

Bibliotecas, periodismo y Mass Media en la era digital de Internet: retos y transformaciones

Jerome AUMENTE

Director y Profesor de Instituto de Recursos Periodísticos
Escuela de Comunicación, Información y Biblioteconomía y Documentación
Rutgers, Universidad del Estado de New Jersey
aumente@scils.rutgers.edu

Traducción y adaptación:

Rosario ARQUERO AVILÉS

Profesora del Departamento de Documentación
de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense
carquero@eucmos.sim.ucm.es

RESUMEN

Internet se ha convertido en el medio que ha permitido que millones de usuarios accedan, de manera global, a un nuevo mundo de noticias e información. La *World Wide Web (WWW)* ofrece una información hipertextual, en un entorno multimedia al alcance de un público cada vez más amplio. La tecnología que ofrecen los buscadores, el rápido crecimiento de proveedores de servicios Internet como *America Online (AOL)*, y las nuevas alianzas en el mundo de las telecomunicaciones, han traído consigo una nueva dimensión en la difusión de la información, tanto en el entorno laboral como en el propio hogar. Esta situación explica que, en Estados Unidos, los medios de comunicación estén sufriendo una serie de transformaciones y se estén convirtiendo en compañías integradoras de información. También las bibliotecas digitales constituyen uno de los puntos del epicentro de todos estos cambios, por lo que bibliotecarios y documentalistas deberían unirse con periodistas y profesionales de medios de comunicación, para trabajar, conjuntamente, en la explotación de todo el potencial de bases de datos y bibliotecas digitales, identificando intereses económicos comunes, y participando en la definición de líneas de actuación compartidas.

Palabras clave: Periodismo, Mass Media, Biblioteconomía y Documentación, Ciencias de la Información, Internet, bibliotecas digitales, World Wide Web, medios de comunicación impresos y electrónicos, integración de los medios, educación, formación y desarrollo profesional.

* Ponencia presentada en el marco de la IX Sesión (Bibliotecas Digitales y Mass Media) de la «Tercera Conferencia Internacional sobre Bibliotecas y Ciencias de la Información» (Dubrovnik, Croacia, 23-26 de mayo de 1999).

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de las tecnologías e Internet ha supuesto un profundo cambio en las estructuras de las instituciones y, en concreto, en el planteamiento y el desarrollo de la labor del periodista y del resto de profesionales de los medios de comunicación. De manera paralela, estos cambios han afectado también al mundo de la Biblioteconomía y la Documentación. En este sentido, las bibliotecas digitales, como uno de los elementos de todas estas transformaciones, se convierten en punto de interés común para ambos mundos.

El entorno World Wide Web y el crecimiento explosivo del número de usuarios de Internet, están creando una nueva «audiencia» de información periodística, obligando a los medios de comunicación a pensar en cómo reunir, preparar, presentar y difundir sus productos en un contexto digital. Así, muchas de las grandes compañías estadounidenses tales como *Dow Jones & Co.*, que publica *The Wall Street Journal*; *Gannett Co.*, editora de *USA Today* y de un conjunto de periódicos de difusión nacional; *The New York Times Co.*; *CNN (Cable New Network)*; *NBC* con *MSNBC*; *ABC* y *CBS*, por citar algunas, están poniendo especial interés en convertirse en entidades de información multimedia con difusión global a través de Internet.

Estas transformaciones posibilitan que bibliotecas y compañías del ámbito de la llamada *industria de la información*, encuentren oportunidades para desarrollar alianzas y convenios con los medios de comunicación. Por ejemplo, el llamado «reportaje asistido por ordenador», es cada vez más utilizado por los principales medios de comunicación. El trabajo de reporteros y editores depende de bibliotecas digitales de todo el mundo que ofrecen los servicios de unos profesionales, especialmente formados para dar respuesta a sus demandas. Al mismo tiempo, dichas bibliotecas establecen convenios con sus propios clientes (los profesionales de los medios de comunicación) e incorporan a sus bases de datos las informaciones textuales y gráficas generadas por dichos profesionales para su potencial venta a otros clientes. Este ejemplo ilustra perfectamente la convergencia que la tecnología está produciendo entre estos sectores.

LAS ESTADÍSTICAS PROPORCIONAN LA RAMPA DE LANZAMIENTO DE LOS NUEVOS MASS MEDIA

Según un estudio de *Nielsen Media Research*, en 1998, cerca de 70 millones de americanos de más de 16 años estaban utilizando Internet, 18 millones más que nueve meses antes. Se calcula que tres de cada cuatro hogares americanos cuenten con acceso a Internet en el año 2000 (Napoli, 1998b). El proveedor de Internet *America Online* pasó de tener un millón de suscriptores en 1994 a 15 millones a finales de 1998, consiguiendo, sólo en el mes de noviembre de ese mismo año, un millón de nuevos suscriptores (Reuters, 1998).

