

Edición electrónica. Nuevos «media»: Videotex ()*

BERNARDO STENGEL
Visualdata, S. A. (Barcelona)

Señoras y señores:

Permítanme que, como introducción o prólogo a lo que será el contenido central de mi exposición, empiece por una serie de definiciones y explicaciones, las cuales permitirán centrar mejor el tema de esta conferencia.

Con el nacimiento de este nuevo medio de comunicación que constituye el videotex no sólo ha nacido una nueva tecnología, sino, de forma paralela o simultánea, una nueva terminología, así como también una serie de actividades profesionales vinculadas de forma directa con el videotex. Podríamos decir que en el funcionamiento de cualquier sistema videotex intervienen cuatro partes bien definidas:

En primer lugar, el operador del sistema, quien controla la infraestructura física de la red de comunicaciones y, por lo tanto, actúa como transportista. Al mismo tiempo, el operador del sistema es el propietario del ordenador central de gestión. Pueden existir dos tipos de operadores: los públicos (como es el caso de la CTNE en España, y los privados.

En segundo lugar tenemos los fabricantes de equipos, a su vez también divididos en dos tipos: unos que fabrican los ordenadores centrales (los «main frame» o «host») que contienen la base de datos videotex y/o las distintas aplicaciones, mientras los otros fabricantes son aquellos que proporcionan tanto los distintos tipos de terminales videotex como otro tipo de aparatos auxiliares como puedan ser impresoras, reproductoras gráficas, teclados de edición, etc., etc.

La tercera parte importante en cualquier sistema videotex son, naturalmente, los usuarios del propio sistema, incluyendo aquí tanto a los usuarios profesionales como a los usuarios domésticos. En este

(*) Exposición oral en el curso de LIBER 83 (Madrid, octubre 1983).

contexto creo que es importante recordar que el servicio videotex público en España, el IBERTEX, está dirigido, en la primera fase, hacia los usuarios profesionales, ampliándose a los usuarios domésticos en una segunda fase.

Por último, y para completar la relación de las partes integrantes de un sistema videotex, están los llamados «proveedores de servicios videotex» quienes, dicho de forma un tanto rápida y simplista, son todos aquellos entes, organismos o empresas que dan algún tipo de información u otro tipo de servicios mediante el videotex. Otra vez podemos separar dos tipos de «proveedores de servicios»: por un lado aquellos que utilizan el videotex como medio de apoyo a su actividad profesional principal (como lo podría ser un banco o una compañía aérea) y, por lo tanto, actúan siempre en nombre propio. Por el otro lado están aquellos «proveedores» para los cuales la explotación y comercialización de los servicios videotex constituye el objeto social principal de su actividad profesional, actuando de esta forma básicamente por encargo y en nombre de terceros. De alguna forma, dichos «proveedores de servicios videotex» son «editores electrónicos», encontrándose ejerciendo una función nueva. La empresa que yo dirijo se dedica precisamente a esta nueva actividad profesional, y los puntos de vista que expresaré a continuación son una perspectiva de un «editor electrónico videotex» (si es que se nos puede llamar así).

La Asociación Española de Proveedores de Servicios Videotex (APV) define a los «proveedores» de dos formas:

- Persona física o jurídica constituida bajo cualquiera de las formas permitidas en derecho, cuya actividad u objeto social incluya al videotex, como publicador, distribuidor o almacenista.
- Persona física o jurídica que proporciona información u otros servicios, propios o ajenos, directa o indirectamente, a los bancos de datos del videotex o por medio de ellos.

Como se ve claramente, en el contexto videotex se mezclan funciones y conceptos conocidos en otros campos como es la edición, distribución y almacenamiento de información, y se produce un cierto solape de actividades.

