

4.6.3.3. Calendaris i agendes

La manca de limitacions quant a espai físic en les edicions digitals els permet desenvolupar productes per difondre informació sobre espectacles i altres esdeveniments culturals amb un abast temporal que va més enllà de l'habitual cartellera o agenda del dia que solen oferir les edicions impreses. Aquestes fonts constitueixen veritables agendes d'activitats. Tot seguit es mostren alguns dels exemples més representatius.

The Times compta amb un detallat calendari esportiu de l'any (imatge 34). La consulta es realitza mitjançant *browsing*. Els esdeveniments estan classificats per mesos i dins d'aquests per esports. Cada activitat es descriu indicant el dia de celebració, el nom i la ciutat on tindrà lloc. Tot i que els calendaris esportius són força habituals, el del rotatiu britànic és un dels més complets.

Imatge 34. Calendari esportiu del diari *The Times*



Per la seva especialització destaca la completa agenda d'exposicions del diari argentí *La Nación* (imatge 35), que recull informació sobre les mostres artístiques que poden

visitar-se en els museus de la capital en el mes en curs i en el següent. Cada ítem està perfectament descrit: títol de l'exposició, museu que l'acull, adreça, horari de visita, data de cloenda i preu.

Tot i l'interès per als lectors i la riquesa informativa d'aquestes fonts, analitzades des d'un punt de vista documental són poc eficients i tècnicament no estan ben resoltes. A pesar de la seva naturalesa digital, no només no superen les seves equivalents en paper, sinó que a més, compten amb la dificultat de la lectura a través de la pantalla de l'ordinador.

Imatge 35. Part de l'agenda d'exposicions de *La Nación*

MUSEOS ^{del} ABRIL / MAYO ^{del}	
MUSEO DE ARTE MODERNO	
Avda. San Juan 350, Capital Federal, Argentina. Tel. 4361-1121 Martes a Viernes de 10 a 20 hs.; Sábados, Domingos y Feriados de 11 a 20 hs.	
Desde el 14 de Marzo Entrada \$1.	ANTONIO SEGUÍ, OBRA GRÁFICA
MUSEO NACIONAL DE BELLAS ARTES	
Avda. del Libertador 1473, Capital Federal, Argentina. Tel. 4803-0802 Martes a Viernes de 12,30 a 19,30; Sábados y Domingos, de 9,30 a 19,30 . Gratis .	
Desde el 15 de Marzo	OBRAS DE CARLO CARRÁ ARQUITECTURA VENECIANA CONTEMPORÁNEA MILDRED BURTON, DIBUJOS PROYECTOS DE CALATRAVA , GERHY Y OTROS

Al marge d'aquests productes, no massa elaborats, n'hi ha d'altres que destaquen per la seva riquesa i versatilitat. Un excel·lent exemple l'ofereix el nord-americà *Philadelphia Inquirer* (imatges 36 i 37). El seu exhaustiu calendari de cites culturals, suportat per una base de dades, recull informació local des de l'any 1999 fins el 2008. La consulta es pot realitzar mitjançant *browsing*, o bé a partir d'un sistema de cerca per paraula clau on pot

delimitar-se per tipus d'esdeveniment, disposa de vint categories possibles que abasten tot tipus d'activitats: socials, culturals, religioses, científiques; així com pel dia en què tindrà lloc.

Cada esdeveniment o activitat és descrita minuciosament: nom, comentari descriptiu, data, categories temàtiques assignades, adreces web on aconseguir més informació, i l'adreça i el telèfon de l'espai on es durà a terme. Com a informació complementària hi ha la possibilitat de sol·licitar un plànol per accedir-hi. Es tracta d'un producte d'informació molt ben elaborat, en la línia dels que ofereix aquest diari, que potencia serveis d'informació local de gran utilitat.

Imatge 36. Servei de calendari d'esdeveniments del diari *Philadelphia Inquirer*

The screenshot shows a web interface for the Philadelphia Inquirer's calendar service. On the left, there is a calendar for April 2001 with a navigation bar below it containing 'Apr', '2001', and 'Go!'. Below the calendar are icons for a calendar and a computer, and buttons for 'Wall' and 'Search'. On the right, there are navigation links: 'Today | [this week](#) | [this weekend](#) | [this month](#) | [All Current](#) | [Past Events](#)'. Below these links is the heading 'This week's events:' followed by a yellow bar for 'Sunday 4/1/2001'. The list of events includes:

- all day [Alice Neel 1900-1994](#) (Arts & Culture)
- all day [3D Theater at The Franklin Institute](#) (Education, Kids & Family, Miscellaneous, Recreation, Technology)
- all day [Bill Home: The Jews on South Philadelphia](#) (Arts & Culture, Current Events & Issues)
- all day ["Amazon" in The Tuttleman IMAX Theater](#) (Education, Kids & Family, Miscellaneous, Recreation)
- all day [Boyz at The Franklin Institute](#) (Education, Kids & Family, Miscellaneous, Recreation)
- all day ["Kid Culture" in the Tuttleman IMAX Theater](#) (Education, Kids & Family, Miscellaneous, Nightlife, Recreation)
- all day [Movie Listings](#) (Recreation)
- 9:00a [15th Annual Black Splendor Weekend #1 ONE](#)
- 9:16a [Stones in Chester County: The Story of 19th Century Farming](#) (Arts & Culture)
- 8:30a [Worship Service](#) (Religious)

 A 'more...' link is visible at the bottom of the event list.

Imatge 37. Sistema de cerca i exemple de registre del calendari del *Philadelphia Inquirer*

The screenshot shows the search interface and a search result. On the left, the search form includes:

- 'Search for:' followed by an empty text input field.
- 'in these categories:' followed by a dropdown menu set to 'all'.
- 'and happening:' followed by a dropdown menu set to 'tomorrow'.
- A 'Search!' button.
- Below the form are icons for a calendar and a computer, and buttons for 'Wall' and 'Desk'.

