

SITIOS WEB DE INFORMACIÓN



Andrea García

Laura Gasca

Elena González

María Manzaneque

Introducción:

Las nuevas técnicas de comunicación y transporte han aumentado las capacidades de contacto e interacción entre las personas. El nuevo siglo nos ha traído una nueva sociedad, una sociedad dinámica e intercomunicada, global y transparente, donde todo cambia rápidamente. Estamos en la era digital, también conocida como la era de la información. Con las nuevas tecnologías se han creado “comunidades étnicas virtuales” donde cada vez nos comunicamos más a distancia física y menos en cercanía, donde la ubicación física deja de tener tanta importancia. En este sentido, Internet ha sido una muy buena fuente de información, y ha jugado un papel decisivo en la evolución de nuestra sociedad.

Los medios de toda la vida (la radio, la prensa y la televisión) han dado paso a Internet, lo que ha supuesto que en cualquier momento y en cualquier lugar podamos acceder a la información que necesitamos, difundir datos en todo el mundo y comunicarnos e interactuar con cualquier persona del mundo. Además, permite producir y distribuir conocimientos, y nos proporciona un nuevo entorno de interrelación social.

En la actualidad, la información ocupa un lugar importante dentro de los contenidos web, por lo que los sitios web de noticias han aumentado. También han aumentado sus contenidos y han mejorado su imagen. La tecnología ha hecho que el periodismo se oriente hacia el mundo digital, facilitando así la aparición de un nuevo medio de comunicación, donde los contenidos y las relaciones con los lectores se han transformado. El lector tradicional ha pasado a ser un usuario que interactúa y participa dinámicamente (uno de los rasgos esenciales de la comunicación en red), comentando o compartiendo las noticias.

En este caso, el objetivo de nuestro trabajo va a ser el de analizar y comparar tres sitios web de información de la actualidad, para ver si tienen características comunes en lo que respecta a la organización de contenidos, búsqueda, hipertextualidad, elementos multimedia y participación de los usuarios. Para ello, hemos creído conveniente utilizar técnicas de investigación como la observación y la recogida de datos (realizadas el 15 de febrero de 2012).

Selección de la muestra:

Para llevar a cabo el análisis de los sitios web de información, hemos creído conveniente seleccionar una muestra variada, es decir, elegir diferentes tipos de webs de información. Aunque todos nos aporten noticias, nuestro propósito es compararlas y ver las características que las definen, sus similitudes y diferencias. En concreto, hemos seleccionado un diario digital, un blog de información y un agregador de noticias social:

- **Diario digital:** 20 minutos, España (<http://www.20minutos.es>)
- **Blog de información:** Con Noticias de Facebook, España (<http://blogs.lainformacion.com/con-noticias-de-facebook/>)
- **Agregador social:** Menéame, España (<http://www.meneame.net>)

Metodología:

Las características y criterios seleccionados para el análisis de cada sitio web son los siguientes:

1. Información general:

- Nombre y URL de la web
- País de origen
- Idioma
- Breve caracterización del sitio
- Carácter
- Visibilidad y popularidad

2. Organización de la información:

2.1 Priorización y relevancia

- Jerarquía visual de la información
- Temas más comunes en los esquemas principales

2.2 Estructuras de organización de la información

- Tipo de estructuras empleadas

- Estructuras alternativas para la búsqueda de información
- Facilidad de acceso

2.3 Otros aspectos de la organización de la información

- Información que complementa las noticias
- Control del número de enlaces en las noticias
- Otros enlaces
- Actualización

3. Sistema de etiquetado:

- Tipos de etiquetas
- Etiquetas de navegación más comunes

4. Sistema de búsqueda (Hemeroteca):

- Posibilidades de búsqueda
- Elementos que conforman los resultados de búsqueda

5. Utilización de multimedia:

- Tipo de documento multimedia
- Elementos dinámicos
- Banners y elementos publicitarios

6. Participación, colaboración y aprendizaje:

- Espacios para la participación
- Contenidos creados por los usuarios
- Disponibilidad de herramientas sociales para compartir los contenidos

7. Servicios:

- Servicios más comunes

8. Hipertextualidad:

- Existencia de hipertextualidad
- Relaciones entre páginas

- ¿Hipertextual o hipermedia?
- Contenido web o adaptado

9. Publicidad:

- Tipos de publicidad
- Cada cuanto se modifica
- Módulos de publicidad

Análisis de los medios:

DIARIO DIGITAL: 20MINUTOS.COM



1. Información general:

Aspectos de caracterización general del sistema:

- **Nombre y URL de la web:** El nombre del sitio web analizado es 20minutos.es (<http://www.20minutos.es/>), una página web (periódico online) donde podemos encontrar información de actualidad de todos los tipos, desde noticias internacionales hasta moda. Se trata de un periódico gratuito que en sus principios se fundó en el año 2000 como periódico impreso y que 5 años más tarde se lanzó 20minutos.es, la versión digital del mismo.
- **País de origen:** España, Madrid.
- **Idioma:** Español
- **Breve caracterización del sitio:**
 - Cabecera: Banner de publicidad (por ejemplo Orange) y el nombre de la página web, seguido por otro anuncio más pequeño (Comparados de Seguros comparadosdeseguros.com).
 - Página principal: es posible ver las noticias y los elementos multimedia como los videos y las fotos. También es posible comentar las noticias y compartirlas en Facebook. Podemos observar un índice con cada sección del periódico como la portada, las noticias nacionales o la sección de economía. Debajo de este índice, vemos los videos más vistos del día, con 5 videos distintos de ejemplo.
 - Parte derecha: Otro banner de publicidad (Fosters Hollywood) ocupa esta parte seguido de la sección llamada “Mejores fotos del día”, donde se encuentran las fotos más destacadas de cada fecha. Junto a esto, encontramos otro anuncio (ING Direct), seguido de varios bloques donde la gente puede participar votando en diferentes encuestas sobre temas que se actualizan cada

cierto tiempo. Otra sección denominada “Lo más...” es lo que sale a continuación, donde podemos leer lo más comentado, visto o valorado del día. Otro anuncio de ING Direct acompaña a este apartado, junto a otro anuncio de La gala de los Goya de este año. Como en casi todos los periódicos, la parte de horóscopo aparece en esta parte de la página. Tras esto, otros dos anuncios y el blog de 20minutos.es, y también ofrecen juegos online, viñetas y consultorios.

- Centro: la parte del centro de la página nos ofrece distintas noticias ordenadas por su relevancia en cada sección. Pueden ser noticias de carácter internacional, nacional, económico o deportivo, aparte de muchas otras. en cada sección hay una noticia que destaca más que las demás, según la importancia que le den los editores. Las noticias también aparecen mezcladas con banners de publicidad que separan cada sección.
- Inferior: en la parte inferior solo aparece la parrilla de televisión de cada día y una tabla ofreciendo información sobre otros servicios como blogs, comunidades, minutecas o especiales.
- **Carácter:** nos encontramos ante un periódico de carácter generalista, ya que podemos encontrar información de todo tipo, desde noticias nacionales o internacionales hasta la parrilla de televisión.
- **Visibilidad y popularidad:** la visibilidad de esta página web es de fácil acceso, ya que poniendo “20 minutos” en cualquier buscador de la web, podemos acceder a este periódico sin ningún tipo de problema. Y tiene una gran popularidad, ya que al ser un periódico con noticias de cualquier carácter, tiene muchas visitas.
- **Acceder a este periódico es totalmente gratuito.**

2. Organización de la información:

2.1. Priorización y relevancia:

- **Jerarquía visual de la información:** la información más relevante la encontramos en la portada. Siguen un orden de relevancia y ordenadas por secciones (internacional, nacional...) y dentro de cada sección podemos observar cuál es la noticia más importante, y otras noticias que no se les concede tanta importancia por lo que el espacio es más reducido.

- **Temas más comunes en los esquemas principales:** no podemos saber con detalle cuales son los temas más comunes ya que por una parte, la pagina se actualiza cada cierto tiempo por lo que las noticias cambian, y por otra, en un apartado la noticia más importante puede ser de tema económico y en otra de un tema cultural, por lo que no podemos saber con exactitud qué relación hay entre las noticias.

2.2. Estructuras de organización de la información:

- **Tipo de estructuras empleadas:** la estructura empleada es jerárquica. Las noticias aparecen en el orden en el que se van actualizando pero no se les da la misma importancia a todas. Hay algunas noticias a las que se les concede un mayor espacio y por tanto un tamaño de letras más grande y casi siempre este tipo de noticias están acompañadas por una foto. Otras noticias pueden ser más cortas, con menos espacio, y a veces sin fotos. Por lo que podemos decir que están ordenadas según la importancia que se les da.
- **Estructuras alternativas para la búsqueda de información:** aparte de la información que obtenemos en la página principal, existe un buscador de palabras para encontrar la información que queremos, aparte de una base de archivos para buscar información de cualquier día del año.
- **Facilidad de acceso:** como todo está conectado mediante enlaces e hipertextos es sencillo encontrar información en la web.

2.3. Otros aspectos de la organización de la información:

- **Información que complementa las noticias:** en las noticias podemos observar que aparece texto, pero también podemos encontrar videos, fotos, gráficos y enlaces a otras páginas para complementar la información.
- **Control del número de enlaces en las noticias:** todas las noticias tiene casi siempre como mínimo un enlace para complementar la información en la que relaciona un nombre o una cita con otra noticia relacionada que aparece en la web. Casi siempre, los enlaces se utilizan para explicar mejor o dar más información al texto.

- **Otros enlaces:** en la parte derecha de las noticias hay un apartado denominado “Minuteas relacionadas” donde encontramos enlaces (palabras clave) que nos llevan a otras noticias de la web.
- **Actualización:** las noticias están en constante actualización, dependiendo de la importancia de cada noticia en cada momento. Casi siempre suele actualizarse la página cambiando el orden de las noticias cada 15-30 minutos.

