VNiVERSiDAD
D SALAMANCA

MÁSTER EN SISTEMAS
DE INFORMACIÓN DIGITAL
Francisco Vitoria, nº 6-16 37008 - Salamanca
Tel . (34) 923 29 45 80 Fax . (34) 923 29 45 82
mastersid@usal.es

"Nuevos servicios para nuevos medios de comunicación: Presencia de los servicios de información electrónica en la prensa digital".

Tutor: Martín González, Yolanda

Autor del trabajo: Mayoral Durán, Teresa.

Salamanca 2011

VNiVERSiDAD
D SALAMANCA

MÁSTER EN SISTEMAS
DE INFORMACIÓN DIGITAL
Francisco Vitoria, nº 6-16 37008 - Salamanca
Tel . (34) 923 29 45 80 Fax . (34) 923 29 45 82
mastersid@usal.es

UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

FACULTAD DE TRADUCCIÓN Y DOCUMENTACIÓN

MÁSTER EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN DIGITAL

Trabajo Fin de Máster

"Nuevos servicios para nuevos medios de comunicación: Presencia de los servicios de información electrónica en la prensa digital".

Nombre del/la estudiante:
Teresa Mayoral Durán

Nombre del tutor/a:
Profª.Drª. Yolanda Martín González

Salamanca, 2011

A mi madre, a mi padre y a mi hermano por tener tanta paciencia y creer en mi.

A mi querida “Abu”, estés dónde estés, no olvido tus consejos.

A “Julita” por sus llamadas de ánimo.

A mis compañeros del Máster en Sistemas de Información Digital por compartir sus conocimientos conmigo durante todo este año.

"Vivimos en un mundo que recibe la información de forma inmediata, un mundo mucho más sensible y a la vez más duro, un mundo de reacciones muy rápidas."

Sebastiao *Salgado*

Ficha catalográfica

Gredos

Autor	Mayoral Durán, Teresa
Título: subtítulo	"Nuevos servicios para nuevos medios de comunicación. Presencia de los servicios de información electrónica en la prensa digital".
Director:	Martín González, Yolanda
Departamento:	Universidad de Salamanca, España. Departamento de Biblioteconomía y documentación.
Fecha	2011
Desc. Física:	114 páginas
Palabras clave:	servicios de información electrónicos, prensa digital, periodismo electrónico.
Keywords:	e-services, e-journalism, digital press.
Descripción:	Trabajo de Fin de Máster en Sistemas de Información Digital, curso 2010-2011.
Resumen:	Se trata de un análisis de los servicios de información electrónicos que ofrece la prensa digital a nivel mundial y europeo. Para su elaboración se han extraído como muestra los servicios de información electrónica que proporcionan veinticuatro medios de comunicación publicados en seis zonas y países geográficos distintos: Asia pacífico, España, Estados Unidos, Latinoamérica, Portugal y Reino Unido e Irlanda del Norte. Una séptima muestra, Europa, se ha conformado a partir de la unión de las muestras: España, Portugal y Reino Unido e Irlanda del Norte. El objeto de la extracción de este tipo de servicios es la

realización de una comparativa por zonas, regiones o países pudiendo obtener una serie de conclusiones y recomendaciones para un correcto funcionamiento de los servicios de información electrónica en el contexto de la prensa digital.

Abstract:

This is an analysis of electronic information services offered by the digital media world and European level. Its production are taken as a sign the electronic information services that provide twenty four communication published in six different geographic areas and countries: Asia Pacific, Spain, U.S., Latin America, Portugal and the United Kingdom and Northern Ireland. A seventh sample, Europe has been formed from the union of the samples: Spain, Portugal and the United Kingdom and Northern Ireland. The purpose of the extraction of these services is to conduct a comparison of areas, regions or countries can obtain a series of conclusions and recommendations for proper operation of electronic information services in the context of the digital press.

Sumario

	PÁGS.
Índice de tablas y figuras	9
1. Introducción	11
2. Estado de la cuestión	16
2.1. Servicios de información electrónicos.	17
2.2. Medios de Comunicación digitales. La prensa digital.	22
3. Metodología	30
4. Resultados	36
4.1. Servicios de información electrónica en medios de comunicación Asia Pacífico.	37
4.2.Servicios de información electrónica en medios de comunicación Latinoamerica .	41
4.3. Servicios de información electrónica en medios de comunicación España	43
4.4. Servicios de información electrónica en medios de comunicación Estados Unidos.	49
4.5. Servicios de información electrónica en medios de comunicación Portugal	53
4.6. Servicios de información electrónica en medios de comunicación Reino Unido e Irlanda del Norte	56
4.7.Análisis comparativo de los servicios de información en medios de comunicación	59
4.7.1.Comparativa Asia Pacífico, Estados Unidos, Europa y Latinoamérica	59
4.7.2. Comparativa Europea: España, Portugal y Reino Unido e Irlanda del Norte.	61
5. Conclusiones y recomendaciones	64

Bibliografía 69

Anexos 74

Anexo 1. Muestras 75

Anexo 2. Listado general de la muestra extraída 101

Anexo 3. Clasificación por servicios de similares características 107

Anexo 4. Relación de periódicos digitales 113

Índice de tablas y figuras

Índice de Tablas	PÁGS.
Tabla I. Servicios de información en medios de comunicación de Asia Pacífico	37
Tabla II. Servicios más destacados muestra "Asia pacífico"	38
Tabla III. Otras formas de acceso a la información muestra "Asia".	39
Tabla IV. Servicios de información en medios de comunicación de Latinoamérica.	41
Tabla V. Servicios más destacados muestra "Latinoamérica".	42
Tabla VI. Otras formas de acceso a la información muestra "Latinoamérica".	43
Tabla VII. Servicios de información en medios de comunicación de España.	44
Tabla VIII. Servicios más destacados muestra "España"	46
Tabla IX. Otras formas de acceso a la información muestra "España".	48
Tabla X. Servicios de información en medios de comunicación de Estados Unidos.	49
Tabla XI. Servicios más destacados en la muestra "Estados Unidos".	50
Tabla XII. Otras formas de acceso a la información muestra "Estados Unidos".	52
Tabla XIII. Servicios de información en medios de comunicación de Portugal.	53
Tabla XIV. Servicios destacados en la muestra "Portugal".	54
Tabla XV. Otras formas de acceso a la información muestra "Portugal".	55
Tabla XVI. Servicios de información en medios de comunicación de Reino Unido e Irlanda del norte.	56
Tabla XVII. Servicios más destacados muestra "Reino Unido e Irlanda del Norte".	57
Tabla XVIII. Otras formas de acceso a la información muestra "Reino Unido e Irlanda del Norte".	58
Tabla XIX. Comparativa Asia-Pacífico, Estados Unidos, Europa y Latinoamérica.	59
Tabla XX. Servicios más destacados en la comparativa Asia-Pacífico, Estados Unidos, Europa y Latinoamérica.	60
Tabla XXI. Comparativa por países Europeos: Reino Unido, Portugal y España.	61
Tabla XXII. Servicios más destacados en la comparativa por países Europeos: Reino Unido, Portugal y España.	62

Índice de figuras

	PÁGS.
Fig. 1.Servicio original del periódico "Clarín": "Vía Resto".	43
Fig. 2.Servicio original del periódico "El País": "Widgest".	47
Fig. 3.Servicio original del periódico "The Sunday Times": "La habitación de lectura" ("The Reading Room").	58

1.Introducción

La temática seleccionada para nuestro Trabajo Fin de Máster en Sistemas de Información Digital se basa en la presencia y las diferencias existentes entre los servicios de información electrónica en medios de comunicación digitales, destacando la prensa digital, a nivel mundial entre las regiones o zonas de: Asia Pacífico, Estados Unidos, Europa y Latinoamérica; y, por otra parte, a la realidad europea -cercana a nuestro país-, con las muestras: España, Portugal, Reino Unido e Irlanda del Norte.

Por otra parte, hemos limitado nuestro estudio a estas zonas y países, en primer lugar, porque creemos que son los de mayor relevancia en el sector prensa y en los que hemos pensado que hallaríamos más diferencias, aportando más interés a nuestro proyecto. En el segundo listado realizamos la selección, como mencionamos anteriormente, en base a la cercanía a nuestro país y en función de la destreza con el idioma por parte de la autora del trabajo.

Finalmente, nos parece una materia bastante interesante por cuanto se trata de un tema actual y del que existe escasa información. Su actualidad reside en la presente situación de adaptación tanto de los servicios de información electrónica fuera de su ámbito de nacimiento (administración, bibliotecas...), como de la prensa digital en el nuevo medio, Internet. La red es un lugar que ofrece muchas posibilidades de futuro para ambos. Por ello, creemos que realizando estudios que aborden estas materias aprovecharemos de manera más útil las posibilidades que se nos brindan y nos ayudarán a conocer una realidad latente.

La hipótesis que pretendemos corroborar con la realización de este trabajo es la comprobación de la existencia de servicios de información de tipo electrónico en la prensa digital mundial y europea. Por otra parte y una vez comprobada esta procederemos a evaluar su presencia y, por tanto, su incremento o su estancamiento examinando las muestras tomadas. Mediante el análisis de las muestras obtendremos una situación "real" de los servicios de información electrónicos en la prensa digital confirmando o refutando nuestra hipótesis.

El objetivo general que hemos tratado de conseguir con este Trabajo Fin de Máster es demostrar la presencia de servicios de información electrónicos en la prensa digital. Se trata pues de señalar la importancia de la información ya no solo periodística, propia de los medios de comunicación sino también de otros tipos en base a las muestras seleccionadas y examinadas. Para esto, hemos analizado la situación actual tanto de la prensa digital como un servicio de información noticioso en manos de la sociedad; como la inclusión de servicios de información electrónicos en un medio de comunicación creado en primera instancia para la difusión de información y como servicios para el ciudadano, lector, usuario.

Del mismo modo, también intentaremos alcanzar los siguientes objetivos específicos:

- Observar la inmersión de los servicios de información electrónicos en otros campos, como el periodismo o la comunicación, del que no son propios inicialmente. Los servicios de información nacen en las bibliotecas, en la administración como forma de ayuda al público, a la sociedad. Sin embargo, con la incursión del nuevo concepto de información y la relevancia de la tecnología en los nuevos tiempos han hecho que estos se adapten para ser añadidos a web de todo tipo, siendo un referente los medios de comunicación.

- Estudiar el aumento de la información de diferente tipo en publicaciones de naturaleza periodística.

- Distinguir los distintos recursos ofrecidos por las diferentes regiones.

- Evidenciar las prestaciones informativas de las diferentes muestras tomadas.
- Ofrecer recomendaciones para una posible mejora del servicio.
- Analizar cuales son otras formas de acceso a la información.
- Estudiar la difusión y alcance de los servicios de información electrónicos.
- Tener en cuenta el proceso de Alfabetización tecnológica.

Para la redacción de este trabajo se ha seguido una estructura previamente establecida. En ella encontramos los apartados preliminares presentes en todos los trabajos (cubierta, portada, sumario, índices e introducción) para dar paso a continuación al resto de apartados que completan este trabajo. En este caso, hemos contado con cinco apartados diferentes seguidos del correspondiente a la bibliografía y con los anexos pertinentes.

El primer punto, común a todos los trabajos académicos, es la introducción. En ella, hemos tratado de contextualizar la idea y el proceso por el cual surge tanto la temática como la finalidad de nuestro estudio. Por ello, dentro de esta encontraremos la exposición de hipótesis, objetivos, estructura y recursos bibliográficos.

A continuación encontraremos un segundo apartado: "Estado de la cuestión". Dividido en dos subapartados: el primero de ellos "Servicios de información electrónicos"; y el segundo "Medios de Comunicación digitales. La prensa digital". Este apartado aporta, de manera general, una visión global de las dos temáticas base de nuestro trabajo: Los servicios de información electrónicos y la prensa digital. En ambos apartados se pretende realizar un breve análisis del recorrido histórico de ambas temáticas que nos permita contextualizar mediante la definición de estos términos la precisión, inmersión y comprensión, por parte del lector, de nuestro estudio.

Una vez expuesta la temática de nuestro trabajo, procedemos a explicar, en el tercer apartado, la metodología. Con ella hemos mostrado el proceso que hemos llevado a cabo para la realización de dicho proyecto.

En concreto, para la elaboración de este trabajo, se ha realizado una revisión bibliográfica bastante amplia debido al alcance temático. En este caso, hemos intentado fusionar dos temáticas cercanas pero bastante diferentes conceptualmente: servicios de información electrónica y prensa digital. De este modo, hemos procedido a marcar los recursos bibliográficos e informativos consultados durante la realización del estudio y que han aportado información pertinente al tema.

Por ello, y en primera instancia hemos consultado bibliotecas universitarias con fondos especializados en los ámbitos de estudio (Facultad de Comunicación y Facultad de Biblioteconomía) en busca de ejemplares acordes al trabajo de campo que nos planteamos realizar. Posteriormente se ha procedido a consultar diversas bases de datos generales (como "ISI, Web of Knowledge" o la base de datos ISOC perteneciente al CSIC), temáticas y catálogos universitarios (como "Fama" las de la Universidad de Sevilla , "Diposit Digital" en la Universidad de Barcelona, "Servizo de Publicacións e Intercambio Científico" en la Universidad de Santiago de Compostela y el catálogo de la Universidad Complutense) con el fin de acercarnos a la línea del proyecto, así como revistas especializadas como "Cuadernos de documentación multimedia", "El profesional de la información", "Revista general de información y documentación", el Repositorio

"E-Lis", entre otras. Los resultados de la búsqueda fueron escasos ya que se encontró muy poca información sobre la temática de los servicios de información electrónica en general y, aplicada a la prensa digital en particular.

A continuación procedimos a extraer una serie de muestras, seleccionando una totalidad de veinticuatro muestras de diferentes zonas, regiones y países. Dicha selección ha sido realizada bajo una serie de criterios que explicaremos a continuación. El primero de ellos, han sido las barreras idiomáticas. Dado que la autora conoce los idiomas español, inglés y portugués, se han seleccionado muestras en estos idiomas; Por otra parte, el segundo criterio tenido en cuenta ha sido la importancia y el conocimiento de dichas publicaciones por la sociedad. No obstante, se ha tratado de tomar muestras de lugares de influencia social y cultural en la actualidad, en los que la información es un servicio primordial.

Por otro lado, hemos de mencionar que se han escogido, en base a los criterios nombrados anteriormente, cuatro publicaciones de cada muestra seleccionada.

Una vez extraídas todas las muestras hemos procedido al análisis de los resultados poniendo especial atención en los servicios de información electrónica localizados así como en otras formas de acceso a la información.

Los resultados obtenidos se han presentado en diversas tablas etiquetadas con los nombres de las muestras ordenadas de manera alfabética. Estas tablas se han dividido por relevancia, originalidad y escasez. Finalmente, y dado el estudio que realizamos, en el que lo que nos interesa realmente es la comparación entre las diferentes publicaciones de las diferentes zonas, hemos pasado a incorporar tablas comparativas con los servicios de información electrónica de cada región o zona.

Una vez comparadas hemos introducido un apartado de conclusiones y recomendaciones en el que mostramos todas aquellas deducciones extraídas de nuestro estudio, así como las mejoras que creemos pertinentes para el mejor desarrollo de éstas.

Una vez expuesta la metodología en el apartado tercero, dimos paso al apartado cuarto: Resultados. En este punto, mostramos los datos extraídos de nuestro muestreo de forma organizada en siete subapartados. Los seis primeros se desarrollaron en base a las seis zonas, regiones y países tomados en cuenta (Asia Pacífico, España, Estados Unidos, Latinoamerica, Portugal y Reino Unido e Irlanda del Norte). Y se pensó en un séptimo para la exposición de las comparativas resultantes de la comparación de nuestras muestras, dividiéndolo a sus vez en: Comparativa Asia Pacífico, Estados Unidos, Europa y Latinoamerica, por una parte y, Comparativa europea: España, Portugal y Reino Unido e Irlanda del Norte, por otra.

Cada una de las muestras, a su vez, contiene un listado global de servicios de información electrónicos extraídos de las cuatro publicaciones seleccionadas expuestos conjuntamente en una tabla. A continuación, hemos incorporado otra tabla en la que hemos seleccionado aquellos servicios con más relevancia, para dar paso a una serie de explicaciones y comentarios acerca de estos servicios, servicios innovadores y carencias que creemos preciso comentar en cada uno de los casos. Por otra parte, y siguiendo el curso del trabajo, presentamos un listado global con otras formas de acceso a la información, explicándolo brevemente a continuación.

El quinto apartado y que pone broche a nuestro estudio es el de Conclusiones y recomendaciones. En este apartado hemos tratado de mostrar el cumplimiento o la desestimación

de nuestra hipótesis y objetivos planteados inicialmente, así como una serie de informaciones resultantes de nuestro estudio.

Siguiendo la estructura planteadas en las normas de elaboración de los Trabajos Fin de Máster, hemos incorporado los apartados de bibliografía y otro de anexos.

En cuanto a la bibliografía se ha redactado siguiendo las normas internacionales ISO 690 e ISO 690-2 para recursos electrónicos.

Además el estudio se complementa con una serie de anexos que creemos convenientes para la lectura de nuestro trabajo.

En el primer anexo incorporado, decidimos incorporar aquel material de importancia que no pudo ser incorporado al trabajo dada la extensión de este y la repetición de datos que estos suponía. En este caso añadimos todo el material en bruto recogido en cada una de las muestras tomadas. Por tanto, se encontrará subdividido en seis apartados referentes a las seis muestras seleccionadas, siendo su relación:

1.1.Muestra: Asía-pacífico
1.2.Muestra: Latinoamérica
1.3.Muestra: Estados Unidos
1.5.Muestra: España
1.6.Muestra: Portugal
1.7.Muestra: Reino Unido e Irlanda del Norte

El anexo incluido en segundo lugar presenta un listado ordenado de manera alfabética de todos los servicios recogidos en todas las muestras.

En tercer lugar, un anexo que nos muestra una clasificación de servicios de similares características. Este, nos ha sido de gran ayuda en el análisis de los datos extraídos dado que nos ayudado a localizar tanto la presencia como la ausencia de información de cada uno de los bloques estipulados en dicho listado. No obstante podemos señalar que se realizó como manera de unión entre recursos con fines o temáticas similares de modo que nos permitiese comentarlos de manera global en nuestros resultados.

El ultimo anexo incluido ha sido la relación de periódicos digitales escogidos y sus URL'S. En este caso es una información que nos puede resultar útil para consultar tanto las publicaciones tenidas en cuenta como la comprobación de los listados de servicios extraídos.

Para concluir la introducción y dar paso al siguiente punto establecido terminaremos señalando que se trata de un trabajo de investigación bastante amplio dado que se basa en la observación de diferentes publicaciones periodísticas de ámbito generalista de diferentes zonas relevantes informativamente hablando.

Se trata pues de una pequeña aportación a un campo que aún se encuentra bastante inexplorado dada la inexistencia de referencias relacionadas con la temática seleccionada.

2.Estado de la cuestión

2.1. Servicios de información electrónicos

Desde el comienzo de los tiempos, el ser humano prestaba servicios a sus semejantes. Los servicios nacen como forma de satisfacción de necesidades previamente creadas por el usuario. Vivimos en una sociedad evolutiva. Una sociedad que ha pasado de ser una sociedad dedicada en un principio al sector primario como era la agricultura y la ganadería para dar paso, gracias a la revolución industrial, a una sociedad industrial o secundaria. Pero la evolución no termina en ese punto y el ser humano continua evolucionando destacando como tercer escalafón el paso a una sociedad de servicios, una sociedad terciaria basada en el consumo creado en la sociedad industrial, trayecto que no sería posible sin la creación de empresas de servicios que ayudan a ese comercio. Los servicios nacen pues como acompañamiento del producto para pasar a diferenciarse e incluso aparecer separados de estos. Actualmente, vivimos en una sociedad del conocimiento, un cuarto avance social, en el que prima la información y por tanto las necesidades informativas. Estas serán cubiertas con la aparición de servicios específicos de información tanto públicos como privados. Una vez creados estos, pasarán a adaptarse a las nuevas tecnologías, a los nuevos avances que concurren hoy en día en el campo tecnológico llegando la red a incorporar servicios de información electrónicos, proceso que comentaremos de forma más amplia a medida que avancemos en el tema. Por tanto y para comenzar con el tema deberemos definir qué son los servicios y porqué aparecen ya que si nos paramos a pensar, en la actualidad, ¿qué sería de la sociedad sin los servicios? Antes de continuar con este planteamiento y responder a todas estas preguntas que se nos presentan nos centraremos en la primera para dar ir procediendo a dar paso a las posteriores.

El diccionario de la Real Academia Española (RAE) nos ofrece la siguiente definición del término *servicio*:

16. *m. Organización y personal destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada. Servicio de correos, de incendios, de reparaciones.*
17. *m. Función o prestación desempeñadas por estas organizaciones y su personal.*
20. *m. Econ. Prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales.*

~ discrecional.
1. *m.* ***servicio*** *público regulable en función de las necesidades de los usuarios y de la empresa que lo presta.*
~ público.
1. *m. Der. Actividad llevada a cabo por la Administración o, bajo un cierto control y regulación de esta, por una organización, especializada o no, y destinada a satisfacer necesidades de la colectividad. Servicios públicos de transporte. Servicios públicos sanitarios.*

Como podemos observar, no encontramos el significado al que nos referimos en este contexto hasta la dieciseisava definición o incluso más adelante. Se trata pues, de un concepto muy amplio en nuestra lengua.

¿Pero qué son los servicios? Otras definiciones encontradas en textos propiamente económicos -ya que como mencionamos anteriormente, los servicios nacen como acompañamiento al producto, a la venta, para pasar a posteriori a tener una entidad propia- tal concepto sería definido en el texto de Solanelles (2003) como:

Gualier (2001) "Los servicios son aquellas actividades identificables, intangibles, objetos principales de una operación que se concibe para satisfacer las necesidades de los consumidores".

