

# EL MERCADO DE LA INFORMACIÓN ELECTRÓNICA

Pedro Hípola  
Facultad de Biblioteconomía y Documentación  
Universidad de Granada

Noviembre 1997

Hípola, P. «[El mercado de la información electrónica](#)». En: Actas de las [1<sup>as</sup> Jornadas Andaluzas de Documentación, Sevilla](#), noviembre 1997, pp. 21-25.

Hace ya más de treinta años que la vanguardia de la Documentación está pendiente de la "industria de la información electrónica". Si nos preguntamos cuál es la situación actual de esta industria o intentamos formular prospecciones —al menos a corto plazo— podríamos llegar a la conclusión de que algunos de sus ámbitos describen una evolución *en espiral*.

Trataremos de explicarnos.

## De las redes al entorno local... y vuelta

La industria de la información electrónica tiene su primer gran despegue a principios de los setenta, cuando se fueron extendiendo los servicios online —interactivos en tiempo real— de acceso remoto que durante muchos años —a pesar de que en realidad nunca han tenido una pujanza espectacular— fueron considerados una auténtica avanzadilla para los profesionales de la información. Se empezaron a utilizar con entusiasmo las redes especiales para la transmisión de datos, de tal forma que la telemática se presentó casi como la panacea de la profesión. Era la euforia de las *redes*.

El protagonismo de la teledocumentación *ascii*, el "online clásico", parecía experimentar su evolución natural con la aparición de los sistemas videotexto. Sin embargo éstos, teniendo en cuenta las expectativas que crearon, han alcanzado un éxito reducido, al menos si se hace una valoración global en la que se incluya a los principales países industrializados.

La preponderancia de la telemática fue puesta en tela de juicio sobre todo con la "amenaza", a mediados de los 80, del *cd-rom*, el cual generó tanto entusiasmo que durante un tiempo muchos pensaron que relegaría el acceso online a un plano muy secundario. El nuevo soporte ofrecía gran capacidad de almacenamiento en un espacio reducido y, sobre todo, un control *local*, muy valorado en una época en la que el mercado de las telecomunicaciones clamaba insistentemente por mayores niveles de calidad y precios más ajustados a las economías de los usuarios. Frente a un acceso online caro, el *cd-rom* apareció como una solución barata, gracias en buena parte al hecho de que la industria del compact disk de audio había allanado el terreno para su fabricación.

El paso del tiempo ha puesto las cosas en su sitio. Es verdad que cada vez se comercializan más contenidos informativos en discos ópticos; pero sin duda ahora las estrellas del mercado de la información electrónica vuelven a ser las redes. Y hemos llegado a esta situación pasando por dos pasos sucesivos: primero con las *bbs*, luego a través de la generalización de Internet.

El éxito de las *bbs* (*bulletin board systems*) es un interesante fenómeno. Tuvieron su origen sobre todo entre grupos de personas aficionadas a la informática, que, haciendo uso de *modems*, comenzaron a intercambiar mensajes y ficheros a través de las líneas telefónicas. Para automatizar parte de los procesos, y para dar estabilidad a un servicio —aunque fuera utilizado inicialmente sólo por un grupo de amigos—, se empezaron a instalar los primeros "tablones de anuncios electrónicos".

Pronto las *bbs* incorporaron más y más servicios. En muchos casos se empezó a cobrar una cuota a los usuarios, que podían ya no sólo leer y escribir anuncios en el "tablón", sino que

estaban así mismo autorizados a teledescargar programas informáticos, recibir y enviar correo electrónico, acceder a diversos artículos e incluso a libros enteros en soporte informático, etc.

En 1984 se crea la que llegaría a ser la principal red internacional de bbs, Fidonet, a través de la cual los usuarios de diferentes sistemas han podido intercambiar mensajes de correo electrónico desde y hacia muy distintos puntos del globo terráqueo.

Hay bbs que hoy son auténticos emporios de la telemática, en algunos casos con millones de usuarios. Entre los grandes se encuentran America Online (AOL), CompuServe — recientemente absorbida por AOL, con lo que ésta ha conseguido superar la cifra de doce millones de clientes—, Microsoft Network (MSN) y Prodigy.