Partiendo de los conceptos presentados hasta aquí, intentaré, a continuación, hacer un breve análisis del papel del «editor» en el videotex, ver cuáles son las diferencias técnicas, comerciales y económicas entre la edición videotex versus la edición convencional en soporte impreso, qué problemática se presenta en la actualidad en lo que a la edición videotex se refiere, y cuáles podrían ser unas recomendaciones para aquellas empresas cuya actividad profesional hasta ahora ha sido la edición en soporte impreso, pero las cuales

quieren involucrarse con este nuevo medio que constituye el videotex. Quiero aprovechar también para reseñar que, quizás, algunos de los puntos comentados no sean únicamente aplicable a la edición videotex, sino que sin idénticas o similares en otros medios de edición electrónica, como, por ejemplo, las bases de datos on-line y otros, sobre los cuales habrán tenido y tendrán ocasión de oír durante estas jornadas.

Y entremos, ya, en uno de los puntos fundamentales de la edición en videotex, distinguiendo claramente el papel que juegan cada uno de los dos tipos básicos de «editores» o «proveedores» videotex:

El «proveedor videotex» que, debido al nacimiento del nuevo medio, ejerce una cierta función de «editor electrónico» pero cuyo origen profesional es totalmente ajeno a la edición convencional en otros soportes, y, contrastando con el primero, el editor que proviene del mundo de la publicación en soporte impreso, que con el nacimiento del videotex como nuevo medio de edición, también quiere editar en videotex como complemento a sus actividades tradicionales. Concentrémonos en este último, por el momento.

Al contemplar la edición en videotex, el editor «convencional» —si ustedes me permiten esta calificación— se encuentra con unos fenómenos básicos, muy importantes. Por un lado, de repente compite en el campo de la edición (esto sí, la edición electrónica), con competidores totalmente nuevos, y bastante distintos a sus competidores habituales hasta ahora. Teniendo en cuenta las particularidades técnicas del videotex, que analizaremos más adelante, resulta que en este medio actúan como «editores» empresas tan dispares como bancos, organizaciones turísticas, asociaciones culturales o religiosas, que ofrecen, como complemento a su producto habitual como puedan ser operaciones bancarias, transferencias y cálculo de créditos en el caso de los bancos, servicios añadidos como recetas de cocina, bioritmos o recomendaciones de espectáculos para atraer la atención de la clientela hacia sus bases de datos. Y todo ello a un costo relativamente razonable, amén de la «invasión» de campos tradicionalmente reservado a otros. Para el editor «convencional» éste nuevo entorno le obliga a un cambio en el enfoque de la propia función editorial en la utilización de este nuevo medio y, a su vez, «invadir» (si es que se puede utilizar este término) campos nuevos, utilizando, de esta forma, al óptimo las facilidades del videotex. Imaginémonos, por ejemplo, la posibilidad de que el editor de una revista o un periódico no se limite únicamente a publicar un artículo sobre unas islas maravillosas en alguna parte del mundo o una sección de anuncios económicos, sino que, adicionalmente y a través de las facilidades informáticas que le prestan el videotex, acepta reservas para unas vacaciones organizadas a las mencionadas islas, o actúa como intermediario en la compra-venta de

productos anunciados, respectivamente. Lo que puede sonar a utopía es hoy ya realidad en el videotex, y creo que el ejemplo muestra de forma clara que con este nuevo medio cambia el planteamiento de un editor «convencional», sus competidores son otros y la clientela potencial también puede ser distinta.

¿Cuáles son, entonces, los aspectos técnicos fundamentales diferenciados de un servicio videotex, a los que un «editor» convencional se tiene que adaptar?

En primer lugar, la velocidad con la que, tanto una información inicial como cualquier corrección posterior llega a su destinatario. En el mismo momento de la edición electrónica de la información, ésta ya llega al usuario de la misma, introduciendo así conceptos desconocidos. Pensemos en el sinfín de horarios, tarifas y otro material impreso que es manejado en una agencia de viajes, información con un alto grado de actualización y posiblemente alguna que otra equivocación incluso en el momento de salir de la imprenta. La velocidad en la edición y distribución de la información videotex resuelve este difícil tema, hasta hoy importante quebradero de cabeza para muchos.