Lambin (1994) "Un servicio es todo acto o función que una parte puede ofrecer a otra, es esencialmente intangible y no produce como resultado ninguna propiedad, su propiedad puede o no vincularse a un producto físico".3

Peel (1999) "Es toda actividad o beneficio que una parte ofrece a otra, es esencialmente intangible y no culmina con la propiedad de algo".4

Si tenemos en cuenta estas definiciones, podemos observar que la mayoría de los autores refieren el término "actividades". No obstante, debemos tener en cuenta que los servicios de información son una gama de actividades que permiten agregar información a la información, para que el usuario la transforme en conocimiento, y así satisfacer sus necesidades. De este modo y, definiéndolos desde la sección Diccionario de términos bibliotecario de glosario.net (2003-2011),hacemos referencia a servicios de información como:

"Servicio encargado de resolver las dudas de los usuarios entorno a un tema, proporcionándoles los datos e informaciones correspondientes".

Los servicios nacen de las necesidades del ser humano y se desarrollan según los gustos o intereses de los usuarios que vayan a acceder a estos. Entre las características de los servicios podemos decir que aquellas cualidades que los diferencian son:

-la intangibilidad pues los servicios no pueden verse, sentirse...lo cual genera una mayor inseguridad en el cliente;
-la heterogeneidad puesto que dos servicios de similares cualidades nunca serán exactamente iguales;
-la perecibilidad puesto que un servicio no se puede acumular o almacenar;
-la ausencia de propiedad por parte de cualquiera de los usuarios; y su inagotabilidad ya que puede ser utilizado cuantas veces y pro cuantos usuarios así lo requieran.

Dentro de la amplia gama de servicios que se pueden ofrecer, por norma general, suelen cumplir con dos aspectos generales:

a. La parte que ofrece el servicio, la que lo crea con un propósito y,
b. La que lo recibe o recurre a él para solventar una necesidad, el usuario.

Es por esto que se hace necesario implementar nuevos servicios adaptados tanto a los usuarios, como a las empresas, como a la sociedad a la que van a ofrecer estos servicios.

Los servicios de información nacen en ámbitos como el bibliotecario, el administrativo, el militar y el social. En los cuatro ámbitos mencionados, la información es tratada como un concepto diferente. En los ámbitos bibliotecario y administrativo se entiende por servicio de información aquella prestación ofrecida por las empresas, públicas en este caso, como respuesta a las necesidades informativas de los clientes o usuarios que sin este tipo de información no podrían utilizar correctamente los recursos que son ofrecidos por estas entidades. Aparecen, por tanto, como acompañamiento a los servicios ofertados por estas, para su correcto uso. Un usuario sin una previa experiencia, información o conocimiento, no podría utilizar los servicios propuestos por

estas empresas. En cuanto al tercer caso mencionado, el militar, existe desde tiempos remotos. El servicio de información militar compete toda la información referente a las relaciones y situaciones de otros países, muy útiles sobre todo en caso de conflictos. En este caso, este ámbito se separa del ámbito que realmente nos interesa con lo que lo dejaremos como una pequeña anotación. La ultima mención hace referencia a los servicios de información a la comunidad que permiten desarrollar la actividad diaria de manera más fácil para los ciudadanos, entre estos servicios podemos destacar los servicios de información turística entre otros.

Continuando con la definición y contextualización del concepto de servicios de información podemos señalar que nos encontramos en una sociedad de la información que vive por y para ella. Por tanto como difusores y creadores de información, debemos establecer una serie de servicios al alcance del usuario, centrándonos en las peticiones y necesidades de estos. Por otra parte debemos tener en cuenta que vivimos en una sociedad de la información en la que todo se encuentra, en cierto modo, almacenado. Por tanto, deberemos cuidar, tratar y almacenar de forma correcta esa información para poder ofrecer la información pertinente en cada caso a nuestros usuarios.

La introducción de nuevas tecnologías de información y comunicación contribuye al desarrollo de la calidad de los servicios de información. Al considerar la información como un servicio debemos tener en cuenta que el fin de dicho proceso es la satisfacción del cliente.

Por otra parte, debemos tener en cuenta que la prensa nace como servicio propio de información al usuario. De este modo, necesita adaptarse a las necesidades y peticiones de este. Se trata pues, de una evolución del propio medio y del propio lector/usuario.

Los servicios de información de alta calidad son claves para triunfar en el ámbito comercial. Por ello, las empresas deben desarrollar mecanismos de información sobre sus productos y servicios como vía para mejorar la forma de interactuar con sus clientes. La adaptación constante a las nuevas tecnologías favorece la obtención de nuevos valores, imprescindibles para enfrentar, por ejemplo, el creciente grado de exigencia de los mercados.

Llegados a este punto, creemos conveniente diferenciar el concepto de información general e información periodística. El concepto de información define todo conjunto de datos que se nos ofrece sobre un cierto tema. Sin embargo, el concepto de información periodística difiere. Según Dragni (1994), la información es una palabra de uso frecuente dentro del ámbito periodístico teniendo este una significación polisémica. Entre las distintas acepciones del término se encuentra la de “Hecho o conjunto de sucesos...”. Este término se emplea también para designar el resultado final del trabajo reporteril (…) para ser transmitido a través de los medios masivos”. Este mismo autor afirma igualmente que se trata de la información asumida como equivalente a la comunicación “significa el conjunto de actividades que tienen por fin recoger, elaborar, transmitir y difundir noticias (…) la información periodística debe asegurar y posibilitar el conocimiento de los hechos, ideas y opiniones”.

En este contexto debemos citar también a Aimara A. Bracho Torres (2006) que define la información periodística como el acto de búsqueda, producción, transmisión y recepción de mensajes de interés colectivo, a través de cualquier medio de comunicación. Se trata pues de otro tipo de información, de una información precisa y de interés para el público de modo que esta pueda ser publicada en medios de comunicación masiva.

Definido el concepto de información procederemos a definir el concepto de servicio electrónico acercándonos al término al que se alude y que da origen a este trabajo, los servicios de información electrónicos.

El concepto de servicio electrónico o e-service representa una nueva aplicación de servicios a través de un medio mediante las llamadas tecnologías de la información y comunicación, conocidas como TIC. Dada la amplitud del concepto, no encontramos una definición concreta debido a la falta de consenso acerca del mismo. No obstante, podemos señalar un punto en común que suele ser utilizado por todos los teóricos que sería la aplicación de las nuevas tecnologías emergentes en información y comunicación para la prestación de estos servicios.

La prestación de estos servicios aparece con el uso de internet y con el establecimiento de la Red, Internet, como lugar de encuentro para los ciudadanos. Internet destaca como una de las grandes invenciones del siglo XX sobre todo para la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación y, por tanto, de la difusión de información de manera global. Esta difusión no hace otra cosa que aumentar el consumo y el acceso a dichos recursos de modo que el conocimiento se extiende en todo el mundo.

Rowley (2006) define los servicios electrónicos como: "... los hechos, los esfuerzos o actuaciones cuya entrega está mediada por la tecnología de la información. Tales e-servicio incluye el elemento de servicio de la electrónica al por menor, atención al cliente y la prestación de servicios". De este modo vuelve a quedar patente el uso del canal (la red), en este caso tecnológico, el usuario y el proveedor que serían los tres elementos en este proceso de comunicación.

La red Internet es pues el principal canal para el acceso a estos servicios aunque dado el avance tecnológico debemos señalar otros en auge como el teléfono móvil, las tabletas, la televisión, entre otros, a los que cada día se tienen más en cuenta.

Volviendo sobre lo anterior, el acceso se logra a través de un medio, una pantalla (de ordenador, de móvil, de tableta) y en un contexto o lugar, que en este caso es amplio a cualquier lugar y horario lo que está creando una nueva manera de comunicación e información.

En palabras de Castells (2002), "El surgimiento de un nuevo sistema de comunicación electrónico, caracterizado por su alcance global, su integración de todos los medios de comunicación y su interactividad potencial, está cambiando nuestra cultura, y lo hará para siempre"

Por tanto, la manera de poner en marcha estos nuevos servicios cambiará frente a la anterior partiendo de la premisa de contar con la existencia de una red y un soporte desde el cual nos conectaremos a dicha red.

Podemos destacar tres grandes momentos o fases desde el nacimiento de la Red:

- Nacimiento como sistema de datos y conexión entre los miembros militares estadounidenses, llegando a los ámbitos académicos a posteriori.

- Desarrollo de la red de redes en el ámbito académico y círculos cercanos con una popularización entre los estudiosos y los investigadores. Su acceso era gratuito y seguía unos códigos de conducta propios.

- En tercer lugar y haciendo referencia a la etapa en la que nos encontramos en la actualidad haremos alusión a la popularización de dicha red a todos los ámbitos. Esta tercera fase tiene su inicio en la generalización del uso del ordenador y otros medios de acceso, así como el abaratamiento del hardware, crecimiento de los operadores de conexión, etc. De este modo la red se convierte en un amplio mercado. Así mismo es reconocido como "El cuarto poder" dada su difusión y su influencia.

Como señalábamos en esta tercera etapa, en los últimos años el uso de la red se ha extendido a un gran número de hogares y empresas. El acceso a la red está permitido y se adecua al público de manera que es relativamente fácil pertenecer a ella. Además dado el potencial y la "necesidad" de su uso se han instalado en zonas culturales de acceso gratuito. No obstante, quedan pequeños reductos a los que no llega la red o tramos de población que se encuentran fuera de ésta dadas las dificultades que se interponen. En este caso mencionaremos la brecha digital por extensión y por edad. Con la introducción de la red en el panorama social se pretende crear una nueva vía de comunicación entre organismos y personas más allá de la información.

Anteriormente hablábamos de problemas de acceso a la tecnología, sin embargo nos aventuramos a decir que el problema tecnológico no es mayor que el que acontece a la organización. Se plantean nuevos retos y una clara transformación entre los proveedores y los usuarios (dada la temática del trabajo de los periódicos y los lectores).

El usuario se sitúa como eje del proceso comunicativo. Específicamente, los servicios de información online se orientan a las demandas específicas de cada usuario; es decir, se apuesta por la personalización de los servicios y de los contenidos.

Cerrando el concepto de servicio electrónico podemos observar y llegar a la conclusión de que empresas y en general las organizaciones han llegado al convencimiento que hay que estar en Internet, por la oportunidad de negocio que representa y por la repercusión que tiene y que tendrá en el futuro.

Por otra parte, debemos tener en cuenta que la finalidad de estos servicios es siempre la misma: dar acceso a recursos de información, ya sean propios o ajenos, materiales o inmateriales, presenciales o telemáticos, reales o literarios, etc. Se acorta el tiempo de respuesta y aumentan las posibilidades de subsanar errores o negligencias. La prensa, por tanto, es una intermediaria entre la información y los usuarios.

Una vez analizados los distintos elementos que conforman conceptos como servicio o servicio electrónica y dada la falta de un concepto claro y afianzado que defina servicio de información electrónica, estableceremos una definición propia con el fin de delimitar el campo y el concepto para nuestra base teórica y el posterior análisis de las muestras seleccionadas.

Teniendo en cuenta todo lo expresado anteriormente, podríamos definir el servicio de información electrónica *como aquel servicio intangible que se le ofrece al usuario para satisfacer una necesidad informativa, a través de un medio/red intermediario/a y mediante un soporte (ordenador, móvil, tableta...)"*

Un servicio de información tratará pues de responder de manera casi inmediata a las demandas de información periodística digital que plantea el usuario de un cibermedio. Por tanto,

se podría decir que los servicios buscan completar, enriquecer y profundizar tanto la información de actualidad como cualquier otro producto informativo atemporal.

Poniendo fin a este apartado insistiremos en la importancia que tienen como recurso informativo, otras formas de acceso a la información que suelen acompañar a los servicios de información electrónica. En este caso, creemos relevante mencionarlas dada su aplicación y la utilidad que ofrecen al usuario logrando, no un acceso directo a la información como tal, pero si un sistema de selección y evaluación previa a la información que requieren. Entre ellos encontramos buscadores avanzados, newsletters o boletines electrónicos, posibilidad de sindicación (RSS), uso de las redes sociales como manera de difusión y selección de información de relevancia, así como la solicitud de aceptación en perfiles en estas redes, entre otros. Se trata pues de sistemas de acceso y selección que generan un amplio contenido de información a posteriori.

2.2. Medios de Comunicación digitales. La prensa digital.

"La Prensa es el dedo indicador de la ruta del progreso" decía Víctor Hugo para poner de manifiesto la relevancia de la prensa en la sociedad, en la comunicación y en el avance social.

La prensa nace como vehículo social de información, como acceso al saber e, inicialmente, sobre todo, como plataforma para la difusión de la información puramente periodística. Hoy en día, la prensa mediante el progreso y el avance tecnológico incrementa su influencia, poder, difusión, acceso y comunicación con el propio lector aportándole una serie de valores añadidos propios de la transformación y adaptación a la tecnología actual. Dichos valores añadidos pueden ser entre otros: la incorporación del audiovisual, la cercanía (irreal) que proporciona Internet, la disponibilidad e inmediatez, la actualización de contenidos...entre muchos otros. En este caso, y dada la temática del trabajo, nos centraremos en los servicios de información que ofrecen a sus usuarios.

Continuando con el tema y como manera para establecer una base teórica en este apartado, contextualizaremos con una breve historia de la prensa y su paso a formato electrónico.

La prensa como herramienta al servicio de la sociedad, como difusora de información nace con la creación de la imprenta, en 1439, por parte de Gutenberg. Este genial invento del siglo XV hace que la cultura y el saber así como la información lleguen a un público más extenso. Desde sus comienzos, la prensa ha ido adaptándose a las condiciones tanto sociales como culturales, políticas y, sobre todo tecnológicas. Por ello, podemos señalar que los medios de comunicación son instrumentos en constante evolución que deben adaptarse a la sociedad y al tiempo en el que actúan. No obstante, hemos de señalar que nace para ser útil a la sociedad, para dar servicio e informar a su público.

La prensa, como primer medio de comunicación de masas y vehículo original del periodismo, debe adaptarse a los nuevos medios así como también diferenciarse de ellos. Se trata de un medio tangible que ha acompañado a sus usuarios desde su primera publicación siendo un medio en formato papel. Su contenido, básicamente informativo en texto, añadiría a posteriori imágenes que apoyarían y ayudarían a contextualizar y completar su contenido. Se trata de un formato plano en el que es difícil integrar las nuevas tecnologías con lo que sería el medio al que más le costaría entrar en el formato digital.

El propósito principal de la prensa es, precisamente, comunicar y dar servicio al público; aunque lo hagan según su ideología, intereses, públicos, etc. No obstante, y partiendo de sus propósitos principales también pueden, al igual que el resto de medios, informar, educar, transmitir, entretener, formar opinión, enseñar...

Como ya ocurrió con la aparición de la escritura o la imprenta, la aparición de la red y su posterior extensión y difusión a nivel global supone un gran cambio para la información. Nos encontramos en un momento en el que los medios de comunicación de masas se encuentran en plena adaptación al medio con la máxima "adaptarse o morir". Otros medios de comunicación de masas, como la TV, procederían rápidamente a su inserción en la red. En cuanto a la prensa, esta adaptación sufriría diversos problemas, dadas sus propias características, siendo el último medio en adaptarse a las nuevas tecnologías. Por lo tanto, y para poder comprender estas dificultades, procederemos a analizar los comienzo de esta en la red, los servicios que ofrecería y los cambios que iría introduciendo.

El avance tecnológico ha acompañado desde sus inicios a la sociedad, y con ello ha ayudado en el avance social, influyendo por tanto, en el periodismo, creando incluso un concepto procedente de la conexión entre ambos, el periodismo electrónico. Encontramos diferentes definiciones y vocablos para definir este nuevo fenómeno. Denominado "periodismo electrónico" (Armazañas, Díaz Noci y Meso,1996), "periodismo cibernético" (Gómez y Méndez; Leal Gil, 2001; Álvarez Marcos, 1999). teniendo en cuenta otros conceptos aceptados y utilizados para definir realidades similares en nuestro país como: "periodismo digital", "periodismo en línea", "periodismo electrónico", "e-periodismo" ..."Online journalism" como término anglosajón y "ciberperiodismo" como término obtenido de este dada su presencia en el ciberespacio. Dado el amplio campo de definiciones nos referiremos a él como periodismo eléctrónico y a los medios que lo emiten como cibermedios, estando entre ellos la prensa, la televisión y la radio, y contando como canal o medio de difusión la red, Internet, dado que sin ella no existirían.

Podemos hablar pues de la Red como el medio esencial en la era digital, convirtiéndose en una herramienta básica para la generación y difusión de contenidos. Por ello, la prensa escrita se ha adaptado al medio encontrando su lugar en la escritura digital. El periodismo pretende, de este modo, mantener su estructura inicial desde su nacimiento pero adaptándola al nuevo soporte realizando el cambio periodístico que ello supone. En la actualidad el 90% de los profesionales de la información dicen utilizar a diario la red para la realización de su trabajo, convirtiéndola en un medio imprescindible. Existe pues una fuerte confianza en la difusión y la extensión del periodismo en la red.

Por otra parte y de manera global, podemos señalar que el periodismo electrónico nace a la par en Europa y América. El nacimiento de este se da claramente por las grandes oportunidades de mercado que ofrece la red Internet desde su implantación como recurso a nivel mundial en la sociedad, ofreciendo innumerables posibilidades a los consumidores. Continuando con la contextulización, pasaremos a mostrar brevemente la historia de la aparición de la prensa electrónica.

En marzo de 1979, en Birmingham (Reino Unido) se puso en marcha el primer periódico del mundo en soporte electrónico. Su nombre era Viewtel 202 y se consideraba como un servicio complementario del diario Birmingham Post and Mail. Las páginas se transmitían por el sistema *prestel* de teletexto y se requería un descodificador para recibirlo en los televisores de sus escasos abonados.

Varias semanas después el Eastern Evening News, en la ciudad de Norwich (Reino Unido), puso en marcha el Eastel, otro periódico de similares características. Pero no sería hasta 1981 cuando aparecería el primer periódico en la red. Dicha publicación llevaba el nombre de Kron.

En 1993 los *Periódicos Digitales* eran ya numerosos. Entre ellos se encontraban el Mercury Century, The Chicago Tribune y The Atlanta Constitution. Incluyéndose en todos ellos determinadas informaciones en formato texto sin integración de imágenes.

En 1994, el rotativo británico Daily Telegrah se convierte en el pionero en ofrecer una edición digital de su periódico, el Electronic Telegraph.

En Estados Unidos, el primer diario digital que lanzó una versión integral fue *The Chicago Tribune*, en 1992, a través de *America OnLine*. Por esa misma red de servicios se distribuían entonces al menos otros seis boletines informativos, de menor complejidad. Otro de los periódicos considerados por su difusión temprana es el San José Mercury News, en 1994. Primeramente fue un medio de pago, pasando a ser gratuito. Otro de los medios con los que se contaba era el Palo Alto Weekly que, como su propio nombre indica, se editaba semanalmente.

En cuanto a la realidad española, destacamos como primera referencia el Boletín Oficial del Estado (BOE) que aún sin ser un medio de comunicación propiamente, se trata de la primera publicación en formato electrónico que ofrecía información diaria desde septiembre de 1994, inaugurando la historia de la prensa española en formato electrónico, pudiendo ser consultada a través de la red telemática Spritel. No obstante, hay quienes destacan como primera publicación, la revista cultural "El temps", editada en la comunidad valenciana, aunque su actualización nunca llegó a ser diaria. Con todo ello, España se encontraba en la retaguardia del resto de países europeos. La red se encontraba cerrada a una población muy concentrada naciendo los cibermedios sin un público patente.

Por otra parte, podemos destacar el País como el segundo periódico en aparecer en versión electrónica en el año 1990, en este caso no se edita una publicación expresamente en formato digital sino que se traslada la edición en papel a la red con una selección de contenidos muy escasa. Por otra parte, se considera Avui, en 1995, como el primer periódico español en ofrecer su versión a texto completo de manera online.

Volviendo a la realidad estadounidense, podemos decir que en esa época el país sumaba más de 60 periódicos que se distribuían por redes telemáticas privadas como Delphi o American online dado el interés de las empresas americanas por ofrecer periódicos electrónicos en línea.

Para 1994, muchos periódicos americanos y bastantes europeos habían ya dado el salto a los servicios de información en línea. En el intervalo de dos años se calcula la ampliación en un diez por ciento de los periódicos que se ofrecían en la red en los Estados Unidos. Entre ellos, encontramos nombres como *The New York Times*, *The Washington Post*, *Los Angeles Times*, *Newsday, USA Today*, *The Kansas City Star*, *The Chronicle* y *The Examiner* se ofrecían en línea, bien a través de internet, bien a través de empresas como *America OnLine*, *CompuServe*, *Prodigy*, *Interchange* o *Delphi*, bien a través de redes propias.

La prensa electrónica supone pues un cambio de información de formato texto a formato digital, adaptándose a este sus lectores. Por otra parte y tras el primer intento de la prensa de adecuarse al medio y tras años de estancamiento tanto editorial como gráfico, sufre una gran

renovación en cuanto a diseño debido al crecimiento de la inversión publicitaria en la red y al auge en el que se encuentran los contenidos audiovisuales.

En base a información, recursos, servicios que ofrecen y cómo los ofrecen podemos diferenciar tres maneras diferentes de realizar periodismo de tipo electrónico:

- Periódico ampliamente tradicional en versión digital. Contenidos analógicos trasladados a la red y mostrados tal y como se emitían en el medio de procedencia. No admiten ninguna variación frente a las publicaciones en formato papel. Se trata de trasladar en su globalidad dicha publicación sin aportar ni aprovechar los recursos que ofrece la red.

