

# La gestión del acceso a las revistas electrónicas desde el punto de vista de un agente de suscripciones

---

## Resumen

La proliferación de recursos electrónicos, los avances tecnológicos e internet ha llevado a un cambio dramático en las operaciones de las bibliotecas, casas editoriales y agentes de suscripciones. Sin duda las unidades de información utilizan a los agentes de suscripción para concentrar pedidos, facturas y pagos. El agente, a su vez, paga directamente al editor en nombre de varias unidades de información para que los clientes/ bibliotecas cuenten con la información solicitada. En este trabajo, se describen las características y expectativas de las publicaciones periódicas electrónicas además de sus ventajas frente al impreso. Se menciona a los proveedores de información. Se analiza el rol del agente de suscripciones en el ambiente digital, lo que incluye el proceso de la gestión del acceso a las revistas electrónicas. Se mencionan los tipos de suscripciones, costos y los sistemas de validación.

**Palabras clave:** Revistas electrónicas; fuentes de información; información digital; publicaciones periódicas electrónicas; administración de e-journals, intermediarios.

## Managing Access to Electronic Journals from the Point of View of an Subscription Agent

## Abstract

The proliferation of electronic resources, technological advances and the Internet has led to a dramatic change in the operations of libraries, publishers and subscription agents. The libraries used agents to concentrate subscription orders, invoices and payments. The agent paid directly to the publisher on behalf of multiple libraries so that customers have the information requested. This paper mentions the main characteristics and expectation of electronic journals and their advantages over the printed journals. The role of the subscription agent is analyzed in the digital environment, which includes the process of managing access to electronic journals. We describe the main types of information providers, also how subscriptions are offered and validation systems for access to the e-journal.

**Salvador Enrique Vázquez-Moctezuma**  
Licenciado en Bibliotecología y Estudios  
de la Información Universidad  
Nacional Autónoma de México  
Ebsco México, E-Journals Customer  
Service Representative.  
svazquez@ebSCO.com

**Cómo citar este artículo:** VÁZQUEZ-MOCTEZUMA, Salvador Enrique. La gestión del acceso a las revistas electrónicas desde el punto de vista de un agente de suscripciones. *Revista Interamericana de Bibliotecología* 2014, vol. 37, n° 1, pp. 67-83.

**Recibido:** 2013-07-23 / **Aceptado:** 2013-12-03

**Keywords:** Electronic journals, sources of information, digital information, electronic periodicals; e-journal management, intermediaries.

## 1. Introducción

En los últimos años las bibliotecas han cambiado los procesos de adquisición de publicaciones periódicas a causa de la migración del impreso al electrónico, del mismo modo editores y proveedores de información han ido modificando sus productos y lo que envuelve a estos. Anteriormente la distribución de las revistas electrónicas era por medio de CD-ROM, hoy en día gran parte de las publicaciones se consultan a través de internet. En consecuencia, el departamento de adquisiciones ha incorporado nuevas tareas además de realizar sus actividades tradicionales -ordenar, procesar, facturar, etc.-, de ahí que el trabajo del bibliotecario se extienda adicionando lo referente al establecimiento y mantenimiento del acceso en línea de los recursos digitales. Varias bibliotecas de países desarrollados tienen departamentos exclusivos donde llevan a cabo todo el proceso relacionado con el acceso a los recursos electrónicos, en contraste en Latinoamérica se asignan esas tareas al departamento de adquisiciones, consulta o a los encargados de la biblioteca.

Naturalmente el agente puede relevar a la biblioteca en la actividad de adquirir las publicaciones digitales, pues es una tarea que consume mucho tiempo y recursos humanos, por todo el trámite administrativo que implica, razón por la cual las bibliotecas los utilizan pues requieren dejar libre al bibliotecario para que se enfoque en otras actividades. Desde que comenzaron a surgir, los agentes de suscripciones son considerados como intermediarios pues proporcionan información procedente de múltiples editores, y otros proveedores de información a las diversas unidades de información (bibliotecas, hospitales, bancos, centros de investigación, entre otros).

Desde el advenimiento de internet se pretendía crear rutas directas entre bibliotecas y editoriales, por lo cual se eliminaría a los intermediarios. En realidad el papel que juega el intermediario en el ciclo de la información ha evolucionado como lo advierten Fourie (1999); Cobbs (2003); Ebsco y Red Sage (2012). No obstante, algunos autores predijeron la desaparición e irrelevancia

del rol de los agentes (Gellman, 1996; Schrage, 1997; King, 1999). Ante esta realidad vale la pena preguntarse: ¿Es necesario un intermediario para que gestione el acceso a las revistas electrónicas? ¿Cuál es el futuro que le depara al agente de suscripciones? Éstas entre otras preguntas son las que se hacen actualmente los encargados de bibliotecas, profesores e investigadores de bibliotecología y administradores de agencias. En general, lo que encontramos es que los agentes, editores y unidades de información cambian en sincronía y de manera progresiva.

