



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLAN**

"DE LO IMPRESO A LO ELECTRONICO".

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
**LICENCIADO EN PERIODISMO Y
COMUNICACION COLECTIVA**
P R E S E N T A :
SARA ANGELA CARMONA HERNANDEZ

ASESOR: LIC. RUBEN ORTIZ FRUTIS



FEBRERO DE 2005

m. 341022



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A MIS PADRES

"Por todos los sacrificios que han hecho por mí"

A MIS HERMANOS

"Su ejemplo fue esencial en el camino"

A MI HIJO

"Es el impulso que me mueve"

A RICARDO

"Por el amor que me brinda"

A MIS AMIGAS

"Siempre habrá con quien platicar"

A LA UNAM

"Por ser la cuna de mi formación"

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Sara Angela
Carmona Hernández

FECHA: 11-09-05

FIRMA: 

DE LO IMPRESO A LO ELECTRÓNICO

	PÁGINAS
INTRODUCCIÓN	4
1 EL LIBRO Y SU FACETA ELECTRÓNICA	10
1.1 ¿Qué es el e-book?	12
1.2 Los pininos del e-book	14
1.3 "A dos de tres", libro contra e-book	18
1.4 Conozca y decida	19
1.5 En busca de la bola de cristal	25
2 UN PERIÓDICO PARA CADA PERSONA	29
2.1 Tú y yo somos uno mismo. El periódico y su versión electrónica	31
2.2 Sin consulta no hay dinero	34
2.3 Actualizan la información al instante	38
2.4 De su potencial depende su futuro	41
3 UNA ALTERNATIVA PARA DIFUNDIR LA INVESTIGACIÓN: REVISTAS ELECTRÓNICAS	46
3.1 Complemento o suplemento	50
3.2 Documentos independientes	51
3.3 ¿Son consultadas las revistas digitales?	54
3.4 Revistas hay muchas, lectores sólo algunos	56
3.5 Cómplices en el negocio	60
3.6 Un futuro inestable y sujeto al impreso	65
4 VISITA LA BIBLIOTECA SIN SALIR DE CASA	71
4.1 ¿Qué es una biblioteca digital?	71
4.2 Ley que obstruye	76
4.3 ¿De qué están hechas las bibliotecas?	78
4.4 Biblioteca en casa	81
4.5 Se busca información especializada	86
4.6 Una forma diferente de ser y quizás de usarse	89
CONCLUSIONES	100
FUENTES	104
Bibliográficas	104
Digitales	105
Entrevistas	107
Hemerográficas	108

INTRODUCCIÓN

En este trabajo se reflexiona acerca de las versiones digitales de cuatro vehículos impresos de información. De éstos se consideraron: los libros, periódicos, revistas y las bibliotecas. Cada uno se investigó y contrastó con sus versiones digitales -*e-book*, periódicos digitales, revistas digitales y bibliotecas digitales.

Los libros, periódicos y revistas están relacionados íntimamente ya que son medios de información masiva, también las bibliotecas tienen un vínculo con ellos porque éstas los albergan en sus edificios, asimismo ayudan a su difusión. Con los formatos digitales no sucede igual, pues las bibliotecas digitales aún están limitadas en sus acervos y no poseen suficientes *e-books*, periódicos digitales ni revistas digitales para difundirlos.

El indagar sobre las relaciones que lo impreso y sus versiones mantienen es atrayente, porque sus correspondientes digitales están en pleno desarrollo, por lo que sus características son en gran medida desconocidas y más al compararlos con los medios tradicionales.

Dentro de este tema fue importante averiguar sobre el futuro que tal vez tendrían los impresos y las versiones digitales; pues existe la opinión de que a los impresos les quedan pocos años de vida por la aparición de los digitales y la fuerte competencia que éstos han representado. No obstante las versiones digitales a penas se están desarrollando, lo que no les permite ser una competencia, más bien son un complemento; lo digital posee características que todavía no superan a los impresos, cuando las versiones digitales hayan rebasado a los impresos podrá hablarse de la desaparición de estos últimos.

Las versiones digitales para eliminar a los impresos tienen que conquistar a los usuarios, situación que los impresos ya hicieron. Los digitales ya ganaron la preferencia de personas con ciertas características, como son: la edad –entre 7 y 30 años-, con un nivel socioeconómico alto y una carrera universitaria, principalmente con maestría o doctorado. Conjuntamente se encuentran las necesidades de algunos investigadores por obtener información de otras partes del mundo y el gusto de otros por navegar por Internet.

Necesario o no, la Internet es un medio relevante por las ventajas que proporciona, claro, sí se conoce la forma de usarlo y no únicamente porque se diga que a nivel nacional cualquiera puede acercarse a él. Esta frase es sólo ficción, pues la situación mexicana es muy precaria y no todas las personas en el país que tienen acceso a una computadora.

Tal vez ahora en las estaciones del metro se ven varios *cybercafés*; aunque la cantidad de personas que abordan un vagón del metro es, por mucho, superior a la que se encuentran manejando esas computadoras; en otras palabras, sí existen más lugares donde hay computadoras y antes no las había, pero también son más de las tres cuartas partes de los habitantes en México que no gozan de un sueldo suficiente como para adquirir o rentar una.

Al examinar a medios impresos y sus versiones digitales se encontró el entorno que entre éstos se produce, además de todos los tintes que los nuevos medios generan con su aparición. Al mismo tiempo se puede mostrar la presente situación de las publicaciones impresas y los problemas que editoriales y escritores están sufriendo.

Para estructurar esta investigación se utilizó el género periodístico del reportaje, debido a que en él se suelen utilizar fuentes bibliográficas, hemerográficas, vivas, de la Internet y la opinión del periodista, éstas proporcionan una riqueza informativa a cada uno de los temas que conforman este trabajo. Es conveniente mencionar que los reportajes realizados son del tipo especializados y en este caso son referidos a la relación de la Internet con los vehículos impresos ya mencionados.

Un motivo más por el cual utilizar el reportaje como medio para producir este trabajo de titulación, fue porque los temas indagados son actuales y al realizar una búsqueda bibliográfica los posibles materiales a consultar fueron muy pocos. Por otro lado, cualquier otro género periodístico tendría limitaciones notables y en el reportaje las fuentes vivas dan mayor solidez al trabajo.

Para estos reportajes se consultaron fuentes hemerográficas y, en este caso, los temas ya mencionados han sido de los más tratados, e incluso en algunos periódicos no puede faltar cada semana la sección de tecnología, la cual antes no existía.

Al explorar en la Internet, los artículos también proliferaron, mas no todos contenían información relevantes y, en ocasiones, los orígenes de ésta era dudosa. También se hallaron textos que estaban protegidos y no era posible copiarlos.

Las fuentes vivas siempre dan una pincelada de realidad a la investigación por los conocimientos y experiencias personales que brindan los entrevistados. Afortunadamente los entrevistados estuvieron dispuestos a contribuir con este trabajo y a aportar sus ideas sobre este tema.

Otro motivo por el cual se usó como herramienta el reportaje fue porque en el tema examinado la información hallada en los libros, periódicos, revistas y artículos digitales se refiere a otros países y sobre México se ha divulgado poco. Con las opiniones proporcionadas en las entrevistas se preciso en lo posible el tema, se dice que en lo posible debido a que las versiones digitales son producto de la tecnología, la cual no es creada en nuestro país y es difícil dejar de lado esta limitación.

De esta manera, la información obtenida a través del reportaje tiene un alto valor, tanto por todas las fuentes que gracias a él se pueden consultar como porque engloba a los géneros informativos y de opinión.

Las fuentes informativas que, principalmente, proporcionaron forma y sustento a este trabajo fueron las entrevistas y, al mismo tiempo, las opiniones que se expresaron en cada uno de los diálogos entablados.

Los entrevistados fueron alrededor de 25 personas, entre ellos hay periodistas, escritores, editores, investigadores. Los cuales aportaron datos importantes para que esta investigación llegara a su fin. Cada uno de ellos dio de su tiempo al atender a las preguntas que se les hicieron y apoyaron con la recomendación de otras fuentes.

La investigación consta de cuatro reportajes, el primero es del libro y el *e-book*, en éste se plasma la definición, las características, semblanza, relación, ventajas, desventajas y futuro. El siguiente es el periódico y el periódico electrónico y en el se engloban definición, ventajas, desventajas y futuro. El tercer reportaje es de la revista y la revista electrónica, donde se maneja definición, relación, ventajas, desventajas y futuro. El último reportaje es sobre biblioteca y biblioteca digital,

aquí se encuentra la definición, acervo, características, ventajas, desventajas y futuro.

Los términos de digital o electrónica, en los reportajes de periódico y revista se utiliza de forma indistinta porque la investigación mostró que en el caso de revista electrónica o digital, periódico electrónico o digital en esencia son lo mismo, es decir, al averiguar en libros, revistas, artículos de la Internet y entrevistados se coincidió en que el colocar el adjetivo electrónico o digital no cambiaría el sentido a la expresión.

No obstante en el caso de los libros y *e-books* y biblioteca y biblioteca digital sí hubo confusiones y divergencias. Lo digital quedó definido como lo que tiene su correspondiente en papel y lo electrónico que es creado en forma electrónica y no tiene una versión impresa.

Con este trabajo se descartan varias afirmaciones que favorecen a los medios digitales y demeritan a los impresos. Entre ellas están:

La especulación que se hace de que los medios tradicionales van a desaparecer, porque ha crecido el número de personas que prefieren leer un periódico, libro, revista o consultar una biblioteca en la Internet ya que les es más barato y cómodo. Con esta investigación la especulación cayó, porque tener Internet es un privilegio en México, por lo cual no es barato y menos cómodo, debido a que es cansado leer un libro de alrededor de 100 páginas en pantalla. Ocurre lo mismo al revisar un periódico o revista, pues no es placentero leerlos así tanto por su extensión como porque en ocasiones se debe pagar por consultarlos, además no se dispone de una memoria de almacenamiento como el que hay en papel. En el

caso de las bibliotecas digitales el acervo aún no es suficiente como para evitar que las personas vayan a las bibliotecas tradicionales.

En el caso de los medios digitales, la mayoría de las personas que encuentran la información que buscaban en la Internet la almacenan en un disquete y la leen después o simplemente la imprimen y la terminan leyendo de forma impresa.

Otra reflexión es que los medios digitales gracias a la Internet son superiores que los tradicionales. Por ejemplo, cuando una noticia de importancia mundial se genera, Internet muestra al instante imágenes, sonido y el texto, comparado con otros medios de comunicación engloba mayores elementos que dan más riqueza a la información. De ahí que combinado con medios tradicionales origine medios adelantados, pero no del todo benéficos, porque las ventajas aún no se aprovechan a su máximo, es decir, lamentablemente, esta mejoría sólo pocos la podrían aprovechar.

Finalmente, los medios digitales son elementos fácilmente hallados en la Internet, sin embargo no basta con ponerlos ahí, es preciso cultivarlos para obtener buenos frutos y principalmente adaptarlos a la realidad mexicana, así la ganancia será real.

1 EL LIBRO Y SU FACETA ELECTRÓNICA

“Cada uno tiene su nicho y sus características, es decir, ninguno desplaza a otro” afirmó la doctora Georgina Araceli Torres Vargas investigadora del Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, declaración que matiza con la supuesta lucha a muerte que el libro y el libro electrónico sostienen frente al usuario por obtener más lectores. Mientras presuntamente compiten ambos exponen sus virtudes y carencias, sin embargo al final mostrarán que se complementan.

En la actualidad el *e-book* comienza a interesar a editores y usuarios con la promesa de ser una garantía de la información. El libro electrónico también conocido como *e-book (electronic book)*, es una opción más que ofrece la tecnología, pero, ¿realmente cuál es el objetivo de tanta tecnología?

Algunas personas relacionadas con el *e-book* dieron su opinión acerca de su objetivo.

La investigadora Araceli Torres que está indagando sobre las bibliotecas digitales dijo: “Se supone que es agilizar el uso de la información, que todo donde lo necesites esté... hacerlo más dinámico, tener menos restricciones”.

Sandro Cohen, director general de Editorial Colibrí expresó que el objetivo de los *e-books* es tener más presencia y crear más lectores.

Estas últimas palabras -crear más lectores- es un asunto que difícilmente se logrará con los *e-books*, es un problema generacional que arrastramos muy fuerte, manifestó Francisco Cruz Jiménez, subdirector de contenidos de *El Universal on*

line. Agregó “no es un trabajo aislado de los nuevos libros; es de todos educar a la gente, crearle hábitos y no es trabajo de unos años, es trabajo a largo plazo”.

También hay que considerar el objetivo del *e-book* ya que el libro impreso es su pasado y compañero. “El libro impreso nos enseña a extender simultáneamente el entendimiento de nuestra propia persona, el entendimiento del mundo objetivo fuera de nosotros y el entendimiento del mundo social”, según Carlos Fuentes¹. “La verdadera función de los libros es continuar la conversación por otros medios”, consideró Gabriel Zaid².

Los lectores encuentran en los libros impresos una compañía a sus vidas, y los conservan con un cariño especial. Tal es el caso del escritor Paco Ignacio Taibo I, quien declaró “a veces tomo un libro, aunque no lo lea me encanta acariciarlo”. Taibo I prefiere un libro impreso y considera que tenerlo en la computadora es quitarte el estupendo placer que es tomarlo y hojearlo, uno de los más grandes del mundo.

Cada libro tiene su público, sus lectores, esas personas que se interesarán por el contenido de sus páginas. Al productor del libro impreso no debe importarle la cantidad de personas que no lo leen; principalmente porque el mundo del libro en su mayoría no corresponde a los mercados masivos, pues el costo de éste lo paga exclusivamente el público que lo adquiere, porque en sus páginas no hay anuncios publicitarios.

En el extremo contrario se encuentran la radio, televisión, periódicos y revistas que son saldados por terceros; es decir, por la publicidad que se incluye en ellos y una mínima parte del costo dada por el público, aunque el costo publicitario se incluye en el precio de compra.

El *e-book* no tiene definido en dónde está la publicidad, pero se puede deducir pues, si el *e-book* se compra en *CD-ROM* dependerá del productor la decisión de incluirle o no anuncios publicitarios. Si el libro se baja de la red, obviamente la publicidad podrá saldar una fracción o gran parte de la inversión. Se dice que obviamente, porque la red se encuentra llena de publicidad y cada día se ha consolidado como un medio publicitario más.

El mercado del *e-book* se está abriendo y requiere que los posibles compradores conozcan las cualidades de éste para que elijan y exijan lo mejor dentro de las novedades de la tecnología. Pero hay que irse con cuidado, porque lo nuevo deslumbra y crea el espejismo de que las innovaciones son lo que se necesita.

1.1 ¿Qué es el *e-book*?

Las primeras publicaciones digitales que se incorporaron a la red fueron las enciclopedias y diccionarios, que forman parte de colecciones, también se ofrecían revistas, folletos, guías, bases de datos.

El modelo actual de *e-book* es definido como un material digital de lectura que puede abordar todo tipo de temas y que está disponible dentro de un ordenador adaptado al formato *Portable Document Format*, o también definido como PDF.

Un libro puesto a la pantalla de la computadora, es lo definido como *e-book*. Aunque respecto a esta descripción la doctora Georgina Araceli Torres consideró que no es propiamente un *e-book*, porque los *e-books* son los libros que únicamente los encuentras en la red, no la copia de un libro trasladado a un ordenador.

Los medios de comunicación, lectores, editores, agentes literarios, escritores y todas las personas relacionadas con los libros y *e-books* adoptan la primera definición como la usual. Lo podemos observar en la declaración de Teresa Novales Hernández, gerente de capacitación y desarrollo de Grupo de Difusión Científica: "...es la versión digitalizada de un libro impreso, puede estar almacenado en un disquete, tarjeta de memoria, o en un disco compacto, también estar disponible para su consulta en línea y se lee directamente desde una computadora o de un dispositivo especial".

El comentario de la doctora Georgina Torres es complementado con su observación acerca del *e-book* actual, pues ella aseveró: "Todavía no es el *e-book* que se tendría como ideal, lo llaman electrónico porque de alguna manera hay que llamarlo, pero no es por sus características de *e-book* útil, sería más bien un *e-book* incipiente, pues es un análogo del libro impreso, montado en un dispositivo de lectura y el contenido dispuesto en un soporte digital".

Se debe tomar en cuenta estos comentarios, porque ayudaría a que los productores de los *e-book* superen sus propias características y ofrezcan lo que los tradicionales no proporcionan. E incluso contribuiría a que los *e-books* no los vean como una agresión hacia los impresos sino una añadidura de éstos. Sin embargo, se deben resaltar los recursos que ofrece la Internet, como son: el multilinguaje, la hipertextualidad, la personalización y la mediateca virtual; con los cuales el libro electrónico complementará al impreso.

El multilinguaje es la capacidad de utilizar de forma compartida y articuladamente los lenguajes de todos los medios. La hipertextualidad la constituyen las referencias indefinidas en distintos niveles y ramificaciones. Se dice que en la red

hay personalización, porque ofrece la información que cada usuario individualmente solicita, además que aparecen como las pida y con el formato que prefiera. La Internet es un ejemplo de mediateca virtual, pues se puede tener acceso a otros medios, asimismo integrarlos a él³.

1.2 Los pininos del *e-book*

El *e-book* es el resultado de diferentes vertientes del desarrollo humano que no podría existir en otro momento histórico. El libro junto con el uso y aplicación de las tecnologías como la digitalización y el reconocimiento óptico de caracteres, ha permitido que no sea exclusivamente una combinación de textos e imágenes estáticas, sino que pueda incorporar elementos multimedia como video o audio.

El *e-book* es algo nuevo en México; sus antecedentes aparecieron en 1970 con las primeras digitalizaciones. La aparición de agendas, diccionarios de traducción, también el audio libro fueron los primeros intentos.⁴

El primer prototipo de *e-book* nació a principios de los ochenta, el *CD-ROM*. A este modelo se le denominó "el nuevo papiro", refiriéndose al soporte de los egipcios. Este modelo llamado *Dyna Book*, era una pantalla táctil exenta de teclado alguno, que no era más que un desarrollo que potenciaba las cualidades del *CD-ROM* para desplegar en una pantalla de cristal líquida los documentos a través de un concentrador de información.

En los noventa aparecieron modelos patentados del *e-book*, por ejemplo el de *Sony*, con su *Bookman* o el de *Franklin Electronic Publishers*, que pasaron sin pena ni gloria porque la lectura en pantallas, no del todo adecuadas, no favorecía las cualidades de cualquier texto impreso.

El *Open eBook* nació en 1998. este desarrollo está basado en la estructura de un modelo universal que permitía la rápida adopción del formato html (lenguaje de marcas de hipertexto) y xml (lenguaje de marcas de extensible). Poco tiempo después este modelo universal se presentó a través del modelo *SoftBook Press*, que se consideró el líder del mundo del *e-book*. Este se parecía al libro por la cubierta de piel que lo protegía.

En el *Softbook* la información se ingresaba mediante el *flash cards* que almacenaba hasta casi 100,000 páginas y la lectura con una conexión remota. A este modelo se le dio un premio en 1999 otorgado por el *Atheneum* de Chicago, e incluso es el prototipo de los nuevos desarrollos llamados *PDA's (Personal Digital Assistant)*, ahora conocido como *Palm Pilot*. Además el *SoftBook* brindaba el acceso a publicaciones como *Newsweek*, *The Washington Post*, *Time*, *Fortune*, *Money* y *New York Times*, entre otras.