CommerceNet, asociación sin ánimo de lucro que fomenta la implantación de soluciones de comercio electrónico en Internet, y que colaboró en el estudio de *Nielsen*, estimó que, en 1998, el número de usuarios de Internet llegaría a los 120 millones, experimentando un crecimiento del diez por ciento al año, y considerando que en el año 2000 se alcanzarían los 128 millones. *CommerceNet* identificó unos 79 millones de usuarios de Internet de más de 16 años, en Estados Unidos y Canadá, y determinó que 20 millones de personas compraban productos y servicios vía Web. Más del cincuenta por ciento de la población de Norteamérica, de edades comprendidas entre los 16 y los 34 años, eran usuarios de Internet. El diecisiete por ciento de los usuarios con más de 50 años (13 millones) se conectaban a la red y, aproximadamente, el cuarenta y tres por ciento de los usuarios (34 millones) eran mujeres. El número de usuarios de Internet en el resto del mundo, se distribuía, según el estudio de *CommerceNet*, del siguiente modo: Europa, 23 millones; Asia/Pacífico, 15 millones; Sudamérica, 2 millones; África, 1 millón de usuarios; (*CommerceNet*, 1998).

A pesar de que las previsiones no aportan total precisión, lo cierto es que los datos, aún contando con un margen de error prudencial, muestran que Internet se está convirtiendo en un medio cada vez más popular. Cuando *America Online* llevó a cabo su estudio en 1998, descubrió que el cincuenta y siete por ciento de los usuarios de Internet en el año anterior eran mujeres; el sesenta y cinco por ciento de los usuarios eran mayores de 35 años; el sesenta y nueve por ciento consideraban importante para sus hijos el acceso a Internet; el setenta y un por ciento utilizaba Internet para comprar productos o servicios; el cuarenta y siete por ciento de los que tenían un ordenador portátil lo llevaban consigo en vacaciones; y el veintiséis por ciento contaban con correo electrónico. Cuando se les preguntó qué llevarían consigo a una isla desierta, eligiendo entre un teléfono, una televisión o Internet, el sesenta y siete por ciento eligieron en primer lugar Internet (Napoli, 1998a). A finales de 1998, una popular película, «*Tienes un e-mail*», protagonizada por Tom Hanks y Meg Ryan, y en la que se desarrolla una historia de amor a través de e-mail, aumentó la popularidad de Internet y disparó las suscripciones a *America Online*, proveedor de Internet que aparecía en la propia película.

TRANSFORMANDO LOS TRADICIONALES MASS MEDIA EN LOS NUEVOS MASS MEDIA DIGITALES

En Estados Unidos, los medios de comunicación tradicionales se han ido aproximando a la era digital por medio de una difusión online de sus contenidos. A finales de los años setenta y principios de los ochenta, se comenzó, con reticencia, a difundir noticias e informaciones utilizando el videotexto y el teletexto. Sí encontramos la excepción de algunos medios notables que no mostraron tal reticencia. Es el caso, por ejemplo, de *Dow Jones*, que muy pronto

descubrió que su *Dow Jones News Retrieval* y sus otros sistemas no convencionales de difusión aportaban, al ámbito de la información para los negocios, mucho más que una tradicional publicación impresa en papel. En esta misma línea se situaron compañías como *Knight-Ridder Inc.*, *Time Inc.*, *Gannett Co.*, y *Times-Mirror Corp.*

Los primeros experimentos en este sentido, desembocaron en la acumulación de experiencia válida para dominar el mundo de la edición electrónica, convirtiéndose en el entrenamiento idóneo para la gran carrera de Internet. Las primeras compañías que apostaron por la edición electrónica, utilizando videotexto y teletexto, muy pronto se dieron cuenta de que, en la difusión de la información online, no era posible un control centralizado de la misma por parte de una única compañía, y, por tanto, tuvieron que acostumbrarse a trabajar en un nuevo entorno agresivo en el que tenían que competir con múltiples fuentes de información. Se enfrentaban a un entorno en el que la interactividad era la nota dominante: sus suscriptores (los propios periodistas) tenían que establecer una interacción entre sí y con las propias fuentes de información, y por tanto, la situación que planteaba el propio entorno, tampoco constituía una transición fácil para muchos periodistas inmersos en una cultura tradicional de obtención de información (Aumente, 1987).