## 2. La revista electrónica

A lo largo de la historia el hombre ha difundido sus conocimientos y sucesos en distintos soportes, entre ellos: las pinturas rupestres, tablas de arcilla, rollos de papiro, códices, libros, periódicos, revistas, etc. En el siglo XIX las publicaciones periódicas o revistas se convirtieron en el medio preferido por las comunidades científicas para comunicar sus estudios, aunque con los avances de la tecnología surge una nueva forma de presentar ésta información: la revista electrónica. Sus orígenes se remontan a la década de 1970, Peek y Pomerantz mencionan que los primeros pasos de las revistas electrónicas fueron desarrollados en el *National Science Foundation* cuando crea un centro editorial; así mismo el *New Jersey Institute of Technology* plantea el *Electronic Information Exchange System (EIES)* (Marcos; 2000); son ya más de cuatro décadas del surgimiento de la revista electrónica y continua evolucionando.

La mayoría de los *e-journals* son versiones electrónicas de su equivalente en versión impresa, sin embargo en otras ocasiones nacen directamente en formato electrónico. Por su parte, autores como Martín González y Merlo Vega (2003) consideran en sentido estricto que la revista electrónica tiene su contenido en un formato digital, además de disponer de un número internacional normalizado de publicaciones periódicas (International Standard Serial Number ISSN) exclusivo para la edición electrónica. También Marcos (2000) menciona que este tipo de revistas cumple con tres aspectos: 1) tienen artículos agrupados de una forma ordenada y normalizada siguiendo un criterio; 2) la revista debe distribuirse a través de internet, además 3) debe existir una institución de tipo científico o técnico responsable

de la edición encargada de asegurar la calidad de los artículos publicados. En síntesis una revista electrónica es una publicación con cierta periodicidad (mensual, trimestral, semestral, anual, etc.), la cual tiene su contenido en formato electrónico, ya sea de origen o digitalizada del impreso, también es respaldada por una editorial u otra institución que avala la información y se distribuye a través de la Web.

Los agentes de suscripciones vieron nacer a la revista electrónica como complemento de la edición impresa, cada vez tuvo mayor aceptación en la sociedad de la información y del conocimiento por las mejoras que presentan frente a la versión en papel. Las ventajas más destacadas que ofrecen los e-journals son las siguientes:

- *Disminución del tiempo de espera para la publicación:* Se ahorra en parte el período en la imprenta, por lo cual el editor una vez que aloja los contenidos en sus servidores los pone a disposición de los lectores. Además muchas editoriales tienen en sus páginas Web la sección de “*forthcoming paper*” que son artículos próximos a publicar.
- *La modificación de los contenidos es rápida:* El editor puede corregir errores de edición, mala calidad de imágenes, tablas y ecuaciones, en poco tiempo. Así que puede dar de baja el archivo con la falla y sustituirlo con el artículo ya corregido.
- *Maximización del alcance:* Por medio de la difusión en internet las revistas pueden ser consultadas desde cualquier parte del mundo, eliminando las fronteras de distribución.
- *Disminución de costo en la edición:* El precio del papel es muy caro y al no ser requerido en la publicación de la revista electrónica el editor puede asignar ese presupuesto en otros aspectos que necesite.
- *Almacenamiento en un espacio reducido:* Las revistas, al encontrarse en los servidores de los editores permiten que las bibliotecas no requieran de espacios físicos para el almacenamiento de las suscripciones electrónicas.
- *Motores de búsqueda:* Los portales de las editoriales permiten realizar búsquedas básicas y avanzadas para localizar uno o varios artículos que tratan sobre un asunto en específico.

- *Incluyen multimedia:* Gracias al desarrollo de software se pueden integrar en los PDF y HTML videos, audio, imágenes, etc., mismos que pueden ser visualizados por el usuario o lector de la revista.
- *Servicios de difusión:* Incluyen sistemas de alerta así como de diseminación selectiva de la información DSI.
- *Estadísticas:* Los datos estadísticos se ofrecen para el editor y así mismo para el cliente / biblioteca, los cuales indican el número de descargas y consulta de abstracts.

Son varios los beneficios que brindan las revistas electrónicas, así mismo algunas desventajas que presentan son que la versión electrónica es más cara que la publicación impresa, considerando que el editor incluye en el precio el uso de sus servidores, almacenamiento y soporte técnico.

También, no se garantiza la consulta de números atrasados, ya que depende de las políticas y lineamientos de cada editorial. Por otra parte, las unidades de información requieren de infraestructura (computadoras, internet, red, software, hardware, etc.) para la consulta de las revistas y así mismo de personal capacitado. Por último, el idioma que manejan las publicaciones científicas es el inglés, de modo que puede existir resistencia por parte de los usuarios no conocedores del idioma.

