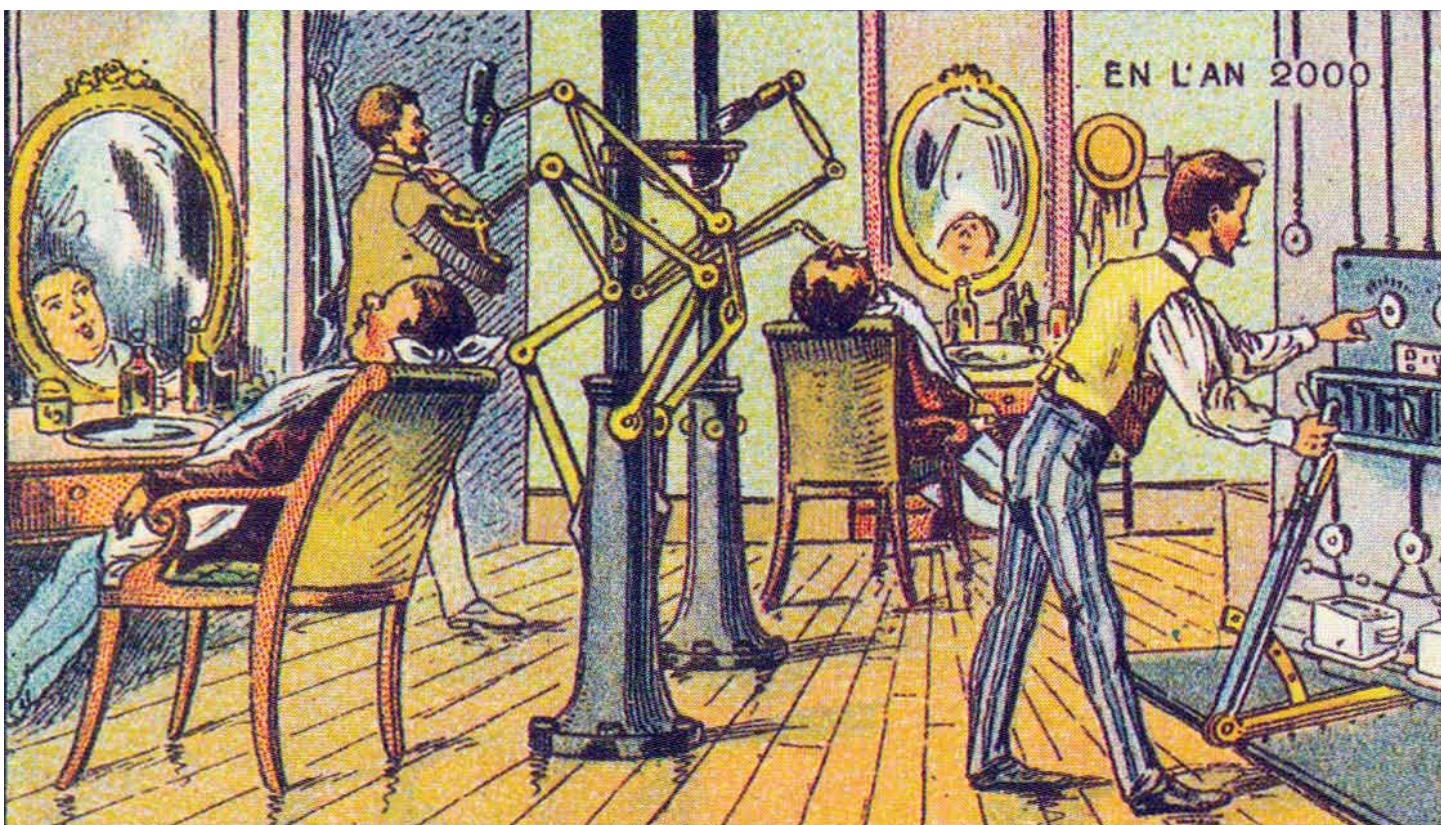


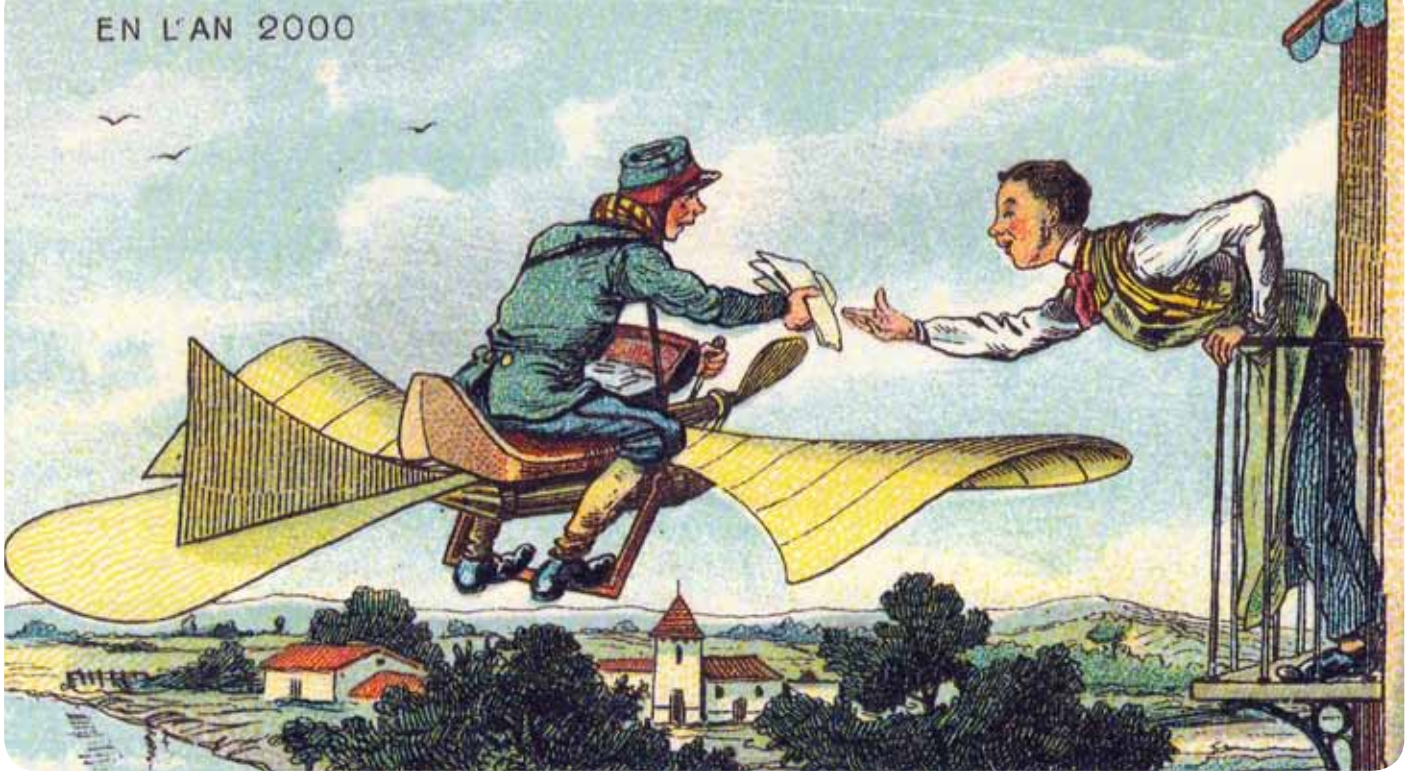
La Revista de la Universidad de México en Internet

Sandra Heiras
Guillermo Vega Zaragoza



LA DISCUSIÓN TEÓRICA ACTUAL sobre la apabullante presencia de lo digital en el medio editorial es amplia y casi interminable. Las opiniones y los pronósticos están divididos. Algunos, como Roger Bartra, destacan que, debido al acelerado cambio tecnológico, “todavía no hay nada que garantice que un texto digitalizado hoy pueda ser leído dentro de 200 años”.¹ Otros, como Gary Hall, son entusiastas y señalan que la tecnología digital está impulsando

¹ Roger Bartra, “El futuro del papel”, *Congreso internacional del mundo del libro. Memoria*, FCE, México, 2009, p. 168.



una democratización de los espacios académicos e intelectuales: “la muerte del papel como medio de circulación de ideas es un adelanto formidable”, y compara el destino del libro con el de los billetes y las monedas, que están siendo sustituidos por las transacciones digitales como medio de intercambio comercial.²

El debate acerca del futuro de las publicaciones culturales en el medio digital sigue estas líneas de argumentación. Por lo que parece necesario asumir una posición al respecto que reconozca la posibilidad de congeniar e integrar lo mejor de los dos mundos para aprovechar las oportunidades y enfrentar los retos que nos plantea un entorno abierto a la exploración.

