

12  
JORNADES CATALANES  
D'INFORMACIÓ  
I DOCUMENTACIÓ  
BARCELONA  
19 I 20 DE MAIG DE 2010

# Fonts d'informació professionals de premsa. Una panoràmica

JAVIER GUALLAR / Professor de la Facultat de Biblioteconomia i Documentació de la UB  
jguallar@gmail.com

SÍLVIA REDONDO / Bibliotecària del CRAI de la UB, biblioteca d'Econòmiques  
sredondi@ub.edu

## Resum

L'objectiu de la comunicació és descriure i analitzar els principals productes professionals que faciliten l'accés i la consulta digital de la premsa i els seus continguts en suport digital. Amb l'anàlisi d'una selecció de fonts d'informació professionals d'accés a premsa ( Acceso, Factiva, Iconoce, Icrece, Imente, LexisNexis, Mynews, Pressdisplay i TNS) l'estudi mostra com alguns productes es caracteritzen per la seva especialització en un tipus de servei, ja sigui el d'hemeroteca o el de seguiment, i altres ofereixen als seus usuaris els dos tipus. L'anàlisi dels productes permet veure les prestacions documentals en aspectes com ara la tipologia de fonts recollides, la cobertura temporal, el sistema de consulta, les opcions de gestió dels resultats, la possibilitat de configuració dels seguiments, l'existència de serveis de valor afegit, etc. La comparació de les diferents fonts permet identificar fàcilment la funcionalitat i característiques de cada producte a l'hora d'escollir-ne un o altre.

## Resumen

El objetivo de la comunicación es describir y analizar los principales productos profesionales que facilitan el acceso y la consulta digital de la prensa y sus contenidos. Con el análisis de una selección de fuentes de información profesionales de acceso a prensa ( Acceso, Factiva, Iconoce, Icrece, Imente, LexisNexis, Mynews, Pressdisplay y TNS) el estudio muestra como algunos productos se caracterizan por su especialización en un tipo de servicio, ya sea el de hemeroteca o el de seguimiento, mientras que otras ofrecen a sus usuarios los dos tipos de servicio. El análisis de los productos destaca algunas prestaciones documentales, como por ejemplo, la tipología de fuentes recogidas, la cobertura temporal, el sistema de consulta, las opciones de gestión de los resultados, la posibilidad de configuración de los seguimientos, la existencia de servicios de valor añadido, etc. La comparación de las diferentes fuentes permite a los profesionales identificar fácilmente la funcionalidad y características de cada producto ante la necesidad de elegir uno u otro.

## Abstract



The goal of this communication is to describe and analyze the main professional products that provide access and query to online newspapers and their contents. By analyzing a selection of professional information sources (Access, Factiva, Iconoce, Icrece, Imente, LexisNexis, Mynews, Pressdisplay and TNS) this report shows how some products are characteristic for their specialization in one type of service, either in the archive service or information clipping service, or both. The analysis of the products describes the main characteristics such as the types of sources collected, temporal coverage, the query system, the management options of the results, the possibility of monitoring configuration, etc. The comparison between the different sources allows the professionals to identify easily the functionality and features of each product when it is necessary to choose one of them.

**Paraules clau**

Documentació periodística; Informació periodística; Fonts d'informació; Premsa en línia; Premsa digital; Diaris, Notícies, Hemeroteques digitals, Bases de dades, Serveis de seguiment de premsa, Clipping.

**Palabras clave**

Documentación periodística; Información periodística; Fuentes de información; Prensa en línea; Prensa digital; Diarios; Noticias; Hemerotecas digitales; Bases de datos; Servicios de seguimiento de prensa; Clipping.

**Keywords**

Journalistic documentation; Journalistic information; Information sources; Online media; Digital media; Newspapers; News; Digital press archives; Databases; Press clipping services; Clipping

## 1. Introducció

El ràpid avenç de les tecnologies de la informació i comunicació (TIC) i la difusió de l'ús d'Internet fa que molts usuaris s'hagin acostumat a aconseguir informació just in time, és a dir, de manera immediata i utilitzant bàsicament Google, acceptant per bons en molts casos els primers resultats que els ofereix el cercador sense preocupar-se de més. Ara bé, com és sabut, no sempre es pot aconseguir informació fiable i pertinent utilitzant només l'omnipresent cercador. Els professionals de la informació saben que, en aquests temps de les cerques ràpides a Google, continua sent necessària la seva intervenció en contextos professionals quan es tracta de localitzar informació amb tota fiabilitat i pertinència, i quan es necessita aportar un valor afegit a les demandes informatives. Per aconseguir això, el coneixement de les característiques i prestacions de les fonts d'informació més útils en cada cas és una necessitat i un imperatiu per un bon professional.



