

EXTRA!-NET

El impacto de la información online en las organizaciones

Durante el curso 95-96 se creó el boletín electrónico EXTRA!-NET con la intención de informar sobre todo lo que está ocurriendo en el mundo de la información electrónica. Durante el citado curso Alfons Cornellá, profesor del Departamento de Sistemas de Información de ESADE (<http://www.esade.es>) y director de su Centro de Información Empresarial en Barcelona (<http://www-acad.esade.es>) envió 150 mensajes, a razón de tres por semana. Este boletín se envía a un gran número de profesionales de la información de España y Latinoamérica y constituye un estimulante narración de los nuevos aires y servicios que van surgiendo en relación con la edición electrónica. EXTRA!-NET cuenta ya con una lista propia de distribución y con una ventana dentro de cada ejemplar de MEI.

Mensaje 203

Librerías y Revistas de la Era Digital

Puede parecer una contradicción, pero uno de los pocos productos que se están vendiendo bien por Internet (bits) son los libros (átomos). Es lógico que las librerías estén preocupadas, especialmente si comprar un libro desde casa directamente a la editorial resulta más barato (tanto en dinero como en tiempo) que hacerlo en una tienda debajo de casa. Para luchar contra esta tendencia que parece imparable, se trata de darle a la imaginación.

Así, por ejemplo, la conocida cadena de librerías norteamericana Barnes & Noble ha firmado un contrato con America Online que le permitirá vender sus libros por exclusiva a través de ese servicio online; se ofrecerán 1 millón de libros, y los precios serán un 30% más bajos que los que aparecen en contraportada, un descuento superior a los que ofrecen en sus propias tiendas físicas. Para ello, ha montado un equipo de 50 personas (Wall Street Journal Europe 29/01/97 p4). Otro grupo, Borders (<http://www.borders.com/>) está a punto de lanzar su propio sistema, como el francés FNAC (<http://www.fnac.fr/>); otros ya lo han lanzado, como WH Smith en Inglaterra, Blackwell (<http://www.blackwell.co.uk/>), o Dillons (<http://www.dillons.co.uk/>). Por cierto, en España tenemos ya dos webs de venta de libros: LibroNet (<http://www.libronet.es/>) y LibroWeb (<http://www.libroweb.com/>).

La competencia es pues, global. Como indica el artículo, no se trata de quejarse sino de actuar (lo que no dice es que hacer si no se puede actuar), y que “más vale tarde que nunca”. Aunque competir con monstruos como Amazon (<http://www.amazon.com>) está difícil, francamente (la facturación de esta empresa crece un 30% cada mes, y sus empleados han pasado de ser 7 a 200 en menos de 2 años). Los estados quizás tendrán la tentación de intervenir a través de controles aduaneros, lo que está en contra de la moda globalizadora.

Si bien las librerías en el web van por lo general viento en popa, parece ser que las aventuras editoriales en la Red no van tan bien. Ya lo vimos hace unos días cuando comentamos que la revista Slate (<http://www.slate.com>), lanzada por Microsoft, abandonaba la idea de la suscripción. Y así lo sugiere también un artículo del *Wall Street Journal* (15/01/97 p1) sobre algunas iniciativas de edición digital que están replegándose. Cuenta por ejemplo cómo la revista *Spiv de Turner* se cerró. Y predice que solo los grandes grupos de comunicación podrán resistir las constantes pérdidas (el Pathfinder de Time puede estar perdiendo de 5 a 10 millones de dólares al año); la edición en el web requiere paciencia. El propio *Wall Street Journal* pasó de los 600000 usuarios online que se registraron en la época gratuita a los 50000 que ahora pagan.

Además, la lectura digital no es que sea la primera afición de los internautas; además de algunos temas universales que el lector se imaginará fácilmente, se tiene que tener en cuenta, por ejemplo, que el web más visitado en el Reino Unido es 'Just Football' (<http://www.tis.co.uk/football/>).

Por cierto, que el nombre con el que han registrado este web en *Yahoo* (y quizás en otros motores) es 'No Sex, No Money, Just Football', posiblemente porque eso les asegura salir en un porcentaje elevado de los resultados de las búsquedas promedio realizadas por los internautas, siempre a la búsqueda del último comentario sobre la 'Crítica de la Razon Pura' de Kant, por supuesto. O sea, que a lo mejor se trata de registrar un web en Yahoo por 'No sex, no money, just books':-)

En cuanto a nuestra experiencia de edición digital, EXTRA!-NET sigue adelante, con más de 650 suscriptores 'oficiales' y creciendo. Gracias por seguir sintonizados.

Alfons Cornella / *ESADE Barcelona*
cornella@esade.es

Mensajes anteriores e instrucciones de suscripción en: <http://www-acad.esade.es/~cornella>