En este sentido, la experiencia de la *Revista de la Universidad de México* en Internet (revistadelauniversidad.unam.mx) ha sido singular, pues se trata de una publicación cultural universitaria de añejo prestigio que ha tenido que incursionar a fondo en el mundo digital.

Como parte de una amplia iniciativa para dar acceso a los estudiantes y al público en general a los acervos digitales de sus múltiples publicaciones, tanto periódicas como en forma de libro, la Universidad Nacional Autónoma de México está llevando a cabo la iniciativa del portal *Toda la UNAM en línea* (unamenlinea.unam.mx), donde se pueden encontrar todas las publicaciones científicas y de divulgación, revistas

académicas, reportes de investigaciones, libros, etcétera, que se realizan en la Máxima Casa de Estudios del país.

En este marco se ha inscrito la incursión en el mundo digital de la *Revista de la Universidad de México*, la revista más longeva del país, nacida en 1930, aprovechando las ventajas tecnológicas de Internet al poner la totalidad de sus contenidos en su página web y aprovechar la inmediatez de las redes sociales para ampliar su público lector.

La primera versión de página digital de la *Revista de la Universidad de México*, en la época en que ha sido dirigida por el escritor Ignacio Solares, se puso en línea en 2006. En un análisis de esa etapa realizado por Lizbeth Luna González, se puede encontrar un “retrato” de esa primera incursión digital que a todas luces resultaba limitado: el índice en versión web, artículos basados en una preselección, reportaje gráfico y videos (originales), mediante los cuales los autores y los artistas plásticos aportaban una lectura o un comentario acerca del artículo que habían publicado en la versión impresa, así como seis artículos en versión HTML y todos los contenidos de la revista en formato PDF.³

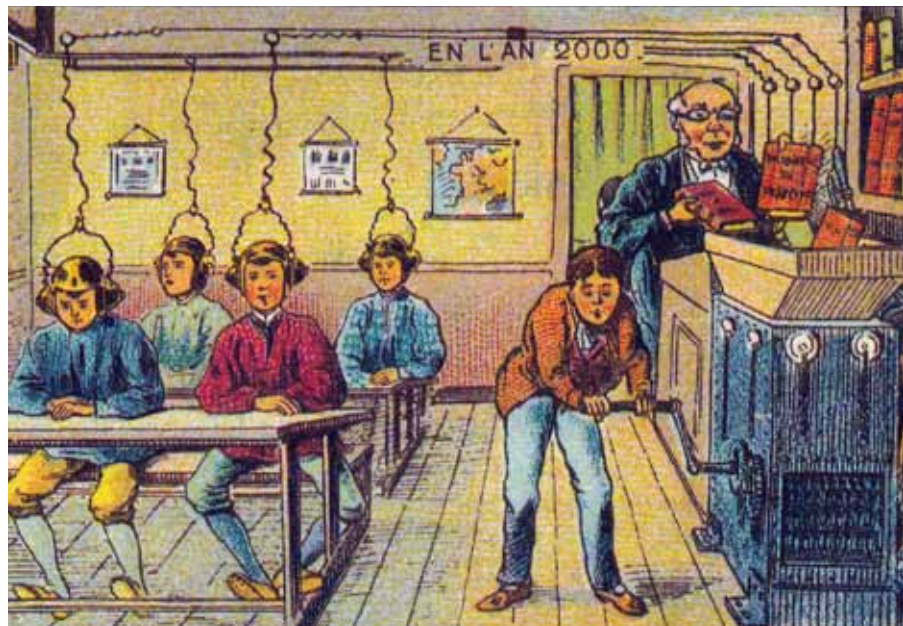
Durante cinco años, la versión digital de la *Revista de la Universidad de México* se mantuvo sin cambios. Sin