Aquesta comunicació es vol centrar en un àmbit concret com és el de la informació de premsa o informació d'actualitat. Aquest tipus d'informació s'utilitza en situacions professionals molt diverses: per documentalistes i periodistes dels propis mitjans de comunicació, per serveis de premsa i comunicació d'entitats públiques i privades, per centres de documentació d'empreses i de l'administració pública, o per biblioteques públiques i especialitzades on el usuari demanden aquest tipus d'informació, entre altres casos.

En totes aquestes situacions, el coneixement dels recursos d'informació més adequats es revela del tot imprescindible. En aquesta comunicació es vol presentar una panoràmica d'algunes de les fonts existents per cobrir les necessitats abans descrites.

## **2. Objectius i metodologia**

L'objectiu de la comunicació és descriure i analitzar els principals productes professionals que faciliten l'accés i la consulta digital de diversos mitjans de premsa i els seus continguts en suport digital. Amb la denominació de "productes professionals" desestimem com a objecte d'estudi els nombrosos recursos gratuïts existents dirigits a tot tipus de públic (per exemple, els agregadors com Google News, Yahoo News, Meneame...) i d'altra banda, al analitzar els productes que donen accés al contingut de diversos mitjans tampoc considerem els serveis de recuperació d'informació que ofereix cada mitjà als seus usuaris (com ara les hemeroteques digitals dels diaris o els bancs de dades d'agències com Efedata).

Per tant, l'objecte d'estudi són els productes professionals que ofereixen al seus usuaris informació de diversos mitjans de comunicació. Els productes seleccionats per analitzar han estat: Acceso, Factiva, Iconoce, Icrece, lmente, LexisNexis, Mynews, Pressdisplay i TNS.

Pel que fa a la metodologia:

- En primer lloc, s'ha fet una àmplia revisió bibliogràfica de les publicacions sobre fonts d'informació de premsa.
- En segon lloc, s'ha portat a terme una anàlisi de contingut i prestacions documentals de les principals fonts d'informació professionals existents per tal de conèixer les seves funcions, estructura, característiques, funcionament, etc. Aquesta ha estat la part central de l'estudi i s'ha dut a terme durant els mesos de maig i juny de 2009.
- De manera complementària, s'han fet consultes per correu electrònic i presencials, així com diverses visites a algunes empreses productores de les fonts analitzades, també en maig i juny de 2009.



- Per últim, cal afegir que els autors son professors del curs Els millors recursos d'informació digitals per a la documentació periodística, al Col·legi oficial de bibliotecaris documentalistes de Catalunya (COBDC), que ens ha permet posar en pràctica i contrastar la utilització d'aquestes eines amb els professionals assistents a les diverses edicions del curs<sup>1</sup>.

### 3. Antecedents

Amb anterioritat s'han publicat algunes interessants recopilacions de recursos sobre premsa i periodisme, algunes de les quals tracten els productes professionals que nosaltres analitzem. Són més nombrosos els treballs centrats en l'àmbit de les bases de dades, i força menys freqüents els dedicats als serveis de seguiment de premsa o press clipping services. També s'han consultat alguns estudis fets sobre productes concrets.

Ente els estudis generals es poden citar els treballs de Fuentes i altres (2001), Giménez Toledo (2002), Giménez Toledo i López Martín (2002), Arquero i García Ochoa (2005), i Pareja (2002 i 2006). Per part nostra, un dels autors ha participat anteriorment en una proposta de classificació del conjunt de fonts d'informació de premsa (Guallar i Abadal 2009b; Abadal i Guallar 2010) atenent a la funció principal que ofereixen als seus usuaris. Sobre aquesta classificació tornarem després per situar els productes estudiats.

Pel que fa a la utilització dels productes de premsa en diversos contextos professionals, es disposa del treball de Guallar i Cornet (2004) sobre l'ús de bases de dades comercials als serveis de documentació de mitjans de premsa escrita, i el de Guallar i Abadal (2008) sobre la utilització de recursos de premsa a biblioteques públiques.