 On the right, there are navigation links: 'Today | [this week](#) | [this weekend](#) | [this month](#) | [All Current](#) | [Past Events](#)'. Below these is the search result for 'Alice Neel 1900-1994'. The result includes:

- The full title: 'Alice Neel 1900-1994'.
- A brief description: 'The first full-scale examination of her inspiring and provocative life and work happening:'.
- The date range: 'From Sunday, February 18, 2001 through Sunday, April 15, 2001'.
- The category: 'Arts & Culture'.
- A note: 'more information:'.
- 'Related Web site:' followed by 'where:'.
- The location: 'Philadelphia Museum of Art'.
- The address: 'Benjamin Franklin Parkway at 26th Street, Philadelphia PA 19130'.
- Contact information: 'telephone 215.763.8100 for additional information about Philadelphia Museum of Art:'.
- Links: '[Give Me A Map](#)' and '[Give Me Driving Directions](#)'.

4.6.3.4. Catàlegs

Amb el mateix esperit de servei i utilitat amb què es creen guies i directoris, anuaris o calendaris, les edicions digitals ofereixen altres tipus de fonts de referència. Així, per exemple, l'argentí *La Nación* manté un actualitzat catàleg comercial de vehicles que pretén ajudar en la seva elecció els possibles compradors (imatge 38). L'avantatge de l'eina ve donada pel fet que tota la informació es troba emmagatzemada en una base de dades que permet fer cerques perfilant tot un seguit d'elements: marca, model, cilindrada, preu, o tipus de combustible. Fet que facilita la tasca de comparar les prestacions dels diferents vehicles.

Imatge 38. Sistema de cerca en el catàleg de vehicles del diari *La Nación*

Buscar y Comparar

El Catálogo se actualiza permanentemente y contiene 993 versiones de vehículos, 30 terminales e importadoras y 1436 concesionarios.
Se pueden seleccionar más de un modelo, cilindrada y tipo de vehículo presionando la tecla [Ctrl] + Mouse en los campos correspondientes.

MARCA - MODELO

Todos
Alfa Romeo 145
Alfa Romeo 146
Alfa Romeo 156
Alfa Romeo 166

CILINDRADA

Todos
1.0
1.1
1.2
1.3

PRECIO

Desde: Todos Hasta: Sin límite

CAJA

Manual Automático

COMBUSTIBLE

Nafta Diesel

TIPO DE VEHICULO

Todos
3 Puertas
4x4
5 Puertas
Cabriolet
Camión

ORDENADO POR

Marca Precio

4.7. SERVEIS I SISTEMES D'ACCÉS A INFORMACIÓ DE PREMSA ALTRES QUE ELS DIARIS

Internet ha ampliat les expectatives per a la creació de negocis. Com a empreses de comunicació els mitjans han posat en marxa projectes a la Xarxa, l'èxit dels quals, depèn en gran mesura dels SVA que ofereixin a un públic desitjós de serveis útils, novedosos i atractius. Fruit de l'interès que desperta en els ciutadans en general allò que s'emet o es publica en els mitjans, com de la necessitat que tenen molts sectors professionals de seguir el pols a l'actualitat, han aparegut a la Xarxa iniciatives, paral·leles als propis mitjans, que desenvolupen SVA per accedir a notícies corrents i retrospectives. Algunes són del tot noves, d'altres responen a l'aprofitament dels avantatges de la Xarxa, per part d'empreses que anteriorment estaven vinculades a la informació d'actualitat, com és el cas de les agències de notícies.

Quan es consulta un mitjà concret a Internet, un diari digital, per exemple, és té accés a la informació que produeix i, en el millor dels casos, a les notícies aparegudes en les publicacions del mateix grup editorial. La nombrosa quantitat de diaris que hi ha en l'actualitat dificulta i alenteix la tasca de seguiment que han de portar a terme alguns professionals. Per resoldre el problema s'estan creant sistemes que ofereixen SVA, l'objectiu principal dels quals és oferir fonts col·lectives que, reunint en una eina única els continguts de diversos mitjans, permetin a l'usuari abastar de forma ràpida un ampli ventall de publicacions. Aquests serveis resulten de gran utilitat, no sols per satisfer necessitats professionals, sinó també per a qualsevol persona que vulgui mantenir-se informada de forma plural. La gratuïtat d'aquests serveis sovint depèn del grau de valor afegit que proporcionen.

En el present apartat es pretén donar una visió general de les diferents possibilitats que, no provenint directament dels rotatius, permeten accedir a notícies publicades pels diaris. No es persegueix l'exhaustivitat quant a la descripció de recursos, això és del tot impossible donat el volum d'iniciatives existents a la Xarxa, però sí es destacaran alguns dels principals canals, gratuïts o de pagament, a través dels quals es pot accedir a notícies.

Per tal de sistematitzar aquesta revisió es distingirà entre els serveis d'informació corrent i els sistemes d'accés a fons retrospectives:

4.7.1. Accés a informació corrent

4.7.1.1. Agències de notícies

Les agències són una de les fonts de notícies més importants en el context d'Internet. Són un dels casos més emblemàtics d'empreses que han aprofitat la nova plataforma digital per augmentar el valor afegit i diversificar els seus serveis. S'han convertit en veritables capdavanters pel que fa al subministrament de continguts a través de la Xarxa perquè compten amb la capacitat de proporcionar-los en temps real gràcies als avenços tecnològics i, sobretot, a les seves xarxes de corresponsals.

Inicialment, com passà a altres mitjans, van veure Internet com un seriós competidor, però ben aviat van observar les oportunitats de negoci que se'ls obrien si creaven productes adaptats al nou context.

En l'actualitat les agències comercialitzen productes personalitzats, classificats pel seu interès temàtic o geogràfic, informació de naturalesa multimèdia, vénen l'ús de les informacions a les redaccions dels mitjans, així com els drets de la seva publicació automàtica en recursos digitals com ara portals, webs corporatives, institucionals, etc. Els seus productes es concreten, per exemple en:

- *Tickers*. Es tracta d'un servei que consisteix a subministrar informació textual a través de petites finestres que el client incorpora en el seu ordinador. D'aquesta manera les notícies que es van produint arriben de forma immediata i són llegides al moment per l'usuari. Normalment les agències tenen una variada oferta de *tickers* sobre múltiples temàtiques i n'hi ha que fins i tot es poden adaptar a necessitats informatives específiques.
- Diaris digitals. Les pròpies agències subministren a particulars i empreses productes informatius elaborats similars als diaris. Els portals, per exemple, els utilitzen com a

productes acabats, mentre que la premsa i altres mitjans de comunicació els reutilitzen per elaborar les seves informacions.