CRECIMIENTO DE LA EDICIÓN ELECTRÓNICA EN INTERNET

Según *AJR News Links*, en septiembre de 1998, había ya unos 4.925 periódicos accesibles online en Internet. Un año antes, eran unos 3622. Un análisis llevado a cabo por Eric K. Meyer, muestra que, en 1994, había sólo 78 periódicos online en la red; 855 en 1995; 1920 en 1996. En 1997, el 43% de los periódicos disponibles no eran estadounidenses, comparado con el 29% en 1996. Canadá, Reino Unido, Brasil y Alemania, son los que han mostrado un mayor crecimiento. Los periódicos estadounidenses online en 1997 eran 2059; en Canadá 230; en Reino Unido 294; en México 51; en Centroamérica 23, y 36 en Caribe. Europa presentaba 728 periódicos online; Asia 223 y Sudamérica, 161; África 53, y Australia y las otras islas, un total de 64. En 1997, la circulación general de los diarios online en EE.UU, se cifraba en 492 (24%). En el caso de publicaciones no diarias se produjo en ese año un crecimiento muy rápido, de las 152 publicaciones del año anterior, se pasó a las 700, en 1997. Las publicaciones especializadas sólo constituyeron una aportación de 400 al total de las disponibles en Internet (Meyer, 1998).

La incorporación de periódicos al mundo de la edición electrónica se caracteriza por las constantes turbulencias, con cientos de publicaciones que desaparecen después de experimentos de prueba. Los principales fracasos en este sentido incluyen el caso de *New Century Network* en EE.UU, en el año 1998, después de que nueve de las principales compañías editoras de periódicos invirtieran 9 millones de dólares en un intento fallido por hacerse con un nicho

de mercado en Internet (E&P Interactive, 1998). En el ángulo opuesto, encontramos la edición online interactiva de *The Wall Street Journal*, que fue atrayendo a clientes que pagaban una suscripción de 49 dólares americanos al año, o 29 dólares americanos si únicamente se suscribían a la edición en papel. En 1998, *CNN*, *USA Today* y *The New York Times*, afirmaron que contaban con rentables páginas online en Internet. *The Times* descubrió que sus bases de datos habían conseguido atraer y registrar a 6 millones de usuarios (Stone, 1998).

Se comenzó a dar también una tendencia creciente a la difusión de páginas de imagen y vídeo, entre las que se encontraron fuentes clave en Internet como *MSNBC*, *CNN*, y *The Times*, con sus bases de datos de imágenes.

La expansión de noticias e información en Internet está viniendo también de la mano de muchas revistas que están lanzando ediciones online, como *Time* o *News Week*, y que aparecen como un resultado híbrido de la industria informática y de las telecomunicaciones.

El propio Bill Gates, ha establecido diversos convenios con la industria editorial tradicional para el desarrollo de proyectos de presentación de su información en Internet. En 1998, Gates fundó *Sidewalk*, que incluye, para cada una de las principales ciudades de EE.UU, ofertas de información online de diversas áreas de la ciudad concreta: arte, entretenimiento, guías turísticas, restaurantes...

En 1996, el mismo Gates estableció un convenio con *NBC* con el objeto de crear *MSNBC*, canal de noticias por cable y servicio de noticias online a la carta. Ese mismo año, comenzó a funcionar *Slate*, revista de noticias online. En 1997, Gates adquirió *WebTV Networks*, para permitir el acceso a sitios web mediante la televisión. *Corbis*, otra compañía que también le pertenece, cuenta con el archivo digital de fotos y material gráfico más grande del mundo (Hickey, 1997). Otro ejemplo, en esta misma línea, lo constituye *American Telephone and Telegraph*, que adquirió *Tele-Communications Inc.*, principal operador de televisión por cable de EE.UU, muy implicado en la difusión de servicios online a millones de hogares, a través de la televisión por cable.

EL PAPEL DECISIVO DE BIBLIOTECAS Y PROFESIONALES DE LA INFORMACIÓN EN LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los primeros experimentos de publicación electrónica, utilizando el videotexto, ya evidenciaron la importancia de contar con profesionales que fueran auténticos expertos, no sólo en recoger y procesar información periodística, sino además, en transformar ingentes cantidades de información dispersa, en bases de datos accesibles y útiles. En aquel entonces, los profesionales de la documentación aportaron e introdujeron conceptos como el de búsqueda, almacenamiento y procesamiento de información, bases de datos relacionales... a otros profesionales, los periodistas, familiarizados con el acopio de informa-

ción, pero que no sabían cómo tratar y almacenar dicha información antes de la «invasión» de los ordenadores (tal y como se confirmaba tras una visita a muchas salas de prensa de aquel entonces).

La publicación electrónica comenzó a basarse, por tanto, en la idea de contar con equipos formados por los usuales editores y reporteros, auxiliados por especialistas en el manejo de ordenadores y redes, que serían los que definirían las nuevas vías de difusión de la información. Los profesionales de la documentación aportarían su habilidad para transformar masas desorganizadas de información en información controlada y accesible. Este nuevo panorama obligaba, por un lado a los periodistas a pensar en términos de documentalistas, y por otro, a los documentalistas a aprender a trabajar con un tipo de información que tenía unos matices propios.