Per últim, sobre productes concrets, es poden citar els estudis de Jiménez (2003) sobre els serveis de clipping, Marcos i Baiget (2003) sobre Factiva, Grau i Guallar (2004) sobre Mynews, i Guallar (2006) sobre iMente.

Tots aquests antecedents ens ajuden a situar el conjunt del sector, sobre el qual nosaltres analitzem ara una part del mateix, el dels productes professionals amb informació de diversos mitjans.

---

<sup>1</sup> "Els millors recursos d'informació digitals per a la documentació periodística". Darrera edició, maig 2010  
<http://www.cobdc.org/cursos/2010/curs2410.html>



#### 4. Recollida de dades

En aquest apartat es presenten les principals dades recollides de cada producte. Els elements analitzats són:

- el nombre de fonts disponibles a cada producte
- la tipologia de les fonts (premsa escrita, premsa online, altres fonts de premsa)
- la cobertura geogràfica (premsa internacional, nacional, local)
- la cobertura temporal (des de quin any estan disponibles els continguts)
- les característiques principals del sistema de consulta de la hemeroteca (diferents serveis de cerca, utilització de booleans,...)
- les característiques principals de la pàgina de resultats de la hemeroteca (agrupació de resultats,...)
- possibilitat o no de configuració de seguiments de premsa
- sistemes de lliurament dels seguiments (alertes per correu electrònic, consulta al web, altres...)
- altres serveis o funcions que ofereix: serveis personalitzats de seguiment, titulars al web, elaboració d'informes personalitzats, seguiment d'altres mitjans no premsa...)

<b>Acceso</b>	<i><a href="http://www.acceso.com/index.html">http://www.acceso.com/index.html</a></i>
Nombre fonts	350 aproximadament (149 diaris, 205 revistes)
Tipologia fonts	Premsa escrita; també premsa a Internet si es contracta Acceso Pressport
Cobertura geogràfica	Nacional bàsicament; alguns mitjans regionals i internacionals
Cobertura temporal	1 any (els seguiments es guarden 1 any)
Hemeroteca	No al servei estàndard ; sí de premsa online (servei Acceso Pressport)
Configuració seguiments	No
Sistemes de recepció dels seguiments	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alertes per correu electrònic</li> <li>- Consulta al web d'Acceso</li> <li>- "Escritorio digital" (accés personalitzat al seguiment dins del web d'Acceso) amb diverses opcions escalables</li> <li>- Altres (fax, lliurament per missatger)</li> </ul>
Altres serveis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informes personalitzats</li> <li>- Seguiment TV, ràdio</li> </ul>

<b>Factiva</b>	<i>http://global.factiva.com</i>
Nombre fonts	10.000 aproximadament; unes 230 en espanyol i unes 150 d'Espanya
Tipologia fonts	Premsa, mitjans, informació empresarial i econòmica, fotografies
Cobertura geogràfica	Nacional, internacional
Cobertura temporal	Actual i retrospectiva. Des dels anys 80 algunes fonts internacionals (casos puntuals anys 50). Pels diaris espanyols, des dels 90.
Hemeroteca: sistema de consulta	Diferents opcions de cerca: simple i dos tipus de cerca avançada: "Búsqueda de texto libre" (permet una consulta professional amb utilització lliure d'operadors, parèntesis...) i "Modo de búsqueda" (amb formularis de cerca). Té operadors booleans, acotació temporal, acotació de fonts, acotació per camps, historial de cerques, vocabulari controlat, i ajuda molt completa.
Hemeroteca: pàgina resultats	Ordenació per rellevància i cronològica, agrupació de resultats ("mapa de resultados"), que permet agrupar els resultats segons diversos criteris, diferents formats de visualització dels documents (rtf, xml, pdf), paraules de la cerca destacades, presentació de documents relacionats.
Configuració seguiments	Sí, "creación de avisos personales" (alertes) a partir de les cerques fetes
Sistemes de recepció dels seguiments	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alertes per e-mail: opcions de recepció contínua ("Avisos"), o a una hora determinada.</li> <li>- "Espacio de trabajo" (accés personalitzat al seguiment dins del web del servei).</li> <li>- Widgets personalitzables amb alertes,</li> </ul>

	per posar a webs, intranets,...
Altres serveis	- Informes especialitzats - Informació econòmica, empresarial i financera.