Otros modelos son el *Rocket eBook* en 1996 y el *Everybook*, el primero era una pantalla que se manipulaba con las manos, que presentaba varias herramientas para personalizar el despliegue de la información, también podría contener aproximadamente 4,000 páginas. El segundo era un despliegue de doble página. Estos productos eran inaccesibles para el público, por el precio y el peso similar al de las computadoras de escritorio que provocan una difícil manipulación y transportación

En 1999 apareció el desarrollo del doctor Joseph Jacobson del *Massachussets Institute of Tecnology (MIT)*. Su apariencia era igual a un libro impreso con tapas duras y se usaba con un botón que desplegaba sus más de 200 páginas. Este modelo utilizó por primera vez la tinta electrónica, compuesta por millares de

partículas esféricas sensibles a la corriente electrónica, blancas por un lado y negras por el otro, en una proporción de 250,000 por pulgada. "Esa tinta, extendida por un papel especial, en contacto con unos hilos microscópicos, se activa de tal manera que ofrece un texto similar al producido en el mismo papel por un procedimiento de impresión tradicional, e incluso de un contraste mayor al de la impresión láser"⁵. Las esferillas con su movimiento correlativo producía el efecto de despliegue de páginas, además tenía una capacidad mucho mayor de almacenamiento, e incluso era virtual e interactivo, ya que junto con el texto se mostraban imágenes en movimiento y cortos independientes. Con todo lo anterior su costo era más alto y su modelo muy complejo.

El Sagredo-Hidalgo utilizaba el modelo *MIT*, aunque tenía la diferencia de aprovechar la potencialidad de una pantalla universal de alta definición. Además adoptó la hoja doble y enfrentada, con comandos para funciones como pasar páginas, aumentar tamaño de letra, cambiar el color de texto, sin que tuviera que estar en ningún disco duro. Como sistema y marca patentada al Sagredo-Hidalgo se le denominó *Bibliotrón*.⁶

Los anteriores son los modelos que se han desarrollado desde el nacimiento del *e-book* y en este momento hay diversas formas para la lectura de *e-books*, como son descargando archivos de la Internet, de otra computadora, con tarjeta de memoria y con acceso inalámbrico a los archivos.

La consulta vía *web* es el canal más ágil y económico para el acceso al *e-book*, pero ha tenido algunos obstáculos relacionados con el adecuado y conveniente sistema de distribución y lectura portátil que busca garantizar que los contenidos no serán copiados, o impresos y reproducidos con fines de lucro. Respecto a esta

piratería que podría existir del libro, Sandro Cohen comentó que si hay libros en la *web* la impresión se hará fácilmente, entonces el material se reproducirá ilegalmente, y evitarlo no provocará que los lectores vayan a las librerías a comprarlo, el resultado será que más personas conozcan el texto. Argumentó "es gente que está leyendo el libro... y si le gusta el libro tal vez más adelante lo adquiera, es un albur, pero yo creo que estas personas de entrada no van a comprar el libro, prefiero que lo tengan, que se entusiasmen y conozcan al autor... y que el día de mañana que estén en una librería se animen a comprar".

Los *e-books* comienzan a desarrollar formas de distribución para facilitar su difusión y lectura, al mismo tiempo se promueven las opciones de adquisición y acceso, además de componentes de impresión, guardado, señalar textos, ligas, enlaces con otras bibliotecas, entre muchas más.

Los libros en la red se han popularizado y han ido aumentando los lugares donde se puede bajar libros. En 1999 la consultora *Internet and Design Concepts* (IDC) contabilizó alrededor de 15 mil bibliotecas digitales en todo el mundo y 75 mil sitios literarios y científicos que permitían la descarga de *e-books*. A la fecha, se calcula que la cifra se ha triplicado⁷.

También las casas editoriales han decidido ingresar al mundo electrónico, tal es el caso de Fondo de Cultura Económica, Océano y Editorial Colibrí. FCE planea presentar en 2004 sus 500 títulos más importantes a manera de celebración de sus 70 años de vida, aunque aún no define si utilizará *CD-ROM* o la red. La Editorial Océano tendrá un portal llamado Consulta, que más que mostrar libros completos, asumirá la función de incitar al usuario a acudir al texto impreso. La Editorial Colibrí tiene en su catálogo libros y los ofrece en su dirección electrónica,

www.edicolibri.com, pero ahora venderá el contenido electrónico directamente al usuario; lo anterior convertirá a esta compañía en la primera librería electrónica en el México. Para Sandro Cohen, no es un riesgo que siendo una editorial de libros impresos ofrezcan *e-books* para él "es un plus... algo que podemos ofrecer y además cobrar por ello y pues eso es positivo, ahora falta ver si la gente se va a animar a bajar estos contenidos".

Las editoriales con sus libros o *e-book* contribuirán al avance del *e-book* en la web, además de explorar nuevos caminos que pronto la mayoría de ellas tendrán que recorrer.

1.3 "A dos de tres", libro contra *e-book*

La reciente aparición de los *e-books* provocó opiniones adversas sobre su relación. La primera es acerca del reemplazo que sufrirían las versiones tradicionales por las digitales, al mismo tiempo que les ocasionará la disminución en la venta de sus ejemplares. La segunda, que las electrónicas llegaron para complementar a los impresos, además pueden usarse como publicidad para los tradicionales y con esto perseguir su venta.

Al leer algo impreso basta con abrirlo y que el contenido sea entendible para su dueño o interesado por el contenido. Por el contrario, los digitales requieren conexiones eléctricas para poder leerse, es decir, se requieren dos pasos de lectura; uno para transformar la señal mecánica, magnética o visual en algo comprensible y el otro paso, que al mismo tiempo sea legible para el ser humano. Sandro Cohen apoya la opinión de que son un complemento y explicó "las versiones digitales son el complemento perfecto de los impresos, además no van

a sustituir a los medios tradicionales, pues son la añadidura que cubre los defectos de los impresos”.

Las opiniones sobre la relación del impreso y digital cambian desde el punto en que se vean, por ejemplo, Araceli Torres, cuestiona que estos dos libros son diferentes y que el digital no desplazará al impreso, es como decir “la radio y la televisión y cuando apareció la televisión no desapareció la radio”. No obstante, Araceli Torres aseguró que estos medios de comunicación son “lo mismo, parece un libro que lo lees en computadora en un soporte digital” aunque “cada uno tiene su nicho y sus características, es decir, ninguno desplaza a otro”.

Los libros y *e-books* existen en el mismo lugar de venta y ninguno influye en el mercado del otro de manera negativa, al menos así lo consideran los directivos de las editoriales ya mencionadas. Cada librería tiene su página electrónica en donde ofrecen el catálogo de libros que puedes encontrar en sus negocios, ahora la web la utilizarán para vender los textos ya impresos y digitales. Con estas opciones la rivalidad entre tradicionales y electrónicos no es un peligro para ninguno de los productos, porque no ocasiona una disminución en venta o anulación de uno de ellos, y al descubrirse opciones diferentes aumentan las posibilidades de ventas.

1.4 Conozca y decida

Para decidir si un libro o *e-book* conviene, debe de conocerse bien; además cada quien debe determinar sus necesidades, por lo que se expondrán algunas ventajas y desventajas de éstos para que se pueda juzgar en que momento será provechoso utilizarlos.

Una mejoría de la tecnología es la veloz búsqueda de temas, palabras o la cuantificación de estas últimas. No obstante, Gabriel Zaid en su libro *Los demasiados libros* declaró que en la práctica no es tan rápida, pues tomas el disco lo llevas a la máquina (si está desocupada), la enciendes, luego cambias de un programa a otro entonces puede ser más trabajoso que consultar el impreso directamente. E incluso, se puede considerar el tiempo que tarda en bajar una página, en este caso un libro.

Los materiales de consulta prometerán mayores ventajas porque además de brindar una búsqueda rápida sin tener que revisar cada tomo así economizarás en el espacio, pues ahora cabrán en un lugar pequeño y la posibilidad de ver gráficas y sonidos.

Una ventaja evidente de los nuevos medios es la transportación, ahora llevarlos de un lugar a otro será más cómodo por su bajo peso, pero ¿qué decir de la computadora en la que se debe colocar el disco para que sea leído? Eso será lo incómodo. Además almacenarlos ocupará menos espacio, por la capacidad de memoria de cada disco, cada *CD* o disco compacto tiene una capacidad ya formateado de 660 megabites, y un libro electrónico en formato *PDF* pesa alrededor de cinco megas, entonces en un *CD* caben alrededor de 120 libros.

Otra ventaja son los elementos de cortar y pegar, es decir, componer documentos únicamente tomando párrafos, frases o palabras de distintos textos. Asimismo sacar síntesis con facilidad y rapidez con los componentes ya mencionados.

Un aspecto importante es el costo, Sandro Cohen dijo que un libro de cien pesos en la versión digital cuesta aproximadamente treinta y cinco, aunque se debe considerar el tipo de libro y si se va adquirir el texto completo o sólo una parte.

Aunque también hay situaciones en las que el *e-book* resultaría barato. Araceli Torres las enumeró "cuando lo utilizan varias personas, por ejemplo estudiantes que tendrían que ir a sacar copias del libro impreso, otro caso es ponerlo en red en la escuela, porque si es un libro muy consultado en la biblioteca tradicional con los pocos ejemplares existentes no cubrirán la demanda solicitada, entonces tenerlo en la red será más barato para la biblioteca y para el estudiante".

Hay lectores específicos para los impresos como para los digitales, por las características que ofrecen y por las necesidades de sus compradores. Los usuarios de los digitales son los siguientes:

Un cliente para la versión digital es la persona que está fuera de territorio mexicano, que no quiere invertir dinero en el flete para adquirir el libro, pero le urge leerlo. El estudiante es otro cliente que necesita leer el libro, y en ocasiones no puede pagar el libro, porque tiene que comprar muchos, además no le importa tener el objeto sólo el contenido. Este consumidor es un factor importante pues según la consultoría *Select* actualmente en México el 35 por ciento de la comunidad que visita la Internet son estudiantes. Y el sitio que visitan con mayor interés son las librerías electrónicas con un 20 por ciento, debajo de éstas se encuentran áreas de negocios, temas científicos, de computación o ingenierías y pasatiempos, según datos *Online Computer Library Center (OCLC)*. Aunque explicó *OCLC* que este sector no genera ingresos⁸.

Otro tipo es el que hace su colección personal, baja el contenido, lo imprime y tal vez después lo encuaderna. Y la persona que no tiene fácil acceso a las librerías, ya sea por falta de tiempo o por la distancia del lugar de venta.

Los usuarios de los *e-books* son personas que tienen acceso a la red, ya sea desde su hogar, en su trabajo o en algún lugar público (café Internet), lo cual le da ciertas características económicas, es decir, que tienen mayores ingresos, pues "en hogares donde el ingreso mensual es menor a cuatro salarios mínimos sólo tres de cada mil disponen de una *PC*, contrariamente siete de cada diez hogares con ingresos superiores a 32 salarios mínimos tienen ese equipo"⁹.

De acuerdo con el documento *Disponibilidad de las tecnologías de información y comunicación en los hogares* de Héctor Nambo Caro y Alejandro Nava Galán en el año 2000, dos millones 454 mil 31 hogares tienen computadora de 23 millones 484 mil 752 en total, es decir, el 10.4 por ciento.

El que varias personas posean conexión a la red no significa que visiten periódicos digitales o consulten *e-books*, e incluso el tener la Internet cerca no les quita la posibilidad de adquirir un libro o periódico impreso. Más bien depende de gustos y necesidades. Por ejemplo, "si quieres el *e-book* para estar leyendo en tus ratos de ocio, pues mejor lees el libro, también se van dando funciones, te van obligando a que busques otros usos de ese nuevo material", explicó Araceli Torres.

Los gustos y necesidades varían de persona a persona, los argumentos de Francisco Cruz y Sandro Cohen, subdirector de *El Universal on line* y el director general de Editorial Colibrí, respectivamente, lo demuestran pues a pesar de trabajar con la red prefieren leer un libro en papel que uno impreso.

El subdirector de *El Universal on line* opinó "en lo personal me aterroría leer un libro en la Internet, a lo mejor un cachito, pero a los veinte minutos empiezo a ver de otra manera". Sandro Cohen mencionó "para mí leer un libro en pantalla es muy molesto, pero si hay un libro que me urge... y no hay como conseguirlo, yo si

lo compro, si está disponible, lo compro electrónicamente y sin pensarlo dos veces...”.

La doctora Araceli Torres también concuerda con ellos, pues expresó que ella en algunos casos prefiere el impreso, porque es una copia lo que te están dando en la versión digital. Y reiteró “el *e-book* se ha dejado de lado y está desgastado, la parte comercial lo ha rebasado. Una vez que se acepte el *e-book* habrá libertad de uso, e incluso tendrían que ofrecerse características diferentes de lo que es el libro”.

La tecnología implanta necesidades, es decir, la tecnología inserta nuevas exigencias en las personas. Esta situación no es nueva, pues anteriormente ocurrió con el uso de la computadora, convirtiéndolo en algo mejor de lo usado en ese momento, así los empresarios dueños de las compañías creadoras de *PC's* implantan la necesidad de usarla y dejar de lado la antigua máquina mecánica de escribir. De igual forma los productores de *e-books* desean lograrlo, vender algún artículo de ciertas características con la intención de dirigirse a una necesidad tecnológica del posible usuario.

“El *e-book* es pura tecnología, están creando la necesidad de un *e-book* a través de la biblioteca están creando la necesidad de comprar servicios, digamos que es tecnología y comercio”, insistió Araceli Torres.

El vistazo general que se tiene al hojear los impresos, los medios electrónicos no lo poseen, pues no puedes tener una mirada previa al revisar imágenes, ya que al ver gráficos intercalados la historia se altera y el resultado es otro. En el caso de las cintas de audio el escuchar sin el orden debido, la información se vuelve

incomprensible. En los libros impresos con pasar sus páginas se crea una idea global del contenido.

Un libro no se puede adquirir mediante una suscripción, más bien se adquiere lo que interesa en la librería. Lo mismo ocurrirá con las versiones digitales, en los *e-books* no habrá suscripción alguna, al menos que sea una suscripción a la biblioteca digital, donde ya inscrito como usuario se puede consultar cualquier libro.

Las características del libro ocasiona que mantenerlo en la red no sea tan caro, es más costoso desarrollarlo. Sandro Cohen lo confirmó al mencionar que no es caro tener un libro en la red, en cambio el desarrollo sí lo es, esto último consiste "en la integración entre la información visual, las bases de datos, la información económica y financiera, que tienen que triangular con un banco y un servidor seguro".

Los *e-books* prometen una conexión ilimitada y abundante de textos, entrelazados entre sí o hipertextos. El hipertexto "describe una especie de entorno de información en el que el material textual y las ideas se entrelazan de manera múltiple"¹⁰. Los *e-books* tendrán más posibilidades para integrar los hipertextos que serán los materiales de consulta. Al estar en una enciclopedia se puede enlazar a otra sin hacer falta una búsqueda previa, dentro del texto consultando aparecerán las ligas que llevarán a otros contenidos que complementen la información.

Una forma de obtener los periódicos es mediante la suscripción, con ésta diariamente llegará al domicilio de cada suscriptor, con los libros no sucede así, se adquiere lo que interesa. Lo mismo ocurrirá con las versiones digitales, en los *e-*

books no habrá suscripción alguna, al menos que sea una suscripción a la biblioteca digital, en los diarios electrónicos todavía no es tan común la suscripción, porque su acceso es gratuito.

1.5 En busca de la bola de cristal

Nadie sabe lo que va ocurrir en el futuro del *e-book* y como dijo Sandro Cohen "yo no tengo una bola de cristal", sin embargo el escritor dio su opinión sobre el posible futuro del *e-book*. "Aún no está muy claro el presente y menos claro está el futuro, pero creo que sí tiene un futuro, todavía no sé cómo exactamente ni dónde. En México está menos claro todavía, aquí a la gente todavía le cuesta mucho trabajo comprar cualquier cosa por la Internet, por desconocimiento, por falta de tradición o de práctica, desconfianza, muchas razones".

Además manifestó que el nuevo libro ha provocado un cambio en la relación tradicional entre libro-lector, editorial-autor, por lo cual las librerías deben estar presentes en todas partes, ya que puede que no estén en ninguna en poco tiempo. "Debemos de tener una cabeza de playa en el mundo electrónico y en el mundo del comercio electrónico, porque están desapareciendo las librerías, desgraciadamente."

El *e-book* tiene en México un futuro desconocido, mismo que se descubrirá en la práctica. Sin embargo las especulaciones sobre éste se hacen. La doctora Torres ve más futuro en los materiales de consulta, por la ventaja de la búsqueda rápida, gráficas y ligas. Además detalló que el futuro del *e-book* se encuentra en instituciones de educación, por lo cual se necesitan crear libros de apoyo a ésta para así tener la colaboración de investigadores.

Torres afirmó que con la participación de investigadores se abre el rango y no solamente se estaría hablando de *e-books*, también se incluirían publicaciones en general, como revistas y artículos, entre otros.

El futuro del *e-book*, en cuanto a formatos no dependerá de los mexicanos, sino de lo que en otros países elaboren. Pero el consumo de este producto en territorio mexicano, indiscutiblemente es cuestión de nuestros lectores. Por lo cual se debe crear un *e-book* con componentes que den ventajas realmente necesarias basadas en estudios, en otras palabras, que se analice hacia dónde va ir este producto y cómo se va hacer para crearlo, que se tenga una visión a futuro.

Al mismo tiempo el usuario debe poner por delante sus prioridades, pues los productores de *e-books* podrían venderle mercancías útiles pero no indispensables. De tal manera se espera que la producción del *e-book* quede en manos de quienes no sigan solamente fines comerciales, pues así se conseguirá un *e-book* del mañana ventajoso.

El libro y sus décadas de existencia tienen mucho que luchar antes de que el *e-book* logre suprimirlo pues los amantes de sus páginas lo defenderán y lo preferirán antes que cualquier pantalla.

¹ Cravioto Galindo, Mónica. "El libro requiere protección". *Nafinotas*, sept-oct de 2001, Libros y autores, p. 26

² Zaid, Gabriel. *Los demasiados libros*, p. 39.

³ De Zarraga, José Luis. "Los medios de comunicación en Internet". www.argo.es/medios/ponencia.html.

⁴ Jiménez Bernal, Gabriela. "El primer prototipo surgió en los 80". *El Universal*, 5/agosto/ 2002, Cultura, p. F2

⁵ Novales Hernández, Teresa y Ramírez Escárcega, Aníbal. *Ponencia en el Cuarto Aniversario de la Biblioteca Nacional de Ciencia y Tecnología del "Ingeniero Víctor Bravo Ahuja"*, 14/agosto/2002.

⁶ *Ibidem*.

⁷ Acosta Vázquez, Nelly. "Conquistan los libros en línea a cibernautas". *El Universal*, 12/julio/2002, Finanzas, p. B7

⁸ *Ibidem*., p. B7

⁹ Jorge Arredondo Pineda. "La tecnología, un lujo casi inalcanzable para pobres", *El Universal*, 15/agosto/2002, Finanzas, p. B7

¹⁰ Burbules, Nicholas C. y Callister (h), Thomas A., *Educación: Riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información*, p. 79.

ENTREVISTADOS

- ◆ Francisco Jiménez Cruz subdirector de contenidos de *El Universal on line*, julio de 2002.
- ◆ Georgina Araceli Torres Vargas investigadora del Centro Universitario de Investigación Bibliotecológicas de la UNAM, octubre de 2002.
- ◆ Teresa Novales Hernández gerente de capacitación y desarrollo de Grupo de Difusión Científica, diciembre de 2002.
- ◆ Sandro Cohen director general de Editorial Colibrí, agosto de 2002.
- ◆ Paco Ignacio Taibo I escritor y periodista, septiembre de 2002.

2 UN PERIÓDICO PARA CADA PERSONA

Usted puede observar en los periódicos electrónicos, pocos minutos después de acontecido un hecho toda la información e imágenes sobre el suceso. Debido a que éstos actualizan constantemente sus portales y lo hacen al colocar datos breves que atraen la atención del lector, pero principalmente incluyen fotografías que no encontrará en las versiones impresas.

Los cambios tecnológicos no sólo han cambiado la presentación de los libros, como se puede comprobar en el reportaje anterior, también lo han hecho con los periódicos, en especial las versiones digitales, las cuales proporcionan resúmenes de las noticias y galerías de fotografías.

En la actual sociedad han aparecido cambios tecnológicos como es el auge de la Internet, dicho suceso ha provocado que el quehacer de los libros, como ya se mencionó, y los periódicos cambie y ahora coloquen sus versiones en línea.