3. Sistema de etiquetado:

- **Tipos de etiquetas:** En cada noticia no se usan muchas etiquetas (tres como mucho), son de tipo textual y descriptivo y se utilizan para identificar el tema de la noticia o destacar las ideas más importantes.
- **Etiquetas de navegación más comunes:** cada noticia tiene sus etiquetas, por lo que puede tener etiquetas en común con otras noticias pero con otras no. Podemos encontrar etiquetas que nos dirijan a muchas noticias y otras que no nos conduzcan a tantas.

4. Sistema de búsqueda (Hemeroteca):

- **Posibilidades de búsqueda:** El sistema de búsqueda del diario digital 20minutos es simple, y no existe la posibilidad de búsqueda avanzada.

Las categorías aparecen en una barra situada bajo la del buscador, y se incluyen las categorías de “Todos, Vídeos, Blogs, Listas y Foros”. En la primera categoría aparecen todos los resultados en los diversos formatos, y en las siguientes aparecen tan solo los formatos seleccionados. Es decir, si se seleccionan los resultados de vídeos, se mostrarán todos aquellos videos relacionados con el término de búsqueda introducido y así sucesivamente.

A parte del buscador, la página posee un archivo en el que se incluyen todos los contenidos publicados, es decir, una hemeroteca. En la misma encontramos contenidos desde enero de 2005 hasta el día de hoy.

- **Elementos que conforman los resultados de búsqueda:** Los resultados realizados a partir de la barra del buscador incluyen aquellos incluidos dentro de la página. Los resultados que se muestran se filtran en diversas categorías y no

parecen seguir ningún tipo de criterio de orden, aparecen las fechas desordenadas, algunos artículos no incluyen fecha, y otros simplemente van acompañados de la descripción “hace un día”. Se incluyen todas aquellas noticias que conforman las palabras introducidas como criterio de búsqueda. La búsqueda mediante la hemeroteca o archivo, está filtrada por año, y dentro de cada año encontramos todos los meses y los días. Al seleccionar una fecha concreta, encontramos la información en una lista, en la que primero se encuentran las secciones (ARTREND, BELLEZA/SALUD, CINE, DEPORTES, etc.) y dentro de cada una de ellas todas las noticias de la sección. Más adelante en la lista encontramos secciones con el nombre de las diversas Comunidades Autónomas, en las que se incluyen noticias de cada una de ellas.

5. Utilización de multimedia:

- **Tipo de documento multimedia:** los elementos multimedia que encontramos son videos, fotos, diversos banners y viñetas.
- **Elementos dinámicos:** Los elementos dinámicos son aquellos con los que los usuarios pueden interactuar. 20minutos incluye muchos de los mismos en su misma página, o algunos que conducen a otras páginas distintas. Incluye juegos, foros, blogs, consultorios (para enviar preguntas sobre un tema que le interese al lector), votaciones en referencia a los diversos temas de actualidad, diversas cartas de lectores, fotos de lectores también, encuentros digitales, listas creadas por los usuarios de diversos temas (películas de terror, Grammys 2012, frases famosas de Groucho Marx, etc.), tienda 20 minutos, sección de búsqueda para compartir coche (enlace a amovens), anuncios clasificados, compra y alquiler de pisos, cursos y formación (enlace a lectiva.com).
- **Banners y elementos publicitarios:** la publicidad que contiene la página es masiva. Se pueden apreciar mucha cantidad de banners publicitarios, tanto en la cabecera, lateral derecho, y también dentro del contenido del bloque de noticias. También al entrar en cada noticia encontramos banners publicitarios al final de los mismos. La publicidad ofrecida es mayoritariamente externa.

6. Participación, colaboración y aprendizaje:

- **Espacios para la participación:** Existe la posibilidad de comentar todas las noticias incluidas en la página, y la opción de suscripción mediante RSS de cada sección para recibir notificaciones de las mismas al medio que se elija.
- **Contenidos creados por los usuarios:** Aquellos elementos incluidos en la página creados por los usuarios son por ejemplo, los blogs, foros, fotos de lectores y listas creadas por los mismos para compartir información (películas de terror, Grammys 2012, frases famosas de Groucho Marx, etc.).
- **Disponibilidad de herramientas sociales para compartir los contenidos:** Existe la posibilidad de compartir las noticias en una infinidad de herramientas sociales como, Facebook, Menéame, Tuenti, Blinklist, del.icio.ous, Digg, Enchíllame, Fresqui, iGoogle, Mr. Wrong, My Live, My Space, Netvibes, Read it Later, Reddit, Reporter, Stumbleupon, Technorati, Twitter, Yahoo! y Wikio.

7. Servicios:

- **Servicios más comunes:** Seguros de coche, coches de ocasión, vivienda, lotería, el tiempo, empleo, horóscopo, tienda, compartir coche, viajes, iPhone, alertas SMS, boletines, callejero, archivo, sindicación, traductor, edición impresa, encuestas, trivial, mini20 (lector RSS de escritorio para seguir la actualidad) y parrilla TV.

8. Hipertextualidad:

- **Existencia de hipertextualidad:** hay múltiples relaciones entre los distintos textos que configuran la página. Podríamos decir que prácticamente todo el contenido es hipertextual.
- **Relaciones entre páginas:** las relaciones entre páginas son tanto internas como externas pero las externas se dan en mayor medida. Los enlaces llevan a cualquier tipo de información.
- **¿Hipertextual o hipermedia?** El contenido es tanto hipertextual como hipermedia.
- **Contenido web o adaptado:** el contenido que aparece es contenido adaptado a la web.