En los últimos años se ha producido una importante transformación dentro del perfil de estas grandes bbs, debido a la generalización del acceso a Internet. Durante un tiempo se estuvo remarcando la diferencia entre "las redes" —las grandes bbs— y *la Red* —Internet—. Rápidamente los servicios online para el gran público empezaron a ofrecer facilidades para disfrutar de las funcionalidades típicas de la Red. Después establecieron gateways. Pero con el tiempo estas empresas han encontrado cada vez más su principal razón de ser en actuar como proveedores de acceso a la gran "red de redes". Así, fue llamativo observar el creciente interés de AOL por absorber a compañías relacionadas con el mundo de la Internet: American Network Systems, BookLink Technologies, GNN (Global Network Navigator), Medior Inc., WAIS Inc., WebCrawler... Después, a lo largo de 1996, CompuServe, America Online y Microsoft Network fueron experimentando su progresiva transformación hasta llegar a convertirse, sobre todo, en las principales puertas de acceso mundiales a la Red.

Y es que, efectivamente, la decisiva democratización del online ha venido de la mano de la Red. No nos parece necesario detenernos en este tema, pues está en boca de todos. Retengamos al menos como observación que, a pesar de las dudas que se plantearon hace unos diez años ante la proliferación del cd-rom, el mercado de la información digital hoy está indudablemente centrado en el uso de redes.

## **Del mundo editorial a la industria informática... y vuelta**

Pero hay otro aspecto probablemente menos espectacular pero sin duda más sintomático que queremos ahora destacar.

Los comienzos del mercado de la información electrónica vienen impulsados, entre otros motivos, por un planteamiento que en su día pudo parecer revolucionario, aunque quizá hoy ya no lo parezca tanto. Nos referimos al hecho de que los primeros productos y servicios electrónicos aparecen como una *mecanización* de los antiguos. Se trataba de aprovechar la existencia de nuevos instrumentos para ofrecer un acceso más rápido y eficiente a productos que ya existían desde muchos años antes: referencias de documentos o, en menor medida, la misma información fuente, ahora en soporte legible por máquina.

Dentro de este planteamiento, la industria que entonces se genera es en cierta forma una versión paralela del mercado editorial que existía ya con anterioridad. Y de hecho buena parte del control del mercado lo llevan a cabo empresas tradicionalmente vinculadas al mundo de la edición. Podríamos afirmar que las auténticas piedras angulares fueron los *productores* de los ficheros, que de siempre han estado mayoritariamente vinculados al mundo de la edición. Los hosts distribuidores clásicos han sido unos intermediarios con un gran protagonismo aparente, sí, pero que, a pesar de sus grandes esfuerzos en infraestructuras y márketing, siempre se han topado, como espada de Damocles, con un techo de mercado que ha confinado sus beneficios en el límite de la supervivencia, cuando no del suicidio, o al menos de la temeridad.

Esta situación se modificó en parte a mediados de los ochenta: parece entonces cada vez más evidente que la venta de información electrónica puede aportar no sólo aumento en la rapidez y eficiencia, sino sobre todo un avance cualitativo: nuevos productos, nuevos servicios, lo cual adquiere especial nitidez con el desarrollo de los productos multimedia. Y la sensación de estar en un nuevo entorno aumentará, en los noventa, con la proliferación de sistemas más o menos sofisticados de comercio electrónico, que ofrecen un nuevo concepto de "valor añadido" y sobre todo la satisfacción de necesidades "a la medida" del usuario.

Ante estos cambios se ha producido a menudo un fenómeno singular: el instrumento —en este caso la informática— deja de ser sólo un medio y se convierte en el protagonista. O, para decirlo de un modo más apropiado, parece como si tuviera mayor importancia la industria informática en sí que los tradicionales productores de la información. Y así hemos podido ver cómo determinadas empresas de informática, entusiasmadas por las técnicas y los productos de la edición electrónica, se han convertido en auténticos productores y editores de "libros digitales", mientras el sector editorial tradicional ha tardado en superar su habitual inercia —la del papel— e incorporarse a los nuevos medios.