- Difusió personalitzada. Consisteix en la distribució a través del correu electrònic de butlletins informatius estàndard.
- Difusió selectiva d'informació (DSI). Es tracta de comercialitzar i distribuir a través d'Internet dossiers temàtics creats per la pròpia agència.
- Accés a informacions retrospectives. Les agències comercialitzen la informació continguda en els seus arxius de notícies o arxius fotogràfics.

Aquesta nova oferta de serveis i productes ha permès a les agències incrementar el nombre de clients. A més dels mitjans de comunicació tradicionals s'hi han afegit altres actors de la comunicació digital, empreses, institucions i altres grups sense tradició editorial però que creen instruments de comunicació i, per tant, constitueixen clients potencials de les agències.

Un bon exemple dels actuals serveis en línia de les grans agències internacionals el constitueix Reuters, la seva descripció té l'objectiu de mostrar un model del nivell d'oferta de serveis.

Reuters ofereix una gran varietat de serveis majoritàriament de pagament. A través del seu producte més emblemàtic, *World News Service*, subministra notícies de tot el món durant les 24 hores. Fa arribar als seus clients unes 600 diàriament, sobre temes com: política, societat, ciència, esports o economia. A través del *Spanish Language Service*, derivat de l'anterior, pot subministrar entre 250-300 notícies diàries en castellà gràcies a la seva xarxa de corresponents de parla hispana a Espanya i Amèrica Llatina. L'agència compta amb d'altres serveis, com el *News Picture*, que proporciona informació gràfica gràcies al flux constant de fotografies que rep via satèl·lit. *News Graphics* està concebut per proveir d'infografies sobre temes d'actualitat. *TV Reuters* distribueix notícies en format vídeo. Reuters també disposa de serveis especialitzats adreçats al sector econòmic i financer com subministrament d'estudis de mercat, prospectives, etc. així com un servei de consultoria per a empreses i portals corporatius. Tot aquest cabal

informatiu genera, evidentment, un enorme volum de notícies que es van acumulant, d'aquí que, a més dels serveis d'accés a informació diària, les agències s'hagin preocupat de generar i gestionar els seus arxius retrospectius, dels quals ens ocuparem més endavant.

France Press, United Press o Itar-Tass són alguns exemples més de grans agències que ofereixen notícies molt actualitzades des de les seves seves web, però la majoria d'agències nacionals o regionals també ho fan. Al marge dels serveis de pagament, les seves web de les agències de notícies resulten també bones fonts d'informació gratuïta i molt actualitzada. Algunes elaboren el seu propi diari digital organitzat segons les seccions periodístiques habituals, amb dossiers temàtics, hemeroteques, etc. Altres, si bé no en forma de diari, també ofereixen les principals notícies del dia, a través d'altres sistemes com ara els *tickers*. Un bon exemple el constitueix l'agència nord-americana Associated Press (AP), que ha creat *The Wire*, un servei d'informació pública a través del qual difon el seu diari, *Winston-Salem Journal*.

4.7.1.2. Buscadors de notícies

A partir de l'any 1997, aproximadament, van començar a sorgir a Internet serveis que subministren notícies constantment actualitzades. Les empreses que els proporcionen utilitzen agents intel·ligents capaços de rastrejar freqüentment centenars de seves web que contenen notícies de premsa. Aquests enginyers detecten les actualitzacions que es produeixen en una pàgina i indexen els nous titulars, la qual cosa els permet d'oferir un servei d'actualització permanent. No es tracta de serveis concebuts com a hemeroteques. Els titulars solen estar disponibles durant un parell de setmanes i després són eliminats, perquè ja existeixen altres que ofereixen l'accés a informació retrospectiva. Els titulars actuen com a enllaços que remetent al text complet de la notícia, que es llegeix directament en el mitjà emissor. No s'estableix cap mena de relació formal, ni de filiació entre les empreses que proporcionen els titulars i els mitjans que les indexen.

Les utilitats d'aquests serveis són diverses:

- Ajuden a obtenir una versió més real i objectiva dels esdeveniments, perquè proporcionen diferents punts de vista, notícies diverses i procedents de fonts variades sobre un mateix fet.
- Ofereixen riquesa informativa, així com la possibilitat d'accedir a notícies que d'altre manera no s'haguessin conegut. Si l'usuari s'informa a través de pocs mitjans la seva cobertura informativa serà parcial i estarà condicionada a allò consideren noticiable.
- Permeten el seguiment en una àmplia gamma de mitjans dels assumptes que puguin interessar; en definitiva, mantenir-se al corrent de l'actualitat diària.
- Són de gran utilitat per als periodistes que poden així saber què han dit altres mitjans sobre un tema o un esdeveniment.

Alguns dels més coneguts d'aquests serveis són: *NewsWorks*, *Newsbot*, *Excite's News Tracker*, *BigBlog*, *1st Headlines*, *NewsHub*, *TotalNews*, *NewsIndex*, etc. Tot seguit es descriuen alguns a tall d'exemple.

NewsHub (imatge 39) rastreja les actualitzacions de notícies que es produeixen a les seues web de més de 90 mitjans. Aquesta empresa ofereix un servei de titulars que s'actualitza cada 15 minuts i remetent a la notícia de la font emissora. El servei s'organitza en canals informatius i dins de cada canal les notícies s'organitzen segons el seu grau d'obsolescència. *NewsHub* pot personalitzar-se segons les preferències informatives de l'usuari i fixar-se com a pàgina d'inici. Es pot seleccionar entre més de 10 canals i dins de cada un, entre diversos mitjans. Els *webmasters* que ho desitgin poden contractar un servei de pagament que els permet incloure en les seves pàgines aquest servei de titulars constantment actualitzats.