- Mixto. Medios sonoros o audiovisuales rápidamente ocupan la red con sus contenidos. Se trata pues de publicaciones que aún integrando la versión en formato papel en su globalidad o casi en su totalidad, comienzan a incluir imágenes, vídeos, medios sonoros, servicios al alcance del usuario así como servicios de última hora actualizados.

- Puramente digital. Estos medios son medios creados para la red. Medios nativos que no cuentan con delegación presencial sino que son gestionados desde la red. Todos sus contenidos son únicamente ofrecidos en formato digital y suele utilizar muchos de los recursos de los que ofrece la red: incorporación de vídeos, infografías, imágenes, fotografías, sonoros, podcast, entre otros.

Actualmente, la prensa digital, debido a su juventud se encuentra en pleno proceso de maduración, de modo que algunas de las versiones digitales se encuentran aún en pleno proceso experimental. Como todo fenómeno de reciente creación, debe crecer y adaptarse (proceso en el que se encuentra aún inmersa). Los medios digitales actuales aún se encuentran ligados a los medios tradicionales, sobre todo a la prensa escrita.

Nos encontramos en un momento en el que la coexistencia de ambas, prensa tradicional y prensa electrónica resulta innegable dada la falta de una infraestructura propia por parte de los medios digitales, de la edición digital, falta de contenidos propios creados por y para este nuevo medio y la necesidad de personal adecuadamente adaptado a las cualidades que ofrece el panorama digital. Todas estas faltas se ven subsanadas con la edición en formato papel. Aún encontramos diversas diferencias informacionales entre una y otra versión en algunos de los diarios publicados.

También y como comentábamos anteriormente, debemos tener en cuenta el nacimiento de publicaciones diarias con contenidos similares a los periódicos que han visto la luz en el medio digital sin tener referente en el soporte papel. Éste sería el caso de *La Estrella Digital* o de *Libertad Digital* en nuestro país, o el pionero de *Nando* en Estados Unidos.

Estamos pues ante la convivencia de la prensa en dos soportes diferentes con una gran influencia uno en el otro: el digital y el impreso. La prensa en su continua adaptación a la tecnología lleva evolucionando desde antes de la aparición y extensión de la Red Internet a la sociedad por lo que el lugar en el que se encuentra en la actualidad no es más que otro paso en el escalón evolutivo en la modificación de códigos y lenguajes adaptados a su nuevo formato como pueden ser el color, el grafismo, el diseño, entre otros. De hecho, los nuevos valores visuales de la prensa han sido determinantes en la creación de la imagen del primer Internet, en el que existe hoy en día y en el que tornará en el futuro, hacia soluciones más acordes con las posibilidades y la evolución del soporte digital. Por otra parte, aunque las características estéticas han definido y

diferenciado al nuevo medio, no lo ha hecho tanto en cuanto a contenidos, ya que aún se hayan supeditados a los trabajos previamente creados para las versiones en formato papel. Sin embargo, el nuevo medio exige tanto al soporte papel como al digital, la búsqueda de contenidos propios y diferenciadores que contribuyan a la resolución de la crisis de identidad que atraviesa la profesión.

Como efecto inmediato de la evolución tecnológica se procede a una reestructuración de las redacciones. Las empresas de comunicación reubican así los puestos de sus trabajadores, intentando adaptarse a las nuevas oportunidades que se presentan con la convergencia de medios que logra la red. No obstante, en los círculos periodísticos se habla de convergencia como proceso evolutivo de los medios con su paso al formato electrónico. Por ello, el periodista debe crear información diferente para ser difundida en diferentes formatos. El periodista no encuentra limitaciones en su trabajo, ya no está atado a la redacción, puede salir e informar desde el lugar de los hechos de manera instantánea, pudiendo recoger la información minuto a minuto y publicarla desde el lugar en el que se encuentre. Este hecho modifica totalmente la percepción de los lectores y su consumo de información; la tecnología actual pone a su disposición un volumen considerable de información, que obliga al medio a captar su atención durante un tiempo superior al de la competencia; circunstancia que pone a prueba la capacidad creativa del profesional a la hora de hacer un trabajo lo suficientemente atractivo como para cautivar a la audiencia. De este modo, el periodista es cada día más independiente, pero también está obligado a reinventarse para responder a las exigencias de los nuevos tiempos y adaptarse a las actualizaciones permanentes de la tecnología disponible.

Con la llegada del periodismo digital podremos decir que se concederán al lector unas características que hasta entonces no se generaban o no de tal modo como pueden ser: la autosuficiencia en la consulta y búsqueda de la información requerida, selección de información por categorías, temáticas; selección de idioma, selección de formato, selección de versión (móvil, tabletas de diversas empresas...), etc. Hasta la incorporación de la prensa al mundo digital, esta se presentaba como difusora y distribuidora de información. Con la incorporación a la era digital da un paso más allá generando mayores necesidades de información y pudiendo acceder a ella en cualquier momento y lugar.

Actualmente, el reto planteado para el periodismo actual consiste en adelantarse a las necesidades del público, sin perder de vista que la información, el entretenimiento y la diversión en el ámbito informativo constituyen un servicio a la comunidad. En esta situación ha de producirse un auténtico dar y recibir, en el que el usuario obtenga un beneficio de carácter económico, informativo o una afinidad con el medio o sus contenidos.

Siguiendo con la actualidad podemos reseñar el ofrecimiento de diversos servicios por parte de la prensa digital, servicios propios de portales que se han ido adaptando y añadiendo valor a las publicaciones diarias digitales de la mano de noticias de actualidad. Entre tales servicios destacamos los de información electrónica que se dividirán en la siguiente clasificación:

- Archivo: en este apartado mostramos todos aquellos servicios relacionados con el almacenamiento en texto: hemerotecas de manera general.

- Consulta de información retrospectiva. A pesar de que no todos los diarios ofrecen sus hemerotecas completas en la Red, la inmensa mayoría ofrecen servicios de búsqueda avanzada de información en sus hemerotecas además de permitir la navegación mediante la utilización de calendarios.

Las hemerotecas digitales se están configurando como uno de los más interesantes servicios de valor añadido proporcionados por los diarios en internet. Estados Unidos, además de ser el país preponderante en la edición y difusión de diarios digitales cuenta con las hemerotecas más desarrolladas de manera cronológica. Por otra parte, Europa y América Latina cuentan con numerosas hemerotecas digitales. En este caso y aún siendo el volumen de documentos de consulta inferior el nivel de calidad, es bastante cercano al americano. Si bien es cierto que estos sistemas nacen como sistemas propiamente de pago en sus inicios pasan, dadas las características de la red de gratuidad, a ofrecer sistemas de tipo freemium en los que el acceso a los contenidos es gratuito, frente al acceso a los contenidos más especializados o de mayor valor añadido con un sistema premium. En ocasiones algunas de las publicaciones permiten un consumo limitado a partir del cual es necesario realizar la suscripción para la consulta de más informaciones.

– Audiovisuales: Imagen y audio. Almacenamiento de imágenes, audio y audiovisuales. Facilitan el acceso a información periodística digital atemporal mediante la selección, almacenamiento, organización y recuperación de información periodística digital de diverso formato y procedencia: multimedia, infografías, podcast, fotografías...

Los medios de comunicación en la red nacen de la mano de los contenidos multimedia. Si bien es cierto que en ocasiones ha sido la propia evolución y adaptación la que los ha llevado a unirse. Desde las primeras experiencias en la red, los periódicos digitales fusionaron los elementos propios de la prensa con los componentes característicos del audiovisual. En primer lugar, se incorporaron las fotografías. Más adelante, las cabeceras electrónicas se perfeccionaron el uso de la infografía, especialmente a través de la tecnología flash, así como la introducción de otros formatos.

Los medios se han decantado de forma clara por la información multimedia, donde se conjugan los textos y las fotografías tradicionales, con los vídeos y las animaciones infográficas. Así como la creación de canales temáticos por parte de algunos medios.

– Información social o cultural: cultura, cine, museos, viajes, eventos...

– Información de la propia web: FAQ'S, mapa web, información corporativa...

– Información que ayudan al usuario en el acceso a la web en la que se encuentra, localizándolo y aportándole información de interés del propio medio.

– Información creada por usuarios. Participación por parte de los lectores. Intertactividad: blog, bitácoras, foros...

- Servicios de comunicación y participación. Nacido de la *Web 2.0*, aunque ya presente por los chats y foros, destacando el formato Blog tanto para sus periodistas, como la posibilidad a sus lectores para poder abrir y mantener uno dentro de la web del propio medio en secciones específica.

- Información periodística: referentes a la información de actualidad y la información de interés noticioso.

Actualización inmediata del contenido informativo mediante la instantaneidad y precisión que otorga el nuevo medio al periodismo clásico.

- Información social (Información de interés para el ciudadano): teléfonos de interés, el tiempo, el tráfico, calendarios, clasificados...

- Otras formas de acceso a la información. Aunque no se consideran servicios de información como tales, reservamos un apartado para los siguientes servicios que se establecen como paso intermedio hacia la información o como manera de acceso a ella. Nos permiten localizar de manera eficaz y limitada (en base a diferentes criterios) la información: buscadores, sindicación RSS, Tags, Nube de etiquetas, redes sociales (web social)...

  Estamos ante una nueva posibilidad en la que ya no es necesaria la búsqueda de información por su titular sino que estas otras formas de acceso a la información nos permiten acceder de manera más amplia y rápida a la información requerida en cada momento y por la cual accedemos a dicho medio. Los buscadores aportan pues una mayor visibilidad y una mayor audiencia.

  La prensa electrónica permite el acceso a grandes volúmenes de información, tanto anterior como actual, por lo que debe constituir sistemas de acceso y recuperación de la información más o menos sofisticados, para ofrecer una mejor y más eficaz respuesta a las necesidades de los usuarios, ya sean los propios periodistas, investigadores o usuarios en general.

  Por otra parte, hemos de hablar de la importancia del web social y su creciente influencia en la sociedad en la actualidad. Esta influencia ha hecho que la prensa, así como innumerables empresas tanto públicas como privadas, creen sus perfiles en estos medios como forma de redifusión de contenidos. La incorporación de la prensa a dichas redes sucede en el año 2009 y cada vez su uso es más extendido. Ya no solo cuentan con perfiles sino que desde sus web aportan otros servicios relacionados como la posibilidad de compartir su información con tus contactos. En cuanto a redes señalamos la importancia de Facebook y Twitter sobre todo. Facebook como red social más difundida y twitter como red instantánea y concisa. No obstante, los medios aún no han explorado ni explotado todas las posibilidades que ofrece la incorporación al web social.

- Otras versiones, información en otros formatos, para móvil, tabletas, televisores...

  En la actualidad y debido a avances tecnológicos irrumpen con fuerza nuevos dispositivos de acceso a la red y a los que deben adaptarse las web publicadas en esta. Estamos acostumbrados al consumo de internet a través de una pantalla, la del ordenador, y lo cierto es que El consumo de la red a través del móvil y otros dispositivos crece exponencialmente debido a la creación de aplicaciones de todo tipo para estos dispositivos. Los usuarios acceden a la información desde sus dispositivos cómodamente desde cualquier lugar y sin necesidad de transportar un ordenador. Teléfonos móviles, e-readers y tabletas, muestran una clara tendencia hacia una lectura de prensa digital cada vez más móvil.

- Otras informaciones: horóscopo, goles...

El periodismo electrónico se ha convertido pues en un periodismo social, un periodismo de servicios que no se limita a ofrecer información de carácter noticioso o útil para el usuario sino que busca aportar un valor añadido con la introducción de servicios de información electrónica complementarios y de interés para sus usuarios cubriendo las necesidades de estos desde el propio medio. En cuyo caso citamos a María Pilar Diezhandino (Diezhandino Nieto, María Pilar.

1994. *Periodismo de servicio: la utilidad como complemento informativo en "Time", "Newsweek" y "U.S. news and world report", y unos apuntes del caso español.* Editorial Bosch. ISBN 84-7676-293-3) que define el periodismo de servicio como la información que aporta al receptor la posibilidad de acción y reacción. Aquella información ofrecida oportunamente que pretende ser de interés personal del lector/ oyente/ espectador, que no se limita a informar sobre sino para, que se impone la exigencia de ser útil en la vida personal del receptor, psicológica o materialmente, mediata o inmediatamente, cualquiera que sea el grado y alcance de la utilidad.

Se basa pues en la ayuda al usuario y no solo al carácter informativo con el que nace la prensa.

Cerrando este apartado, y a modo de conclusión, podemos decir que la prensa digital es un nuevo medio de comunicación creado con unas características diferenciales y unas ventajas propias que lo convierten en un medio diferente, aunque complementario, de los ya existentes: prensa analógica, radio y televisión.

El futuro de la prensa electrónica se encuentra en la convivencia con el resto de medios de comunicación en una sociedad en la que existe una libre oferta y demanda y una libertad por parte del usuario de obtener la información del soporte que le resulte más útil y accesible.

3. Metodología

Este trabajo se ha basado en una investigación de campo de carácter descriptivo y delimitado en un tiempo y espacio. La finalidad con la que se inició el presente proyecto fue la de comparar los diversos servicios de información que ofrecen los diferentes medios de comunicación seleccionados, en este caso veinticuatro periódicos digitales publicados en diferentes países y/o regiones. De este modo, identificamos y destacamos diferencias y similitudes que nos llevaron a la consecución de una serie de resultados interpretables de los que extrajimos finalmente una serie de conclusiones y recomendaciones.

La selección del tema se llevó a cabo por mediación de la tutora y de la autora del estudio en base a la formación previa de esta. Al ser titulada en Comunicación Audiovisual y estar interesada en desarrollar la temática de los servicios de información electrónicos, tan útiles y tan usados por el público e incluidos en la mayor parte del universo World Wide Web (www), se pensó en seleccionar una temática que incluyera ambos campos. Debido al material existente referente a medios de comunicación digitales, como la variante actual de los medios, decidimos cercar aún más el campo y escoger prensa digital. Sobre la prensa digital cerramos la muestra que se adaptaba más a nuestro estudio y nuestros conocimientos. Por tanto, y continuando con la selección del tema, decidimos realizar un estudio que comprobase y corroborase la trascendencia de los servicios de información electrónicos en la prensa digital “casi” mundial. Remarcamos el casi entre comillas dado que la prensa digital cuenta con un amplio desarrollo a nivel mundial, debido en parte, a la reputación y difusión previa de la prensa en su formato impreso, encontrándose en innumerables países. Por ello y ajustándonos a nuestros conocimientos escogimos una muestra bastante global y representativa de los lugares con mayor difusión y de mayor interés que nos ayudó a obtener una visión bastante amplia para el correcto desarrollo de nuestro estudio.

Para cumplir los objetivos y poder desarrollar correctamente el trabajo descrito, seguimos una serie de pasos.

El primer paso que debemos seguir para la correcta elaboración de un proyecto o trabajo de investigación y que, por tanto, seguimos en el nuestro, fue realizar la búsqueda de material bibliográfico útil para nuestro trabajo. Esta fase consistió básicamente en la selección de fuentes y recursos de información que tras su lectura, nos llevaron a contextualizar y apoyar nuestra idea y nuestra defensa. En nuestro caso, para realizar dicha revisión bibliográfica tuvimos que desplazarnos a diversas bibliotecas universitarias en busca de ejemplares con información relacionada y acorde al trabajo de campo que queríamos realizar. Posteriormente, y dados los escasos resultados obtenidos en la fase anterior, se procedió a consultar diversas bases de datos generales (como “ISI, Web of Knowledge”), universitarias (en los catálogos: “Fama” las de la Universidad de Sevilla , “Diposit Digital” en la Universidad de Barcelona, “Servizo de Publicacións e Intercambio Científico” en la Universidad de Santiago de Compostela y el catálogo de la Universidad Complutense) y temáticas así como revistas especializadas como “Cuadernos de documentación multimedia”, “El profesional de la información”, “Revista general de información y documentación”, y algún repositorio especializado en Biblioteconomía como “E-Lis”, entre otros, con el fin de acercarnos a la línea temática del proyecto. En las diferentes búsquedas avanzadas realizadas los campos utilizados para la obtención de recursos que nos fueran útiles para la realización de este trabajo fueron: Materia, Título, Año o fecha de publicación y texto. Por otra parte, no podemos olvidar mencionar que los resultados hallados en dichas búsqueda fueron escasos ya que se encontró muy poca información sobre la temática de los servicios de información electrónica en general y, un material aún más escaso sobre éstos aplicados a la prensa digital.

Volviendo sobre la cuestión temática podemos establecer que aunque la prensa digital sea un fenómeno de "reciente" creación es cierto que la prensa como recurso nace con el interés primario de dar servicio al ciudadano y cubrir así sus necesidades informativas, por los que llegamos a la cuestión que nos atañe: ¿porqué no analizar los servicios propiamente de información que ofertan estos medios?

Una vez que llegamos a este paso, cerrada la temática, explicada su selección y con la consecución de unos recursos bastante escasos para la contextualización de los servicios de información electrónicos, su aparición y su "reciente" aplicación, creímos necesario crear una definición que se adaptase a lo que planteábamos en dicho texto como "servicios de información electrónica" para, de este modo, poder evaluarlos correctamente. Al tener nuestra propia definición, pudimos adaptarnos a ella para la posterior limitación de las muestras en tanto a lo que son y lo que no son servicios de información electrónica. En este punto y una vez realizado pasamos a comentar y crear una pequeña historia de la aparición de la prensa digital y de los posibles servicios de información que se han ido incorporando a esta, de lo que volvimos a señalar la existencia de demasiados recursos capaces de localizarnos en el tiempo dicha incursión.

Cuando ya tuvimos establecido un marco teórico que sirviera de contexto procedimos a la obtención de la muestra que utilizamos para el desarrollo de nuestro trabajo. La muestra se seleccionó, en primera instancia, en base a barreras idiomáticas. Al conocer la autora del texto los idiomas portugués, inglés y español, empleamos estos criterios para tomar la muestra representativa. Por otra parte, se procedió a tomar una pequeña muestra de la región denominada Asia Pacífico en la que, a pesar de no conocer el idioma, tomamos cuatro publicaciones de diferentes países asiáticos en lengua inglesa (dado que no conocíamos ningún otro idioma de dicha zona), intentado observar, en cierto modo, la situación en la que se encuentran los periódicos digitales en dicha región o continente. Sabemos que una muestra de cuatro publicaciones frente a la gran población y superficie que ocupa dicho continente no resulta significativa pero nos ayuda a tener una pequeña visión de éstos. No obstante consideramos que la muestra perteneciente a "Asia pacífico" era muy relevante para nuestro estudio y no podía quedar fuera de este, ya que se trata de una región con una gran trascendencia cultural, tecnológica y mediática en el presente y, seguramente en el futuro.

Volviendo sobre el muestreo que realizamos podemos decir que el resto de muestras se tomaron de países y regiones dónde se hablan los idiomas anteriormente mencionados, de modo que no fue demasiado problemática. De estos países, como realizamos en el anterior caso, se seleccionaron cuatro publicaciones, teniendo siempre en cuenta las regiones o países de mayor población y de mayor influencia en el nuestro. En el caso de la muestra de la región latina, las muestras se seleccionaron en base a aquellos periódicos de mayor difusión así como aquellos publicados en países de mayor población e influencia en la comunidad hispana, dado que por extensión sería difícil realizar un estudio dada la extensión de esta. Por otra parte, creemos necesario indicar que en la muestra denominada "EEUU" se estableció una división idiomática, distinción que supone dicha zona dadas las diferencias idiomáticas de sus habitantes, distinguiendo y distribuyendo la selección de dichas publicaciones digitales en la selección de dos publicaciones de prensa digital de habla americana o inglesa; y dos publicaciones de habla latina, debido a la importancia de dicha comunidad en dicho país. Siguiendo con la extracción, la restante selección de patrones a analizar fue recogida bien por conocimiento de dichas publicaciones electrónicas (por su difusión en nuestro país, por personas cercanas que realizan la lectura de éstas, etc) o por su conocimiento por el público destinatario de cada país. No obstante, señalamos que en la muestra "Reino Unido e Irlanda del Norte" hicimos una pequeña excepción,

considerando, dada su relevancia, tres publicaciones de diferentes localidades inglesas frente a una irlandesa. De este modo tuvimos en cuenta los aportes que pueda ofrecer en la muestra la zona irlandesa pero sin que ello variase demasiado el resultado final.

Así mismo, hacemos referencia a un segundo muestreo tenido en cuenta como "Europa" y conseguido por la agrupación de tres de las muestras europeas seleccionadas durante el transcurso de extracción por su idioma, difusión y cercanía a nuestro país, siendo estas: España, Portugal y Reino Unido e Irlanda del Norte. Que nos ayudaron a obtener una visión de la realidad europea.

Una vez seleccionados, extraídos y visualizados los medios de comunicación escritos que conforman la muestra, fuimos recogiendo de cada uno de ellos los servicios de información electrónicos que ofrecían así como otras formas de acceso a la información (buscadores, formularios de contacto, redes sociales, posibilidad de sindicación...) que consideramos interesantes e importantes a la hora de ayudar a cubrir las necesidades informativas de los lectores o usuarios que se dirigen a dichos medios para satisfacerlas.

Tomado el muestreo y una vez obtuvimos los datos pertinentes para el correcto desarrollo de nuestro trabajo, procedimos a crear las diferentes tablas. En ellas, marcamos todos los servicios que fueron repitiéndose, aquellos que debido a su innovación nos llamaron la atención y aquellos que creímos que eran importantes y que, sin embargo, no fueron considerados como tales por la muestra general en la que aparecían. Más tarde pasamos a marcar porqué nosotros los considerábamos importantes. Por otra parte, fuimos extrayendo en diferentes listados individuales las diferentes clasificaciones que marcamos a priori y a las que hicimos alusión anteriormente (servicios más relevantes, servicios originales y servicios de relevancia a los que no se les daba la importancia que le dan los usuarios en las publicaciones de la muestra analizada).