El resultado fue, por tanto, el nacimiento de un equipo híbrido de profesionales, sujeto a una constante adaptación.

En 1980, como director del Departamento de Periodismo, fui convocado (Jerome Aumente) por el rector de mi campus, junto con los directores de la Escuela de Biblioteconomía y de la Escuela de Comunicación, para participar en el diseño de una nueva entidad, que llegaría a ser la actual Escuela de Comunicación, Información y Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de Rutgers. Ésta fue una de las primeras alianzas, en el contexto universitario de EE.UU, que reflejaba el acercamiento de diferentes disciplinas relacionadas con el complejo y rápido cambio que estaban experimentando el campo del periodismo, de la comunicación y de la biblioteconomía y documentación. La alianza es el resultado del trabajo de colegas de las diferentes disciplinas con distintos intereses y prioridades de investigación y enseñanza. La Escuela es todavía hoy un microcosmos de lo que está ocurriendo en la actualidad de manera global, y en la que se da la convergencia de elementos dispares propios de la «Era de la Información».

Los nuevos medios de comunicación resultantes de dicha convergencia, pronto introdujeron las nuevas tecnologías en sus actividades de edición y producción. De hecho, en los últimos años, el ordenador personal se ha convertido para los periodistas en un recurso indispensable, y la importancia del papel que desempeña el documentalista en este contexto se ha incrementado en la misma medida. Según un estudio de Kathleen Hansen y Jean Ward, periodistas y profesores de la Universidad de Minnesota, casi todos los periódicos de EE.UU con una tirada de más de 100.000 ejemplares, cuentan ya con sistemas electrónicos de gestión documental, o los van a introducir de inmediato. En algunos periódicos, los documentalistas han llegado a ascender al puesto de *Assistant Managing Editor* (*Palm Beach Post*). El propio *The New York Times* cuenta con dos documentalistas asignados a su sala de prensa. *The Commercial Appeal* cuenta con un equipo de trabajo mixto, constituido por periodistas y documentalistas.

Los documentalistas cada vez se implican más en el proceso periodístico, y viceversa, lo que, según, Ron Chepesiuk, hace que tanto unos como otros muestren cierto temor a la usurpación de sus respectivos papeles (Chepesiuk,

1996). A pesar de ello, Nora Paul (npaul@poynter.org), especialista en información del *Poynter Institute for Media Studies*, de San Petersburgo, Florida, presenta gran cantidad de información en la página web de dicha institución (www.poynter.org), basada en la opinión de documentalistas de medios de comunicación y periodistas que afirman beneficiarse de las nuevas alianzas establecidas entre los tradicionales profesionales de medios de comunicación y los documentalistas. En esta misma página web puede encontrarse la tercera edición de su trabajo *Computer Assisted Research: A Guide to Tapping Online Information*. Este trabajo de Nora Paul constituye sólo uno de los muchos ejemplos de trabajos llevados a cabo en institutos o universidades, que apuestan por la interacción entre el trabajo de documentalistas y periodistas y otros profesionales de medios de comunicación, centrándose en conseguir que éstos conozcan y aprendan a utilizar, con la ayuda de aquéllos, fuentes de información electrónicas, accesibles en Internet.

BIBLIOTECAS DIGITALES, PUNTO DE ENCUENTRO PARA NUEVAS ALIANZAS

Las bibliotecas digitales presentan muchas oportunidades para la creación y el establecimiento de nuevas alianzas entre estos mundos. Las nuevas tecnologías están invadiendo todos los terrenos, y usuarios/lectores/audiencias se están adaptando a esta realidad de tal manera que cada vez hará menos falta tener que convencerlos del poder que supone contar con bases de datos accesibles, las 24 horas del día, a través de Internet. Ya hoy son conscientes del potencial que implica contar con grandes bases de datos almacenadas en bibliotecas digitales. En lugar de pensar en información aislada, rápidamente están aprendiendo a pensar en las múltiples vías de acceso a información integrada, que adopta para ellos un nuevo significado y un nuevo valor.

También aquí, los periodistas juegan un papel importante en la separación de información pertinente de aquélla que no lo es. Los propios documentalistas están adoptando roles más «tradicionales», como «archiveros» y como «referencistas» de «ciber-recursos», que guían y orientan en la complejidad de la recuperación de información digital. Juntos, ambos profesionales, aparecen como una nueva fuerza que guía a la audiencia en el «espeso bosque de la información electrónica». La situación empieza a configurarse del siguiente modo: la presencia de un ordenador personal, como ventana abierta a la información, disponible en todas las bibliotecas públicas y a disposición de todos los ciudadanos curiosos que, pronto, y con la ayuda del personal de la biblioteca, dominarán los fundamentos para conseguir información online y adquirirán su propio ordenador multimedia, contactando con un proveedor de acceso a Internet, para conseguir una información que obtendrán a través de un punto de acceso que les resultará cada vez más familiar, pudiendo conseguir, de manera interactiva, informes a la medida de sus propios intereses.