Por otra parte, las revistas electrónicas no se adquieren como se hace tradicionalmente con las revistas impresas; además es un tema de controversia pues a los profesionales de la información se les ha inculcado o dicho que las bibliotecas son lugares donde se conservan los documentos adquiridos, pero es algo difícil de hacer con las publicaciones electrónicas, ya que gran parte de éstas se encuentran almacenadas en los servidores de las editoriales u otra institución intermediaria que provee el acceso, por lo tanto las bibliotecas no cuentan con las revistas electrónicas físicamente, a menos que descarguen los artículos, los organicen y almacenen en discos duros o en algún servidor de la biblioteca y sólo así se podría decir que tendrán las revistas electrónicas en su poder.

Al suscribir una revista electrónica hay que contemplar éste hecho, así mismo que se está pagando por el servicio o acceso a la revista que mantiene un editor (Contardi; 2004); en los casos más extremos, si el productor

de contenido termina la publicación del título o no deja disponible el recurso electrónico en línea, el suscriptor o la biblioteca se queda sin el acceso a la información.

Las publicaciones electrónicas además de tener muchas ventajas frente a las revistas impresas también trajeron consigo algunas deficiencias, como las mencionadas anteriormente, por consiguiente el profesional de la información debe prestar atención a los beneficios y limitaciones de las revistas electrónicas para poder tomar las decisiones adecuadas al momento de desarrollar la colección de las publicaciones seriadas, pues hay que tener en cuenta varios factores como: las necesidades de información de los usuarios, infraestructura de la biblioteca, habilidades del personal, políticas de información, entre otros aspectos.

La adquisición de revistas digitales es un fenómeno que se está propagando en distintas bibliotecas. Un estudio de Ramírez y Díaz (2006) revela que en un periodo de seis años la Universidad Nacional Autónoma de México a través de la Dirección General de Bibliotecas ha invertido mayor presupuesto en la suscripción de revistas electrónicas mientras ha disminuido el gasto en las publicaciones impresas; para completar el efecto anterior, la Universidad Laurentian de Canadá desde el año 2000 al 2010 reportó un incremento en las adquisiciones de revistas electrónicas; así mismo altos índices de descarga de artículos (véase Cuadro 1 y 2), lo cual demuestra que con el paso del tiempo la colección de los e-journals ha tenido una mejor aceptación entre los usuarios de la biblioteca (Lamothe, 2012).

Cuadro 1. Inversión de presupuesto para recursos electrónicos de la Universidad Nacional Autónoma de México en el periodo 1999-2004

Año	Tipo de cambio US\$/Peso mexicano	Inversión total (US\$)	Inversión en suscripciones en papel (US\$)	Porcentaje respecto al total (US\$)	Inversión en recursos electrónicos (US\$)	Porcentaje respecto al total (US\$)
1999	10,23	10.173,60	8.803,68	82,91 %	1.369,92	17,09 %
2000	9,58	11.983,30	9.751,27	76,13 %	2.232,02	23,87 %
2001	9,51	12.133,41	9.411,48	73,57 %	2.721,92	26,43 %
2002	9,38	12.854,58	10.048,43	74,28 %	2.806,15	25,72 %
2003	10,52	11.484,57	8.903,69	73,49 %	2.580,87	26,51 %
2004	11,32	11.925,79	8.657,24	72,60 %	3.268,55	27,40 %

Fuente: Ramírez Godoy, María Esther y Díaz Escoto, Alma Silvia. Análisis y propuestas sobre la suscripción de revistas del sistema bibliotecario de la Universidad Nacional Autónoma de México. *El profesional de la información*, 15 (4): 292, 2006.

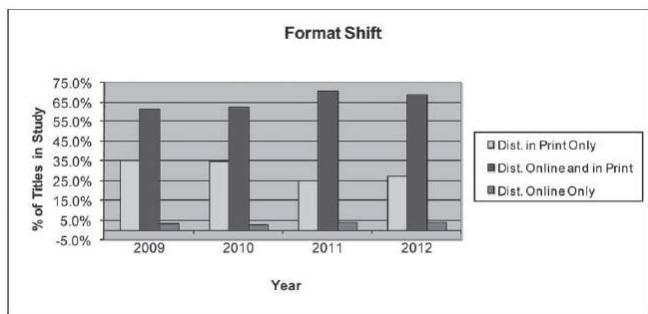
Cuadro 2. Incremento de e-journals y descarga de artículos de la Universidad Laurentian de Canadá en el periodo 2000 - 2010

Year	Number of e-journals	Articles downloaded	Downloads / e-journal Ratio
2000	16	806	50.38
2001	17	1034	60.82
2002	4159	1015	0.24
2003	8592	4890	0.56
2004	13652	72841	5.33
2005	16811	251335	14.95
2006	17582	640759	36.44
2007	24287	731334	30.11
2008	38206	710043	18.58
2009	42769	725019	16.97
2010	58795	857360	14.58

Fuente: Lamothe, Alain R. Factors influencing usage of an electronic journal collection at a medium-size University: An eleven-year study. *Partnership: the Canadian Journal of Library and Information Practice and Research*, 7(1): 5, 2012.