<b>iConoce</b>	<a href="http://www.iconoce.com/">http://www.iconoce.com/</a>
Nombre fonts	874
Tipologia fonts	Premsa online
Cobertura geogràfica	Nacional i internacional , també local
Cobertura temporal	Des de 2001 (8 anys)
Hemeroteca: sistema de consulta	Cerques avançades: amb booleans, truncaments (de començament i de final), frase literal; cerca per camps (títol i text); cerca per seccions (economia, cultura, esports...)
Hemeroteca: pàgina resultats	Ordenació resultats per data o per rellevància; visualització de resultats amb les paraules ressaltades
Configuració seguiments	Sí, similar a hemeroteca
Sistemes de lliurament dels seguiments	- Alertes per correu electrònic ("Boletín de prensa") - Consulta al web d'iConoce (màxim un mes)
Altres serveis	Titulars al web

<b>iCrece</b>	<a href="http://www.icrece.com">http://www.icrece.com</a>
Nombre fonts	100 diaris (amb suplementos) i 225 revistes
Tipologia fonts	Premsa escrita i digital
Cobertura geogràfica	Nacional bàsicament; alguns mitjans regionals
Cobertura temporal	1 any (temps que es guarden els seguiments)
Hemeroteca	No

Configuració seguiments	No
Sistemes de lliurament dels seguiments	- Alertes per correu electrònic - Consulta al web - Altres (cd-rom, fax, entrega amb missatger)
Altres serveis	Informes especialitzats

<b>iMente</b>	<a href="http://www.imente.com">http://www.imente.com</a>
Nombre fonts	50.000 (8257 webs de notícies)
Tipologia fonts	Premsa online, notes de premsa, blocs, butlletins oficials
Cobertura geogràfica	Nacional, local, internacional
Cobertura temporal	Contractació escalable: des de: 1 mes, 3 mesos i 6 mesos fins a 5 anys (la base de dades té 7 anys)
Hemeroteca: sistema de consulta	El cercador permet booleans, truncament, frase literal; amb algunes limitacions de combinacions (3 paraules o frases ; no admet parèntesis per combinar)
Hemeroteca: pàgina resultats	Sí, destaca l'agrupació de resultats per categories
Configuració seguiments	Sí, similar a hemeroteca, amb algunes prestacions més
Sistemes de lliurament dels seguiments	- Alertes o butlletins per correu electrònic - Consulta al web d'iMente
Altres serveis	Titulars al web

<b>Lexis Nexis</b>	<a href="http://www.lexisnexis.com/">http://www.lexisnexis.com/</a>
Nombre fonts	42.000 fonts aproximadament, de les quals 400 en espanyol, 9671 fonts amb la categoria news i 2100 diaris
Tipologia fonts	Molt variada: premsa, informes de mercat, informació legal (revistes, casos,



	lleis...), informes de països, revistes científiques, ....
Cobertura geogràfica	Nacional i internacional, no local
Cobertura temporal	Diaris internacionals des dels anys 80, diaris espanyols: alguns des de mitjans 90, altres incorporació recent.
Hemeroteca: sistema de consulta	Sistemes de cerca: Simple search (equivalent a cerca avançada) i Power search (cerca professional) Opcions de booleans, rellevància, acotació temporal, de fonts, per camps, historial de cerques, vocabulari controlat, opcions de refer la cerca a partir dels resultats, ajuda molt completa
Hemeroteca: pàgina resultats	Ordenació per rellevància o cronològica, agrupació de resultats segons diferents criteris (temàtics, per fonts, per llengua, etc), paraules de la cerca destacades (però no presentació de documents relacionats). Amés dels formats de sortida (html pdf, text...), permet enviar resultats a gestors de referència.
Configuració seguiments	Sí, a partir d'una cerca, opció al historial de cerques de configurar una alerta
Sistemes de lliurament dels seguiments	Alertes per correu electrònic
Altres serveis	- Informes d'empreses - Informació de ràdio i TV, informació legal, financera i empresarial.

<b>Mynews</b>	<a href="http://www.mynews.es">http://www.mynews.es</a>
Nombre fonts	Unes 150 fonts aproximadament, la majoria diaris
Tipologia fonts	Premsa impresa principalment, i alguns casos de premsa online.
Cobertura geogràfica	Nacional principalment, també local i alguns exemples d'internacional
Cobertura temporal	Des de 1995 en els casos de més

	cobertura.
Hemeroteca: sistema de consulta	Tres sistemes de cerca: simple, avançada i professional. Opcions de booleans, frase literal, acotació per parèntesis, ajust de rellevància, acotació temporal, de fonts, de seccions dels diaris, de camps del registre.
Hemeroteca: pàgina resultats	Ordenació per rellevància o cronològica, paraules de la cerca destacades, presentació de documents relacionats, diferents formats de sortida (pdf, text...).
Configuració seguiments	Sí, prestacions de configuració molt avançades, similars a hemeroteca
Sistemes de lliurament dels seguiments	- Alertes per correu electrònic - Consulta al web de Mynews - "Hosting" (accés personalitzat al seguiment dins del web de Mynews) amb diverses opcions
Altres serveis	- Serveis de gestió de hemeroteques per mitjans de comunicació