En este primer paso vimos los resultados de cada muestra independientemente del resto pudiendo compararlas de manera eficaz y efectiva en un segundo paso más concretamente. Una vez desarrollado este paso, extrajimos un listado global de todos los servicios de información recogidos a lo largo de toda la selección. Dicha selección fue posteriormente clasificada en base a diferentes criterios, en este caso similitud o cercanía de la información que nos proporcionaron los servicios con la finalidad de no repetirlos, tenerlos en cuenta y evitando duplicaciones de servicios de igual envergadura.

Con esta propuesta pretendimos mostrar similitudes y diferencias en el panorama de la prensa digital mundial y los servicios de información electrónicos que poco a poco se fueron incorporando para facilitar y aumentar las visitas a su publicación, contenido e información.

Como mencionamos anteriormente, y siguiendo con el plan de trabajo marcado procedimos a un análisis individual de cada una de las muestras en la que se seleccionaron, a priori, aquellos servicios que destacaban por su presencia. De este modo, señalamos en primera instancia aquellos que más se repetían estableciéndolos por orden alfabético, por lo que se fueron estableciendo primero un listado siguiendo el criterio de repetición y segundo otro siguiendo el factor de clasificación alfabético. Otras clasificaciones, siguiendo los mismos criterios, que extrajimos de la recogida fueron: servicios innovadores, llamativos, que solo presentaban algún medio concreto, especificándolo y describiéndolo y; por otra parte, aquellos servicios que se consideraron importantes en publicaciones de este tipos y que no destacaron, especialmente, por su presencia. El criterio por el que seleccionamos estos últimos fue la información que proporcionaron al usuario, la importancia que ofrecieron en tanto a información periodística. En

todo este proceso, fuimos señalando en diferentes tablas aquellos servicios más presentes, los más innovadores y aquellas ausencias de servicios de importancia para el lector o usuario.

Seguido a este paso, encontramos un listado de lo que hemos ido considerando otras formas de acceso a la información. En este caso, se añadieron estos servicios dada su relevancia y aportación para el lector como plataforma de acceso a la información. Todas estas formas de acceso fueron analizadas en cada una de las publicaciones digitales y clasificadas en base a los mismos criterios seguidos hasta el momento.

Una vez realizadas las clasificaciones efectuamos un análisis de cada una de las muestras individualmente, obteniendo resultados y una serie de conclusiones individuales teniendo en cuenta la situación de la prensa en dicha región, país, etc.

El siguiente paso desarrollado fue establecer tablas comparativas entre países o zonas de similares características estableciendo tres comparativas:

1. Entre regiones o zonas: Asia-pacífico, Europa, EEUU y Latinoamérica. Se pretendió extraer una serie de diferencias entre las diferentes zonas de mayor relevancia en cuanto a prensa en el mundo.

2. Dentro de la Comunidad Europea: España, Portugal y Reino Unido junto a Irlanda del Norte. En este caso la muestra no es muy extensa pero nos pudo ayudar a hacernos una idea de la situación de la prensa en dicha región.

Con estas comparativas lo que intentamos fue obtener unos resultados que nos ayudasen a obtener la situación de los servicios de información electrónica en las publicaciones en formato digital de la prensa.

Además debemos señalar que para obtener algunas muestras es necesario realizar unas comparativas a priori. Por ejemplo para la comparativa número uno necesitamos de la comparativa número dos, ya que teniendo en cuenta Europa como región o zona, dado que solo incluye las tres muestras mencionadas no pudo considerar como continente europeo en si.

Una vez desarrolladas las comparativas se procedió a su posterior análisis en torno a las pautas estipuladas. Las pautas en si, se fijaron previamente en el anexo número dos en el que se agruparon los servicios de información electrónicos de similares características o que competían a similares tipos de informaciones. De este modo se hizo alusión a la existencia o falta de informaciones de forma global en relación a este listado.

Terminado este proceso, analizamos, de igual modo los datos extraídos para otras formas de acceso a la información. En este caso consideramos relevante este análisis dado que gracias a estos servicios, que no servicios de información como tales, pudimos ver cubiertas muchas necesidades informacionales de los lectores, así como de usuarios más avanzados.

Los datos han sido extraídos de la muestra realizando el mismo proceso seguido hasta el momento. Una vez conseguido el listado, se seleccionaron aquellas con mayor relevancia o que tenga mayor repetición en los medios escogidos.

Evaluados y procesados todos los datos recogidos pusimos fin al estudio realizado con la elaboración de unas conclusiones y recomendaciones que nos mostrarán la realidad obtenida en

el proceso, la afirmación o desestimación de nuestra hipótesis, el cumplimiento de nuestros objetivos y las posibles mejoras que se consideren pertinentes ante tales resultados.

En este apartado mostraremos los resultados obtenidos en las diferentes muestras mediante un listado de servicios encontrados. En él se señalarán los servicios encontrados en cada una de las publicaciones tomadas. Expuesto este listado global se procederá a la extracción de los servicios con mayor presencia, los más innovadores y aquellos de relevancia que no se han tenido en cuenta comparándolos a posteriori con el resto de muestras.

Una vez obtuvimos los resultados, pudimos confirmar nuestra hipótesis dado que existe una gran presencia actual de servicios de información de tipo electrónico en la prensa digital mundial y europea. Hecho demostrable dada la recogida realizada y examinada durante todo nuestro proyecto. De este modo, podemos decir que se trata de un primer paso de un amplio camino de confluencia entre, ya no solo prensa digital, sino medios de comunicación de tipo digital o electrónico y servicios de información.

4. Resultados

4.1 Servicios de información en medios de comunicación de Asia Pacífico

Una vez analizados y extraídos los servicios de información de las publicaciones asiáticas procedemos a la presentación de su listado.

Periódico/Servicios de información	Tempo	The Japan Times	Asia Times	The times of India
Anuncios o Clasificados	X	X		
Archivo de cartas al editor (por páginas)			X	
Blog		X		X
Cartas al editor			X	
Club del libro		X		
Dibujos o comics	X	X		
El tiempo	X	X		
Empleo		X		
Encuestas y sus resultados		X		X
Estudiar en japón (guía con todas las universidades y sus características)		X		
FAQ's (lista de preguntas y respuestas frecuentes por parte de los usuarios y sus respuestas)		X		
Foro			X	
Fotografías o Galería fotográfica		X		X
Hemeroteca, archivos		X	X	X
Horóscopo				X
Información corporativa de la publicación	X			X
Japon Times semanal (opción que nos permite ver en un vistazo la semana en titulares)		X		
Leisure (ocio): galerías fotográficas, dibujos, pasatiempos...				X
Mapa web		X		X
Media kit anuncios estadísticas			X	

guía para no profesionales datos y encuestas de los lectores miembros contacto información del medio, corporativa				
Noticias más leídas				X
Noticias más comentadas				X
Noticias más compartidas				X
Ofertas en viajes y links a páginas de vuelos con precio reducido				X
Recomendaciones de libros			X	
Times now: nos permite ver todas las novedades de la publicación en una página en multiformato o formato multimedia (contiene vídeos, fotografías, cabeceras recientes...) o edición.				X
Ultimas noticias				X
Versión impresa (estándar y lite) E-paper, además de poder seleccionar que publicación queremos ver y de qué ciudad				X
Vida en Japón		X		
Vídeos				X

Tabla I. Servicios de información en medios de comunicación de Asia Pacífico

Una vez mostrados los datos, extraemos las diferentes tablas entre las que encontramos:

Periódico/Servicios de información	Tempo	The Japan Times	Asia Times	The times of India
Hemeroteca, archivos		X	X	X
Anuncios o Clasificados	X	X		
Blog		X		X
Dibujos o Comics	X	X		
El tiempo	X	X		
Encuestas y sus resultados		X		X
Fotografías o Galería fotográfica		X		X
Información corporativa de la	X			X

publicación				
Mapa web		X		X

Tabla II. Servicios más destacados muestra “Asia pacífico”

Como podemos apreciar en los resultados logrados en la muestra “Asia-pacífico” los servicios de información destacados son propios de las publicaciones en formato papel prioritariamente. No son servicios para nada innovadores y se centran en informaciones muy concretas: Hemeroteca como forma de acceso a números y noticias anteriores; “Anuncios o clasificados” como forma de publicación de información de interés para los usuarios (automóviles, empleo, vivienda...) relacionados con el ámbito social; “Dibujos o comics” como entretenimiento publicado casi desde el inicio de dicho medio: “Encuestas y resultados”; “Galería fotográfica o fotografías” como complemento a la información; “Información corporativa” y “Mapa web” como servicios de información propios de los medios y de la web. Por otra parte, no hemos nombrado a los “Blog” en esta situación dado que es una “nueva” manera de introducir y difundir la información de forma personal tanto por trabajadores del medio como por cualquier individuo. De este modo sería un servicio de información adaptado a la nueva tecnología y a la participación ciudadana con la posibilidad de seleccionar blog de tipo temático cercanos a los gustos de los lectores, así como la posibilidad de comentar en ellos e incluso de crear contenido.

En base a los servicios recogidos, hemos seleccionado aquellos que nos parecen innovadores o que presentan un contenido original frente al resto de publicaciones. Por ello, en este caso, los dos servicios de información electrónica destacados como innovadores son: “Estudiar en Japón”, un servicio adaptado completamente a la población del lugar señalado, Japón, creando un gran interés en este servicio. Se trata de un servicio muy especializado en cuanto a público y temática. Por otra parte, “Times now” es una innovación al introducir en un solo servicio información en diversos formatos. Se trata de una prestación multimedia que nos permite visualizar en una sola página toda la información novedosa, en el momento consultado, en todos los formatos (vídeo, fotografías, audio, texto...) pudiendo descubrir en un solo golpe de vista todo lo novedoso del medio en cada momento.

Por otra parte y respecto a los servicios destacados por su falta de relevancia en dichos medios destacamos: “FAQ'S” (preguntas y respuestas frecuentes realizadas pro los usuarios y almacenadas y resueltas por la publicación) en cuyo caso sería un fallo no contar con ellas dado que muchos usuarios tienden a usarlas para resolver sus problemas de navegación. Se trata de un servicio de información bastante útil, rápido y sencillo que puede ser utilizado en cualquier momento. De este modo, se echaría en falta no poder contar con él. Por otra parte, hemos de destacar la falta de “Galerías con vídeos” o “vídeos”. Hemos podido apreciar que dichos medios incluyen “Galerías fotográficas o fotografías” pero no se deciden a incorporar “Vídeos”. En este sentido hemos de mencionar la flexibilidad de la prensa en el medio tecnológico de la web para aprovechar todos los recursos pertinentes para difundir su información. Se trata de un momento en el que los medios en formato digital no se encuentran aún totalmente definidos ni adaptados a las nuevas condiciones que ofrece la web. Si podemos prever la incorporación de servicios de información que inicialmente no se incorporaban en prensa, como el vídeo o el audio, dado su formato (soporte papel) obteniendo dicha oportunidad con su incorporación tecnológica que ofrece el universo de internet.

Periódico/Otras formas de acceso a la información	Tempo	The Japan Times	Asia Times	The times of India

Buscador de empleo		X		
Búsqueda en la web en la página del medio			X	X
Búsqueda avanzada por fecha por publicación por localización en el texto (cabecera, cuerpo...) por sección por palabra clave por autor por columnas		X x x x x x		X x x x x
Contacto mediante un formulario	X	X		X
Conversor de divisas			X	
Descarga de la publicación en versión móvil				X
Live TV (Televisión en directo)				X
Posibilidad de compartir a través de redes sociales				X
Registro		X		
RSS		X		X
Suscripción		X		X
Suscripción versión online por e-mail		X	X	
The Edge, servicio aTOL, suscripción online posibilidad de registro para lectores en el servicio aTOL archivo suscripción búsqueda topics o temas			X	

Tabla III. Otras formas de acceso a la información muestra "Asia".

En relación a las otras formas de acceso a la información creemos que se adaptan bastante bien a lo esperado por los usuarios ofreciendo la posibilidad de contacto con el medio, "Búsquedas" tanto simple como avanzadas, "Posibilidad de sindicación o RSS" a la publicación recibiendo directamente la información, así como la suscripción tanto online como directa.

Además nos gustaría destacar la falta de servicios o formas de acceso a la información referentes a las conocidas y mundialmente explotadas redes sociales. En este caso y dado el control político que se ejerce sobre los medios en dicha región no encontramos una influencia de dicho recurso en sus publicaciones digitales. No obstante, esperamos que en un futuro, no muy

lejano, terminen incluyéndolas como forma de difusión y acceso a la información utilizado por los usuarios a nivel mundial.

4.2 Servicios de información en medios de comunicación de Latinoamérica.

Continuando con los listados generales de servicios, pasamos a mostrar el extraído de la muestra latinoamericana en:

Periódico/Servicios de información	El Mercurio	Buenos Aires Herald	Clarín Digital	El Pueblo
Archivo			X	
Ayuda	X		X	
Blogs			X	X
Cartas al pueblo				X
Cartelera			X	X
Clasificados				X
Comics		X		
Ediciones anteriores	X	X		
Edición impresa			X	X
Edición online	X		X	
El pueblo TV				X
El tiempo	X	X		
Empleo	X			
Encuestas y resultados	X			
Foros	X			
Goles			X	
Guioteca: ¿qué quieres saber?		X		
Hemeroteca				X
Hora			X	
Horóscopo		X	X	X
Información corporativa			X	X
La bolsa	X			
Mapas	X			
Mapa web			X	
Mida la velocidad de		X		

su conexión				
Obituario/defunciones	X			X
SMS			X	
Tema del día			X	
Temperatura			X	
Tráfico	X	X	X	
Vía resto (información de restaurantes)			X	

Tabla IV. Servicios de información en medios de comunicación de Latinoamérica.

Siguiendo el esquema marcado procedemos a reseñar aquellos recursos o servicios informativos de mayor relevancia en dicha muestra en el siguiente listado:

Periódico/Servicios de información	El Mercurio	Buenos Aires Herald	Clarín Digital	El Pueblo
Horóscopo		X	X	X
Tráfico	X	X	X	
Ayuda	X		X	
Blogs			X	X
Cartelera			X	X
Ediciones anteriores	X	X		
Edición impresa			X	X
Edición online	X		X	
El tiempo	X	X		
Información corporativa			X	X
Obituario/defunciones	X			X

Tabla V. Servicios destacados en la muestra “Latinoamérica”.

En vista de la extracción resultante de servicios en esta muestra “Latinoamérica” podemos mencionar el gran interés de esta región por la sociedad y su bienestar, por ello los servicios más destacados son aquellos que ofrecen información de interés para el usuario. De este modo encontramos servicios de información tan cotidianos como el “Horóscopo”, “El tráfico”, “El tiempo”, “La cartelera”, “Obituario”, etc. Además se tiene muy en cuenta la información en otros formatos y el contenido almacenado, que no hemeroteca como tal, que puede ser visible en servicios como “Ediciones anteriores”.

En esta recogida cabe destacar dos servicios de gran innovación. El primero de ellos es la “Guioteca” en el que se nos pretende guiar en todas aquellas dudas, ruegos y preguntas que nos puedan acontecer en el entorno informativo de la web, siendo un servicio bastante interesante para los usuarios así como de gran ayuda y fácil uso. Por otra parte “Vía Resto” nos permite

acceder a información de los restaurantes de la zona pudiendo indicar diversas categorías a la hora de obtener la información. Dos grandes servicios de gran ayuda para los lectores.

Fig. 1. Servicio original en el periódico "Clarín": "Vía Resto".

Llegados al punto de servicios sin relevancia destacamos, por su falta, "Hemeroteca" propia del medio desde sus inicios. La prensa nace como difusora y conservadora del saber, desde sus comienzos trata de mantener sus publicaciones intactas y conservarlas para la protección del patrimonio. Aún así, dichas publicaciones no cuentan con un tipo de archivo o aún no han procedido al largo y gran gasto económico de la digitalización. Por otra parte, podemos mencionar la existencia, o la preocupación por su creación, de una hemeroteca digital en todos aquellos medios de comunicación, con el fin de conservar el patrimonio histórico y cultural. En este caso esta categoría queda desierta. La segunda carencia sería el "Mapa web" que como ya hemos comentado en otras muestras es de gran importancia para los usuarios.

Periódico/Otras formas de acceso a la información	El Mercurio	Buenos Aires Herald	Clarín Digital	El Pueblo
Búsqueda	X		X	X
por fecha	x		x	x
por tipo	x		x	
por sección	x		x	
multimedia				
por personas más mencionadas	x			
por empresas más mencionadas				
por lugares	x			
RSS		X	X	X
Perfil en redes sociales			X	X

Tabla VI. Otras formas de acceso a la información muestra "Latinoamérica".

En base al resto de datos recogidos, podemos observar que aunque no varían los elementos obtenidos o las diversas formas de acceso si son menores que en otras publicaciones. En este caso solo se repiten tres de las diferentes formas de acceso fijándose en la "Búsqueda", la sindicación "RSS" y el "Perfil en redes sociales".

4.3 Servicios de información en medios de comunicación de España

Analizadas las publicaciones españolas mostramos el listado de los servicios de información recogidos:

Periódico/Servicios de información	El País	ABC	El Mundo	La Vanguardia
A fondo: personajes, artistas, empresas...	X			
Alertas				X
Al detalle			X	
Anuncios o clasificados		X		
Anuncios papel				X
Archivos (gráficos, fotos, vídeos, audios, noticias)	X			
Archivo en PDF	X			
Ayuda	X			X
Ayuda en la búsqueda			X	
Blog	X	X		
Blog de lectores				X
Cartelera	X	X	X	X
Clasificados	X			X
Calendario			X	
Callejero	X		X	
Columnistas	X			
Consultorio: todo sobre jardinería				X
Edición impresa	X	X		X
Ediciones locales				X
Edición móvil		X		X
El tiempo		X	X	X
El tráfico			X	
Empleo	X		X	X
Empresas	X			
Encuestas y resultados	X		X	X
En tu móvil	X			X
Esquelas		X		
Estrenos			X	
Formación				X

Foros	X			X
Fotos Atlas				X
Galería fotográfica o fotografías	X	X		X
Gráficos				X
Guía TV			X	
Hemeroteca		X	X	
Hemeroteca edición impresa	X			
Histórico de resultados de elecciones				X
Horóscopos	X	X		
Hoteles	X			
Información corporativa		X	X	
La bolsa				X
La nieve				X
Las frases de los lectores	X			
Lectores corresponsales				X
Lotería		X		X
Mapa web	X	X		
Motor	X	X	X	X
Multimedia		X	X	
Museo		X		
Páginas amarillas	X		X	X
Personajes		X		
Podcast	X			
Programación TV	X			X
Promociones		X		
Recetas		X		
Sorteos			X	
Tarifas (por anuncios en la publicación)		X		
Tendencias			X	
Tráfico	X			
.Viajes			X	
.Vídeos	X	X		
.Viñetas		X		

.Visita guiada				X
.Vivienda			X	X
.Widgest				X

Tabla VII. Servicios de información en medios de comunicación de España.

Mostrados los resultados globales recogidos tomaremos los de más relevancia, como se indica a continuación:

Periódico/Servicios de información	El País	ABC	El Mundo	La Vanguardia
Cartelera	X	X	X	X
Edición impresa	X	X		X
El tiempo		X	X	X
Empleo	X		X	X
Encuestas y resultados	X		X	X
Fotografías o Galería fotográfica	X	X		X
Motor	X	X	X	X
Páginas amarillas	X		X	X
Blog	X	X		
Clasificados	X			X
Edición móvil		X		X
Encuestas y resultados	X			X
Foros	X			X
Hemeroteca		X	X	
Horóscopos	X	X		
Información corporativa		X	X	
Lotería		X		X
Mapa web	X	X		
Multimedia		X	X	
Programación TV	X			X
Vídeos	X	X		
Vivienda			X	X

Tabla VIII. Servicios más destacados muestra “España”

En la muestra “España” podemos visualizar la gran afinidad e integración de servicios de información de similares cualidades en todas las publicaciones digitales. En este caso se trata de servicios de interés social en su gran mayoría: “Cartelera”, “El tiempo”, “Empleo”...con lo que se adapta a la información diaria que el lector espera recibir y a la que puede acceder desde el inicio

de página. Por otra parte no olvida los servicios adaptados a las nuevas tecnologías y que permiten integrar en la prensa servicios como “Multimedia”, “Vídeos”, “Hemeroteca”, etc. Finalmente podemos apreciar la incursión de servicios propios y necesarios para el correcto funcionamiento de la web o de la publicación en su formato digital como pueden ser “Información corporativa” o “Mapa web”. Se trata de publicaciones muy atendidas y muy bien organizadas en tanto a servicios de información de interés y de ayuda al usuario.

Por otra parte, como servicios de información que se presentan como originales, innovando frente al resto de publicaciones son: “Archivo” no como el gran servicio que es como tal sino por la incursión y polivalencia de este, en este caso no solo contiene texto sino que integra fotografías, vídeos, audio e incluso gráficos. Por tanto, la publicación señalada es una de las más completas en cuanto a archivo se refiere. En cuanto al resto de servicios destacados en este punto podremos decir que cabe destacar el de “Lectores corresponsales” dada su innovación e interés por parte del público y en este mismo dado que se tiene en cuenta la opinión del lector, se le propone una participación activa así como la información que otros antes que él ofrecieron al resto de usuarios. Se trata pues de una prestación muy adecuada y muy bien adaptada a los tiempos que corren. Finalmente hablaremos del servicio “Widgest” (servicio que en aparece en otra de las muestras “España regional”). Con él se nos permiten publicar en nuestro blog toda la información novedosa que se encuentra en la publicación en el momento que hacemos de su uso. Un servicio bastante rápido y de uso sencillo con el que podemos conocer toda la ultima hora en diversos formatos.”