A causa del incremento en el consumo de contenidos electrónicos por parte de las bibliotecas y universidades, las editoriales modificaron las vías de distribución. Un estudio publicado por la editorial Allen Press (Tillery, 2012) muestra que el porcentaje de títulos solo impresos distribuidos desde el año 2009 al 2012 ha disminuido, ya que pasó de un 35% a un 27%. En contraste cada vez más se ha incrementado la comercialización de versiones únicamente electrónicas, aunque no rebasa del 5% de distribución. Sin embargo, la editorial reporta que las bibliotecas continúan en una etapa de transición de formatos, razón por la cual la distribución que impera es la revista impresa más la versión electrónica desde el año 2009 (véase Cuadro 3).

Cuadro 3. Formatos de distribución de los títulos de la editorial Allen Press



Fuente: Tillery, Kodi. 2012 Study of Subscription Prices for Scholarly Society Journals: Society Journal Pricing Trends and Industry Overview. Allen Press, 7, 2012

El aumento de las revistas digitales no es reciente, la organización del ISSN cada año reporta el número total de registro de publicaciones seriadas. En el cuadro 4 se puede observar que ya desde el año 2004 al 2012 se ha incrementado progresivamente el número de publicaciones electrónicas, sin embargo no se percibe una disminución de revistas impresas, al contrario sigue incrementándose el número de títulos. Sin duda, falta mucho tiempo para que los e-journals sustituyan a las revistas en papel. Si tomamos las cifras del año 2012 se puede decir que falta mínimo 1.000.000 de revistas digitales para que comiencen a desplazar a las revistas impresas.

Cuadro 4. Número de revistas registradas con ISSN para versión impresa y electrónica

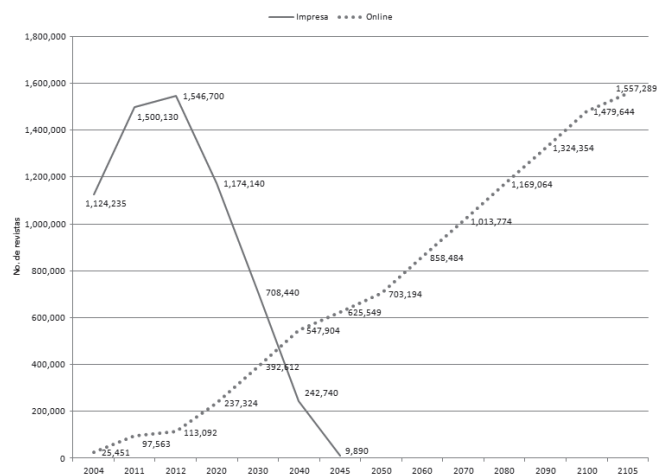
Medio de la revista	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Impresa	1,124,235	1,182,241	1,230,056	1,280,680	1,332,581	1,395,463	1,447,705	1,500,130	1,546,700
Online	25,451	32,967	41,448	50,353	62,004	72,337	83,507	97,563	113,092

Fuente: Number of Records Per Medium, En estadísticas del sitio oficial de la Organización del ISSN, disponible en [www.issn.org](http://www.issn.org)

En los últimos años se ha tenido la incertidumbre de si la revista impresa desaparecerá por el surgimiento de la revista digital; se puede observar en la Figura 1 que la revista electrónica distribuida a través de internet aún se encuentra en una fase inicial, por lo que el panorama es inestable y en constante evolución; teniendo en cuenta lo anterior, es difícil que la revista impresa desaparezca, pues sigue incrementándose su producción.

Sin embargo, se sabe que la organización del ISSN registró entre el año 2011 al 2012 15.529 revistas electrónicas, por lo cual, si se sigue manteniendo ese nivel de crecimiento por año es probable que para el año 2105 se llegue a 1.557.289 revistas digitales, cifra próxima a la destinada en el año 2012 para la revista impresa (1.546.700). En contraste, si se hace el cálculo de crecimiento entre el año 2011 y 2012 de la revista impresa se obtienen alrededor de 46.570 publicaciones y si se mantuviera estática esa cifra y así mismo decayera año con año se esperaría que para el año 2045 se obtuviera menos de 10.000 títulos impresos.

Figura 1. Estimación de crecimiento de las revistas electrónicas.



