

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGIA

BIBLIOTECA



CENTRO INSTITUTARIO
DE INVESTIGACIONES
BIBLIOTECOLOGICAS

"LA INDUSTRIA Y EL MERCADO DE LA INFORMACION EN 1990"

Ponencia presentada por:
Lic. Francisco Ralón
Gremial de Exportadores de Productos
no tradicionales, Guatemala

PRIMERAS JORNADAS ESTUDIANTILES DE BIBLIOTECOLOGIA Y CIENCIAS DE
LA INFORMACION

Guatemala, 5 - 7 septiembre, 1990

INFOBILA

LA INDUSTRIA Y EL MERCADO DE LA INFORMACIÓN

EN 1990

Voy a tener el agrado de desarrollar el tema de la industria y el mercado de la información, tema que se presta a ser tratado mucho más fácilmente desde el punto de vista cuantitativo que cualitativo, ya que las cifras, estadísticas y números, impresionan indudablemente. Pero me parece que siendo nosotros los humanistas poco aficionados a ello, sacaremos más provecho si le damos más importancia a un enfoque cualitativo.

Pretendo con esta presentación, dar una visión global del estado del arte, del mercado de la información, tratando de orientar la presentación hacia las implicaciones que pueda tener para nuestra profesión.

FIGURA 1: UBICACION DE LA INDUSTRIA DE LA INFORMACION

Iniciaré esta presentación tratando de ubicar la industria de la información, con respecto a las carreras de las ciencias de la información, lo cual podemos ver en este cuadro.

Tenemos al principio las profesiones de Bibliotecología, Archivología y Documentación, que son las principales en el campo actual de la información. La aplicación de las ingenierías a los productos y servicios tradicionales propios de estas carreras, es especialmente en lo que va del presente siglo, da origen a una especialidad conocida como "INGENIERIA DOCUMENTARIA", la que fuera de consideraciones teóricas y académicas, busca la aplicación y aprovechamiento práctico de los conocimientos de esas profesiones y que busca también mejorar su funcionamiento, mediante el agregado de los conocimientos de las telecomunicaciones, la electrónica y la informática.

FIGURA 2: PRODUCTO AUMENTADO, TANGIBLE Y NUCLEO

La ingeniería documentaria aplicada ha dado origen a productos y servicios de información susceptibles de ser producidos "en masa" y comercializados hacia un público mayor, y los ha extendido hacia otras aplicaciones que no son las que se daría tradicionalmente en una biblioteca o centro de documentación. Nace de esta manera, la "INDUSTRIA DE LA INFORMACION" la que por medio de una variedad de tecnologías, produce soportes, medios y servicios a los que les da un valor agregado de calidad, rapidez, confidencialidad o facilidad de uso y que no son un objetivo en sí mismos, sino que realmente son una necesaria forma física de explotar su contenido: la información.

Las tecnologías que explota la industria de la información son algunas ESTATICAS, porque constan de aparatos o máquinas que reproducen o almacenan y facilitan la recuperación de datos (informática, microfotografía, reprografía) y otras tienen el carácter de DINAMICAS y son las llamadas "telemáticas" cuyo papel es básicamente el de facilitar el acceso y la transmisión.

FIGURA 3: ESQUEMA CONCEPTUAL DE DERWIN

Veamos ahora de donde surge el mercado de la información. Cuando alguien decide a establecer una industria, es porque ya ha identificado las necesidades del mercado, y establecido plenamente que este mercado es real. Sin mercado, sin compradores, y sin la recompensa de ganancias, nadie se pone a producir nada naturalmente, y las industrias se crean para satisfacer las necesidades manifestadas por el mercado.

En esta figura vemos una descripción gráfica de las barreras que se oponen a la transferencia de información, pero también muestra los elementos involucrados en un mercado de información: el individuo que busca la información porque la necesita; la expresión de sus necesidades de información, las fuentes de informa-

ción y la culminación del proceso, es decir, la satisfacción de sus necesidades. En el centro aparecen las necesidades de información, que son el motor que hace que el individuo haga algo para satisfacerlas, creando el mercado potencial.

FIGURA 4: CONTEXTO EN EL QUE SE BUSCA LA INFORMACION

Las necesidades dan origen a la creación de los productos y servicios pero esos productos y servicios están necesariamente relacionados, con el contexto en el que se busca la información. De esta manera, en un ámbito rural, las necesidades de información serán muy distintas, de las que encontraremos en ámbito ciudadano o académico, por ejemplo.