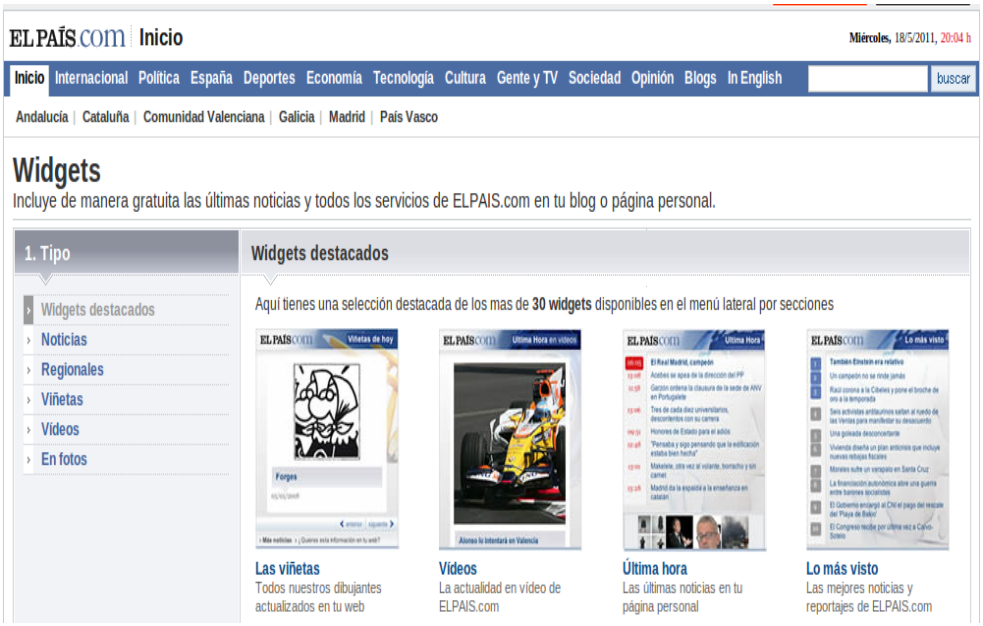

Fig. 2. Servicio original del periódico “El país”: “Widgest”.

Como mal uso o falta podemos destacar la “Ayuda en la búsqueda”. A pesar de presentar en su mayoría búsquedas avanzadas no encontramos un lugar en el que recibir ayuda ni en el que obtener información acerca de ella. Este servicio destaca por ofrecer una gran orientación al público por lo que se convierte en un recurso muy valorado por los usuarios.

Periódico/Otras formas de acceso	El País	ABC	El Mundo	La Vanguardia

a la información				
Buscador de fallecidos (Enmemoria.com)				X
Búsqueda buscar en google buscar en inglés delimitar por fecha por formato por género por sección proposición de otros términos en ABC en hemeroteca en PDF otras opciones acceder al gráfico intervalo de búsqueda por suplementos por relevancia buscar en el mundo.es	X x x x x x x x x	X x x x x x	X x x x x x x x x	X x x
Búsqueda avanzada que contenga todos los términos, alguno, la frase, que no contenga buscar por fecha buscar por formato otras opciones limitar fechas resultados relevancia ordenar por por autor por sección		X	X x x x x x	X x x
Comparador de seguros				X
Compartir en redes sociales	X	X	X	X
Contacto	X	X	X	
Newsletter o boletín			X	
Perfil en redes sociales	X	X	X	X
Registro	X	X		X
RSS	X	X	X	X
Suscripción	X			X

Tabla IX. Otras formas de acceso a la información muestra "España".

Esta muestra tampoco se diferencia demasiado del resto en las diferentes formas de acceso a la información que ofrece. Por otra parte, hay que destacar la importancia y el uso de las redes

sociales por parte de los usuarios españoles pudiendo apreciarlo en la existencia de recursos como "Compartir en redes sociales" o "Perfiles en redes sociales".

4.4 Servicios de información en medios de comunicación de Estados Unidos

Tomada la muestra estadounidense y separadas las publicaciones en habla inglesa o americana y latina o española (hispana) procedemos a su presentación mediante el listado global que se muestra a continuación:

Periódico/Servicio de información	New YorK Times	New York Daily News	Diario América	El Vocero Hispano
	Habla inglesa/americana		Habla latina/española	
Acceso a versión global de la publicación	X			
Alertas en el móvil	X			
Aplicación gratis para móvil		X		
Aplicaciones para i-Pad		X		
Ayuda	X			
Blog	X	X		
Clasificados	X	X		
Coches		X		
Consejos para el consumidor			X	
Dibujos o Comics	X			
El tiempo		X	X	X
Empleo	X	X		
Encuestas y resultados			X	
Estrenos de cine				X
Eventos	X	X		
FAQ'S		X		
Fecha		X		
Foros de discusión			X	
Fotografías o galería fotográfica	X	X	X	X
Horóscopo		X		
Información corporativa	X	X		
.Información de viajes		X		
La bolsa	X	X		

Lo más enviado por correo electrónico	X			
Lo más importante de la semana (la semana en un vistazo)	X			
Lo último				X
Mapa web	X	X		
Media kit		X		X
Necrológicas	X			
Newsletter/Noticias por correo electrónico		X		X
Pasatiempos, crucigramas	X			
Podcast	X			
Promociones		X		
Recomendaciones personalizadas	X			
Recursos para el negocio			X	
Tráfico		X		
Venta, información y búsqueda de automóviles	X			
Versión digital (descarga)		X		
Versión para el móvil	X	X		
Versión virtual (versión digital)			X	
Vídeos	X	X	X	X
Visualización de la versión impresa diaria	X			

Tabla X. Servicios de información en medios de comunicación de Estados Unidos.

A continuación ofrecemos una tabla en la que mostramos la extracción de servicios más repetidos o con más relevancia.

Periódico/Servicio de información	New YorK Times	New York Daily News	Diario América	El Vocero Hispano
	Habla inglesa/americana		Habla latina/española	

El tiempo		X	X	X
Fotografías o galería fotográfica	X	X	X	X
Vídeos	X	X	X	X
Blogs	X	X		
Clasificados	X	X		
Empleo	X	X		
Eventos	X	X		
Información corporativa	X	X		
La bolsa	X	X		
Mapa web	X	X		
Media kit		X		X
Newsletter o Noticias por correo electrónico		X		X
Versión para el móvil	X	X		

Tabla XI. Servicios más destacados muestra "Estados Unidos".

En el caso de la muestra que hemos denominado "Estados Unidos" los resultados nos sitúan en una población más mediática y adaptada a las nuevas tecnologías siendo los primeros puestos para el multimedia: "Vídeos", "Fotografías o galería fotográfica", "Media kit", "Versiones móviles", etc. Podemos observar que los medios digitales están más adaptados dado que fueron pioneros en la inmersión de tecnología en los medios de comunicación. Otras informaciones que tienen una amplia relevancia son los servicios de información cultural y social como "Empleo", "La bolsa", "Eventos", entre otros. Destacando también aquellos pertinentes a la web como "Información corporativa" del medio o "Mapa web".

Por otra parte, podemos señalar que las publicaciones de habla inglesa americana presentan más servicios de información que los de habla latina. No obstante, también podemos señalar una mayor preocupación social en las publicaciones de habla latina con la existencia de servicios de información más cercanos a la población como pueden ser "Consejos para el consumidor", "Recursos para el negocio", entre otros.

Como servicios innovadores destacamos en este registro tanto los "Consejos al consumidor" servicio dedicado a la ayuda y resolución de problemas a los usuarios en tanto al consumo y todo lo referido a él, como "Recursos para el negocio" un servicio dedicado a dar consejos y ofrecer ayudas para todo tipo de negocios tanto personales como tecnológicos. En este caso vemos dos servicios totalmente lejanos a la información periodística como tal que han sido introducidos en alguna de las publicaciones tomadas para satisfacer necesidades sobre todo sociales.

En esta muestra, observamos que los servicios innovadores pertenecen, en ambos casos, a publicaciones de habla latina volviendo a apoyar lo comentado anteriormente en tanto al interés social de dichos periódicos.

En cuanto a los servicios de importancia que tienen poca relevancia en estos medios, destacamos "FAQ'S" dado que, aparte de aparecer en una única publicación, vemos un servicio de información bastante importante y relevante para atender a las necesidades de los usuarios en la web. Como sabemos, este servicio nos permite solucionar dificultades que se presentan habitualmente a los usuarios, de modo que han hecho crear un listado en el que se acceda de manera rápida y sencilla a nuestras dudas con el fin de solventarlas de la manera más eficaz posible. Por otra parte, el siguiente servicio señalado entre el listado presentado son los "Podcast", en este caso, vemos interesante añadir archivos de audio que nos permitan tener sonidos, charlas, música directamente, sin tener que ir acompañado de vídeo. Se trata de información sonora precisa a disposición del usuario que nos permite seleccionar recursos de un solo tipo, desvinculándonos del vídeo. Si bien es cierto que la mayoría de web de este tipo ofrecen vídeos y fotografías, dejan de lado a algo tan importante en los medios de comunicación como el sonido. Por ello, vemos conveniente añadir podcast en las páginas de estos medios.

Periódico/Otras formas de acceso a la información	New YorK Times	New York Daily News	Diario América	El Vocero Hispano
	Habla inglesa/americana		Habla latina/española	
Búsqueda ordenando cualquier palabra, todas, etc. lugar en el que aparece	X x x x x x	X	X	X
Contacto	X	X	X	X
Registro	X	X	X	X
.RSS	X	X	X	
Búsqueda asociada a otro buscador (Yahoo)		X	X	
Búsqueda avanzada por fechas de publicación por tipo de archivos (multimedia, prensa...) muestra de resultados por fechas búsquedas relacionadas	X	X		
Perfil en redes sociales	X	X		

Tabla XII. Otras formas de acceso a la información muestra "Estados Unidos".

En cuanto a otras formas de información, los primeros lugares son ocupados por "Búsqueda", "Contacto", "Registro" y "RSS" (sindicación). Siendo muy similares en todas las muestras, esta, en concreto incorpora una "Búsqueda asociada a otro buscador" (en este caso yahoo) y "Perfil en las

redes sociales” en sus variables de habla americana o inglesa. Como podemos observar también encontramos diferencias entre los medios de habla americana o inglesa frente a los de habla latina o hispana, incorporando más prestaciones, en cuanto a información periodística o acceso a esta, los de habla americana o inglesa.

4.5 Servicios de información en medios de comunicación de Portugal

Para finalizar la aportación de tablas de listados globales de servicios aportamos la que será la penúltima muestra.

Periódico/Servicios de información	Correio da manha	Publico	Jornal de noticias	Diario de Coimbra
Agenda cultural		X		
Anunciar en línea	X			
Clasificados (empleo, viviendo, automóviles...)	X	X	X	X
Blog		X		
Cartelera	X		X	
Dibujos o Comics		X		
Edición impresa	X		X	
Empleo	X			
Encuestas y resultados	X	X		
El día en imágenes	X			
El tiempo	X	X	X	X
Exclusivos en papel (noticias que solo aparecen en esta versión)	X			
Farmacias			X	
Formación	X			
Foros				X
Fotografías o Galería fotográfica	X			
Fotos del lector				X
Frase del día	X			
Hora	X			
Horóscopo			X	
Infografías	X	X		
Información corporativa	X		X	X
La bolsa	X			

Link				X
Mapa web				X
Multimedia	X	X	X	
Promociones	X			X
Servicios móviles (alertas sms)	X			
Versión i-phone		X		
Versión móvil		X	X	
Vídeos	X	X		
Vídeos liga			X	

Tabla XIII. Servicios de información en medios de comunicación de Portugal.

Siguiendo los pasos dados hasta el momento procedemos a la muestra de los servicios de información de mayor relevancia en la muestra portuguesa.

Periódico/Servicios de información	Correio da manha	Publico	Jornal de noticias	Diario de Coimbra
Anuncios o Clasificados (empleo, viviendo, automóviles...)	X	X	X	X
El tiempo	X	X	X	X
Información corporativa	X		X	X
Multimedia	X	X	X	
Edición impresa	X		X	
Encuestas y resultados	X	X		
Infografías	X	X		
Promociones	X			X
Versión móvil		X	X	
Vídeos	X	X		

Tabla XIV. Servicios más destacados muestra "Portugal".

La muestra "Portugal" nos presenta de nuevo la selección de servicios en conjunto de tres tipos: sociales, multimedia y de la propia web. Servicios sociales serían todos aquellos que ofrecen información cercana al usuario y de gran interés para este, así como la cotidianeidad de esta, por ejemplo: "Clasificados", "El tiempo"... Servicios de información multimedia en los que incluimos tanto el servicio denominado "Multimedia" como tal como las "Infografías", "Vídeos", etc. Por otra parte, también tienen muy en cuenta aportar servicios de información sobre la propia web como la "Información corporativa", "Encuestas y resultados". Podemos decir pues que son publicaciones que intentan adaptarse a sus usuarios, a la sociedad y a la tecnología dados los resultados obtenidos en esta recogida.

En cuanto a los resultados en servicios innovadores, más que innovadores los destacamos por la llamada de atención que nos han producido. En cuanto al primer servicio seleccionado es muy llamativa la posibilidad de acceder a "Mapas" y "Servicio de búsquedas", bastante avanzada, para muertes violentas en el país y más dado el carácter informativo de la publicación. Es algo que llama bastante la atención en un periódico de bastante relevancia en el país al que se refiere la muestra. Nos hace pensar que la tasa de muertes violentas es tan alta que un buscador permite almacenarlas y localizarlas, así como pensar en la importancia de estas muertes en dicho país, aún así nos hace destacarlo como forma de diferenciación de otras publicaciones. En cuanto a "Vídeos liga" es una innovación incluir un apartado directo para el deporte, entre todos ellos el fútbol, en una publicación de carácter general. La inmersión de este servicio puede deberse a la importancia de dicho reporte en dicho país. No obstante, hemos decidido, como mencionamos anteriormente, destacarlo por tratarse de un servicio bastante especializado introducido en una publicación generalista.

En tanto a servicios que creemos importantes no siendo destacados en esta muestra encontramos: "Fotografías o Galería fotográfica" señalado por su ausencia en las muestras tomadas dado que la fotografía lleva acompañando a las publicaciones de carácter periodístico casi desde sus inicios, se trata de una manera de completar y apoyar la información, en este caso creemos que es algo necesario en este tipo de web. Por otra parte "Mapa web" como mencionamos en otras muestras, se trata de un servicio de información que guía a nuestro usuario y hace que no se pierda. En este caso su falta provoca en ocasiones una gran confusión en el lector e incluso el abandono de la web en si. Por ello, debemos de cuidar mucho este servicio así como otros que permitan ubicarnos o nos proporcionen información acerca del site o la publicación digital.

Periódico/Otras formas de acceso a la información	Correio da manha	Publico	Jornal de noticias	Diario de Coimbra
Compartir en redes sociales	X			
Contacto	X	X	X	X
Perfil en redes sociales	X	X	X	X
RSS	X	X	X	
Búsqueda	X	X		
Búsqueda avanzada por fecha por categoria por personas por organizaciones por topics por lugares por tags (etiquetas) publicación fecha (hoy, hace una semana, de...)			X x x x x x x x	X x x
Registro	X		X	

Tabla XV. Otras formas de acceso a la información muestra "Portugal".

En el caso de la muestra portuguesa observamos la existencia de otras formas de acceso a la información muy similares a la del resto de muestras. Con ellas se pretende facilitar el acceso a la información con “Búsqueda” y “Búsqueda avanzada”, “Contacto” con el medio mediante un formulario, “Registro” como forma de acceso a otros contenidos no visibles por el resto de usuarios, y posibilidad de sindicación con “RSS”.

4.6 Servicios de información en medios de comunicación de Reino Unido e Irlanda del Norte

Para dar por terminada la presentación del muestreo aportamos la que sería la última muestra seleccionada en la que el listado general recogido en su análisis sería:

Periódico/Servicios de información	The Sunday Times	The Sun	The Daily Mirror	The Irish News
Aplicaciones para i-phone			X	
Automóviles	X			
Ayuda				X
Ayuda y preferencias		X		
Blog		X	X	
Citas			X	
Cotilleos			X	
Dibujos o Comics			X	
Edición móvil		X		
El Tiempo			X	
Empleo	X	X	X	
FAQ'S	X			X
Fotografías o Galería fotográfica	X	X	X	
Guía de aplicaciones de The Sunday Times	X			
Guía interactiva de vídeos y eventos	X			
Información corporativa	X		X	X
La habitación de lectura: imágenes gratuitas de la mejor prosa	X			
Lista de sentenciados	X			
Link a titulares más destacados	X			

Lo más popular (lo más leído, lo más comentado y vídeos)	X			
Mapa web	X	X	X	
Media pack (posibilidad de descarga)				X
Negocios locales			X	
Noticias de ultimo minuto	X			
Ultimas noticias			X	
Vacaciones	X			
Versión digital				X
Vídeos	X	X	X	
Vivienda	X		X	

Tabla XVI. Servicios de información en medios de comunicación de Reino Unido e Irlanda del norte.

Siendo en la última muestra representativa de nuestro estudio los servicios de información más destacados:

Periódico/Servicios de información	The Sunday Times	The Sun	The Daily Mirror	The Irish News
Empleo	X	X	X	
Fotografías o Galería fotográfica	X	X	X	
Información corporativa	X		X	X
Mapa web	X	X	X	
Vídeos	X	X	X	
Blog		X	X	
FAQ'S	X			X
Vivienda	X		X	

Tabla XVII. Servicios más destacados muestra “Reino Unido e Irlanda del Norte”.

En el caso de la muestra que hemos denominado “Reino Unido e Irlanda del Norte” obtenemos unos resultados bastante completos. En esta tabla podemos apreciar la relevancia de servicios de información tanto complementarios como informativos, periodísticamente hablando, como podrían ser “Vídeos” y “Fotografías” con los que el medio de comunicación se adapta a la red, aprovechando los recursos que esta le brinda. Por otra parte, podemos tener en cuenta también otros factores como el social con “Empleo” o “Vivienda” ofreciendo una información cercana a los lectores o usuarios. No obstante, los medios de esta muestra se preocupan por poner a disposición de los usuarios información del propio medio y ayuda en este tales como “Mapa web”, “Información corporativa” o “FAQ'S”.

Pasando a la segunda tabla observamos unos servicios de información originales y diferentes a lo que hemos podido observar anteriormente. En este caso destacamos "Guía interactiva de vídeos y eventos" una guía una gran cantidad de vídeos e imágenes sobre diversas temáticas. Por otra parte "La habitación de lectura" nos muestra y nos permite obtener imágenes de manera gratuita sobre prosa que nos hacen posible la lectura de textos diariamente, así como su descarga. Hablamos de un servicio cultural bastante llamativo en tanto a que solo se centra en un género, aún así, lo consideramos un servicio innovador al no presentarse en otras muestras. Finalmente "Lista de sentenciados" es un recurso que nos llamo la atención dado que no tiene relevancia en ninguna publicación más. En él se muestra la lista de las personas recientemente sentenciadas así como otros datos. Como podemos observar los tres servicios innovadores pertenecen a una sola publicación, concretamente a "The Sunday Times", un periódico de gran importancia tanto en su formato digital como en su formato original (papel) haciéndolo uno de los periódicos más completos y más utilizado por la población de la muestra.

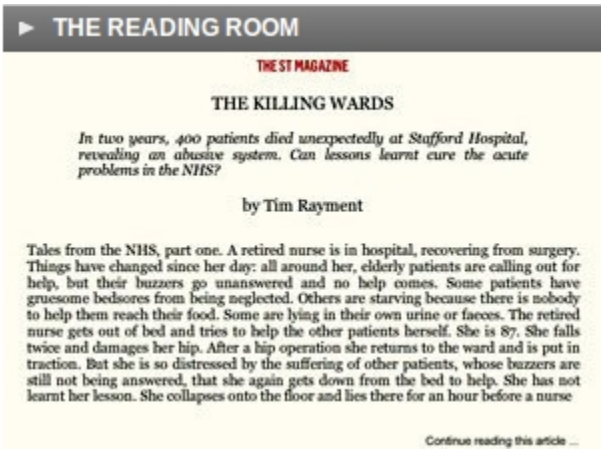

Fig. 3. Servicio original en el periódico "The Sunday Times": "La habitación de lectura" ("The Reading Room".

En referencia a los servicios con poca relevancia por su aparición en una sola publicación de la muestra que hemos considerado relevantes dada la información que aportan son los marcados en el listado situado en la parte superior. En este caso se trata de servicios de la propia web que consideramos fundamentales para un correcto funcionamiento. El servicio de "Ayuda" es muy útil, muy utilizado por el usuario y muy bien evaluado por estos. Por ello, consideramos una falta que las publicaciones de esta muestras no cuenten con él. Además hemos de destacar que solo existe un servicio en el que los usuarios puedan acceder al contenido con mayor relevancia diaria.

Periódico/Otras formas de acceso a la información	The Sunday Times	The Sun	The Daily Mirror	The Irish News
Registro	X	X	X	X
Contacto	X	X		X
RSS	X	X	X	
Búsqueda por fecha por publicación	X x x	X x		

por periodista por sección por contenido los más buscados	x x	 x x x		
Newsletter o Boletín informativo vía correo electrónico	X	X		

Tabla XVIII. Otras formas de acceso a la información muestra "Reino Unido e Irlanda del Norte".

Interpretando el listado generado tras la recogida en las muestras para otras formas de acceso a la información, comprobamos nuevamente que no varían mucho del resto de muestras. Observamos que dichos recursos informativos nos ofrecen posibilidades diversas de acceso a su información bastante adaptados a las tecnologías del momento. Por ello, nos ofrecen la posibilidad de contacto, creando una bidireccionalidad, recepción de noticias por "RSS o sindicación", por correo electrónico, "Búsquedas" de información... No obstante, hemos de mencionar la falta de un buscador de "Búsqueda avanzada" que nos permita seleccionar y limitar más la información que podamos estar buscando.