Dichas versiones se convierten en la nueva forma de consultarlos, la cual es la versión digital, que contiene información, en algunos casos idéntica o similar a la impresa. Las versiones digitales pueden ofrecer mayores servicios que dependen del libro o periódico y del interés de éste en su portal.

De igual forma como se recopilaron varias opiniones de las razones por las que digitaliza un libro, también se obtuvieron distintas declaraciones sobre ¿por qué tener la versión digital de un periódico?. Raúl Trejo Delarbre lo consideró así "no hay una idea muy clara al respecto, aunque los editores que han colocado a sus diarios o revistas en el ciberespacio llegan a reaccionar con un entusiasmo más

cercano a la aventura que al mercantilismo"¹. Asimismo Gerardo Albarrán de Alba habla sobre el tema en el libro *Internet: el medio inteligente*, donde expresa "la prensa mexicana, en general, ha buscado posicionarse en la Internet. Sin embargo, en el caso particular de los diarios impresos, éste resulta más una tímida incursión que una estrategia claramente definida para aprovechar las ventajas que les abre el potencial de un nuevo medio"².

Más que una aventura los periódicos junto con sus versiones digitales buscan tener presencia en todas partes, porque es bien sabido que el verdadero desafío de esta actividad es conquistar al público.

La radio y la televisión están presentes con la compra y venta de espacios publicitarios en la Internet y que mejor forma de hacerlo que utilizar publicidad o con transmisiones radiofónicas y televisivas en la red. Asimismo persiguen acumular la mayor cantidad posible de público con el propósito de atrapar a los futuros compradores.

Raúl Trejo manifiesta en su libro *La nueva alfombra mágica* que una manera de financiar la prensa en la Internet es mediante la colocación de anuncios publicitarios, aunque algunas compañías comerciales de comunicación electrónica se resisten a admitirlo porque los suscriptores pensarían que están pagando por comprar propaganda y no por servicios que valga la pena consultar.

Sobre por qué realizar la versión digital de un periódico impreso Andrés Pascoe Rippey, coordinador de Internet del periódico *La Crónica de Hoy* indicó "un medio impreso decide elaborar su versión digital para poder acceder a todo un público que busca información en la red. *La Crónica de Hoy* desea prestar un servicio a sus lectores proveyéndoles de noticias actualizadas y frescas todo el día".

“Para hacer llegar la información que tenemos en el periódico a otro tipo de gente, el periódico impreso lo usa gente mucho mayor, entre 50 y 60 años, personas que no se meten a la Internet para nada, su correo lo revisan sus secretarías, esta versión del periódico está enfocado a gente más joven, que se mete más a la tecnología y las personas que hagan investigación” platicó al respecto el ingeniero Enrique Quevedo gerente de nuevos proyectos de *El Financiero on line*.

Los periódicos y su versión en la Internet son compañeros en el mismo fin, que es posicionar un nombre dentro del área de la prensa. Sin embargo el periódico es el negocio para los dueños de la prensa, las versiones digitales son una forma de ponerse a la vanguardia en tecnología. A pesar de que estos dos periódicos son compañeros dentro de la misma empresa en muchas ocasiones son vistos como rivales.

2.1 Tú y yo somos uno mismo. El periódico y su versión electrónica

La relación entre el impreso y su versión digital está en manos de los dueños de periódicos, ellos deciden el lugar dentro de la empresa e incluso el capital monetario que le asignan. De esta forma según la empresa periodística es la relación entre sus dos periódicos, la cual en general es complementaria. Las siguientes declaraciones son ejemplos de esta situación.

Francisco Cruz Jiménez, subdirector de contenidos de *El Universal on line* consideró “son cosas complementarias, yo leo el periódico impreso y me complemento con la Internet, me imagino a alguien que necesita conocer información rapidísimo, entonces recurre a la Internet”. De igual manera Enrique Quevedo opinó que el periódico en papel no va desaparecer, porque son

complemento y agregó "tampoco han disminuido el tiraje del impreso cuando apareció la versión en la Internet, la idea es que hagan una especie de sinergia entre las dos versiones, es decir, que la versión en la Internet se refiera a la versión en papel y la versión en papel a la electrónica".

Andrés Pascoe afirmó que *La Crónica de Hoy* y su versión en la Internet tienen una relación muy estrecha y cercana, sin embargo con gran independencia porque asegura que mantienen la misma política editorial, aunque la selección de información relevante se va tomando a cada minuto a diferencia de la impresa, en la cual este proceso toma todo el día.

En *Cibersivo*, suplemento de tecnología en *Milenio diario*, la relación es estrecha y complementaria, además también incluyen radio, entonces ya con papel, Internet y radio tienen una retroalimentación mutua. Juan del Toro, subdirector de este suplemento explicó "en papel ves ciertas cosas, también ves Internet y en Internet puedes escuchar radio y en cuanto a radio te refieres a la Internet y al papel".

La mayoría de los periódicos impresos que circulan en nuestro país tienen su versión electrónica, la cual pertenece a la misma empresa y hasta el momento el periódico en la red no ha provocado que disminuya el tiraje de los impresos. John Sturn presidente de la Asociación de Periódicos en Estados Unidos asegura "el crecimiento acelerado de la red informática no es una amenaza para los periódicos tradicionales sino una extensión natural de nuestro negocio...que da el espacio y la inmediatez que fluyen tan bien del producto impreso para una audiencia mucho mayor"³.

El subdirector de contenidos de *El Universal on line* afirmó que no son competencia, sino complementarios y "los periódicos hoy como antes tienen que

buscar formas para elevar la calidad de lo que van a vender. Y en esa medida no sólo van a mantener su tiraje, lo van a superar”.

En su libro antes mencionado Trejo Delarbre menciona que la prensa en la red no busca sustituir al papel sino consolidar un perfil de modernización, además “cuando una publicación entra a la Internet, gana lectores adicionales pero también puede perder a los que solían comprar la edición en papel y tinta”⁴.

La baja o el aumento de público es relativo y en cada periódico es diferente, lo cierto es que el periódico y la versión digital se complementan cuando proporcionan servicios propios, porque de ser lo contrario, es decir que el periódico digital sea una copia del impreso, el lector puede ir a la red a consultarlo y ya no comprarlo en papel, puesto que no tendrían que pagar por él.

La información que un editor pone en el papel, en ocasiones es distinta a la que se encuentra en la red. Aunque la mayoría de los periódicos copian lo puesto en papel a la red, lo hacen colocando una entrada distinta y breve, posteriormente una liga lleva a la nota completa. Al respecto Enrique Quevedo subrayó que en *El Financiero on line* las notas son muy largas, tal como están en el impreso y para el cibernauta son suficientes cinco renglones con lo más importante. El colocar en la red toda la información que deseen es una ventaja que se transforma en desventaja sino se sabe aprovechar.

La relación entre los periódicos y sus respectivas versiones digitales es como lo han comentado los entrevistados, un complemento de los impresos, pues requieren de un medio ya establecido para lograr una implantación y sobretodo provocar una desaparición.

2.2 Sin consulta no hay dinero

Una forma de obtener un periódico es mediante la suscripción, con esta diariamente llegará al domicilio del inscrito. Con los diarios electrónicos todavía no es tan común la suscripción, porque su acceso es gratuito. Aunque en algunos se solicitan un registro para consultar ciertas partes o tener un correo electrónico en esta versión digital.

A algunos periódicos digitales se ingresa gratuitamente, pero otros ya consideran la idea de cobrar por sus servicios, principalmente porque el modelo basado en publicidad por el que apostaron no ha sido tan remunerativo como deseaban. Por lo cual buscan nuevas vías de ingresos para sostenerse.

Steve Outing, columnista estadounidense presenta varias sugerencias sobre como generar más ingresos, algunas son: "vender contenidos a los proveedores de la Internet, trabajar mejor con los grandes buscadores, cobrar por la consulta de noticias archivadas por temas"⁵. Otra forma de forjar ganancias en los periódicos *on line* es incluyendo negocios paralelos, por ejemplo tiendas virtuales o guías empresariales y comerciales⁶.

Un estudio de *Online Computer Library Center* (OCLC) anuncia que el estudiante es el motor de la red, aunque no producen ingresos, pues "el 88 por ciento de los estudiantes utilizan sitios y correos gratuitos, además de que seis de cada diez no paga por el acceso, ya sea porque lo hace en su escuela o bien en su lugar de trabajo"⁷.

La Internet es una buena opción para buscar y generar información, pero cobrar por consultarla genera sus dudas. Francisco Cruz opinó cual es la razón por la que en México es difícil conseguir que se acepte pagar por consultar un periódico en la

red: "En la prensa impresa tradicional hacer negocios para rentabilizar contenidos noticiosos no es nada fácil, porque de entrada, los mexicanos estamos acostumbrados a que todo nos lo den regalado... por ejemplo la gente que los consulta en sus oficinas, cuando les vayan a cobrar pues no van entrar".

El cobro de los periódicos digitales depende del público que compra la versión impresa y consulta la electrónica. Por ejemplo *El Financiero* impreso dirige su versión impresa a personas de nivel socioeconómico AB en un rango de edad de 50 y 60 años, con puestos de gerencia para arriba, es decir; gerencia, dirección, subdirección, dirección general y dueños de empresas, es gente que toma decisiones en las empresas y mueven el dinero de éstas. Además de los estudiantes universitarios que en un futuro se colocarán en estas. En *El Financiero on line* es el mismo perfil, pero con un rango de edad más bajo que el impreso, pues incluye gente joven que le interesa la Internet.

Con estos usuarios *El Financiero* puede cobrar por su contenido electrónico, porque tendrá la posibilidad de obtener ganancias. El cobro por una suscripción es de veintitrés dólares mensuales, lo que da la posibilidad de obtener más servicios que en la versión impresa, como búsqueda histórica, todas las notas del día, noticias de última hora y versión en la *palm*. Sin embargo, Enrique Quevedo puntualizó "los periódicos viven del impreso, no de la versión electrónica y le puedes meter toda la lana que se quiera a la digital, pero vas a seguir viviendo de la impresa, el negocio está del otro lado".

La mayoría de las versiones digitales en México son secundarias dentro de las empresas periodísticas, para éstas es primordial la impresa por ser su negocio, así la digital queda como secundaria. De igual forma las versiones *on line* aún no son

rentables. Sobre la rentabilidad de su versión en línea de *La Crónica de Hoy*, Andrés Pascoe anunció "estamos en proceso de comercialización de nuestro *site*, para hacerlo rentable lo vamos hacer con una pequeña campaña invitando a empresas a anunciarse en nuestro sitio, demostrando cuántas visitas tenemos y cuán viable y productivo es anunciarse en este portal, también ofreceremos algunas promociones".

Cibersivo obtiene ganancias con la publicidad que tienen en la red, pues ellos no cobran por visitar su sitio. Pedro Miguel, director de este suplemento declaró por qué: "Porque sería un suicidio, sería como quitarnos los poquitos visitantes que tenemos, además la lógica de la Internet no pasa por cobrar".

En el caso *Cibersivo* en papel, como suplemento de *Milenio diario* es distinta la forma de obtener ganancias, porque los beneficios adquiridos con los anuncios publicitarios se dividen entre ellos y el periódico debido a la alianza entre *Milenio* y *Cibersivo*. Jesús del Toro manifestó: "Para nosotros es mejor sólo vender puro Internet, porque no repartimos a nadie, aunque el problema es que la publicidad en la Internet está en una situación paradójica. Entonces hemos tenido que hacer un recorrido a la antigua, primero en papel, convencer a los anunciantes para después mandarlos poco a poco hacia la publicidad en la Internet".

En el Distrito Federal hay alrededor de 20 periódicos impresos y todos tienen su versión en la red, de todos ellos sólo *El Financiero* cobra por acceder a su sitio, no obstante no pierde su público por el tipo de personas que los compran. Otros periódicos muestran sólo una parte de sus notas principales, pero no permiten consultar la información completa o las demás secciones. Cada periódico tiene su

clase de usuario a quien se dirigen y dependerá de ellos si aceptarán pagar por consultar versiones electrónicas.

“No sé que va pasar cuando se quiera cobrar por entrar a la Internet o consultar una nóta te va costar un precio, pero cada medio va probar alternativas en busca de la rentabilidad, éste es uno de los caminos, si funciona o no, no lo sé, aunque hay que aprobar y experimentar” opinó Francisco Cruz de *El Universal on line*.

“Si muchos periódicos no se venden y otros apenas empiezan a venderse”, a lo cual se preguntó Francisco Cruz “¿por qué tendrían que venderse las noticias y otros contenidos de la Internet?”.

La pregunta es lógica, porque en México son pocos los periódicos que consiguen establecer un negocio remunerable por los pocos lectores de periódicos que existen en nuestro país. Por tal situación la respuesta es difícil, y no será hasta que se lleve a la práctica el cobro de contenidos en México cuando se mostrará un resultado.

Los elementos para visitar una página electrónica de un diario electrónico son una línea telefónica y una computadora con acceso a la Internet, hasta el momento, mientras los directores de este medio no decidan cobrar por ingresar a sus sitios. Antes de fijar una postura al respecto los directores deben considerar la penetración de los diarios entre la población mexicana. BIMSA en una investigación sobre los hábitos de las personas relacionados con su exposición a los medios de comunicación en la Ciudad de México obtuvieron que hay una penetración del 40 por ciento.

2.3 Actualizan la información al instante

El periódico digital tiene características que los hace totalmente distintos al impreso, asimismo origina que cada uno tenga su público. Por ejemplo el electrónico actualiza su información varias veces durante el día y al mismo tiempo da la oportunidad de consultar ediciones atrasadas o de un tema en específico. En el impreso esta actualización se realiza día a día, de ahí su nombre de diario, también es de fácil lectura ya que pueden leerse casi en cualquier lugar y posición. Se puede leer un periódico acostado en la cama, parado en la fila al momento de pagar algún servicio, sentado en una silla o sillón, también en un autobús durante algún viaje o en los asientos de las terminales. Los periódicos electrónicos se leen sentado y frente a una computadora de escritorio o en una portátil, sin ésta no es posible su lectura.

John Sturm también coincide con las ventajas dadas en los párrafos anteriores: "Hay una preferencia por los periódicos impresos sobre los electrónicos por la facilidad de su uso, por el hecho de que se considera que consume menos tiempo leerlos, y porque leer un diario en la mano es algo que mucha gente no quiere perder"⁸.

En la red hay miles de páginas que albergan noticias, actualizarlas requiere de mucho trabajo y tiempo, cada sitio depende del dinero. Por ejemplo, Don Friedman, uno de los responsables del *Albuquerque Journal*, explica que mantener un periódico actualizado en la *web* es muy caro. Francisco Cruz consideró que depende de cuántas personas laboren en la construcción del periódico en línea para determinar si es caro o barato.

El periódico electrónico tiene las características como la inmediatez y el tiempo real, por tal necesita una actualización constante. El costo de un periódico digital depende de éstas, lo que significa que requiere de una fuente monetaria para la regeneración, porque la información se renueva varias veces durante una hora y se requiere de personal para este trabajo.

La inmediatez de las noticias de la red ocasiona que este medio supere a los demás, por el tiempo real, esa actualización segundo por segundo. La radio es un medio rápido para informar, no obstante tiene un límite de tiempo, además es efímero, en cambio en la Internet consultas gráficos y los datos que gustes. La televisión va un paso atrás de la radio, pasan varios minutos para que lleguen imágenes en vivo desde el lugar de los hechos y se mantienen ahí por poco tiempo. El periódico, es último en llegar, pues aparece información escrita hasta el siguiente día del evento, en esta época hay periódicos actualizados al medio día, aunque su contenido es poco.

Los periódicos *on line* ofrecen una conexión ilimitada de textos, es decir hipertextos. El hipertexto ya antes definido como un enlace múltiple de información proporcionarán ligas que beneficiarán a la versión digital de los periódicos con la ampliación de los datos proporcionados tanto en la versión impresa y digital.

Francisco Cruz opinó que la principal ventaja de los diarios digitales es que no se tiene que leer todo el periódico, se busca lo de interés y se lee al momento, se imprime o se guarda según decida el usuario. Lo anterior es una ventaja que también se puede obtener en la versión impresa, con un plus de tiempo porque hojear el periódico es más rápido.

Andrés Pascoe Rippey enumeró como principales ventajas de los diarios en línea las siguientes: "Actualización inmediata, actividades interactivas, contacto en tiempo real, acceso a fuentes diversas de datos y búsquedas en otros" las cuales son las principales y las más benéficas para los usuarios. En cuanto al acceso a varias fuentes de datos, Enrique Quevedo Olvera apoyó esta ventaja, pues su periódico ofrece búsqueda histórica, la cual es una de las partes más visitadas, además comentó que uno de los principales beneficios de las versiones digitales son las notas importantes que se van generando a lo largo del día.

Pedro Miguel platicó que las ventajas que la Internet les ha dado son la mayor difusión de su suplemento, además en la red puedes dar más contenido al usuario, en su caso sin ningún precio.

Los periódicos tienen cierta cantidad de secciones y un total de páginas que varían dependiendo de cada periódico, por su parte los editores y jefes de redacción tienen que elegir entre la gran cantidad de información que se produce en un día y al mismo tiempo eliminar otra. En sus versiones en línea los periódicos pueden incluir lo que no se incorporó en la impresa, además de añadir galería de fotos.

Cada diario tiene un filtro en cuanto a la información, según su línea editorial escogen ciertas notas, asimismo la forma de tratar los datos. También cuidan este aspecto en la versión digital, aunque si en la red el periódico *on line* presenta una copia de su información impresa, estos dos serán competencia.

"La mayoría de los diarios...han montado sus versiones electrónicas sin mayor diferenciación de sus ediciones en papel"⁹. A pesar de una posible rivalidad varios periódicos como *El Financiero* lo hacen, al respecto Enrique Quevedo declaró "las

notas son exactamente las que aparecen en el periódico impreso, son notas muy largas... si se consultan y se toman el tiempo de leer toda la nota pero creo que sería muchísimo mejor hacer notas más concisas, porque jalariamos más gente y tendríamos más tráfico, además permanecerían más en la página y al haber más tráfico hay más usuarios, nuestra publicidad se incrementa y aumenta el precio”.

Una desventaja de los impresos es que no existe comunicación unidireccional, pues en los periódicos no se ocupa porque el usuario se encuentra como un mero receptor de información. Esta desventaja para los periódicos podría ser una gran ventaja, sin embargo las herramientas que pueden utilizar: correo electrónico de los autores de los textos, *chats*, foro de discusión, sondeos en línea, no son aprovechadas al máximo.

Las ventajas de los impresos para los electrónicos pueden ser desventajas y viceversa, pero principalmente sucede lo último si se desconoce la capacidad y características de la Internet ya que se cae en rezagos y en el desperdicio de las nuevas tecnologías.

2.4 De su potencial depende su futuro

Los periódicos digitales también buscarán su porvenir en nuestro país. Al respecto Francisco Cruz Jiménez señaló que los periódicos digitales darán resultados a futuro, pues cree que es un área con muchísimo potencial, aunque apenas está naciendo y hay que ir aprendiendo.

“Los medios impresos seguirán existiendo por mucho tiempo más, pero irán perdiendo terreno a las versiones digitales, sobretudo por las posibilidades de portabilidad que están desarrollando los medios y las empresas” expresó Andrés

Pascoe. Su futuro del periódico en línea depende del potencial y Pascoe cree que éste obedece al crecimiento de usuarios de la Internet y si continua en aumento detalló: "Es muy probable que la capacidad de los medios digitales se vuelva enorme y eventualmente supere a los medios impresos, al menos en rentabilidad".