FIGURA 5: EL PROCESO DE INTERCAMBIO

El contexto en el que se satisfacen las necesidades de información, también determina el proceso de intercambio de bienes y servicios de información.

Mientras que en un contexto puramente comercial, de tipo empresa privada, el usuario se le considera CLIENTE O CONSUMIDOR, siendo el precio de mercado el que determina el equilibrio entre la oferta y la demanda; en un contexto institucional, del sector público por ejemplo, el usuario hasta ahora ha considerado que la comunidad le debe proveer esos servicios sin mediar cobros, puesto que el ya ha entregado sus impuestos y por tanto, se le deben esos servicios.

Estas diferencias de actitud respecto al intercambio de productos, dan como resultado dos enfoques de los servicios y productos, los que determinan la forma total de funcionamiento tradicional de las bibliotecas y el enfoque nuevo, comercial, aprendido de la mercadotecnia, en la cual el centro de la atención es el usuario o cliente. Veámoslo en este cuadro:

FIGURA 6. DIFERENCIAS ENFOQUE PRODUCTO Y COMERCIALIZACION

(Repasar todos los incisos)

Todo este examen de los enfoques, sólo tiene la intención de ayudarnos a ver cuales son las oportunidades que se aprovechan para la comercialización de la información y la satisfacción del mercado. Vale la pena notar, que estos dos enfoques pudieron haber existido aún antes de la automatización, y que la única diferencia notable es que ahora ya se está aceptando como más "normal" el cobro por los servicios.

Pero hasta el momento sólo hemos visto la ubicación y origen de la comercialización de información. Ahora corresponde la pregunta sobre ¿Qué se produce y vende? ¿Qué abarca ese mercado?

FIGURA 7: PROCESO DE TRANSFERENCIA DE INFORMACION CIENTIFICO-TECNOLOGICA

La respuesta es que la industria de la información abarca hoy día, todos los momentos de la vida de la información, - desde que se origina, hasta la creación de sub-productos y servicios.

Esto es un proceso a nivel mundial, y es propio de este siglo y que ha prosperado haciendo uso intensivo de la tecnología más moderna.

FIGURA 8: ESTRUCTURA DE LA INFORMACION Y CANALES DE COMUNICACION

En este cuadro que presenta LOS CAMINOS DEL CONOCIMIENTO, vemos su evolución y transformación en el tiempo, el cual a pesar de la tecnología sigue siendo el mismo. La diferencia hoy día es precisamente, que en todas estas etapas e instancias, encontraremos alguna industrialización y el agregado de las facilidades actuales de transmisión en el tiempo y el espacio, de esos mismos datos, que antiguamente sólo viajaban en papel.

Por comodidad, dividiremos los productos de la industria de la información en dos grupos, que coexisten:

- I. Productos de la imprenta
- II. Productos de la electrónica

FIGURA 9: FUENTES INFORMATICAS DOCUMENTALES

Los productos de la imprenta, que vemos en esta gráfica, son también los productos más conocidos para nosotros, y los que tradicionalmente se han aceptado en las bibliotecas, hasta el momento. La bibliotecología está también enfocada hacia el manejo, clasificación y administración en general de la información contenida en estos productos.

No podemos continuar sin prestar aquí un reconocimiento a la enorme contribución que hiciera Gutenberg al haber logrado sacar avante su invento. Pero muy frecuentemente se olvida al hablar de Gutenberg, que su invento para él sólo era un medio en el logro de su objetivo, que era la reproducción "masiva de documentos. Gutenberg fué el padre de la producción industrializada y mecanizada, de libros. También se olvida frecuentemente que su objetivo era también obtener ganancias económicas con su invento, lo cual significa que si él se empeñó en sacarlo adelante, era porque veía que había ya un mercado amplio y ansioso de recibir más libros. El éxito que la imprenta de tipos móviles tuvo, y su rápida propagación demostraron que Gutenberg tenía razón, y con ello se inició lo que hoy conocemos como "la industria editorial"

Pero de todos los productos de la imprenta, quizás los que sobresalen hoy día por el enorme volumen de ventas y su difusión fácil, son los libros y las revistas.

Respecto al mercado del libro en nuestros días, algunas de sus características más notables son las siguientes:

Según Peter Simon, Vice-Presidente de la Editorial R.R. Bowker, en los últimos 16 años la tendencia ha sido la de publicar 25% o más en pasta suave, de cualquier título. A la vez,

persiste la publicación conjunta de un mismo título en pasta suave y pasta dura. Otra novedad lo constituye el hecho de que, los grandes editores ya no conservan los textos originales en papel, sino que los almacenan en computadoras.