4.7 Análisis comparativo de los servicios de información en medios de comunicación

A continuación pasaremos a mostrar las diferentes tablas comparativas que nos ayudarán en la consecución de nuestro estudio y en la extracción de sus resultados.

4.7.1 Comparativa Asia-Pacífico, Estados Unidos, Europa y Latinoamérica.

En este apartado exponemos una tabla realizada a través del contenido obtenido en la recogida de las diferentes muestras. De este modo, tomaremos de cada una de ellas los más destacados para compararlos con el resto de zonas o regiones. Por otra parte, los resultados que pertenecen a la muestra "Europa" han sido obtenidos en la siguiente comparativa (Tabla XXI. Comparativa por países Europeos: Reino Unido, Portugal y España).

Regiones o zonas/Servicios de información	Asia pacífico	Estados Unidos	Europa	Latinoamerica
Ayuda				X
Blog	X	X	X	X
Cartelera				X
Clasificados	X	X	X	
Dibujos o comics	X			
Ediciones anteriores				X
Edición impresa			X	X
Edición móvil		X		
Edición online				X
El tiempo	X	X	X	X

Empleo		X	X	
Encuestas y resultados	X		X	
Eventos		X		
Fotografías o galería fotográfica	X	X	X	
Hemeroteca	X			
Horóscopos				X
Información corporativa	X	X	X	X
La bolsa		X		
Mapa web	X	X		
Media kit		X		
Newsletter o noticias por correo electrónico		X		
Obituario o defunciones				X
Promociones			X	
Tráfico				X
Vídeos		X	X	
Vivienda			X	

Tabla XIX. Comparativa Asia-Pacífico, Estados Unidos, Europa y Latinoamérica.

A continuación, procedemos a mostrar y señalar aquellos servicios de información electrónica más destacados tras la puesta en común de todas las muestras. Hemos creído conveniente incorporar aquellos que se repiten en todos o en al menos tres de las zonas o regiones seleccionadas para este estudio.

Regiones o zonas/Servicios de información	Asia pacífico	Estados Unidos	Europa	Latinoamérica
Blog	X	X	X	X
Clasificados	X	X	X	
El tiempo	X	X	X	X
Fotografías o galería fotográfica	X	X	X	
Información corporativa	X	X	X	X

Tabla XX. Servicios más destacados en la comparativa Asia-Pacífico, Estados Unidos, Europa y Latinoamérica.

Una vez extraídos los datos podemos observar que la tabla obtenida es muy limitada y escasa. En este caso destacan servicios de interés social como pueden ser “Clasificados” o “El tiempo”; contenidos creado por y para los usuarios como “Blog”; servicios de información de la propia web o del propio medio con “Información corporativa”; y una pincelada en lo que hemos estado denominando multimedia que en este caso se quedaría en el formato fotográfico con

“Fotografías o Galería fotográfica”. Con ellos podemos visualizar la falta de coincidencia y preocupaciones en cuanto a servicios en una y otras regiones, encontrando bastante desigualdades entre unas y otras, así como un público y una población lectora diferente, adecuando los servicios en cada una de ellas a las necesidades específicas-

Los servicios de información destacados por su ,“casi” (señalamos el casi dado que no tienen una amplia relevancia), inexistencia en las publicaciones de las regiones seleccionadas y posteriormente comparadas, son: “Ayuda” solo en una de las regiones o zonas mencionadas podemos encontrar ayuda en la web. Se trata de uno de los servicios básicos que debería incorporar en cualquier site, en este caso este servicio queda “desierto”. Por otro lado, señalamos “Hemeroteca”. Hablábamos en otros puntos de la importancia de la prensa para la sociedad y la cultura. En este caso, al igual que en el anterior, solo es notable en una de las regiones o zonas dejando a las demás sin este gran servicio de incorporación necesaria en cualquier publicación con cierta antigüedad y prestigio ya que la prensa, como tal, forma parte del patrimonio cultural, patrimonio que sin una gestión, organización y conservación no sirve de nada.

4.7.2 Comparativa por países Europeos: Reino Unido, Portugal y España

Una vez realizada la comparativa entre zonas o regiones consideradas relevantes en nuestro estudio, pasaremos a comparar la importancia de los servicios de información electrónica en los países europeos escogidos para dicho trabajo con la presentación de la siguiente tabla:

Países/Servicios de información	España	Portugal	Reino Unido e Irlanda del norte
Blog	X		X
Cartelera	X		
Clasificados	X	X	
Edición impresa	X	X	
Edición móvil (versión móvil)	X	X	
El tiempo	X	X	
Empleo	X		X
Encuestas y resultados	X	X	
FAQ'S			X
Foros			
Fotografías o galería fotográfica	X		X
Hemeroteca	X		
Horóscopos	X		
Infografías		X	
Información corporativa	X	X	X

Lotería	X		
Mapa web			X
Motor	X		
Multimedia		X	
Páginas amarillas	X		
Programación TV	X		
Promociones	X	X	
Vídeos	X	X	X
Vivienda	X		X

Tabla XXI. Comparativa por países Europeos: Reino Unido, Portugal y España.

Seguido a este listad incorporamos, como en todas las muestras tomadas, los servicios de información más relevantes en las publicaciones seleccionadas.

Países/Servicios de información	España	Portugal	Reino Unido e Irlanda del norte
Blog	X		X
Clasificados	X	X	
Edición impresa	X	X	
Edición móvil (versión móvil)	X	X	
El tiempo	X	X	
Empleo	X		X
Encuestas y resultados	X	X	
Fotografías o galería fotográfica	X		X
Información corporativa	X	X	X
Promociones	X	X	
Vídeos	X	X	X
Vivienda	X		X

Tabla XXII. Servicios más destacados en la comparativa por países Europeos: Reino Unido, Portugal y España.

Comparados los diferentes países seleccionados para la comparativa europea observamos, en primera instancia, una fuerte coincidencia en los servicios prestados por todos estos países tenidos en cuenta en esta comparativa: España, Portugal y Reino Unido e Irlanda del Norte. Continuando con el análisis de la información referente a los servicios de información obtenida en el listado global, podemos observar la existencia de servicios de información de diferentes tipos: creados por y para los usuarios como “Blog”; servicios de tipo social o de información de interés como “Clasificados”, “El tiempo” o “Empleo”, entre otros; servicios de la propia web como “Encuestas y resultados” o “Información corporativa”; multimedia como “Vídeos”; e información en

otros formatos con “Edición impresa” o “Edición móvil”. Se trata pues de un listado bastante global adecuado bastante a la población a la que se dirige incorporando servicios de diferentes ámbitos cubriendo de este modo las necesidades de sus lectores.

En el lado opuesto obtenemos una serie de puntos negativos, señalados en estos tres servicios de información. En este caso y dadas las características de los países señalados queda patente una inexistencia de un servicio “FAQ'S” de ayuda y referencia al usuario; una cultura general que promueva la prensa como el medio cultural y parte del patrimonio que es notable en la falta de hemerotecas en los diferentes países, quedando patente la preocupación de España en este servicio. Por otra parte es destacable la falta de aplicación de los recursos tan amplios que ofrece la web a la hora de incorporar “Multimedia” en todas las web. Si bien es cierto que es un elemento de “reciente” incorporación en la prensa es necesario adaptarse a las nuevas corrientes y explotar todas las posibilidades que se nos ofrecen.

5. Conclusiones y Recomendaciones

Una vez extraídos, examinados y analizados los resultados del estudio y, con ello, la situación de los servicios de información electrónicos en la prensa digital mundial, europea y española hemos llegado a una serie de conclusiones extraídas de dicho estudio. Para exponerlas, hemos agrupado las conclusiones en torno a los siguientes aspectos:

A) Presencia de los servicios de información electrónica en la prensa digital.

Con la incorporación de la red a nuestra vida diaria los servicios de información electrónicos han tomado forma ya no solo en los organismos dónde se iniciaron, como la administración o las bibliotecas sino también en otros de difusión de información periodística como los medios de comunicación en general y la prensa en particular. Hoy en día es habitual la incorporación de informaciones no solo periodísticas o noticiosas sino también informaciones de acceso público e interés general.

La información electrónica juega un gran papel, un papel clave en la actualidad siendo cada día más consultada por los usuarios. Los lectores buscan publicaciones que les ofrezcan todos aquellos servicios de información que requieren en el día a día como valor añadido a la información que ya ofrecen. Por su parte los diarios buscan con la incorporación de estos volver a su actividad inicial, por la cual fueron creados, dar servicio al ciudadano. Por lo tanto intenta insertar la información que bien cree conveniente o de interés para el usuario o bien la que este usuario le sugiere por las diferentes vías de comunicación.

Actualmente los servicios que ofrece Internet no sólo se han multiplicado, sino que han evolucionado hacia nuevas y mejoradas funciones y han ganado en facilidad de uso y manejo. Su funcionamiento se realiza en tiempo real y se llevan a cabo por el mismo usuario, realizando una especie de “autoservicio” de información. Por otra parte, no debemos dejar de lado la seguridad de los lectores y su privacidad, característica muy tenida en cuenta a la hora de consultar y utilizar dichos servicios. Si el servicio da una buena solución al lector generará confianza en este repitiendo su uso, si no, lo perderemos y lo buscará en otra publicación.

No obstante, la mayor preocupación sería pues diferenciar lo que es un servicio de información y lo que, por el contrario, no lo es. Según el punto de vista, por ejemplo, podremos decir que una web es un servicio de información en sí. Por tanto, aunque estos servicios son muy habituales es necesario establecer una base teórica sobre el campo.

Por otra parte, no podemos olvidar el papel primordial que juegan otras formas de acceso a la información como las búsquedas, los formularios de contacto, la posibilidad de sindicación, etc; que suelen estar presentes en diversos ámbitos y, debido a su carácter informacional también en la prensa digital. Se trata pues de plataformas que nos permiten llegar a la información de otra manera. Hablamos de una serie de recursos que ofrecen un excelente uso y localización informativa al alcance del lector permitiéndole, por ejemplo seleccionar preferencias, compartir, enviar, etc. La prensa electrónica permite el acceso a grandes volúmenes de información y, para ello, deben construirse sistemas de acceso y recuperación de la información de cualquier tipo, más o menos sofisticados, para dar respuesta a las necesidades de los usuarios, ya sean los propios periodistas, investigadores o usuarios en general.

En la actualidad se trata de una incorporación necesaria en tanto a contenidos informativos dado que la información de actualidad se genera constantemente dificultándolos en ocasiones su localización. Con estas incorporaciones se establece un mejor servicio con el público.

En base a las muestras tomadas y, posteriormente analizadas, hemos podido comprobar que casi todas las publicaciones seleccionadas cuentan con un número mínimo de recursos de este tipo. La mayoría contiene algún buscador, alguna forma de contacto con la publicación, incorporación de redes sociales, etc. Se trata de recursos en alza que poco a poco van aumentando y mejorando de la mano de los servicios de información.

En relación a los usuarios, parte importante del proceso, señalamos el crecimiento que ha acontecido en los últimos años la consulta de información en el nuevo medio, Internet. En tanto a los usuarios, debemos tener en cuenta que no todos pertenecen al mismo grupo ni tienen las mismas características, por ello, deberemos de adaptar nuestros servicios desde consumidores con menores capacidades a usuarios más avanzados e incluso especializados. Por tanto, nunca hemos de dar por hecho el conocimiento por parte de todos los seguidores de nuestro medio porque podremos perder parte de nuestra audiencia. Se trata pues de lanzar contenido simplificado a modo general y para todo tipo de visitantes y servicios más especializados para los que así lo demanden. Hemos de tener en cuenta que la población actual compete tanto a nativos tecnológicos como a personas de mayor edad que por diversas circunstancias no cuentan con una alfabetización tecnológica. Por tanto, nunca daremos por hecho el conocimiento del público puesto que podemos dejar fuera de nuestro público a una gran audiencia, lectores básicamente procedentes del consumo de prensa en formato papel.

Los usuarios se convierten, por tanto, en parte del proceso tanto como demandantes de servicios e información como generadores de información. Con ello nos referimos a la posibilidad que ofrece el web de crear información y extrapolarla a la web de modo que sea útil para otros. Cualquier persona puede en estos momentos ofrecer información a otros, blog, vídeos, fotografías, envío de noticias, comentarios, etc. Acercando de este modo aún más la información a la sociedad. Y decimos aún más dado que el hombre vive rodeado de necesidades informativas desde el comienzo de los tiempos.

B) Diferencias entre los servicios de información electrónica en las diferentes regiones.

Examinadas las muestras tomadas hemos podido observar varias diferencias importantes entre unas regiones y otras, entre unos países europeos y otros. Para ello estableceremos tres puntos diferentes en el que haremos alusión a estas.

-En primer lugar y teniendo en cuenta las muestra de las zonas, regiones o países podemos señalar el diferente aprovechamiento tecnológico que se realiza en las diferentes regiones. Zonas como Europa o países como Estados Unidos mantienen un amplio uso tecnológico incorporando recursos de tipo multimedia entre otros, frente a otras como Latinoamérica. En primera instancia podemos creer que estas diferencias se establecen en base a la adaptación al medio y a sus públicos teniendo más en cuenta zonas como Latinoamérica a sus habitantes. Por otra parte la información que ofrecen países con amplio nivel económico como pueden ser la muestra "Estados Unidos" o "Asia-Pacifico" incorporan servicios de tipo empresarial y económico frente a información de tipo más social y cercana de las muestras "Europa" y "Latinoamérica". No obstante podemos marcar la diferencia cuantitativa de servicios que nos ofrecen las diferentes zonas, siendo el más amplio el de "Estados Unidos", seguido por "Europa", "Asia pacífico" y, finalmente "Latinoamérica".

-En segundo lugar y seleccionando como referencia la muestra de tipo global "Europa" obtenida de las muestras "España", "Portugal" y "Reino Unido e Irlanda del Norte" podemos apreciar la coincidencia de las publicaciones en sectores informativos como el social o cultural,

dejando de lado algunos como el multimedia o el archivo. Se trata pues de países cercanos a su sociedad que ofrecen lo que ésta les pide.

C) Aumento de la información de diferentes tipos en publicaciones de tipo periodístico

El establecimiento de Internet como red de información ha llevado al periodismo a adaptarse ya no solo en cuanto a formato, paso de formato impreso a formato digital, sino también a adaptar sus contenidos.

Habituados a contenidos, en su mayoría informativos (salvo algunos no informativos como carteleras o programación televisiva), en la versión impresa, la versión digital supone una reinvención tanto de formato como de contenido. De este modo, las publicaciones de este tipo no solo se centran en mostrar información noticiosa, información de última hora sino que amplían sus temas a materias menos periodísticos, en primera instancia, como la moda, la cultura, la tecnología, el cine...

La sociedad actual necesita y solicita información de todos los aspectos que pueden llegar a marcarle el día a día. La consulta a otras secciones aumenta a diario y con ello la incorporación de servicios de información con una serie de prestaciones novedosas.

Reiterando que la introducción de Internet como canal amplia la capacidad del medio para comunicar y dar servicio al público, también abre un amplio camino a los servicios de información electrónicos de todo tipo. Como pasaba con las noticias, ya no solo se incluyen datos o hechos noticiosos sino que se ofrecen un gran número de contenidos. Estos contenidos van desde el multimedia a informaciones de interés social, pasando por información cultural e incluso informaciones de actualidad en cuanto a todos los temas, entre otras muchas posibilidades.

Por tanto concluiremos este apartado señalando, de manera general, la gran relevancia informativa que supone la Red de redes y el margen tan amplio que ofrece a la hora de difundir y crear información de diferentes tipos.

Recomendaciones

Tomando en consideración todo lo expuesto, realizaremos una serie de recomendaciones o propondremos algunas ideas a modo de soluciones que creemos adecuadas en función de las conclusiones obtenidas tras la realización del estudio.

- En primer lugar creemos conveniente seguir la máxima de "transformarse o morir" tanto por parte de la prensa digital como de los servicios de información. Con ello queremos decir que debemos adaptarnos a las condiciones que nos ofrece el nuevo medio Internet como forma de difusión y acceso a la información de todo tipo.
- Los nuevos lenguajes digitales permiten ofrecer materiales al público de formas muy variadas, eficaces y atractivas. Por ello, debemos estar preparados para los nuevos sistemas de información latente considerando las grandes posibilidades que nos ofrece la web y, sobre todo, la Red como vehículo actual del conocimiento y de acceso a este.
- Por otro lado podemos aprovechar las ventajas que nos aporta la web social y considerar su uso en nuestras aplicaciones o servicios ya que pueden ser de gran utilidad.
- Prepararnos tanto para la desaparición, al menos en parte, del periodismo impreso y de los servicios de información directos al menos de manera amplia. Puede que no desaparezcan del todo pero el futuro les lleva a un consecuente descenso.

- Aceptar un nuevo proceso de alfabetización tecnológica por parte de aquellas personas que han nacido fuera de este contexto o debido a algún tipo de circunstancia no cuente con esta formación.
- Incentivar el consumo de la prensa digital con servicios de información que nos diferencien de otras publicaciones como valor añadido.
- Como si de un negocio se tratase, utilizar estos servicios como producto innovador, atractivo y como forma de seducción de la audiencia.
- Adaptación a las nuevas formas de consumo de información. Mayor uso de Internet frente a otros medios. Internet como punto de encuentro global e individual.
- Incorporación de servicios e informaciones adaptadas a diferentes públicos, acumulando y dirigiéndonos a todo tipo de audiencias o a la más amplia posible.
- Visualización de servicios de información ofrecidos por otras web del mismo ámbito como ejemplo de buen hábito y como base para la creación de nuestros propios servicios.
- Creación de más servicios de tipo interactivo en los que el usuario ayude con su opinión a posibles mejoras. Así como forma de ser tomado en cuenta, lo cual genera una confianza en el público.
- Incorporar servicios novedosos que nos diferencien de la competencia aún a riesgo de no gustar. Si el servicio resulta ser un acierto nos distanciará de nuestros competidores.

Bibliografía

ALONSO, Jaime (2004). "Análisis descriptivo de nuevos medios en internet: diarios digitales, portales, buscadores y directorios, bitácoras o weblogs, redes ciudadanas y comunidades virtuales". Tesis doctoral. Universidad Pontificia Salamanca.

ARMAÑANZAS, Emy; DÍAZ NOCI, Javier y MESO, Koldo (1996). "El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio". Barcelona: Ariel.

CABRERA GONZÁLEZ, Mª Ángeles (2000). "Convivencia de la prensa escrita y la prensa on line en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia". Universidad de Málaga. Comunicación nº 1. Disponible en: **http://www.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-4-Comu/7-4-01.htm** [Consultado el 01/07/2011]

CABRERA, María Ángeles (2010). "Evolución tecnológica y cibermedios" Editorial Comunicación social. Disponible en: **http://www.saladeprensa.org/art1046.htm** [Consultado el 01/07/2011]

CARLSON, David (2003). "The history of online journalism"; 31-55. En: Kawamoto, Kevin (de.) "Digital journalism, emerging media and changing horizons of journalism" Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

CASTELLS, Manuel (1996). "La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura" Volumen 1 "La Sociedad Red". Madrid, 1996. Página 361.

CASTELLS, Manuel (2002). "La Era de la Información. Vol. I: La Sociedad Red". México, Distrito Federal: Siglo XXI Editores

CODINA, Lluís (1996)."La prensa electrónica en internet y el futuro de los medios de comunicación" pp. 1-9. Disponible en: **IWE-43, abril 1996**. [Consultado el 01/07/2010]

Definición de servicio (revisada). Real Academia de la lengua española. Diccionario de la Lengua Española 2.0 (2008-2010). Disponible en: **http://drae2.es/?origen=RAE&LEMA=servicio&IDLEMA=83213&NEDIC=Si** [Consultado el 20/06/2011]

Definición de servicios de información. Diccionario de términos bibliotecarios -Glosario (2003-2011). Disponible en: **http://cultura.glosario.net/terminos-bibliotecarios/servicios-de-informaci%F3n-12439.html** [Consultado el 07/07/2011]

DEUZE, Mark (2004). "What is multimedia journalism?". Journalims studies, v.5, n.2, pp. 139-152. Disponible en: **http://www.informaworld.com/smpp/content~content=a713704861~db=all** [Consultado el 23/06/2011]

DÍAZ NOCI, Javier; MESO AYERDI, Koldo (1998). "Desarrollo del periodismo electrónico" El profesional de la información, v.7, n.12, pp. 4-11. Disponible en: **http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/1998/diciembre/desarrollo_del_periodismo_electronico.html** [Consultado el 24/06/2011]

DIEZHANDINO NIETO, María Pilar. "Periodismo de servicio: la utilidad como complemento informativo en "Time", "Newsweek" y "U.S. news and world report", y unos apuntes del caso español". Editorial Bosch, 1994. ISBN 84-7676-293-3

ESTÉVEZ, Jaime . "Periodismo en la red" Madrid: Anaya multimedia, 2002.
FONT, José Luis. "La prensa latinoamericana en internet". Sala de prensa, 1999, año II, v.2. Disponible en: **http://www.saladeprensa.org** [Consultado el 29/06/2011]

FRANCO, Guillermo; GUZMÁN, Julio César. "Situación del periodismo digital y de los sitios web". 2007. Disponible en: **http://www.poynter.org/uncategorized/82832/situaci%EF%BF%BDn-del-periodismo-digital-y-de-los-sitios-web-de-peri%EF%BF%BDdicos-de-am%EF%BF%BDrica-latina-2007/** [Consultado el 04/07/2011]

FUENTES i PUJOL, Ma Eulàlia; GONZÁLEZ, Alfons. "La prensa española en internet. Análisis de los servicios de valor añadido". En: 6as. Jornadas españolas de documentación: los sistemas de información al servicio de la sociedad, 1998, pp. 281-292. Isbn 84-331-4609-X.

