



Universidad de Salamanca

V Coloquio Internacional de Ciencias de la Documentación



«Sociedad de la Información e Información para la Sociedad»

Salamanca, 4 y 5 de noviembre de 2004

Recursos electrónicos, investigación y profesionales de la información

Juan Carlos Martín González
Swets Information Services
jmartin@es.swets.com

Introducción

En los textos legislativos relativos a la sociedad de la información y a sus servicios, se contemplan conceptos tales como progreso económico y social, eliminación de barreras entre los pueblos europeos, oportunidades para el empleo, innovación, incremento de la competitividad, Internet como vehículo de transmisión e intercambio de todo tipo de información, también se mencionan ventajas como la eficiencia empresarial, incremento de las posibilidades de elección de los usuarios, nuevas fuentes de empleo, suministro de información por medios electrónicos, etc. Nosotros prestaremos especial atención al suministro de información por medios electrónicos.

Centrándonos en la información científico-técnica y académica, tradicionalmente los mayores consumidores de este tipo de información en España han sido las Universidades y los centros de investigación de titularidad estatal y de un modo algo más marginal ciertos sectores industriales y empresariales. Para la adquisición y organización de la información consumida, este tipo de instituciones emplea a sus servicios de bibliotecas como medio para lograr sus objetivos. Estos servicios de bibliotecas y sus comunidades de usuarios han sufrido en los últimos diez años un cambio de paradigma, pasando de los formatos impresos a los formatos digitales en sus colecciones, como consecuencia de la revolución tecnológica y la denominada Sociedad de la Información.

Editores y productores de bases de datos bibliográficas y publicaciones periódicas, han migrado a los nuevos formatos y han aprovechado todas las ventajas que ofrecen las tecnologías de la información (TI), siendo uno de los campos en los que estas tecnologías se han dejado notar de una manera más palpable. Obviamente la industria y el comercio relacionados con la información ha variado y buscado nuevas formulas de producción y comercialización de sus productos y servicios, con las lógicas consecuencias en los modelos de adquisición de información y la tradicional cadena de la información. En el presente documento vamos a intentar arrojar cierta luz sobre algunos aspectos que consideramos esenciales en la industria de la información científico-técnica y su influencia en los sistemas de bibliotecas españolas.

Breve historia de la edición de revistas electrónicas

En el siglo XVII, con los primeros números de *Journal de Scavans* y *Philosophical transactions of the Royal Society of London* editados en 1665, aparecieron las primeras revistas científicas del mundo y desde entonces éstas se han convertido en el principal vehículo de difusión de los avances científico-técnicos.

Tres siglos después, las publicaciones científicas han desarrollado a su alrededor una industria editorial con la aparición, especialmente desde principios del siglo XX, de las denominadas editoriales científicas y la profusión de gran cantidad de instituciones académicas y sociedades científicas, editoras de sus propias publicaciones. Una gran parte de estas editoriales han establecido sus tejidos empresariales a modo de multinacionales suministrando información científico-técnica a todas las universidades y centros de investigación del mundo.

Ya hacia 1995, con el auge y desarrollo de las TI, pioneros de la edición electrónica como Highwire Press, Chapman Hall o el Institute of Physics estadounidense, editan las primeras revistas en línea.

Este cambio de formato afecta directamente al uso y a la calidad de la información científica. La posibilidad de acceso en línea a las revistas científicas supone, en primer lugar, una ruptura de las barreras físicas en la consulta. Los nuevos formatos permiten la consulta desde cualquier ordenador, evitando de este modo los límites de los horarios, el desplazamiento hasta las estanterías de la hemeroteca, etc. De igual forma, varios usuarios pueden consultar a la vez el mismo número e incluso el mismo artículo de una publicación. Otra de las grandes ventajas es la eliminación del retraso que suponen los envíos físicos de los números impresos; con las revistas online el último número editado puede ser consultado en todos los lugares del mundo al mismo tiempo. La necesidad de grandes espacios físicos para el almacenamiento de las colecciones y la encuadernación de los volúmenes resultantes, ya no suponen un gran quebradero de cabeza para los responsables de las colecciones.