Contrariamente Enrique Quevedo opinó sobre el futuro particular de *El Financiero* y su versión digital. "El futuro del impreso será distinto si el digital no existiera, pues al menos ahora no hay ninguna estrategia bien definida por acercarlos más o de cambiar la línea del periódico en papel para darle más importancia a la Internet". Quevedo expresó que lo ideal es que se fueran acercando un poco más, porque están muy distantes, y que convergieran más, "para mí desde el punto de vista de la versión en la Internet, creo que esta versión tendría también que ayudarle mucho a la impresa. En cuanto a los periódicos en general el gerente de nuevos proyectos de *El Financiero* predijo "el futuro no creo que sea tan fatalista, me imagino que en algún momento pudiera desaparecer el papel, a lo mejor en los próximos 50 años ya no habrá papel, pero es un proceso lento y realmente siento que es difícil que se acabe un medio por el nacimiento de otro"

De la misma forma Quevedo participó sobre el potencial de versiones digitales en México "las estadísticas en la Internet indican que los usuarios de la red van creciendo día a día, aunque Internet no es muy halagador para cualquiera en México, porque no ha tenido el crecimiento como en otros países, ahí vamos, paso a paso, pero la infraestructura de comunicaciones no es la mejor, pues la cuestión económica no es la mejor aquí en México, hay mucha gente, mas no toda puede tener acceso a ese tipo de servicios. No creo que sea un súper negocio ni que alguien vaya poder vivir de la Internet".

Los periódicos impresos hasta el momento no compiten con sus versiones digitales y lo que se espera es que se establezca una relación solidaria y de ayuda, la cual se conseguirá debido a que el uso de la Internet va creciendo y que los periódicos tradicionales tienen gran terreno porque mucha gente aún prefiere sentir el papel y el olor de la tinta.

Además de pensar en el futuro tanto del periódico como de los digitales deben considerar algunas consecuencias:

- "Deberán aprender a convivir con un mar de publicaciones electrónicas interactivas.
- "En cierto modo, cambiará la forma de entender el periodismo.
- "Se deberá hacer un giro hacia una prensa más analítica o, al menos, más interpretativa de los acontecimientos.
- "Deberán avanzar en la hasta ahora prácticamente inexistente relación con la comunidad"¹⁰.

Los periódicos y sus versiones digitales tienen que aprovechar las características que ambos medios poseen y así se obtendrá un futuro favorable para los dueños de dichas empresas, en especial para los usuarios de los impresos y para los nuevos usuarios de los digitales.

Compañeros en el camino en busca de obtener lectores, los periódicos y sus versiones electrónicas tienen cualidades que los pintan y describen para ofrecer productos que beneficien a sus compradores.

¹ Trejo Delarbre, Raúl, *La nueva alfombra mágica*, p. 88

² Islas Carmona, Octavio, *et.al.*, *Internet: el medio inteligente*, p. 74

³ Agencia EFE, *Desarrollo de Internet no amenaza a los periódicos tradicionales*.
<http://www.nación.com/ESTACION21/199/diciembre/15/periodicos.html>, diciembre 1999

⁴ Trejo, Raúl, *op. cit.*, p. 89

⁵ Nafria, Ismael, "Periódico online: en busca del arca perdida".
<http://www.baquia.com/com/20010717/art00014.html>, 18/07/2001

⁶ Islas, Octavio, *op. cit.*, p. 67

⁷ Acosta Vázquez, Nelly. "Estudiantes combustible de Internet", *El Universal*, 12/noviembre/2002. Finanzas.
p. B7.

⁸ Agencia EFE, *op. cit.*

⁹ Islas, Octavio, *op. cit.*, p. 74

¹⁰ *Ibidem.*, p. 67-68

ENTREVISTADOS

- Andrés Pascoe Rippey, coordinador de Internet del periódico *La Crónica de Hoy*, mayo de 2003.
- Enrique Quevedo Olvera, gerente de nuevos proyectos de *El Financiero on line*, abril de 2003.
- Francisco Cruz Jiménez, subdirector de contenidos de *El Universal on line*, julio de 2002.
- Juan del Toro, subdirector de *Cibersivo*, suplemento de tecnología de *Milenio diario*, febrero de 2003.
- Pedro Miguel, director de *Cibersivo*, suplemento de tecnología de *Milenio diario*, febrero de 2003.

3 UNA ALTERNATIVA PARA DIFUNDIR LA INVESTIGACIÓN: REVISTAS ELECTRÓNICAS

Frente a una computadora conectada a la Internet sólo se necesita dar un *click* al mouse para observar la revista electrónica que se busca y hallar la información requerida. Las revistas electrónicas muestran datos de todo tipo y pueden ayudar a que las investigaciones sean publicadas, divulgadas y entren en circulación para que sean leídas por un número mayor de personas, y así finalmente conocidas.

La Internet llega a una gran cantidad de personas y provoca que la información de las páginas electrónicas de libros, periódicos y revistas digitales pueda ser leída por más gente. Dicha ventaja ya se mencionó en los reportajes anteriores, mas ahora se detallará acerca de las revistas, sus formatos electrónicos y sobre su capacidad para difundir la investigación.

En México hay muchas revistas, de deportes, espectáculos, cocina, tecnología, manualidades, entre otras, además tienen distinta periodicidad semanal, quincenal o mensual. Cada una de estas publicaciones tienen un público objetivo, a quien dirigen su información.

Entre los cientos de revistas impresas puestas en circulación la mayoría ya tienen su versión en la red, sin embargo algunas no se encuentran en red por distintas razones. En ocasiones las editoriales poseen varias publicaciones y todas sus revistas las suben en una misma página electrónica, donde con un *click* se puede ir a la publicación preferida, sin embargo en estos *links* (parte de una página *web* que enlaza con otra o con otro servidor) no se puede consultar la información

publicada en la imprenta sino datos generales sobre la revista, como son objetivo, la clase de notas que publican.

La razón por la que cientos de publicaciones deciden tener su publicación digital cambia de una a otra mas en esencia todos persiguen el mismo objetivo que es conseguir una venta superior de la ya obtenida.

Una revista es puesta en red para tener más presencia en los usuarios, lo mismo sucede con los periódicos, muchos de los dueños de medios impresos deciden aprovechar la fama de la Internet en beneficio propio y del lector.

Según la revista es el motivo de su aparición en red, Verónica Ortiz editora *web* de *Expansión* platicó por qué resolvieron colocar en red esta revista: "En primer lugar era por presencia, todo el mundo estaba en la Internet y no podías quedarte fuera... la estrategia cambio después... y fue hacer un megaportal estilo *Yahoo*...no funcionó...después la decisión fue hacer un portal de negocios...aunque la idea cambio cuando *America On Line* (AOL) se acercó para formar un portal de finanzas...desafortunadamente el público de AOL no era idóneo...así decidimos hacer nuestro propio portal donde se ofrece un histórico de publicaciones del 95 a la fecha".

"Nuestro objetivo es un servicio público y también un capricho, nos gusta tener una página electrónica, queremos responder a vicisitudes inmediatas que el esfuerzo editorial de un mes no podría cubrir en un momento con la pertinencia que nosotros quisiéramos" consideró Mario Levario Turcott director general de *Etcétera*.

Karl Heinz Jentjens Kraus director editorial de *PCMagazine* en español coincidió con Levario Turcott en que el objetivo de subir la revista en la red es por los

lectores para que tengan un plus de la revista impresa. Asimismo Cuauhtémoc Valdiosera, director de investigación y desarrollo de Infoestratégica, concordó con Verónica Ortiz editora web de *Expansión* que la razón es buscar audiencia, porque cuando se coloca en la red información se llega a un público potencialmente más amplio que el del impreso.

La característica anterior ayuda a que los lectores de la revista consulten la red, revisen la información y si les interesa vayan y la compren, esta vista previa también se hace con el impreso, el lector va a la tienda ojea la revista y si le sirve la compra, con la diferencia de que ingresar a la red tiene un costo y hasta el momento no se cobra por ojearla.

La red es una gran posibilidad para que los usuarios consulten una revista, aunque dependiendo del tipo de usuario será cierto o no. No obstante quien compra una revista tiene mayores posibilidades económicas pues el precio de éstas es alrededor de los 35 ó 50 pesos.

El número de páginas en una revista es limitado, es decir está atada a espacios y en la Internet no, porque la versión electrónica tiene un despliegue diferente y una capacidad amplia. *PCMagazine* pondrá en la Internet un resumen, así se interesarán por la revista e irán a comprarla. Verónica Ortiz habló de la ventaja de incluir las fotos que se desean, en cuanto al texto detalló que es conveniente ser cuidadoso en no presentar demasiada información ya que puede volverse aburrida.

En las revistas electrónicas la información puede ser actualizada a diario, por ejemplo en *Etcétera*: "Hay algunos artículos de coyuntura, es decir de una importancia circunstancial que por la periodicidad de nuestra revista podrían

incluso perder vigencia... entonces se colocan textos en la red que se estaban publicando... y ya en la edición impresa aparece todo" explicó Levario Turcott.

Esta actualización constante de las revistas digitales es una ventaja ante la impresa debido a que esta última tiene un límite de espacios y no puede contener toda la información que surja hasta antes de la fecha de publicación, en cambio en la digital se insertan los textos previos a lo que será publicado en la impresa. El director editorial de *PCMagazine* dijo que en la versión digital se puede poner noticias todos los días por la actualización diaria.

Esta revista hasta el momento no cuenta con versión electrónica, no obstante por ser una revista de tecnología alrededor del 97 por ciento de sus lectores tienen acceso a la Internet, de la misma forma Karl Heinz como director editorial de dicha revista está constantemente en línea, además consulta medios impresos.

Que una revista digital coloque información todos los días puede convertirla en un diario, sin embargo no es así debido a que las revistas tienen una tema específico y sobre este tema renuevan las noticias. De cualquier manera son pocas las revistas electrónicas que actualizan a diario su información y anexan noticias nacionales o internacionales, más bien agregan a su página lo que aparecerá en la siguiente impresión.

El objetivo de que las revistas tengan su versión electrónica determina el tipo de relación entre ambas, que en la mayoría de los casos las revistas son el producto principal y la versión electrónica un servicio más para el lector.

3.1 Complemento o suplemento

El surgimiento de las revistas electrónicas fue como complemento de la edición impresa, aunque "está ganando partida a los soportes tradicionales"¹. No obstante las revistas con su versión digital tienen una relación distinta dependiendo de la empresa. En *Expansión* Verónica Ortiz aseveró que la relación es íntima, porque la versión digital es una adecuación de la impresa, es decir genera una base de datos que guarda absolutamente todo lo que trae la impresa, los textos como *file* (protocolo de transferencia de ficheros), los recuadros como *boxes* e imágenes como PDF.

En ocasiones las revistas con sus versiones digitales pueden tener una relación de competencia, si la información se repite en ambas. Levario Turcott expresó que ellos en *Etcétera* procuran que no se dé, aunque en su página electrónica van informando cuales serán los textos que contiene la versión impresa, así algunos lectores los consultan en la red para informarse sobre lo que tendrán y ya ellos elegirán si se esperan a verlo en la Internet o buscarlo impreso.

Karl Heinz declaró que la versión digital de una revista "es un complemento y van de la mano, no son competencia precisamente, si se habla del mismo medio, son complemento una de la otra, la versión que estaría en la Internet sirve para poner archivos específicos, en mi caso utilizarías... o un resumen de un artículo que aparecerá en la impresa, también fotografías... y una vez que el lector compra la edición impresa ya se tiene toda la información completa".

Valdiosera aseguró que no son competencia porque no hay medios impresos, donde estén leyendo una nota y ésta no remita a su sitio ya que ahí viene

completa. Lo cierto es que los medios impresos y sus versiones impresas deciden la relación que tendrán.

Las versiones electrónicas han ayudado a la investigación, por lo que las publicaciones científicas encontraron un buen sitio para consultarlas y difundir su información. No obstante las publicaciones científicas digitales al igual que otro tipo de revistas en la red iniciaron siendo un suplemento de la impresa, en otras palabras es un añadido al formato tradicional y un fiel reflejo del producto impreso tanto al nivel de formato como de contenido.

3.2 Documentos independientes

La relación de complemento que tienen las revistas y las revistas en línea es debido a las características de cada una. Por ejemplo la actualización diaria hecha por las digitales, los impresos no la pueden hacer por el alto costo de su elaboración, en cambio en la red no hay costos elevados, únicamente el pago del personal que realiza la actualización. Así con las características de las revistas electrónicas se sabrá las ventajas y desventajas de cada una, por lo cual se enumerará algunas características:

- **Facilidad de acceso.** Pueden ser consultadas en cualquier lugar y hora, de igual forma no está limitada a un solo usuario de manera simultánea.

Esta característica en el caso de la impresa sucede siempre que se tenga la revista físicamente, de no ser así se deberá acudir a la hemeroteca más cercana.

En el número de usuarios las versiones digitales sí tienen ventaja, debido a la consulta simultánea y porque la revista impresa es usada por un solo lector en un mismo momento.

- Almacenamiento. No hay problemas de depósito de revistas en las hemerotecas y el usuario puede almacenar únicamente lo que considere conveniente.
- Consulta. Con su motor de búsqueda permite que en las revistas electrónicas se examine la información rápida y sencillamente.
- Independencia de los documentos. Se puede comprar artículos sueltos y no es necesario adquirir toda la revista².

Esta última característica también es posible en la impresa, la diferencia es el tiempo, pues en las versiones digitales se adquiere un artículo en unos cuantos minutos y con la impresa se tendría que ir a un centro de fotocopiado para adquirir los artículos sueltos.

Mario Levario enumeró las características de la revista electrónica que la impresa no tiene: "El color, la oportunidad circunstancial y la memoria, que es muy importante... en esta última muchos lectores la encuentran muy poco donable en los medios de comunicación... porque no se plantean el servicio público". A éstas características se anexan la transmisión del sonido y de la imagen y en especial de alcanzar a todos los públicos, medios sociales y culturales³.

La información de las revistas se distribuye de una sola forma, impresa y lista para entregarse a los lectores. En cambio en la versión electrónica la manera de distribución se hace de varias maneras. Por ejemplo, se puede incluir títulos, resúmenes, reseñas de artículos, datos complementarios, apéndices, también se puede enviar automáticamente un conjunto de artículos basados en los perfiles del interés del lectores. Por lo cual existen varias formas de obtener beneficios de las versiones digitales.

El director editorial de *PCMagazine* afirma que a dicha revista se le sacaría jugo al poner resúmenes de sus temas principales, esto con el objetivo de que en la gente haya el interés de comprar la revista impresa, ya que si se pone el contenido en su totalidad se descuida la impresa y "este es el negocio".

La consulta de las revistas digitales es más flexible, porque se pueden ver datos de éstas, artículos independientes, párrafos o páginas de artículos, ver escritos antes de ser editados. En la revista sólo se podrá leer lo plasmado en papel.

"Con la digital se amplía notablemente la influencia, se llega a otro tipo de público, se rompen las barreras geográficas y se tiene una mayor manera de generar servicios a sus clientes" enumeró Cuauhtémoc Valdiosera. Aunque expuso como desventaja fundamental el que las personas desconozcan la manera de buscar información o que no se tenga computadora ni acceso a la Internet.

En cuanto a ventajas Levario mencionó la instantaneidad y la territorialidad, las que ayudan a que se pueda dar una respuesta de inmediato. Y respecto a las desventajas aseveró "es efímero, generalmente no hay, como te había comentado, en los medios de comunicación no hay esa memoria, por mucho que los cibernautas tienen sus propias trampas, como por ejemplo si *Reforma* se levantó un texto la semana pasada, entró a *Google* y el servicio que tiene de *Cache* hace llegar esa nota de *Reforma*, que *Reforma* y su propio *master* no tenía instalado porque se encuentra en el limbo cibernético, entonces esta instantaneidad hace que sea un objeto de consumo fugaz, salvo para aquel investigador ocioso que abra sus archivos y diga yo baje el libro pero requiero estos capítulos, lo guardo, en fin".

La mayoría de las ventajas que tienen los digitales son proporcionadas por la Internet. Carmen Gómez Mont presidenta del Instituto Mexicano de Administración y del Conocimiento especificó que la Internet da la posibilidad de acceder a todos los periódicos del mundo, siempre y cuando se conozcan varios idiomas, además precisó "en la Internet hay tanta información que se acabaría abrumado...entonces creo que en este sentido la Internet tiene una fase de mucha luz y una de mucha sombra, o sea es un medio que al mismo tiempo es bueno y malo, porque tiene muchas ventajas y desventajas".

Efectivamente, la Internet da muchas ventajas que en ocasiones se convierten en desventajas, como sería saber que en la *web* existe mucha información y no saber como obtenerla o desconocer el manejo de una computadora.

Con el surgimiento de sus versiones digitales las revistas tienen que saber cómo mantener su relación debido a los beneficios de la Internet y las ventajas que proporcionan, ya que con la red las revistas podrían ser superadas por sus versiones digitales y lo ideal es que se complementen.

3.3 ¿Son consultadas las revistas digitales?

Las revistas sean del tipo que sean ya tienen un mercado establecido y una aceptación por la sociedad, pero que ocurre con las versiones digitales de las revistas, ¿son aceptadas?

Levario mencionó "existen personas que se resisten a los cambios, incluso con la televisión a color y el famoso control... estamos hablando de un proceso de educación a grandes rasgos y un diálogo generacional igualmente importante".

Verónica Ortiz dijo que en algunos casos si son aceptados porque son una medida sumamente útil y rápida para estar informado, pero no se debe generalizar.

"Creo que no hay una aceptación en la sociedad actual, ahorita estamos en una brecha generacional en la que los padres de alrededor de los 40 años pues generalmente no usan la Internet, los hijos sí, quizás más adelante los chavos estén más acostumbrados a consultar material digital, pero ahora seguimos consultando las revistas. Además no hay como ir y tomarse un cafecito y dudo que haya mucha gente que llegue con su *laptop* a leer noticias en la Internet... también no tienen por donde conectarse... ya cuando se desarrolle y entre más fuerte la tecnología inalámbrica en México, poco a poco se empezará a ver más, generalmente se toman un café, se compra una revista y la leen" indicó Karl Heinz.

Carmen Gómez Mont aseguró que en México sí hay una aceptación. Además comentó que a pesar de que los alumnos lean poco ahora, sí leerán en la Internet aunque lo hagan muy rápido pues ellos quieren que todo sea velocísimo y no le profundizan en el pensamiento. E incluso platicó que sus alumnos le dicen que se desesperan si no encuentran rápido la información.

En cambio Valdiosera afirmó "no hay aceptación, el problema en México es que se estima entre un 4 ó 5 por ciento de la población son los únicos que tienen acceso a la Internet y es sumamente bajo comparado con los estándares mundiales... y se dice que muchos de esos accesos son empresariales, es decir, empresas que tienen acceso a la red para su trabajo y es una súper (sic) minoría dentro de la población que complica que cualquier proyecto en la Internet tenga la repercusión que debería tener"⁴.

El *Reforma* realizó la encuesta sobre Consumo Cultural y Medios el 25 y 26 de enero de 2003 a 820 personas de 16 años o más que viven en el DF y área conurbana y de dicho trabajo publicaron artículos donde plasman los datos obtenidos, por ejemplo se menciona ¿para qué se conectan a la red los internautas? "Muchos han dejado de ver noticias, por lo que ha descendido dicho porcentaje, mientras las transacciones en la Red han aumentado, pero esto tal vez por el uso de la banca electrónica y del obligado pago de impuestos electrónicos establecido el año pasado. Las compras siguen brillando por su ausencia, cuando sólo una minoría del 20 por ciento afirma haberlas hecho y una dramática mayoría del 77 por ciento dice que nunca las hará. A su vez, predomina la consulta de información con un 87 por ciento, pero no se dice cuál tipo de información, ni para qué fines se ha hecho. La frustrante realidad es que a nivel nacional el número real de computadoras en los hogares no llega al 3 por ciento de la población..."⁵

La Internet ofrece mucha información que en años anteriores se conseguiría por teléfono o yendo a una biblioteca, hemeroteca u oficinas de servicio, aunque hoy el acudir a éstas, en ocasiones, no es necesario por la existencia de las versiones electrónicas. Es así como las revistas con su versión digital son aceptadas por ciertos lectores, pues los beneficios que brindan no son convenientes para todos, además de guiarse por sus necesidades. De tal forma existen diferentes lectores para cada clase de revista, ya sea impresa o digital.