Ésta es una de las posibilidades de desarrollo futuras, resultado de la alianza entre medios de comunicación y bibliotecas. Pensemos que ningún sector es capaz de proveer por sí mismo, los fondos necesarios para extender el acceso a bibliotecas digitales, además, los presupuestos de las bibliotecas están constantemente expuestos a recortes por parte de los gobiernos, y, por otra parte, los medios de comunicación impresos y electrónicos pueden implicarse en experimentos de bibliotecas digitales en línea, pero las presiones de los accionistas, que pretenden recuperar las inversiones en el mínimo tiempo posible, fuerzan a los gestores de dichos medios a recortar la inversión en investigación y desarrollo.

Nos encontramos pues en el momento idóneo para que los esfuerzos de todas las partes implicadas (universidades, bibliotecas públicas, bibliotecas corporativas...) confluyan en el desarrollo de todo un entramado de bibliotecas digitales, que evite la duplicación de esfuerzos y que convierta en su clientela a la gran audiencia.

El campo de la medicina y la salud constituye un buen ejemplo, pues se trata de un área que suscita gran interés en la población, fundamentalmente cuando una persona, o familiar de ésta, sufre una dolencia determinada. En estos casos, cobra especial importancia el hecho de que la información accesible por Internet sea realmente fiable. Los buscadores ofrecen la posibilidad de acceder a gran cantidad de información relacionada con la salud, pero se precisa la ayuda de un profesional que determine qué páginas ofrecen información fiable y cuáles no. Documentalistas y medios de comunicación, podrían trabajar en la creación de recursos y servicios de información realmente útiles y fiables, destinados a ese gran público. Se trataría de idear un plan económico que identificara los gastos que implicaría la puesta en marcha de este proyecto a largo plazo: desde la consideración del coste de acceso del usuario a Internet, hasta la resolución final del asunto objeto de interés, pasando por una definición de diferentes aspectos como honorarios por búsqueda, publicidad, suscripción al servicio, subvenciones del propio gobierno, donaciones de fundaciones... El principal punto se centraría en la necesidad de contar con un plan de acción que garantizara la difusión de una información sobre la salud que fuera imparcial, precisa y útil.

EL POTENCIAL DE LAS BIBLIOTECAS DIGITALES

Stephen M. Griffin, director del programa *Digital Libraries Initiatives* de la *National Science Foundation* de EE.UU, en una entrevista con *The Electronic Library*, en 1998, afirma que la biblioteca digital se concibe como algo más que una mera colección digitalizada, y apoya su reflexión en la siguiente definición de biblioteca digital que aportó NSF en 1997: «entorno de colecciones, servicios y personas que forman un ciclo de creación, difusión y conservación de datos, información y conocimiento». La biblioteca digital aparece, por tanto, como punto de confluencia en el que, profesionales de los nuevos medios de comunicación y de la documentación, podrían intercambiar ideas y planes.

Griffin afirmaba que el acceso electrónico a la información estaba creciendo de manera global, acompañado de una mejora de las conexiones y de las infraestructuras en las telecomunicaciones. Ésto, unido a los avances en la investigación, hacía que las bibliotecas digitales fueran más viables que nunca. Preveía que los futuros avances tecnológicos traerían consigo una búsqueda inteligente, un acceso multilingüe, nuevos formatos de documentos, y una recuperación de contenidos basada en la imagen. En este contexto, las bibliotecas digitales aparecerían como algo inherente a una globalización del trabajo de los propios investigadores (*The Electronic Library*, 1998).

Los pronósticos sobre la evolución de los medios de comunicación predicen un gran crecimiento, en los próximos años, de la información visual en Internet, lo que está haciendo que, en compañías como *CNN*, *MSNBC* o *The New York Times*, por citar algunas, el tratamiento, indización y difusión de imágenes digitalizadas, estén adquiriendo especial importancia. Griffin cita el caso de *Carnegie Mellon Informedia Digital Video Library* y su proyecto de integración de palabra e imágenes en una biblioteca/colección de vídeo digital, presentado en la conferencia *Digital Libraries Advances* que tuvo lugar en Santa Bárbara, California, en 1998.

El proyecto se basaba en la obtención de imágenes de telediarios y en la creación automática de colecciones de vídeos con opciones de búsqueda y recuperación de la información, mostrando al usuario rankings de relevancia y secuencias de la información demandada. Los usuarios ya pueden adquirir un primer adelanto de lo que será el resultado final del proyecto, y que permite la recuperación de archivos de texto (Feldman, 1998).