Estas ventajas intrínsecas que ofrece el formato digital vienen acompañadas por los servicios añadidos que las empresas proveedoras de estos contenidos han desarrollado como valor complementario a sus servicios de revistas electrónicas. Motores de búsqueda para la recuperación de la información, posibilidad de establecer servicios de alerta de sumarios, recibiendo estos en su buzón de correo electrónico, la inclusión de sistemas de difusión selectiva de la información, ejecutando periódicamente búsquedas predefinidas para estar al tanto de las materias de interés, posibilidades de personalización de las páginas de inicio de los diferentes servicios, e incluso la posibilidad de recibir los denominados *pre-prints*, son solo algunas de las ventajas que han ofrecido estos 10 últimos años las revistas electrónicas.

Por otra parte, la gran oferta que se ha generado en los últimos años ha llevado a la comunidad profesional mundial y a la industria al desarrollo de iniciativas de normalización de estos contenidos, facilitando la interrelación entre diferentes recursos de diferentes proveedores. Basados en el protocolo Open

URL se han desarrollado los denominados *link solvers*, programas muy avanzados, que permiten enlazar documentos digitales de diferentes tipos y procedencia. Por ejemplo, al ejecutar una búsqueda en un servicio de revistas electrónicas de un editor y obtener como resultado un artículo a texto completo, con un software de este tipo se permite el acceso a las entradas de ese artículo en una base de datos referencial o el enlace a una cita en otro artículo a texto completo alojado en el servidor de otro editor, o incluso el enlazado con recursos gratuitos tipo Pubmed o buscadores generales como Google, todo esto desde los diferentes campos del registro inicial, autor, título del artículo, cita, título de publicación, etc.

Una de las conclusiones extraídas en el estudio llevado a cabo sobre los recursos electrónicos en España, llevado a cabo conjuntamente por Swets Information Services, SEDIC y la revista El Profesional de la Información, argumenta que se vislumbra una primera fase ya superada en la que la dotación de infraestructuras y de contenidos por parte de los editores, productores y distribuidores ya ha sido superada, con la consiguiente comercialización de estos contenidos y servicios y que el profesional comienza a afrontar una segunda fase en la que la calidad de las herramientas de gestión y la evaluación de los recursos digitales contratados empiezan a cobrar un peso importantísimo. De ahí que las estadísticas de uso de los recursos electrónicos estén cobrando tanta importancia y que su normalización sea una de las preocupaciones de la comunidad profesional a nivel mundial.

Desarrollo de la comercialización de las publicaciones electrónicas

En estos diez años de vida de la revista electrónica se ha sufrido una cierta evolución en su comercialización. En los principios, se contemplaba a la versión digital de una revista como un simple suplemento y se permitía su acceso solamente a los suscriptores de la versión impresa, hecho este probablemente motivado por la prudencia o la reticencia al cambio por parte de los editores comerciales. Generalmente este acceso era gratuito. Posteriormente, ya se comenzó a permitir la adquisición de las versiones online por separado, independientemente de la suscripción en papel y con un coste concreto, teniendo en cuenta diferentes modelos de tarifas según la política de cada editor.

El siguiente paso consistió en la elaboración de paquetes más grandes, bien especializados en materias concretas o incluyendo todos los títulos disponibles de una editorial, también con diferentes modelos de tarifas y criterios para asignarlas. Por último, el mayor grado de desarrollo de los modelos ha sido las licencias específicas para grandes consorcios de bibliotecas que conllevan la negociación individualizada del precio y las condiciones de dicha licencia por ambas partes.

Lógicamente, no todo el mercado en bloque ha comercializado de la misma manera sus publicaciones, los diferentes modelos coexisten entre sí, incluso entre las publicaciones de un mismo editor, es decir, un editor puede ofrecer como opción de compra varios de estos modelos a la vez variando alguna condición de sus licencias de uso.

El “Big Deal”

A principios de 2001 Kenneth Frazier en su artículo “The Librarian’s Dilemma” lanzó el término “Big Deal”. Según Frazier, el “Big Deal” es un contrato firmado por la biblioteca con un editor comercial, por el que se permite el acceso a una gran colección agregada de las publicaciones de dicho editor durante un periodo determinado de tiempo, que suele oscilar entre tres y cinco años, cuyo coste viene determinado por el importe total del gasto actual de la biblioteca con el editor en las publicaciones impresas de éste. Como cláusulas adicionales, se suelen incluir multitud de variantes, como por ejemplo la no cancelación de ninguna de las suscripciones impresas durante la duración de la licencia o el acceso a toda la colección electrónica del editor por un porcentaje adicional al gasto corriente de la biblioteca. En su artículo Frazier plantea este tipo de contratos en términos de teoría de juegos utilizados en otras disciplinas, concretamente lo plantea en los términos del Dilema del Prisionero.

