informació d'actualitat observats, a les webs dels mitjans de comunicació dels països seleccionats: Espanya, França i Regne Unit, així com els estats de Califòrnia, Florida Nova York i Texas, dels EUA. S'ha pres la decisió de presentar de forma separada i independent els resultats d'aquest estudi, per tal de facilitar la visualització de la situació en què es troba el desenvolupament d'aquest tipus de serveis als àmbits geogràfics esmentats.

Les dades aconseguides dels elements de valor observats (contingut informatiu, gestió del servei, navegabilitat i personalització), es mostren en forma de gràfics, separatament per distribució geogràfica. L'estudi efectuat es va donar per tancat el novembre de 2006, això suposa que l'estat de l'art dels SP haurà sofert algunes variacions, en el nombre i possiblement en la tipologia de servei, a causa de les constants innovacions que s'implanten dia rere dia.

La recerca dels SP ha requerit el desenvolupament d'una sèrie de fases prèvies, imprescindibles per a iniciar la revisió dels mitjans de comunicació a la xarxa, i que s'especifiquen a continuació en els apartats 4.1 i 4.2.

#### **4.1 La selecció dels països analitzats**

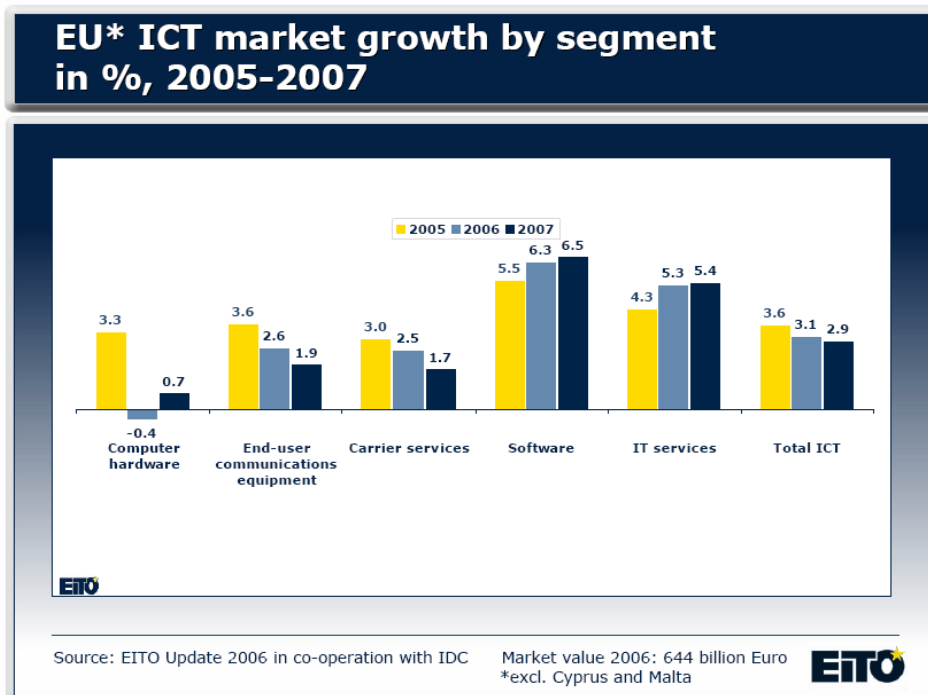
L'elecció dels països que han format part de la investigació es va decidir en base a dos factors, d'una banda, l'idiomàtic, on el coneixement de les llengües limitava l'accés a les fonts d'informació en espanyol, anglès i francès. De l'altra, aconseguir un criteri econòmic, industrial i de prestigi que permetés realitzar una tria dels països

capdavanters a nivell europeu en temes d'informació i comunicació tecnològica. Des d'aquesta perspectiva, es va iniciar una recerca que permetés establir els criteris esmentats a partir d'una font d'informació de prestigi en l'àmbit de tecnològic. Així, es va seleccionar l'*European Information Technology Observatory* (EITO) (<http://www.eito.com/tables.HTML>). Aquesta organització és una iniciativa per a la publicació del llibre de l'any de la informació i comunicació tecnològica de la indústria a Europa. Faciliten anàlisis actualitzats d'Europa Oriental i Occidental d'informació tecnològica i del mercat de les telecomunicacions, que inclouen detalls estadístics per països i per segments de mercat. A més, EITO presenta una extensa visió dels darrers desenvolupaments tecnològics.

La informació obtinguda a EITO ha possibilitat establir un criteri de selecció dels països d'Europa, que han format part de la investigació, ja que ha permès visualitzar l'evolució de creixement per segments del mercat d'ITC (*Information and Communications Technology*) de 2005-2007 a Europa Occidental.

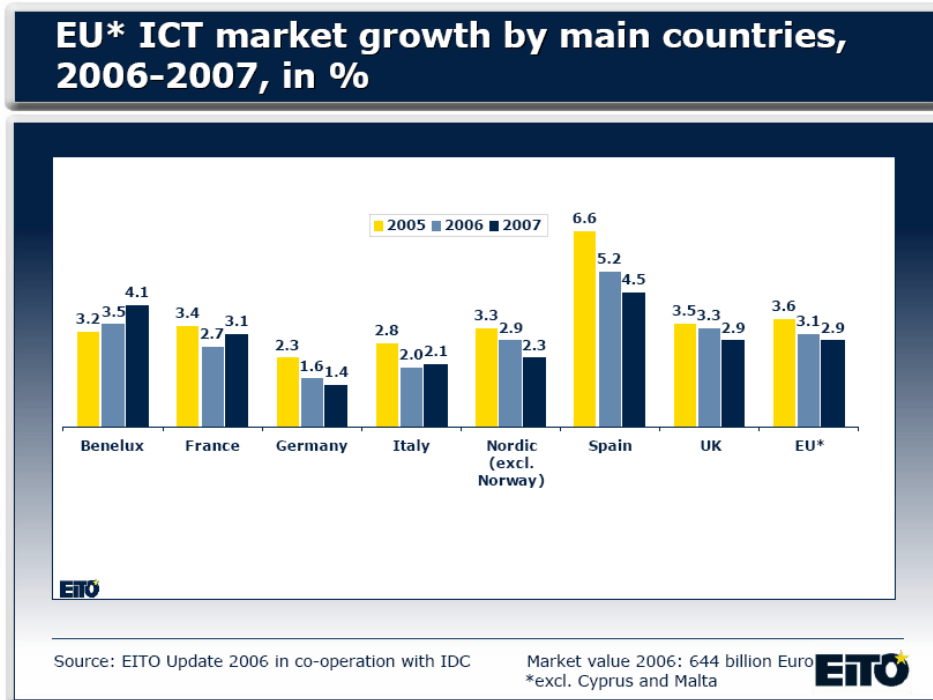
El gràfic d'a sota presenta una previsió d'evolució creixent en la utilització dels serveis tecnològics d'informació, mostrat pel grup de dades corresponent a les barres d' *IT services* durant el període mesurat a Europa Occidental.

Captura de pantalla 12. Creixement del mercat d'*Information and Communications Technology* per segments, període 2005-2007



Font: <http://www.eito.com/tables.HTML>

Captura de pantalla 13. Creixement del mercat d'*Information and Communications Technology* per països, període 2006-2007

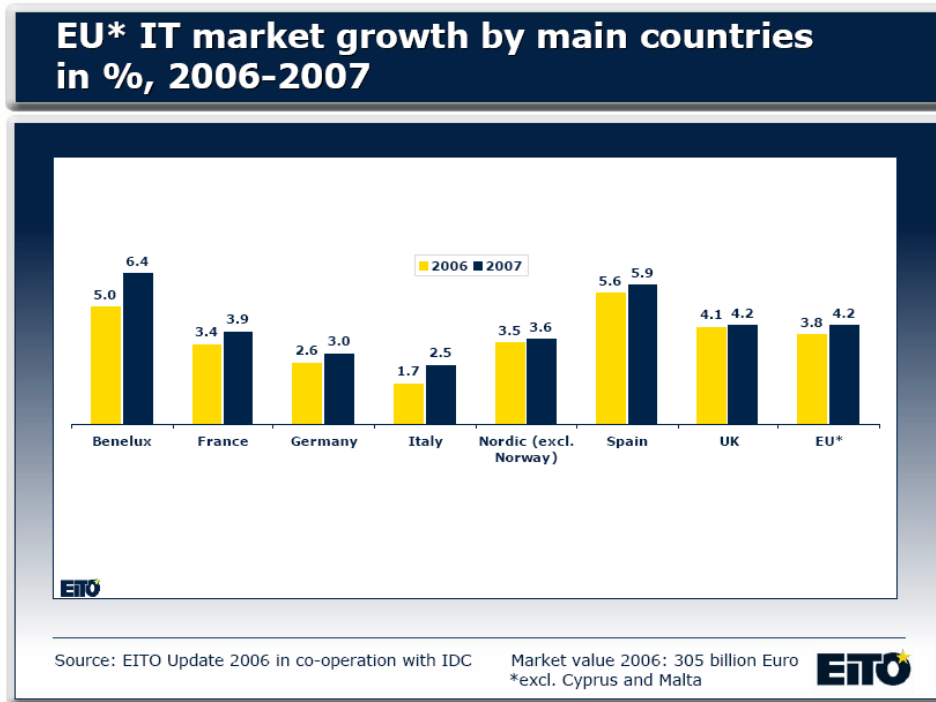


Font: <http://www.eito.com/tables.HTML>

La previsió en l'evolució del creixement o decreixement del mercat en ICT (*Information and Communications Technology*) als principals països d'Europa Occidental es presenta en el gràfic precedent. Els indicadors més alts durant l'any 2005, corresponen a Espanya (6,6), Regne Unit (3,5) i França (3,4), països seleccionats per a la investigació. La previsió mostra una regressió diferent per a cadascun d'ells, en el 2007 respecte del 2005, tot i això, representatius de l'estat de l'art en aquest sector a Europa. No s'ha elegit el Benelux (Bèlgica, Països Baixos i Luxemburg) per a formar part de l'estudi, tot i ocupar el tercer lloc en creixement en els gràfics mostrats, donat que es tracta d'una regió econòmica formada per tres països diferents. Tanmateix la selecció d'aquesta regió hauria suposat una dificultat idiomàtica insalvable per l'autora de la tesi, en referència a la llengua neerlandesa.

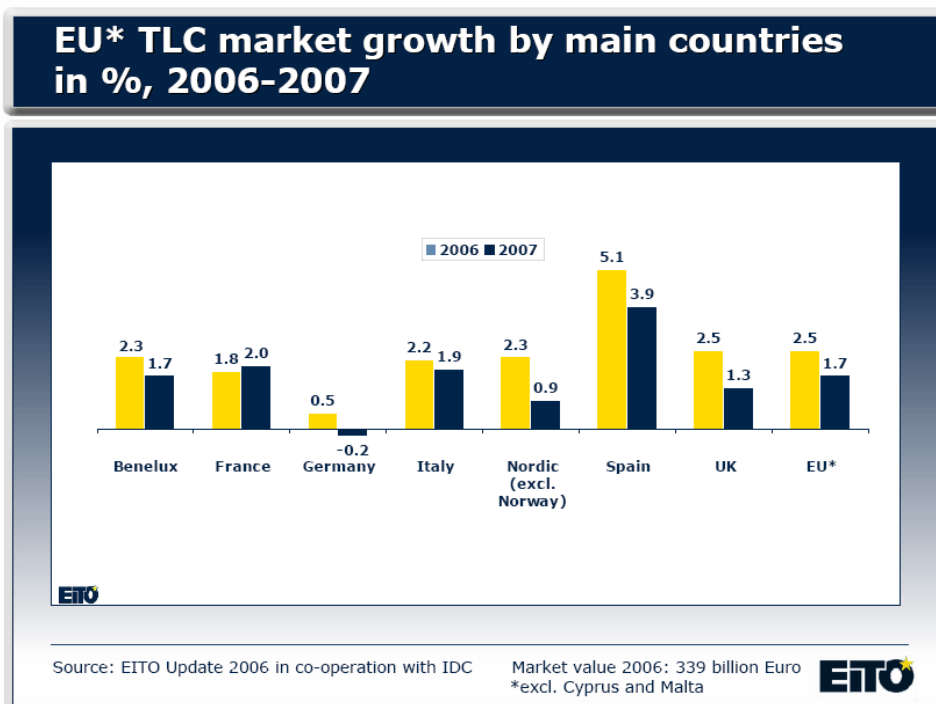
S'ha considerat interessant incorporar la informació corresponent a l'evolució dels mercats en IT (*Information technology*) i TLC (*Telecommunications*), captures de pantalla 14 i 15, ja que el desenvolupament i representació gràfica d'ambdós permet obtenir una visió de conjunt d'aquest sector tecnològic.

Captura de pantalla 14. Creixement del mercat d'*Information Technology* per països, període 2006-2007



Font: <http://www.eito.com/tables.HTML>

Captura de pantalla 15. Creixement del mercat de *Telecommunications* per països, període 2006-2007



Font: <http://www.eito.com/tables.HTML>



A partir dels gràfics precedents d'Europa, es va considerar necessària la justificació de l'evolució de les tecnologies de la informació i la comunicació als EUA. Mitjançant la consulta a la Sra. Eva Ollé ([ollee@state.gov](mailto:ollee@state.gov))<sup>98</sup>, documentalista de l'*Information Resource Center Information. U.S. Consulate General* (<http://barcelona.usconsulate.gov/ircbarna/ircbarcca.html>), es va adreçar la demanda d'informació per correu electrònic. Malauradament no s'ha pogut incloure cap gràfic en aquest sentit, ja que les agències governamentals del país no realitzen aquest tipus de previsions, sinó que la proporcionen consultories privades i empreses d'estudis de mercat. No obstant això, s'han revisat una sèrie d'enllaços del *Bureau of Economic Analysis (National of Economyc Accounts)* ([http://bea.gov/national/info\\_comm\\_tech.htm](http://bea.gov/national/info_comm_tech.htm)), o el *U.S. Census Bureau* (<http://www.census.gov/>), recursos oferts des del consolat, però sense informació rellevant pel tema cercat. Tot i la inexistència d'un document que reafirmi la decisió d'incorporar els EUA a l'estudi, s'ha considerat imprescindible comptar amb aquest país en una investigació de les característiques i àmbit tecnològic proposat.

#### 4.2 Les fonts d'informació per països

L'obtenció dels directoris que van permetre aconseguir el grau d'exhaustivitat i actualització exigits, en referència a les fonts d'informació, va comportar una sèrie d'accions relacionades a continuació.

Es va considerar la necessitat d'obtenir fonts d'informació nacionals, respecte dels països objecte d'anàlisi, per aconseguir unes eines de recopilació exhaustives i fiables dels mitjans de comunicació amb presència a la xarxa. Aquesta idea va promoure el contacte amb diverses entitats i organitzacions de l'àmbit de la biblioteconomia i de la documentació dels països seleccionats per a l'estudi.

---

<sup>98</sup> Les adreces de correu electrònic de les persones contactades que apareixen en aquesta tesi, són d'accés públic, ja que apareixen a les pàgines web de les organitzacions on desenvolupen tasques professionals.

#### 4.2.1 Espanya

##### **Prensa**

- *Dirección General de Protección Civil del Ministerio del Interior* (<http://www.proteccioncivil.org/prensa.htm>). Recopilació de la població de referència dels mitjans de comunicació de premsa escrita, sense data d'actualització del directori.

##### **Ràdio**

- *Live-Radio-net*, directori d'actualització mensual d'emissores de ràdio d'arreu del món (<http://www.live-radio.net/SearchResults.php3?OSt=Li&St=&OGen=Any&OCnt=Li&Cnt=spain&OFee=Any&OSta=Li&Sta=&OPag=10&OCit=Li&Cit=>) i *Portalmundos.com ;Vive nuestros mundos!* (<http://www.portalmundos.com/mundoradio/>), portal d'emissores de ràdio espanyoles amb pàgina web per complementar el directori europeu que contenia nombrosos enllaços trencats.

##### **Televisió**

- *Televisiones locales y audiovisual* (<http://www.tvlocal.com/>), directori de televisions locals, portal dedicat al sector de la televisió i àudio visual.

##### **Agències de premsa**

- *Kiosco Internet* ([http://www.kiosco.net/varios/agencias\\_prensa.asp?zona=10&pos=0&tema=106](http://www.kiosco.net/varios/agencias_prensa.asp?zona=10&pos=0&tema=106)). La inexistència de l'autoria i l'actualització del recurs ha requerit completar i contrastar la informació amb una altra font: *Pressnet, Periodistas, Periodismo y Medios de Comunicación en Internet*, (<http://www.pressnetweb.com/>), directori sense data d'actualització.

### **Empreses de seguiment de mitjans i *press clipping***<sup>99</sup>

Descobertes per mitjà de la pàgina web de l'*Asociación Española de Empresas de Seguimiento de Información y Publicidad* (<http://www.aesip.net/>). Aquesta pàgina presenta una relació de només sis empreses d'aquesta tipologia. Donada la limitació de la llista es va optar per escriure un correu electrònic a l'associació per sol·licitar si disposaven d'un directori que permetés completar la informació. La resposta de l'associació ha estat negativa i s'ha procedit a la introducció de paraules clau en un cercador genèric per intentar engrossir el nombre d'empreses. El resultat d'aquesta cerca ha estat de cinc noves entitats amb pàgina web, que han estat incorporades a l'inventari.

#### *4.2.2 França*

La informació específica de les fonts d'informació franceses<sup>100</sup> s'ha obtingut a partir d'una cerca simple a un cercador genèric, des del que es va localitzar el portal *JournalismNet* (<http://www.journalismnet.com/>), realitzat pel creador i administrador de la web Julian Sher ([jsher@journalismnet.com](mailto:jsher@journalismnet.com)). Es tracta d'una eina que recopila diferents directoris referents al món del periodisme. El recull d'emissores de ràdio, diaris i televisions amb presència a Internet, és el més exhaustiu detectat a la xarxa en el moment de realitzar la cerca (març 2006). Per tal d'obtenir dades referents a la periodicitat d'actualització del directori es va adreçar un correu electrònic a Julian Sher el 15 de març de 2006, però no s'ha obtingut cap resposta.