TotalNews (imatge 40) és una empresa fundada l'any 1997 que proporciona un servei de recuperació de notícies corrents, així com un directori de recursos de notícies. Ofereix titulars constantment actualitzats donat que, com altres empreses, utilitza *Par-a-digm*, un agent intel·ligent que revisa periòdicament un seguit de fonts i indexa els seus continguts. L'accés a les notícies es fa a través d'un sistema de cerca per paraula clau

amb un llenguatge d'interrogació molt bàsic. Els resultats s'ordenen per rellevància i són descrits de forma molt completa.

Imatge 39. Pàgina del buscador de notícies NewsHub

Science Technology
NewsHub
 Financial News

News Channels All times are PDT Last update 8:45am

Technology News
[Coming: Net-Connected Air Conditioners](#)
 allNetDevices.com 8:35am
[Nortel Amends ANTEC Cable Deal to Take Larger Stake](#)
 Yahoo's Tech 8:31am
[Web Makes Users Healthy, Beautiful](#)
 TechWeb 8:27am

2 new articles in the last 15 minutes
 164 total

Financial News
[Even Cosby Couldn't Save This](#)
 Wired Business 8:44am
[Putin orders greater financial accountability at gas giant Gazprom](#)
 FOX News 8:43am
[Produce vendor dubbed 'Metric Martyr' found guilty in first such prosecution](#)
 FOX News 8:43am

3 new articles in the last 15 minutes
 90 total

Tech-PR News
[Tradamax Group Announces Stock Dividend, Completes Platform Developments...](#)

World News
[UK helicopter crashes in Kosovo](#)
 BBC - World 8:43am
[Trader guilty of metric law breach](#)

Search NewsHub

 Search Full Text
 Advanced Get

Imatge 40. Exemple de resultat recuperat a Total News

par-a-digm NEWS search™

keywords: [\(click here for help\)](#)

barcelona

par-a-digm NEWS search™

Found 15 matching pages

1 **BBC News | EUROPE**
 ... could face legal action On the ice Annual rescue of stranded Russian fishermen No to Nou Camp Arsene Wenger rules out move to **Barcelona** 'Asylum' offer Sweden provides safe haven for hunted wolf Top secret Spies 'cost more now than during the Cold War'...
<http://news.bbc.co.uk/1/health/world/europe/> (found 1 Apr 2001, 08:17 MST, size 45K)

L'empresa dona a l'usuari la possibilitat de personalitzar a través d'un servei de pagament la seva pàgina de *TotalNews* amb els mitjans o canals de notícies que ell mateix seleccioni.

News Index va ser fundada l'any 1997. En l'actualitat indexa més de 300 fonts corrents. Les prestacions són similars a *NewsHub* i *TotalNews*: (diverses opcions de personalització, possibilitat d'incorporar a webs personals *tickers* que mostrin informació actualitzada contínuament, etc.).

Un dels buscadors de notícies més coneguts i ben organitzats és *Moreover* (imatge 41). A més de serveis similars als dels anteriors afegeix un altre de molt interessant: la classificació de les notícies d'acord a un sistema propi que compta amb 329 categories temàtiques.

Imatge 41. Part de la classificació temàtica de *Moreover*

Full list of news categories

< [to Developers section](#) - to see full lists and URLs of news categories and feed formats (JavaScript, XML, Flash, and more...)

[Business: general](#) :: [Business: media](#) :: [Companies](#) :: [Entertainment](#) :: [Finance](#) :: [Industry](#) :: [Internet](#) :: [Lifestyle](#) :: [Regional](#) :: [Science](#) :: [Society](#) :: [Sports](#) :: [Technology](#) :: [Top stories](#) :: [US regional](#)

Currently 330 available news categories

Please be patient while the page loads

Business: general		
Full name	Short name	Feed URL
CRM news	CRM news	http://www.moreover.com/cgi-local/page?eportal&c=CRM%20news
Entrepreneur news	Entrepreneur	http://www.moreover.com/cgi-local/page?eportal&c=Entrepreneur%20news
Human resources news	Human resources	http://www.moreover.com/cgi-local/page?eportal&c=Human%20resources%20news
IP and patents news	IP & patents	http://www.moreover.com/cgi-local/page?eportal&c=IP%20and%20patents%20news
Job markets news	Job markets	http://www.moreover.com/cgi-local/page?eportal&c=Job%20markets%20news
Law news	Law	http://www.moreover.com/cgi-local/page?eportal&c=Law%20news
Management news	Management	http://www.moreover.com/cgi-local/page?eportal&c=Management%20news

4.7.1.3. Serveis de difusió personalitzada

Poden definir-se com a diaris que organitzen automàticament informació emesa o publicada pels mitjans de comunicació, principalment per la premsa. Els sistemes que

els gestionen buiden els titulars d'una selecció de mitjans establerta per l'usuari, d'entre els disponibles en el servei, i es presenten de forma ordenada, normalment per seccions. Cada titular enllaça amb el text complet de la notícia, que es llegirà directament en la font que l'ha publicat. L'actualització del diari personal serà, en definitiva, la dels mitjans seleccionats. De fet, allò que s'actualitza no és tant el diari personal com el contingut de les fonts amb les quals enllaça.

Des d'un punt de vista documental la majoria d'aquests productes, sobretot els gratuïts, es trobarien en un estadi intermig d'allò que es pot entendre com a 'diari a la carta', ja que l'usuari només pot triar el canal o mitjà del qual vol rebre informació, però no pot definir el seu perfil d'interès per recuperar selectivament les notícies. Per tant, el grau de personalització és encara rudimentari.

Un bon exemple el proporciona *Crayon: My Daily News*. Es tracta d'un producte gratuït, creat per l'empresa NetPresence, fundada, l'any 1995 per dos joves enginyers informàtics nord-americans. El seu objectiu és facilitar el maneig de notícies emeses per mitjans i altres fonts presents a Internet a través de la creació de diaris personalitzats. L'usuari pot establir tota una sèrie de paràmetres segons les seves preferències: nom que li vol donar al diari, aspecte i colors, criteris de visualització de continguts textuals i imatges, mitjans dels quals llegir les notícies i ordre de presentació dels articles. Un cop creat, el diari personal queda emmagatzemat en el servidor de *Crayon*, per consultar-lo el seu propietari haurà de visitar l'URL que li haurà estat assignada pel sistema.