Es patente que esto ha sucedido especialmente en el ámbito del cd-rom, y sería muy fácil citar ejemplos, como la llamativa entrada de Microsoft en la edición de obras de referencia electrónicas; o, dentro del ámbito español, el hecho de que Micronet, originariamente una compañía de servicios informáticos, ha sido durante años no sólo el principal editor de cd-roms sino un auténtico creador de libros electrónicos, algunos de ellos notables en términos cuantitativos y cualitativos.

Sin embargo, se puede entrever en los últimos años una vuelta de "las aguas a su cauce". El mercado editorial clásico, quizá lentamente, va tomando más posiciones dentro del mercado de la información electrónica. La industria de las bases de datos cuenta cada vez con mayor presencia de grupos editoriales "tradicionales", como, por ejemplo, Reed-Elsevier, Thomson, etc., o, por citar un caso español, el grupo Anaya. Y parece que se va a producir de nuevo un trasvase del protagonismo: si durante unos años se consideró decisiva la presencia de las empresas desarrolladoras de herramientas para la gestión automatizada de la información, creemos que con el paso del tiempo el sector que tradicionalmente se había dedicado a la "producción de información" será otra vez quien tome las riendas del mercado. Y es que estamos ante una industria de la *información*. Que sea digital es algo en cierta forma secundario.

## De los contenidos al software... y vuelta

La cuestión que acabamos de plantear refleja en el fondo otro proceso en espiral que tiene mucho que ver con los fundamentos de nuestra profesión.

En el principio fueron los *contenidos*..., pero otro espejismo nos ha hecho desviar la atención hacia algo en cierta forma secundario: el software. De los austeros programas de gestión documental de los años setenta hemos pasado a utilizar sistemas mucho más amigables que no sólo han potenciado las capacidades de la interactividad —la gran novedad de los primigenios servicios online—, sino que además nos han hecho familiares con unos estilos de presentación de la información cada vez más próximos a los modos propios de la comunicación de la TV. Y la evidente mejora de los interfaces quizá ha podido servir para desviar la atención de los profesionales.

El "espejismo del software" fue especialmente ruidoso en el mundo de la automatización de bibliotecas. La existencia de diversos programas para la gestión de los servicios bibliotecarios motivó, al menos dentro de nuestro país, que entre los profesionales aparecieran filias y fobias tan acusadas que la guerra del software se desplazó en algunas ocasiones desde la competencia normal entre compañías comerciales hacia los mismos centros que eran sus clientes. La militancia a favor o en contra de los paquetes existentes distrajo a veces la atención del objetivo principal que había que perseguir: la construcción de bases de datos referenciales de gran tamaño y ajustadas a normas que permitieran el intercambio de información.

Evidentemente esta etapa de nuestra historia profesional está ya superada, pero un nuevo "riesgo" planea sobre nosotros: los numerosos árboles —las mil y una versiones de los softwares— pueden distraernos de la visión global del bosque —de información—. Aunque puede parecer una afirmación elemental, de nuevo se hace necesario recordar que nuestro trabajo es más conocer las *fuentes de información* que las sucesivas versiones del software que pueden ser utilizadas para explotar esas fuentes.

Y esto mismo que parece obvio para el colectivo profesional de los documentalistas puede así

mismo ser aplicado al mercado de la información: es más importante "tener" la información que la tecnología. Quien hoy pone sus contenidos en cd-rom mañana puede ofrecerlos en las redes, y viceversa. Y, por supuesto, tendrá la posibilidad de utilizar los sistemas de acceso a la información electrónica que aún no han sido inventados.

## **De la información referencial al texto íntegro... y vuelta**

En la evolución del trabajo del documentalista a lo largo de las últimas décadas se ha repetido a menudo la actitud de despreciar precipitadamente las viejas técnicas al incorporar nuevos modos de trabajar. Así, cuando se generalizó la indización por descriptores muchos decidieron ignorar las clasificaciones. Luego vino el texto íntegro, que parecía relegar los descriptores al terreno de lo inútil. Con el cd-rom hubo quien postuló que estaban contados los días del online. Y con el entusiasmo por Internet no faltó quien pensó que ya no tendría sentido suscribirse a bases de datos contenidas en discos ópticos. Ante el hipertexto y los nuevos interfaces algunos defendieron que ya no harían falta intermediarios, que el usuario final se bastaría...