<b>Pressdisplay</b>	<a href="http://www.pressdisplay.com">www.pressdisplay.com</a>
Nombre fonts	700 fonts aproximadament
Tipologia	Premsa impresa i revistes
Abast	Internacional (només 3 diaris espanyols: Abc, La Vanguardia, WSJ en castellà)
Cobertura temporal	90 dies (depenent del tipus de subscripció)
Hemeroteca: sistema de consulta	Possibilitat de multicerca a tot l'arxiu (cerca on s'introdueix el terme, s'escullen les fonts, l'idioma, la data i l'autor) i cerca avançada (molt bàsica i amb poques opcions).
Hemeroteca: pàgina resultats	Opcions d'ordenació per rellevància, ordenació cronològica, paraules de la cerca destacades, i presentació de documents relacionats. No ofereix agrupació de resultats. Excel·lent

	visualització dels documents (amb visor pdf)
Configuració seguiments	Sí, a partir d'una cerca es pot configurar una alerta
Sistemes de lliurament dels seguiments	Alertes per correu electrònic
Altres serveis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Àudio: es poden escoltar els articles</li> <li>- Traducció dels articles a diferents llengües.</li> <li>- Serveis 2.0: valoració dels articles i creació de rànquings, i afegir comentaris a les notícies</li> </ul>

<b>TNS</b>	<a href="http://www.tns-global.es/">http://www.tns-global.es/</a>
Nombre fonts	205 diaris i 270 revistes nacionals (amb suplementos) i 480 webs; també opció de diaris internacionals fins a 10000 fonts
Tipologia	Premsa impresa, revistes impreses i premsa online
Abast	Nacional principalment, també local i opcionalment internacional
Cobertura temporal	1-2 mesos (temps que es guarden els seguiments)
Hemeroteca	No
Configuració seguiments	No
Sistemes de lliurament dels resultats	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alertes per correu electrònic</li> <li>- Consulta al web de TNS</li> <li>- Accés personalitzat al web de TNS amb diferents opcions de d'ordenació i classificació de les notícies, generació de revistes de premsa...</li> <li>- Altres (fax, entrega amb missatger)</li> </ul>
Altres serveis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestor de notícies: base de dades que se instal·la el client a la seva intranet, i es guarda els seguiments</li> <li>- Informes especialitzats; estudis de mercats; estudis d'audiència;...</li> </ul>

- Seguiment TV, ràdio
-----------------------

## 5. Anàlisi

### 5.1 Funcions principals

L'anàlisi de les prestacions dels productes professionals d'informació de premsa permet establir dos grans tipus de funcions que aquest tipus de productes poden oferir: la cerca d'informació (anomenada generalment "hemeroteca") i el seguiment d'informació. Les definicions de les dues funcions segons Guallar i Abadal 2009 són les següents:

L'objectiu fonamental dels productes de cerca d'informació és facilitar la consulta a la informació de premsa, és a dir, el poder localitzar una notícia o una informació concreta publicada en un o diversos mitjans, del dia o retrospectiva.

L'objectiu fonamental dels productes de seguiment de premsa és l'elaboració de recopilacions temàtiques d'informació d'actualitat personalitzades als usuaris, que les reben a mida que es van produint.

Els productes analitzats poden oferir al seus usuaris una d'aquestes funcions descrites o les dues, sent generalment -en aquest darrer cas- una la predominant. A la figura 1 es mostra la situació dels productes analitzats respecte a les funcions de cerca (hemeroteca) i seguiment de premsa.

Alguns productes es caracteritzen per la seva especialització exclusiva en el seguiment de premsa (Acceso, iCrece i TNS); un segon grup es basa principalment en el seguiment de premsa amb algunes funcions de cerca (iConoce, iMente); altres s'especialitzen en la cerca d'informació amb algunes funcions de seguiment (Factiva, Lexis Nexis i Pressdisplay); i per últim Mynews és un producte orientat de manera similar a les dues funcions.