Butlletins informatius a través del correu electrònic. Cada cop són més freqüents les empreses, agències de notícies, etc. que faciliten de forma personalitzada productes amb informació estàndard a la bústia electrònica del subscriptor. Així, per exemple, a l'agència Reuters es poden subscriure de forma gratuïta tres butlletins diferents: *Claus del dia*, *Resum de mercats* i *Resum de notícies*. En alguns casos, l'usuari té certes opcions de personalització, com la de triar els mitjans o canals dels que vol rebre informació. En els serveis de pagament el grau de personalització és major, ja que es poden establir paraules clau per tal que el sistema només retorni les notícies pertinents

segons el perfil definit, però aquests constitueixen en realitat productes de DSI i no tant de difusió personalitzada.

Software d'escriptori. Existeixen programes agent, sovint de distribució gratuïta, capaços de subministrar notícies amb cert nivell de personalització que són presentades a l'usari mitjançant un instrument que adopta la forma de barra d'utilitats i s'instal·la en l'escriptori de l'ordinador. Normalment ofereixen un seguit de canals temàtics que són alimentats amb notícies procedents de nombrosos mitjans. L'aplicació es pot personalitzar tant en el seu aspecte, com en els continguts que subministrarà i es complementa amb d'altres utilitats. Hi ha diverses empreses que ofereixen programaris similars com *DesktopNews*, *Infogate*, *SiteNews*, *Wake up News*, *WorldFlash*, etc.

EntryPoint (imatge 42) és una de les aplicacions d'escriptori més populars. L'empresa que la distribueix va ser fundada en 1998 i té la seva seu a San Diego (Califòrnia). Proporciona al client una barra d'utilitats gratuïta que subministra notícies i continguts personalitzats d'acord a les seves preferències. La barra, l'aspecte de la qual és també personalitzable, s'instal·la a l'escriptori de l'ordinador sense que dificulti altres tasques que s'estiguin duent a terme. A partir d'aquest moment, l'accés al servei es converteix en quelcom senzill que li dona la possibilitat de recuperar notícies del seu interès, comprar en els seus comerços electrònics favorits, conèixer informació financera personalitzada, organitzar viatges, etc.

Imatge 42. Vista de la barra d'utilitats d'EntryPoint



4.7.1.4. Serveis d'alerta

El seu objectiu és oferir immediatesa, avisar el subscriptor amb la major celeritat, en el millor dels casos, abans que les notícies siguin emeses pels mitjans.

Un interessant i complet servei d'alerta és *BuzzCity*, disponible en diversos idiomes. És propietat de l'empresa del mateix nom, fundada a Singapur l'any 1999, fruit de la convicció dels seus responsables que la vigilància de qualsevol tipus d'informació hauria d'estar disponible de forma lliure i gratuïta per a tots els usuaris de la Xarxa. Volen convertir-se en els 'carters' d'Internet, remetent avisos sobre les actualitzacions que es produeixen en les millors webs de notícies als comptes de correu i als telèfons mòbils dels seus usuaris. Un equip d'enginyers de l'empresa ha dissenyat un sistema anomenat *track-and-alert* capaç de controlar qualsevol canvi d'informació que es produeixi en les fonts seleccionades per l'usuari, d'entre les ofertes pel servei, extreure la informació rellevant i remetre-se-la a la seva bústia electrònica o dispositiu mòbil. Compta també amb un sistema de carpetes per tal que aquest pugui emmagatzemar les notícies rebudes des de qualsevol dels canals informatius disponibles, i poder així confeccionar la seva pròpia hemeroteca personal.

Els serveis d'alerta de pagament afegeixen un valor suplementari al que pot trobar-se en els de subscripció gratuïta. Aquest valor ve donat pel tipus d'informació que són capaços de subministrar. El client paga no només per la immediatesa informativa -de vegades es poden rebre notícies abans que apareguin en els mitjans-, sinó també pel rigor de les notícies rebudes i la reputació de les fonts d'on s'han extret. Un exemple és el que ofereix l'empresa *Profound* a través de l'anomenat *Wireline*. Es tracta d'un servei actualitzat 'al minut' amb notícies procedents de les agències i serveis d'alerta més importants del món. El principal avantatge per al client és disposar de tota aquesta informació recollida en una única localització, correctament estructurada i amb possibilitats d'efectuar cerques.

4.7.1.5 Serveis de difusió selectiva

Serveis de *clipping*: Són sistemes de pagament que porten a terme, de forma automatitzada, una activitat que ja existia abans de l'aparició d'Internet: proporcionar a empreses, institucions i entitats diverses, la possibilitat de conèixer allò que els mitjans de comunicació emeten sobre elles, els seus productes, competidors, etc. Abans, en aquests serveis es treballava manualment, es revisava i buidava principalment la premsa impresa, ara, les tecnologies han permès de canviar els sistemes de treball. Mitjançant aplicacions informàtiques es rastregen automàticament els continguts de nombrosos mitjans presents a la Xarxa i es remetent al client les notícies trobades en relació al tema que ha definit.

CyberAlert té com a objectiu proporcionar seguiment de mitjans de comunicació i altres fonts d'informació a Internet. Fa DSI mitjançant un potent *software* que rastreja a diari uns 3.500 mitjans de comunicació, grups de notícies, a més de prop de cinc milions de pàgines web. El sistema a més de localitzar les informacions, les filtra eliminant els duplicats. Cada dia l'usuari rep via correu electrònic un informe amb les referències bibliogràfiques acompanyades de resum de les notícies trobades en les darreres 24 hores. Els titulars remetent al text complet que es llegeix en la font on s'ha publicat.

CyberAlert proporciona SVA complementaris, com una base de dades que permet al client emmagatzemar les notícies rebudes. Dóna així la possibilitat de crear hemeroteques personals. Disposa també d'un sistema de carpetes que permet agrupar les informacions a criteri del propi usuari. Altres complements són el servei de seguiment de conjunts de pàgines web triades pel client i el d'assessoria professional mitjançant documentalistes que ajuden a dissenyar les equacions i estratègies de cerca per obtenir una recuperació pertinent.