En cuanto a la escogencia, cuáles títulos publicar y cuáles no, privan razones puramente mercadológicas, sobre las académicas e intelectuales. Esto favorece que el 70% de los títulos que se publican en Estados Unidos y Europa, estén fuera de impresión 3 años más tarde.

Pero, el hecho de que un libro se venda rápidamente o se agote la edición, no necesariamente significa que tiene "calidad" o mérito literario o intelectual. Muchas veces, el que un libro se convierta en un "best seller" o "éxito de librería" no depende de la avidez del público por leerlo, sino del presupuesto asignado a su publicidad, y de las técnicas de distribución del mismo en los mercados de salida.

En nuestros días, no hay nada mejor para hacer que se venda un título que lograr que lo conviertan en película, o serie de televisión. De este modo, el libro tiende a venderse como un "subproducto" de la película, cuando en realidad, ha sido al revés.

FIGURA 10: EL DESMESURADO CRECIMIENTO DEL CONOCIMIENTO

Por lo que respecta a las revistas, podemos ver en esta gráfica la enorme proliferación que ellas han tenido desde que en 1665 apareciera la primera especializada: el Journal des Savants, en Francia.

El crecimiento que aquí se ve es uno de tipo exponencial.

Basta examinar las materias que se encuentran en un Directorio como el "Ulrich"s para darse cuenta que existe por lo menos una revista para cada tema.

Tal vez la característica más notable en el mercado de las revistas es su corto período de vida. En ellas, existe la tendencia a fusionarse con otras del mismo editor, o a cambiar de nombre.

Las revistas son la fuente más accesible a información de última hora o actualizada, tanto para el individuo como en una biblioteca. Esto las ha convertido en la fuente de información que más rápidamente se está transfiriendo hacia formatos electrónicos. De esta suerte, hoy pueden encontrarse no solamente las referencias bibliográficas de millones de artículos de revistas, sino también, los textos completos de revistas y diarios, e incluso actualizados, al instante, en las Bases de Datos en Línea o en Discos Ópticos. Aquí ha estado en desventaja debido a su extensión.

Ultimamente la tendencia se ha invertido, al aparecer publicaciones enteramente electrónicas primero, y que solamente después son publicadas en papel.

Las ventajas de tener las publicaciones periódicas en otros formatos no de papel, aún como microficha o microfilm, son innegables para el usuario serio, que necesita de verdad el acceso rápido y confiable a la información. Esto porque las publicaciones periódicas en esos formatos, permiten ser identificadas más rápidamente, y las posibilidades de índices y de los recursos de búsqueda de la informática, ahorran tiempo y recuperan más información.

FIGURA 11: INFORMACION ELECTRONICA

Hablado de los productos de información electrónica, éstos podemos apreciarlos en este listado,

En realidad, no son muchos, pero se ha abierto su propio segmento de mercado, desde su aparición. Cada uno de estos productos, o grupos de productos, parecía que iban a desplazar a los

otros; pero parece últimamente, que más bien se han vuelto complementarios, existiendo un nicho de mercado, según usos y costos, para cada uno de ellos.

Todos estos productos tienen en común con los productos de la informática, el problema de la compatibilidad, lo que va en desventaja de su mayor venta y difusión.

Otra característica común, es que su lengua de operación básica es predominantemente el inglés. Ya comienzan a aparecer productos que presentan alternativas en otros idiomas, pero todavía son pocos.

Tampoco podemos olvidarnos de mencionar aquí los costos, que aún en los países desarrollados, se consideran todavía relativamente altos, en ciertos casos. Sin embargo, en esos países estos productos fueron bien aceptados por el mercado, porque existe mayor conciencia del valor de la información, y también porque existen más posibilidades de aplicarla en investigación o para fines lucrativos.

Los productos electrónicos de información son la parte más interesante de la industria y el mercado total de la información, porque presentan una contraparte competitiva en los productos de papel, y especialmente por los retos que han planteado, respecto al futuro del libro y por consiguiente, al futuro de las bibliotecas, su existencia y su modo de operación.