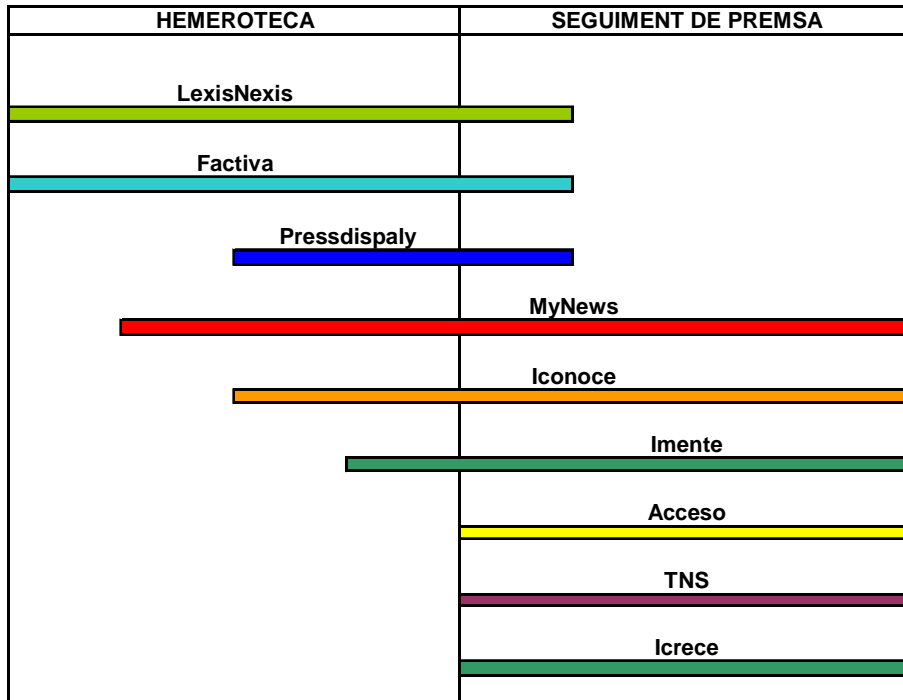


Figura 1. Funcions de cerca d'informació (hemeroteca) i seguiment de premsa dels productes analitzats

## 5.2 Nombre de fonts, tipologia i cobertura

Pel que fa al nombre de fonts, els productes que ofereixen més són iMente amb unes 50.000 i LexisNexis amb més de 42.000 fonts i 4,2 milions de documents. També destaca Factiva amb més de 10.000 fonts. Per l'altra banda, el producte que conté menys fonts és iCrece amb unes 100 aproximadament. L'anàlisi de la tipologia de fonts cobertes mostra com la majoria contenen prioritàriament premsa impresa digitalitzada, la qual cosa demostra la importància que continuen mantenint en l'actualitat en els entorns professionals els grans diaris. Només iConoce i iMente estan orientats a mitjans exclusivament online (tot i que també en aquests casos cal matitzar que inclouen les versions digitals dels diaris impresos que són accessibles lliurament).

Pel que fa a l'abast geogràfic, lògicament les grans bases de dades internacionals com Factiva i LexisNexis i també Pressdisplay cobreixen de

manera més exhaustiva les fonts internacionals. L'àmbit espanyol està millor representat per la resta dels productes analitzats. Les fonts més modestes i les locals i regionals estan millor representades a iConoce i iMente.

La cobertura temporal varia molt segons el tipus de producte. Com s'ha senyalat abans, no tenen hemeroteca els serveis de clipping Acceso, iCrece i TNS que, en tot cas, permeten guardar els seguiments fets fins a un any. De la resta de productes, Pressdisplay també té una cobertura baixa (1 any), i els altres ofereixen diversos anys en el seu fons, arribant en els millors casos, LexisNexis i Factiva, fins els anys 80 del segle XX.

### **5.3. Prestacions de cerca**

Els productes més orientats a la funció de cerca d'informació tenen en conseqüència les millors prestacions de cerca documental. Les millors opcions de consulta i de gestió de resultats les presenten les bases de dades internacionals Lexis Nexis i Factiva, i la nacional Mynews (veure apartat 4), que continuen sent superiors a les que presenten les hemeroteques digitals dels diaris (veure Abadal i Guallar 2008; Guallar i Abadal 2009a). En una situació intermèdia es poden situar Pressdisplay, iMente i iConoce, mentre que Acceso, TNS i iCrece no disposen de serveis d'hemeroteca per fer consultes retrospectives.