Un altre servei de DSI és *Scoop*, que l'empresa neozelandesa del mateix nom posà en marxa al juny del 1999. A través de *MyScoop Professional* dóna la possibilitat de rebre a través del correu electrònic notícies que s'adeqüin al perfil del client, prèviament definit mitjançant paraules clau. Les informacions són buscades a través d'un agent intel·ligent. A més d'aquest, que és de pagament, l'empresa ofereix un servei gratuït de recepció personalitzada de butlletins estàndard.

Dossiers de premsa o multimèdia

Algunes agències, a l'igual que nombrosos diaris, posen a disposició del públic dossiers sobre temes d'actualitat. Aquest és el cas d'Associated Press, que compta amb un petit arxiu de reportatges especials, alguns multimèdia, classificats per categories temàtiques. En alguns casos els dossiers són de pagament perquè s'elaboren amb la finalitat de servir com a matèria primera per als mitjans de comunicació. Aquest és el cas de France Press que comercialitza 'En profunditat', un servei que subministra al client dues carpetes al dia, amb notícies i materials d'arxiu, sobre els dos esdeveniments més importants de la jornada. L'elaboració d'aquests tipus de dossiers implica sempre l'aplicació de tècniques documentals de cerca, selecció i estructuració de materials.

4.7.1.6. Portals de veu

A mesura que s'extenen les xarxes de banda ampla el vídeo guanya terreny en la cursa per convertir-se en el principal format per distribuir informació a Internet. No obstant això, l'àudio sembla no voler quedar marginat d'aquesta pugna. Per això han sorgit sistemes que estan suposant una reinvençió de les aplicacions i utilitats del so. Diaris

com *The New York Times* o *The Wall Street Journal* han creat serveis de subscripció a través dels quals es pot escoltar cada dia el diari des de l'ordinador personal. Una de les més recents innovacions per accedir a notícies a través de la Xarxa, fruit de la convergència entre Internet i telefonia, són els portals de veu, que compten amb una bona oferta de serveis d'informació i comunicació. La seva aparició va tenir lloc als Estats Units a l'any 2000, a causa de la creixent demanda per part dels usuaris de sistemes que permetessin accedir a continguts de la Xarxa a través de dispositius altres que els ordinadors.

La consulta en aquests portals s'efectua mitjançant una trucada telefònica, que pot fer-se des de mòbils, fixes o qualsevol cabina. Gràcies al suport del *Voice XML* (Voice Extensible Markup Language), un llenguatge de programació semblant a l'utilitzat per crear pàgines web, així com a sofisticades aplicacions per al reconeixement de veu i conversió de text en so, l'usuari pot interactuar amb el sistema. El client navega mitjançant comandaments de veu com 'notícies del dia', 'esports', 'cotitzacions bursàries' 'programació televisiva', etc. El servei li facilita senzills continguts extrets de la Xarxa, en format àudio. El propi sistema és qui, mitjançant preguntes, va conduint i delimitant la navegació. A més de l'accés a informació, hi ha disponibles altres utilitats com:

- Correu electrònic: enviament de missatges parlats o escoltar la lectura dels rebuts.
- Accés a emissores de ràdio: mitjançant un sistema de marcació per veu és possible connectar amb estacions que emeten a través de la Xarxa.
- Carpetes i agendes personals.
- Difusió d'informació personalitzada: l'usuari pot crear el seu propi informatiu amb continguts prèviament definits i accedir al servei per consultar-los directament.

Donat l'elevat nombre de persones amb accés a serveis de telefonia, els portals de veu semblen tenir unes extraordinàries expectatives de futur, tot i que ara constitueix un sector poc desenvolupat i que tot just es comença a conèixer. Segons l'opinió dels autors (vegeu Corredor, 2001) el seu creixement depèn de les necessàries aliances que

s'hauran de dur a terme entre empreses operadores de telefonia, portals tradicionals i proveïdors de continguts.

Els avantatges de l'accés a Internet per telefonia són diversos: no cal llegir en pantalles, milloren les possibilitats de consulta per a persones amb discapacitats visuals o per escriure en un teclat, així com per a les de països del Tercer Món, on el nombre d'ordinadors és encara molt baix. Hi ha també, però, alguns inconvenients a superar, com per exemple, la millora de les aplicacions de reconeixement de veu on el soroll de fons encara interfereix massa i dificulta la comunicació; o l'escassa quantitat de continguts accessibles, comparada amb el volum d'informació que existeix a la Web i a l'abast a través dels ordinadors. Un altre repte que volen assolir aquests portals, donat que pretenen oferir serveis de comerç electrònic és el de garantir la seguretat en les transaccions fetes mitjançant la veu.

Algunes de les empreses que ofereixen aquest tipus de portals són també les creadores del *software* que utilitzen per a la seva gestió, i entre les seves activitats està la comercialització del producte per tal que empreses i organitzacions diverses puguin oferir continguts propis, procedents de les seves seus web o intranets, mitjançant el mateix sistema telefònic. El sistema actual de finançament es basa en la publicitat. L'usuari que truca al servei escolta el missatge d'un anunciant abans de rebre la informació. No obstant això, el que es pretén és que en un futur no massa llunyà els ingressos provinguin de les comissions cobrades per les compres que es realitzin a través del portal.

Tellme, de la nord-americana Tellme Networks, Inc. va ser el primer (febrer del 2000), però aviat van arribar d'altres com *BeVocal*, *PhoneRun*, *Speaklink*, *Phonecasting*, *Audiopoint*, *AolAnywhere* o *TelSurf*, de l'empresa californiana TelSurf Networks Inc. Aquest darrer aporta una innovació: la tecnologia multilingüe de veu, capaç de prefiltrar la llengua d'un missatge textual i distingir entre espanyol i anglès, es pot així llegir la informació en l'idioma adequat. *TelSurf*, segons els seus creadors, és el primer portal de veu en espanyol dels Estats Units. La major incidència del sector es troba en aquest

país, tot i que comencen a aparèixer alguns a d'altres països, com el suec *MyDof* o l'espanyol *Ydime* (actiu a tot el territori des de l'abril del 2001), que s'ha avançat a l'anunci que va fer Lycos, a finals del 2000, d'implementar el primer portal de veu a l'Estat espanyol.