Ya existen precedentes de la cooperación entre medios de comunicación y bibliotecas, concretamente en lo referente a la preservación de información visual. Por ejemplo, ya en 1983, *The Angeles Times*, comenzó a donar sus archivos de negativos para su almacenamiento, en un ambiente idóneo para garantizar su conservación, a la Biblioteca de *Los Angeles*, de la Universidad de California. Lo cierto es que hay muchas posibilidades para que medios de comunicación y bibliotecas trabajen juntos, reduciendo costes, evitando la duplicación de esfuerzos, y haciendo más accesible la información al público, a través de la nueva vía de difusión que constituye Internet (E & P, 1998).

Los usuarios de Internet demandan una información personalizada, especialmente diseñada para responder a sus intereses y, todavía hoy, son muchos los medios de comunicación que tienen que enfrentarse a la resolución del problema que supone el tratamiento de grandes colecciones propias y la consecución de una recuperación de información que realmente resulte relevante. En este sentido, se está trabajando en el desarrollo de modelos de recuperación de información que podrían suponer para muchos medios, por un lado, una vía de obtención de beneficios a partir de la explotación de sus propios archivos, y, por otro, la pérdida de dependencia de los grandes servicios de recuperación de noticias que aparecen como intermediarios (Arambur Cabo y Berlanga Llavori, 1997).

Aunque distribuidores de bases de datos pioneras como *Dialog* aún siguen contando con fuertes ingresos procedentes del cobro de cuotas de suscripción, la tendencia que se impone en Internet va en la línea del pago por información obtenida, no por cuotas fijas. Hoy, algunos periódicos en Internet ofrecen un acceso gratuito, pero limitado, a sus fondos, cobrando de 1 a 2,95 dólares americanos por registro o artículo recibido, facilitando el acceso a unas 3800 fuentes de información (*Dow Jones News/Retrieval*). Muchos periódicos han establecido convenios de colaboración para la distribución conjunta de sus fondos (Kirsner, 1997). En 1996, *Gannet Co.* se unió con *Knight-Ridder Inc.* y con *Landmark Communications*, en un proyecto denominado *Infinet*, cuyo objetivo era prestar asistencia a todos aquellos periódicos online que quisieran vender su información digital a través de Internet (Gannet, 1996).

El e-mail sigue siendo aún el servicio catalizador del crecimiento global de Internet. Se calcula que en el 2001, un usuario individual de e-mail lleve a cabo, utilizando el mismo, una media de 8 a 10 operaciones comerciales a la semana (Levins, 1997). Medios de comunicación, y bibliotecas y entidades de información, se servirán también de esta herramienta para hacer llegar al usuario el tipo de información que demanda: una información filtrada y depurada, acorde a a sus intereses.

ACTIVIDADES EN LAS REGIONES DE EUROPA CENTRAL Y DEL ESTE

Las bibliotecas digitales pueden jugar un importante papel en la democratización de naciones que están emergiendo del totalitarismo. Cuando el bloque soviético se desintegró, en Polonia, en 1989, un grupo de universitarios americanos, organizaciones y fundaciones relacionadas con los medios y agencias del gobierno, comenzaron a hacer una serie de esfuerzos, para proveer de medios profesionales y recursos a la Europa Central y del Este. Como director del Instituto de Recursos Periódicos (Jerome Aumente), suministré dos millones de dólares en subvenciones para distintos proyectos: en Warsaw, Polonia, se creó un centro de recursos para los medios; se ayudó a la *Jagiellonian Universtiy*, en Cracovia, a crear una nueva Escuela de Periodismo; se desarrollaron diversas actividades en la República Checa, Eslovaquia, y también, en Bosnia Herzegovina, se estableció una colaboración entre el *University of Sarajevo's Journalism Program* y la *U.S. Information Agency University Affiliates*.

En todas estas iniciativas, y otras muchas de distintas organizaciones de EE.UU y la Unión Europea, la necesidad de la puesta al día de bibliotecas aparecía como factor crucial. Las actuaciones abarcaron desde las ayudas para la compra de libros y revistas científicas, a la consideración del papel de Internet y de las bibliotecas digitales, dada la importancia creciente de estos elementos.

Freedom Forum, de la *Gannett Foundation*, con sede en Arlington, Virginia, desde 1992, ha desempeñado un papel protagonista en la provisión de re-

cursos, en papel y digitales, a países con democracias emergentes. Chris Wells, vicepresidente de *Freedom Forum*, contando con profesionales locales, ha llevado a cabo la fundación de distintas Bibliotecas de Información Periodística en Europa Central y del Este, facilitando además el acceso a Internet y a colecciones digitales, y prestando apoyo a las necesidades de información de periodistas y estudiantes de periodismo (Mower, 1994). La página web de *Freedom Forum* presenta una relación de las Bibliotecas de Información Periodística creadas últimamente en Bulgaria, Croacia, Hungría, Letonia, Polonia, Lituania, Rumanía, Rusia, la República Eslovaca, así como en el Reino Unido, Sudáfrica, Hong Kong, Filipinas y Argentina (www.freedomforum.org).