3.4 Revistas hay muchas, lectores sólo algunos

Las revistas y las versiones electrónicas tienen sus lectores y no siempre son los mismos, si lo son o no, depende del tema de la revista. Por ejemplo *PCMagazine*

sí tiene los mismos lectores, Karl Heinz indicó "en mi caso particular sí, porque estamos hablando de una revista de tecnología, entonces el 97 por ciento de los lectores tienen acceso a la Internet, generalmente se conectan a la red y pues checan la revista para ver que hay de nuevo".

Aunque Carmen Gómez aseveró que no son los mismos usuarios los que leen la revista y su versión electrónica, porque un lector que ya leyó la revista no va y consulta en la red su versión electrónica, en todo caso va y revisa otra revista, explicó "consultaría material que no tuve, no pude comprar o me interesara buscar algunas cosas".

En *Expansión* tampoco es el mismo, Verónica Ortiz expuso que hay una brecha generacional entre un lector que durante más de veinte años ha leído y comprado los medios en papel y el que entra en una página web para bajar información.

Contrariamente Levario Turcott afirmó "los usuarios que revisan la impresa son los mismos que la revista *on line*, son los mismos como perfil o como unidad, debido a que *Etcétera* no ha podido romper con varios obstáculos que la rebasan -a la propia distribución de la revista-, entonces algún estudiante de Coahuila que sería un lector de la versión impresa pero no le llega está ahí, pero como perfil sí es".

La consulta de un medio impreso o digital depende tanto de las necesidades del usuario como de sus posibilidades, por ejemplo quien necesita estar informado constantemente visita la versión digital, aunque la ventaja de la portabilidad de los impresos evita que algunas personas ingresen a la web en todo momento, porque en ocasiones prefieren leerlo en el baño, en la cama y examinarlas en la computadora impediría ingresar cómodamente a la red en todas partes. Asimismo Valdiosera platicó sobre su situación, la que concuerda en este caso, ya que él

consulta ambas versiones pues tiene la posibilidad de obtener ambas y decide cual visitar con relación a su conveniencia y necesidad.

En efecto, las necesidades determinan el tipo de lectores, es así como las revistas electrónicas serían el medio en que las comunidades científicas difundirían sus estudios y al mismo tiempo se mantendrían informados de cualquier tipo de conocimiento. En el artículo "*Las revistas electrónicas: características, fuentes de información y medios de acceso*" se afirma que en la actualidad las revistas electrónicas están presentes en todos los ámbitos de la investigación y su uso está ampliamente generalizado entre las instituciones dedicadas a ésta y los usuarios de información general⁶.

El pago por la suscripción a alguna revista es caro y sucede lo mismo con las versiones digitales, lo que ocasiona que los interesados en la información deban tener un nivel económico alto para poder adquirirlas. Entonces en su mayoría estos interesados son científicos o investigadores y los datos obtenidos en estos documentos se les clasifica como la primera o segunda fuente de mayor importancia para la realización de sus actividades⁷.

El número de lectores que compran la revista o visitan la versión digital en la mayoría de los casos es contabilizado. La impreza lo hace por el número de ventas y en la electrónica es distinto porque existen diferentes forma de medirlo.

Karl Heinz nombró diversas formas de medirlo: una es con herramientas especiales, como los contadores, aunque aseguró que da mejores resultados el saber que actividades realiza el visitante en el sitio, pero afirmó "quien te puede ayudar mucho sin duda es el anunciante, porque ellos te dicen, me anuncié contigo una semana y tuve tantos *clicks* o entradas a mi sitio desde el tuyo,

entonces ese es el efecto importante, no para mí sino para el anunciante, por mí pues que bueno que a mi sitio entren mil personas, pero si de esas mil nada más van a brincar al sitio de mi anunciante, entonces el resultado del sitio no es muy bueno”.

En *Expansión* hacen un conteo del número total de entradas, posteriormente se tienen datos de qué fue lo que hizo el cibernauta en el sitio.

Con las formas de medir el número de lectores los dueños de las empresas pueden hacer una comparación entre las dos versiones y saber cuál es más visitada. No obstante Verónica Ortiz mencionó que una forma ortodoxa de cotejar sería número de ejemplares versus número de visitas en el *web*, pues dijo “siempre serán más en la *web* pero eso sólo es un parámetro de cuantificación mas no de éxito”.

En *Etcétera* prefieren no tener un contador, porque Levario consideró “que es muy engañoso pues si coloco un contador y le digo a mis lectores que entran 25 mil, también le estoy diciendo a mis anunciantes... y al lector que ingresa dudo mucho que le interese porque siempre que se pone un contador en lo que se piensa es en el anunciante y al pensar en él existen no pocos recursos deleznable para hacer que el contador plantee o te diga que están entrando más de los que realmente lo hacen. Levario platicó que con un contador no se puede dar cuenta quienes están entrando, ya que si una persona se desconecta y vuelve a entrar, ocasiona que valgan como dos lectores diferentes. *Etcétera* utiliza la cantidad de *e-mails* que recibe, los cuales hablan de la cantidad de solicitudes de opiniones sobre los temas que encuentran en su sitio para saber su influencia.

Las actividades que se realizan en la Internet son variadas y en las revistas electrónicas se efectúan algunas distintas a las que se ejecutan en las revistas, sin embargo ambas coinciden en proporcionar información. Esto último es lo que la mayoría de los lectores desean y lo obtienen comprando una o consultando otra.

3.5 Cómplices en el negocio

Las versiones digitales se sostienen gracias a la imprenta y para acceder a éstas a través de la red se tiene que visitar las páginas *web* correspondientes, sin embargo varias empresas consideran la posibilidad de cobrar por acceder a su información digital.

Las revistas tienen dos formas de ganar dinero, una es por medio de la venta del propio producto y otra vendiendo páginas de publicidad. Con la primera alcanza únicamente para cubrir los gastos primarios y dentro de éstos están los pagos a directores, columnistas, colaboradores y fotógrafos, que en la revista y en su versión digital se incluyen. No obstante la impresión en papel y la distribución son gastos que elevan el costo de la revista y en el caso de la electrónica su distribución es gratuita⁸, además el almacenamiento es un gasto menor.

En la impresión de las revistas se encierran la preparación de las planchas de grabado, la composición, la impresión, la paginación y la encuadernación. Y en la distribución está el proceso de franqueo, control de suscripción y envío, este último incluye la inserción, clasificación, sellaje y colocación de rótulos⁹.

Toda esta elaboración tiene un costo que cubre cada empresa y que en ocasiones no les es remunerado, de tal forma que pretenden cobrar por visitar sus revistas electrónicas. A continuación se exponen algunas opiniones sobre este cobro:

Levario de *Etcétera* declaró: "Creo que no, hay complicidad entre nosotros y los lectores, la complicidad es que no lo venderíamos y ellos no lo pagarían, porque es en términos mundiales, *El País* no lo pudo lograr y *El País* vende cerca de 120 mil o 320 mil ejemplares por día. Nosotros vendemos 2950 ejemplares por mes".

"No, yo siento que un portal que te cobra es un portal que se va para abajo, no sirve, es un fracaso garantizado. Ganas por dos lados, ganas cuando te entra más publicidad y en el momento en que los lectores en línea van y te compran la revista impresa, o agarran y se suscriben. En el caso de *PCMagazine* está enfocado a ser una revista por suscripción no por mercado abierto. En Estados Unidos el 97 por ciento de las revistas se venden por suscripción, aquí no porque los problemas que ha tenido el servicio de correos en los últimos 20 ó 25 años han dejado una mala imagen, entonces en la gente como que no hay una buena cultura de suscripción aquí en México, que es en lo que estamos trabajando muy fuerte aquí en *Televisa*" Karl Heinz.

El que las personas decidan o no pagar para acceder a las revistas digitales está relacionado con el nivel económico y cultural. En este último, Cuauhtémoc Valdiosera opina que el mexicano tiene poca cultura para valorar la información, no tiene una política de administración del conocimiento y asegura "no se entiende que el conocimiento puede generar riqueza, ese es el mayor problema, el problema no es el status de sí es mejor o no lo tradicional, el problema es la falta de cultura para el acceso a la información que bien manejada genera conocimiento y éste riqueza". También Valdiosera concuerda que las personas que paguen por la información serán las que conocen los beneficios que otorga, asimismo dio un ejemplo "un consultor que está trabajando para un cliente y le

está haciendo una investigación que le va cobrar, sabe que tiene sitios especializados para reducir tiempo con información validada y confiable, entonces paga por ella, paga ese costo para su cliente". Sin embargo las personas que pagan por esta información es una minoría, entre ellas están "universidades, tecnológicos, bibliotecas, centros de información, agencias de gobierno, gente que está acostumbrada a manejar información y a pagar por ella" indicó Valdiosera.

En cuanto al nivel económico del usuario Carmen Gómez Mont indicó que las revistas son muy caras cuestan alrededor de 40 y 50 pesos y consultarlas en la Internet sin pagar ningún costo sería más barato, aunque en México el 96 por ciento de habitantes no tienen acceso a la Internet.

Además de pagar por la información plasmada en la Internet, el usuario paga por una búsqueda eficaz y rápida, la cual con la revista no es fácil lograrlo porque en ésta la búsqueda consiste en ir a la hemeroteca y revisar varios números antes de hallar el dato indagado. Así con los buscadores en la versión electrónica se ahorra tiempo el usuario¹⁰.

Que varias versiones electrónicas de las revistas decidan cobrar por consultar su información es debido a que éstas no son rentables. Ya sea porque los sitios sólo tienen como ingreso la publicidad, la cual no es suficiente para mantenerse o porque la impreza las mantiene en la red como una referencia en el mundo que es la Internet.

Verónica Ortiz afirmó que no son rentables las versiones electrónicas y finalmente lo serán cuando se logre que los clientes de publicidad también inviertan en ellas, además señaló "el gran engaño fue hablar de la *e-economy* y decir que el esquema de negocios en la Internet es completamente diferente al tradicional. Por

esto, muchos fondos de inversión decidieron apostarle a proyectos *web*, porque creían que el retorno de la inversión tardaría pero al final vendría. Sin embargo, no fue así, muchos inversionistas se cansaron de esperar el regreso que en muchas ocasiones no llegó, por eso empezaron a tronar los portales, porque ya no había quien pagara los sueldos de los que estaban detrás de las computadoras". De la misma forma aseveró "los anunciantes tradicionales prefieren firmar pautas de usuarios reales, de personas que leen una revista o un periódico en papel y ésta fue una de las razones por las que las editoriales no han invertido mucho dinero en sus versiones digitales, porque los vendedores de publicidad no saben vender *banners* (sección de página *web* que contiene un anuncio y un vínculo con el sitio del anunciante) o convencer a la gente de su utilidad y porque el cliente prefiere un anuncio físico a uno virtual".

Levario aseguró "la Internet no es negocio, en el país no lo es para nadie, no es negocio, están equivocados y lo creyeron muchos hace muchos años, pero en México tenemos un testimonio de 100, 120 revistas y todas quebraron".

La publicidad en las revistas tiene mucha importancia, sin embargo su principal fuente de ingresos son las ventas, ya sea en los puestos de periódicos o a través de la suscripción. Lo anterior porque el mercado de las revistas es muy difícil por la dependencia hacia los anunciantes y la poca disposición de muchos de ellos. Karl Heinz mencionó que la mayoría de los anunciantes no quieren anunciarse en revistas porque tienen muy poca respuesta. Ahora con las revistas digitales las compañías desechan con mayor motivo la oportunidad de incluir publicidad en éstas, ya que "realmente la publicidad en línea en México es micro" agregó.

Asimismo Levario subrayó que la publicidad en la Internet no está muy desarrollada, porque "es un espacio habitual en el que nos tenemos que ir acostumbrando a que no es para publicidad... de tal manera creo que eso no tiene impacto en la ganancia de consumo del lector, sobretodo porque me parece que el perfil definido lo que le interesa es el contenido de la página a la que se incorpora, entra para documentarse y recrearse visualmente pero con esos intereses claramente definidos, no pelea con la televisión, que es un distractor y con esos impactos de publicidad sí generan esos impulsos de consumo, en las revistas como en los libros hay espacios, ritmos y la propia fuente editorial que hace que el anuncio no tenga sentido".

Existen muchas revistas impresas como digitales, las hay mexicanas y extranjeras y todas ellas son un caso distinto, por ejemplo hay revistas digitales estadounidenses importantes que son un negocio por la publicidad y porque son muy consultadas. No obstante en México la situación es distinta, Valdiosera explicó: "Aquí difícilmente la gente lee las versiones impresas y hay muy poca gente con acceso a la Internet, una revista digital a lo mejor no es un negocio porque no vende publicidad o no es negocio porque no genera la ganancia suficiente, pero algunas como *Proceso* en versión digital son negocio porque empiezan a cobrar por las consultas, porque tienen anuncios y porque mucha gente entra a esta revista pues la ve como una referencia obligada, pero si realizo una revista y la pongo en red sin mucha publicidad, no le hago mucha distribución y no tengo mucho tráfico, entonces no es negocio, en otras palabras hasta el momento no son negocio las revistas en red".

La información que ofrece la Internet es mucha y las personas que la usan están acostumbradas a pagar por la renta de este mundo electrónico, no obstante si un servicio que se ofrece en éste le cobra, el usuario declinará utilizarlo tanto por la costumbre como por su economía.

3.6 Un futuro inestable y sujeto al impreso

El futuro de las revistas y de su versión digital es variable, sin embargo la situación de la digital dependerá de la impreza y de cómo se administre económicamente la electrónica. Aunque cada empresa tendrá una forma de ver el futuro de las revistas en papel y en la *web*.

Respecto al futuro de las revistas impresas Karl Heinz manifestó: "El mismo que hasta el momento tienen, su único problema es que la mayoría de los anunciantes no quieren anunciarse en revistas porque tienen muy poca respuesta, pero realmente la revista se costea por si sola a través de la suscripción y la venta. La publicidad generalmente es de utilidad, de desaparecer no, no desaparece".

Para Cuauhémoc Valdiosera el futuro de las versiones digitales será ampliar su influencia, crecer cada vez más, sofisticarse, ofrecer servicios cada vez más derivados hacer medios digitales portátiles por medios inalámbricos, tener mejor manera de tratar la información, y que sea de tipo hipertextual. Además de "que se pueda ver la referencia de una nota y te mande a esta nota, consultes otros textos, utilización de técnica multimedia, que tengas videos en tiempo real para una escena. En el futuro se va a combinar, va ser una mezcla como de televisión, radio e impreso... la información se va a convertir en lo que nosotros hemos

llamado la fusión de los medios, vas a tener el texto, el video, el audio. todo encajado pero van a ser más sofisticados y ofrecerán servicios más interesantes".

Carmen Gómez Mont opinó que el futuro de los medios tradicionales a la larga van a desaparecer, porque son muy costosos, e incluso cree que van acabar existiendo algunos ejemplares en bibliotecas, aunque considera que ya ni las bibliotecas las quieren porque ocupan mucho espacio y eso les cuesta muy caro.

En *Expansión*, Verónica Ortiz aseguró: "El futuro de los impresos ahora que están las versiones electrónicas será que durante unos años no habrá movimientos. pero se debe contemplar lo siguiente... con formatos pequeños y notas muy breves que son idóneos para la gente a la que están dirigidos... aunque hay lectores que no tienen los recursos para comprar una computadora o para ir a un café Internet y navegar por los distintos medios. Entonces no se puede generalizar en estos casos sobre el futuro de los medios impresos".

"El desarrollo del sistema de completarias como sistemas de trabajo y como sistema de comunicación ha tenido un desarrollo tan importante... de tal manera que este ente de comunicación va determinar que existan distintas fuentes entre otras revistas, no estoy con esto diciendo que sea negocio, ni tampoco estoy diciendo de que estemos aparcados, de que si no es la revista no va salir, creo que irá encontrando sus propios recovecos y acomodos de mercados para poder darse licencia en la base, el desarrollo la propia tendencia de la forma de comunicación que implica eso" afirmó Mario Levario.

En el libro *Internet: el medio inteligente* se señala "las revistas en un corto o mediano plazo, dependiendo de la zona geográfica del mundo, cultura y

tradiciones y orientación del contenido (cuanto más vertical sea éste, el proceso será más rápido), desaparecerán al ser engullidas por Internet¹¹.

Una aseveración tan contundente no puede quedarse sin explicación, por lo que a continuación se expone la justificación dada en el mismo libro: "Las revistas... no son las mismas de hace algunos años: han cambiado mucho, y lo seguirán haciendo, y esto es una de las bases de su importante auge.

Con la aparición de la Internet el principio del fin ya empezó, por ejemplo, hace cinco años se vendían, por decir algo, 100 mil ejemplares al mes de una revista cualquiera, y ahora se están vendiendo 120 mil... Pero vayamos al otro extremo, hace cinco años prácticamente no existía la Internet y en estos momentos hay un portal que trata el mismo tema que nuestra revista, el cual en sólo dos años ya tiene 300 mil visitas al mes...

...La revista apenas subió 20 por ciento en contraste con el alto porcentaje relacionado con el portal... ¿Y cuáles serán las primeras revistas en desaparecer? Por lo que hemos visto, serán las que podríamos llamar revistas verticales, es decir, las orientadas hacia segmentos muy determinados como deportes, electrónica, computación, etcétera. Una revista vertical "es un medio, es decir, si su contenido gira en torno a una temática muy concreta"¹².

Desaparecerán las revistas como las conocemos, pero no el medio, pues para quienes no les guste leer en la computadora ya nació el papel electrónico¹³.

El futuro de las revistas digitales está en relación directa con el destino de la Internet y las tecnologías, precisamente estas últimas beneficiarán en el nivel de uso, utilidad y valor a las revistas digitales; siempre y cuando los errores sean entendidos y corregidos¹⁴.

Las revistas impresas tienen una mayor posibilidad de desaparecer comparada con los libros, porque son caras, su información pierde vigencia rápidamente y son adecuadas para la publicación de investigaciones recientes. Esta última característica se aprovecharía al máximo con las revistas digitales ya que su difusión es rápida y la actualización constante. De tal forma que el futuro de las revistas digitales tendrá más fortuna que las revistas impresas por sus virtudes electrónicas.

Las revistas impresas tienen su representación electrónica en las digitales, estas últimas empiezan a superarlas, porque han encontrado la forma de demostrar a los usuarios sus virtudes.

¹ Martín González. Juan Carlos y Merlo Vega. José Antonio, "Las revistas electrónicas: características, fuentes de información y medios de acceso, [http://: www.um.es/anales ad06/ad0611. pdf](http://www.um.es/anales/ad06/ad0611.pdf), págs. 155-186

² *Ibidem*, p. 157-158.

³ Wolton Dominique. *Internet ¿y después? Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*, p. 35

⁴ Valdósera, Cuauhtémoc. Nuevas Tecnologías: Aumenta el uso de 'e mail'. *Reforma*, 2/abril/2003, cultura, p. 2C

⁵ *Ibidem*, p. 2C

⁶ Wolton, *op. cit.* p. 155

⁷ Donald W. King y Carol Tenopir, "Publicación de revistas electrónicas: economía de su producción, distribución y uso", http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol9_s_01/sc1100.pdf, p. 78-85

⁸ Octavio Islas, *et.al. Internet: el medio inteligente*, p 59.

⁹ King, *op. cit.*, p. 81

¹⁰ Nicholas C. Burbules y Thomas A. Callister (h), *Educación: riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información*, p. 243

¹¹ Martín González. *op. cit.*, p. 70.

¹² Anallítico, 'B2B', 'vertical' y 'suscripción', tres conceptos clave para las publicaciones *on line*.

<http://www.baquia.com/com/20011019/art00013.html>, 19/octubre/2001.

¹³ Martín González. *op. cit.*, p. 70.

¹⁴ King, *op. cit.*, p. 79

ENTREVISTADOS

- ◆ Karl Heinz Jentjens Kraus director editorial de PCMagazine en español, febrero de 2003.
- ◆ Cuauhtémoc Valdiosera director de investigación y desarrollo de Infoestratégica, marzo de 2003.
- ◆ Carmen Gómez Mont presidenta del Instituto Mexicano de Administración del conocimiento, marzo de 2003.
- ◆ Mario Levario Turcott director general de Etcétera, marzo de 2003.
- ◆ Verónica Ortiz editora web de Expansión, febrero de 2003.