Fuente: Elaboración propia

Después de todo lo planteado anteriormente, parece ser que la revista digital tardará en sustituir a la revista en papel, así mismo aun no se consolidan los e-journal en comparación al impreso, por consiguiente se esperan

cambios, no obstante se puede mirar hacia el pasado y tratar de identificar algunas analogías con otros momentos de transición, por ejemplo del microfilm al disquete, del disquete al CD-ROM, etc.

Es evidente que la revista impresa seguirá vigente por lo menos medio siglo más, mientras la revista digital se consolida, ya que nos encontramos en sus primeras etapas de vida. También, con el paso del tiempo se irá modificando el concepto para designar a la revista electrónica o digital con el propósito de caracterizar sus atributos, por ejemplo actualmente se está introduciendo el término de *e-magazine* para determinar que las revistas en línea están entrando en una nueva fase de mutación (Scolari, 2013). Por un lado, las nuevas publicaciones siguen teniendo un contenido interactivo y multimedia pero ahora, para ser consumida, debe ser leída a través de una aplicación diseñada en dispositivos móviles.

Abundando en la opinión, la revista impresa no desaparecerá por el momento, sólo se dejará de usar, por lo cual los productores de contenidos tendrán que modificar las vías de suministro de las publicaciones electrónicas. Así mismo, las nuevas generaciones científicas al encontrarse en un mundo globalizado y permeados con una gama de tecnología comenzarán a utilizar más recursos digitales, lo que implica que las bibliotecas destinen una mayor inversión en la adquisición de recursos digitales y de personal que se encargue del establecimiento y mantenimiento del acceso en línea de los e-journals; no obstante, usar únicamente recursos electrónicos puede provocar en los sujetos a que piensen que si no está en línea no existe la información que necesitan, evitando buscar en otros soportes. Así mismo, las editoriales para poder abastecer la demanda de las publicaciones periódicas electrónicas tendrían que disminuir la producción de las revistas en papel, además de crear sistemas de acceso a la información para los clientes o bibliotecas; teniendo en cuenta lo anterior las unidades de información y editoriales continuarán evolucionando en el ambiente digital.

### 3. ¿Quién provee el acceso a las revistas electrónicas?

En el mercado de las publicaciones digitales existen diversas figuras dedicadas a la distribución y comer-

cialización de la información. Autores como Ortoll Espinet (2001), así como Martín González y Merlo Vega (2003) señalan que existen editores comerciales y no comerciales, socios tecnológicos, gateways o servicios de enlazado, agregadores y otros denominados híbridos, a continuación se describe brevemente a cada uno de ellos.

- *Los editores comerciales:* Son grandes grupos editoriales (*Elsevier Science, Kluwer Academic, Emerald, Allen Press, John Wiley & Sons, Springer Verlag, Sage Publication, Taylor & Francis Group*, etc.) que se encargan de la producción del contenido de las publicaciones periódicas, así mismo ofrecen motores de búsqueda, servicios de alerta, difusión selectiva de información DSI, estadísticas, entre otros. Los contenidos de sus revistas están alojados en sus servidores.
- *Los editores no comerciales:* Son sociedades o asociaciones que comercializan su producción científica a través de sus propias publicaciones como es el caso del *American Institute of Physics, American Chemical Society, British Medical Association, Institution of Electrical and Electronic Engineers (IEEE)*. Estos ofrecen los servicios de motores de búsqueda así como de alerta.
- *Los socios tecnológicos o hosts:* Desafortunadamente no todos los editores disponen de la infraestructura necesaria para ofrecer sus publicaciones a través de la red o las mismas editoriales al querer expandir sus publicaciones digitales recurren a los llamados hosts, socios o administradores tecnológicos dedicados a la gestión de fondos editoriales en la web, los cuales digitalizan los fondos, los ofrecen en línea y gestionan el acceso aunque se rigen por los lineamientos y políticas de los editores.
- *Los servicios de enlazado (Gateways):* Son servicios en línea que ofrecen un único punto de acceso a una gran colección de revistas electrónicas de distinta procedencia, mediante un mecanismo de enlace. Están comercializados por agencias de suscripciones como EBSCO con Electronic Journal Service (EJS) y Swets Blackwell con Swets Wise Online Content.
- *Las agencias o agregadores:* Son servicios de acceso a publicaciones digitales de diferentes productores

y editores a través de una interfaz común pero el contenido se aloja en las máquinas de estas empresas y los artículos tienen la estructura y apariencia del propio servicio (EBSCO con *EBSCO Host*, *JSTOR*, *Ovid*, *ProQuest*, etc.).

- *Los híbridos*: Dan acceso a una colección electrónica combinando las características de agencias y servicios de enlazado ofrecidos por los Gateways (*Ingenta* y *Science Direct* de *Elsevier*).