---

<sup>99</sup> Serveis de seguiment de premsa o *press clipping services* són agents d'informació amb l'objectiu de proporcionar un accés puntual a les fonts de notícies de major influència sobre l'opinió pública. També realitzen el servei de monitoritzatge de mitjans àudio visuals o *broadcast monitors* dedicades al seguiment de mitjans àudio visuals.

Jiménez, Àngels, "Acceso a información periodística a través de servicios de *press clipping*", *Hipertext.net*, núm. 1, (2003), <<http://www.hipertext.net>>. [Consulta: 28/05/2007].

<sup>100</sup> Es va contactar amb institucions específiques i de l'àmbit geogràfic francès com: l'Institut Francès de Barcelona, el *Centre de documentation de l'Institut Français de presse* a Paris, l'*Association des bibliothécaires français* i l'*Association des professionnels de l'information et de la documentation*, però sense obtenir resultats rellevants a l'objectiu cercat.

Els estudis d'usuaris en els serveis personalitzats als mitjans de comunicació a Internet

A partir d'aquest portal es van escollir els següents directoris en funció del mitjà de comunicació a analitzar:

### **Premsa**

- *Kidon Media-Link* (<http://www.kidon.com/media-link/fr.php>), directori complet de mitjans de comunicació de premsa a Internet.

### **Ràdio**

- *Live-Radio-net*, directori d'actualització mensual d'emissores de ràdio d'arreu del món (<http://www.live-radio.net/SearchResults.php3?OSt=Li&St=&OGen=Any&OCnt=Li&Cnt=finance&OFee=Any&OSta=Li&Sta=&OPag=10&OCit=Li&Cit=>).

### **Televisió**

- *Universia* (<http://www1.universia.net/catalogaxxi/C10053PPESII1/S12159/P12150NN1/INDEX.HTML>), portal universitari de serveis i continguts informatius per a la comunitat universitària.

#### *4.2.3 Regne Unit*

La recerca de fonts d'informació<sup>101</sup> adequades per a la recopilació exhaustiva de mitjans de comunicació anglesos amb presència a la xarxa va determinar la utilització dels següents directoris trobats a partir del portal *JournalismNet* (<http://www.journalismnet.com/>).

---

<sup>101</sup> Es va contactar amb *The Association for Information Management* i també amb el *British Council of Barcelona*, però sense obtenir cap resposta.

## Premsa

- *Kidon Media-Link* (<http://www.kidon.com/media-link/uk.php>), és un lloc web independent que intenta recopilar un directori complet de mitjans de comunicació a Internet.

## Ràdio

- *Live-Radio-net* (<http://www.live-radio.net/SearchResults.php3?OST=Li&St=&OGen=Any&OCnt=Li&Cnt=united+kingdom&OFee=Any&OSta=Li&Sta=&OPag=10&OCit=Li&Cit=>), directori mundial d'emissores de ràdio, amb una actualització mensual.

## Televisió

- *Universia* (<http://www1.universia.net/catalogaxxi/C10053PPESII/S12089/P11936NN1/INDEX.HTML>), portal de serveis i continguts informatius i formatius adreçat a la comunitat universitària.

### 4.2.4 EUA

L'obtenció de fonts d'informació de mitjans de comunicació a Internet dels EUA<sup>102</sup> es van aconseguir a partir del contacte amb la Sra. Eva Ollé Ferré ([ollee@state.gov](mailto:ollee@state.gov)) de l'*Information Resource Center Information. U.S. Consulate General* (<http://barcelona.usconsulate.gov/ircbarna/ircbarcca.html>) de Barcelona, amb dues

---

<sup>102</sup> Es va establir comunicació amb *The Association of information Management Professionals* (ARMA), l'*American Library Association* i l'Institut Nord-americà de Barcelona, amb respostes negatives a l'objectiu perseguit.

adreces *URL*<sup>103</sup> que recopilen mitjans de comunicació dels EUA, i a la que es va agrair l'interès i l'eficiència en la col·laboració prestada.

*Newslink* (<http://newslink.org>) va ser el recurs elegit, pel rigor exhaustiu en la compilació dels enllaços i per què abasta tot tipus de mitjans de comunicació a la xarxa i no només dels diaris.

El directori *Newslink* ha permès aconseguir tots els mitjans de premsa, (<http://newslink.org/statnews.html>); ràdio (<http://newslink.org/statradi.html>) i televisió (<http://newslink.org/abctele.html>). L'obtenció de la totalitat dels recursos des d'un sol directori representa equilibri i homogeneïtat en els criteris de selecció dels enllaços que formen part del recurs seleccionat, una de les condicions requerides per l'autora.

La revisió de les pàgines web dels mitjans de comunicació dels EUA es presentava inabastable donada la grandària del país. Després de l'examen dels mitjans de premsa, ràdio i televisió de dos estats, escollits de forma aleatòria, es va advertir una uniformitat en els SP, i la reiterada aparició de dos entitats creadores dels serveis: *Mediaspan Online Services* (<http://www.mediaspanonline.com>) i *Clear Chanel* (<http://www.clearchannel.com>), que va emmenar a pensar en una oferta de serveis isocrònics per a la major part dels estats. A la vegada, l'esforç en temps i dedicació que requeria l'observació de les webs i la subscripció de l'SP, en el seu cas, no garantia l'obtenció d'un servei de qualitat des de la satisfacció de les necessitats de l'usuari, objectiu de l'estudi. En conseqüència, es va prendre la decisió de realitzar una selecció d'estats, des d'un punt de vista econòmic, en funció del PIB (producte interior brut) que cadascun dels estats aporten al país. Aquesta apreciació es va decidir sota el criteri que els estats amb una activitat econòmica rellevant, generen un desenvolupament empresarial que és font de notícies i per tant d'implantació de mitjans de comunicació per a la difusió d'aquestes.

Novament es va acudir a l'ajut de la Sra. Eva Ollé Ferré del *Information Resource Center Information. U.S. Consulate General* (<http://barcelona.usconsulate.gov/ircbarna/ircbarcca.html>), de Barcelona per aconseguir

---

<sup>103</sup> URL: La sigla prové de l'anglès *uniform resource locator* i *universal resource locator* (localitzador uniforme de recursos i localitzador universal de recursos). Un exemple d'URL és <http://www.termcat.net>. Definició extreta del Centre de Terminologia, Termcat <<http://www.termcat.net/cercaterm>>. [Consulta: 25/04/2007].

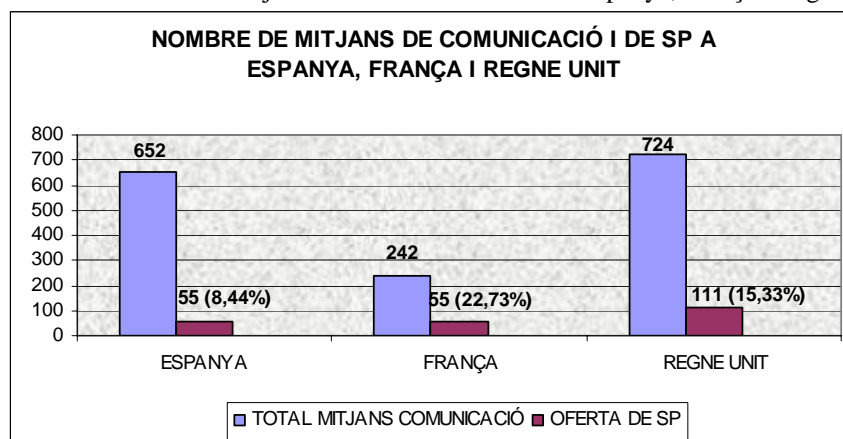
la font d'informació més adequada per obtenir dades econòmiques que permetessin argumentar el criteri exposat.

La pàgina web de *Bureau of Economic Analysis* va aportar la informació requerida per a prendre la decisió de seleccionar els estats de Califòrnia, Florida, Nova York i Texas, els quatre amb una aportació econòmica superior, respecte de la resta, en el *Gross State Product* (<http://www.bea.gov/bea/regional/gsp/action.cfm>).

### 4.3 L'oferta empresarial d'SP d'informació d'actualitat

L'examen de les web dels mitjans de comunicació dels països i estats mencionats ha suposat l'anàlisi d'un total de 2.636 pàgines. Aquest volum de webs ha permès detectar, quines oferien als usuaris/lectors SP de subscripció gratuïta<sup>104</sup>, mitjançant l'aplicació de correu electrònic, els dispositius de telèfon mòbil, agenda electrònica o l'espai d'informació personal a la seu web del mitjà. Es tracta d'un treball empíric que aporta dades originals, i que ha imposat una dedicació exhaustiva i exclusiva a l'estudi i ordenació de la informació aconseguida. Així, el gràfics següents mostren el nombre total de mitjans de comunicació amb pàgina web i que ofereixen un total de 405 SP únics<sup>105</sup>, que han estat subscrits i rebuts per l'autora i per tant objecte d'anàlisi.

Gràfic 4. Nombre de mitjans de comunicació i d'SP a Espanya, França i Regne Unit



Elaboració pròpia

<sup>104</sup> L'anàlisi de les webs dels mitjans de comunicació ha permès observar SP de pagament, però que no han estat analitzats, ja que no formaven part de l'objectiu d'aquesta tesi.

<sup>105</sup> Si un mitjà de comunicació disposa de més d'un SP s'ha comptabilitzat com únic, ja que els elements han estat avaluats des de la pàgina web que els allotja.

Respecte a l'oferta d'SP del gràfic quatre, França és el país amb el major número de serveis únics (55, el 22,73%), respecte del nombre de mitjans de comunicació amb pàgina web. Aquest fet pot donar-se per la detecció d'un nou canal informatiu, per una part dels mitjans francesos, que aposten per la captació de nous usuaris per mitjà de la xarxa. El Regne Unit apareix en segon lloc amb un 15,33% i Espanya en darrer lloc amb sols un 8,44%. Del gràfic dels països europeus cal destacar també, com a dada sorprenent el baix nombre de mitjans de comunicació de França amb presència a la xarxa, respecte Espanya i Regne Unit que mostren un nombre superior. Per tal d'analitzar aquest aspecte, s'ha sol·licitat informació a bibliotecaris residents a França i per tant, amb un coneixement més aprofundit de la situació del desenvolupament d'Internet al país veí. Així, per indicació de Carina Rey Martín, directora d'aquesta tesi, es va recórrer a l'enviament d'un correu electrònic a Lluís Agustí, bibliotecari que va desenvolupar diverses tasques a París durant cinc anys, i que tanmateix va adreçar la meua consulta a dues bibliotecàries de la *Bibliothèque Nationale de France* (<http://www.bnf.fr/>). Les respostes de tots ells van coincidir en què la concentració de mitjans de comunicació a França i l'estat deficitari de la premsa diària, probablement havien estat la causa del no desenvolupament de les webs de mitjans de comunicació. Durant la recerca de mitjans es va prendre contacte amb l'administrador de la web del diari *La Tribune* (<http://www.latribune.fr/>) Jean Michael Pallatin, que va facilitar a l'autora un informe realitzat per l'*Institut Montaigne* (<http://www.institutmontaigne.org/>), *Comment sauver la presse quotidienne d'information*. La lectura d'aquest informe només ha permès obtenir dades referents a la premsa, tot i això s'ha considerat interessant oferir a continuació, un resum del punt de vista d'aquest institut de reconegut prestigi a França.

D'una banda, la premsa diària francesa està en un declivi irreversible a causa de les noves competències: els diaris gratuïts, informació bàsica estandarditzada, pràctica i general, adaptada als transports urbans; i Internet com mitjà subministrador d'informació on la personalització es detecta com un valor afegit i la diversitat permet respondre a multitud de centres d'interès. De l'altra, les noves generacions demanen els mitjans mòbils reactius i personalitzats.

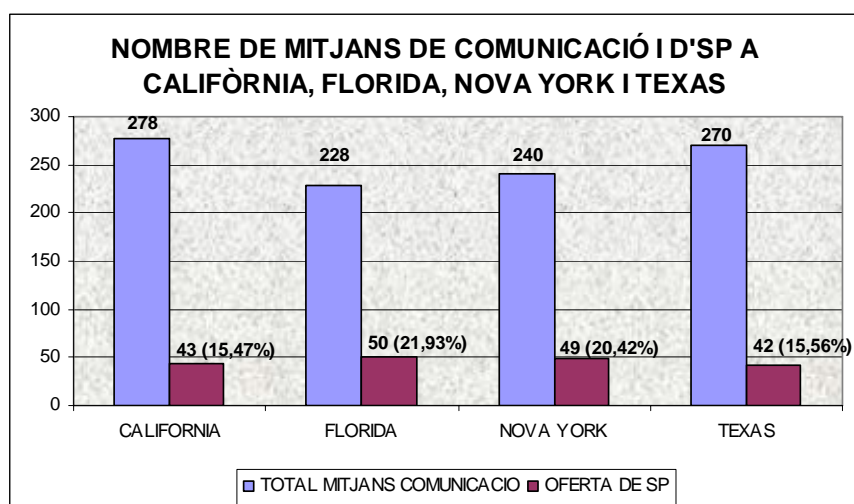
També existeix un factor històric, diverses lleis des de 1944 fins el 2004, basades en la prohibició de la concentració de mitjans de comunicació, ja sigui premsa, ràdio o televisió, han provat la ineficàcia, en el plànol del pluralisme informatiu i també en



l'econòmic. Les conseqüències d'aquest darrer àmbit penalitzen particularment la premsa diària, per l'aplicació d'un model econòmic fràgil en un context de vendes baixes, i per tant menys contractació publicitària, i amb uns costos fixos elevats, que el converteixen ràpidament en un sistema deficitari. En referència al pluralisme informatiu s'ha comprovat significativament a la premsa regional, amb monopolis locals sobre la totalitat del territori, que han provocat la inexistència de diversitat informativa. Una de les raons exposades a l'estudi apunta: *“les problemes que rencontre le secteur depuis quelques années correspondraient à une crise de la demande et non de l'offre”*.

L'estudi realitzat per l'*Institut Montaigne* proposa un pla d'actuació, per a dur a terme en tres anys, que s'inicia amb la modernització del sector i una reforma del dispositiu de no concentració per permetre la constitució de grups multimèdia, entre d'altres.

Gràfic 5. Nombre de mitjans de comunicació i d'SP a Califòrnia, Florida, Nova York i Texas



Elaboració pròpia

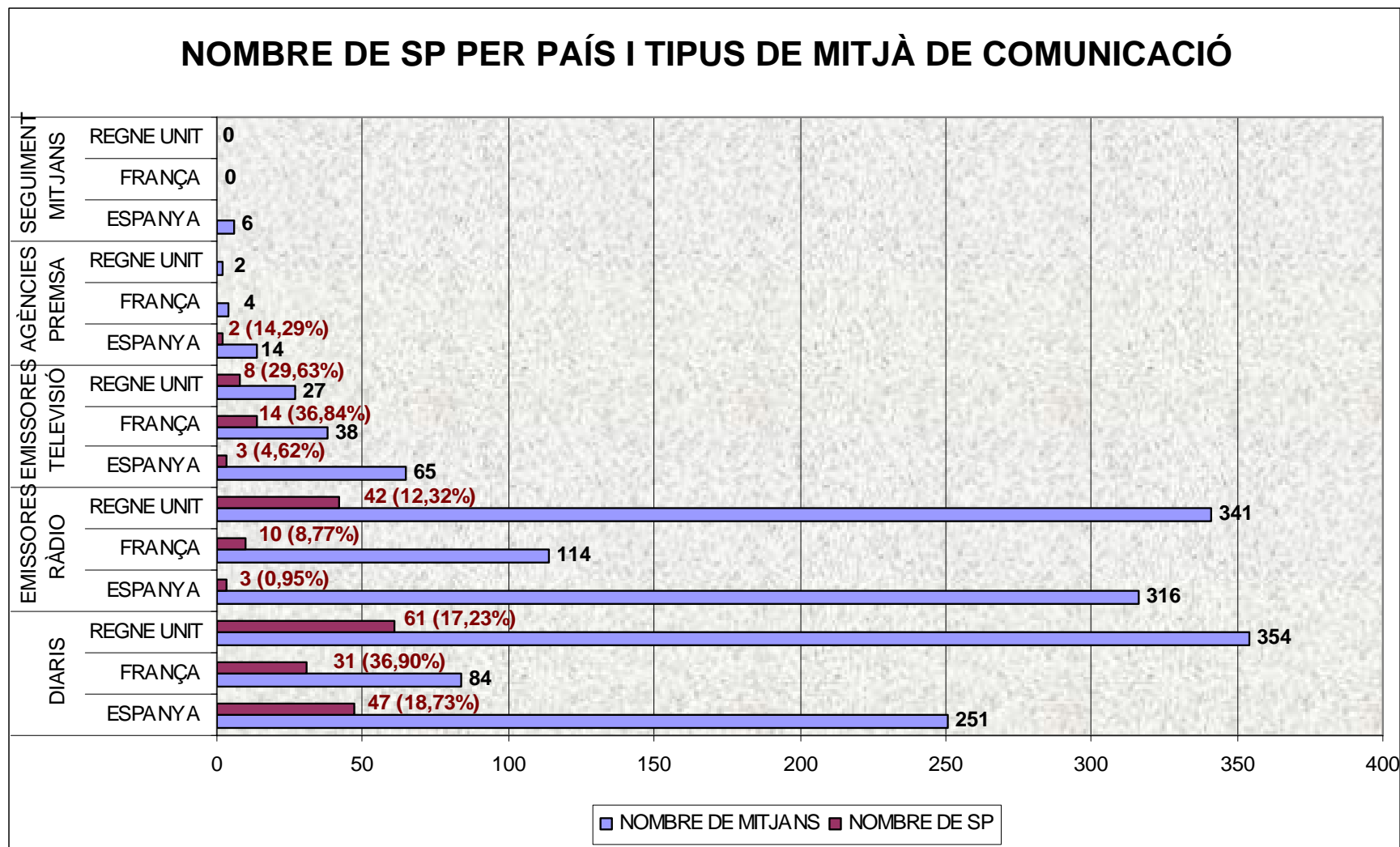
La representació gràfica dels estats dels EUA mostra una relació similar, entre en el nombre de mitjans de comunicació i el d'SP oferts, i tan sols mereix ser destacat l'estat de Florida amb un 21,93% (50 SP) amb una major oferta de serveis i amb una menor presència de mitjans a la xarxa. D'altra banda, Califòrnia és l'estat amb un major nombre de mitjans (278) i en canvi amb l'oferta més petita, sols 43 SP (15,47%). En l'anàlisi dels serveis dels estats d'EUA s'ha constatat que els mitjans de comunicació ofereixen una sola tipologia de servei, a diferència d'Espanya, per exemple, on puntualment un

Els estudis d'usuaris en els serveis personalitzats als mitjans de comunicació a Internet

mateix mitjà presenta fins a quatre tipologies d'SP, com és el cas de *Panorama-Actual.es* (<http://www.panorama-actual.es/default.pl>). Aquesta diversitat en l'oferta permet que l'usuari seleccioni el servei que millor s'adapta a les seves necessitats.