En segundo lugar, la interactividad del servicio videotex. Contrario a material en soporte impreso, el videotex es un vehículo de transporte y comunicación en los dos sentidos, introduciendo otro cambio fundamental en la edición convencional, ya que obliga al editor a encontrar nuevas fórmulas de publicar su producto. No basta con —simplemente— duplicar de forma electrónica su publicación, sino adaptarla a las facilidades y peculiaridades del videotex (ejemplo: recetas de cocina, con participación de las propias amas de casa).

En tercer lugar, la accesibilidad y el alcance del videotex. La información y los servicios en este nuevo medio son disponibles las 24 horas del día, 365 días al año, y no conocen límites geográficos, en un futuro ni a nivel internacional, dando una nueva dimensión a cualquier tipo de publicación, prácticamente sin aumentar el coste ni de la edición ni de su distribución.

El cuarto punto es la durabilidad de lo editado. El videotex permite una fácil actualización de cualquier tipo de información asegurando su continua vigencia. Al mismo tiempo la información es asequible siempre de forma igualmente fácil, rápida y continuada.

El quinto y último punto es la capacidad de un sistema videotex, que podríamos calificar de prácticamente ilimitada, ya que sin problema alguno podemos hablar de millones de páginas (o pantallas), todas accesibles con la misma facilidad.

Vemos que con estas facetas técnicas, fácilmente se resuelven los problemas que se plantean cuando un suscriptor de una revista, de cuyos ejemplares tiene almacenados los últimos 10 años en su sótano, busca un artículo concreto que recuerda haber visto alguna vez, es

decir, averiguar en qué edición se publicó el artículo en cuestión, donde está esta revista en concreto, y cómo la saca de debajo del montón. En el videotex el almacenamiento es barato, la organización (o el archivo) de la información eficiente, y el acceso fácil.

Naturalmente, también existe la otra cara de la moneda. Como sabrán, la pantalla videotex está muy restringida en cuanto a su capacidad de reproducción de información (una pantalla o página videotex está compuesta de un formato de 40 caracteres por 25, a los que hay que descontar el espacio «decorativo»), por lo que ya se ve que el videotex no es el medio adecuado para reproducir largos textos en plan masivo, ya que ello sería comparable a la edición de un libro u otra publicación en una especie de centenares de «fichas» pequeñas, lo cual resultaría del todo imposible para el lector.

Otra de las limitaciones del videotex es la posibilidad de reproducción gráfica. El videotex es un medio cuya información está almacenada en un ordenador, el cual simplemente reproduce caracteres de distinto tipo, pero no imágenes o fotografías, quedando limitadas las posibilidades gráficas a la mayor o menor resolución gráfica de los distintos standards videotex. En este contexto cabe recalcar que la resolución gráfica del futuro servicio IBERTEX, homologada con la norma videotex que funcionará en la mayoría de los países europeos en el futuro (llamada norma CEPT), permitirá unas posibilidades gráficas bastante sofisticadas, que harán factible la reproducción de casi cualquier tipo de dibujo, plano y otros tipos de gráficos. También existe ya, al menos en fase de desarrollo de laboratorio, el videotex fotográfico y la posibilidad de combinar el videotex con el videodisco, pero estas facilidades no las veremos hasta dentro de unos años.

Vistos los pros y los contras de las facilidades técnicas del videotex, creo que ha llegado el momento de preguntarnos: ¿videotex para editar QUE?