Dentro de esta línea, la proliferación de materiales textuales completos dentro de la Red, unida a la rápida localización de documentos a través de los índices —AltaVista, Infoseek, Lycos...—, ha servido para poner de manifiesto de nuevo que es necesario contar con información *referencial* y *valoración* de los materiales. Es llamativo que muchos usuarios prefieran utilizar Yahoo! antes que otros índices realizados automáticamente por robots. Existe una demanda de información referencial estructurada. No resulta fácil prever hasta qué punto esta información será generada por los mismos autores de los documentos, por profesionales de la información o por algunas de las técnicas avanzadas de indización documental. Pero la necesidad está ahí, y proyectos como el Dublin Core, y en general todos los sistemas de metadatos propuestos, surgen como manifestación de que los usuarios reclaman algo que conocemos hace mucho tiempo: más fuentes *secundarias* de información.

## **De la oferta de información a la oferta de información**

La profusión de sistemas de noticias Pull y Push ha servido sin duda para dar un nuevo paso adelante en la construcción de la llamada sociedad de la información. Pero también ha creado en muchos casos una nueva sensación de agobio ante la "explosión de información", sobre todo cuando nos llegan noticias sencillamente superfluas. Es muy fácil obtener hoy información actualizada, y gratis, pero es a base de consumir bastante tiempo leyendo titulares que no nos interesan.

Es probable que dentro de poco tiempo ya no suceda esto, pues existen sistemas de filtrado de información con resultados altamente satisfactorios, como los que ofrece la compañía Individual (NewsPage, First!, Heads Up), que están basados en un software del que todos llevamos leyendo años: Smart, producido por el equipo que lideraba Gerard Salton en Cornell University.

Pero en realidad lo que es más probable es que dentro de un par de años se estén utilizando de forma masiva sistemas de acceso a la información que ahora no imaginamos. De hecho, hace un par de años no nos esperábamos los sistemas Push; hace cuatro años eran inimaginables los actuales índices de la Red; hace seis años no existía Mosaic; hace ocho se estaba empezando a concebir el uso del web... En estas circunstancias tomarse un año sabático puede suponer quedarse "anticuado".

Hoy más que nunca la incertidumbre se ha incorporado a la vida del profesional de la información: las técnicas cambian tanto que para nosotros, como se ha dicho recientemente, "change is now a way of life" [Mahon 1997]. "El futuro se moverá con mayor rapidez, será más confuso, y mucho más volátil de lo que los profesionales de la información experimentan hoy" [Arnold 1997, p. 33].

Ante tanta novedad hoy es más necesaria que nunca la formación actualizada, pues es a veces difícil contar con el criterio necesario para discernir lo principal de lo accesorio, lo permanente de lo pasajero.

## Situación en Andalucía

Dentro de este contexto, ¿cómo se puede ver el mercado de la información electrónica desde nuestra comunidad autónoma?

En primer lugar hay que decir que nuestra región se está beneficiando del fenómeno de "globalización" que se experimenta dentro del conjunto del mercado. Por una parte el material necesario para actualizar las infraestructuras de ordenadores y telecomunicaciones es accesible con facilidades similares en todos los países desarrollados. Por otra parte la estructura "democrática" de la Red sitúa en régimen de igualdad —excepto por las barreras idiomáticas— a todos los que se conectan a ella. De hecho podríamos decir que las redes son el trampolín idóneo para pequeñas organizaciones con ideas geniales.

Dentro del entorno académico y de investigación contamos desde hace años con una infraestructura de elevada calidad, la Red de Informática Científica de Andalucía (RICA). En cuanto al "consumo" de información electrónica los niveles son los que corresponden a la situación económica de las provincias de la Comunidad. Queda una asignatura pendiente —y citándola volvemos a caer en la cadencia cíclica de esta exposición—: nos queda por acometer decididamente la batalla de los contenidos.

## REFERENCIAS

Mahon, B. [1997]. "Electronic information: 12 years of progress; what will happen in the next 12 years". *Revista Española de Documentación Científica*, **20**, 2, pp. 182-188.

Arnold, S. E.; Arnold, E. S. [1997]. "Vectors of change. Electronic information from 1997 to 2007". *Online*, , pp. 18-33.

[Volver a la página principal de Pedro Hípola](#)