### **5.4. Serveis de seguiment**

Una característica a destacar dels productes analitzats és que tots tenen algun tipus de servei de seguiment. Fins i tot els més orientats a la cerca d'informació com les bases de dades LexisNexis, Factiva i Pressdisplay, incorporen algun sistema elemental d'alerta. La resta dels productes analitzats incorporen amplies prestacions de seguiment. Ara bé, es poden distingir dos grans grups: d'una banda, els productes que permeten als seus usuaris configurar el seus propis seguiments, com Mynews, iConoce i iMente; i els que no ho permeten com Acceso, TNS i iCrece. En aquests últims, són els propis professionals d'aquestes empreses els qui preparen els seguiments en funció de les necessitats establertes pels clients.

El sistema de lliurament dels seguiments poden ser molt diversos: des dels característics sistemes d'alerta (recepció per correu electrònic a unes dates i hores determinades, o en el moment en què es produeix la informació requerida) fins la consulta estàndard o altament personalitzada dins del web del producte. El format de lliurament és digital majoritàriament però en el cas del serveis més característics de clipping també poden fer arribar als clients els documents impresos.

## 5.5 Altres serveis

També, a banda dels dos principals serveis considerats (hemeroteques i seguiments), alguns productes poden oferir-ne d'altres. Així, entre d'altres funcions, els productes de clipping Acceso, TNS i iCrece realitzen diversos tipus d'estudis i informes personalitzats pels seus clients, i els dos primers fan també seguiments d'altres mitjans (ràdio, tv); les bases de dades Lexis Nexis i Factiva ofereixen altres continguts que no són de premsa (informació econòmica, empresarial, legislativa...); els serveis de seguiment online iConoce i Imente ofereixen serveis de titulars per webs; i Pressdisplay incorpora prestacions de traducció, 2.0 i multimèdia (per exemple, opcions d'escoltar els articles).

## 6. Conclusions

L'anàlisi de la mostra estudiada ha permet identificar les característiques i prestacions dels sistemes comercials de distribució d'informació periodística o d'actualitat.

1. Aquests sistemes ofereixen dos grans tipus de serveis a l'usuari:

- a) la cerca d'informació, sigui del dia o retrospectiva; i
- b) el seguiment de notícies d'actualitat sobre els temes d'interès de l'usuari

2. Els diferents productes analitzats s'especialitzen clarament en un dels dos tipus de servei. Per exemple, Lexis Nexis o Factiva, en cerca d'informació; i Acceso, iConoce o iMente en seguiment de notícies.

3. L'excepció al punt anterior és Mynews, producte orientat de manera pràcticament similar als dos tipus de serveis, amb altes prestacions en els dos casos.

4. Tot i la seva especialització en un dels dos serveis, hi ha productes que també ofereixen algunes prestacions de l'altre tipus, mentre que altres productes no ofereixen aquesta possibilitat. Per exemple, Factiva, especialitzat en cerca d'informació, també té algunes prestacions de seguiment, o iMente, especialitzat en seguiment, també té algunes prestacions de cerca; en canvi, TNS està totalment orientat al seguiment.

5. Amés dels dos principals serveis identificats, la majoria de productes ofereixen als seus clients altres de complementaris o que tenen un important valor afegit, segons els casos. Per exemple, Pressdisplay té altes prestacions de visualització i consulta dels documents; Acceso i TNS ofereixen informes personalitzats als seus clients o fan seguiments també de mitjans audiovisuals...

6. La diversitat i singularitat de cada producte analitzat mostra clarament les estratègies de diversificació que han seguit les empreses del sector per tal de diferenciar-se de la competència a l'hora de fer arribar serveis altament especialitzats al seus clients.

Per tant, ha quedat clar que, depenent de les pròpies necessitats d'informació de premsa, un professional o una organització disposen en aquests moments d'una oferta de productes prou variada per poder triar aquell que es pugui adequar millor als seus requeriments específics. La panoràmica mostrada en aquest treball pot servir de guia inicial a l'hora de seleccionar el més adequat en cada cas.

## 7. Bibliografia

Abadal, Ernest; Guallar, Javier. "Les hemeroteques digitals de la premsa catalana: anàlisi dels diaris catalans de més difusió". 11es Jornades Catalanes d'Informació i Documentació, Barcelona (22-23 maig 2008).