El trabajo de Frazier generó una gran polémica y desde entonces el término “Big Deal” se aplica a la contratación de grandes licencias de servicios de publicaciones electrónicas. Tal y como mencionamos en el apartado anterior, la última fase en la evolución de las tarifas de revistas electrónicas se identifica con el “Big Deal” y el cálculo del precio de este tipo de licencias está sujeto a múltiples variables, susceptibles de ser negociadas, generalmente por el interés de ambas partes a causa del elevado coste de este tipo de licencias.

La polémica trajo consigo seguidores y detractores del “Big Deal” y por lo tanto argumentos a favor y elementos en contra. En los próximos párrafos intentaremos analizar algunos de los factores argumentados en diferentes artículos que evalúan y opinan sobre este tipo de adquisiciones.

El precio de las suscripciones a publicaciones periódicas ha aumentado significativamente en los últimos veinte años. Según la Association of Research Libraries norteamericana, en el periodo comprendido entre 1986 y 2002 el gasto en revistas tuvo un crecimiento de un 258% mientras que el número de revistas compradas en el mismo periodo solamente sufrió un incremento de un 15%. Estos datos indican el gran aumento de precio en las revistas en los últimos años. En realidad el promedio de subida anual durante ese periodo ha sido de un 8%, considerado razonable por editores, agencias de suscripciones y bibliotecas, pero lo que indigna realmente a la comunidad profesional es la subida brutal que en los últimos años han sufrido ciertos títulos considerados como indispensables por los investigadores y bibliotecarios ya que son valorados con los factores de impacto más altos. Casualmente este tipo de títulos forman parte de los catálogos comerciales de unos pocos editores internacionales.

Las consecuencias que esto trae consigo es que estos editores aumentan su cuota de mercado frente a otros títulos de igual o mayor calidad, pero procedentes de editoriales menos potentes. Es decir, si una biblioteca suscribe 100 títulos de los cuales 70 son de los considerados del núcleo indispensable y el editor de estos títulos incrementa su precio de una manera brutal, el bibliotecario se ve forzado a la cancelación de los otros 30 títulos, que pueden ser de la misma o mayor calidad, pero que tienen un factor de impacto menor.

En este sentido, los grandes grupos editoriales han tendido a concentrar, mediante la compra de los títulos con mayor índice de impacto, para asegurarse una cuota de mercado razonable a través del aumento de sus precios.

Así mismo, las partidas presupuestarias dedicadas a la compra de monografías se ven afectadas por los aumentos de las partidas de publicaciones periódicas. Concretamente en el mismo estudio de ARL se menciona que el incremento en el gasto en monografías ha sido del 56%. Esta cifra comparada con el 258% de las revistas, resulta irrisoria.

Con ese aumento de cuota de mercado las grandes editoriales parten con ventaja frente al resto de competidores a la hora de plantear a sus clientes sus grandes licencias. El “Big Deal” reporta ventajas a ambas partes pero también supone una cierta amenaza a la estabilidad de los presupuestos de las bibliotecas y sobre todo a la supervivencia de los pequeños editores.

Entre las ventajas mencionadas podemos destacar, el acceso inmediato por parte del usuario al contenido no suscrito con anterioridad, la estimación real de los aumentos de precio de un año para otro, una cierta estabilidad económica a más largo plazo para el editor, posibilidad de obtener descuentos o condiciones ventajosas, por parte de las bibliotecas, especialmente si trabajan de forma consorciada, etc.

Por otra parte, algunas de las amenazas contempladas por diferentes autores pueden venir por las tendencias monopolísticas de los editores, que fuerzan a los centros a la cancelación de suscripciones de otros editores más pequeños, la pérdida de control del desarrollo de la colección por parte del bibliotecario, pasando este control al propio editor, ya que el desarrollo se lleva a cabo a medida que aumentan o disminuyen los títulos incluidos en ese tipo de acuerdos.