Estos productos han sacado la información de una posición pasiva, institucionalizada, y la han llevado a un papel activo, poniendo la búsqueda prácticamente en manos del usuario, instalando la biblioteca en su propio escritorio. Así, un artículo aparecido en 1981 estimaba que 70 millones de registros bibliográficos están ya disponibles en línea, y que más de 10 millones se

agregan cada año. Creo que un cartel de anuncio de la compañía "Dialog" ejemplifica muy apropiadamente esto que digo, al anunciar "COMO ESTRAR A LA BIBLIOTECA A LAS TRES DE LA MAÑANA". Hoy es posible literalmente tal situación.

Diremos sólo breves palabrar acerca de cada una de estas tecnologías porque ya en otras partes de estas Jornadas, usted ya hablaron de ellas.

BASES DE DATOS EN CD-ROM

Se puede decir que esta es la última novedad en el mercado de la información. Su rápida aceptación se ha debido a los ahorros que presenta tener la información accesible en la propia oficina, sin tener que depender de las compañías de telecomunicaciones, y a los ahorros que ello puede representar en ciertos casos, en cuanto a tiempo y dinero.

Sin embargo, estos ahorros sólo se hacen reales cuando se tiene una necesidad constante de necesar a la información contenida en el disco. De lo contrario, se estaría pagando por una capacidad ociosa.

Las comparaciones de costos de uso de CD-ROM se hacen casi siempre contra la misma información accesible en línea o en papel. Estos discos representan de entrada un ahorro de espacio físico, si se desea considerar este costo de almacenaje. Pero esto podría contrarrestarse con la necesidad de tener un aparato lector de CD-ROM; los costos de esta aparato, cada día bajan más a la par que sus pacacidades van subiendo.

El CD-ROM ha tenido mayor aceptación en las grandes bibliotecas académicas, y en compañías con necesidades de información constante y bastante bien identificadas. Sobre todo si son de datos fácticos, numéricos o estadísticos, la recuperación directa del dato les da mayor costo-eficiencia. No así cuando se considera que la mayoría son de tipo referencial, y que no hay todavía CD-ROM de textos completos. Esto las hace

depender aún de la consecución del texto original en papel, con el consiguiente lapso de por medio. Pero por otra parte, la información en CD-ROM es ofrecida a la venta incluyendo la posibilidad de actualización periódica, mediante el intercambio de los discos.

FIGURA 12: DIRECTORIO DE BASES DE DATOS

BASES DE DATOS EN LINEA:

El mercado de las Bases de Datos en Línea, creció exponencialmente desde su apareamiento en las bibliotecas, en los años 70s. Se calcula que hoy existen más de 8,000 disponibles en todo el mundo, y su número continúa aumentando.

Gracias a la telemática, cualquier depositario de información que esté en computadora, puede ser hecho disponible para consulta de distancia, y cada vez más fácilmente, desde el punto de vista técnico.

Debido a ello, se ha acrecentado la disponibilidad de información accesible en línea, tanto en cantidad como en su temática.

Para ejemplificar ésto, vemos aquí una página del DIRECTORIO BASES DE DATOS DEL MUNDO, publicado por FUINCA en Madrid.

Pero no todo son sonrisas, pues el problema más notable de las Bases de Datos en Línea, lo constituye la anarquía que prevalece en cuanto a los lenguajes de búsqueda, y especialmente, a los sistemas de cobros de todas ellas.

Vale la pena mencionar aquí que en nuestro país ya se habló, en una mesa redonde de la Convención Anual de Informática, de 1986, acerca de la posibilidad de crear nuestras propias Bases de Datos para acceso en Línea. Se mencionó allí a varias

instituciones gubernamentales que tienen información que el sector productivo necesita, con lo cual se planteó también un potencial para explotación comercial, y un mercado perdido así como probables ingresos no percibidos por las instituciones dueñas de la información, al no facilitar dicho acceso.

PAQUETES PARA LA ADMINISTRACION DE PROCESOS EN BIBLIOTECAS:

La automatización de las bibliotecas estimuló la creación de paquetes de programas para usos específicos en ellas, y los centros con funciones similares de manejo de información.

Existen hoy día programas para automatizar casi todos los procesos técnicos, en circulación y catalogación, con excepción de la clasificación. Pero el mercado de estos programas ha trascendido las bibliotecas, extendiéndose a las empresas y a los particulares.

Característica importante de estos productos es que los programas originales son casi siempre creados para satisfacer las necesidades de una biblioteca en particular, y a partir de su implementación, son ofrecidos al público.

Pero más importante aún, es que estos paquetes facilitan aún más la proliferación de bases de datos bibliográficas automatizadas, acrecentando el potencial de las que posteriormente podrían accederse en línea.