Como se observa, existen distintos tipos de proveedores de información cuya actividad consiste en facilitar el acceso a los contenidos a diferentes clientes. En ocasiones el editor es quien provee el acceso a la edición electrónica del título suscrito; otras veces son empresas intermediarias o hosts.

Muchas bibliotecas o unidades de información saben de la dificultad que es contactar a cada una de las editoriales o administradores tecnológicos por la diversidad de éstos, así como las barreras geográficas, el idioma y el tipo de moneda, por lo cual las bibliotecas han decidido recibir la ayuda de las agencias suscriptoras para que las sustituyan en el proceso de adquisición con los editores y así mismo para que gestionen el acceso a las revistas electrónicas.

#### 4. El agente de suscripciones

Desde que comenzaron a surgir, los agentes de suscripciones han sido considerados como un intermediario pues proporcionan información procedente de múltiples editores a las diversas unidades de información (bibliotecas, hospitales, bancos, centros de investigación, entre otros) para que éstas a su vez la ofrezcan a sus usuarios.

Por su parte, la Association of Subscription Agents & Intermediaries (ASA), fundada desde 1934 y encargada de regular las actividades de los agentes de suscripciones e intermediarios proveedores de servicios de información en el sector académico y profesional, plantea que las funciones de los agentes son:

- Proporcionar una calidad global del servicio de acuerdo con las normas generalmente aceptadas y / o procedimientos reconocidos de buenas prácticas.

- Mantener registros precisos y de fácil acceso.
- Mantener información actualizada de la revista y precios, respaldado por una amplia colección de material de referencia para el seguimiento de títulos discontinuados. Proporcionar una fuente única de información sobre publicaciones seriadas en consonancia con las necesidades de los clientes.
- Mantener información sobre la disponibilidad y los precios de las revistas electrónicas y asesora sobre las licencias y el acceso según sea necesario.
- Es capaz de manejar todos o algunos de los siguientes materiales: los números anteriores, electrónicos y otros nuevos medios de comunicación.
- Elabora listas de precios, boletines y ofrece cotizaciones.
- Provee con claridad, detalles de facturación para que los clientes observen sus requerimientos.
- Procesa y ordena eficientemente las nuevas suscripciones de los muchos miles de posibles proveedores.
- Renueva suscripciones a tiempo evitando así interrupciones en el suministro de publicaciones periódicas.
- Maneja las suscripciones tanto en un año como esporádicas.
- Responde con eficacia las reclamaciones por cuestiones de faltantes y otras consultas. Proporciona información anticipada sobre los retrasos en la publicación, los cambios de título, etc.
- Construye buenas relaciones personales con el bibliotecario y el personal, además maneja todas las relaciones con los clientes de una manera profesional y cortés.
- Establece buenas relaciones con editores y se familiariza con los procedimientos.
- Ayuda a los clientes, cuando es posible, con su presupuesto y administración financiera.
- Proporciona informes de gestión y / o de asesoramiento con el fin de ayudar a la biblioteca para gestionar la colección.
- Apoya y fomenta el uso de la automatización en los clientes (bibliotecas).

- Representa con honestidad material de todos los editores.

Lo anterior demuestra que el agente de suscripciones esta en comunicación constante con las bibliotecas (cliente) y editores. También se destacan los nuevos medios de comunicación, es decir el acceso digital, además el agente debe adaptarse a los procedimientos del editor. Varias agencias han tenido que cerrar sus puertas por no poder cumplir sus funciones, otras emergieron o se han mantenido en este negocio pues se están adaptando a la era digital, lo que implica una reestructuración en las unidades de atención al cliente y métodos empleados en la distribución de información. En las últimas dos décadas los intermediarios han tenido que evolucionar rápidamente por la reducción constante de las suscripciones impresas, así como por los avances en la tecnología.

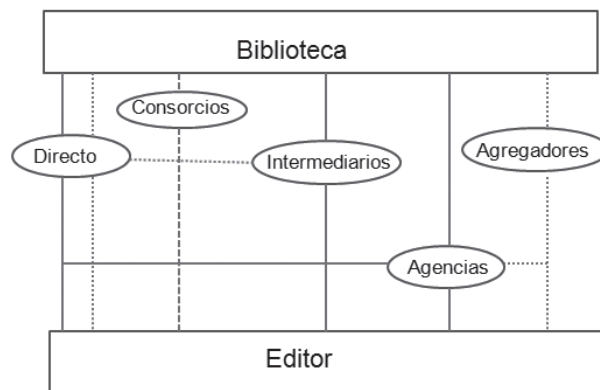
El objetivo común de las agencias es suscribir con la editorial el título correcto, además en tiempo y costo adecuado, con base en lo solicitado por la biblioteca o cliente, lo cual implica en la actualidad un conocimiento especializado en las licencias de uso, mantenimiento de URL, políticas y lineamientos de editores, etc. Cabe mencionar que el negocio de las agencias consiste en una combinación por suscribir al mayoreo, lo cual ocasiona que las editoriales les ofrezcan descuentos por la magnitud de compra, y así mismo obtener ganancias por el tipo de cambio, y también por el cobro de honorarios a los clientes por los servicios que ofrecen.