La irrupción de los “Big Deals” en las instituciones también ha traído consigo cambios en el comportamiento de los usuarios finales, fundamentalmente investigadores. El hecho de disponer de una cantidad ingente de información electrónica suministrada por pocos proveedores, con los servicios añadidos mencionados con anterioridad, hace que se deje de lado el uso de bases de datos referenciales o de resúmenes que hace un tiempo resultaban esenciales para la documentación de las investigaciones. Actualmente este tipo de búsquedas bibliográficas han sido sustituidas por las descargas directas de artículos a texto completo.

Una consecuencia es el denominado “síndrome de la tienda de caramelos” (David Ball 2004), este símil plantea el caso de un niño que tiene una paga fija semanal para gastar en su tienda de caramelos favorita. Si de repente al niño le dicen que por un poco más de dinero puede comer todos los caramelos que quiera, durante los cuatro o cinco primeros días comerá todo tipo de caramelos casi hasta reventar, pero al poco tiempo volverá a comer solo sus caramelos favoritos y en la cantidad habitual, previa al acuerdo. Este caso se puede aplicar al comportamiento de las comunidades de usuarios, a los que se les ofrece de repente una gran cantidad de información a texto completo y el efecto de la novedad hace que las estadísticas de uso y las descargas de artículos se

disparen durante los primeros meses de la disponibilidad de estos recursos. Estudios estadísticos llevados a cabo fundamentalmente en universidades británicas y estadounidenses demuestran que realmente es así y que además las descargas se concentran en un núcleo duro de títulos suscritos con anterioridad, mientras que los títulos no suscritos antes, tienen un nivel de descargas mínimo.

Otra de las consecuencias de estos acuerdos es el cambio de estructura de la unidad de compra. Hasta la fecha, las publicaciones periódicas siempre se han adquirido mediante suscripciones a títulos concretos, para lo cual se planteaba cada título como una marca concreta comercializada individualmente. Con los “Big Deals” el efecto de marca de los títulos se desvanece dentro de los servicios o colecciones de los editores. Así mismo, el objeto deseado por el usuario final ya no es el título, fácilmente identificable en el formato impreso, mientras que ahora se busca el artículo. De este modo también se pueden replantear los modelos de adquisición actuales, buscando la granularidad de la información que los formatos digitales ofrecen. De este modo opciones como el *pay per view* pueden ser viables como alternativa más razonable y económica.

Algunos apuntes sobre España

España no ha quedado al margen de los movimientos del sector mencionados en los párrafos anteriores. Una fuente interesante para ver el desarrollo de las colecciones de publicaciones periódicas, tanto impresas como electrónicas, son los anuarios estadísticos de REBIUN, en estos anuarios se desglosan cifras acerca de la magnitud de las colecciones y el gasto, entre otros tantos datos. Además al incluir la información del sistema de bibliotecas del Consejo Superior de Investigaciones Científicas, se cubren de una manera bastante amplia el espectro de los consumidores de información científico-técnica de España.

Si comparamos los gráficos de la ARL con los gráficos españoles extraídos de los anuarios REBIUN de 2002 y 2003, podemos ver un desfase de cerca de un año en los incrementos del gasto en publicaciones periódicas. Mientras que en Estados Unidos el aumento máximo llega en el 2000, en España se alcanza en 2003. Ambos valores rondan el 250%.

Simplemente un par de datos ilustrativos acerca de la situación en España. El gasto total de REBIUN en revistas durante 2003 fue de unos 59 millones de Euros mientras que se estima un número de suscripciones cercano a las 147.000, con lo que el precio medio por suscripción es de 402 Euros. En 1994 el precio medio era de 189 Euros.

Por otra parte en el estudio acerca del impacto de los recursos electrónicos en España, elaborado por SEDIC, “El Profesional de la Información” y Swets Information Services, afirma que una gran mayoría de centros de información españoles disponen de colecciones de revistas electrónicas. Concretamente las colecciones del 59% de los centros están formadas por más de 50 revistas, destacando el 11.83% que dispone de más de 500 títulos en sus hemerotecas.