LIBROS EN AUDIOCASSETTES Y VIDEOGRABACIONES:

Desde que los audiocassettes se abarataron, y desde la reciente explosión mundial en las ventas de aparatos de vidograba- ción, estos productos han entrado al mercado a competir con la venta de libros.

Muchos de estos productos, fueron originalmente destina -

dos a invidentes, o como productos de entrenamiento y capacitación, pero pronto fueron aprovechados por personas que por razones de tiempo o gusto personal, no pueden leer. Podemos recordar, por ejemplo, al automovilista que desea aprovechar su tiempo de recorrido, escuchando algo que no puede leer debido a tener que manejar.

Estos productos audiovisuales, comparados con un libro, presentan la ventaja que son lo más cercano a la realidad que existe, porque permiten participar, casi "vivir" las situaciones, escuchar la voz original de grandes personajes de nuestra historia más reciente, tales como Churchill o Hitler o los astronautas, o escuchar piezas de literatura oratoria o poética ejecutadas por sus propios autores.

Pero, en las bibliotecas de las grandes ciudades de Estados Unidos y Europa, se ha notado la competencia entre estos productos y los libros. De este modo, se ha comenzado a considerar que estos productos de algún modo parecen amenazar la afición por la lectura y al mercado del libro.

AGENTES DE INFORMACION:

El agente de información no es un producto, ni es electrónico, ni es un servicio, pero sí es una especialidad laboral que en gran medida ha sido hecha posible a nivel internacional, gracias a las facilidades de telecomunicaciones y a los otros productos electrónicos. Es una especialidad ejercida en su mayoría por bibliotecarios de profesión.

El agente de información es un bibliotecario independiente, que cobra por sus servicios, y se le ha definido a veces como un BIBLIOTECARIO EMPRESARIO. Es de hecho, un bibliotecario que vende sus habilidades dentro del mundo de los negocios, y no en el cómodo refugio de un empleo permanente en una institución,

El agente de información hace uso extensivo y exhaustivo de la tecnología más moderna disponible a su alcance, para conseguir, identificar, transmitir y comunicar información. Muchos de estos aparecen como otro servicio más disponible dentro de las grandes redes de correo electrónico, y sus servicios van desde conseguir un documento, hasta conseguir un dato.

Qué hacen los Agentes de Información en detalle?

FIGURA 13: EL AGENTE DE INFORMACIÓN EN EL MERCADO DE LA INFORMACIÓN;

En este acetato podemos ver en dónde está el mercado para el trabajo de los agentes de información.

Una característica de estas actividades es que pueden realizarse en forma continua, bajo contrato permanente, o también contratos cortos u ocasionales. El agente de información vende sus habilidades y experiencia personal, dentro de un mercado de libre empresa, al que mejor le pague.

Estos agentes han definido ampliamente su campo de acción en la frase: "en donde exista confusión, hay oportunidad para un bibliotecario", con lo cual resaltan la experiencia en sistematización, ordenamiento, clasificación y catalogación que un bibliotecario puede ofrecer. Los que han triunfado son gente que tiene el mejor espíritu de empresario y son los que saben bien claramente cuáles son las habilidades que venden mejor, y que han identificado a quien vendérselas. Ellos pueden explicar en pocas palabras, que cualquiera comprende, qué es lo que hacen y muestran más interés en sus clientes que en lo que hacen.

La Asociación de Empresarios Americanos reportó que los agentes de información, están percibiendo entradas anuales de U\$30,000 a 40,000 al año que puede devengar un bibliotecario con Maestría a sueldo fijo en una institución.

FIGURA 14: EFECTOS DEL MERCADO DE LA INFORMACION EN LA BIBLIOTECOLOGIA

No podemos terminar este tema sin examinar brevemente las consecuencias que ya está teniendo en la profesión de bibliotecario la comercialización de la información.

DESPLAZAMIENTO DEL LIBRO COMO CENTRO DE LA BIBLIOTECOLOGIA

Para los que amamos el libro como compañero íntimo, sería doloroso pensar que éste pudiera desaparecer del mercado. Pero personalmente creemos que esto nunca sucederá, pues los que sabemos del gozo de la lectura de una obra de nuestro gusto personal, creemos que no es el mismo placer que oírla o verla representada. Más bien, estas otras posibilidades se agregan al gozo de haberla leído. Según esto, los que amamos la lectura, siempre estaremos dispuestos a gastar en comprar libros, por lo que estimamos que siempre habrá ventas de libros, aún en los países pobres.