El campo de la edición, y ustedes lo saben mejor que yo, es inmenso y muy variado. Para ilustrarlo basta relacionar actividades tan dispares, cada una con sus características peculiares, como la edición de periódicos, revistas, libros, enciclopedias, guías telefónicas, en sus versiones de páginas blancas y amarillas, horarios, tarifas, descripciones, catálogos y publicaciones de tiempo libre y ocio con horóscopos y crucigramas, para sólo enumerar unos cuantos. Es obvio que el videotex sirve de manera extraordinaria a algunos tipos de publicaciones, y que para otros su utilización resultaría muy problemática o, cuando menos, muy difusa y poco clara. Yo me permitiría hacer la siguiente afirmación: la utilidad del nuevo medio videotex en la edición está directamente en función del grado de necesidad de actualización de la información, por un lado, y del grado de dificultad de acceso a la información, por el otro lado. Es decir, el videotex es

idóneo para todas las informaciones limitadas en volumen pero con un alto grado de actualización (por ejemplo tarifas, disponibilidades de reservas de todo tipo, horarios) o de información con un alto valor intrínseco, normalmente de difícil localización a través de una misma fuente. En cambio es impensable que se publique una enciclopedia —al menos en su actual forma— a través del videotex, lo cual no quiere decir que los editores de enciclopedias no puedan utilizar el videotex para muchas otras aplicaciones.

Para terminar el aspecto técnico quisiera mencionar también que la estructuración de la información por parte del editor es distinta y requiere la correspondiente adaptación, así como otro estilo de redacción adecuado para este medio. Como decía Goethe en una carta a un amigo: hoy te escribo una carta larga, porque no tengo tiempo de escribirte una carta corta, o, con otras palabras, hay que aprender a moverse dentro de las restricciones físicas del vtx. Entremos en el campo de los aspectos comerciales que nos presenta este medio.

Como he apuntado anteriormente, en el videotex el editor «convencional» compite con competidores nuevos para él, en un medio que requiere un cambio en el enfoque tradicional de la publicación. Pero también abre un gran campo de nuevos clientes potenciales, ya que permite dirigir la información a un sector concreto de usuarios. Uno de los ejemplos más claros es el de los periódicos y su relación con las empresas anunciantes. Estas últimas, mediante el videotex, fácilmente se convierten en editores no sólo de sus propios anuncios, sino de toda la demás información relativa a su empresa (pero también información ajena) que crean conveniente, poniendo de manifiesto el peligro que ello representa para periódicos o revistas. Por su parte, los periódicos o revistas, y esto es el hecho que pretendo recalcar, de repente también disponen de un medio que les permite dirigirse no en plan masivo a todos los lectores, sino en plan dirigido a aquel sector de clientes que más les interesa, partiendo de la base de que la búsqueda de información en el videotex se efectúa por iniciativa del propio interesado en la información y no viceversa, facilitando de esta forma un medio de comunicación más individual que masivo, abriendo nuevas posibilidades comerciales a todos aquellos editores capaces de romper moldes y de adaptarse a las nuevas circunstancias.

Ya se han dado muestras de cierta preocupación entre algunos sectores editoriales que opinan que su canal convencional de distribución, que hasta ahora dependía de ellos, en el caso del videotex está en manos de terceros (i.e. el operador del sistema), perdiendo ellos de esta forma el control directo de la comercialización de su producto. Aunque este punto sea debatible, en la práctica existe la posibilidad, y, de hecho ya hay precedentes, de que empresas editoriales formen nuevas sociedades compartidas con empresas tecnológicas (lo que los ingleses

llaman *joint venture*), para así complementarse mutuamente en beneficio de ambos. Con otras palabras, hay que saber situarse en este nuevo contexto, con todas las ventajas, pero también con los riesgos que ello implica.

En el plan económico hay que destacar una realidad. La edición y la distribución de material en soporte impresa cada día es más costosa, mientras la edición y distribución de forma electrónica cada día es más barata.