Dentro del negocio editorial algunas productoras de contenido han visto y tomado la oportunidad de vender información directamente a las bibliotecas. Las unidades de información, a su vez, formaron consorcios con el fin de negociar precios más bajos con las editoriales; estas actitudes han dañado en parte a las agencias, pues generan pérdida de clientes y disminución de ingresos, de ahí que los agentes se encuentran en peligro de ser excluidos.

Sin duda el enemigo principal de las agencias no son otros intermediarios sino son las mismas editoriales que hacen trato directo con los clientes o no permiten la suscripción de títulos a través de agentes como es el caso de *Elsevier*, razón por la cual el cliente/biblioteca tiene que hacer la suscripción directa con el editor, dejando a lado el trabajo de la agencia. Por su parte, Tur-

ner (2005) señala que la revista electrónica puede ser adquirida a través de un consorcio de bibliotecas o con algún intermediario, mientras el acceso se produce en portales de los editores, host o con un servicio de algún agregador (véase Figura 2).

Figura 2. Proceso de adquisición y acceso



Fuente: Turner, Rollo. Hidden Costs of E-Journals. *The Serials Librarian*, 48 (1-2):218,2005.

Si las agencias desean inmiscuirse entre los editores y bibliotecas tienen que ofrecer un valor agregado que apoye la gestión de la información, asistencia en licencias de uso, además de adquirir, renovar y cancelar títulos eficientemente, avisar de cambio de contenido, proveer de estadísticas a los clientes, activación de acceso a títulos en menor tiempo así como mejorar y crear nuevos servicios. Naturalmente los agentes están en condiciones de asumir una multitud de tareas derivadas de la oferta de servicios y de la tecnología. La dilución del agente solo debe ocurrir si él deja que suceda, así que debe redefinir sus funciones y servicios en el ambiente digital.

## 5. El uso del agente de suscripciones

Tomar la decisión de si se debe utilizar un agente de suscripciones en vez de ir directamente con el editor involucra una evaluación de las ventajas y desventajas del uso de una agencia.

Muchas bibliotecas han optado por omitir al agente, ya que la cantidad de títulos que suscriben es factible administrarlas ellas mismas; también por las limitaciones económicas, usar a un agente implica pagar un costo ex-



tra por los servicios que ofrecen, lo cual puede ser visto como una desventaja, de ahí que muchas veces se tome la decisión de tratar directamente con las editoriales.

Sin embargo, las principales ventajas que tienen las unidades de información al contratar los servicios de una agencia suscriptor son:

- Un solo contacto en vez de lidiar con cada una de las editoriales o hosts.
- Realizar un único pago total de las suscripciones solicitadas por la biblioteca en vez de hacerlo para cada editor.
- Reciben asistencia y soporte técnico con profesionales.
- El personal de la biblioteca puede hacer otras tareas, mientras la agencia se encarga del proceso de adquisición y gestión del acceso.
- El agente trabaja en conjunto con el editor para resolver problemas de acceso.
- Proporciona asistencia en el llenado de licencias de uso.
- Tienen varios servicios de administración de y acceso a las revistas digitales que no tienen los editores como: las listas A to Z, plataformas a bases de datos, servicios de enlazado, descubridores (discovery), entre otros servicios.

Por otra parte, con frecuencia las unidades de información solicitan la ayuda de un intermediario porque: suscriben decenas de títulos, además de diferentes partes del mundo, por el idioma que manejan los editores, carencia de tiempo así como de personal para contactar a cada editor y gestionar el acceso; los aspectos anteriores serían algunas razones por las cuales se necesita al agente de suscripciones y por lo tanto para que gestione el acceso de los recursos digitales con los editores.

No obstante, los profesionales de la información que deseen filtrar el proceso de la adquisición o suscripción de la revista electrónica con los editores y agentes, deben involucrar una serie de conocimientos mínimos como los tipos de suscripciones que ofertan las editoriales, modelos de fijación de precios y tipos de validación de acceso. En los próximos apartados trataremos de abordar de forma general y desde el punto del agen-

te de suscripciones los diferentes elementos a tener en cuenta en la adquisición y acceso a las revistas digitales.