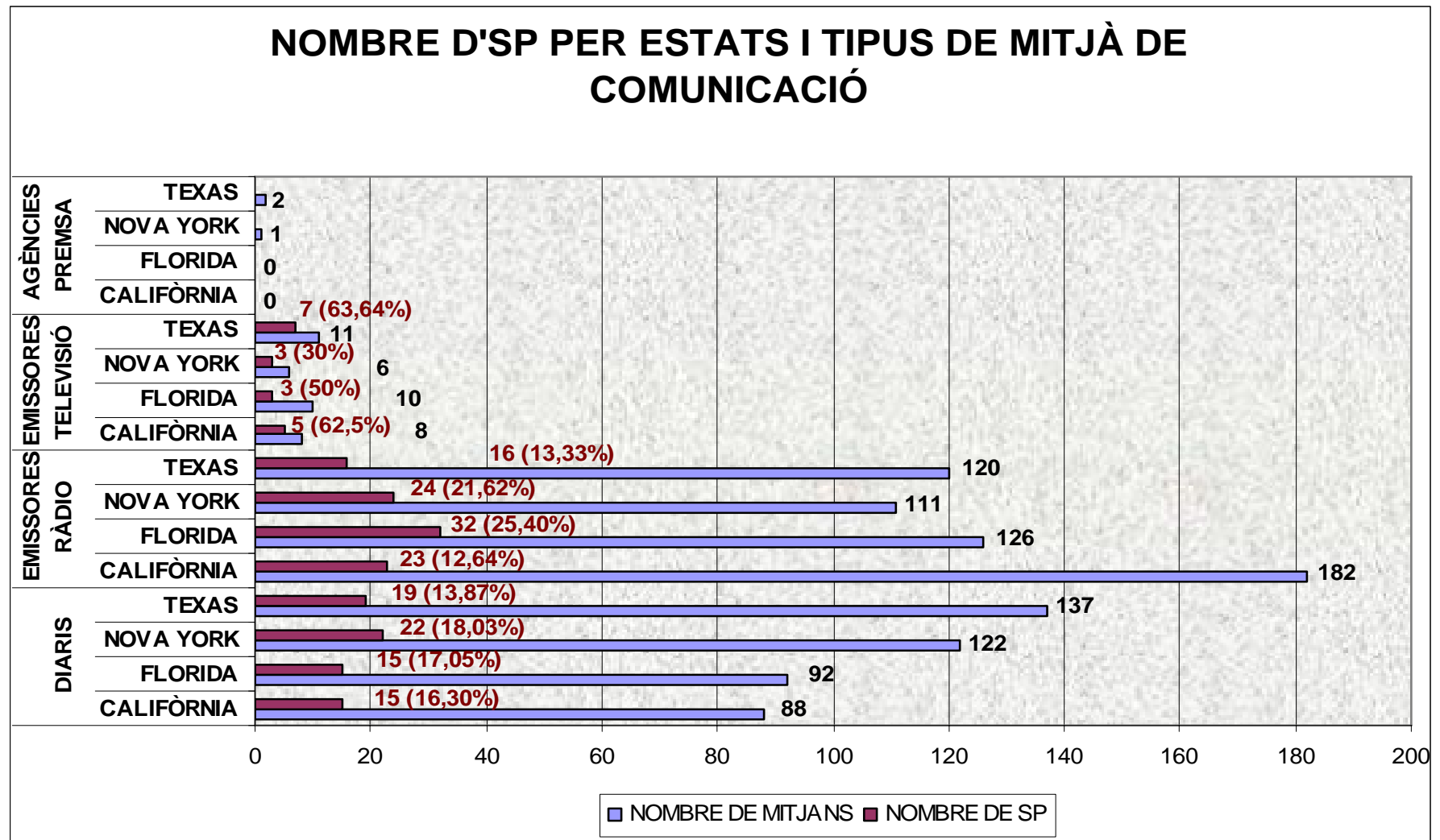
Els gràfics sis i set presentats a continuació, en forma apaïxada per facilitar la visualització de les dades, mostren la proporció entre nombre i tipus de mitjans i el nombre de serveis oferts per països.

Gràfic 6. Nombre d'SP per país d'Europa i tipus de mitjà de comunicació



Elaboració pròpia

Gràfic 7. Nombre d'SP per estats dels EUA i tipus de mitjà de comunicació



Elaboració pròpia

Destaquen de les dades presentades l'alt nombre d'emissores de ràdio amb presència a la xarxa, però amb una escassa oferta d'SP, que en cap cas representa més d'un 15% a Europa. Una de les causes d'aquesta presència majoritària d'emissores de ràdio a la xarxa pot donar-se per l'aparent facilitat tècnica i comuna de distribuir ràdio per Internet per mitjà de *streaming*<sup>105</sup> o reproducció en temps real de so en format MP3<sup>106</sup> que envia els fitxers en petits paquets des d'una connexió TCP/IP<sup>107</sup> per ser units de nou i reproduïts en els següents dos segons. Així les emissions amb aquest sistema tindran un retard d'uns dos segons, respecte a la recepció per un aparell tradicional. Resulta plausible que les emissores de ràdio hagin utilitzat l'emissió per mitjà de la xarxa, com una forma de fidelitzar els oients, ja que encara que no resideixin al país emissor poden gaudir de la seva programació. Una de les raons d'aquesta petita oferta d'SP pot ser a causa de l'aparició del reproductor *iPod*<sup>108</sup>, una nova forma de distribuir i descarregar arxius d'àudio, generalment en format MP3. Per mitjà del sistema de sindicació de continguts, l'usuari es subscriu a un arxiu d'àudio determinat per descarregar-lo de manera automàtica, ràpida i periòdica. Aquest sistema permet l'audició de continguts informatius o musicals emesos pel mitjà, i l'usuari pot escoltar-los en el moment que desitgi, i a més, escollir entre els mitjans de comunicació que facilitin aquest tipus de servei.

El sistema de sindicació de continguts i l'*iPod* canvien els costums dels oients de ràdio. Les emissores que incorporen aquest nou canal, permeten a l'usuari la subscripció i selecció de programes del seu interès, informatiu o lúdic. L'*iPod* es converteix en un dispositiu que facilita l'elecció de continguts radiofònics, crear la seva pròpia graella de

---

<sup>105</sup> Reproducció en temps real: Tècnica que permet reproduir fitxers audiovisuals procedents d'una xarxa informàtica, generalment Internet, sense haver d'esperar que el procés de transferència de les dades s'hagi acabat. Definició extreta del Centre de Terminologia, Termcat <<http://www.termcat.net/cercaterm>>. [Consulta: 25/04/2007].

<sup>106</sup> MP3: Format de compressió de seqüències d'àudio que permet de reduir un fitxer d'àudio, generalment a una dotzena part de la mida original, preservant-ne la qualitat del so. Definició extreta del Centre de Terminologia, Termcat <<http://www.termcat.net/cercaterm>>. [Consulta: 25/04/2007].

<sup>107</sup> TCP/IP: Conjunt de protocols basat en el protocol d'Internet, que encamina paquets de dades des de l'origen fins a la destinació, i el protocol de control de transmissió, que garanteix la integritat dels paquets lliurats. Definició extreta del Centre de Terminologia, Termcat <<http://www.termcat.net/cercaterm>>. [Consulta: 25/04/2007].

<sup>108</sup> El iPod es un reproductor de música digital basado en un disco duro creado por Apple Computer. Puede reproducir archivos MP3, WAV, AAC/M4A, AIFF y Apple Lossless. Definició extreta de *Wikipedia, la enciclopedia libre* <<http://es.wikipedia.org/wiki/iPod>>. [Consulta: 25/04/2007].

programació, permanent o puntual, i escoltar-la per mitjà del dispositiu en el moment que l'usuari decideixi.

Tanmateix cal mencionar la televisió, com mitjà capdavanter en la creació d'SP, ja que a França suposa el 36,84% i el 29,63% al Regne Unit, on set dels vuit serveis oferts pertanyen al grup de la BBC (<http://www.bbc.co.uk>), així es mostra com a principal promotor d'aquest tipus de serveis. Espanya resta amb una presència testimonial amb un 4,62%.

Les agències de premsa, sols apareixen a Espanya, com subministradores d'SP amb un 14,29% i sense oferta a França ni el Regne Unit. Aquest fet pot donar-se perquè es tracta d'una tipologia d'empresa que enfoca la seva activitat principal a proveir d'informació als mitjans de comunicació i no al públic en general.

La premsa és el mitjà amb una representació més afí en SP a Espanya i Regne Unit, amb un 18,65% i un 17,23% respectivament. Els 33 SP de França corresponen a un 38,37%, xifra que representa una aposta per aquests tipus de serveis, del petit nombre de diaris presents a la xarxa.

Els SP analitzats corresponents a Espanya pertanyen majoritàriament a premsa local, on destaca el grup editorial *Vocento* (<http://www.vocento.com/>) en aquest canal informatiu. *France Télévisions* (<http://www.francetelevisions.fr/html/index.php?lg=fr>) és el grup amb més presència a França a emissores de televisió i la *BBC* (<http://www.bbc.co.uk/>) apareix al Regne Unit dominant les emissores de ràdio i televisió. En referència a la premsa local britànica *Newsquest Media Group* (<http://www.newsquest.co.uk/>) és el grup que de forma majoritària ofereix SP. No obstant això, cal esmentar que ha resultat difícil aconseguir la informació sobre els grups de comunicació als que pertanyen els mitjans, ja que en molts casos sols s'ha identificat a partir de la imatge corporativa de la web, i no d'una informació específica en aquest sentit.

El gràfic set, corresponent als EUA revela una oferta de serveis des de les emissores de televisió superior al 30% en els quatre estats, com a mitjà destacat en l'emissió d'SP. Així mateix, la premsa apunta un percentatge de serveis al voltant del 15% en tots els casos, i per últim la ràdio és el mitjà que exposa una variabilitat més patent i irregular en la seva oferta. Destaca Califòrnia amb 23 SP (12,64%), que representa l'estat amb el menor nombre de serveis i el més alt d'emissores de ràdio, respecte la resta de demarcacions per aquest tipus de mitjà.

Les agències de premsa són presents només a Nova York i Texas, però sense cap oferta d'SP. No s'han detectat empreses de seguiment de mitjans o *press clipping* amb pàgina web en cap dels estats analitzats.

Les seues webs dels SP als EUA ha permès identificar una tradició de grups de comunicació que són presents a diversos tipus de mitjans. Així a Califòrnia i Florida el grup dominant a la ràdio és *Clear Channel Comunicacion* (<http://www.clearchannel.com/>), i també a Texas, però compartint el lideratge amb *Citadel Broadcasting Company* (<http://www.citadelbroadcasting.com/>) i *CBS* (<http://www.cbs.com/>). A Nova York s'ha observat com *Cox Radio Inc.* (<http://coxradi.com/>) apareix en algunes webs detectades. Respecte a la premsa i la televisió no es pot establir una preponderància a un grup per sobre de l'altre, ja que s'ha trobat *Raycom Media* (<http://www.raycommedia.com/>) a Texas o Nova York en aquest darrer canal, i la premsa de forma més diversificada, però també formant part d'algun grup de comunicació.

#### 4.3.1 Procés de subscripció d'un SP

Cadascun dels SP analitzats al llarg del treball de camp ha representat la subscripció de 405 serveis. Per apropar al lector i fer més versemblants les etapes que requereix la subscripció d'un SP, es presenta el procés requerit per la recepció d'un servei d'*E-mail News* de l'emissora de televisió *10News.com* (<http://www.10news.com/>) corresponent a l'estat de Califòrnia (EUA).

En primer lloc, apareix informació referent al procediment que ha de seguir l'usuari per l'alta, i/o la baixa en la subscripció, amb un enllaç a les FAQ<sup>109</sup> o preguntes més freqüents, per si l'usuari té dubtes a l'hora de registrar-se com a receptor del servei.

El registre en el servei (*E-News Registration*) consta de tres passos:

---

<sup>109</sup> Preguntes més freqüents: Conjunt de dubtes sobre un tema específic que els internautes es plantegen repetidament, aplegats en una pàgina web amb les solucions corresponents. Definició extreta del Centre de Terminologia, Termcat <<http://www.termcat.net/cercaterm>>. [Consulta: 25/04/2007].

1. Dades personals del receptor.
2. Elecció del format de recepció del servei: HTML o TEXT.
3. Selecció entre una àmplia gamma d'*E-Mail Alerts*.

Captura de pantalla 16. Subscripció *E-Mail News*, emissora de televisió *10News.com*

**10NEWS .COM** Promoting the health, safety, and general well-being of our community's children. Join the Children's 10Mobile out in our community! Click Here.

USA Federal

SEARCH  
 Site  Web  
 Yellow Pages

LOCAL NEWS  
 10News Investigations  
 National News  
 Good News  
 Seen On 10News  
 10News Special Assignments  
 News Archive  
 Contact 10News  
 10News Team  
 10News To Go  
 E-mail Alerts  
 Get RSS

Reading and Signing (Red Local Post Now)  
 ServiceMagic

**NEWS**  
 Home  
 Local News  
 National News  
 Seen On 10News  
 Most Popular  
 Digital  
 Correspondents  
 10News Special Assignments  
 Investigations  
 10News Fire/Police Blogs  
 Weather Watch  
 Traffic  
 Irresistible Headlines  
 Slideshow Gallery  
 Video  
 Entertainment  
 Contests  
 Politics  
 Immigration Issues  
 Advice America  
 10 For You  
 10News To Go  
 Staying Healthy  
 Sports  
 Education  
 Money  
 Technology  
 10News Click  
 Loren's Field Notes  
 Family  
 Food  
 House And Home  
**MARKETPLACE**  
 Expert Connection  
 Rosante Tourism  
 Automotive  
 Dating  
 Career  
 Deals  
 Legal Center  
 Real Estate  
 Travel  
 Weddings  
**KTUV**  
 Contact Us  
 Advertise  
 About 10News  
 Children's 10Mobile  
 10News Team  
 10Leadership Award  
 TV Listings  
 10News Jobs  
**OTIC FOLIO**  
 Desktop Alerts  
**E-mail Sign Up**  
 Premium Weather  
 Get RSS  
 Yellow Pages  
 SUSTAIN SAN DIEGO  
 10NEWS HD 10  
 Rody Children's

Homepage > **E-Mail News**

**To Subscribe:**  
 If you would like to sign up for an e-mail newsletter or alert:  
 1. Enter your e-mail address in step 1 of the form below.  
 2. Check the e-mail and format you would like to receive.  
 3. Hit submit.

**To Unsubscribe:**  
 1. Enter your e-mail in the "already a subscriber" area below and hit submit. The e-mails for which you are currently subscribed will appear checked on the review list.  
 2. Uncheck those e-mails that you no longer wish to receive.  
 3. Hit submit.

**Need Help?**  
 Do you have a question about your account?  
[Click Here To Visit Our FAQ Page](#)  
 Find helpful answers to questions such as:  
 How do I change e-mail address? Why didn't I get my e-mail today? What is your privacy policy?

**E - News Registration**  
 Complete the 3 steps below to sign up for E-News.

**1** Enter Your E-Mail (Required):

Enter Your First Name (Required):

Enter Your Last Name (Required):

Pager/Cell Address #1 (Optional): What's this?

Pager/Cell Address #2 (Optional):

Birthdate (Required):  
 MM  /  /  YYYY

Gender (Required):  
 Female  Male

Zip Code (Required):

**Already A Subscriber?**  
 Enter your e-mail address and click "Submit" to manage your subscriptions.

**2** Review the list below, and select **HTML** or **TEXT** format (if available).

	HTML	TEXT	Pager / Pager / Cell 1	Cell 2
<b>Breaking News Alerts:</b> Breaking News Alerts	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>News Headlines:</b> News Headlines When You Want Them				
7 a.m. News Headlines	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
9 a.m. News Headlines	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
12 p.m. News Headlines	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4 p.m. News Headlines	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
8 p.m. News Headlines	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
<a href="#">Click here for Severe Weather Alerts.</a>				
<b>Daily Forecast:</b> Don't get caught in the rain. Have the forecast sent daily to your inbox.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
<b>Health:</b> Monday-Friday		Health <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Money:</b> Monday-Friday		Midday Market Report <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Entertainment:</b> Monday-Friday		Daily Quizzes <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Entertainment News <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		PhotoVota <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Technology:</b> Monday-Friday		Digital Daily <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Employment:</b> Employment		10News Employment Tip <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Food And Recipes:</b>				
<b>Teachers Corner:</b> Online Education Projects				
<b>Family:</b>				
<b>House and Home:</b> House and Home tips, plus promotions and special offers from our sponsors.				
<b>Travel:</b> Get Travel E-News		The Vegas E-News <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Travel News <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Shopping:</b> Every Friday		Hot Deals and Freebies <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Daily Horoscopes:</b> Monday-Friday		Daily Aquarius Horoscope <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Daily Aries Horoscope <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Daily Cancer Horoscope <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Daily Capricorn Horoscope <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Daily Gemini Horoscope <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Daily Leo Horoscope <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Daily Libra Horoscope <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Daily Pisces Horoscope <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Daily Sagittarius Horoscope <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Daily Scorpio Horoscope <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Daily Taurus Horoscope <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Daily Virgo Horoscope <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Expert Connection:</b>				
<b>Earthquake Alert:</b> Earthquake Alerts		Earthquake Alert <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

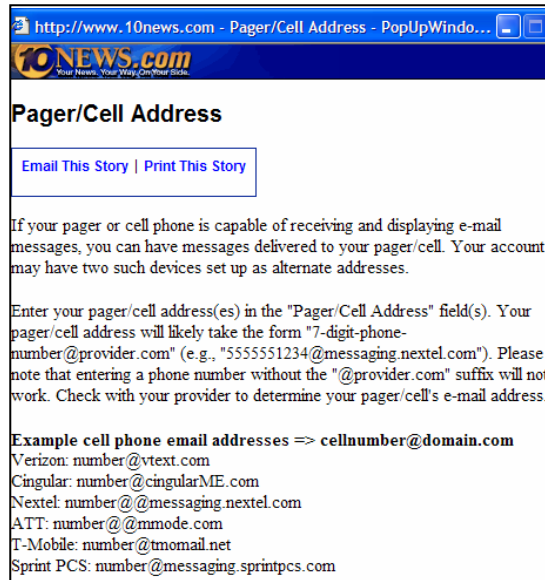
**3** Final Step >>>

Font: <http://www.10news.com/emailnewsletters/index.html>



Els serveis de *Breaking News Alerts* o *Earthquake Alert* també es poden rebre mitjançant el telèfon mòbil de l'usuari.