Pero en el videotex, concretamente, ¿cómo se obtiene una rentabilidad? Aun para tipos de publicaciones que normalmente no tienen una gran clientela por suscripción, el videotex permite «vender» cierta información y material mediante el cobro de una cantidad fija mensual, y ofrecer la información electrónica a un grupo cerrado de usuarios o abonados. Otra posibilidad es la de facturar a base de un precio preestablecido por página de información, pudiendo variar el precio en cada página si se desea, u ofrecer información de forma gratuita. También en el campo de la publicidad se abren puertas nuevas, ya que el videotex se presta tanto para efectuar una publicidad directa, específicamente dirigida hacia un grupo concreto de usuarios, como la publicidad indirecta (ejemplo: el banco que ofrece recetas de cocina). Otro campo inmenso, nuevo para los editores «convencionales», es la búsqueda del beneficio a través de la oferta de servicios —llamémosles atípicos (ejemplo: compra-venta de productos propios o de terceros, intermediario en reservas de todo tipo, y otros similares, haciendo buen uso de la interactividad del servicio videotex).

Yo diría que hasta la fecha los que más se han beneficiado, es decir, logrado la mayor rentabilidad de los servicios videotex a nivel internacional, son aquellas empresas para las que el videotex no deja de ser otra faceta más para la venta de sus productos habituales debidamente adaptados (amén de los organizadores de congresos sobre el tema videotex, o de los editores de libros sobre el mismo). Empresas cuya única misión es la de actuar como «proveedor de información» videotex —por desgracia— aún no han visto los primeros frutos, a pesar de que son precisamente estas empresas con mayor involucramiento en la promoción del videotex.

Rápidamente pasemos a contemplar la problemática que, hoy en día, se plantea a los que empiezan a participar en este medio.

Está lo que yo llamo la «ceguera», es decir, el problema que significa el «meterse» con el videotex *sín* comprender exactamente todas las implicaciones y trascendencias involucradas, ni ver claras las oportunidades que presenta.

Lo contrario también puede ser problemático, es decir, el exceso de un entusiasmo inicial, basado en la creencia de que este medio es la panacea para todo editor, y la solución a todos los problemas.

Importantísimo es la elección del momento en el cual una empresa se vuelca en su involucramiento con el videotex, ya que tan malo es el meterse «antes de hora», como perder el tren.

Y, al igual que para la realización de un proyecto informático convencional, hay que estar mentalizado, organizado y convencido, a todos los niveles de las ventajas del videotex antes de meterse de lleno.

Obviamente también existen los problemas más prácticos que encuentran los editores convencionales, pero que en el videotex adquieren otro matiz. A título de ejemplo cabe mencionar el copyright, la protección de la intimidad de las personas, la seguridad de la información o el derecho de autor.

Permítanme, antes de acabar, efectuar algunas recomendaciones para todos aquellos editores convencionales que contemplan la utilización del videotex. Entiendo que es fundamental que redefinan su función en este nuevo medio, analizando posibles, nuevas necesidades por parte de los usuarios del servicio videotex, desarrollando nuevos «productos» para satisfacer dichas necesidades. Por otro lado no deben contemplar el videotex como vehículo aislado de su actividad habitual, sino precisamente ofrecer a sus cliente las enormes ventajas de la combinación de los distintos «media», y así promocionar activamente la nueva tecnología sin dejar los métodos tradicionales. Y, desde luego, seguir muy de cerca el desarrollo de las posibilidades del videotex y su relación con otras tecnologías que están emergiendo.

El videotex es una revolución tecnológica, sin duda alguna, que no puede ser ignorada por nadie, y menos por los publicadores, distribuidores o almacenistas de todo tipo de información. Pero también hay que tener claro que así como se hojean revistas, libros o periódicos para leer aquello que interesa, no veremos gente con aparatos videotex bajo el brazo en el autobús o en la playa para tener información a mano, al menos por ahora.

Definitivamente, el videotex está aquí, y está aquí para quedarse. El secreto está en acertar en la elección del contenido correcto, el momento oportuno y el precio adecuado a la hora de «editar» en este nuevo medio.