9. Publicidad:

- **Tipos de publicidad:** hay publicidad externa, no hace ninguna publicidad interna sobre la propia página.
- **Cada cuanto se modifica:** los anuncios se cambian cada vez que se accede a la página o cada vez que se le da a inicio una vez estando en ella.
- **Cuantos módulos de publicidad hay:** en toda la página hay hasta 13 banners de publicidad, situándose en la parte superior de la página, en la parte derecha, y en el centro entre las secciones de este periódico virtual.

BLOG: CON NOTICIAS DE FACEBOOK



1. Información general:

Aspectos de caracterización general del sistema:

- **Nombre y URL de la web:** “Con Noticias de Facebook” (<http://blogs.lainformacion.com/con-noticias-de-facebook/>) es uno de los blogs de información que podemos encontrar dentro de la página web “lainformacion.com”. Según sus autores, este blog “es un punto de encuentro para todos aquellos que usan Facebook pero que no conocen de las historias particulares que existen, viven y laten dentro de la red social número uno del mundo. Con intención de descubrir e informar sobre Facebook nace el blog”.
- **País de origen:** España, Madrid.
- **Idioma:** Español
- **Breve caracterización del sitio:**
 - Cabecera: Banner de publicidad y el nombre del blog, junto con un enlace a la página web “lainformacion.com” y los demás blogs.
 - Página principal: podemos ver las noticias y los elementos multimedia que en ellas se insertan. Es posible compartir y comentar las noticias.
 - Parte derecha: el buscador, feed RRS (para suscribirte al blog), un banner con publicidad interna que promociona sitios web de “lainformacion.com” y publicidad externa (como por ejemplo, de “El Corte Inglés”), una breve descripción del blog, comentarios recientes, etiquetas, entradas recientes, la posibilidad de hacerte fan del blog en Facebook, los archivos, los enlaces a otros blogs, el calendario de las actualizaciones y un enlace a una página que explica cómo usar el Facebook.
 - Inferior (pie de página): en el inferior solo aparece información relacionada con la web “lainformacion.com”: enlaces a la portada, a las últimas noticias, los blogs, las fotos, los archivos, las diferentes secciones, servicios que ofrece la página, información sobre los autores, links a otras webs...

- **Carácter:** aunque el blog esta dentro de una página de carácter generalista (con todo tipo de información), el blog tiene un carácter temático, ya que únicamente muestra temas relacionados con Facebook.
- **Visibilidad y popularidad:** En la cabecera de “lainformacion.com” hay un enlace directo con el nombre “Blogs” en el que podemos acceder a los 26 blogs que tiene con diferentes temáticas: deportes, historia, moda, ciencia, fotografía, tecnología... El blog al que más importancia dan (con un tamaño más grande que los demás) es "233grados.com” y “Con Noticias de Facebook” se encuentra en el octavo lugar de la lista. Con esto llegamos a la conclusión de que el blog que estamos analizando es fácil de encontrar y además, es uno de los más populares y visitados.
- **El blog es totalmente gratuito.**

2. Organización de la información:

2.1. Priorización y relevancia:

- **Jerarquía visual de la información:** la información más relevante la encontramos en la página principal, en el centro del blog. Como hemos dicho anteriormente, en ella podemos ver todas las noticias publicadas. No siguen una jerarquía por importancia, si no que las noticias se van ordenando a medida que se van publicando, es decir, la más reciente queda en primer lugar. Las demás informaciones las podemos encontrar en la parte derecha, y se les concede menor importancia o relevancia, con un espacio más reducido.
- **Temas más comunes en los esquemas principales:** se da información específica sobre la red social Facebook. Los esquemas principales de información tiene una finalidad meramente noticiosa, pero se les añade participación de los lectores al darles la posibilidad de compartir las noticias y comentarlas.

2.2. Estructuras de organización de la información:

- **Tipo de estructuras empleadas:** la estructura que se utiliza no es jerárquica, sino lineal. Las noticias aparecen en el orden en el que se van actualizando y se les da la misma importancia a todas. Los contenidos son bastante homogéneos

respecto al aspecto y estructura, con título, palabras importantes destacadas en negrita, uso de imágenes... También se utiliza una base de datos (archivos) donde poder buscar más fácilmente las noticias antiguas que no aparecen en la página principal.

- **Estructuras alternativas para la búsqueda de información:** aparte de la información que encontramos en la página principal, existen dos buscadores de palabras para examinar la información deseada, además de etiquetas y una base de archivos para hacer la búsqueda más fácil.
- **Facilidad de acceso:** como todo está conectado mediante enlaces e hipertextos es sencillo encontrar información tanto en la web como en el propio blog.