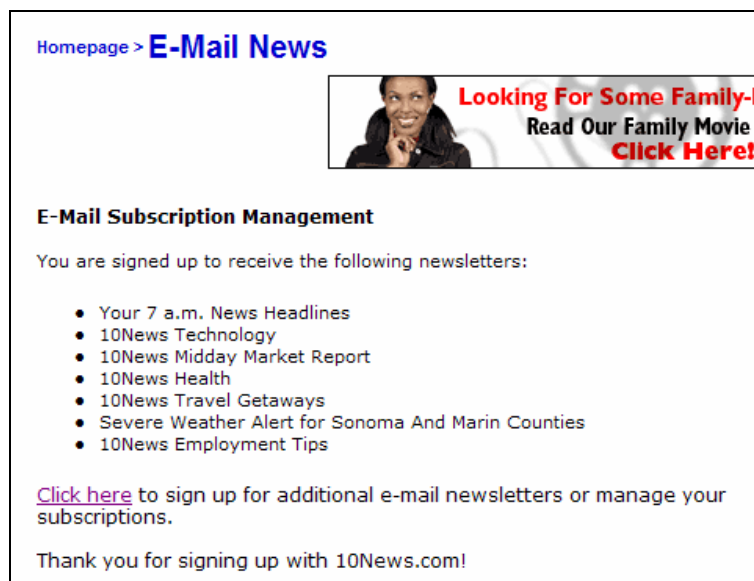
Captura de pantalla 17. Informació addicional referent a la recepció dels serveis per telèfon



Font: <http://www.10news.com/emailnewsletters/index.html>

Posteriorment a l'enviament de la subscripció apareix una pantalla amb la relació de les *E-Mail News* subscrietes.

Captura de pantalla 18. Resultat de la subscripció d'*E-Mail News*

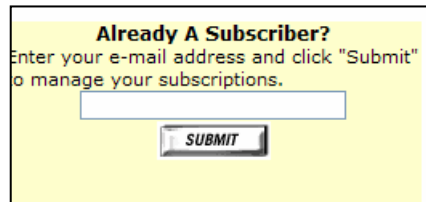


Font: <http://www.10news.com/emailnewsletters/index.html>

Els estudis d'usuaris en els serveis personalitzats als mitjans de comunicació a Internet

Si l'usuari desitja donar-se de baixa del servei, pot gestionar les seves subscripcions des del següent formulari introduint l'adreça de correu electrònic.

Captura de pantalla 19. Gestió de les subscripcions *10.News.com*



**Already A Subscriber?**  
Enter your e-mail address and click "Submit" to manage your subscriptions.

Font: <http://www.10news.com/emailnewsletters/index.html>

Un cop enviat el formulari de gestió, apareix de nou la captura de pantalla 16 amb el perfil de l'usuari (serveis subscrits). El receptor desactiva les *E-Mail News* que no desitja rebre i omple novament les dades personals. Es considera que es requereixen com a mesura de seguretat aplicada per la cadena. Un cop enviada la informació reapareix la captura de pantalla 18 amb el llistat dels serveis que resten a la subscripció. Es mostra tot seguit el SP subscrit de News Technology corresponent a la captura 20.

Captura de pantalla 20. SP de 10News Technology

**10NEWS.com**  
Your News, Your Way, On Your Side.

## 10News Technology

### Technology

**Top Texter Wins With Flying Thumbs**  
A \$25,000 prize goes to a teenage girl who texted Supercalifragilisticexpialidoci faster than anyone else. [More Details](#)

**Candidates Plan Online Presidential Debates**

**NASA Releases 3-D Images Of Sun**

**Billionaire Space Traveler 10News Click: FWR.com**  
Now you can get a list of movies in no time at all. In this 10News Click, Michelle Krish shows you a new Web site full of movie reviews and summaries. [More Details](#)

**10News Click: Mother's Day Section**  
She's the woman who brought you into this world and deserves some special treatment. In this 10News click, Michelle Krish shows you how to spoil your mom this Mother's Day. [More Details](#)

**10News Click: PoemHunter.com**  
You've most likely have heard the poem "Roses Are Red, Violets Are Blue," but here's a Web site where there's a variety of poems for every occasion. [More Details](#)

### Technology Video

**Tech Buzz: RIM Statements Offer Little Comfort**

**Tech Test: ChampionChip Timing Device**

**Navy Employs Mammals To Search For Mines**

**TurboTax Not So Turbo-Charged At Tax Deadline**

**U.S. Military Eyes LASIK Surgery For Pilots**

**Delivering Better Service A Radical Experiment**

**The Office-Less Workplace**

**Consumer Electronics Show Hottest Gadgets**

**Internet Video**

**iPod Alternatives**

**Ultimate Wired Home**

**Motorola CEO**

**Portable GPS**

**Best Prices Of Gadgets**

**Cyber Crime Suspects**

**Blu-Ray Vs. HD-DVD**

**Tech Stock Picks**

**See These!**

[mylife today](#) [Tips To Raise Child Athletes](#)

**ALSO: You Are What You Eat**

[+ 5 Ways To Stay Organized](#)

[+ Selling Your Home? Buyers-Types To Avoid](#)

[+ Is There A Gender Gap In The Workplace?](#)

[+ 10 Ways To Save On Summer Travel](#)

[+ 9 Best Ways To Save Money](#)

[+ Want A Free Credit Report?](#)

[+ 5 Ways Ordinary People Can Get Ahead](#)

### Email Tools

You are receiving this message because you requested it from 10News.com. This message contains advertisements from our sponsors.

[CLICK HERE TO UNSUBSCRIBE](#)

Have questions about your e-mail subscription?  
[Read our FAQ](#)

Please, do not reply to this e-mail.

Font: <http://www.10News.com>

#### **4.4 La definició dels models d'SP i grau de personalització**

Els SP d'informació d'actualitat (general o especialitzada) són missatges en format textual i/o d'imatge enviats per un proveïdor d'Internet a un usuari subscrit, per mitjà d'una adreça de correu electrònic als dispositius amb aquesta aplicació, habitualment l'ordinador personal. Així mateix, existeixen SP amb formats i continguts específics per a telèfon mòbil i agenda electrònica.

La definició dels models de serveis s'ha dut a terme en base a les diferències copsades respecte al contingut informatiu i al dispositiu de recepció d'aquests.

Els exemples d'SP escollits per a cadascun dels models establerts, s'ha realitzat en base a diverses tipologies de mitjans. Malauradament, la selecció s'ha limitat a la premsa en tres casos, ja que és el mitjà amb més presència a la xarxa a Espanya, país elegit per presentar els exemples.

La decisió de recollir exemples amb models d'SP espanyols es va prendre per la constatació i comprovació, que els serveis detectats a la resta de països que conformen aquesta investigació, no incorporaven innovacions destacables en cap dels quatre conceptes avaluats dels SP: contingut informatiu, gestió del servei, navegabilitat a la web, i personalització del servei. No obstant, s'ha considerat interessant mostrar alguns exemples representatius dels serveis descoberts als països que han format part de la recerca. Es presenten sota del mitjà espanyol, elegit com a exemple de model, i classificats en referència al contingut informatiu, ja que les tecnologies utilitzades en els sistemes de recepció dels serveis (apartat 4.4.2) no varien en cap cas.

La classificació proposada a continuació, d'elaboració pròpia, s'ha considerat necessària per establir el grau d'interacció que el mitjà permet al subscriptor. Així, per exemple, el model A definit pel proveïdor, no possibilita a l'usuari escollir el contingut informatiu de l'SP, per tant resulta el menys interactiu dels quatre, en aquest sentit. El model B, només permet a l'usuari escollir algunes seccions periodístiques, o butlletins temàtics dissenyats pel mitjà. En referència al model C, la recepció de notícies es pot limitar als àmbits d'interès del subscriptor, i per finalitzar, el model D, on l'usuari pot decidir quina informació apareixerà al seu espai d'informació personal i la ubicació d'aquesta, raó per la que es converteix en el model que possibilita una major interactivitat.

#### 4.4.1 Respecte del contingut informatiu

- **Model A, recepció de titulars**, fa referència a la recepció de les notícies d'actualitat, sense la possibilitat de seleccionar els continguts per part de l'usuari, ja que es tracta d'un servei estàndard.

Captura de pantalla 21. SP d'Intereconomia.com, exemple del model A



Font: <http://www.intereconomia.com>

S'ha escollit el servei de recepció de titulars, model A, d'una emissora de ràdio, per mostrar un exponent diferent a la premsa, d'aparició reiterada a la resta de models.

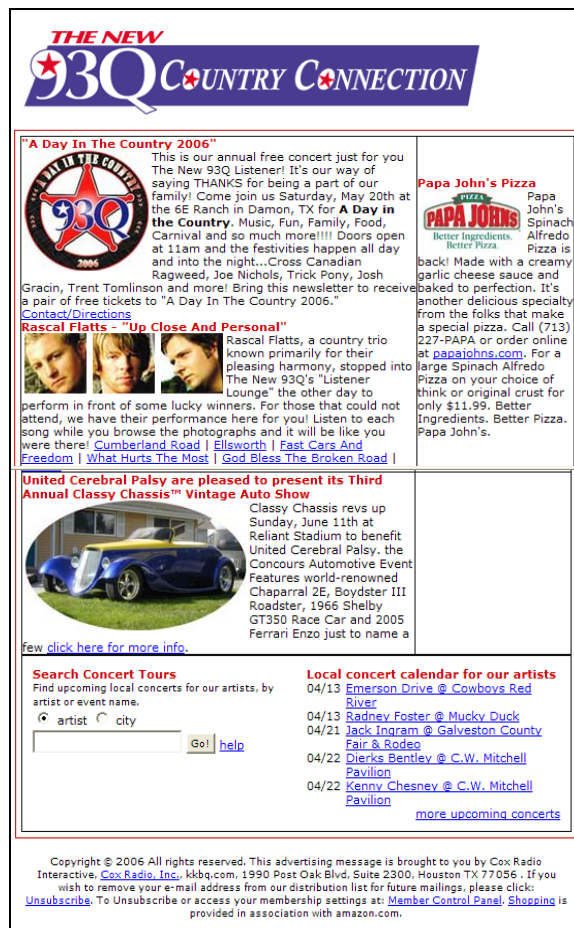
Captura de pantalla 22. SP de *LaTribune.fr*, exemple de model A, premsa (França)



The screenshot shows a red header with the text "LaTribune.fr" in white. Below the header, the text "Alerte La Tribune.fr" is centered. The main content area has a white background with a red border. It features a bold headline: "Exclusif: deux raiders viennent bousculer Vivendi Universal". Below the headline, there is a paragraph of text in French: "Deux investisseurs, l'américano-indien Amir Jahanchahi et le néerlandais Alexander Vik, viennent de prendre 2,5% du capital de Vivendi. Avec l'intention d'aller plus loin et de peser sur la stratégie du groupe." Below this paragraph, there is a link: "Pour lire cet article, [cliquez ici](#)." In the bottom right corner of the main content area, there is a small red box with the text "La Tribune.fr". At the bottom of the entire screenshot, there is a footer with the text: "Ce mail vous a été envoyé suite à votre inscription sur La Tribune.fr. Si vous désirez ne plus recevoir d'information relative à La Tribune, [cliquez ici](#)."

Font: <http://www.latribune.fr>

Captura de pantalla 23. SP de *93Q.com*, exemple de model A, emissora de ràdio a Califòrnia (EE.UU)



The screenshot shows a newsletter layout for "THE NEW 93Q COUNTRY CONNECTION". The header features the logo "THE NEW 93Q COUNTRY CONNECTION" in a stylized font. Below the header, there are several sections:

- "A Day In The Country 2006"**: A section with a circular logo and text: "This is our annual free concert just for you The New 93Q Listener! It's our way of saying THANKS for being a part of our family! Come join us Saturday, May 20th at the 6E Ranch in Damon, TX for **A Day in the Country**. Music, Fun, Family, Food, Carnival and so much more!!!! Doors open at 11am and the festivities happen all day and into the night...Cross Canadian Ragweed, Joe Nichols, Trick Pony, Josh Gracin, Trent Tomlinson and more! Bring this newsletter to receive a pair of free tickets to "A Day in The Country 2006." [Contact/Directions](#)
- Rascal Flatts - "Up Close And Personal"**: A section with a photo of the band and text: "Rascal Flatts, a country trio known primarily for their pleasing harmony, stopped into The New 93Q's "Listener Lounge" the other day to perform in front of some lucky winners. For those that could not attend, we have their performance here for you! Listen to each song while you browse the photographs and it will be like you were there! [Cumberland Road](#) | [Ellsworth](#) | [Fast Cars And Freedom](#) | [What Hurts The Most](#) | [God Bless The Broken Road](#) |
- Papa John's Pizza**: A section with the Papa John's logo and text: "Papa John's Spinach Alfredo Pizza is back! Made with a creamy garlic cheese sauce and baked to perfection. It's another delicious specialty from the folks that make a special pizza. Call (713) 227-PAPA or order online at [papajohns.com](http://papajohns.com). For a large Spinach Alfredo Pizza on your choice of thick or original crust for only \$11.99. Better Ingredients. Better Pizza. Papa John's."
- United Cerebral Palsy are pleased to present its Third Annual Classy Chassis™ Vintage Auto Show**: A section with a photo of a vintage car and text: "Classy Chassis revs up Sunday, June 11th at Reliant Stadium to benefit United Cerebral Palsy, the Concours Automotive Event. Features world-renowned Chaparral 2E, Boydster III Roadster, 1966 Shelby GT350 Race Car and 2005 Ferrari Enzo just to name a few [click here for more info.](#)
- Search Concert Tours**: A section with a search form: "Find upcoming local concerts for our artists, by artist or event name." Below the form are input fields for "artist" and "city", a "Go!" button, and a "help" link.
- Local concert calendar for our artists**: A section with a list of dates and locations: "04/13 [Emerson Drive @ Cowboys Red River](#)  
04/13 [Radney Foster @ Mucky Duck](#)  
04/21 [Jack Ingram @ Galveston County Fair & Rodeo](#)  
04/22 [Dierks Bentley @ C.W. Mitchell Pavilion](#)  
04/22 [Kenny Chesney @ C.W. Mitchell Pavilion](#)  
[more upcoming concerts](#)

At the bottom of the screenshot, there is a footer with the text: "Copyright © 2006 All rights reserved. This advertising message is brought to you by Cox Radio Interactive, [Cox Radio, Inc.](#), kkbq.com, 1990 Post Oak Blvd, Suite 2300, Houston TX 77056. If you wish to remove your e-mail address from our distribution list for future mailings, please click: [Unsubscribe](#). To unsubscribe or access your membership settings at: [Member Control Panel](#), [Shopping](#) is provided in association with amazon.com."

Font: <http://www.93q.com>

- **Model B, selecció de seccions/butlletins.** L'usuari subscript pot escollir entre diverses seccions informatives, dins una graella predeterminedada pel mitjà. En d'altres casos, el subscriptor té l'opció d'eleger entre diferents butlletins temàtics que fan referència a una determinada secció del mitjà. L'exemple presentat ofereix la possibilitat d'escollir els articles de les seccions d'actualitat, política i societat; cultura o Internet, tecnologia i ciència. Tanmateix permet seleccionar la forma de recepció del butlletí, ja sigui com un document web adjunt al missatge o dins el propi cos del correu electrònic.

Captura de pantalla 24. Opcions de selecció d'SP de *Lavanguardia.es*, exemple model B

The screenshot shows the 'Mis correos' (My newsletters) section of the Lavanguardia.es website. The page is titled 'LA VANGUARDIA.es' and 'La Vanguardia.es de AMPARO FRIAS CASTILLO'. It features a navigation bar with links for 'Mis servicios', 'Mis correos', 'Promociones e-club', and 'Datos personales', along with a 'Desconectar' button. The main content area is titled 'Mis correos' and includes a sub-header 'TITULARES DEL DÍA' with a checkbox for 'Titulares de la vanguardia'. Below this is the 'TITULARES DE LOS SUPLEMENTOS' section, which includes checkboxes for 'Dinero (los domingos)', 'Revista (los domingos)', 'Cultura (los miércoles)', and 'Cultura (los viernes)'. The 'COLUMNAS DIGITALES' section is divided into several categories: 'Actualidad, política y sociedad' (with checkboxes for 'La Libreta, por Lúcia Fox', 'El Zoom, por Josep M. Calvet', 'Patologías urbanas, por Javier Castelló', 'La Punta, por Taina Alegre', 'Belvedere, por Roger Jiménez', and 'El Hilo, por Javier Ibañez de Haro'); 'Crónicas internacionales' (with checkboxes for various international diaries like 'Diario de París, por J. Ramón González Cabezas', 'Diario de Londres, por Rafael Ramos', etc.); 'Cultura y Libro' (with checkboxes for 'Cajaeta, por Astrid Meseguer', 'Culturana, por Sergio Vila-Sanjuán', 'Punto de lectura, por Enric Castelló', and 'Punt de lectura, per Enric Castelló'); and 'Internet, Tecnología, Ciencia' (with checkboxes for 'La Crónica, por Ismael Narfa', 'The Net Chronicles, by Ismael Narfa', 'La Cafetera Rusa, por Albert Cuesta', 'El Cuarto 88, por Eva Domínguez', 'The Fourth 88, by Eva Domínguez', and 'Ciencia y aparte, por Eva Tamargona'). At the bottom, there is a section '¿Desea recibir los titulares?' with radio buttons for 'Directamente en el cuerpo del mensaje de correo' (selected) and 'Adjuntadas en el correo como documento web'. A 'Enviar' button is located at the bottom of the form. The footer includes 'Servicio de ayuda' and 'Desargue las condiciones legales de lavanguardia.es'.