GUALLAR, Javier. "Los medios de comunicación impresos en la Red: Antecedentes y situación actual". 2008. Disponible en: **http://www.documentalistaenredado.net/677/los-medios-de-comunicacion-impresos-en-la-red-antecedentes-y-situacion-actual/** [Consultado el 26/06/2011]

GUALLAR, Javier. "Prensa digital en 2006". Anuario ThinkEPI 2007, v. 1, p. 106-117. Disponible en: **http://eprints.rclis.org/archive/00008388/01/AnuarioThinkEPI2007-Guallar-Prensa-digital-en-2006.pdf** [Consultado el 26/06/2011]

GUALLAR, Javier. "Prensa digital en 2007". Anuario ThinkEPI, 2008, v. 2, p. 102-108. **http://eprints.rclis.org/16288/1/anuariothinkepi08_guallar_prensa-digital-2007.pdf** [Consultado el 26/06/2011]

GUALLAR, Javier. "Prensa digital en 2008". Anuario ThinkEPI, 2009, v. 3, pp. 88-94. Disponible en: **http://eprints.rclis.org/17210/1/anuariothinkepi09_guallar_prensa-digital-2008.pdf** [Consultado el 26/06/2011]

GUALLAR, Javier. "Prensa digital en 2009". Anuario ThinkEPI, 2010, v.4, pp. 165-173. Disponible en: **http://eprints.rclis.org/18874/1/anuariothinkepi10_guallar_prensa_digital_2009.pdf** [Consultado el 28/06/2011]

GUALLAR, Javier; ABADAL, Ernest. "The digital press archives of the leading Spanish online newspapers". Information Research, 2010, v. 15, n. 1, paper 424. Disponible en: **http://informationr.net/ir/15-1/paper424.html** [Consultado el 28/06/2011]

LAMARCA LAPUENTE, María Jesús. "Hipertexto: El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen". Disponible en: **http://www.hipertexto.info/documentos/serv_internet.htm** [Consultado el 04/07/2011]

LÓPEZ AGUIRRE, José Luis. "Estudio de servicios y productos ciberdocumentales en la prensa digital mexicana". Documentación en ciencias de la información, 2009, v.32, pp. 93-132. Disponible en: **http://revistas.ucm.es/inf/02104210/articulos/DCIN0909110093A.PDF** [Consultado el 26/06/2011]

LÓPEZ. Xosé; PEREIRA, Xosé. "Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España". Santiago de Compostela. Universidade de Santiago, 2010.

MERLO VEGA, José Antonio. "Nuevas demandas y nuevos servicios en las bibliotecas públicas" I Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas. Valencia, 20, 30 y 31 de octubre de 2002. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2002, p. 174-177.

MERLO VEGA, José Antonio. "Referencia digital y servicios electrónicos de información" .2008. Disponible en: **gredos.usal.es/jspui/handle/10366/17930** [Consultado el 07/07/2011]

MERLO VEGA, José Antonio. "Servicios digitales en ámbitos bibliotecarios: tendencias y reflexiones". 2004. Disponible en: **exlibris.usal.es/merlo/escritos/pdf/anabad2004.pdf** [Consultado el 20/06/2011]

MESO, Koldo; LÓPEZ, Guillermo: ALONSO, Jaime. "Métodos de catalogación y tipología de cibermedios". Ponencia presentada en el I Colóquio Internacional Brasil – Espanha sobre Cibermeios.Faculdade de Comunicaçao da Universidade Federal da Bahia 3-7 de diciembre de 2007.

MEYER, Philip (2010) "La supervivencia en la web 3.0". Infoamérica. Iberoamerican communication review". Málaga: Catedra Unesco de la Universidad de Málaga, n.2, p. 39-57. Disponible en: **http://www.infoamerica.org/icr/num02/meyer.pdf** [Consultado el 28/06/2011]

MICÓ SANZ, Josep-Lluís; MASIP, Pere. "Recursos multimedia en los cibermedios españoles". Tripodos, 2008, n.23, pp. 89-105. Disponible en: **http://www.tripodos.com/pdf/MicoMasip.pdf24.pdf**
[Consultado el 28/06/2011]

MORRIS, M.; OGAN, C. (2002). "The Internet as mass medium". In: MCQUAIL, Denis (ed.). McQuail's Reader in Mass Communication Theory. Londres: Sage Publications.

PÉREZ LUQUE, M. J., y PEREA, M. "El reto de crear noticias online", Cuadernos de Documentación Multimedia, 1998, n.° 6-7, Universidad Complutense, Madrid. Disponible en: **http://www.ucm.es/info/multidoc/revista/cuad6-7/noticias.htm** [Consultado el 01/07/2011]

POU AMERIGO, María José. "Los titulares de prensa y los nuevos servicios de información por correo electrónico y teléfono móvil" Universidad Cardenal Herrera-CEU (Valencia).Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 2001, n.° 7: 145-157 ISSN: 1134-1629 .

ROWLEY, J. "An analysis of the e-service literature: towards a research agenda". Internet Research, 2006, 16 (3), 339-359

SALAVERRÍA, Ramón. "La investigación sobre ciberperiodismo en España: tendencias, resultados y perspectivas". En: López-García, Guillermo (de.). "Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en internet: cibermedios, confidenciales y weblogs". Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de Valencia, 2008, pp. 15-34. Disponible en:
http://www.cibermediosvalencianos.es/comloc/Salaverria.pdf
[Consultado el 28/06/2011]

SÁNCHEZ DE DIEGO FERNÁNDEZ DE LA RIVA, Manuel. "Periodismo y Sociedad de la Información. Algunas reflexiones sobre una realidad próxima en Ripoll Molines, Fernando (Coordinador) y otros autores" : "Las mil caras de la comunicación: homenaje al profesor Angel Benito". Madrid, 2001.

SOLANELLES ROJAS, María Julia. "El mercadeo y los servicios de información". 2003. Disponible en: **http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol11_4_03/aci06403.htm** [Consultado el 07/07/2011]

VARELA, Juan. "Periodismo 3.0, la socialización de la información". Revista Telos, 2005, n.65, 2ª época. Disponible en: **http://periodistas21.blogspot.com/2005/07/periodismo-30-la-socializacin-de-la.html** [Consultado el 29/06/2011]

WURFF, Richard van der; LAUF, Edmund; O'SULLIVAN, J. "Print and online newspapers in Europe. A comparative analysis in 16 countries. Amsterdam: Het Spinhuis". 2005.

Anexos

Anexo 1. Muestras completas

1.1.Muestra:Asia Pacífico

Tempo
NEWS IN A FLASH

.Anuncios o Clasificados
.Dibujos o Comics
.El tiempo
.Información corporativa

Otras formas de acceso a la información:

.Contacto mediante formulario

The World's Window on Japan
The Japan Times
ONLINE

.Anuncios o Clasificados
.Blog
.Club del libro
.Dibujos
.El tiempo
.Empleo
.Encuestas
.Estudiar en japón (guía con todas las universidades y sus características)
.FAQ's (lista de preguntas y respuestas frecuentes por parte de los usuarios y sus respuestas)
.Galería fotográfica
.Hemeroteca
.Japon Times semanal (opción que nos permite ver en un vistazo la semana en titulares)
.Mapa web
.Vida en Japón

Otras formas de acceso a la información:

.Buscador de empleo
.Búsqueda (día a día en el archivo del medio)
.Búsqueda avanzada
    por palabra clave
    por fecha de publicación
    por categorías/secciones
    por autor
    por columnas
.Contacto (mediante formulario)
.Registro
.RSS

.Suscripción a las noticias vía correo electrónico
.Suscripción

Asia Times Online
www.atimes.com

.Archivo de cartas al editor (por páginas)
.Cartas al editor
.Foro
.Hemeroteca
.Media kit
    anuncios
    estadísticas
    guía para no profesionales
    datos y encuestas de los lectores miembros
    contacto
    información del medio, corporativa
.Recomendaciones de libros

Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda
    en la web
    en la página del medio
.Conversor de divisas
.Suscripción versión online por e-mail
.The Edge, servicio aTOL, suscripción online
    posibilidad de registro para lectores en el servicio aTOL
    archivo
    suscripción
    búsqueda
    topics o temas

THE TIMES OF INDIA

.Blog
.Encuestas y sus resultados
.Fotografías
.Hemeroteca-archivos
.Horóscopo
.Información corporativa de la publicación
.Leisure (ocio): galerías fotográficas, dibujos, pasatiempos...
.Mapa web
.Noticias más leídas

.Noticias más comentadas
.Noticias más compartidas
.Ofertas en viajes y links a páginas de vuelos con precio reducido
.Times now: nos permite ver todas las novedades de la publicación en una página en multiformato o formato multimedia (contiene vídeos, fotografías, cabeceras recientes...)
.Ultimas noticias
.Versión impresa (estándar y lite) E-paper, además de poder seleccionar que publicación queremos ver y de qué ciudad o edición.
.Vídeos

Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda
.Búsqueda avanzada
    por fecha
    por publicación
    por localización en el texto (cabecera, cuerpo...)
    por sección
.Contacto (feedback) mediante un formulario
.Descarga de la publicación en versión móvil
.Live TV (Televisión en directo)
.Posibilidad de compartir a través de redes sociales
.RSS
.Suscripción

Listado general de servicios recogidos en la muestra "ASIA-PACÍFICO"

.Anuncios o Clasificados
.Archivo de cartas al editor (por páginas)
.Blog
.Cartas al editor
.Club del libro
.Dibujos o Comics
.El tiempo
.Empleo
.Encuestas y sus resultados
.Estudiar en japón (guía con todas las universidades y sus características)
.FAQ's (lista de preguntas y respuestas frecuentes por parte de los usuarios y sus respuestas)
.Foro
.Fotografías
.Galería fotográfica
.Hemeroteca-archivos
.Horóscopo
.Información corporativa de la publicación
.Japon Times semanal (opción que nos permite ver en un vistazo la semana en titulares)
.Leisure (ocio): galerías fotográficas, dibujos, pasatiempos...
.Mapa web
.Media kit
    anuncios
    estadísticas

guía para no profesionales
datos y encuestas de los lectores miembros
contacto
información del medio/corporativa
.Noticias más leídas
.Noticias más comentadas
.Noticias más compartidas
.Ofertas en viajes y links a páginas de vuelos con precio reducido
.Recomendaciones de libros
.Times now: nos permite ver todas las novedades de la publicación en una página en multiformato o formato multimedia (contiene vídeos, fotografías, cabeceras recientes...)
.Ultimas noticias
.Versión impresa (estándar y lite) E-paper, además de poder seleccionar que publicación queremos ver y de qué ciudad o edición.
.Vida en Japón
.Vídeos

Otras formas de acceso a la información:

.Buscador de empleo
.Búsqueda
en la web
en la página del medio
.Búsqueda avanzada
por fecha
por publicación
por localización en el texto (cabecera, cuerpo...)
por sección
por palabra clave
por autor
por columnas
.Contacto mediante un formulario
.Conversor de divisas
.Descarga de la publicación en versión móvil
.Live TV (Televisión en directo)
.Posibilidad de compartir a través de redes sociales
.Registro
.RSS
.Suscripción
.Suscripción versión online por e-mail
.The Edge, servicio aTOL, suscripción online
posibilidad de registro para lectores en el servicio aTOL
archivo
suscripción
búsqueda
topics o temas

1.2.Muestra: España.

EL PAÍS.com

.A fondo: personajes, artistas, empresas...
.Anuncios o Clasificados
.Archivos (gráficos, fotos, vídeos, audios, noticias)
.Archivos en PDF
.Ayuda
.Blog
.Cartelera
.Callejero
.Columnistas
.Edición impresa
.Empleo
.Empresas
.Encuestas
.En tu móvil
.Foros
.Fotografías o Galería fotográfica
.Hemeroteca edición impresa
.Horóscopos
.Hoteles
.Las frases de los lectores
.Mapa web
.Motor
.Páginas amarillas
.Podcast
.Programación TV
.Tráfico
.Vídeos

Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda
    buscar en google
    buscar en inglés
    delimitar por fecha
    por formato
    por género
    por sección
    proposición de otros términos
.Compartir en redes sociales
.Contacto
.Perfil en redes sociales
.Registro
.RSS
.Suscripción

.Anuncios o Clasificados
.Blog
.Cartelera
.Edición impresa
.Edición móvil
.El tiempo
.Esquelas
.Fotografías
.Hemeroteca
.Horóscopo
.Información corporativa
.Lotería
.Mapa web
.Motor
.Multimedia
.Museo
.Personajes
.Promociones
.Recetas
.Tarifas (por anuncios en la publicación)
.Vídeos
.Viñetas
Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda
    en ABC
    en hemeroteca en PDF
    por fecha
    por sección
    otras opciones
    acceder al gráfico
    intervalo de búsqueda
.Búsqueda avanzada
    que contenga todos los términos, alguno, la frase, que no contenga
    buscar por fecha
    buscar por formato
    otras opciones
.Compartir en redes sociales
.Contacto
.Perfil en redes sociales
.Registro
.RSS

.Al detalle

.Ayuda en la búsqueda
.Calendario
.Callejero
.Cartelera
.El tiempo
.El tráfico
.Empleo
.Encuesta y resultados
.Estrenos
.Guía de TV
.Hemeroteca
.Información corporativa
.La bolsa
.Motor
.Multimedia
.Páginas amarillas
.Sorteos
.Tendencias
.Viajes
.Vivienda

Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda
    en google
    en el mundo.es
    por fecha
    por sección
    por suplementos
.Búsqueda avanzada
    limitar fechas
    resultados
    relevancia
    ordenar por
.Compartir en redes sociales
.Contacto
.Newletter o boletín
.Perfil en redes sociales
.RSS

LA VANGUARDIA.com

.Alertas
.Anuncios papel
.Ayuda
.Blog de lectores
.Cartelera
.Clasificados

.Consultorio: todo sobre jardinería
.Edición impresa
.Ediciones locales
.Edición móvil
.El tiempo
.Empleo
.Encuesta y resultados
.Esquelas
.Formación
.Foros
.Fotografías
.Fotos Atlas
.Gráficos
.Histórico de resultados de elecciones
.La bolsa
.La nieve
.Lectores corresponsales
.Loterías del estado
.Motor
.Páginas amarillas
.Programación TV
.Versión I-pad
.Versión I-phone
.Visita guiada
.Vivienda
.Widgest aplicación que permite visualizar los contenidos de una Web en el escritorio de tu ordenador.

Otras formas de acceso a la información:

.Buscador de fallecidos (Enmemoria.com)
.Búsqueda
    por fecha
    por relevancia
.Búsqueda avanzada
    palabra exacta, frase, ninguna
    por fecha
    por autor
    por tipología
    por sección
.Comparador de seguros
.Compartir en redes sociales
.Perfil en redes sociales
.Registro
.RSS
.Suscripción

Listado global de los servicios extraídos de la muestra "España"

.A fondo: personajes, artistas, empresas...

.Alertas
.Al detalle
.Anuncios o clasificados
.Anuncios papel
.Archivos (gráficos, fotos, vídeos, audio, noticias)
.Archivos en PDF
.Ayuda
.Ayuda en la búsqueda
.Blog
.Blog de lectores
.Cartelera
.Clasificados
.Calendario
.Callejero
.Columnistas
.Consultorio: todo sobre jardinería
.Edición impresa
.Ediciones locales
.Edición móvil
.El tiempo
.El tráfico
.Empleo
.Empresas
.Encuestas y resultados
.En tu móvil
.Esquelas
.Estrenos
.Formación
.Foros
.Fotografías
.Fotos Atlas
.Gráficos
.Guía TV
.Hemeroteca
.Hemeroteca edición impresa
.Histórico de resultados de elecciones
.Horóscopos
.Hoteles
.Información corporativa
.La bolsa
.La nieve
.Las frases de los lectores
.Lectores corresponsales
.Lotería
.Mapa web
.Motor
.Multimedia
.Museo
.Páginas amarillas
.Personajes

.Podcast
.Programación TV
.Promociones
.Recetas
.Sorteos
.Tarifas (por anuncios en la publicación)
.Tendencias
.Tienda
.Tráfico
.Viajes
.Versión I-pad
.Versión I-phone
.Vídeos
.Viñetas
.Visita guiada
.Vivienda
.Widgest aplicación que permite visualizar los contenidos de una Web en el escritorio de tu ordenador.

Otras formas de acceso a la información:

.Boletines
.Buscador de fallecidos (Enmemoria.com)
.Búsqueda
- buscar en google
- buscar en inglés
- delimitar por fecha
- por formato
- por género
- por sección
- proposición de otros términos
- en ABC
- en hemeroteca en PDF
- otras opciones
- acceder al gráfico
- intervalo de búsqueda
- por suplementos
- por relevancia

.Búsqueda avanzada
- que contenga todos los términos, alguno, la frase, que no contenga
- buscar por fecha
- buscar por formato
- otras opciones
- limitar fechas
- resultados
- relevancia
- ordenar por
- por autor
- por sección

.Comparador de seguros

.Compartir en redes sociales
.Contacto
.Newsletter o boletín
.Perfil en redes sociales
.Registro
.RSS
.Suscripción

1.3.Muestra:Estados Unidos

.Acceso a versión global de la publicación
.Alertas en el móvil
.Ayuda
.Blog
.Clasificados
.Contacto
.Dibujos o Comics
.Empleo
.Eventos
.Fotografías
.Información corporativa
.La bolsa
.Lo más enviado por correo electrónico
.Lo más importante de la semana (la semana en un vistazo)
.Mapa web
.Necrológicas
.Pasatiempos, crucigramas
.Podcast
.Recomendaciones personalizadas
.Venta, información y búsqueda de automóviles
.Versión para el móvil
.Vídeos
.Visualización de la versión impresa diaria

Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda
.Búsqueda avanzada
    por fechas de publicación
    por tipo de archivos (multimedia, prensa...)
    muestra de resultados por fechas
    búsquedas relacionadas
.Compartir en redes sociales
.Descargas
.Perfil en redes sociales

.Personalización del tiempo (en base a la ciudad en la que nos encontremos)
.Registro
.RSS
.Suscripción a la versión en formato digital

NYDailyNews.com
DAILY NEWS

.Aplicación gratis para móvil
.Aplicaciones para i-Pad
.Blog
.Clasificados
.Coches
.El tiempo
.Empleo
.Eventos
.FAQ'S
.Fecha
.Fotografías
.Horóscopo
.Información corporativa
.Información de viajes
.La bolsa
.Mapa web
.Media Kit
.Newsletter
.Promociones
.Tráfico
.Versión descarga digital
.Versión móvil
.Vídeos

Otras formas de acceso a la información:

.Buscador de restaurantes de comida para llevar
.Búsqueda
.Búsqueda avanzada (refinar búsqueda)
    por fecha
    por sección
    por localización (blog, sección...)
    en otro buscador (Yahoo)
.Contacto
.Perfil en redes sociales
.Registro
.RSS

De habla latina/española:

DIARIO LAS AMÉRICAS.COM

.Consejos para el consumidor
.El tiempo
.Encuesta y resultados
.Foros de discusión
.Galería de fotografías
.Recursos para el negocio
.Versión virtual (versión digital)
.Vídeos

Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda
.Búsqueda asociada a otro buscador (Yahoo)
.Contacto
.Registro
.RSS

El Vocero Hispano

.El tiempo
.Estrenos de cine
.Fotografías
.Lo último
.Media Kit
.Vídeos

Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda
    ordenando
    cualquier palabra, todas, etc.
    lugar en el que aparece
.Contacto
.Noticias por correo electrónico
.Registro

Listado general de servicios de información recogidos en la muestra "América"

Acceso a versión global de la publicación
.Alertas en el móvil
.Aplicación gratis para móvil
.Aplicaciones para i-Pad
.Ayuda
.Blog

.Clasificados
.Coches
.Consejos para el consumidor
.Dibujos o Comics
.El tiempo
.Empleo
.Encuestas y resultados
.Estrenos de cine
.Eventos
.FAQ'S
.Fecha
.Foros de discusión
.Fotografías
.Galerías fotográficas
.Horóscopo
.Información corporativa
.Información de viajes
.La bolsa
.Lo más enviado por correo electrónico
.Lo más importante de la semana (la semana en un vistazo)
.Lo último
.Mapa web
.Media kit
.Necrológicas
.Pasatiempos, crucigramas
.Podcast
.Promociones
.Recomendaciones personalizadas
.Recursos para el negocio
.Tráfico
.Venta, información y búsqueda de automóviles
.Versión descarga digital
.Versión para el móvil
.Versión virtual (versión digital)
.Vídeos
.Visualización de la versión impresa diaria

Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda
    ordenando
    cualquier palabra, todas, etc.
    lugar en el que aparece
.Buscador de restaurantes
.Búsqueda asociada a otro buscador (Yahoo)
.Búsqueda avanzada
    por fechas de publicación
    por tipo de archivos (multimedia, prensa...)
    muestra de resultados por fechas
    búsquedas relacionadas

.Compartir en redes sociales
.Contacto
.Descargas
.Newsletter/Noticias por correo electrónico
.Registro
.RSS
.Suscripción a la versión en formato digital

1.4.Muestra: Latinoamérica

EL MERCURIO

*Necesita registro previo

.Ayuda
.Defunciones
.Edición online
.Ediciones pasadas
.El tiempo
.Empleo
.Encuestas
.Foros
.La bolsa
.Mapas
.Tráfico

Otras formas de acceso a la información:

.Buscador
    por noticias
    multimedia
    filtrar por fecha
    filtrar por sección
    filtrar por personas más mencionadas
    filtrar por empresas más mencionadas
    filtrar por lugares

Buenos Aires Herald
A WORLD OF INFORMATION IN A FEW WORDS

.Comics
.Ediciones anteriores
.El tiempo
.Guioteca: ¿qué quieres saber?
.Horóscopo
.Mida la velocidad de su conexión

.Tráfico

Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda de noticias
.RSS

Clarín.com

.Archivo
.Ayuda
.Blogs
.Cartelera
.Ediciones anteriores
.Edición impresa
.El tiempo
.Goles
.Hora
.Horóscopo
.Información corporativa
.Mapa web
.SMS
.Tema del día
.Temperatura
.Tráfico
.Vía resto (información de restaurantes)

Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda
    por fecha
    por tipo
    por sección
.Perfil en redes sociales
.RSS

elpueblo.COM
La noticia como es...