Empreses amb serveis de gran pes a la Xarxa com Terra-Lycos o Yahoo van llençar també, a l'octubre del 2000, els seus portals de veu, a través dels quals s'hi pot accedir a alguns dels seus serveis i continguts.

La tecnologia per crear serveis de veu contribuirà a difuminar encara més les tradicionals fronteres entre els diferents mitjans. Tot i que ens trobem encara en un moment de desenvolupament incipient és de suposar que aviat els mitjans tradicionals començaran a utilitzar-les. La premsa digital, per exemple, constitueix un usuari potencial, donat que compta amb un dels elements més importants: els continguts. La necessitat de seleccionar, analitzar, organitzar i estructurar la informació, per afavorir la seva comunicació de forma adequada a través del nou sistema, obre camins a la documentació i als professionals de la gestió documental. El seu treball, unit al d'informàtics, enginyers en telecomunicacions, etc. pot, sens dubte, ajudar a millorar la qualitat dels portals de veu.

4.7.2 Accés a informació retrospectiva

Les fonts d'informació periodística retrospectiva (bases de dades referencials de premsa, hemeroteques col·lectives, etc.) es configuren com a veritables memòries enciclopèdiques, ja que reflecteixen l'estat social, cultural, científic i tecnològic de desenvolupament del món al llarg d'un temps. La menor capacitat dels mitjans tradicionals per proveir d'un fàcil accés a tot aquest fons ha impulsat l'aprofitament de les noves tecnologies per a la creació de serveis de més qualitat i utilitat. Les millores de la disponibilitat que aquests serveis suposen està transformant el concepte d'obsolescència en la indústria periodística i, fins i tot, en els propis individus. La capacitat de recuperar amb facilitat informacions ja publicades, les converteix en quelcom molt més valuós del que ho era temps enrera. Ara, es poden ignorar totes les

notícies relatives a un tema, però si per algún motiu és necessària informació al respecte, aquestes notícies es convertiran en crucials. Aleshores, la potència que ofereixen els nous mitjans per cercar-les i recuperar-les serà quelcom extremadament valuós.

En el present apartat es mostraran algunes de les iniciatives hemerogràfiques existents a la Xarxa:

4.7.2.1. Agències de notícies

Sovint, les agències compten amb fons retrospectius consultables a través de sistemes de pagament, tot i que la cerca sol estar exempta de cost. A l'igual que fan alguns diaris, de vegades disposen d'un volum petit d'informació –les dues darreres setmanes– d'accés gratuït.

Associated Press (AP) és un exemple del que pot trobar-se a les grans agències. Té una base de dades que cobreix les dues darreres setmanes i conté unes 10.000 notícies. Disposa de sistema de cerca amb llenguatge d'interrogació i és de consulta gratuïta. AP Archive és la base de dades amb una cobertura que arrenca des de juliol de 1997. Conté més de 250.000 notícies. La cerca és gratuïta, però la recuperació del text complet és de pagament. Compta amb un llenguatge d'interrogació que permet utilitzar operadors booleans i limitar les cerques per seccions, dates, així com triar el nombre i l'ordre en què es volen visualitzar els resultats.

Molt més modest, però gratuït, és, per exemple, l'arxiu de l'agència japonesa KyodoNews que disposa d'una base de dades amb un sistema de cerca per paraula clau que permet recuperar informacions sobre països asiàtics dels darrers tres mesos.

4.7.2.2. Distribuïdors de bases de dades en línia

La majoria dels *hosts* que oferien serveis d'accés en línia a bases de dades abans de l'eclosió d'Internet s'han incorporat també a la Xarxa. Així, organitzacions com Dialog Corporation, DataStar, Profound, Lexis/Nexis, Online Computer Library Center

(OCLC), etc. permeten l'accés als seus fons a través de la nova plataforma i són majoritàriament serveis de pagament. Entre les bases de dades que distribueixen poden trobar-se algunes de premsa. Hi ha bàsicament de dos tipus:

Bibliogràfiques. Contenen descripcions formals i de contingut dels articles, però no el seu text complet. Algunes inclouen un resum de la notícia. L'objectiu és facilitar la recuperació selectiva a través de sistemes de cerca que utilitzen llenguatges d'interrogació. L'usuari obté com a resultat el llistat de referències que responen a les condicions expressades en la seva cerca. Per obtenir el text íntegre de les notícies haurà d'adreçar-se a d'altres fonts (les pròpies publicacions, serveis d'obtenció de documents, biblioteques, etc.). Si bé no són estrictament hemeroteques, pel fet de no incorporar el text complet, sí constitueixen ponts referencials fonamentals per accedir a informació periodística retrospectiva. Alguns exemples d'aquest tipus de fonts son:

Data Times Newspaper Abstract and Index, produïda per Bell & Howell Information and Learning i distribuïda per OCLC a través del seu servei FirstSearch. Inclou descripcions amb resum de notícies i articles publicats en uns 140 diaris, principalment nord-americans, però també d'altres continents. La seva cobertura cronològica arrenca l'any 1986 i, a l'abril de l'any 2001, contenia més de vuit milions de registres. S'actualitza diàriament.

Newspaper Abstracts és del mateix productor que l'anterior i també distribuïda per OCLC. Descriu el contingut d'uns 50 diaris nacionals i regionals dels Estats Units. Cobreix des de l'any 1989 i s'actualitza setmanalment. Com el seu nom indica les descripcions van acompanyades de resum.

Factuals. Contenen el text complet dels documents a més de les seves dades identificatives.

Business Dateline recull articles i notícies a text complet, aparegudes en diaris i altres publicacions periòdiques (més de 500) especialitzades en economia i finances. La seva

actualització és setmanal i a l'abril de l'any 2001 contenia 775.000 registres aproximadament. És també accessible a través del servei First Search d'OCLC.

4.7.2.3. Altres iniciatives empresarials d'hemeroteques col·lectives

S'inclouen aquí els projectes d'empreses que proveeixen d'accés a les hemeroteques de diaris. Algunes, com les que es descriuen tot seguit, són iniciatives ambicioses que proporcionen un alt valor afegit facilitant l'accès simultani als fons hemerogràfics de diferents rotatius.