Pero sí es cierto que los productos de la industria de la información, están desplazando al libro como fuente principal de información. Hoy día, ya es posible conocer de libros, artículos e informes aún mientras los están editando, o antes de que alguien piense en hacerlo.

La atención que antes tenía el libro, se está desplazando hacia el acceso a la información o dato, y en satisfacer las necesidades personalizadas del usuario. En consecuencia, todo lo que se haga con los libros, no tiene justificación si el usuario no va a encontrar la información contenida en él, y para lograrlo, se tendrá que hacer uso extensivo de toda la tecnología disponible.

MAYOR ACCESO DEL PUBLICO MASIVO A FUENTES DE INFORMACION NO TRADICIONALES

Mientras que las bibliotecas fueron creadas como grandes

depositorios de información, que a la vez eran un punto focal de centralización de la misma, ahora el acceso se está "descentralizando", y está sucediendo que el usuario puede hacer sus búsquedas en su propia casa u oficina, y sólo dirigirse a la biblioteca cuando ya sabe lo que necesita y ya tiene identificados los documentos.

Y mientras que la tradición había sido tener que ir a la biblioteca para informarse, ahora la telemática prácticamente "lleva" la biblioteca a la casa del usuario también, lo que significa que más personas pueden tener conocimiento de las fuentes de información, sin depender de la biblioteca.

Dentro de este público masivo de la información, estamos incluidos los que desde países como el nuestro, accedamos a Base de Datos en Línea de todo el mundo. Es indudable que ahora podemos tener conocimiento de toda la información, o de casi toda la información disponible en el mundo, desde aquí, lo cual antes era imposible, y que era un factor que ahondaba las diferencias tecnológicas y académicas entre el llamado "mundo desarrollado" y el "tercer mundo"

LA CATALOGACION Y CLASIFICACION TRADICIONALES SERAN DESPLAZADAS POR LAS TECNICAS AUTOMATIZADAS

La importancia que en un momento tuvieron los sistemas de clasificación bibliotecológicos, se irá perdiendo en el futuro en la medida en que se automaticen las bibliotecas, ya que la automatización permite técnicas más sencillas y rápidas para la identificación de los documentos.

En este sentido, más importante que el número de clasificación asignado, está resultando la pronta recuperación del libro o documento, y en esto, las técnicas de la informática también han demostrado eficiencia. Esto significa además, una preferencia creciente por el uso de Tesoros, en lugar de "Listas

de Encabezamientos de Materia".

FIGURA 15: RECURSOS DE BUSQUEDAS EN BASES DE DATOS:

También, las técnicas de búsqueda informatizadas parece que van haciendo menos necesaria la asignación subjetiva de descriptores, porque permiten buscar directamente dentro de los textos, los títulos u otros campos, el tema deseado, lo que evita la subjetividad del catalogador al asignar las materias.

Asímismo, estas técnicas de la informática, hacen posible mayores índices de recuperación y de pertinencia en la búsqueda de información.

PLURILINGUISMO E INTERNACIONALIZACION DE LA INFORMACION Y DE LA PROFESION

Como consecuencia de la proyección universal del mercado y la industria de la información, el problema de las fronteras en el flujo de ésta se está trascendiendo. Pero junto con esta desaparición de fronteras, aparece el problema de las diferencias de idiomas, el cual se hace mas patente en nuestra profesión.

Aunque el inglés parece ser el idioma tácitamente adoptado para generar los abstractos, aún hasta por los chinos y los japoneses, y el más usado para la traducción de los títulos y datos bibliográficos, ésto parece resaltar la necesidad de que todo aquel que desee desempeñarse con habilidad en el mundo de la información, se vea obligado a manejar por lo menos ese idioma con bastante autosuficiencia.

Por otra parte, la accesibilidad más frecuente a documentación en otros idiomas, hará deseable aún más el plurilingüismo del personal que la maneja.

* * * * *

Para concluir, personalmente creo que el futuro de la bibliotecología estará fuertemente marcado por la evolución que la industria y el mercado de la información sigan teniendo, y por la aceptación que los productos de esas industrias tengan en el mercado mundial.

Espero entonces, que esta presentación haya cumplido su objetivo de dar una visión global de la situación y tendencias actuales, y de mostrar las relaciones que la industria y el mercado de la información tienen y tendrán en el ejercicio de nuestra profesión.

- MUCHAS GRACIAS -