2.3. Otros aspectos de la organización de la información:

- **Información que complementa las noticias:** en las noticias aparece texto, pero para complementar esto utilizan elementos multimedia como imágenes, capturas de pantalla, gráficos, videos y enlaces a páginas u otras noticias que se mencionan.
- **Control del número de enlaces en las noticias:** las noticias que se escriben en el blog suelen tener casi siempre mínimo un enlace a otra noticia relacionada que aparece en la web (en la mayoría de los casos) o a la página sobre la que están hablando (Facebook, Digg...). Los enlaces se usan para aclarar o explicar mejor los conceptos que se presentan en la noticia, o para documentar y verificar que lo que se está escribiendo es veraz.
- **Otros enlaces:** en la parte derecha del blog, hay una sección denominada “Enlaces” donde se muestra una lista con los nombres de los diferentes blogs que hay aparte de “Con Noticias de Facebook”.
- **Actualización:** las noticias no llevan una actualización fija, sino que el autor escribe cuando tiene alguna nueva noticia que contar. Eso sí, intenta actualizar el blog casi todos los días (menos los fines de semana o días festivos) y solo hay una noticia por día.

3. Sistema de etiquetado:

- **Tipos de etiquetas:** las etiquetas que encontramos son de tipo textual y descriptivo. En cada noticia no se usan muchas etiquetas (una o tres como

mucho) y se utilizan para identificar el tema de la noticia o destacar las idea más importantes.

- **Etiquetas de navegación más comunes:** al ser un blog que trata sobre temas relacionados con Facebook, la etiqueta más utiliza es “Facebook”. Además de esta, podemos ver etiquetas como “Aplicaciones”, “Google”, “Usuarios”, “Privacidad”... En la parte derecha del blog podemos ver las etiquetas más utilizadas, en diferentes tamaños según la utilización que se les da (cuanto más se usa, más grande es su tamaño).

4. Sistema de búsqueda (Hemeroteca):

- **Posibilidades de búsqueda:** las posibilidades de búsqueda son simples y no hay opciones de búsqueda avanzada. La búsqueda consiste en poner en el buscador las palabras que se desean buscar y el buscador te proporciona todo lo encontrado relacionado con lo que has buscado. Además de los buscadores de palabras también existe un archivo donde se encuentran (ordenadas por fecha) todas las noticias publicadas. Mediante el calendario también se puede acceder a todas las noticias.
- **Información en los resultados obtenidos:** respecto a la búsqueda de archivos, los resultados obtenidos son concretos, ya que existe un archivo por cada noticia, por lo que cuando buscas una noticia en el archivo, directamente te sale lo que estabas buscando. Con el buscador no te sale una búsqueda concreta, si no el número de artículos que se han encontrado con las palabras que se han buscado.

5. Utilización de multimedia:

- **Tipo de documento multimedia:** los elementos multimedia que encontramos son videos, fotos, gráficos y capturas de pantalla.
- **Elementos dinámicos:** no hay elementos dinámicos en el blog (es decir, ni foros, ni chats, ni contadores de visitas...). Lo más parecido es la opción de poder comentar las noticias y poder compartirlas en diferentes redes sociales.
- **Banners y elementos publicitarios:** la publicidad que se utiliza es poca (dos banners), pero debemos tener en cuenta que en un blog no se suele utilizar mucha publicidad. La publicidad que aparece es mayormente interna (ofrece los

productos de “lainformacion.com”). Además, hace una publicidad implícita de Facebook.

6. Participación, colaboración y aprendizaje:

- **Espacios para la participación:** Existe un espacio para comentarios y la opción de suscribirte en la RRS para que te lleguen las nuevas noticias al email. Además, los usuarios de Facebook pueden hacerse fan del blog con solo clicar “Me gusta”. En total, 744 personas son seguidores del blog en Facebook.
- **Contenidos creados por los usuarios:** no hay ningún contenido creado por el usuario.
- **Disponibilidad de herramientas sociales para compartir los contenidos:** Existe la posibilidad de compartir las noticias en redes sociales como Facebook, Twitter, Google+, Menéame, Delicious, Bitacoras.com y LinkedIn.

7. Servicios:

- **Servicios más comunes:** Compartir la noticia, comentar la noticia, suscribirte a la RRS para que te manden las últimas actualizaciones por correo, buscar los archivos más recientes, los últimos comentarios, enlaces y calendario. Además, en el pie de página existe un apartado dedicado a la web “lainformacion.com”.

8. Hipertextualidad:

- **Existencia de hipertextualidad:** hay múltiples relaciones entre los distintos textos que configuran la página. Podríamos decir que prácticamente todo el contenido es hipertextual.
- **Relaciones entre páginas:** las relaciones entre páginas son tanto internas como externas. Los enlaces llevan a informaciones propias del blog y de la web, y también a páginas externas que no tienen que ver con noticias publicadas en el blog o la web.
- **¿Hipertextual o hipermedia?** En el caso de este blog, los enlaces no solo se hacen entre textos, si no que también se utilizan en gráficos, videos e imágenes. Por eso, hablamos de hipermedia.
- **Contenido web o adaptado:** el contenido que aparece es contenido meramente web, ya que es un blog que se publica en Internet.

9. Publicidad

- **Tipos de publicidad:** hay publicidad interna y externa. Se publicitan servicios propios de la página web “lainformacion.com” y anuncios externos como por ejemplo ING DIRECT, El Corte Inglés, Repsol, Renault...
- **Cada cuanto se modifica:** los anuncios se cambian cada vez que se accede o se actualiza la página.
- **Módulos de publicidad:** solo hay dos módulos de publicidad (dos banners). Uno se sitúa en la parte superior del blog y el otro en el margen derecho.