.Blogs
.Cartas al pueblo
.Clasificados
.Edición impresa
.El pueblo TV
.Hemeroteca
.Horóscopo

.Información corporativa
.Obituario

Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda
    por fecha
.Perfil en facebook
.RSS

Listado global de servicios de la muestra “Latinoamérica”

.Archivo
.Ayuda
.Blogs
.Cartas al pueblo
.Cartelera
.Clasificados
.Comics
.Ediciones anteriores
.Edición impresa
.Edición online
.El pueblo TV
.El tiempo
.Empleo
.Encuestas y resultados
.Foros
.Goles
.Guioteca: ¿qué quieres saber?
.Hemeroteca
.Hora
.Horóscopo
.Información corporativa
.La bolsa
.Mapas
.Mapa web
.Mida la velocidad de su conexión
.Obituario
.SMS
.Tema del día
.Temperatura
.Tráfico
.Vía resto (información de restaurantes)

Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda
    por fecha
    por tipo
    por sección

multimedia
por personas más mencionadas
por empresas más mencionadas
por lugares
.Búsqueda de noticias
.Perfil en redes sociales
.RSS

1.5.Muestra: Portugal

.Anunciar en línea
.Anuncios o Clasificados (empleo, viviendo, automóviles...)
.Cartelera
.Contacto
.Edición impresa
.Empleo
.Encuestas y resultados
.El día en imágenes
.El tiempo
.Exclusivos en papel (noticias que solo aparecen en esta versión)
.Formación
.Fotografías o Galería fotográfica
.Frase del día
.Hora
.Infografías
.Información corporativa
.La bolsa
.Multimedia
.Promociones
.Servicios móviles (alertas sms)
.Vídeos

Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda
.Búsqueda y mapa con las muertes violentas en el país
por año
por edad
por mes
por sexo
por distrito
búsqueda libre
.Compartir en redes sociales
.Newsletter/boletín
.Perfil en redes sociales
.Posibilidad de comentar y puntuar las noticias

.Registro
.RSS

.Agenda cultural
.Anuncios o Clasificados
.Blog
.Contacto
.Dibujos o comics
.El tiempo
.Encuestas y resultados
.Infografías
.Multimedia
.Versión i-phone
.Versión móvil
.Vídeos

Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda
.Perfil en redes sociales
.RSS

.Anuncios o Clasificados (Empleo, vivienda, automóviles...)
.Cartelera
.Contacto
.Edición impresa
.El tiempo
.Farmacias
.Horóscopo
.Información corporativa
.Multimedia
.Versión móvil
.Vídeos liga

Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda
- por fecha
- por categoria
- por personas
- por organizaciones

por topics
por lugares
por tags (etiquetas)
.Perfil en redes sociales
.Registro
.RSS

Diário de Coimbra

.Clasificados
.Contacto por correo electrónico
.El tiempo
.Foros
.Fotos del lector
.Información corporativa
.Link
.Mapa web
.Promociones

Otras formas de acceso a la información:

.Busqueda
publicación
fecha (hoy, hace una semana, de...)
.Perfil en redes sociales
.RSS

Listado global de servicios recogidos en la muestra “Portugal”

.Agenda cultural
.Anunciar en línea
.Anuncios o Clasificados (empleo, viviendo, automóviles...)
.Blog
.Cartelera
.Dibujos o Comics
.Edición impresa
.Empleo
.Encuestas y resultados
.El día en imágenes
.El tiempo
.Exclusivos en papel (noticias que solo aparecen en esta versión)
.Farmacias
.Formación
.Foros
.Fotografías o Galería fotográfica
.Fotos del lector
.Frase del día
.Hora

.Horóscopo
.Infografías
.Información corporativa
.La bolsa
.Link
.Multimedia
.Promociones
.Servicios móviles (alertas sms)
.Versión i-phone
.Versión móvil
.Vídeos
.Vídeos liga

Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda
.Búsqueda y mapa con las muertes violentas en el país
    por año
    por edad
    por mes
    por sexo
    por distrito
    búsqueda libre
.Búsqueda avanzada
    por fecha
    por categoria
    por personas
    por organizaciones
    por topics
    por lugares
    por tags (etiquetas)
    publicación
    fecha (hoy, hace una semana, de...)
.Compartir en redes sociales
.Contacto
.Newsletter/boletín
.Perfil en redes sociales
.Posibilidad de comentar y puntuar las noticias
.Registro
.RSS

1.6.Muestra: Reino Unido e Irlanda del norte

.Automóviles
.Empleo

.FAQ'S
.Fotografías o Galería fotográfica
.Guía de aplicaciones de The Sunday Times
.Guía interactiva de vídeos y eventos
.Información corporativa
.La habitación de lectura: imágenes gratuítas de la mejor prosa
.Lista de sentenciados
.Link a titulares más destacados
.Lo más popular (lo más leído, lo más comentado y vídeos)
.Mapa web
.Noticias de ultimo minuto
.Vacaciones
.Vídeos
.Vivienda

Otras formas de acceso a la información:

.Búsqueda
    refinar búsqueda por fecha
    por publicación
    por periodista
    por sección
    por contenido
.Contacto
.Newsletter o Boletín informativo vía correo electrónico
.Opción de compartir en redes sociales
.Perfil en redes sociales
.Registro
.RSS

.Ayuda y preferencias
.Blog
.Edición móvil
.Empleo
.Fotografías o Galería fotográfica
.Grupos
.Mapa web
.Vídeos

Otras formas de acceso a la información:

.Buscador de bolsa/finanzas
.Búsqueda
    por edición
    por categorías

por año
los más buscados
.Contacto
.Descuentos en entradas
.Newsletter o Boletín de noticias (alerta de noticias)
.Registro
.RSS

Mirror
Mon 11th Jul 2011 2:16am

.Aplicaciones para i-phone
.Blog
.Citas
.Cotilleos
.Dibujos o Comics
.Empleo
.Entradas
.Fotografías
.Información corporativa
.Mapa web
.Negocios locales
.Tiempo
.Ultimas noticias
.Vídeos
.Vivienda

Otras formas de acceso a la información:
.Búsqueda
.Etiquetas
.Registro
.RSS
.Suscripción a papel

THE IRISH NEWS
online

.Ayuda
.FAQ'S
.Información corporativa
.Media pack (posibilidad de descarga)
.Versión digital

Otras formas de acceso a la información:

.Contacto
.Registro
.Suscripción

Listado global de servicios de la muestra "Reino Unido e Irlanda del norte"

.Aplicaciones para i-phone
.Automóviles
.Ayuda
.Ayuda y preferencias
.Blog
.Citas
.Contacto
.Cotilleos
.Dibujos o Comics
.Edición móvil
.Empleo
.FAQ'S
.Fotografías o Galería fotográfica
.Guía de aplicaciones de The Sunday Times
.Guía interactiva de vídeos y eventos
.Información corporativa
.La habitación de lectura: imágenes gratuítas de la mejor prosa
.Lista de sentenciados
.Link a titulares más destacados
.Lo más popular (lo más leído, lo más comentado y vídeos)
.Mapa web
.Media pack (posibilidad de descarga)
.Negocios locales
.Noticias de ultimo minuto
.Tiempo
.Ultimas noticias
.Vacaciones
.Versión digital
.Vídeos
.Vivienda

Otras formas de acceso a la información:

.Buscador de bolsa/finanzas
.Búsqueda
.Búsqueda
    refinar búsqueda por fecha
    por publicación
    por periodista
    por sección
    por contenido
    los más buscados
.Etiquetas
.Newsletter o Boletín informativo vía correo electrónico
.Opción de compartir en redes sociales
.Perfil en redes sociales
.Registro
.RSS

.Suscripción
.Suscripción a papel

Anexo 2. Listado general de la muestra extraída

Servicios de información y otras formas de acceso a la información, por orden alfabético, extraídos de las muestras.

.A fondo: personajes, artistas, empresas...
.Acceso a versión global de la publicación
.Acceso desde redes sociales
.Agencias
.Agenda cultural
.Al detalle
.Alertas en el móvil
.Anuncios papel
.Archivo
.Archivo de cartas al editor (por páginas)
.Archivos en PDF
.Ayuda
.Ayuda y preferencias
.Blog
.Blog de los lectores
.Boletines
.Buscador de bolsa/finanzas
.Buscador de fallecidos (Enmemoria.com)
.Búsqueda
.Búsqueda avanzada (no sé si debo incluir todas las variables que se encuentran)
- por palabra clave
- por fecha de publicación
- por categorías/secciones
- por autor
- por columnas
- por fecha
- por publicación
- por localización en el texto (cabecera, cuerpo...)
- por sección
- por tipo de archivos (multimedia, prensa...)
- búsquedas relacionadas
- cualquier palabra, todas, etc.
- lugar en el que aparece
- por edad
- por mes
- por sexo
- por distrito
- búsqueda libre
- por personas
- por organizaciones
- por topics
- por lugares
- por tags (etiquetas)buscar en google
- buscar en inglés
- proposición de otros términos
- en hemeroteca en PDF
- otras opciones

acceder al gráfico
que contenga todos los términos, alguno, la frase, que no contenga
en google
por suplementos
por noticias
multimedia
filtrar por personas más mencionadas
filtrar por empresas más mencionadas
los más buscados

.Búsqueda y mapa con las muertes violentas en el país
.Cartas al editor
.Cartas al pueblo
.Cartelera
.Cine on-line
.Citas
.Clasificados
.Columnistas
.Comics
.Comparador de seguros
.Consejos para el consumidor
.Consultorio: todo sobre jardinería
.Contacto mediante formulario
.Contratar
.Cotilleos
.Debate/encuesta y resultados
.Ediciones locales
.Ediciones pasadas
.El pueblo TV
.El tiempo
.Empleo
.Empresas
.Encuestas y resultados
.Especial Zamora fútbol club
.Estrenos
.Estudiar en japón (guía con todas las universidades y sus características)
.Eventos
.Exclusivos en papel (noticias que solo aparecen en esta versión)
.Farmacias
.FAQ's (lista de preguntas y respuestas frecuentes por parte de los usuarios y sus respuestas)
.Frase del día
.Formación
.Foro
.Foro de Semana Santa
.Fotografías
.Fotos Atlas (agencia)
.Fotos del lector
.Galería fotográfica
.Goles
.Gráficos
.Grupos

.Guía de aplicaciones de The Sunday Times
.Guía interactiva de vídeos y eventos
.Guías locales: guías, salud, coches, información general
.Guioteca: ¿qué quieres saber?
.Hemeroteca
.Hemeroteca edición impresa
.Histórico de resultados de elecciones
.Hora
.Horóscopo
.Hoteles
.El día en imágenes
.Imagen del día
.Infografías
.Información corporativa
.Inicio desde Facebook
.Introducir marcador (guardar página en marcadores)
.I-pad
.I-phone
.Japon Times semanal (opción que nos permite ver en un vistazo la semana en titulares)
.La bolsa
.La habitación de lectura: imágenes gratuítas de la mejor prosa
.La nieve
.Las frases de los lectores
.Lectores corresponsales
.Leisure (ocio): galerías fotográficas, dibujos, pasatiempos...
.Links
.Link a titulares más destacados
.Lista de sentenciados
.Live TV (Televisión en directo)
.Lo más importante de la semana (la semana en un vistazo)
.Lo más enviado por correo electrónico
.Los titulares en su correo electrónico
.Loterías
.Mapas
.Mapa web
.Media kit
    anuncios
    estadísticas
    guía para no profesionales
    datos y encuestas de los lectores miembros
    contacto
    información del medio/corporativa
.Media pack (posibilidad de descarga) The Irish news
.Mida la velocidad de su conexión
.Mudanzas
.Museo
.Necrológicas
.Negocios locales
.Newsletter
.Noticias más comentadas

.Noticias más compartidas
.Noticias más leídas
.Noticias por correo electrónico
.Nube de tags
.Ofertas en viajes y links a páginas de vuelos con precio reducido
.Páginas amarillas
.Participa
.Pasatiempos, crucigramas
.Personajes
.Personalización del tiempo (en base a la ciudad en la que nos encontremos)
.Posibilidad de comentar y puntuar las noticias
.Posibilidad de compartir a través de redes sociales
.Podcast
.Promociones
.Pueblos en fiesta
.Recetas
.Recomendaciones de libros
.Recomendaciones personalizadas
.Recomiéndanos
.Recursos para el negocio
.Reformas
.Regalar hemeroteca
.Registro
.Servicios móviles (alertas sms)
.Sindicación RSS
.SMS
.Sorteos Sms
.Suscripción
.Suscripción a papel
.Suscripción a las noticias vía correo electrónico
.Suscripción versión online por e-mail
.Suscripción a la versión en formato digital
.Tarifas
.The Edge, servicio aTOL, suscripción online
    posibilidad de registro para lectores en el servicio aTOL
    archivo
    suscripción
    búsqueda
    topics/temas
.Teléfonos de interés
.Tema del día
.Temperatura
.Tendencias
.Tienda
    servicio al cliente
.Tienda aTOL
.Tienda de libros
.Times now: nos permite ver todas las novedades de la publicación en una página en multiformato o formato multimedia (contiene vídeos, fotografías, cabeceras recientes...)
.Topics o temáticas

.Trabaja con nosotros
.Ultimas noticias
.Vacaciones
.Venta, información y búsqueda de automóviles
.Versión impresa (estándar y lite) E-paper, además de poder seleccionar que publicación queremos ver y de qué ciudad o edición.
.Versión para el móvil
.Versión i-phone
.Viajes
.Vía resto (información de restaurantes)
.Vida en Japón
.Vídeos
.Vídeos liga
.Visita guiada
.Visualización de la versión impresa diaria
.Vivienda
.Widgest (incluye de manera gratuita la ultima hora y los servicios de Elpais.com en tu blog o página personal)
.Zamoranos en el mundo

Anexo 3. Clasificación por servicios de similares características

Archivo: en este apartado mostramos todos aquellos servicios relacionados con el almacenamiento en texto.
.Archivo
.Archivo de cartas al editor (por páginas)
.Archivos en PDF
.Hemeroteca
.Hemeroteca edición impresa
.Histórico de resultados de elecciones

Audiovisuales: Imagen y audio. Almacenamiento de imágenes, audio y audiovisuales. Facilitan el acceso a información periodística digital atemporal mediante la selección, almacenamiento, organización y recuperación de información periodística digital de diverso formato y procedencia.

.Fotografías
.Fotos Atlas (agencia)
.Fotos del lector
.Galería fotográfica
.Gráficos
.Guía interactiva de vídeos y eventos
.El día en imágenes
.Imagen del día
.Infografías
.La habitación de lectura: imágenes gratuitas de la mejor prosa.Leisure (ocio): galerías fotográficas, dibujos, pasatiempos...
.Mapas
.Podcast
.Times now: nos permite ver todas las novedades de la publicación en una página en multiformato o formato multimedia (contiene vídeos, fotografías, cabeceras recientes...)
.Vídeos
.Vídeos liga

Información social o cultural.

.A fondo: personajes, artistas, empresas...
.Agenda cultural
.Cartelera
.Cine on-line
.Club del libro
.Estrenos
.Eventos
.Museos
.Personajes
.Pueblos en fiesta
.Recomendaciones de libros
.Tendencias
.Viajes
.Vida en Japón
Información de la propia web.

.Ayuda
.Ayuda y preferencias
.Columnistas
.Encuestas y resultados
.FAQ's (lista de preguntas y respuestas frecuentes por parte de los usuarios y sus respuestas)
.Guía de aplicaciones de The Sunday Times
.Hora
.Información corporativa
.Mapa web
.Recomendaciones personalizadas
.Recomiéndanos
.Servicios móviles (alertas sms)
.Tarifas
.Visita guiada

Información creada por usuarios. Participación por parte de los lectores. Intertactividad.

.Blog
.Blog de los lectores
.Cartas al editor
.Cartas al pueblo
.Foro
.Foro de Semana Santa
.Las frases de los lectores
.Lectores corresponsales
.Zamoranos en el mundo

Información periodística.
.Al detalle
.Debate/encuesta y resultados
.Ediciones locales
.Ediciones pasadas
.Especial Zamora fútbol club
.Exclusivos en papel (noticias que solo aparecen en esta versión)
.Japon Times semanal (opción que nos permite ver en un vistazo la semana en titulares)
.Links
.Link a titulares más destacados
.Lo más importante de la semana (la semana en un vistazo)
.Lo más enviado por correo electrónico
.Noticias más comentadas
.Noticias más compartidas
.Noticias más leídas
.Tema del día
.Topics o temáticas
.Ultimas noticias

Información social (Información de interés para el ciudadano)

.Agencias
.Anuncios papel

.Clasificados
.Comparador de seguros
.Consejos para el consumidor
.Consultorio: todo sobre jardinería
.El tiempo
.Empleo
.Empresas
.Estudiar en japón (guía con todas las universidades y sus características)
.Farmacias
.Formación
.Guías locales: guías, salud, coches, información general
.Guioteca: ¿qué quieres saber?
.Hoteles
.La bolsa
.La nieve
.Loterías
.Media kit
    anuncios
    estadísticas
    guía para no profesionales
    datos y encuestas de los lectores miembros
    contacto
    información del medio/corporativa
.Media pack (posibilidad de descarga) The Irish news
.Mida la velocidad de su conexión
.Mudanzas
.Necrológicas
.Negocios locales
.Ofertas en viajes y links a páginas de vuelos con precio reducido
.Páginas amarillas
.Promociones
.Recetas
.Recursos para el negocio
.Reformas
.Teléfonos de interés
.Temperatura
.Vacaciones
.Venta, información y búsqueda de automóviles
.Vía resto (información de restaurantes)
.Vivienda

Otras formas de acceso a la información. Aunque no se consideran servicios de información como tales, reservamos un apartado para los siguiente servicios que se establecen como paso intermedio hacia la información o como manera de acceso a ella. Nos permiten localizar de manera eficaz y limitada (en base a diferentes criterios) la información.

.Buscador de bolsa/finanzas
.Buscador de fallecidos (Enmemoria.com)
.Búsqueda avanzada (no sé si debo incluir todas las variables que se encuentran)

por palabra clave
por fecha de publicación
por categorías/secciones
por autor
por columnas
por fecha
por publicación
por localización en el texto (cabecera, cuerpo...)
por sección
por tipo de archivos (multimedia, prensa...)
búsquedas relacionadas
cualquier palabra, todas, etc.
lugar en el que aparece
por edad
por mes
por sexo
por distrito
búsqueda libre
por personas
por organizaciones
por topics
por lugares
por tags (etiquetas)buscar en google
buscar en inglés
proposición de otros términos
en hemeroteca en PDF
otras opciones
acceder al gráfico
que contenga todos los términos, alguno, la frase, que no contenga
en google
por suplementos
por noticias
multimedia
filtrar por personas más mencionadas
filtrar por empresas más mencionadas
los más buscados

.Búsqueda y mapa con las muertes violentas en el país
.Etiquetas
.Nubes de tags
.Sindicación RSS

Otras versiones (Información en otros formatos).

.Alertas en el móvil
.Acceso a versión global de la publicación
.Acceso desde redes sociales
.Aplicaciones para móviles
.Aplicaciones para i-phone
.Boletines
.Newsletter

.Noticias por correo electrónico
.Versión impresa (estándar y lite) E-paper, además de poder seleccionar que publicación queremos ver y de qué ciudad o edición.
.Versión para el móvil
.Versión i-phone
.Visualización de la versión impresa diaria
.Widgest (incluye de manera gratuita la ultima hora y los servicios de Elpais.com en tu blog o página personal)

Otras informaciones.

.Citas
.Comics
.Cotilleos
.Cumpleaños
.Frase del día
.Goles
.Horóscopo
.Lista de sentenciados

Anexo 4. Relación de periódicos digitales y URL'S

Relación de los periódicos digitales seleccionados para el estudio y sus URL'S, ordenados alfabéticamente.

ABC: http://www.abc.es/

Asia Times: http://www.atimes.com/

Buenos Aires Herald: http://www.buenosairesherald.com/

Clarín: http://www.clarin.com/

Correio da manha: http://www.cmjornal.xl.pt/

Daily Mirror: http://www.mirror.co.uk/

Diarío de América: http://www.diariodeamerica.com/

Diario de Coimbra: http://www.diariocoimbra.pt/

El mercurio: http://diario.elmercurio.com/2011/01/23/_portada/index.htm

El mundo: http://www.elmundo.es/

El país: http://www.elpais.es/

El pueblo: http://www.elpueblo.com/

El vocero hispano: http://www.elvocerous.com/

Jornal de noticias: http://www.jn.pt/paginainicial/

La vanguardia: http://www.lavanguardia.com/

New York Daily News: http://www.nydailynews.com/index.html

Público: http://www.publico.pt/

Tempo: http://www.tempo.com.ph/

Times of India: http://timesofindia.indiatimes.com/

The Irish News: http://www.irishnews.com/

The Japan Times: http://www.japantimes.co.jp/

The New York Times: http://www.nytimes.com/

The Sun: http://www.thesun.co.uk/sol/homepage/

The Sunday Times: http://www.thesundaytimes.co.uk/sto/