4 VISITA LA BIBLIOTECA SIN SALIR DE CASA

“La biblioteca digital da la posibilidad de acceder a ella sin salir de casa” declaró José Luis Vázquez coordinador de adquisiciones de la Universidad Anáhuac campus norte, ventaja con la que se pueden consultar catálogos electrónicos desde una computadora personal y saber si es conveniente ir a la biblioteca para leer el libro. En ocasiones, en el mejor de los casos es posible revisar el ejemplar desde la pantalla de la computadora, aunque no es muy frecuente, porque no todos los libros se han podido digitalizar debido a la ley de derechos de autor y lo que ya se puede consultar son las tesis, las cuales ya se están digitalizando.

Uno de los principales beneficios de las versiones electrónicas tanto de libros, periódicos y revistas es tenerlos en casa y en el mismo caso están las bibliotecas, mas éstas tienen en la red sólo su catálogo, rara vez su acervo. Debido a que la mayoría de su material no es digital, únicamente sus catálogos, no se ha determinado qué es una biblioteca digital y si realmente existe, por lo tanto se indagó sobre este tema y a continuación se muestran los resultados.

4.1 ¿Qué es una biblioteca digital?

Para definir una biblioteca digital es necesario saber qué es una biblioteca y ésta tiene tres elementos que la definen:

- Una colección de documentos.
- Un sistema de orden para los documentos, para almacenar y recuperarlos.
- Una comunidad de usuarios a quienes servir¹.

Una vez indicados los elementos que componen a una biblioteca se inicia la búsqueda de ¿qué es una biblioteca digital?, esta pregunta tendrá una respuesta distinta según quien la conteste y el libro que se consulte. Además de que puede confundirse con los términos de biblioteca electrónica o virtual. De esta forma los entrevistados dieron su definición sobre este concepto, al mismo tiempo que comentaron si existe alguna diferencia entre digital y electrónico.

José Luis Vázquez dijo: “Esa incertidumbre de llamar o cómo llamar, inclusive para las bibliotecas, todavía no se define si son bibliotecas digitales o electrónicas o a qué llamar qué. Por definición podría ser que la biblioteca digital sea la que tiene soporte en un medio físico, vamos a decir papel, microficha y eso subirlo o convertir su formato a un formato electrónico, o sea se están digitalizando por algún medio, entonces sería la parte digital”. Sin embargo, también aseveró “no todo el material tiene ese soporte físico previo, más bien es posterior, sobre todo ahora en las revistas y algunos libros ya no salen en formato impreso, entonces su soporte es electrónico. Esto último sería la diferencia”. Y concluyó que una biblioteca digital es la que tiene un soporte en otro formato, impreso, video, diapositiva, microficha, etc y lo electrónico sería el que únicamente tiene soporte en forma electrónica, en el caso de la Universidad Anáhuac están haciendo un híbrido, “porque están digitalizando y utilizando recursos electrónicos”.

Georgina Araceli Torres Vargas investigadora del CUIB de la UNAM expresó que una biblioteca digital es cuando sólo utilizan obras puramente digitales que no tiene su correspondiente en impreso y biblioteca electrónica sería la que tiene su versión impresa.

“Es la que te proporciona el documento en pantalla, para mi eso es una biblioteca digital porque el catálogo deja de tener uso, aunque si es uno de esos catálogos que te permiten ver el documento ahí sí es una biblioteca digital...Pero hay diferentes conceptos de lo que es una biblioteca digital; uno sería que una biblioteca electrónica es la que sostiene acceso a base de datos (libros, bibliográficos) y una biblioteca digital es cuando tienes el documento, pero puede ser al revés... son términos y depende de cómo los manejes” expuso la licenciada Blanca Miranda, jefa de biblioteca del Centro de Investigación en Computación en el Instituto Politécnico Nacional.

El licenciado Luis Hernández Lara, subdirector de vinculación del Centro de Investigación en Computación consideró que en este sentido el concepto de biblioteca digital y biblioteca electrónica se utiliza de forma similar y definió a la biblioteca digital como un repositorio de información en el cual se puede guardar cualquier documento en formato digital y en cualquier tipo de archivo ya sea en texto, video, audio, imágenes y presentaciones multimedia y el reproductor debe tener la capacidad de poder recuperar la información a través del *metadato* (datos sobre datos) y de búsquedas de texto y si es posible del texto completo.

Víctor Hugo Garrido Moctezuma, jefe de proyecto de automatización en la coordinación de servicios documentales de la Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, detalló que el término biblioteca digital es impreciso y puntualizó: “Es que hay quien confunde mucho el término biblioteca digital o es muy ambiguo o es muy fácil de hacerlo ambiguo porque biblioteca digital son materiales digitalizados, pero hay algo que te impide tener materiales digitalizados, la ley de derechos de autor”.

En el caso de los libros y documentos consultados la definición de biblioteca digital también cambio. Por ejemplo en el texto *Bibliotecas digitales en Internet de libro raro, antiguo e incunables* ofrece varias definiciones; una de la *Digital Federation Libraries* "las bibliotecas digitales son organizaciones que proporcionan los recursos, para ello cuentan con el personal especializado, para seleccionar, estructurar, ofrecer el acceso, interpretar, distribuir, preservar la integridad y asegurar la preservación de las colecciones digitales de manera que estén disponibles de forma fácil y económica para el uso de una comunidad definida o un conjunto de comunidades"²; otra que dice "para Ferrer y otros una biblioteca digital es:

- "Una colección organizada de datos multimedia que, con métodos de gestión de la información nos presenta los datos como información y conocimiento.
- "Permite el acceso a materiales que permiten ser manipulados y distribuidos en formatos en que la versión original del material no permitiría.
- "Es un foro para la unión de colecciones, servicios y gente que colabora en el ciclo de creación, diseminación, uso y preservación de los datos e información.
- "Herramienta que va a ayudarnos a ofrecer servicios a nuestros usuarios y a organizar nuestra información interna, cuestión muy importante en el desarrollo de nuestros centros.
- "Es aquella que aborda la digitalización en función de unas necesidades propias.

- "Es en definitiva una red de datos multimedia y servicios de información construida por su organización generadora de conocimiento"³.

Ramiro Lafuente López la juzga como un modo de ser de la idea de biblioteca, en el sentido de seleccionar, adquirir y analizar documentos, con la intención de ordenarlos bajo un sistema de clasificación que responda a una organización metódica de sus contenidos, para fomentar el uso de los mismos en el seno de una comunidad⁴.

Cuanto más se indaga sobre esta definición más se puede encontrar y al mismo tiempo habrá mayor confusión, porque se puede confundir si se compara con biblioteca electrónica o virtual por lo que debemos determinar las características de la biblioteca digital.

Entre estas características están: los servicios, que son relacionados al diseño de interfaces para operar vía sistemas de telecomunicación y dentro de los servicios hay una separación física entre el bibliotecario y los usuarios; la posibilidad de enlazar diversos sistemas de servicios bibliotecarios y información documental vía telecomunicaciones; la creación de medios para clasificar y formar colecciones de documentos digitales que sirven como instrumento para la consulta del acervo⁵; su información es digital o está en este proceso; y se utilizan medios tecnológicos para mejorar los servicios de la biblioteca tradicional⁶.

Así como se manifiesta que la relación bibliotecario y usuario tendrá una separación, de la misma manera surgirán nuevas relaciones pero éstas serán entre las personas y la información⁷. Las nuevas generaciones aceptarán con más facilidad este cambio, contrario a las personas de edad, quienes preferirán la sala de lectura de una biblioteca a un escritorio con una pantalla.

Efectivamente el abanico de posibilidades con las que se puede definir el término es grande, por lo que se toman sólo algunas: Servicios en los que utilizan medios tecnológicos; separación entre el usuario y el bibliotecario, si así se le nombrará a la persona encargada de ayudar al usuario; consulta de catálogos y documentos en forma digital, eliminando la posibilidad de que la sola digitalización del catálogo cree una biblioteca digital; y el acervo en formato digital.

Sin embargo en el acervo en formato digital es donde se encuentra la discusión entre qué es y qué no es digital, por lo cual se definirá a la biblioteca digital como aquella en donde se puede hacer una consulta de textos vía Internet, donde éstos tengan o no su correspondiente en papel y la biblioteca electrónica será la que se consulta vía *web* pero sus documentos fueron creados únicamente en forma electrónica, es decir, no tienen su copia en papel.

4.2 Ley que obstruye

En la declaración de Víctor Garrido indicó el inconveniente de las universidades para tener una biblioteca digital, la ley de derechos de autor. Esta ley es un obstáculo debido a que no permite la publicación de cualquier libro porque los autores no lo aprueban, pues sus ventas en papel se verían disminuidas, sólo pueden poner en línea libros en los que los autores tienen cientos de años de muertos de tal forma ya no cobrarían regalías.

En cuanto a este tema José Luis Vázquez declaró que la ley de derechos de autor es precisamente el motivo por el que no se sube material, pues se tiene que trabajar mucho para actualizarla, ya que esa ley se hizo para el material impreso y para el formato electrónico todavía no se ha desarrollado ni actualizado. E incluso

precisó "es lo que ha detenido a muchos de los editores a subir su material, porque no ven algo que los proteja y su negocio es vender... y no es tanto cuestión de los autores, sino de la editorial, pues de ante mano éstos le ceden el derecho, entonces la editorial tiene la responsabilidad de velar por ellos".

Por esta ley de derechos de autor la Universidad Autónoma Metropolitana no tiene biblioteca digital y Víctor Garrido manifestó que tener digitalizados textos de otras editoriales que no sean de UAM tendría que ver con los derechos de autor y "hay gente que dice no hay problema y otra dice que sí...pero digitalizar los libros de otra editorial, técnicamente es fácil, pero las consecuencias son difíciles". En este tema Víctor Garrido indicó que otras universidades tendrán biblioteca digital, pero no de libros en general, sino de revistas, bases de datos, enciclopedias.

En el Centro de Investigación en Computación del Politécnico tampoco digitalizan libros sino las memorias de los eventos académicos, artículos, informes técnicos de los investigadores, además de cursos. Luis Hernández subrayó que de los libros el problema es la eficiencia con la cual se digitalizan, porque al digitalizarlos se incrementa el tamaño de los archivos y se vuelven repositorios muy grandes. En otras palabras, platicó que los textos que suben son los de IPN, en los cuales el investigador, alumno o profesor autoriza.

Blanca Miranda también del IPN aseveró que hay que ser muy cuidadosos con los derechos de autor, sobretodo con material de otras instituciones y extranjero, "aunque cuando no es material de aquí nos brincamos las leyes y nadie hace nada, ya que no hay una protección hacia el usuario, porque puedes fotocopiar el material siempre y cuando sea para fines educativos. Después lo vendes al precio exacto y ahí sí te protege hasta cierto punto la ley, pero en Estados Unidos sí

pagas los derechos de autor a fuerzas...Si ponemos en un sitio y a disposición de todo el mundo un texto, con la globalización que existe hay que ser muy cuidadosos”.

El ser cuidadosos con la ley de derechos de autor también es una recomendación de Alejandro Pisanty Barush, director general en la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico de la Universidad Nacional Autónoma de México: “Hay que ver con cuidado porque digitalizar libros no es una buena idea y producir libros digitales también es difícil de igual forma tener una biblioteca digital y al tenerla digitalizar libros, no es lo único que hacer”.

Lamentablemente existe el problema del pago de derechos de autor, sin este inconveniente la difusión de información sería más amplia y diversa, asimismo ayudaría a que las bibliotecas digitales prestarán mejores servicios y los acervos en las bibliotecas fueran diversos.

4.3 ¿De qué están hechas las bibliotecas?

Cada institución tiene un acervo donde guardan documentos de distintos autores, al igual que de distintas editoriales. En este capítulo se investigó acerca de cuatro instituciones; el IPN –zacatenco-, la UNAM en general y Acatlán, la UAM Iztapalapa y la Anáhuac campus norte. De ellas se nombran los documentos que tienen en línea, así como los servicios digitales que ofrecen ya sea a través de sus páginas institucionales o las de sus bibliotecas

La UNAM produce revistas universitarias, libros en forma electrónica, los e-libros y alrededor de 30 revistas académicos; muchos de ellos también se publican en papel y en forma digital.

"Las empresas editoriales, de libros, revistas y también empresas de discos y videos están bravísimos tratando de impedir la piratería al punto de estar impidiendo cualquier copia razonable, es un pleito mundial no resuelto. Entonces la ley de derechos de autor está ahorita en un sentido contrario, en el Senado de la República está en discusión la reforma a la ley federal de derechos de autor, que tiene cosas tan absurdas, como poner impuestos de nueve por ciento a todos los dispositivos que sirvan para copiar cosas, las computadoras, videograbadoras, quemadores...Es una medida inversa a lo que la UNAM requiere, a lo que las universidades y la educación requiere, que es facilitar la difusión del conocimiento" afirmó Alejandro Pisanty.

Con tantas trabas para digitalizar libros, la mayoría de las instituciones lo que hacen es tener sus propios libros, es decir libros editados por ellos en formato digital, en el caso de la UNAM se está buscando cómo publicarlos digitalmente y cómo hacer publicaciones en red, lo que ya se hace con las revistas.

En este último aspecto Acatlán pone en red un boletín llamado *Infonauta*, el cual es mensual y en él se informa de cursos, avisos, etc. Además tienen Proyectos Académicos, donde se incluyen trabajos únicamente de los profesores, quienes los elaboran de cualquier tema y sí deciden enviarlo, lo mandan a la coordinación del Centro de Cómputo.

En la página la UNAM se encuentra un servicio llamado *Pública tu obra*, con este se pueden subir documentos a la red, y el interesado lo hace desde su propia computadora. Alejandro Pisanty detalló el propósito de este servicio: "Es facilitar que los universitarios pongan contenido en línea...entonces tenemos el valor de red y depende del contenido que tenga y de los servicios que presten y siendo una

institución como la UNAM tenemos que producir contenidos que sean útiles para otros". Y anexó que la producción de contenidos en la UNAM es muchísima, y en ocasiones la divulgación es limitada, en este sentido la Internet ayuda a que esta información llegue a un número mayor de personas.

Luz María González, licenciada en informática y encargada del monitoreo tecnológico de la página *web* institucional del IPN conversó "en nuestra página se da información acerca de eventos, cursos, diplomados y conforme lo pidan se dan videoconferencias que se transmiten vía Internet en tiempo real. A los alumnos se les da su historial académicos, objetivos de varias carreras y programas de estudios".

En la UAM Iztapalapa no se están digitalizando libros, lo que tienen en red son las revistas que compran en papel y el editor les da el acceso *on line* gratuito. En cuanto a artículos académicos Víctor Garrido precisó "nosotros no tenemos acceso a los artículos, los profesores los mandan a la editorial que prefieran para que los editen". También están los textos, referente a éstos dijo que por sus manos no pasan, son los profesores quienes los ponen en red para los alumnos.

En la Universidad Anáhuac piensan digitalizar tesis y colecciones de diapositivas y tal vez algunas investigaciones pero "la política que tenemos es de coeditar el material con editoriales comerciales como Porrúa, Diana, Trillas, entonces todos los textos académicos los hacen a través de ellos, lo que produce que en el momento en que se ceden o se comparten los derechos de autor con estas editoriales ya no se puede disponer del texto y ahí tendríamos que entrar con los problemas de derechos de autor, por lo tanto no podemos hacerlo, la parte que se

piensa digitalizar o subir a la página son las tesis, diapositivas y algunos documentos propios de la universidad” especificó José Luis Vázquez.

Incluir las tesis en sus páginas electrónicas es una constante en las instituciones, pues son documentos propios de los que se puede disponer y subir fácilmente a la red, ya que ahora la mayoría de las tesis son capturadas de forma electrónica y guardadas en un disquete. Incorporarlas en las páginas electrónicas de cada institución envuelve consultar índices e información, no solamente revisar los catálogos.

En cada institución la visión y situación es diferente respecto al manejo que tienen de su página de Internet, pues unos deciden usarla para difundir contenidos y otros sólo informar. Asimismo tienen un proyecto distinto para sus bibliotecas, el cual depende de las facilidades institucionales, de la tecnología y de cómo utilicen esta última.

Sin importar la manera en que se conduzcan sus bibliotecas y se difundan sus documentos se espera perciban la utilidad de la publicaciones digitales, ya que con ellos generarán textos especializados y de igual forma los difundirán a un gran número de personas.

4.4 Biblioteca en casa

La biblioteca tradicional y la digital están íntimamente relacionadas, ya que una anuncia a la otra y comparten un mismo catálogo, no haciéndolo así al mostrar la información, pues la mayoría sigue siendo tradicional porque su acervo no está digitalizado. Considerando lo anterior la relación de la biblioteca y la digital es distinta al ver de qué institución se habla. Por ejemplo Víctor Garrido de la UAM

Iztapalapa consideró que sí son competencia, además “hay muchos lectores que les encanta sentir el sabor de la hoja, no es lo mismo, o sea, el libro digital como apoyo es buenísimo y tiene muchas virtudes, pero yo creo que siempre caemos en el error de comparar, aunque son libros, uno digital y otro en papel no podemos comparar porque no son en realidad lo mismo”.

Al hablar de biblioteca digital es necesario nombrar libro electrónico, por lo que Garrido asemeja la relación de biblioteca tradicional y digital con el trato entre libro y *e-book*. Mas no todos los entrevistados lo hicieron así, mencionaron la relación entre ellas al comentar sus ventajas y desventajas.

La mayor ventaja que José Luis Vázquez nombró fue la posibilidad de acceder a la biblioteca digital desde lugares remotos, ya que no necesariamente se tiene que ir físicamente a una biblioteca para consultar el material, y dio un ejemplo “si yo vivo a 40 kilómetros de la biblioteca y al desplazarme hacia ella estoy hablando de tres horas simplemente en el traslado, si yo puedo tener acceso a esa información desde mi casa; esas tres horas las aprovecho para consultar el material y avanzar en mi trabajo, entonces esa es la principal ventaja”. Para él la desventaja principal es cuando no se tienen recursos, porque no es fácil ni económico tener acceso a las bibliotecas digitales, aunque piensa que otro inconveniente es que no todas las colecciones están digitalizadas y pocos tienen su material en formato digital, y al tenerlo el costo por sus servicios es alto.

Blanca Miranda coincide con José Luis porque ella también comenta que una de las ventajas es tener acceso desde tu casa o donde quieras, aunque dio otras bondades como: calidad en la recuperación de información, tanto en tiempo como en diseño. La desventaja que ella sufre como encargada de biblioteca es el alto

costo que los editores le dan al material digital y que en ocasiones no se puede costear por el bajo presupuesto que le es asignado a bibliotecas públicas. Opinó “para adquirir información en línea tienes que pagar cierta cantidad todos los años y cada año hay que echarle lana, hoy pagas pero al siguiente año no tienes papel ni línea, entonces dices es mejor una tradicional, es más seguro”.

Una ventaja más es la transferencia de documentos digitales que permiten la disponibilidad inmediata del documento y con esto facilitan la necesidad de la libre circulación pública de documentos e información⁸.

Las ventajas mencionadas son importantes y evidentes, pero que sucede con el costo por tener y mantener una biblioteca digital, es barato viéndolo desde el mantenimiento, porque una tradicional requiere personal y una constante limpieza, en cambio en la digital lo que se paga por mantenerla funcionando es bajo. No obstante en cuanto a adquirir material el impreso es más barato, ya que pagas por éste únicamente una vez y en el acervo digital de libros o revistas debes abonar por año o según el tipo de contrato.

¿Barato o caro tener una biblioteca digital? “Es más barato, aunque se prefiere tener un libro, acariciarlo, que sea tu compañero, sin embargo no hay dinero para tener bibliotecas inmensas, de ahí que la biblioteca digital sea un complemento de la tradicional y resulte más barato comprar información, porque lo único que requiere es un servidor, bueno hay paquetes que se desarrollan y son gratuitos, además dependen de las políticas de la institución. Es un complemento a la biblioteca tradicional y en cómputo tenemos información al día, porque también lo ideal de la digital es tener la investigación, lo fresqucito que está dando un investigador, que lo leas a unos días o una semana, es lo que hace a la biblioteca

digital” expresó Luis Hernández. Pisanty también considera que es más caro tener una biblioteca tradicional porque se debe tener anaqueles, el mismo material y un edificio, además del personal de intendencia y bibliotecarios en la mañana y por la tarde.