AGREGADOR SOCIAL: MENÉAME



1. Información general:

Aspectos de caracterización general del sistema:

- **Nombre y URL de la web:** “Menéame” (<http://www.meneame.net/>) es un agregador social. Según sus autores, es un sitio “que te permite enviar una historia que será revisada por todos y será promovida, o no, a la página principal. Cuando un usuario envía una historia ésta queda en la cola de pendientes hasta que reúne los votos suficientes para ser promovida a la página principal”.
- **País de origen:** España, Mallorca (Sineu).
- **Idioma:** Español
- **Breve caracterización del sitio:**
 - Cabecera: Nombre y logo de la página, junto con el buscador y la opción para los usuarios de registrarse o acceder a la página siendo usuario. También hay una barra de herramientas que incluye: “enviar historia”, “pendientes”, “fisgona”, “galería” y “nótame”.
 - Página principal: podemos ver las noticias con sus respectivas fotografías. Es posible menear y comentar las noticias. Las noticias están clasificadas por apartados, el primero de ellos es “Portada”, que se divide en las diferentes secciones: todas, actualidad, cultura, ocio, tecnología. El siguiente apartado es “Populares” y se divide temporalmente (24 horas, 48 horas, 1 semana, 1 mes y 1 año). “Más visitadas” también se divide temporalmente. “Destacadas” es el siguiente apartado y el último se denomina “Menear pendientes” y se clasifica por temarios: todas, actualidad, cultura, ocio, tecnología, candidatas y descartadas.
 - Parte derecha: en la parte derecha encontramos un bloque de publicidad, las noticias más destacadas, una publicidad interna que contiene un video blog

(Menéame Deluxe), las noticias más votadas, las más visitadas, mejores comentarios, etiquetas y apuntes de blog.

- Inferior (pie de página): en el inferior encontramos diferentes servicios sobre la página, como por ejemplo suscripciones a la RSS, ayuda, más información sobre Menéame, estadísticas, relax y tienda.
- **Carácter:** este agregador es de carácter generalista, ya que las informaciones que en él se insertan son de todo tipo y no se centran en un tema en concreto.
- **Visibilidad y popularidad:** la visibilidad de la página es de fácil acceso ya que poniendo “Menéame” en cualquier buscador accedes sin ningún problema a éste. En cuanto a su popularidad, en el apartado de las estadísticas (pie de página) podemos observar la cantidad de usuarios, en este caso muy abundante.
- **El blog es totalmente gratuito.** El único requisito para poder acceder a “Menéame” es que debes registrarte para poder tomar parte de este agregador. Como simple visitante no tienes porque registrarte.

2. Organización de la información:

2.1. Priorización y relevancia:

- **Jerarquía visual de la información:** La información no es lineal sino jerárquica, ya que no se les da la misma importancia a las noticias. en la información que se publica se tienen en cuenta el número de visitas, el número de votos, el número de clicks, el número de “karma” y el número de “meneos”. Las noticias no siguen un orden descendiente ni ascendiente.
- **Temas más comunes en los esquemas principales:** las noticias que se publican no tienen un temario específico, son noticias de actualidad. Los esquemas principales de información tiene una finalidad meramente noticiosa. Los usuarios pueden participar mediante votos o “meneos” en las demás noticias.

2.2. Estructuras de organización de la información:

- **Tipo de estructuras empleadas:** la noticia no adquiere relevancia hasta que los usuarios la votan, de esa manera pasará a la página principal. No todas las noticias obtienen la misma importancia, algunas son realmente importantes y otras en cambio se quedan en la ignorancia. Los contenidos son bastante

homogéneos respecto al aspecto y estructura, con título, autor, fecha, avatar del usuario, la URL de donde proviene, las etiquetas, comentarios, temario, meneos, clics y Karma.

- **Estructuras alternativas para la búsqueda de información:** aparte de la información que encontramos en la página principal, existe un buscador de palabras para examinar la información deseada y etiquetas. Hay un apartado denominado “fisgona” en el cual se pueden observar todas las características y movimientos de las noticias y actualizaciones de la página.
- **Facilidad de acceso:** la información es fácil de encontrar porque todo se encuentra en la página principal, y es accesible mediante enlaces e hipertexto.

2.3. Otros aspectos de la organización de la información:

- **Información que complementa las noticias:** en las noticias aparece texto, pero algunas la complementan con una pequeña foto. Además, cada noticia indica los meneos, los clics, los comentarios, etiquetas, el usuario y el URL de la noticia, junto con la fecha de la publicación.
- **Control del número de enlaces en las noticias:** todas las noticias en sí son enlaces a otros medios en los que se incluye la noticia.
- **Otros enlaces:** en la parte derecha se puede acceder mediante enlaces a las noticias más destacadas, al bideoblog (Menéame Deluxe), las más votadas, las más visitadas, los sitios más votados, los mejores comentarios, etiquetas y apuntes de blogs. A pie de página también hay enlaces a otros servicios que ofrece la página.
- **Actualización:** constante.