Christine L. Borgman llevó a cabo un análisis, a finales de 1994, de 70 bibliotecas de investigación de la Europa Central y del Este, que evidenció que, tras los cambios políticos de 1989, se estaba produciendo un rápido incremento del uso del CD-ROM, de las conexiones de ordenadores a redes y de los procesos de automatización. Estos países vieron claramente la necesidad de llegar a formar parte de la estructura global de información y, sus bibliotecas, estaban siendo las pioneras en la conexión a Internet (Borgman, 1996).

Mis colegas de la *Jagiellonian Universtiy* (en palabras del profesor Jerome Aumente) han jugado un papel muy activo en la configuración de la estructura bibliotecaria-documental-informativa en el período postcomunista. La profesora y vicedecana María Kocojowa, y su colega en el área de Biblioteconomía y Documentación, el profesor Wanda Pindlowa, han sido los protagonistas en la configuración de un nuevo enfoque educativo (Kocojowa *et al*, 1995, 1996).

En 1997 participaron con otros colegas, entre los que se incluía la profesora Teresa Sasinka-Klas, directora de la *International Journalism School*, en una videoconferencia en la que intervinieron diferentes representantes de facultades y de medios de comunicación. Participaron, entre otras entidades, *Warsaw University*, *Jagiellonian Universtiy*, *Scholarly Communication Center (SCC) de la Alexander Library de la Rutgers University*, y la propia facultad en la que ejerce como profesor el autor de este artículo (*School of Communication, Information and Library Studies*). El tema de discusión fue titulado «*Common Ground*», pues se trataba de examinar los intereses comunes entre periodistas y otros profesionales de los medios de comunicación de masas, y documentalistas. Los conferenciantes presentaron las iniciativas de bibliotecas digitales de la *Library of Congress*, y la edición interactiva online de *The Wall Street Journal*. Todos los documentos del evento están accesibles en la página web de la *School of Communication, Information and Library Studies*: www.scils.rutgers.edu/jril/index.

VALORES COMUNES Y PLANES DE FUTURO

Profesionales de los medios de comunicación y documentalistas presentan una serie de valores comunes. En este momento de desarrollo de las bibliotecas digitales y de la difusión de grandes bases de datos a través de Internet, resulta

interesante repasar algunos de esos aspectos y considerar el valor añadido que estos profesionales pueden aportar en el reto de enfrentarse a la exploración de nuevos mercados y enfoques: se está pasando de un enfoque centrado en usuarios especializados, a una orientación hacia el gran público. Por tanto:

- Estos profesionales deben jugar un papel decisivo a la hora de garantizar un acceso global y universal a la información disponible en Internet.
- La libertad de expresión y de publicación adopta un nuevo significado en el entorno Internet, en el que cada uno de nosotros puede convertirse en editor de información, lo que hará necesario un marco legal acorde a la nueva situación.
- Se impone el uso de filtros en los ordenadores de bibliotecas públicas y colegios, para garantizar la protección de los niños de materiales perjudiciales para este tipo de público.
- Otros aspectos que deberán tenerse en cuenta serán la privacidad, los derechos de autor y la propiedad intelectual de un tipo de información que integra texto, imagen y sonido.
- Para poder responder a las nuevas demandas de información en Internet, las responsabilidades y orientaciones de profesionales de los medios de comunicación y documentalistas tendrán que ser redefinidas, tanto en el terreno del ejercicio de la profesión como en el de su preparación y formación.

EN CONCLUSIÓN

Existen muchas razones (el cambio en las pautas de acceso a la información, la existencia de innumerables bases de datos de bibliotecas digitales y la posibilidad de obtener información en cualquier momento y desde cualquier lugar del mundo) para que documentalistas y profesionales de los medios de comunicación aúnen esfuerzos y trabajen en conjunción. Es necesario que dichos profesionales centren su atención en investigar las características de la «nueva audiencia» de Internet, para desarrollar tecnologías y líneas de actuación acordes a dichas características.

Al mismo tiempo, deberán diseñar técnicas para incrementar un uso más eficiente de Internet. Se trataría de desarrollar la habilidad de los usuarios para que éstos consigan la información que necesiten, lo más rápidamente posible, lo que desembocará en un ahorro en el tiempo de conexión, un uso eficiente de las infraestructuras de las telecomunicaciones y la obtención de la satisfacción del «cliente», fundamental en el caso de editores de información electrónica y de profesionales de la información que ofrecen un servicio público.