Blanca Miranda respondió que tener una biblioteca digital puede ser más caro, porque se debe tener gente que *escanee*, cree sistemas, guarde y desde luego el equipo, mas acentuó “en el equipo están los bibliotecarios pero dejan a muchos fuera, entonces ahí es cuando sale caro, aunque ya hay bibliotecas digitales que adquieren el libro en forma digital y no tiene que archivar los libros en forma viejita”.

Garrido apoyó que por el momento tener una biblioteca digital no es barato y tal vez con el tiempo sí lo sea; argumentó “en un portal donde muestras revistas digitales de medicina te ofrecen después de un tiempo determinado un ejemplar gratis, entonces utilizan la filosofía de suscripción en varios recursos que viajarán a electrónicos. Además se va a potenciar el uso a la medida en que vayan siendo gratuitos, pero si se les ponen muchas restricciones para su consulta perderán popularidad”.

La opinión de Garrido va en función de que los editores aún cobran cantidades fuertes de dinero por prestar su material electrónico, de ahí que tener un biblioteca digital sea más caro.

El que una biblioteca tradicional sea barata o cara es determinada por el tamaño de ésta, es decir si sus acervos son amplios y de la cantidad de personal que labora ahí. No obstante al crear la biblioteca digital la inversión será mayor y el

precio por mantenerla es más económico, en cambio el mantenimiento de la tradicional es alto al igual que crearla.

Un gasto que siempre se hace en la biblioteca tradicional es el emplear bibliotecarios, sin embargo en muchas ocasiones en la digital ya no se contratan más bien utilizan expertos en informática. Claro que lo anterior no ocurre en todos los casos, y los entrevistados lo afirmaron.

Blanca Miranda antes de laborar en el Politécnico estuvo en la UAM, y fue ahí donde tuvo la oportunidad de contribuir con la biblioteca digital, “fuimos un equipo en el que cada quien aportaba lo que le correspondía”. Posteriormente llegó al IPN donde labora y respecto a esta institución relató “en el IPN desgraciadamente no han hecho espacio a los que trabajamos en la biblioteca tradicional”.

¿Quiénes atenderán las bibliotecas digitales? Tal vez la pregunta debería ser ¿quiénes deben atender las bibliotecas digitales? Pisanty contestó que hay que tener un efecto combinado, pero señaló “la formación del bibliotecario en México desgraciadamente ha tenido siempre muy de lado a la tecnología, entonces para conseguir un bibliotecario que domine la tecnología, no lo hay. Y en las instituciones dicen –me voy por el cuate de México que conozca de bibliotecas, porque hay algunos lugares en los que puedes aprender de tecnología bibliotecaria, no importa si aprendes mucho o poco sino que sea lo suficiente para ponerse a trabajar”. ¿En la UNAM que hacen al respecto? “En la licenciatura de bibliotecología se está encontrando afortunadamente un cambio a estos problemas y el posgrado desde luego tiene grupos y proyectos muy orientados al universo de la red. Ahora ya hay un montón de tesis de maestría y doctorado de algunos alumnos” apuntó Pisanty.

"Ahorita hay gente bibliotecaria que es gente analfabeta tecnológicamente, porque hablamos de bases de datos, hablamos de tener acceso de Internet, de páginas electrónicas, bibliotecas digitales y todavía no entienden los conceptos porque siguen encasillados elaborando sus tarjetas de cartón, cosas de ese tipo o también dentro de la misma institución una sección que vamos a decir es el reflejo del país, una sección muy pequeña se está dedicando a la parte de la tecnológica y la otra a la tradicional; entonces no están teniendo oportunidad de actualizarse y conocer todo el desarrollo tecnológico" declaró José Luis Vázquez. Asimismo platicó la situación que vive la Anáhuac "afortunadamente aquí nosotros, por iniciativa, tomamos la parte de la Internet, pero es cierto que en otros lados lo que hacen es contratar a alguien nuevo y no se preocupan por lo que pasa con la gente de ahí".

Estar actualizado en cuanto a tecnología es muy difícil por el avance constante y veloz que ésta tiene, pero principalmente por las oportunidades que no todas las personas gozan. En otras palabras, es fácil tener los conocimientos teóricos mas al momento de aplicarlos es complicado puesto que no siempre se tienen las facilidades de tener un contacto físico con las computadoras o el sistema a desarrollar.

4.5 Se busca información especializada

Las personas que acuden a las bibliotecas tradicionales son los que requieren información, pero quiénes son los que consultarán las digitales. Serán quienes requieran información y no puedan trasladarse a buscar en el acervo físicamente.

Pisanty concuerda con que los usuarios de las bibliotecas digitales son todos aquellos que no pueden ir a la biblioteca.

Además de incluir a personas que no tienen la posibilidad de ir a la biblioteca, las bibliotecas digitales se ocupa de un público especializado, porque en varias ocasiones éstas tienen la capacidad de conseguir información de otros lugares en un corto tiempo, lo anterior la tradicional tal vez lo podría hacer pero en un lapso mayor.

"Es más amplio en la medida en que abarca tanto a los especializados como a los generales, el público especializado entra al material especializado y el público en general al acervo general" concretó Pisanty. Por ejemplo afirmó "en la biblioteca especializada amplias el acceso del público en la medida en la que ya no tienen que ir los doctores, veterinarios, psicólogos, toda la gente que tiene un lugar de trabajo lejos del medio".

El público especializado busca información especializada que pocas veces se encuentra en una biblioteca tradicional o en una digital, pero sucede que en menos ocasiones esta información es gratis, pues este tipo de información tiene un costo. Garrido afirmó que la información especializada regularmente viene en las revistas digitales, las cuales son caras, pues "un título cuesta a lo mejor alrededor de 15 ó 16 dólares por revista".

La característica de conseguir casi cualquier información y en un tiempo menor se acompaña de una búsqueda, la cual difiere de revisar las fichas de cartón en busca de un autor o título. Ahora va unida a la tecnología, ya que la mayoría de las bibliotecas tienen sus catálogos digitalizados y la exploración es a través de una computadora. Aunque esto reduce el tiempo de búsqueda, si un usuario no sabe

consultar el catálogo o peor aún no sabe utilizar la computadora, esto último ocasionará lo contrario, lo aumentará.

Actualmente en la mayoría de las bibliotecas la búsqueda es la idéntica, se busca utilizando una computadora, sin embargo al teclear un dato y aparecer el desplegado de información en varias ocasiones no se incluye todo el material en el que aparece ese dato, únicamente se presentan libros y para buscar en revistas se realiza otra búsqueda. Para el usuario estas varias búsquedas son molestas por el tiempo invertido. Qué sucede con esta búsqueda en las bibliotecas según los entrevistados y la institución a la que pertenecen.

En el CIC se tiene un catálogo diferente para libros, revistas, y se busca por tipo de documento, es decir no haces una única búsqueda. A lo cual Luis Hernández aseguró que actualmente están trabajando en tratar de hacer esto más general, que es muy complicado porque tendrían que tener esquemas, pero se está trabajando en eso y se encuentran en desarrollo.

José Luis Vázquez platicó que en la Anáhuac se busca un tema o título y despliega un registro donde aparecen ligas, haces una sola búsqueda y también es posible hacerlo independientemente, por libros, revistas, discos compactos, mapas, etc.

En cuanto a la UNAM Pisanty relató que ahora se está buscando hacer una búsqueda única en toda la universidad, que se indague por un artículo o revista y se pueda saber en que facultad o escuela se encuentra e ir a su biblioteca digital. Mas "todo esto se está construyendo gradualmente...proveyendo algunas digitalizaciones, algunos sistemas, en especial se están digitalizando las tesis".

Al hacer una búsqueda en una biblioteca digital y que te aparezcan todos los tipos de documentos en los que se haya la información requerida todavía no es posible pero se trabaja en conseguirlo.

Araceli Torres también platicó de otro beneficio que muchas veces no existe; es que la biblioteca digital tenga total relación con la biblioteca tradicional, es decir, "que tengas estas dos bibliotecas bien establecidas, donde se pueda identificar lo que está en la digital como lo que está en la tradicional y poder hacer esa relación". Este vínculo no está contemplado porque por el momento lo importante es construir realmente lo que se dice que es una biblioteca digital y posteriormente conseguir el enlace con la tradicional.

Ir a una biblioteca y buscar información es fácil, lo que a veces resulta complicado es obtener lo que se exactamente se busca y conseguirlo en un mínimo de tiempo o por qué no, sin tener que ir a la biblioteca, ahora hacerlo desde una computadora y así saber si es conveniente trasladarte a ésta. Otra opción es que la máquina dé la información en pantalla, es decir que proporcione el exto.

Todas estas ventajas se alcanzarán cuando las instituciones trabajen en el avance tecnológico que desean, tal vez algunas están en vías de y otras inician el camino.

4.6 Un forma diferente de ser y quizás de usarse

"La aceptación depende de los estudiantes, los que entran en forma más temprana a la carrera suele que vayan más con el libro, pero los más chavos son de los que obtienen todo de la Internet, además no quieren que los hagan menos

en la universidad, entonces la presión de los estudiantes por el acceso a material digital es muy alto” apuntó Pisanty.

La aceptación viene con la difusión de los documentos digitales y a la vez de las bibliotecas digitales dijo Luis Hernández: “Lo cual debe ir acompañado con la costumbre del alumno a buscar, pero no la tiene, tampoco de ir a las tradicionales ni a las digitales. Las estadísticas de uso de las bibliotecas de cualquier institución indican que el número de alumnos es mínima”.

Las bibliotecas tradicionales tienen un público que acude a ellas, pero ahora con la ventaja de las bibliotecas digitales de acceder a la información desde cualquier lugar, la afluencia a las tradicionales tal vez disminuya. Los entrevistados dieron su punto de vista.

“Cambiará el uso radicalmente, lo único que se puede predecir es que va a cambiar radicalmente, muchos usuarios van a dejar de ir a las bibliotecas, no se van a volver a parar en una biblioteca presencial que quede demasiado lejos, cuesta demasiado dinero” afirmó Pisanty y explicó que para una persona que trabaja le cuesta dinero el ir a la biblioteca, tanto por el pasaje como por lo que perdería al no ir a laborar, sin embargo narró que hay gente que necesita de la concentración que se obtiene en la biblioteca.

El comentario de Blanca Miranda de que alguien vaya o no a una biblioteca tradicional no se relaciona con las bibliotecas digitales pues aseguró “viene de preferencias anónimas, yo te pediría el de papel porque soy una señora del papel...entonces todo depende de las necesidades del usuario, del para qué los quiera, por ejemplo yo prefiero el contacto personal, la calidez humana...Todo

depende de que generación estamos hablando, las nuevas tienen otra mentalidad a la de nosotros”.

Así como el que las personas no vayan a la biblioteca tradicional no depende la digital, José Luis Vázquez expuso que también va en función de los profesores, porque algunos dejan trabajos y tareas en la Internet o en su sitio para la siguiente clase y los alumnos tienen que entrar a la red y consultarlos. Agregó “e inclusive vienen a la biblioteca a buscar cosas en la Internet porque están en la escuela, pero si estuviera todo en línea ya no vendrían físicamente”.

Que los alumnos acudan a las bibliotecas tradicionales también es cuestión de recursos, por ejemplo un estudiante hace un gasto mayor si no tiene computadora en casa y tiene que ir al café Internet a consultar su tarea, que ir a la biblioteca después de clases. Aunque va en función de qué alumno se habla, porque en la Anáhuac el nivel socioeconómico es mayor al de los estudiantes de otras universidades, José Luis Vázquez concretó “el poder adquisitivo de la mayoría de los alumnos les permite tener su computadora en casa con acceso a la Internet y a todos los medios”.

Asimismo en una misma universidad hay alumnos de distintos niveles socioeconómicos, Pisanty confirmó “los estudiantes de la universidad tienen un espectro muy amplio, hay estudiantes que tienen computadoras que ni en las escuelas se tienen, como una suscripción a *Prodigy Infinitum* y ese tipo de cosas, pero hay una parte muy importante de nuestros estudiantes que aunque tengan computadora en casa no tienen línea telefónica y el material en línea lo consultan aquí en la UNAM”.

Si el usuario no tiene tiempo de ir a una biblioteca tradicional y sí la posibilidad monetaria de hacerlo desde su hogar, la afluencia a la tradicional caerá, aunque si es de manera contraria visitará la tradicional cuantas veces requiera ir. De esta manera que disminuya o no las visitas a la bibliotecas dependerán de las características económicas, sociales, culturales y generacionales del individuo.

Estar a la vanguardia en tecnología es difícil, sólo lo están los países del primer mundo, principalmente porque ellos la crean, pero en México se recibe la tecnología creada en otras partes del mundo y tiempo después, cuando ya fue usada y modificada. Por lo que es conveniente preguntar a los entrevistados ¿estamos a la vanguardia de biblioteca digital? Algunos respondieron: "No, apenas está comenzando en México y se tiene algunos esfuerzos pero nada más" afirmó Luis Hernández. Sin embargo para que las bibliotecas digitales se encuentren a la vanguardia o simplemente haya una biblioteca digital en un cien por ciento, es necesario que todas las instituciones contribuyan. Luis Hernández apuntó al respecto: "Ahora en México todos quieren tener el mejor repositorio, y falta mucho, además que todavía no queremos colaborar, si se colaborara tendríamos más avances, pero no hay grupos de colaboración, todos quieren tenerlo a la punta y los demás no importan, pero bueno a nosotros nos interesa el CIC". Araceli Torres declaró apoyando la aseveración de Luis Hernández de que la digitalizaciones que se hacen en algunas instituciones son sólo nichos muy pequeños y ella recomienda hacer "una biblioteca grande, donde se pueda consultar a la UNAM, al Tec de Monterrey, a su vez la universidad de Oklahoma, etc; con un proyecto así sí se podría hablar de una biblioteca digital".

De igual forma Blanca Miranda comentó que no estamos a la vanguardia en biblioteca digital más bien estamos en un retraso. José Luis Vázquez no piensa lo mismo: "Sí estamos a la vanguardia, es uno de los beneficios que nos ha dado la globalización, porque nos ha permitido conocer recursos, acceder a fuentes de información casi simultáneamente con otros países. Específicamente en Estados Unidos lanzan un producto y al poco tiempo lo tenemos aquí, existe la posibilidad de estar a la vanguardia...Ahora en noviembre tuve la oportunidad de participar en el Foro Internacional de Bibliotecas Digitales que organiza la Universidad de Colima y me di cuenta que las biblioteca mexicanas no están tan atrasadas en relación con las demás, desgraciadamente estamos dejando atrás a mucha gente, pero estamos teniendo la posibilidad de ir a la par".

Cada entrevistado opinó sobre la institución en la que laboran y en general las bibliotecas de estas universidades no han encontrado el apoyo que les permita estar a la vanguardia debido a que el esfuerzo que hacen es para tener digitalizado su catálogo o algún material.

Estar a la vanguardia en bibliotecas digitales es difícil pero tiene mucha más dificultad saber cual será el futuro de las bibliotecas tanto tradicionales como digitales, por lo que los entrevistados nos dieron sus predicciones.

En las bibliotecas según Pisanty hay muchos futuros posibles, pero para él el deseable es que todo material nuevo tenga forma digital se haga disponible a través de un biblioteca y en este espacio se busque y se encuentre. Añadió "para eso necesitas un biblioteca totalmente digital que va ser mejor que una tradicional, porque tal vez se podrá conservar mejor y tener el material digital mejor montado,

precisamente con esa tecnología automática nueva que permita hacer una catalogación muy precisa".

Otro futuro sería que las bibliotecas tradicionales desaparecieran, a lo cual Pisanty aseguró que no, más bien al contrario se deben tener más bibliotecas, refiriéndose a las de la UNAM.

Ismael González afirmó que las bibliotecas tradicionales desaparecerán sólo en algunos estratos, ya que "cada vez va existir menos la tradicional en ciertos niveles, esto porque se requiere una infraestructura, ciertos aparatos y acceso y no toda la gente llega, e incluso...porque el papel es el medio que más garantiza la permanencia de la información". Luis Hernández afirmó que no van a desaparecer las bibliotecas tradicionales en el caso del IPN porque no tienen la misma información, y aunque la tuvieran pues él aseveró "no creo que el libro se extinga por simple lógica, por el tiempo que dura la información guardada en un CD o disquete, alrededor de uno o dos años, después se deteriora el material. Entonces no creo que con la tecnología ni actualmente o a corto plazo o a mediano plazo se extingan los libros, sería una aberración que la tecnología substituyera a los libros, es un complemento, para leer algún capítulo de matemáticas necesitas papel, ojalá nunca la substituyera, bueno al menos que el papel ya no pueda producirse. En la biblioteca es recomendable digitalizar acervos muy grandes los cuales están deteriorados en papel y ya se deshacen en tus manos, pero aquellos libros que después no sirven o son de alrededor de un año para acá, ya no valen la pena".

Víctor Garrido opinó "yo siento que va ser un híbrido, parte digital y parte en papel. En digital tendríamos lo que más están desarrollando los editores, ellos marcan la pauta, además de la necesidad o la demanda".

“La tendencia en bibliotecas digitales, pienso que en un tiempo va ser un cosa híbrida, tiene que ser algo híbrido, yo aún prefiero el papel y no leo en pantalla no me concentro, necesito el papel, pero la gente que sigue está acostumbrada a interactuar con las computadoras y les será más fácil. Pienso que a la larga se puede prescindir aunque todavía las generaciones que estamos aquí no” señaló Blanca Miranda.

El futuro de la biblioteca digital para José Luis Vázquez es que proliferarán, pero siempre como un complemento de la biblioteca tradicional y dijo “sería difícil que desaparecieran las bibliotecas tradicionales y una proyección más exacta la darían 2 ó 3 generaciones más adelante, cuando los niños *nintendo* estén en los puestos van a poder hacer una proyección más adecuada. Por el sentimiento, por la cultura, la educación nos hace difícil pensar que pueda desaparecer...pero creo que los niños en puestos directivos si van a poder hacer una proyección adecuada”.

Las bibliotecas tradicionales no desaparecerán al menos en México, siempre que haya un interesado en leer un libro en papel y no tenga dinero suficiente para comprarlo mucho menos consultarlo en red. Además de que los libros tardarán muchos años antes de ser digitalizados porque los problemas con los derechos de autor tardarán en solucionarse.

¿Existen las bibliotecas cien por ciento digitales? Existen bibliotecas que tienen la característica que sólo una parte de su acervo está en forma digital, pero no todo su material, aunque una biblioteca que posea todos sus documentos en formato digital no la hay en México. Los entrevistados comentaron lo siguiente:

"Hay un grupo de universidades privadas que están a la espera de la biblioteca digital, de hecho aplican protocolos nuevos de comunicación y sientan bases para hacer intercambio, pero de eso a que tengamos una biblioteca digital no, se confunde mucho el término. Toma en cuenta todas las bibliotecas más representativas del país, privadas y públicas, cuántos libros están digitalizando...Creo que va ser difícil encontrarse una biblioteca digital, yo la veo ahorita como una utopía, es que las bibliotecas digitales son el futuro están sentando bases" consideró Víctor Garrido.

José Luis Vázquez juzgó: "No hay una biblioteca digital, está la de Cervantes que tiene mucho material en forma electrónica y digital, pero bueno tomaron mucho en formato impreso que ya no tienen derechos de autor... y si consideramos que esto es una biblioteca digital entonces sí". Este comentario de José Luis se ubica en el principio del capítulo, qué es exactamente una biblioteca digital., sin embargo añadió "no creo que haya una biblioteca totalmente digital porque las editoriales no quieren soltar el papel y lo hacen paralelo, entonces creo que van a seguir por un gran número de años como complemento pero no como sustitución".