3. Sistema de etiquetado:

- **Tipos de etiquetas:** las etiquetas que encontramos son de tipo textual y descriptivo. En cada noticia no se usan muchas etiquetas (una o tres como mucho) y se utilizan para identificar el tema de la noticia o destacar las idea más importantes.
- **Etiquetas de navegación más comunes:** En la parte derecha podemos ver las etiquetas más utilizadas, en diferentes tamaños según la utilización que se les da (cuanto más se usa, más grande es su tamaño).

4. Sistema de búsqueda (Hemeroteca):

- **Posibilidades de búsqueda:** las posibilidades de búsqueda son tanto simples como avanzadas. En primer lugar se teclea el término que se quiere buscar en el buscador, y después de realizar la búsqueda ofrece la posibilidad de búsqueda avanzada. La página no incluye ningún archivo o hemeroteca, pero sí que clasifica las noticias por popularidad, número de visitas, las destacadas y aquellas que están pendientes de menear. Por otro lado también incluye categorías como actualidad, cultura, ocio o tecnología, facilitando de esta manera la búsqueda de contenidos.
- **Información en los resultados obtenidos:** Los resultados obtenidos contienen la palabra introducida como término de búsqueda, lo cual puede significar que no tenga nada que ver con aquello que buscamos. Por otro lado, los resultados que aparecen no presentan ningún tipo de clasificación.

5. Utilización de multimedia:

- **Tipo de documento multimedia:** los elementos multimedia que encontramos en la misma página son escasos, sin embargo, cuando se accede a alguna de las noticias sí que encontramos elementos multimedia, pertenecientes a la página de destino.
- **Elementos dinámicos:** Muchas de las noticias escritas en menéame, son artículos escritos por los propios usuarios, lo que la convierte en una herramienta social y dinámica. Por otro lado también contiene una wiki, la posibilidad de reportar abusos o errores, blogs y comentarios.
- **Banners y elementos publicitarios:** la publicidad que se utiliza es escasa, tan solo se incluyen 3 anuncios externos, y uno interno.

6. Participación, colaboración y aprendizaje:

- **Espacios para la participación:** Existe la posibilidad de comentar todas las noticias incluidas en la página, y la opción de suscripción mediante RSS para recibir notificaciones vía email.

- **Contenidos creados por los usuarios:** Muchas de las noticias compartidas son creadas por los propios usuarios aunque también se comparten noticias de diversos medios.
- **Disponibilidad de herramientas sociales para compartir los contenidos:** En la página en sí, no hay posibilidad de compartir las noticias, para ello están los meneos, para que se sepa cuáles son las más votadas entre los usuarios de la página. Existe la posibilidad de compartirlas tan solo si el medio de la página de destino ofrece la opción.

7. Servicios:

- **Servicios más comunes:** Los servicios más comunes son la versión móvil de la página, la posibilidad de seguir a menéame en Twitter o Facebook, el Blog, la wiki, También ofrece el servicio “nótame” en el que aparecen menciones de Twitter, “fisgona”, que incluye todo lo publicado en la pagina, los votos, los meneos, etc., a tiempo real. Y por otro lado también incluye una galería a la que solo se puede acceder si se es usuario.

8. Hipertextualidad:

- **Existencia de hipertextualidad:** hay múltiples relaciones entre los distintos textos que configuran la página. Podríamos decir que prácticamente todo el contenido es hipertextual.
- **Relaciones entre páginas:** las relaciones entre páginas son tanto internas como externas pero las externas se dan en mayor medida. Los enlaces llevan a cualquier tipo de información.
- **¿Hipertextual o hipermedia?** El contenido es mayormente hipertextual.
- **Contenido web o adaptado:** el contenido que aparece es contenido adaptado.

9. Publicidad

- **Tipos de publicidad:** esta página web contiene tanto publicidad interna como externa. Se publicita un servicio de la propia página (Menéame Deluxe) y también anuncios externos como ING Direct y Orange.
- **Cada cuanto se modifica:** la publicidad se modifica cada vez que se accede a la página.

- **Módulos de publicidad:** podemos encontrar un banner publicitario en la parte superior derecha de la página, seguido por el anuncio interno. Entre las noticias publicadas también podemos encontrar enlaces que nos llevan a anuncios que están en otras páginas.

Estudios comparativos y resultados:

	20minutos.es	Con Noticias de Facebook	Menéame
Carácter	Generalista	Temático (Facebook)	Generalista
Estructura	Jerárquica	Lineal	Jerárquica
Actualización	Constante	Irregular	Constante
Hemeroteca	Simple/No existe búsqueda avanzada	Simple/No existe búsqueda avanzada	Simple y avanzada
Multimedia	Videos, fotos, diversos banners y viñetas	Videos, fotos, gráficos, capturas de pantalla	Elementos escasos
Elementos dinámicos	Juegos, foros, blogs, consultorios	No hay	Wiki, blogs, comentarios...
Banners y elementos publicitarios	Masivo	Escasa publicidad	Escasa publicidad
Contenidos creados por los usuarios	Blogs, fotos, fotos, listas creadas...	No hay ningún contenido creado por el usuario	Noticias creadas y compartidas por los usuarios
Disponibilidad de herramientas sociales	Facebook, Menéame, Tuenti, del.icio.ous, iGoogle, Myspace, Yahoo...	Facebook, twitter, Google plus, Menéame, LinkedIn...	Disponibilidad de compartir noticias en redes sociales
Servicios	Alertas SMS, empleo, tiempo, lotería, tienda...	Compartir/comentar noticias, enlaces y calendario, suscripción a la RRS...	Versión móvil de la página.
Hipertextualidad	<ul style="list-style-type: none"> • Si • Relación externa • Hipertextual e hipermedia • Contenido adaptado a la web 	<ul style="list-style-type: none"> • Si • Relación internas y externas • Hipermedia • Contenido meramente web 	<ul style="list-style-type: none"> • Si • Relación interna y externa • Hipertextual • Contenido adaptado a la web
Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> • Externa • Actualización constante 	<ul style="list-style-type: none"> • Interna y externa • Actualización constante 	<ul style="list-style-type: none"> • Interna y externa • Actualización constante solo en la externa

Como podemos observar en la tabla anterior, tanto Menéame como 20minutos.es tienen un carácter generalista, mientras que el blog es de carácter temático, donde toda la temática está dirigida a la red social Facebook. En lo que a la estructura se refiere, el blog utiliza una estructura lineal; sin embargo, las otras dos páginas web tienden a utilizar una estructura más jerárquica. La actualización de Menéame es constante, cada vez que un usuario publica una noticia, la página web entera se actualiza.

La hemeroteca de las tres páginas es simple, pero solo disponemos de la opción de “búsqueda avanzada” en Menéame. Tanto en 20minutos.es como en el blog encontramos abundantes elementos multimedia, como por ejemplo videos o fotos.

El blog Con Noticias de Facebook no contiene elementos dinámicos, en cambio, el diario digital y el agregador contienen blogs, juegos o fotos. En lo que se refiere a los banners y a los elementos publicitarios, Menéame y el blog, optan por una escasa publicidad. Todo lo contrario ocurre en el diario digital, ya que encontramos una publicidad masiva.

Todas las páginas que hemos analizado contienen diversos servicios a disposición del usuario o lector, como por ejemplo, alertas SMS o servicios de ocio.

La hipertextualidad es una característica común entre las webs de información actual que hemos escogido, tanto Menéame como el blog utilizan relaciones internas y externas, es decir, ambas tienen enlaces a páginas propias (artículos ya publicados en el blog o en la página web) y a páginas ajenas al blog (Facebook). Tanto menéame como 20minutos.es han adaptado su información a la web, mientras que el blog utiliza un contenido meramente destinado a la web.

En lo que a la publicidad se refiere, las tres optan por hacer una publicidad externa, pero solo Menéame y Con Noticias de Facebook hacen una publicidad interna de cada página. Todas las webs analizadas están en constante actualización de la publicidad que hacen.

Conclusiones:

Tal y cómo indicábamos en la introducción de este informe, nuestro propósito era el análisis de diversos medios en la red, para poder comprobar cuáles son sus características en base y, sobre todo, la interactividad que este nuevo medio ofrece a día de hoy.

Era de la información la llaman, y ciertamente podemos afirmarlo de este modo. En dos de las tres páginas analizadas, el poder que ejerce el usuario es prácticamente total. La actualización se da en base a los deseos del propio usuario, y cada uno puede compartir aquello que desee sin tener en cuenta prácticamente ningún tipo de límite. Incluso en el caso del diario digital analizado, en la que la información se ofrece por el medio en sí, en todo momento quieren conocer la opinión de sus lectores a partir de diversas encuestas temáticas o la posibilidad de que el lector opine en cada noticia mediante comentarios. La influencia que ejerce el medio ya no es relevante hoy en día, sino la que ejerce el propio usuario. Pero la interactividad que ofrece la red hoy en día, a pesar de ser una de sus características más importantes, no es la única. La red es dinámica y como hemos podido comprobar, un diario digital como 20minutos, ofrece una infinidad más de servicios a parte de la información en sí. En este caso, aparte de dedicarse a la mera transmisión de noticias de carácter informativo, el diario ofrece servicios en diversas páginas de destino, en las que el lector puede compartir coche o buscar cursos para su formación por poner un ejemplo.

El contenido multimedia es otra de las características de la red. Su intención es el complementar los contenidos ofrecidos en cada página para aportarles mayor riqueza y captar la atención de sus visitantes. Esto a su vez, también es una herramienta para una mayor interacción del usuario. La hipertextualidad también está muy presente en los contenidos web, facilitando así la navegación y la búsqueda de temas comunes a aquellos por los cuales nos interesamos.

El hecho de que la red sea tan dinámica e interactiva, ha posibilitado y aumentado la capacidad comunicativa de cada uno de sus usuarios, en la que cada uno encuentra cobijo en sus propias comunidades creadas a través del ciberespacio. Para ello, como comentábamos, la distancia cada vez está menos presente en esta era, no siendo un requisito indispensable a la hora de crear o establecer lazos entre las personas.