[http://eprints.rclis.org/13686/1/jornades2008\\_guallar-abadal\\_hemeroteques\\_diaris.pdf](http://eprints.rclis.org/13686/1/jornades2008_guallar-abadal_hemeroteques_diaris.pdf)

Abadal, Ernest; Guallar, Javier. Prensa digital y bibliotecas. Gijón: Trea, 2010.

Arquero Avilés, Rosario; García-Ochoa, María Luisa. La hemeroteca de prensa. Gijón: Trea, 2005.

Fuentes, María Eulàlia; Jiménez, Àngels; González, Alfons. "Servicios y sistemas de acceso a la información periodística en Internet". En: Anuari de Biblioteconomia, Documentació i Informació: Bibliodoc 2000. Barcelona: COBDC, 2001, p. 85-102.



Giménez Toledo, Elea. "Las bases de datos para los profesionales de la comunicación". En: Galdón, Gabriel (coord.): Teoría y práctica de la documentación informativa. Barcelona: Ariel, 2002, p. 175-196.

Giménez Toledo, Elea; López Martín, Laura. "Fuentes de información especializada: sobre periodismo y para periodistas". En: Pareja Pérez, Víctor Manuel (coord.). Guía de internet para periodistas. Madrid: Centro de Información y Documentación Cindoc (CSIC), 2002, p. 107-150.

Grau, Jordi; Guallar, Javier. "My News, la hemeroteca digital de la prensa española". El profesional de la información, vol 13, núm 6 (noviembre 2004), p. 466-476. <http://eprints.rclis.org/archive/00008532/01/My-News.pdf>

Guallar, Javier. "iMente, servicios de información de actualidad en línea". El profesional de la información, vol. 15, núm. 6 (noviembre 2006), p. 426-435. [http://eprints.rclis.org/archive/00007856/01/epi06\\_guallar\\_imente.pdf](http://eprints.rclis.org/archive/00007856/01/epi06_guallar_imente.pdf)

Guallar, Javier; Abadal, Ernest. "Hemeroteca digital en la biblioteca pública". Anuario ThinkEPI, vol. 2, 2008, p. 153-158. [http://eprints.rclis.org/16295/1/anuariothinkepi08\\_guallar-abadal\\_hemeroteca-biblioteca.pdf](http://eprints.rclis.org/16295/1/anuariothinkepi08_guallar-abadal_hemeroteca-biblioteca.pdf)

Guallar, Javier; Abadal, Ernest. "Evaluación de hemerotecas de prensa digital: indicadores y ejemplos de buenas prácticas". El profesional de la información, vol. 18, núm. 3 (mayo-junio 2009a), p. 255-269. [http://eprints.rclis.org/16899/1/epi09\\_guallar-abadal\\_evaluacion\\_hemerotecas.pdf](http://eprints.rclis.org/16899/1/epi09_guallar-abadal_evaluacion_hemerotecas.pdf)

Guallar, Javier; Abadal, Ernest. "Fuentes de información sobre prensa digital: una propuesta de clasificación". En: I Congreso internacional de ciberperiodismo y web 2.0, Bilbao (11-13 noviembre 2009b) [http://eprints.rclis.org/17176/1/Guallar\\_Abadal.pdf](http://eprints.rclis.org/17176/1/Guallar_Abadal.pdf)

Guallar, Javier; Cornet Anna. "Fuentes de información digitales en los centros de documentación de prensa: las bases de datos comerciales". El profesional de la Información. Vol. 13, núm. 2 (marzo-abril 2004), p. 107-117. <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2004/marzo/4.pdf>

Jiménez, Àngels. "Acceso a información periodística a través de servicios de press clipping". Hipertext, n.º.1, 2003.

<http://www.hipertext.net>

Marcos, Mari Carmen; Baiget, Tomàs. "Integración y personalización de contenidos, la clave del éxito de Factiva". El profesional de la información, vol. 12, núm. 1 (enero 2003), p. 26-30.

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2003/enero/4.pdf>

Pareja Pérez, Víctor Manuel (coord.) Guía de Internet para periodistas. Madrid: Centro de Información y Documentación Cindoc (CSIC), 2002, 196 p.

Pareja Pérez, Víctor Manuel. "Periodismo digital. Medios de comunicación en Internet". En: Maldonado, Ángeles; Rodríguez Yunta, Luis (coords.). La información especializada en internet: directorio de recursos de interés académico y profesional. Madrid: CSIC, 2006, p.237-276.