La afirmación de que -las bibliotecas cien por ciento digitales no existen- la han mencionado algunos de nuestros entrevistados, y tal vez sí exista una, pero en México no, y de las personas entrevistadas ninguna de las instituciones donde trabajan disponen de una. En éstas comienzan con la digitalización de sus catálogos, luego de sus documentos propios, ahora por las tesis, y tal vez algunas revistas, pero libros no los poseen, y esto es por los derechos de autor que les impide tenerlos en red, también porque no tienen la tecnología ni el presupuesto necesario para hacerlo.

Otra forma de ver a la biblioteca digital como una utopía es la mostrada por Lafuente Ramiro "se presenta como el anhelo de una red bibliotecaria que reúne en sí mismo toda la producción documental de la humanidad para ponerla en línea al alcance de cualquiera. Esta idea a propiciado la digitalización de libros clásicos y la creación de todo tipo de acervos originados en la conversión de los impresos a formatos digitales"⁹.

La biblioteca digital que Lafuente describe aún no existe y tardará muchos años antes de que exista, ya que no se puede reunir la información documental de un país o de un grupo de universidades. Las razones principales de por qué aún no se crea su biblioteca cien por ciento digital, es tanto por los derechos de autor como por la inversión que se requiere y porque no se conoce ni se domina la tecnología necesaria para establecerla.

Finalmente la tecnología avanza y las bibliotecas con ella, de tal forma que se fortalecerá el híbrido que existe entre las tradicionales y la llamada digital hasta que llegue el momento propicio para lanzar una biblioteca digital productiva para la mayoría de las personas.

¹ Voutssás, Juan, *Bibliotecas digitales*, p. 11-12

² Peset Macebo, Ma. Fernanda, *Bibliotecas digitales en Internet de libro raro, antiguo e incunables*.

<http://www.um.es/fccd/anales/ad06/ad0615.pdf>, p. 242

³ *Ibidem*. p. 242-243

⁴ Lafuente López, Ramiro, *Biblioteca digital y orden documental*. p. 46

⁵ *Ibidem*. p. 45

⁶ Torres Vargas, Georgina Araceli, *La biblioteca virtual, ¿qué es y qué promete?* p. 30

⁷ Mitchell, William, *e-topia. "Vida urbana. Jim, pero no la que nosotros conocemos"*, p. 19

⁸ Lafuente López, Ramiro, *op cit.* p. 46

⁹ *Ibidem*. p. 48

ENTREVISTADOS

- José Luis Vázquez, coordinador de adquisiciones de la Universidad Anahuac, campus norte, marzo 2003.
- Georgina Araceli Torres Vargas, investigadora del Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, octubre 2002.
- Blanca Miranda, jefa de biblioteca del Centro de Investigación en Computación en el Instituto Politécnico Nacional, Zacatenco, marzo de 2003.
- Luis Hernández Lara, subdirector de vinculación del Centro de Investigación en Computación en el Instituto Politécnico Nacional, Zacatenco, marzo de 2003.
- Víctor Hugo Garrido Moctezuma, jefe de proyecto de automatización de la coordinación de servicios documentales en la Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, abril de 2003
- Alejandro Pisanty Barush, director general en la Dirección General de Servicios de Computo Académico de la Universidad Nacional Autónoma de México, marzo de 2003.
- Luz María González, licenciada en informática y encargada del monitoreo tecnológico de la página web institucional del IPN, febrero de 2003.
- Ismael González, director de investigación y desarrollo de Infoestratégica, marzo de 2003.

CONCLUSIONES

De los reportajes realizados se obtuvieron las siguientes conclusiones:

Primera, gracias al género periodístico del reportaje existe la posibilidad de una investigación valiosa, debido a que en éste se pueden utilizar fuentes de información más flexibles, por ejemplo, la entrevista. Esta última fue una herramienta muy útil porque gracias a ella se adquirieron datos importantes por las experiencias y opiniones de los entrevistados y por el realismo que tomó la investigación. El realismo fue impregnado al momento de que los entrevistados expresaron sus conocimientos y describieron los medios en los que laboran.

Segunda, el público al que podrían dirigirse estos reportajes sería a aquel que tiene interés en las cuestiones de la Internet y a aquellas personas que les interesa o requieren estar constantemente informadas; porque estos lectores encontrarán en este trabajo un acercamiento a los vehículos de información digitales y sabrán aprovechar sus virtudes tecnológicas.

Tercera, se confirmó que entre los medios impresos y sus versiones digitales existe una relación estrecha, por el hecho de ser vehículos de información y ser creados por la misma empresa. Incluso el lazo es notable porque son los mismos datos transmitidos al público en un formato distinto que persiguen un objetivo similar: ganar más audiencia.

Cuarta, entre los impresos y los digitales no hay rivalidad, ya que cada uno tiene sus lectores y mercado; también la mayoría de sus realizadores laboran en ambos vehículos de información. Sin embargo, son diferentes y el principal contraste es el modo de divulgar la información, cada uno lo hace apoyándose de sus

características. En la divulgación cada uno se vale de sus ventajas, en el caso de los digitales la Internet es su primordial ventaja y los beneficia por ser un medio rápido y amplio para intercambiar información. Los impresos se difunden en papel, el cual les ayuda a que sean de cómoda lectura y fácil manipulación.

Quinta, la entrega al lector de los vehículos de información investigados es distinta. Los impresos se obtienen de forma fácil, pues se pueden comprar en librerías, supermercados o puestos de periódicos. En cambio, para consultar sus versiones digitales se tiene algunas trabas, como es un registro previo. Asimismo un aspecto positivo relacionado con la compra de un libro impreso es el ambiente que se disfruta al adquirirlo, aparte de la ventaja de hojearlo, situación que las librerías electrónicas no superan; en cambio brindan la comodidad de adquirirlos desde el hogar.

Sexta, las versiones digitales permiten una mayor interacción con los lectores, pues es posible relacionarse con varias personas a través de una dirección electrónica y conseguir una respuesta rápida. Algunos impresos también utilizan esta forma electrónica de comunicación, pero, para obtener el correo electrónico primero se comunica vía telefónica a la empresa y, posteriormente, se hace el contacto.

Séptima, para conectarse a la Internet desde el hogar se debe tener computadora, línea telefónica y solventar la renta de la red, con ésta se tiene acceso a varias páginas electrónicas, pero se excluye a aquellas que exigen un pago por su información. En el caso de los medios digitales estudiados, sólo uno cobraba, otros pedían un registro previo y en los demás proporcionaban una consulta libre, aunque algunos tienen planeado solicitar un pago por su información. Esto último

tendrá problemas porque el usuario está acostumbrado a desembolsar exclusivamente la renta de la red y no está dispuesto a pagar más y por otra parte, todavía no todos aprecian debidamente los beneficios que brinda el conocimiento actualizado.

Octava, cada vehículo de información tratado tiene características por las cuales son demandados y se venden. Cada usuario escoge, haciendo a un lado las semejanzas, por las cualidades distintivas. Respecto a los digitales algunas particularidades son: incluye galerías de fotos, anexa más datos, ofrece búsquedas sencillas y ligas a otros documentos. En cuanto a los impresos son documentos tangibles y manipulables.

Novena, la información incluida en los impresos y sus versiones digitales son la principal razón de su convivencia, pues manipulan algunos datos semejantes y otros complementarios. Sin embargo cada uno la presenta de manera distinta, y les impregna de sus características más significativas. Por ejemplo, los digitales presentan resúmenes de los documentos en papel y los impresos los muestran completos.

Décima, las bibliotecas tradicionales consideran a las bibliotecas digitales como sus futuras compañeras; éstas las imitarán hasta que logren igualarlas o superarlas. Las digitales tomarán de las tradicionales lo básico (la distribución y organización de libros) y lo adaptarán a sus necesidades (catálogos donde se vinculen todo tipo de documento) para en un futuro ser una verdadera biblioteca digital.

Décima primera, las bibliotecas están digitalizando materiales como las tesis, debido a que ya no existe espacio en sus instalaciones para almacenarlas, de tal

manera ven en la biblioteca digital la solución a este problema. La mayoría de las universidades ya han iniciado la digitalización de sus trabajos de titulación y, en ocasiones, a los alumnos se les pide los entreguen en CD o disquete.

Décima segunda, el futuro entre los impresos y sus versiones digitales seguirá siendo de convivencia, sin que uno de ellos desaparezca, porque para cada uno existen lectores; es decir quien pague por adquirirlos. De la misma forma el uso de los digitales aumentará y será en su mayoría por parte de las nuevas generaciones, ya que éstos desde la infancia se encuentran en contacto con las computadoras y la Internet.

Décima tercera, la tecnología avanza a paso constante y también lo harán las versiones digitales, tal vez no a la misma velocidad, pero si tomarán de los progresos lo que les acomode y beneficie. A los impresos la tecnología les ha favorecido en la elaboración, ayuda a que se produzcan rápida y ágilmente y a los digitales les da su existencia y atributos como *chats* y foros de discusión.

Décima cuarta, dichos vehículos de información continuarán existiendo y conviviendo entre sí. Los impresos buscarán y adquirirán tipologías distintas que los mantendrán en la lucha por un público, hasta el momento lo han hecho con los ediciones del medio día. De igual forma los digitales descubrirán y explotarán sus peculiaridades potenciales. No obstante, los lectores son los que decidirán el rumbo de cada uno de estos vehículos de información, porque a final de cuentas son productos de consumo.

FUENTES

BIBLIOGRÁFICAS

1. Aguilar, Gabriela; Terrazas, Ana Cecilia, *La prensa, en la calle: Los voceadores y la distribución de periódicos y revistas en México*, México, Ed. Grijalbo, 1996.
2. Armañanzas, Emy, et al., *El periodismo electrónico, información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*, Barcelona, Ed. Ariel, 1996.
3. Baena, Guillermina, *Instrumentos de investigación*, México, Editores Mexicanos Unidos, 2002.
4. Burbules, Nicholas C.; Callister, Thomas A. (h), *Educación: riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información*, España, Ed. Granica, 2001.
5. Feria Basurto, Lourdes (comp.), *Bibliotecas Digitales*, México, Universidad de Colima, 2002.
6. Gaitán, Efraín, *La clave del éxito periodístico. Normas prácticas para aumentar la tirada de periódicos y revistas*, Barcelona, Ed. Herder, 1965.
7. Gill, Martha, *E-zines: Diseño de revistas digitales*, México, Ed. Gustavo Gili, 2000.
8. Islas, Octavio; Gutiérrez, Fernando (comp.), *Internet: el medio inteligente*, México, Grupo Patria Editorial, 2000.
9. Lafuente López, Ramiro, *La biblioteca digital y orden documental*, México, UNAM, 1999.
10. Mitchell, William, *E-topía: "Vida urbana, Jim, pero no la que nosotros conocemos"*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 2001.
11. Patten, Danda, *Los periódicos y los nuevos medios en comunicación*, México, Prisma, 1988.
12. Peña, Rosalía, et al., *Gestión digital de la información. De bits a bibliotecas digitales y la web*, Madrid, RA-MA Editorial, 2002.

13. Sohn, Ardyth, *et al.*, *La dirección de la empresa periodística Barcelona*, Ediciones Piadós, 1988.
14. Soria, Carlos, *El director de periódicos*, España, Ediciones de la Universidad de Navarra, 1972.
15. Torres Vargas, Georgina, *La biblioteca virtual, ¿qué es y qué promete?*, México, UNAM, 2000.
16. Trejo Delarbre, Raúl, *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*, México, Ed. Diana, 1996.
17. Wolton, Dominique, *Internet ¿Y después?, Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*, España, Ed. Gedisa, 2000.
18. Zaid, Gabriel, *Los demasiados libros*, 2da. ed., México, Ed. Océano, 1996.

DIGITALES

1. Analítico, 'B2B', 'vertical' y 'suscripción', tres conceptos clave para las publicaciones on line, <http://www.baquia.com/com/20011019/art00013.html>, 19/10/2001.
2. Analítico, *La información, ¿bien público o mercancía?*, <http://www.baquia.com/com/20010605/art00011.html>, 05/06/2002.
3. Analítico, *¿Qué importa más, el precio de la acción o la calidad del contenido?*, <http://www.baquia.com/com/20020326/art00012.html>, 26/03/2003.
4. Baquia redacción, *Casi uno de cada cuatro lectores de periódicos acceden a la versión digital*, <http://www.baquia.com/com/20020506/not00008.html>, 06/05/2002.
5. Baquia redacción, *Internet enamora a los periodistas*, <http://www.baquia.com/com/20020425/not00008.html>, 25/04/2002.
6. Baquia redacción, *Internet ayuda a aumentar la difusión de los periódicos*, <http://www.baquia.com/com/20020530/not0003.html>, 30/05/2002.
7. Baquia redacción, *Los lectores de prensa online crecen más que los internautas*, <http://www.baquia.com/com/20020710/not00010.html>, 10/07/2002.

8. Baquia redacción, *Los periódicos online, primera fuente de información local en la Red*, <http://www.baquia.com/com/20020430/not00007.html>, 30/04/2002.
9. De Zarraga, José Luis, *Los medios de comunicación en Internet*, <http://www.argo.es/medios/ponencia.html>, 14/12/2003.
10. Nafria, Ismael, *Periódicos online: en busca del arca perdida*, <http://www.baquia.com/com/20010707/art00014.html>, 18/07/2001.
11. EFE Agencia, *Desarrollo de Internet no amenaza a los periódicos tradicionales*, <http://www.nación.com/ESTACION21/199/diciembre/15/periodicos.html>, dic/1999.
12. Escuela Superior de Comercio "Carlos Pellegrini", *Historia del libro digital*, http://www.cpel.uba.ar/articulos/informatica/LibrosDigitales/dossier/eBook_historia.htm, 07/12/2000.
13. Europa Press, *Crece el número de medio de comunicación interesados en empezar a cobrar por la consulta de sus contenidos*, <http://www.diariomalaga.com/noticias/articulo.php?id=22356>, 10/07/2002.
14. King, Donald W.; Tenopir, Carol, *Publicación de revistas electrónicas: economía de su producción, distribución y uso*, http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol9_s_01/sc1100.pdf, s/f.
15. Mendoza, Atzin, *Usos del Internet*, mx.netvalue.com, 18/06/2001.
16. Pisani, Francis, *Credibilidad, interactividad y las noticias en línea*, http://www.elpais.es/suple/ciberpais/articulo.html?xref=20020328elpciblse_2&type=Tes&d_date=200203286anchor=elpcibsem, 28/03/2002.
17. Sáez, Carlos, *El libro electrónico*, <http://lettere.unipv.it/scrineum/saez.html>, 2000.
18. Sagredo Fernández, Felix; Espinosa Temiño, María Blanca, *Del libro, al libro electrónico-digital*, <http://www.acm.es/info/multidoc/mult/revista/num9/cine/sagredo.htm>, 2000.
19. Virtual libro, *Breve historia del libro electrónico*, <http://virtuallibro.com/subseccionphp?ID=12>, s/f.

20. Virtual libro, *Cómo leerlos*, <http://virtuallibro.com/subsecciónphp?ID=11,sff>.
21. Virtual libro, *Futuro del libro electrónico*, <http://virtuallibro.com/subsecciónphp?id=13,sff>.
22. Virtual libro, *¿Qué son los E-libros?*, <http://virtuallibro.com/subsecciónphp?ID=10,sff>.
23. Yahoo noticias, *Un 22,6 por ciento de los lectores de prensa acceden a algún diario electrónico*, <http://es.news.yahoo.com/020506/4/1y1qo.html>, 05/06/2002.

ENTREVISTAS

1. Cohen, Sandro, director general de Editorial Colibrí, agosto de 2002.
2. Del Toro, Juan, subdirector de *Cibersivo*, suplemento de tecnología de *Milenio diario*, febrero de 2003.
3. Garrido Moctezuma, Victor Hugo, jefe de Proyecto de automatización de la coordinación de servicios documentales en la Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, abril de 2003.
4. González, Ismael, director de investigación y desarrollo de Infoestratégica, marzo de 2003.
5. González, Luz María, licenciada en Informática y encargada del monitoreo tecnológico de la página web institucional del IPN, febrero de 2003.
6. Gómez Mont, Carmen, presidenta del Instituto Mexicano de Administración del Conocimiento, marzo de 2003.
7. Hernández Lara, Luis, subdirector de vinculación del Centro de Investigación en Computación en el Instituto Politécnico Nacional, Zacatenco, marzo de 2003.
8. Jentjens Kraus, Karl Heinz, director editorial de *PCMagazine* en español, febrero de 2003.
9. Jiménez Cruz, Francisco, subdirector de contenidos de *El Universal on line*, julio de 2002.

10. Levario Turcott, Mario, director general de *Etcétera*, marzo de 2003.
11. Miguel, Pedro, director de *Cibersivo*, suplemento de tecnología de *Milenio diario*, febrero de 2003.
12. Miranda, Blanca, jefa de biblioteca del Centro de Investigación en Computación en el Instituto Politécnico Nacional, Zacatenco, marzo de 2003.
13. Novales Hernández, Teresa, gerente de capacitación y desarrollo de Grupo de Difusión Científica, diciembre de 2002.
14. Ortiz, Verónica, editora web de *Expansión*, febrero de 2003.
15. Pascoe Rippey, Andrés, coordinador de Internet del periódico *La Crónica de Hoy*, mayo de 2003.
16. Pisanty Barush, Alejandro, director general en la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico de la Universidad Nacional Autónoma de México, marzo de 2003.
17. Quevedo Olvera, Enrique, gerente de nuevos proyectos de *El Financiero on line*, abril de 2003.
18. Taibo I, Paco Ignacio, escritor y periodista, septiembre de 2002.
19. Torres Vargas, Georgina Araceli, investigadora del Centro Universitario de Investigación Bibliotecológicas de la UNAM, octubre de 2002.
20. Valdiosera, Cuauhtémoc, director de investigación y desarrollo de Infoestratégica, marzo de 2003.
21. Vázquez, José Luis, coordinador de adquisiciones de la Universidad Anáhuac, campus norte, marzo 2003.

HEMEROGRÁFICAS

1. Acosta Vázquez, Nelly, "Estudiantes combustible de Internet", *El Universal*, 12/11/2002, Finanzas, p. B7.
2. Acosta Vázquez, Nelly, "Evoluciona internauta mexicano", *El Universal*, 09/01/2003, Finanzas, p. B8.

3. Acosta Vázquez, Nelly, "Conquistan los libros en línea a los cibernautas", *El Universal*, 12/07/2002, Finanzas, p. B7.
4. Aguilera Flores, Margarita, "La piratería delito difícil de sancionar", *Enter@te*, 07/2002, 2 - 4pp.
5. Arredondo Pineda, "Jorge, La tecnología, un lujo casi inalcanzable para pobres", *El Universal*, 15/08/2002, Finanzas, p. B7.
6. Bustamante Martínez, Enrique, "Brecha digital", *El Universal*, 29/07/2002, Computación, p. 13.
7. Cravioto Galindo, Mónica, "El libro requiere información", *Nafinotas*, sept-oct/2001, Libros y autores, p. 26.
8. Gama Ramírez, Miguel, "DGSCA un mundo de información especializada", *Enter@te*, 07/2002, Bibliotecas, p. 14.
9. Jiménez Bernal, Gabriela, "El primer prototipo surgió en los 80", *El Universal*, 05/08/2002, Cultura, p. F2.
10. Melo del Razo, José, "Conectarán a 60 millones de mexicanos en 2006", *El Universal*, 07/10/2002, Computación, p.12.
11. Melo del Razo, José, "En México, la primera librería electrónica", *El Universal*, 15/07/2002, Cultura, p. F2.
12. Solís, Juan; Ceballos, Miguel Angel, "Van por más lectores", *El Universal*, 19/09/2002, Cultura, p. F2.
13. Valdiosera, Cuauhtémoc, "Nuevas Tecnologías: Aumenta el uso de 'e mail'", *Reforma*, Cultura, 02/04/2003, p. 2C.
14. Vizcaíno, Adriana, "Equipos de cómputo usados, pero no obsoletos", *Reforma*, 26/08/2002, Negocios, p. 12A.