Font: <http://www.lavanguardia.es>

Els estudis d'usuaris en els serveis personalitzats als mitjans de comunicació a Internet

El model B, de selecció de seccions de *Lavanguardia.es* s'ha escollit per considerar-lo un exemple intel·ligible, que permet elegir entre diverses seccions dins la graella de temes presentada pel mitjà. Així mateix, s'ha tingut en compte, el coneixement majoritari del diari per part del públic, ja que es tracta d'un diari de difusió nacional.

Captura de pantalla 25. SP de *Sudouest.com*, exemple de model B, premsa (França)

The screenshot shows a registration form for 'Lettre quotidienne Sudouest.com'. The form is titled 'Lettre quotidienne Sudouest.com' and includes a link for 'Inscription gratuite'. The form fields are as follows:

- Votre adresse e-mail \*: dotze@menta.net
- Votre prénom \*: AMPARO
- Votre nom \*: FRIAS
- Votre société: (empty)
- Votre adresse: (empty)
- Votre code postal \*: 08014
- Votre ville \*: BARCELONE
- Téléphone mobile: (empty)
- Votre pays \*: SPAIN
- Quelle édition géographique vous intéresse \*: Landes
- Votre département de naissance: -- Faites votre choix --
- Personnes dans votre foyer (vous compris): Charente, Charente-Maritime, Dordogne, Gers, Gironde, Landes, Lot-et-Garonne, Pays Basque
- Quels sont vos centres d'intérêts:  Lecture, presse;  Musique, concerts;  Art, Culture;  Santé, Beauté, Forme;  Informatique, Jeux vidéo;  Gastronomie;  Economie, Bourse;  Automobile;  Cinéma, TV, DVD;  Bricolage, Jardinage;  Sport;  Shopping;  Voyages;  Ne souhaitez pas répondre
- Etes-vous abonné au journal \*: Non
- Achetez-vous Sud Ouest en kiosque... \*: Parfois
- Acceptez-vous de recevoir des offres commerciales des partenaires du journal Sud Ouest \*: Non
- Votre activité: Autre
- Votre date de naissance (jj/mm/aaaa) \*: 23/03/1959

Les champs marqués d'un \* sont obligatoires.

Buttons: Inscription, Effacer le formulaire

Font: <http://www.sudouest.com>



Captura de pantalla 26. SP de *Timesonline.co.uk*, exemple de model B, premsa (Regne Unit)

# TIMESONLINE

To receive this service please supply your full registration details.

## YOUR PERSONAL DETAILS

Fields marked with \* are mandatory

Title*	<input type="text"/>	Telephone number	<input type="text"/>
First Name*	<input type="text"/>	Mobile telephone number	<input type="text"/>
Surname*	<input type="text"/>	Mobile telephone network	<input type="text" value="Select network"/>
Address line 1*	<input type="text"/>	<b>Weekday</b>	
Address line 2	<input type="text"/>	How often do you buy The Times Monday-Friday	
Address line 3	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> 1-2 <input type="checkbox"/> 3-4	
Town*	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Always <input type="checkbox"/> Never	
County/State	<input type="text"/>	<b>On which days specifically would that be?</b>	
Postcode/Zip Code*	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Mon <input type="checkbox"/> Tue	
Date of birth*	<input type="text" value="Day"/> <input type="text" value="Month"/> <input type="text" value="Year"/>	<input type="checkbox"/> Wed <input type="checkbox"/> Thu	
Gender*	<input type="radio"/> Male <input type="radio"/> Female	<input type="checkbox"/> Fri <input type="checkbox"/> Various	
		<b>Weekend</b>	
		How often do you buy The Times on Saturday or The Sunday Times per month?	
		Saturday:	
		<input type="checkbox"/> 1-2 <input type="checkbox"/> 3-4	
		<input type="checkbox"/> Always <input type="checkbox"/> Never	
		Sunday:	
		<input type="checkbox"/> 1-2 <input type="checkbox"/> 3-4	
		<input type="checkbox"/> Always <input type="checkbox"/> Never	

## SIGN UP FOR FREE TIMES ONLINE E-MAILS

Select which Times Online e-mails you'd like to receive by ticking the boxes below

**KILL THE COMPETITION**

A round-up of the day's business news: what we're saying, what they're saying, what you should be thinking.

**NEWS**

The day's top stories from The Times, delivered direct to your inbox every morning, Monday to Friday

**BUSINESS NEWS**

The day's top business stories from The Times, delivered direct to your inbox every morning, Monday to Friday

**LAW**

Law news, analysis and comment delivered straight to your inbox every Tuesday

**TRAVEL**

A weekly round-up of the latest travel news and features. Plus, our pick of last-minute holiday deals from us and our partners

**PROPERTY**

The best property news, market analysis and features from The Times and The Sunday Times, delivered to your inbox every Friday

**ARTS & ENTERTAINMENT**

A weekly update containing the latest arts and entertainment news and features. Plus, all our exclusive Arts First offers and competitions

**HEALTH**

A monthly update of health briefings, features, debates and alternative treatments

**CREME**

A monthly selection of Creme's latest news, advice and practical tips, plus all the top PA and secretarial jobs

**BOOKS**

A monthly selection of book reviews and features from The Times and The Sunday Times plus news of special offers on the latest titles

**DRIVING**

A weekly round-up of the latest car news, reviews and features. Plus, the best used car deals and exclusive offers

**GARDENING**

A monthly round-up of gardening advice and features. Plus, our pick of special offers on plants, garden

**PICK OF THE MONTH**

A monthly round-up of the best promotions and competitions from The Times and The Sunday Times

**SHOPPING**

A monthly selection of special offers from our range of online shops, including discounts on books, CDs, DVDs and more

**MONEY**

A weekly update of the latest personal finance and investment news, tips and features from The Times and The Sunday Times

**TLS NEWSLETTER**

A weekly taster of the books, debates and arts covered in The Times Literary Supplement

## PREMIUM SERVICE INFORMATION

If you would like to receive e-mails giving you more information on our premium, pay-to-view services, tick the boxes below

**The Times Legal Archive**  
- Law reports from 1985  
- Law articles from 1989

**The Times and The Sunday Times Online Archive**  
Search the full text database back to 1985

**The Times Crossword Club**  
The Times and The Sunday Times crosswords, printable and interactive

**The Times E-paper package**  
Times E-paper package, consisting of the Newspaper edition and the New Times E-paper. Access from as little as 24p per day

By clicking on the button below you confirm you have read, understood and agreed to the [Privacy Policy](#) and [Terms and Conditions](#).

Font: <http://www.timesonline.co.uk/>

- **Model C, paraules clau.** La recepció de notícies comprenen els termes de cerca introduïts en el formulari de subscripció, per part de l'usuari i posicionats a qualsevol lloc del text (títol, entradeta o text de la notícia). Aquesta fórmula possibilita que l'usuari rebi només les notícies que continguin les paraules clau que ha introduït en el moment de la subscripció del servei i que considera satisfaran el seu interès informatiu. Aquesta tipologia presenta algunes semblances amb el DSI que José Martínez de Sousa,<sup>110</sup> defineix com:

*“selección, generalmente por ordenador, de las referencias que se refieren a un tema determinado llamado perfil, que permite al usuario conocer regularmente, a medida que se registran en los ficheros, los textos, artículos y documentos relacionados con esta materia”.*

La dissimilitud de l'accepció de José Martínez de Sousa es centra en l'establiment d'un perfil i una selecció realitzada en diferents fonts d'informació, que a la tipologia C d'SP no es contemplen, ja que l'estudi fa referència a una única empresa de distribució d'informació d'actualitat per subscripció del servei. Sols mantindria una semblança amb el DSI en el cas dels SP que buiden més d'una font d'informació.

Captura de pantalla 27. Alertes informatives de *Libertaddigital.com*, exemple del model C

The screenshot shows the Libertaddigital.com website. At the top, there is a search bar and a navigation menu with categories like 'Callejero', 'Rutas urbanas', 'Páginas blancas', 'Páginas amarillas', 'Restaurantes', and 'Alojamientos'. The main content area is titled 'Alertas' and contains a form for signing up for alerts. The form has the following fields:

- Su email:
- Sus palabras clave:
- \* Truco: déjelas en blanco para cancelar la recepción de alertas. (This is a note, not a field)
- Enviar:

On the right side, there is a sidebar with a mobile phone icon and the text: 'Para mantenerse informado de todo lo que ocurre, en el momento en que sucede, Libertad Digital le ofrece las Alertas vía SMS. Conocerá las noticias al segundo mediante un mensaje de texto en su móvil.' Below this, there are two buttons: 'ALTA LD para conocer las NOTICIAS URGENTES' and 'ALTA LDECO para recibir noticias de'.

Font: <http://www.libertaddigital.com/alertas/>

<sup>110</sup> Martínez de Sousa, José, “Difusión selectiva de la información”. Dins: *Diccionario de bibliología y ciencias afines*, 3a. ed. corr. y aum, (Gijón: Trea, cop. 2004) p. 318.

Donada la escassa representació de mitjans de comunicació, només dos a Espanya, que acceptin la introducció de paraules clau per a la recepció de notícies, s'ha seleccionat el servei de *Libertaddigital.com*, per considerar-lo clar i de fàcil utilització.

- Model D, espai d'informació personal o personalització.** Permet l'adaptació de la pantalla de presentació del servei, per a la visualització de la informació elegida per l'usuari i amb l'ordre que aquest decideixi. Les notícies es presenten classificades en seccions temàtiques, que l'usuari selecciona en base als seus interessos i/o necessitats informatives. L'usuari té la possibilitat de decidir l'ordre d'aparició en la pantalla del servidor, dels blocs temàtics que la distribuïdora d'informació d'actualitat ha posat al seu abast; incorporar noves categories d'una determinada secció; ampliar la informació des d'un enllaç disposat a cadascuna d'elles, eliminar-les o minimitzar-les.

Captura de pantalla 28. Espai d'informació personal d'*Elmundo.es*, exemple del model D

Font: <http://mimundo.elmundo.es/MiMundo/>

La limitada oferta d'exemples del model D (sols 3 mitjans de comunicació a Espanya) ha decantat l'opció de presentar l'exemple d'*Elmundo.es*. D'una banda, per representar el diari líder mundial en espanyol amb 9,9 milions de lectors al mes, segons el propi mitjà. De l'altra, per considerar-lo l'espai d'informació personal que permet més possibilitats d'inclusió de seccions i d'adaptació a les preferències del subscriptor.

#### 4.4.2 Respecte dels sistemes de recepció

Els sistemes de recepció dels SP d'informació d'actualitat es basen en la tecnologia *push*<sup>111</sup> o de tramesa automàtica i tecnologia *pull*<sup>112</sup> o de tramesa induïda.

La recepció dels SP d'informació d'actualitat per als models A, B i C funciona amb tecnologia *push* que presenta l'inconvenient de saturar d'informació el disc dur de l'ordinador de l'usuari del servei per mitjà del correu electrònic. En els casos del telèfon mòbil i l'agenda electrònica el servei de missatges de notícies representen una ocupació de la capacitat de memòria, depenent si es tracta sols d'informació textual o inclou imatges i/o vídeo. Els dispositius de recepció dels SP per aquest tipus de tecnologia són, majoritàriament, el telèfon mòbil, l'agenda electrònica i l'aplicació de correu electrònic, que permetin la connexió a la xarxa.

El model D o espai d'informació personal, no es tracta d'un sistema de recepció entès com a tal. La intervenció de la tecnologia *pull*, requereix la connexió de l'usuari a la web del servei, esperar fins que es carrega la pàgina de l'empresa servidora, i finalment, visualitzar el seu perfil. L'usuari no és receptor de cap informació, sinó que els temes seleccionats apareixen a l'espai de la pantalla de presentació que el servidor de notícies té reservat pel subscriptor.

Alguns autors (Punie, Burgelman i Bogdanowicz, 2002, p. 8) consideren que models d'emissió de continguts o *push* i de cerca o *pull* es contempen com models oposats,

---

<sup>111</sup> Tecnologia de tramesa automàtica: Tecnologia que permet que un servidor trameti automàticament informació a un usuari connectat a Internet sense que l'hagi sol·licitada. Definició extreta del Centre de Terminologia, Termcat <<http://www.termcat.net/cercaterm>>. [Consulta: 25/04/2007].

<sup>112</sup> Tecnologia de tramesa induïda: Tecnologia que permet la tramesa d'informació a un usuari connectat a Internet quan la sol·licita. Definició extreta del Centre de Terminologia, Termcat <<http://www.termcat.net/cercaterm>>. [Consulta: 25/04/2007].

però predominarà aquest últim com a model dominant per als proveïdors. Aquest fet es dona per la necessitat de les economies d'escala<sup>113</sup> imprescindibles per sobreviure, a causa de la competència existent en el mercat de la informació. Així, els mitjans de comunicació afavoreixen l'emissió de continguts als usuaris, de punt a multipunt<sup>114</sup>, que els permet abordar la sobrecàrrega d'informació que tenen en oferta.

Darrerament s'ha popularitzat la utilització dels agregadors o lectors de notícies, com el *Really Simple Syndication* (RSS) que mitjançant la sindicació de continguts<sup>115</sup> permet la subscripció de serveis de notícies. Tot i això, cal dir que aquesta tipologia de servei no es tracta d'un sistema de recepció entès com a tal, sinó d'un canal per a la lectura de notícies de proveïdors d'informació de la xarxa i enviades a un mateix receptor. Aquest, pot ser un navegador per mitjà dels marcadors o favorits, una pàgina web o amb la descàrrega del programa *FeedReader* (<http://www.feedreader.com/>), per exemple.

El sistema de recepció requereix la intervenció de la tecnologia *pull*, amb la connexió de l'usuari a la web del servei, esperar fins que es carrega la pàgina de l'empresa servidora, i finalment, visualitzar els enllaços dels temes seleccionats. Si els titulars són de l'interès de l'usuari caldrà prémer-los per entrar a la pàgina web del mitjà subministrador de la informació, i per tant, una nova espera, per part de l'usuari. L'usuari no és receptor de cap informació, sinó que els temes seleccionats apareixen a la plana del servidor de notícies.

Es presenta un quadre de classificació dels models d'SP d'informació d'actualitat, en relació a la tecnologia utilitzada en la recepció del servei.

---

<sup>113</sup> Economia d'escala: Disminució del cost unitari d'un producte com a conseqüència d'un augment del volum de producció. Definició extreta del Centre de Terminologia, Termcat <<http://www.termcat.net/cercaterm>>. [Consulta: 25/04/2007].

<sup>114</sup> Connexió multipunt: Connexió entre més de dos dispositius o sistemes de telecomunicacions per un canal únic. Definició extreta del Centre de Terminologia, Termcat <<http://www.termcat.net/cercaterm>>. [Consulta: 25/04/2007].

<sup>115</sup> Sindicació de continguts: Procés pel qual un productor o un distribuïdor de continguts a Internet proporciona informació en format digital a un subscriptor o a una xarxa de subscriptors, generalment per tal que els integren en els seus llocs web. Definició extreta del Centre de Terminologia, Termcat <<http://www.termcat.net/cercaterm>>. [Consulta: 25/04/2007].

Gràfic 8. Classificació dels models d'SP d'informació d'actualitat en funció del sistema de recepció

<b>Sistemes de recepció dels SP d'informació d'actualitat</b>		
<b>Conceptes</b>	<b>Tecnologia <i>push</i> o tramesa automàtica: models A, B i C</b>	<b>Tecnologia <i>pull</i> o tramesa induïda: model D</b>
<b>Definicions</b>	Permet que un servidor trameti automàticament informació a un usuari connectat a Internet sense que l'hagi sol·licitada. Model A, recepció de titulars. Model B, selecció de seccions. Model C, introducció de paraules clau.	Permet la tramesa d'informació a un usuari connectat a Internet quan la sol·licita. Model D, espai d'informació personal.
<b>Avantatges</b>	Descàrrega sistemàtica d'informació pel proveïdor del servei.	El subscriptor visualitza les notícies a l'espai d'informació personal de la web del proveïdor, en funció dels seus interessos informatius i de forma personalitzada. Actitud activa del subscriptor.
<b>Inconvenients</b>	Saturació d'informació disc dur de l'ordinador o d'altres dispositius. Actitud passiva del subscriptor.	Temps d'espera per la càrrega d'informació a l'espai de l'usuari.

Elaboració pròpia

L'objectiu d'aquesta ordenació és la visualització de forma ràpida, dels avantatges i inconvenients que representa cadascuna de les tecnologies i el servei associat. Així mateix, es posa de manifest l'actitud de l'usuari (activa o passiva) davant la tipologia de servei ofert per mitjà de comunicació escollit.

#### 4.5 Els dispositius tecnològics per a la recepció d'SP d'informació d'actualitat

Es presenten tot seguit els gràfics que mostren els models de tipologies d'SP descrites (apartat 4.4.1 de definició models d'SP respecte del contingut informatiu) i les aplicacions i dispositius de recepció del servei. Els distribuïdors d'informació d'actualitat es decanten majoritàriament per l'enviament de titulars (model A), per mitjà del correu electrònic, que es presenta com l'aplicació majoritari per a la recepció

d'informació als tres països d'Europa. Cal fer notar, que aquest model no permet la selecció del contingut informatiu del servei per part de l'usuari.