Según los perfiles establecidos, dentro de este grupo de destacados, nos encontramos con universidades, hospitales y centros de investigación. En el lado opuesto, las administraciones locales, empresas de servicios e industriales y fundaciones y asociaciones son los tipos de centros que menos títulos en formato digital presentan en sus fondos. Este dato nos reafirma en la tradición de los grandes consumidores de información científico técnica en España y debería hacer reflexionar a los responsables de estas administraciones y a los directivos de estas empresas acerca de las dotaciones de sus centros y de las carencias en investigación y desarrollo en el sector empresarial español. Del mismo modo, una de las quejas generalizadas desprendidas del estudio es la escasez de recursos de información digitales en Ciencias Sociales y Humanidades, ya que la mayoría de la oferta y los contenidos están relacionados con la denominada ciencia dura. Del mismo modo, la falta de contenidos digitales en español se convierte en otra de las constantes en el estudio. Los grandes dominadores de la edición de este tipo de revistas editan en inglés y están centrados en el ámbito anglosajón, al considerarse el inglés como el idioma de la ciencia y los negocios, las iniciativas en otras lenguas son reducidas y centradas en sectores bastante específicos.

Conclusiones

Las nuevas tecnologías han encontrado un campo de aplicación perfecto en el ámbito de la información científica. Su irrupción ha supuesto un cambio rotundo en dicho ámbito, suponiendo una ruptura profunda en los hábitos de proveedores, profesionales y usuarios. Nuevos productos y servicios, con grandes ventajas y alguna que otra amenaza, pero que indican que la evolución hacia la difusión de todo tipo de información mediante medios electrónicos está en pleno apogeo. Sirvan como ejemplo las iniciativas de proveedores como Ovid o John Wiley con sus servicios de envío de sumarios de revistas médicas a los PDA's de sus clientes o incluso Microsoft que se suma al carro de la información científica en sus productos, permitiendo ejecutar búsquedas en servicios de revistas electrónicas desde su procesador de textos, que también nos indican que el desarrollo tecnológico está permitiendo llegar un paso más allá a la hora de la difusión de la información científica.

Del mismo modo, las amenazas y presiones del mercado han dado lugar a circuitos alternativos, promovidos por los propios autores o sus instituciones, para la difusión de la información científica, accesible para todo el mundo y asequible a todos los bolsillos. Estos circuitos alternativos acercan la información a todo el mundo mediante los recursos gratuitos y las iniciativas de libre acceso promovidas inicialmente, aparte de por sus motivaciones altruistas, por la presión de los grupos comerciales y ciertos contenciosos con los derechos de autor de los artículos publicados.

Este sector, en plena efervescencia, ofrece oportunidades para el planteamiento de alternativas y la depuración de ciertas desviaciones y dependencias que vienen teniendo lugar durante los últimos veinte años. Confiamos en que esta situación no de lugar a la aplicación del refrán castellano: "a río revuelto, ganancia de pescadores", que realmente este tipo de iniciativas perduren en el tiempo, equilibrando los vicios adquiridos y que las

oportunidades de las que se puede comenzar a disponer ahora se aprovechen adecuadamente.

Bibliografía y recursos consultados

Anglada, Lluís; Comellas, Nuria. What's fair? Pricing Models in the electronic era. En: Library Management, 2002, Vol. 23, nº 4-5, pp. 227-233.

Anuario estadístico REBIUN 2002. Consultado en: 01/10/2004

<http://www.crue.org/web-rebiun/informeEstadistico.html>

Anuario estadístico REBIUN 2003. Consultado en: 01/10/2004

<http://biblioteca.upc.es/Rebiun/nova/publicaciones/publicaciones.asp>

Association of Research Libraries. ARL Statistics. Consultado en: 06/10/2004

<http://www.arl.org/stats/arlstat/>

Ball, David. What's the "big deal" and why is it a bad deal for the universities. En: Interlending and Document Supply. 2004, Vol.32, nº 2, pp. 117-125.

Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 4 Junio de 2000 relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico).

Höök, Olle. Scientific Communications: History, electronic journals and impact factors. En: Scandinavian Journal of Rehabilitation Medicine. 1999, Vol.31, nº 1

Ley 34/2002 de 11 de Julio de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

Ovid. Press releases. Ovid integrates medical content with the new MS Office System. Consultado en: 11/10/2004

http://www.ovid.com/site/about/press_release20030821.jsp?top=42&mid=52

Recursos electrónicos: en busca de un diálogo constructivo. Experiencias y expectativas de los profesionales de la información respecto a los recursos electrónicos. Consultado en 07/10/2004

http://www.sedic.es/informe_swets_sedic_epi_2004.pdf

Wiley Interscience. Mobile Edition. Consultado en: 11/10/2004

<http://www3.interscience.wiley.com/aboutus/mobileedition.html>