NewsLibrary (imatge 43) constitueix una de les majors hemeroteques col·lectives disponibles. Reuneix els arxius d'uns 90 rotatius nord-americans. És un servei de News Banc, gran empresa dels Estats Units amb seu a Florida, amb seus a diversos continents i dedicada a la creació i provisió de fonts d'informació. Els antecedents de *NewsLibrary* es remunten a l'any 1978 moment en què els diaris de Filadelfia *Daily News* i *Philadelphia Inquirer* van començar a emmagatzemar les seves notícies en una base de dades d'ús intern gestionada mitjançant VU/Text. Al 1982 l'hemeroteca s'obrí de forma experimental a un reduït nombre d'usuaris externs a través d'un sistema de subscripció. Poc a poc la font va anar creixent amb la incorporació d'altres diaris. A l'any 1996 Media Stream, una empresa pertanyent al grup Knight-Ridder formada de la convergència de VU/Text i PressLink, endegà *NewsLibrary*. Les notícies més antigues daten del 1978 i pertanyen al *Philadelphia Daily News*.

Es tracta d'un servei de pagament, tot i que les cerques poden efectuar-se de forma gratuïta¹. Compta amb un sistema de cerca per paraula clau, on pot utilitzar-se un llenguatge d'interrogació amb diversos operadors i limitadors, que actua sobre el text complet dels documents. Els resultats es mostren en forma de llistat de titulars acompanyats de la data de publicació i de les primeres línies del text.

¹ Depenent del diari el preu de l'article oscil·lava entre 1\$ i 2'05\$ a l'abril de 2001.

Imatge 43. Formulari de recerca de *Newslibrary*

The image shows the NewsLibrary search interface. At the top, there is a blue header with the 'NewsLibrary' logo and navigation links for 'Search', 'Passport Signup', and 'Billing Options'. Below the header, there is a search bar with a 'search' button and a 'help' link. The search bar contains the text 'Search for...'. Below the search bar, there are radio button options for search criteria: 'All of the words' (selected), 'At least one of the words', and 'The exact phrase or name'. A link for 'Use advanced syntax' is also present. Below the search criteria, there is a section titled 'Select from the Following Available Newspaper(s):' with the instruction 'You must choose at least one of the following newspaper to search.' Under this section, 'Alabama' is selected, and there is a sub-option for 'The Birmingham News (from 192)'. On the left side, there is a sidebar with an orange background containing the text 'NewsLibrary! news' and 'Notice To Freelance Writers!'.

ProQuest Historical Newspapers és el nom d'una interessant hemeroteca col·lectiva a text complet, consultable a la Web a través de ProQuest, el servei d'informació en línia de la nord-americana Bell & Howell Information and Learning, empresa capdavantera en la recollida, organització i distribució d'informació, especialment de l'àmbit dels negocis, les humanitats i les ciències socials. És fruit d'un ambiciós projecte que té per objectiu digitalitzar col·leccions de diaris microfilmats, per tal de crear una gran base de dades que permeti la cerca i recuperació selectiva de qualsevol informació publicada, no únicament les notícies i els articles, sinó també imatges, mapes, gràfics, i altres dades (necrològiques, resultats de loteries, les tires o vinyetes còmiques, etc.) que habitualment no són incorporades a les hemeroteques digitals. Es tracta, segons afirmen els seus responsables, del major projecte que la corporació ha posat en marxa. I pel que l'autora del present treball ha investigat i consultat a la Xarxa, aquesta afirmació pot ser corroborada.

ProQuest Historical Newspaper conté actualment tota la col·lecció de *The New York Times* (des de 1851), *The Wall Street Journal* i d'altres diaris nord-americans. Està previst que en els propers anys s'incorporin altres diaris nacionals, regionals i locals,

així com alguns de la resta del món. L'accés a la font, principalment destinada a biblioteques i centres educatius, es fa mitjançant subscripció.

Per a la construcció de l'hemeroteca es van digitalitzar i restaurar, quan era necessari, totes de les col·leccions de diaris en microfita. Es va fer amb tecnologia punta ja que calia obtenir imatges de gran qualitat per tal de poder portar a terme el pas següent: aplicar un programa de reconeixement (OCR) per convertir les imatges en fitxers ASCII a partir dels quals poder crear una eina que facilités la cerca i recuperació mitjançant un llenguatge d'interrogació.

Els resultats han estat espectaculars. La base de dades és d'una sofisticació i facilitat de consulta sorprenent. Permet entre d'altres coses:

- Aplicar complexes equacions de cerques gràcies a la versatilitat i riquesa del llenguatge d'interrogació. Això ajuda a refinar les estratègies i reduir el possible soroll documental que podria produir-se donat el volum d'informació de la font.
- Limitar les consultes per tipus d'informació, ja que totes les notícies, articles, imatges, necrològiques, tot el contingut, en definitiva ha estat classificat i indexat.
- També és possible consultar la font a través d'un sistema de *browsing*, la qual cosa permet accedir a exemplars concrets a partir de la seva data de publicació.
- Visualitzar les notícies en diversos formats (imatge 44), per exemple, descripció bibliogràfica + *abstract*; article aïllat a text complet; article dins de la pàgina del diari on va ser publicat, etc.

Imatge 44. Format de visualització compost per la citació + el resum de la notícia en ProQuest Historical Newspaper



- Quan en la imatge d'una pàgina apareix un gràfic, mapa, etc. l'usuari pot demanar de visualitzar-lo en format PDF d'alta resolució i ampliar la imatge mitjançant un zoom.
- Quan s'està visualitzant una pàgina sencera de diari, només pitjant sobre alguna zona es pot visualitzar la imatge de la notícia o informació de forma aïllada i ampliada.

Aquesta hemeroteca ha estat, sens dubte, la més innovadora de totes les consultades al llarg del present treball perquè afegeix al valor d'altres col·lectives, el fet d'incorporar el contingut absolutament íntegre de cada exemplar, a més de la possibilitat de visualitzar imatges facsímils, la qual cosa resulta especialment útil, sobretot per a investigadors i estudiosos de la premsa i els mitjans en general.