El model B, corresponent a la selecció de seccions o butlletins informatius, apareix com el segon grup en nombre d'oferta a Espanya i el Regne Unit, i a França sols de forma minoritària. D'altra banda, la introducció de paraules clau en el cercador del proveïdor (model C), és el menys ofert en nombre i també en dispositius i aplicacions de recepció, ja que només es presenta per mitjà del correu electrònic a Espanya.

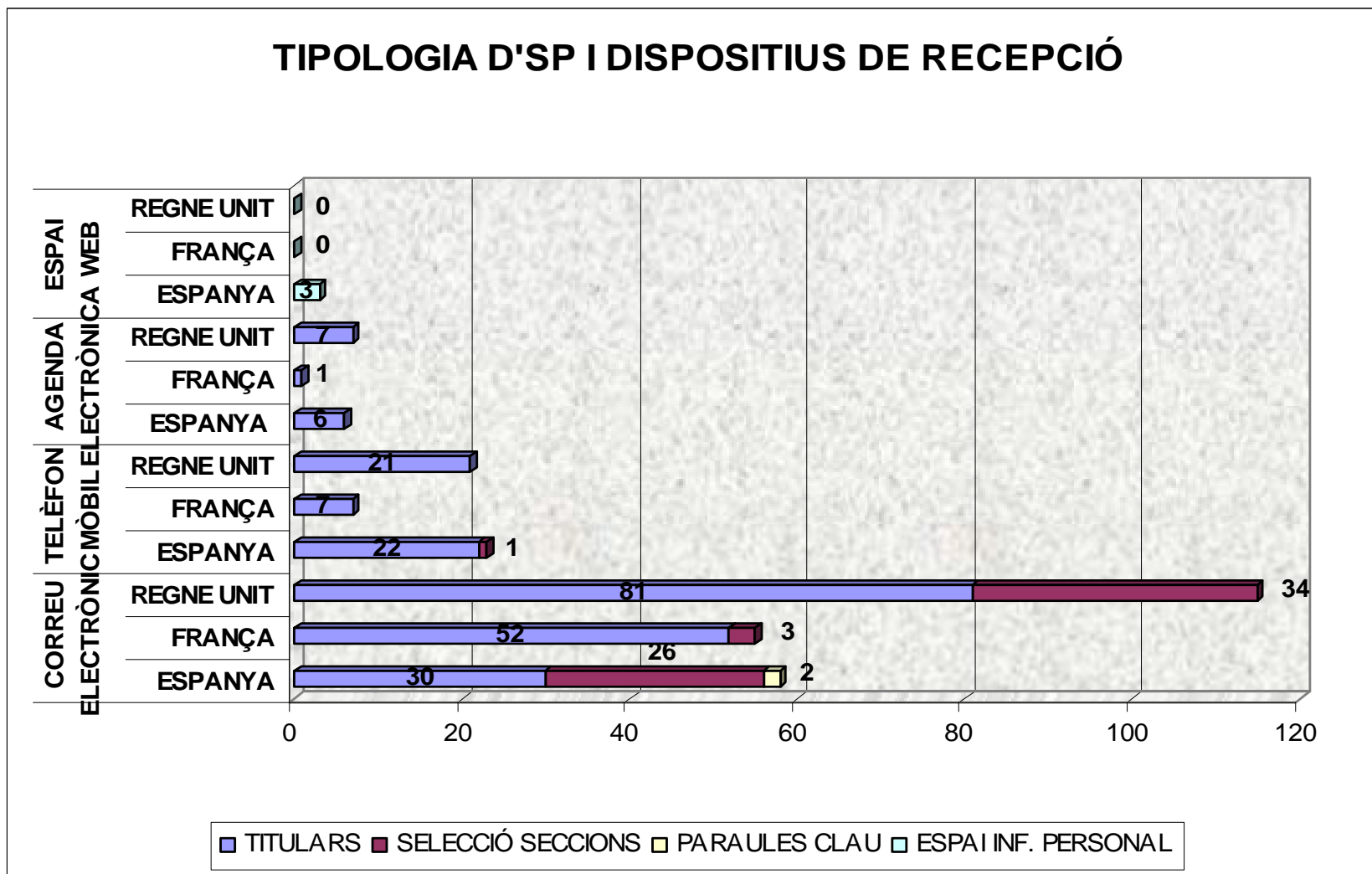
La suma dels SP d'aquests gràfics és superior al nombre total de serveis valorats. Aquesta apreciació es dona perquè existeix la possibilitat que un mateix mitjà ofereixi més d'un tipus d'SP, en diversos sistemes de recepció.

El correu electrònic és l'aplicació receptor destacat d'SP, probablement a causa de la implantació generalitzada de l'ús d'aquesta eina en l'àmbit professional i també en el privat. El telèfon mòbil que es presenta com a dispositiu d'ús massiu entre la població, apareix amb una implantació de serveis de valor afegit de pagament, d'informació útil i puntual de serveis meteorològics, o l'estat de les carreteres, entre d'altres. No obstant això, l'oferta d'aquests serveis apareix de forma irregular als altres països europeus estudiats (gràfic nou), ja que França només disposa de set serveis, Espanya de 23 i Regne Unit de 21. Probablement la manca d'una oferta més amplia, ve donada pel cost imposat per a la distribució d'aquests serveis, per part de les operadores de telefonia mòbil. Resulta plausible pensar que aquesta despesa provoca una utilització puntual i no freqüent, que pot ser no afavoreix la creació de nous serveis.

L'espai web (model D) sols és present a Espanya a tres mitjans de comunicació de premsa. La petita oferta detectada pot ser a causa d'una manca d'acceptació per part dels usuaris d'aquest tipus de configuració. En ocasions, resulta complicada la modificació de les seccions informatives seleccionades, per la necessitat de dirigir-se a l'espai del registre d'usuari per a la realització dels canvis.

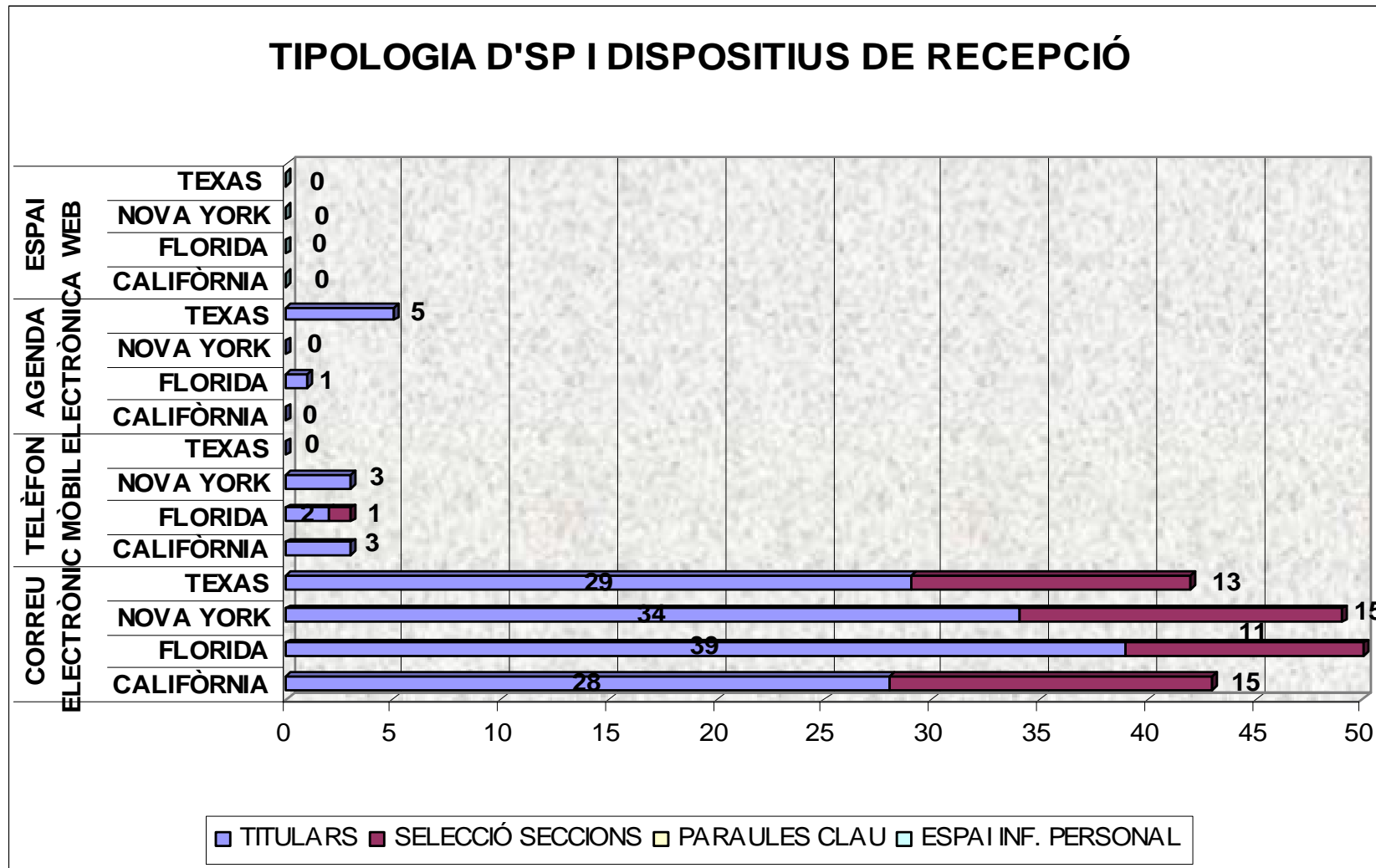


Gràfic 9. Tipologia d'SP i dispositius de recepció a Espanya, França i Regne Unit



Elaboració pròpia

Gràfic 10. Tipologia d'SP i dispositius de recepció a Califòrnia, Florida, Nova York i Texas



Elaboració pròpia

El gràfic precedent mostra l'anàlisi dels SP als estats dels EUA, on apareixen com a tipologies de serveis majoritàries l'enviament de titulars, model A (continguts escollits pel mitjà de comunicació), i la selecció de seccions informatives, model B (l'usuari pot elegir entre les seccions periodístiques habituals) adreçades per correu electrònic, però amb un nombre minoritari, respecte del model A.

En relació a l'espai d'informació personal (model D) a la web del mitjà de comunicació, cal esmentar l'absència d'aquest tipus de servei a tots els estats analitzats.

L'agenda electrònica es presenta, en tots els casos, com un dispositiu minoritari en la proferta de serveis.

A l'annex VI s'inclou una relació per països amb la tipologia de mitjà de comunicació, i la indicació del model d'SP (A, B, C i D) subscrits per l'autora.

#### 4.6 L'anàlisi i els resultats

Es mostren a continuació les dades obtingudes de les característiques valorades, tant dels SP, com les de la seu web del mitjà que els allotja. Els ítems observats han estat agrupats sota unes determinades categories, per facilitar la presentació dels resultats basats en criteris exclusivament objectius i d'observació.

La grandària de la mostra, per a tots els conceptes analitzats a continuació, correspon als valors següents:

Taula 5. Grandària de la mostra dels SP subscrits

<b>Països i estats</b>	<b>Grandària de la mostra</b>	<b>Totals parcials</b>
Espanya	55	
França	55	
Regne Unit	111	
<b>Europa</b>		<b>221</b>
Califòrnia	43	
Florida	50	
Nova York	49	
Texas	42	
<b>EUA</b>		<b>184</b>
<b>Total general</b>		<b>405</b>

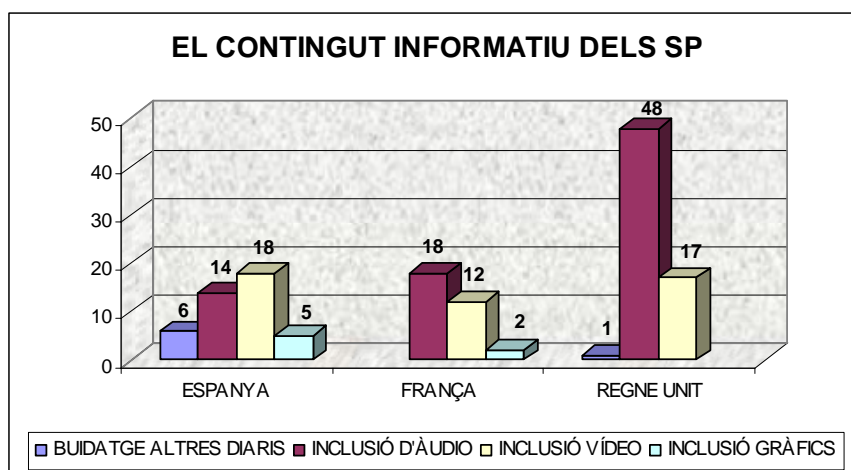
Elaboració pròpia

Cadascuna de les propietats avaluades (contingut informatiu, gestió del servei, navegabilitat i personalització) presenten diverses característiques, però no totes elles apareixen en els serveis analitzats. Aquest fet només permet la representació numèrica dels gràfics amb valors absoluts, ja que els aspectes valorats poden donar-se en algun o en cap dels conceptes examinats. Sols s'ha considerat oferir els resultats en forma percentual per la navegabilitat, ja que són presents totes característiques analitzades i per tots els països i estats objecte d'estudi.

#### 4.6.1 Contingut informatiu de l'SP

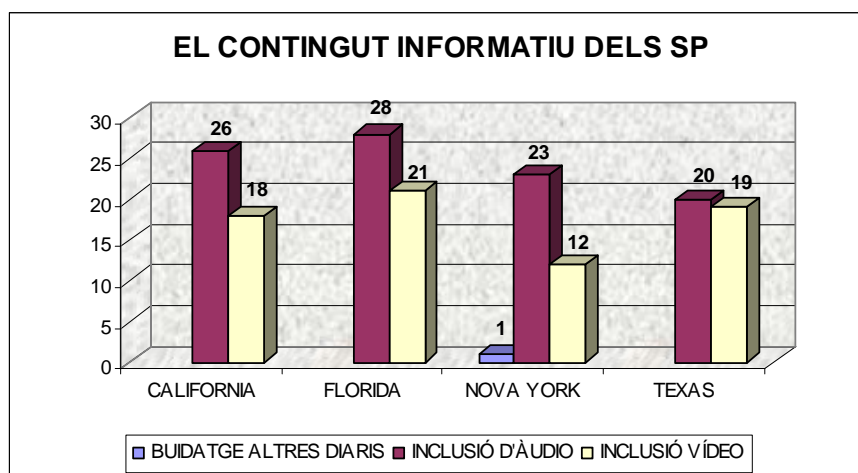
Els elements de valor que conformen el contingut de les notícies fan referència a la diversa tipologia de canals informatius que pot incloure un SP. Aquesta inclusió comporta un major aprofitament tecnològic, ja que permet ampliar la informació o fer-la més comprensible, mitjançant la incorporació de fitxers d'àudio i vídeo, gràfics en temps real o realitat virtual. D'altra banda, també s'ha tingut en compte el buidatge de diverses fonts d'informació periodístiques en un SP. La grandària de la mostra dels dos gràfics posteriors correspon a la taula núm. cinc.

Gràfic 11. El contingut informatiu dels SP a Espanya, França i Regne Unit



Elaboració pròpia

Gràfic 12. El contingut informatiu dels SP a Califòrnia, Florida, Nova York i Texas



Elaboració pròpia

Tal i com es pot constatar en els gràfics 11 i 12 destaca la inclusió de l'àudio com a canal informatiu. A Espanya, es troba majoritàriament a la premsa. En canvi, a França i Regne Unit, de forma natural i predominant s'incorpora a les webs de les emissores de ràdio, al igual que als estats nord-americans. En aquesta ubicació geogràfica, la inclusió d'enregistraments d'imatges també forma part de la radiodifusió des de la xarxa, ja que acostumen a incorporar vídeos musicals d'artistes que promocionen els seus treballs.

A França i el Regne Unit el vídeo presideix les webs de televisió, però a Espanya aquest canal figura a una part important de les webs de premsa.

En aquest apartat sobresurten els mitjans de comunicació de premsa a Espanya, com distribuïdors d'informació, amb la incorporació de diversos canals. Aquesta realitat comporta, per part del mitjà, la percepció de negoci per complementar el text, (format utilitzat tradicionalment pels diaris), amb la imatge i el so, per facilitar la captació de nous usuaris des de la xarxa.

Les dades corresponents al buidatge d'altres publicacions a Espanya mostren sis serveis, que inclouen notícies rellevants de diferents mitjans de comunicació, i solament un al Regne Unit.

Taula 6. Mitjans de comunicació d'Espanya que inclouen les característiques del contingut informatiu

Europa	Nom mitjà	Adreça mitjà	Tipus mitjà	Model SP
Espanya	<i>Elmundo.es</i>	<a href="http://www.elmundo.es/">http://www.elmundo.es/</a>	Diari	B i D
	<i>Elmundo-lacronica.com</i>	<a href="http://www.elmundo-lacronica.com/">http://www.elmundo-lacronica.com/</a>	Diari	B

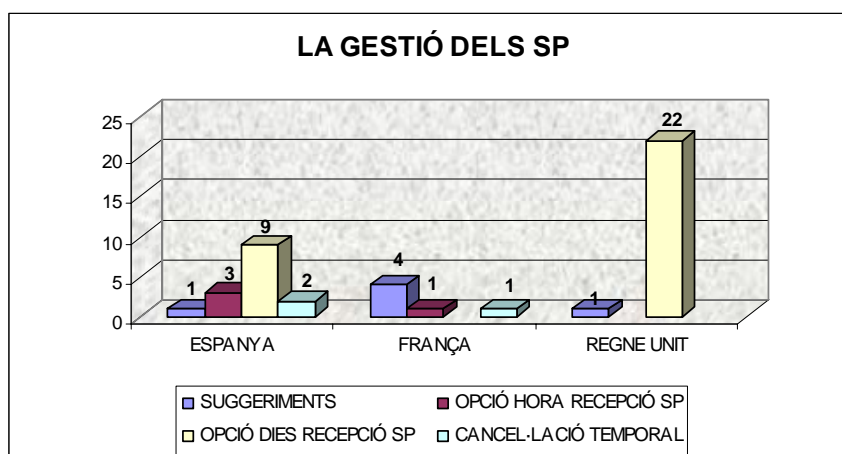
Elaboració pròpia

Sols dos serveis a Espanya compten amb tots els trets escollits per definir el contingut informatiu de la web del mitjà i que corresponen a *Elmundo.es*. La inclusió de diversos canals informatius a les pàgines web dels mitjans de comunicació amb oferta d'SP, potencien l'atractiu en la presentació i comprensió de la informació facilitada per a una gran diversitat de públic.