² *Idem.*

³ Lizbeth Luna González, “Revista de la Universidad de México. Del papel a la pantalla”, *Revista digital universitaria*, 10 de agosto de 2008. Fecha de consulta 24 de marzo de 2012. Disponible en: <http://www.revista.unam.mx/vol.9/num8/art61/art61.pdf>

embargo, se vio la necesidad de actualizar y enriquecer tanto en materia tecnológica como en sus contenidos a la publicación. Por ello, en 2012, se decidió que la versión digital de la revista no fuera una simple trasposición de la edición en papel, sino que fueran ediciones “hermanas” que se complementaran y se enriquecieran mutuamente para cumplir mejor con uno de los objetivos fundamentales de la UNAM: la promoción y difusión de la cultura entre la comunidad universitaria y el público en general. Por otro lado, se vislumbró la posibilidad de que la versión digital pudiera generar sus propios recursos mediante la venta de publicidad, con el fin de hacerla autosustentable y reinvertir en su propio mejoramiento.

Para lograr dichos objetivos, el equipo de la *Revista de la Universidad* ha contado con el apoyo de la Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación (DGTIC) de la UNAM para desarrollar una nueva interfaz gráfica con elementos gráficos dinámicos en cada una de las secciones del sitio y presentar todos los contenidos en versión HTML y no sólo en formato PDF, con una breve información sobre el autor y con enlace a otras publicaciones del mismo, *widgets* para redes sociales y una opción de impresión directa dentro de cada artículo; una ventana para la consulta de video entrevistas, material exclusivo que no se ofrece en la versión impresa; un enlace para la descarga de la edición digital móvil en formato *epub*; una ventana para la consulta de los programas que la *Revista de la Universidad de México*, en colaboración con TvUNAM, realiza mensualmente; un menú de suscripciones a redes sociales, un menú de suscripciones a la versión impresa y uno más para recibir, vía correo electrónico, las novedades de la última publicación digital, además de contar con *banners* para publicidad y sitios de interés. En cuanto a ingeniería, se introdujo el servicio de Google Analytics que permite medir la cantidad de usuarios y el tiempo que navegan en

Villemard, *Visions de l'an 2000* (1899)

la página, así como un gestor de contenidos Open Journal Systems de Public Knowledge Project, que facilita la indexación en Google Scholar, da mayor visibilidad en directorios de publicaciones de la red y permite mayor interoperabilidad en el intercambio de metadatos.

A partir del lanzamiento de la nueva época de la versión digital, en junio de 2012, en ocasión de la publicación del número 100 de su época actual, aprovechando el potencial de las redes sociales como Facebook y Twitter, se ha logrado ampliar explosivamente la difusión de los contenidos de la revista, sobre todo entre los lectores más jóvenes que no están habituados a publicaciones culturales de este tipo. De esta forma, se ha logrado un crecimiento exponencial de visitantes. De acuerdo con el contador de accesos del servidor de la UNAM, en enero de 2008 se tuvieron 4,736 accesos mensuales. En la actualidad, a septiembre de 2012, se ha elevado a 1,114,965 accesos al mes, es decir, 38,165 accesos diarios.

Para 2013, la *Revista de la Universidad* tiene programado poner a disposición del público mediante Internet todo su acervo de contenidos anteriores, de 1930 a 2004, el cual hasta la fecha se encuentra sólo en formato impreso y suma más de 40,000 páginas.

La experiencia de poner al día una publicación cultural con tanta historia como la *Revista de la Universidad de México* no ha sido fácil. El principal reto ha sido adecuar su perfil definido y tradicional al nuevo rostro digital para hacerlo más atractivo al público joven, que es el principal usuario de Internet. Asimismo, se han tenido que enfrentar inercias y limitaciones de recursos (estos nunca parecen ser suficientes), pero gracias al esfuerzo y al trabajo en equipo ha sido posible avanzar con pasos firmes. El objetivo siempre ha estado claro: lograr que los contenidos de la revista lleguen a la mayor cantidad de lectores posible, a fin de extender los beneficios del arte, la cultura y la ciencia a toda la población. Como universitarios, con eso estamos comprometidos. 