Las complejidades derivadas de la puesta en funcionamiento de bibliotecas digitales deben ser también un motivo de preocupación común. La clave estaría en emprender acciones coordinadas, que eviten la duplicación de recursos,

y que aseguren la compatibilidad e interacción de sistemas y el trabajo compartido entre bibliotecas digitales.

Finalmente, estos profesionales deberán trabajar, conjuntamente, en el diseño de planes de estudio y de acciones formativas que aseguren la respuesta de los nuevos profesionales al continuo desarrollo tecnológico y a las nuevas necesidades de la sociedad.

Las bibliotecas digitales y las incontables bases de datos presentan una gran cantidad de información multimedia almacenada en billones y billones de documentos, disponibles en múltiples puntos: desde la Biblioteca del Congreso de Washington a los bancos de datos de *The New York Times*. Se impone una interrelación de toda esta información, que garantice al usuario un acceso eficiente a la información concreta que está buscando en un determinado momento: la obtención de información sobre una determinada carrera que quiere cursar un joven, la respuesta concreta a una duda sobre un tema de salud en el que está interesado un padre, o el enlace exacto a un proyecto científico cuyo enfoque coincide con el objeto de estudio de un investigador. Se trata, en definitiva, de concebir las bibliotecas digitales como el conjunto de las secciones que integran una orquesta sinfónica (cuerda, percusión y metal) y que interpretarán una nueva obra maestra común, sólo, si los diferentes músicos (profesionales de los medios de comunicación y documentalistas) son capaces de aprender a armonizar y tocar juntos.

BIBLIOGRAFÍA

- ANON (1998): «What happened in new media in 1998. A chronology of major news site events». *E&P Interactive* (Dec. 31), 1-2.
- ANON (1998): «Photo archiving in digital image». *Editor and Publisher*, vol. 131, No. 39, (September 26), 39.
- ARAMBUR CABO, M. J. and BERLANGA LLAVORI, R. (1997): «An approach to a digital library of newspapers». *Information Processing and Management*, vol. 33, 645-660.
- AUMENTE, J. (1987): *New Electronic Pathways: Videotex, Teletex and Online Databases*. Sage Publications, vol. 17, th Sage CommText Series. Newbury Park, California.
- BORGMAN, C. L. (1996): «Automation is the answer, but what are the questions? Progress and prospects for Central and Eastern European libraries». *Journal of Documentation*, vol. 52, n. 3, (September), 252-295.
- CHEPESIU, R. (1996): «Electronic news libraries». *Editor and Publisher*. 129 (37), (September 14), 28-30.
- COMMERCE NET RESEARCH CENTER, AND NEWS & IN THE PRESS (1998): *Number of Internet users and shoppers surges in the United States and Canada. Also: World wide statistics*. (August 24), 1-3.
- ELECTRONIC LIBRARY (1998): «Focus interview: libraries and the web. Taking the initiative for digital libraries». Interview with Stephen M. Griffin. *The Electronic Library*, vol. 16, No. 1, (February), 24-27.
- FELDMAN, S. (1998): «Advances in digital libraries 1998». *Information Today*, vol. 14, Issue 6, (June), 17, 63.

- GANNETT Co. press release. (1996): *Gannet joins Internet publishing venture*. (Feb. 14) Norfolk.
- HICKEY, N. (1997): «Will Gates crush newspapers?» *Columbia Journalism Review*. (November-December), 28-36.
- KIRSNER, S. (1997): «Profits in site? When will online journalism ventures begin to make money?» *American Journalism Review, AJR NewsLink*. December, 1-12.
- KOCOJOWA, M. and ALTENBEGER, A. (1995): *Modern Libraries in Poland*. PTB, Krakow, Poland.
- KOCOJOWA, M. and ZALEWSKI, W. (1996): Editors. *Libraries in Europe's Post-Communist Countries: Their International Context*. PTB, Krakow, Poland.
- LEVINS, H. (1997): «Growing impact of e-mail». *Editor and Publisher*. 130(9), (March 1), 27.
- MEYER, E. K. (1997): «An unexpectedly wider web for the world's newspapers». *American Journalism Review, AJR Newslink*. Online (Dec. 29, 1998 edition), 1-4.
- MOWER, J. (1994): «Libraries in Eastern Europe help a newly free press find its power». *American Libraries*. (February), 182-184.
- NAPOLI, L. (1998a): «Releasing survey, AOL calls Internet a necessity». *The New York Times interactive edition (Technology/Cybertimes section)*. (December 4), 1-3.
- NAPOLI, L. (1998b): «The big net story was size itself». *The New York Times interactive edition (Technology/Cybertimes section)*. (December 30), 1-4.
- REUTERS. (1998): «America Online membership climbs to 15 million». *Washington Post online (www.washingtonpost.com)* (December 30), 1-2.
- STONE, M. L. (1998): «Expect new media shakeups in the new year». *E&P Interactive*. December 31, 1-5.