#### 4.6.2. Gestió de l'SP

La gestió del servei contempla tota una sèrie d'operacions que es basen en la recollida de dades facilitades per l'usuari que permeten un coneixement dels seus gustos i necessitats informatives. S'ha considerat un element de valor rellevant, en el moment de dur a terme l'avaluació, respecte de les possibilitats que ofereix el servei per interactuar o dialogar amb el proveïdor d'aquest o d'altres subscriptors. Així, s'han mesurat opcions com la capacitat d'escollir els dies o hores de recepció dels SP, gestionar una cancel·lació temporal o realitzar un suggeriment, entre d'altres. Per últim, una altra característica de la gestió és la que facilita gaudir de diversos serveis amb un sol registre. Es tracta d'emplenar una única inscripció amb les dades del receptor. El procediment d'alta a qualsevol altre servei es realitza mitjançant el nom d'usuari i la contrasenya, sense la introducció repetitiva de les dades d'aquest. La grandària de la mostra dels següents gràfics es presenten a la taula núm. cinc.

Gràfic 13. La gestió dels SP a Espanya, França i Regne Unit



Elaboració pròpia

Del gràfic núm. 13, referent a Europa, cal destacar l'opció per seleccionar els dies de recepció del servei que és present en 22 SP dels 111 valorats (19,81%) del Regne Unit com a única característica de la gestió, dels quals 18, el 16,22% pertanyen a un mateix grup de premsa *Newquest Media Group* (<http://www.newsquestmedia.co.uk/NMSHome.asp>), per tant amb iguals opcions d'administració de gestió per a tots els mitjans. D'altra banda, Espanya és el país que presenta una més àmplia diversitat de possibilitats de gestionar el servei. La facilitat de realitzar un suggeriment mitjançant una adreça de correu electrònic o algun altre sistema, és present majoritàriament a l'àmbit de la premsa.

Diferents qüestions avaluades de l'apartat de la gestió van ser, per exemple, la possibilitat d'expressar els motius de la baixa en el servei o d'omplir una enquesta per conèixer el grau de satisfacció dels usuaris, però sols sis serveis dels 221 subscrits a Espanya, França i Regne Unit oferien aquesta possibilitat. S'inclou l'opció facilitada per *France5* (<http://www.france5.fr>), com a exemple de graella per manifestar els motius de baixa en el servei.

Captura de pantalla 29. Enquesta de baixa en el SP de la *Lettre d'infos*

Mardi 17 Avril 2007 > France TV00 > France 2 > France 3 > France 4 > France 5 > RFO > France Télévisions

Participez à l'enquête NetObserver®

PROGRAMMES VIDÉOS / VOD FORUMS JEUX FAQ / CONTACTS Recherche >OK

Les sites émissions Actu société Arts et culture Découverte nature Emploi eco Famille jeunesse Histoire Santé Sciences Vie pratique

LETTRE D'INFOS

TOUTE L'ACTUALITE DE FRANCES.FR

Je m'inscris ou je modifie mes abonnements  
votre email ici VALIDER

RECHERCHE

dans la grille des programmes  
 dans France5.fr OK

AIDEZ

-----

→ CETTE SEMAINE  
→ LA SEMAINE DERNIERE

-----

→ LETTRE D'INFOS EMPLOI  
→ LETTRES D'INFOS EDUCATION  
→ LETTRE D'INFOS LES MATERNELLES  
→ LETTRE D'INFOS LES ZOUZOUS  
→ LETTRE D'INFOS LES RENCONTRES DE LA BD  
→ LETTRE D'INFOS JEUX

Vous allez vous désinscrire de la Lettre d'information France 5 - Les rencontres de la BD.

Afin d'améliorer notre service pouvez-vous nous indiquer le motif de votre désinscription

Vous n'avez plus le temps de la lire  
 Vous changez d'adresse mail  
 Vous n'êtes plus intéressé par le sujet de cette newsletter  
 Vous êtes déçu par la qualité de cette newsletter  
 Vous n'arrivez pas à la lire correctement  
 Vous n'avez pas demandé à être inscrits  
 Vous partez pour une longue durée  
 autres :

Validez

LA CHAÎNE ORGANISATION ENGLISH READERS VISITE VIRTUELLE

RECEVOIR FRANCE 5 PROGRAMMES 24/24 TNT/ADSL CÂBLE / SATELLITE

PROFESSIONNELS PRESSE ANNONCEURS COLLECTION EMPREINTES

OUTILS MON COMPTE NEWSLETTER PLAN DU SITE

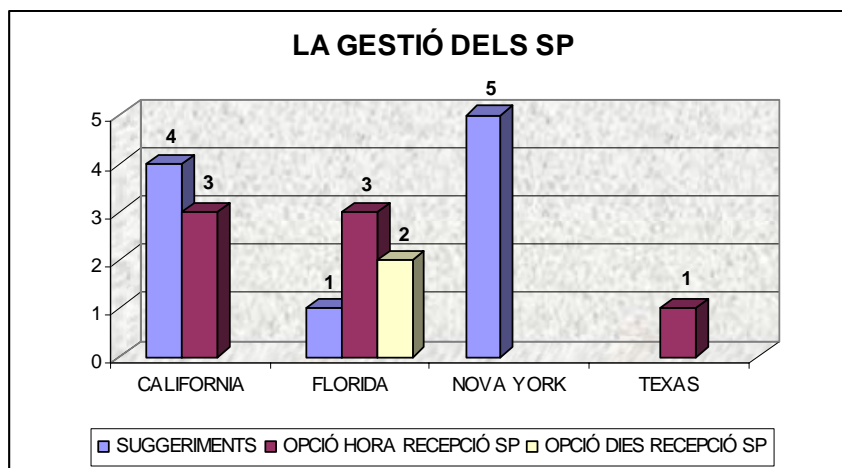
LES SITES DU GROUPE Choisir...

Droits de reproduction et de diffusion réservés © 2007 France Télévisions Interactive | Mentions légales et crédits

Font: <http://www.france5.fr>

Pel que fa a la gestió de la baixa del servei o la modificació de les dades de l'usuari, en els tres països europeus analitzats, s'ha detectat que 208 serveis (94,12%) dels 221, han creat un enllaç directe des del propi SP i sols 13 SP (5,88%), requereixen encara entrar a la web del mitjà per realitzar aquest tràmit.

Gràfic 14. La gestió dels SP a Califòrnia, Florida, Nova York i Texas



Elaboració pròpia

En referència a les opcions de gestió del servei del gràfic corresponent als estats nord-americans, mencionar que les possibilitats de realització d'un suggeriment, es centren en les emissores de ràdio, en sis dels deu serveis que contempnen aquesta opció. Pel que fa a l'hora de recepció de l'SP es tracta d'una elecció preferentment a les emissores de televisió en sis dels set serveis detectats.

La realització de la baixa del servei o la modificació de les dades de l'usuari des d'un enllaç directe a l'SP, es contempla en 179 serveis dels 184 avaluats, (97,28%) i quatre serveis, (2,17%), encara emplacen a l'usuari a visitar la web del mitjà per efectuar aquesta gestió (les dades presentades contempnen la suma dels serveis dels quatre estats). S'ha trobat un servei *News Channel 36* (<http://www.weny.com/>) que requereix recuperar el correu de confirmació d'alta en el servei per accedir a la baixa del mateix.

Totes aquestes apreciacions referents a la gestió, suggereixen l'absència de proves pilot, prèvies a la posada en marxa del servei, i la imprevisió d'opcions que potenciïn el diàleg amb el mitjà i afavoreixin l'enteniment amb l'usuari.

L'examen de la gestió dels SP no ha permès presentar cap mitjà de comunicació que incorpori totes les característiques especificades en l'anàlisi d'aquest concepte.

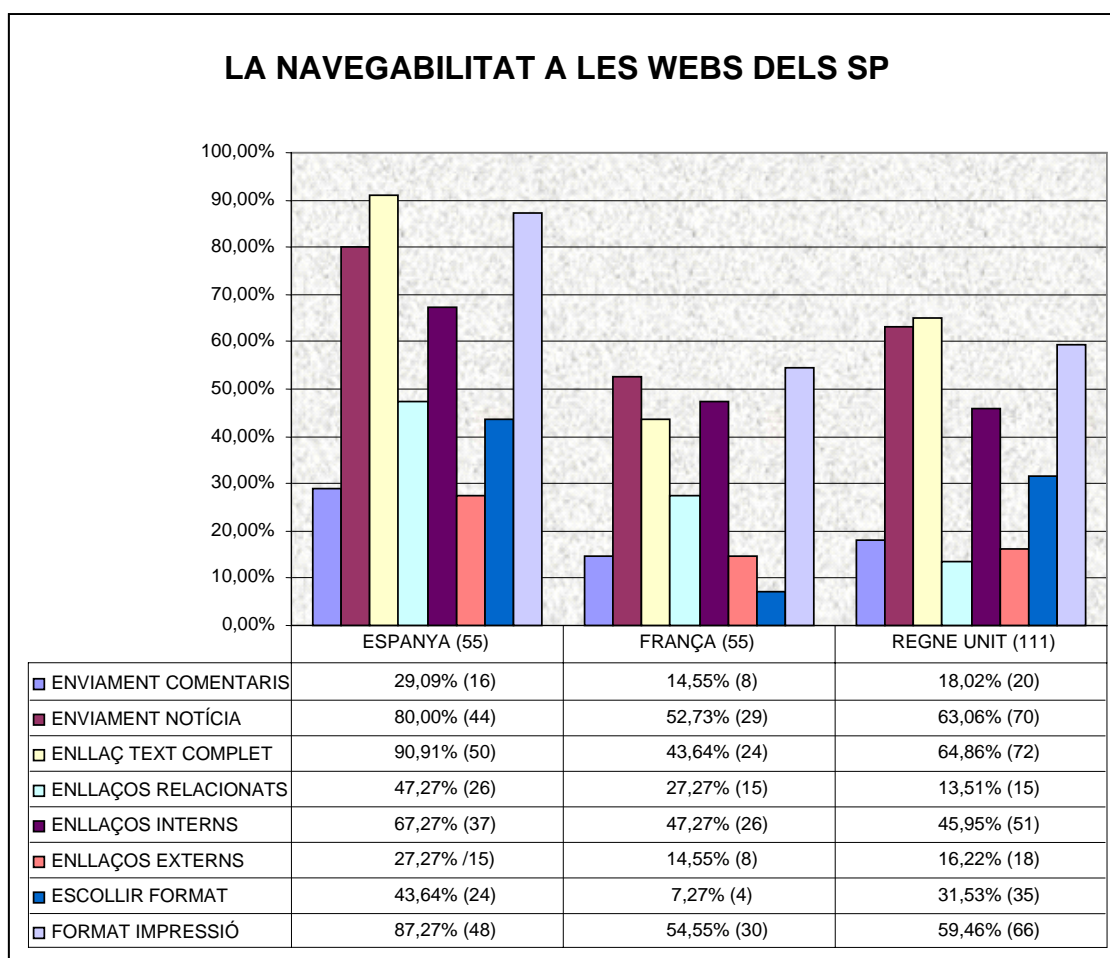


#### *4.6.3 Navegabilitat a la web de l'SP*

Les característiques escollides per valorar la navegabilitat fan referència a la localització efectiva de les fonts d'informació presentades en el lloc web, i han estat mesurades funcions que tenen a veure amb la interactivitat que proporciona aquesta. La navegabilitat ha de permetre a l'usuari conèixer, en tot moment, on es troba ubicat dins la seu web i mostrar els enllaços visitats de color diferent, per tal de distingir-los dels no visitats. Així mateix, resulta imprescindible constatar si aquests condueixen efectivament a les fonts apuntades, o pel contrari porten missatges d'error, a causa d'enllaços caiguts o trencats.

En el cas de la navegabilitat s'ha portat a terme una avaluació global de totes les accions que l'usuari pot realitzar respecte de les opcions que permet l'SP i la pàgina web que l'allotja. Així es considera una característica que facilita la navegabilitat des de l'SP, l'enllaç al text complet de la notícia. Des de la pàgina web del mitjà s'han valorat els enllaços relacionats, que permeten obtenir informacions vinculades a la notícia i que requereixen la recopilació semàntica per establir la relació entre aquestes. També s'ha tingut present la possibilitat d'enviament de la notícia des d'un accés directe. En alguns casos, la tramesa d'aquesta obre un menú flotant o una nova pàgina dins la web del mitjà. El total de la mostra analitzada figura a la taula núm. cinc.

Gràfic 15. La navegabilitat a la web dels SP a Espanya, França i Regne Unit



Elaboració pròpia

L'enviament de comentaris apareixen en uns percentatges inferiors al 30% en tots els països d'Europa. Aquesta opció pot derivar-se de la necessària revisió dels comentaris adreçats pels usuaris, i de gestió de les dades que comporta el servei.

En referència als enllaços al text complet destaca Espanya amb un 90,91% (50 SP) de les webs que faciliten aquest vincle amb la notícia, seguida pel Regne Unit amb un 64,86% (72 SP) i França, en darrer lloc amb un 43,64% (24 SP).

La contextualització de les notícies representada pels enllaços relacionats mostra un 47,27% (26 SP) a Espanya, com el país amb un grau més alt d'implantació d'aquesta característica. França aplica la relació entre notícies en un 27,27% (15 SP) i el Regne Unit 13,51% (15 SP).

Els enllaços externs, es donen en general, en un baix nombre de webs, probablement pel requeriment d'una revisió periòdica que eviti l'aparició d'enllaços trencats. Així el

27,27% (15 SP) correspon a Espanya, el 16,22% (18 SP) al Regne Unit i França amb un 14,55% (8 SP).

La valoració general de la navegabilitat, analitzada a les webs dels SP dels països d'Europa, representa un baix desenvolupament d'aquest aspecte. Tot i així, Espanya és el país que ha esmerçat més esforços en aquest concepte. França, en canvi, mostra una necessària revisió de la navegabilitat, ja que és el país amb les xifres més baixes en totes les accions.

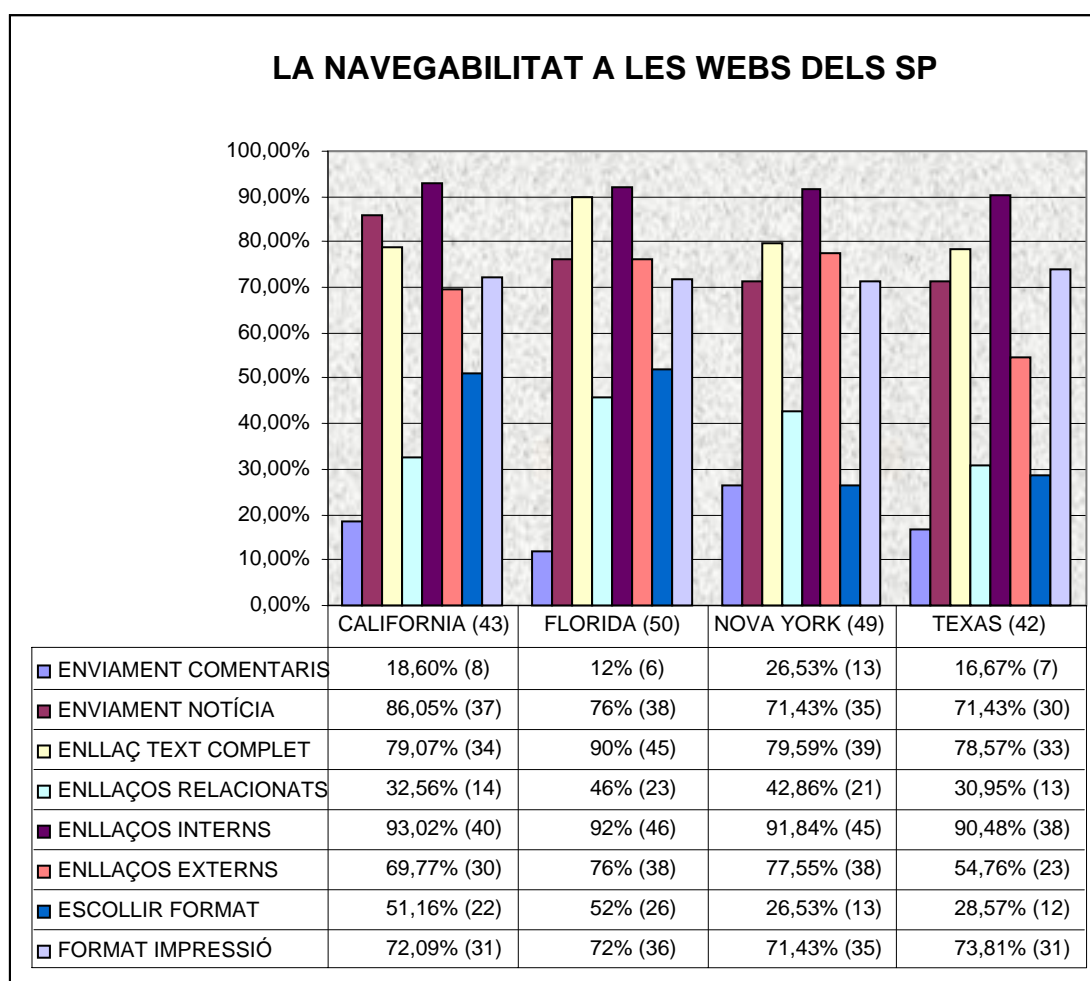
Taula 7. Mitjans de comunicació d'Espanya que inclouen totes les característiques de la navegabilitat

<b>Europa</b>	<b>Nom mitjà</b>	<b>Adreça mitjà</b>	<b>Tipus mitjà</b>	<b>Model SP</b>
Espanya	<i>Elmundo.es</i>	<a href="http://www.elmundo.es/">http://www.elmundo.es/</a>	Diari	B i D
	<i>Elmundo-lacronica.com</i>	<a href="http://www.elmundo-lacronica.com/">http://www.elmundo-lacronica.com/</a>	Diari	B
	LaMalla.net	<a href="http://www.lamalla.net">http://www.lamalla.net</a>	Diari	A i D

Elaboració pròpia

Espanya és l'únic país d'Europa que compta amb totes les característiques proposades per avaluar la navegabilitat a les webs dels SP. S'observa que els tres serveis pertanyen a la categoria de diaris, el mitjà amb el percentatge més alt (18,73%) en aquest àmbit geogràfic.

Gràfic 16. La navegabilitat a la web dels SP a Califòrnia, Florida, Nova York i Texas



Elaboració pròpia

Respecte a la navegabilitat de les webs dels estats dels EUA, esmentar que tots ells presenten una homogeneïtzació en els aspectes analitzats. Sols a l'enviament de comentaris s'observen uns percentatges molt baixos, respecte a la resta de marcadors, ja que representa el 18,60% (8 SP) a Califòrnia, 12% (6 SP) a Florida, 26,53% (13 SP) a Nova York i 16,67% (7 SP) a Texas. S'interpreta que els motius per a aquests percentatges són la necessitat d'una revisió periòdica dels enllaços, com en el cas d'Europa. En canvi, es detecta en tots els casos, una aparició més nombrosa dels enllaços interns, que no depenen de fonts externes, tot i que requereixen igualment una comprovació periòdica.

Les possibilitats d'escollir el format de recepció de visualització del document (HTML o text), apareix de forma irregular als serveis estudiats, i la ràdio sorgeix com a mitjà capdavanter per elegir aquesta opció.

La impressió amigable, (sols del contingut informatiu, i de forma directa, des d'una icona) d'una notícia d'interès de l'usuari, és present en el 70% dels serveis als quatre estats.

Taula 8. Mitjà de comunicació de Texas que inclou totes les característiques de la navegabilitat

EUA	Nom mitjà	Adreça mitjà	Tipus mitjà	Model SP
Texas	96.3 KSCS	<a href="http://www.kscs.com/">http://www.kscs.com/</a>	Ràdio	A

Elaboració pròpia

Als EUA sols un mitjà de ràdio de Texas inclou tots els trets referents a la navegabilitat.

En general, la navegabilitat als estats dels EUA estudiats presenta una superior implantació de la interactivitat a les webs dels SP, en comparació als països d'Europa, però cap estat destaca per sobre dels altres.

Espanya és el país amb una navegació més desenvolupada, en referència a la possibilitat d'activar funcions; per exemple, amb diversos tipus d'enllaços, o la possibilitat d'incidir en la informació rebuda modificant-la (enviament de comentaris, o de la pròpia notícia). Una major incidència en aquest sentit, afavoriria l'intercanvi d'informació o opinions entre usuaris del servei i el mitjà de comunicació.

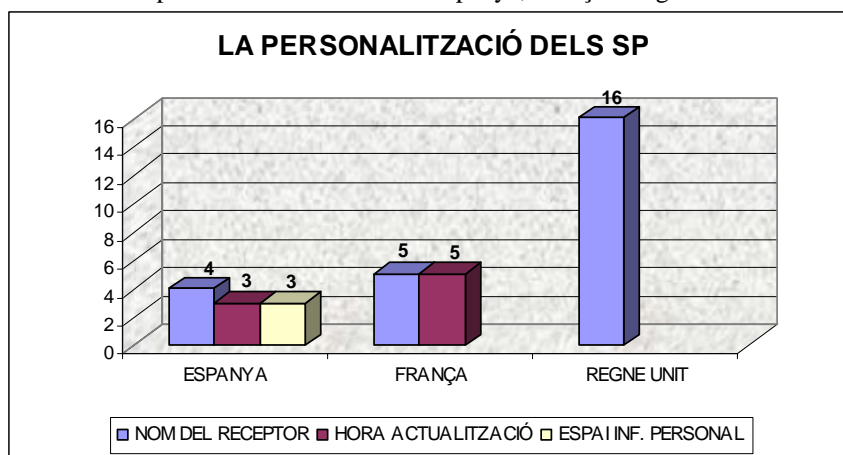
#### 4.6.4 Personalització de l'SP

La personalització és el tret que denota que el producte o servei rebut ha estat dissenyat per a un perfil d'usuari concret. La inclusió del nom de l'usuari, en el missatge de recepció del servei, mostra una característica de singularització que el personalitza i provoca una sensació de consideració i atenció cap al receptor. Tanmateix, la inclusió de l'hora de recepció i la puntualitat del servei, contribueixen a que el subscriptor confii i esperi el lliurament habitual de les notícies.

La disposició d'un espai d'informació personal a la seu web de la distribuïdora d'informació és un altre distintiu de personalització, en aquest cas, com a zona cedida perquè l'usuari visualitzi la informació del seu interès, i que sovint identifica amb un missatge de benvinguda a l'espai web. La tecnologia *pull* o tramesa induïda

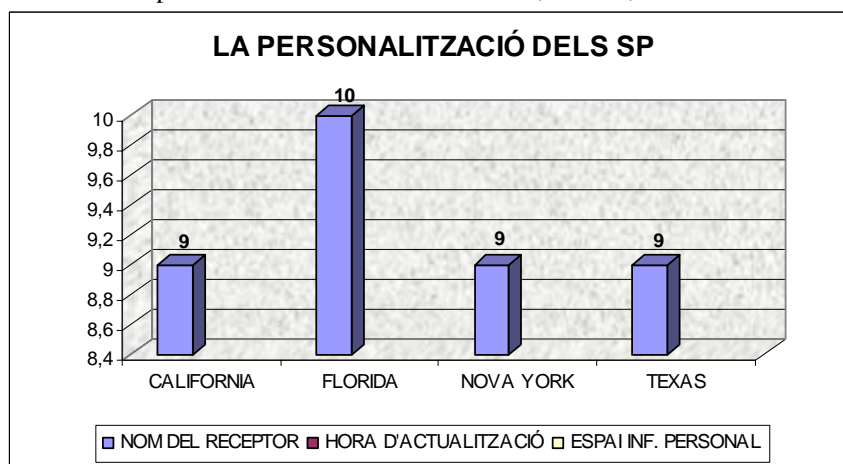
(especificada a l'apartat 4.4.2) utilitzada en aquest servei requereix un temps d'espera per la visualització de les notícies, ja que precisa carregar la informació a la web de l'empresa servidora amb la detecció de les galetes o *cookies*<sup>116</sup> de l'ordinador de l'usuari. D'aquesta forma, el servidor reconeix quina informació ha de mostrar a un subscriptor concret. El model D, d'espai d'informació personal, no es tracta realment d'un servei de tramesa de notícies, ja que l'usuari ha d'entrar a la pàgina web de la distribuïdora d'informació d'actualitat per visualitzar-les. La grandària de la mostra fa referència a la taula núm. cinc.

Gràfic 17. La personalització dels SP a Espanya, França i Regne Unit



Elaboració pròpia

Gràfic 18. La personalització dels SP a Califòrnia, Florida, Nova York i Texas



Elaboració pròpia

<sup>116</sup> Galeta: Fitxer amb informació sobre els hàbits, les preferències i les pautes de navegació d'un internauta que visita una pàgina web, que el servidor envia al disc dur de l'ordinador de l'internauta mitjançant el navegador. Definició extreta del Centre de Terminologia, Termcat <<http://www.termcat.net/cercaterm>>. [Consulta: 25/04/2007].

La inclusió del nom del receptor en el correu electrònic de lliurament és l'única característica de personalització present als estats nord-americans estudiats i també als països d'Europa. L'hora d'actualització del servei, apareix únicament en tres SP (5,45%) a Espanya i cinc (9,09%) a França, ofereix al lector una dada interessant, en casos de notícies de modificació periòdica com les cotitzacions en borsa. Pel que fa a l'espai d'informació personal o model D ofert sols a Espanya per tres mitjans (5,45%), és el sistema d'actualització que més grau de personalització representa, ja que fa referència a la cessió d'una zona específica, dins la web del mitjà, d'utilització exclusiva de l'usuari subscrit. De forma genèrica existeix una incidència mínima dels aspectes que personalitzen el servei, tot i aconseguir un efecte d'individualitat que, en general, satisfà als usuaris.

De l'examen realitzat a les quatre propietats avaluades anteriorment, sols el diari *Elmundo.es* (<http://www.elmundo.es>) inclou totes les característiques comparades en el contingut informatiu i la navegabilitat de la seu web del servei. Aquesta incorporació de canals d'àudio, vídeo, gràfics i buidatge d'altres diaris; així com la possibilitat de navegar pel mitjà des de qualsevol tipus d'enllaç o la selecció de format i d'impressió, i la facilitat d'enviament de comentaris o de la notícia han fet d'aquest, el mitjà més visitat durant el primer trimestre de 2007<sup>117</sup>, segons dades de l'*Oficina de Justificación de la Difusión* (OJD), (<http://www.ojd.es/html/home.htm>).

#### **4.7 Altres tipologies de serveis**

En aquest apartat es mostren de serveis d'informació d'actualitat, sorgits de l'aplicació de diverses tecnologies de la comunicació incorporades a la xarxa, i que de forma predominant, distribueixen contingut textual, d'àudio, i en alguns casos vídeo.

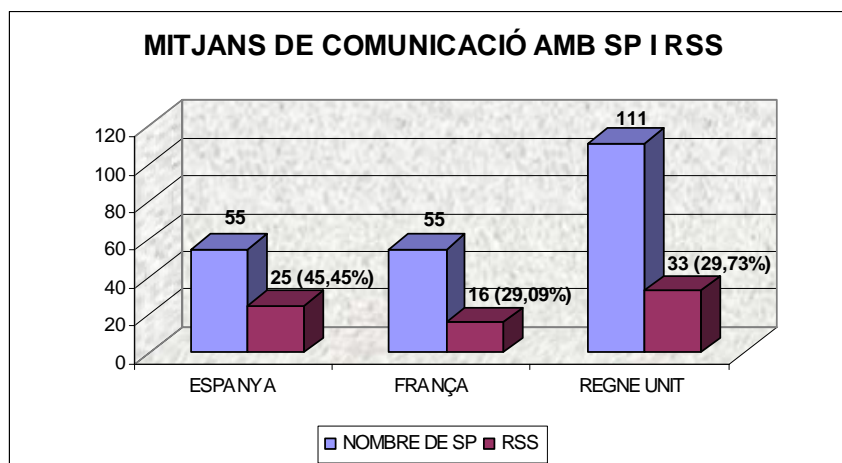
---

<sup>117</sup> “el mundo-es: un millón de lectores al día”, *Elmundo.es*, <http://www.elmundo.es/elmundo/2007/04/16/comunicacion/1176747498.html?a=c61ab0dfabf87ed6e25171cf376a167a&t=1181837543>. [Consulta: 14/06/2007].

#### 4.7.1 Really Simple Syndication (RSS)

Els lectors de notícies o agregadors com l’RSS (*Really Simple Syndication*) basat en XML (*Extensible Markup Language*) va ser creat per definir continguts diversos d’una forma normalitzada i comprensible. L’èxit del RSS<sup>118</sup> s’ha produït per la democratització de la distribució de notícies, a causa de la seva simplicitat i també perquè ha permès que qualsevol persona es converteixi en un proveïdor de notícies mitjançant la sindicació de continguts, amb la possibilitat de subscriure serveis de notícies. Es tracta d’un canal per a la lectura de notícies de proveïdors d’informació de la xarxa i enviades a un mateix receptor. Els lectors de notícies poden ser navegadors (marcadors o favorits), una pàgina web o la descàrrega de programes com *FeedReader* (<http://www.feedreader.com/>), per exemple.

Gràfic 19. Nombre d’SP i RSS a Espanya, França i Regne Unit

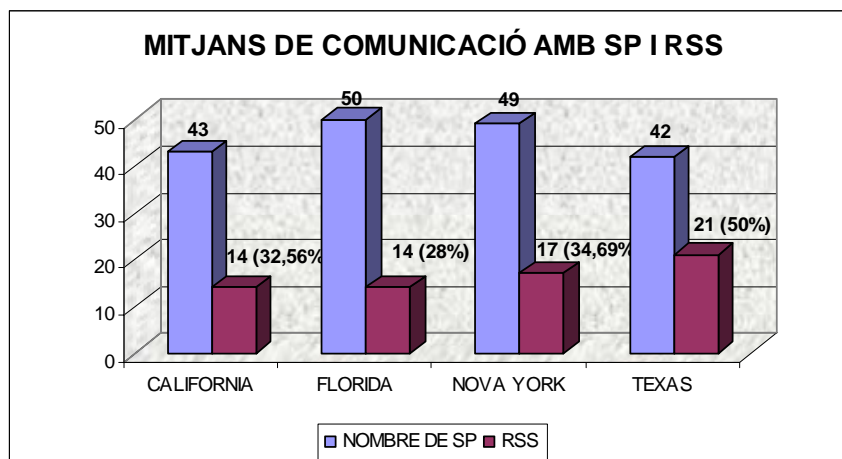


Elaboració pròpia

<sup>118</sup> Franganillo, Jorge; Catalán Vega, Marcos Antonio, “Bitàcoles i sindicació de continguts: dues eines per difondre informació”, *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, núm. 15 (2005), <[http://www2.ub.edu/bid/consulta\\_articulos.php?fichero=15frang1.htm](http://www2.ub.edu/bid/consulta_articulos.php?fichero=15frang1.htm)>. [Consulta: 25/04/2007].



Gràfic 20. Nombre d'SP i RSS a Califòrnia, Florida, Nova York i Texas



Elaboració pròpia

Les dades presentades en el gràfics precedents mostren la comparació entre l'oferta d'RSS i la d'SP, que s'estén des del 28 al 50%. Espanya presideix el rànquing dels països europeus analitzats amb un 45,45% i als estats nord-americans Texas amb un 50%. En tots els casos el mitjà de comunicació que domina la incorporació d'aquest nou canal informatiu és la premsa.


L'oferta d'SP és superior en tots els països i estats estudiats, ja que l'aparició d'aquest servei precedeix als agregadors o lectors de notícies, com els RSS (*Really Simple Syndication*). Tot i la seva posterior aparició i acceptació per part dels usuaris de la xarxa, indueix a pensar en una ràpida implantació i utilització, per la facilitat d'accés a diverses fonts de notícies des d'una única pàgina web.


#### 4.7.2 Serveis web que gestionen informació


Un altre tipus de servei d'informació per a usuaris de la xarxa és l'anomenat etiquetatge o *tagging*<sup>119</sup> que es podria definir com un procés individual o comunitari de classificació de la informació, independentment del format. S'han descobert alguns


<sup>119</sup> Tagging: Procediment per mitjà del qual s'assignen etiquetes, generalment de tipus lingüístic, als elements d'un text. Definició extreta del Centre de Terminologia, Termcat <<http://www.termcat.net/cercaterm>>. [Consulta: 25/04/2007].


mitjans de premsa espanyols que incorporen en les seues webs les icones d'aquests serveis que faciliten valorar, comentar o compartir, i també classificar o conservar els continguts que l'usuari troba a Internet. Es relacionen a continuació alguns serveis<sup>120</sup> a tall d'exemple:


 Menèame (<http://meneame.net/>), sistema de promoció de notícies d'informacions trobades a Internet per part dels usuaris registrats. Les notícies es prioritzen a la seu web per ordre de valoració. Idioma espanyol.

 Digg (<http://www.digg.com/>), permet als usuaris enviar, votar i jerarquitzar les informacions que creïn a les seves webs o que troben a la xarxa. Idioma anglès.

 Del.icio.us (<http://del.icio.us/>), possibilita guardar i consultar els enllaços favorits des d'una web, per tal d'accedir des de qualsevol ordinador. Permet classificar els enllaços a partir de paraules clau, comentar el contingut i compartir l'enllaç amb d'altres usuaris de la xarxa. Idioma anglès.

 MyWeb de Yahoo (<http://es.myweb2.search.yahoo.com/myweb?dg=6&sort=pop>), facilita a l'usuari la creació de favorits a la xarxa per mitjà de paraules clau.

 Technorati (<http://technorati.com/>), és el major cercador de blocs del món i permet rastrejar informació en més de 42 milions d'aquestes.

 La Tafari (<http://latafanera.net/>), permet enviar una història, notícies o apunts de blocs. Idioma català.

---

<sup>120</sup> Informació extreta de *Lavanguardia.es*, <<http://www.lavanguardia.es/serviciosweb/index.html>>. [Consulta: 25/04/2007].

#### 4.8 Valoració personal dels SP analitzats

Des d'un punt de vista estrictament personal, i tenint en compte que s'ha considerat la interactivitat de l'usuari amb el mitjà com el valor més interessant, el model D o espai d'informació personal resulta el més adequat per què el lector seleccioni les temàtiques del seu interès. Sota aquesta perspectiva, el mitjà que ofereix més oportunitats per elegir la presentació i contingut informatiu és *Elmundo.es*<sup>121</sup> (<http://www.elmundo.es>). Així mateix, l'aposta d'aquest per una contínua millora en els serveis als seus lectors es manifesta en la possibilitat de visualitzar la informació des de *Netvibes.com* (<http://www.netvibes.com>), xarxa especialitzada en personalització de pàgines d'inici. La novetat radica en l'opció d'afegir els mòduls informatius, eines i recursos web d'interès pel lector, amb la disposició visual i de colors desitjats per aquest. A l'apartat 3.6.4 d'informació viva s'han exposat altres possibilitats d'interacció que permet la Web 2.0.

---

<sup>121</sup> “Un Universo en Netvibes”. *Elmundo.es*. <<http://www.elmundo.es/elmundo/2007/06/22/comunicacion/1182537808.html>>. [Consulta: 22/07/2007].