## 6. Las suscripciones a revistas electrónicas

Una vez que el bibliotecólogo selecciona los títulos más relevantes para la comunidad a la que atiende su unidad de información, es momento de proceder a la adquisición o suscripción de las publicaciones periódicas, para tener acceso al contenido de la revista electrónica, ya sea a través de la editorial u otro proveedor de información. Generalmente existen los siguientes tipos de suscripciones:

1. Títulos suscritos en versión impresa y que tienen la versión electrónica gratuita (*impreso + electrónico gratuito*). El editor provee el acceso a la revista siempre y cuando el cliente/biblioteca adquiera la suscripción en papel. Sin embargo, esto no asegura tener el acceso durante el periodo de suscripción.
2. Títulos suscritos en versión impresa y con cargo adicional al acceso electrónico (*impreso + electrónico pagado*). El cliente/biblioteca suscribe en formato impreso y a su vez paga un monto extra por la versión electrónica, pero en este caso el editor se compromete a brindar el acceso electrónico durante el periodo de suscripción.
3. Títulos suscritos en versión electrónica. Muchas casas editoriales ofertan la suscripción en formato electrónico, sí así lo requiere el cliente, sin tener que adquirir la versión en papel. También ocurre que el editor dejó de publicar en formato impreso y únicamente difunden sus publicaciones en electrónico de ahí que obligan al cliente/biblioteca a suscribir en ese formato.
4. Títulos suscritos en versión electrónica y con cargo adicional al impreso (electrónico pagado + impreso). Son pocos los editores que manejan este esquema, como el *American Society of Limnology and Oceanography* o el *American Geophysical Union*, el cual consiste en tener una suscripción electrónica para que se provea la revista impresa. El inconveniente de este tipo de suscripción es que la editorial solo imprime los fascículos solicitados por los suscriptores, de modo que si la revista impresa no

llega al cliente final es complicado sustituir aquel número faltante.

Muchos administradores de bibliotecas probablemente estén familiarizados con los tipos de suscripciones, pero olvidan que hay épocas del año específicas para llevar a cabo el proceso de suscripción de los e-journals con los editores. Por ejemplo, los meses en que se recomienda suscribir un título nuevo son enero, febrero y marzo y de ahí hasta los meses de junio y julio para contar con el mayor tiempo de acceso en una suscripción. Mientras que los meses ideales para la solicitud de renovación de acceso son octubre, noviembre y diciembre. No obstante, estos meses pueden variar por las políticas y lineamientos de cada editor.

Con frecuencia las universidades, institutos, hospitales, bancos y otras unidades de información que usan a los agentes comienzan a enviar sus solicitudes de suscripciones de impreso + electrónico o sólo electrónico, a partir del mes de octubre con el fin de asegurar de que al siguiente año se tenga el acceso a las revistas electrónicas desde el día 1° de enero hasta el 31 de diciembre, es decir una suscripción de año corriente. Sin embargo, algunos clientes/ bibliotecas no pueden realizar la suscripción por varios motivos al iniciar el año ya que no poseen del presupuesto para ejercerlo y llegan a suscribir hasta los meses de febrero, marzo, abril, etc., en consecuencia se pierden algunos meses de acceso a las revistas.

Unos editores detectaron que muchas suscripciones se realizaban en meses de junio o julio, así mismo los clientes/bibliotecas se quejaban señalando de que ellos tenían una suscripción de un año, de modo de que si suscribían un título en el mes de julio tenía que durar el acceso hasta el mes de julio del siguiente año, suscripción desfasada, en consecuencia algunos editores aceptaron ese argumento y pueden proveer el acceso de esa manera. También cuando las suscripciones se convierten en renovaciones continuas el editor ofrece un periodo de gracia, que puede durar de 15 a 60 días en los meses de enero y febrero, con esto se le permite al cliente renovar la suscripción sin perder el acceso. No obstante, cuando el acceso es para un usuario y este posee claves y contraseñas para la consulta de un título es casi seguro de que no se goce de aquel periodo de gracia.

Algunas agencias dan crédito a las bibliotecas cuando son clientes confiables, es decir el agente paga la suscripción con las editoriales mientras la biblioteca cuenta con el dinero. Esto puede ser un valor agregado que puede ofertar la agencia de suscripciones y que probablemente no se tenga con el editor.

## 7. Los modelos de precios para las publicaciones electrónicas

En principio el acceso a las revistas electrónicas era sin costo; más tarde, los mismos editores ofertaban el acceso electrónico gratuito pero con la suscripción en papel, sin embargo actualmente hay numerosos modelos de tarifas y aquel acceso gratuito es casi inexistente. Últimamente las bibliotecas están abandonando la suscripción de impresos por los beneficios que ofrecen los electrónicos, en consecuencia los editores y proveedores de información han tenido que fijar los precios del electrónico. Autores como Argomedo Lobos y Crisóstomo González (2006) señalan que el precio de la suscripción impreso + electrónico pagado es entre el 20 al 25 % más del impreso. Por su parte, algunas agencias tienen listas de precios de las grandes editoriales como *John Wiley*, *SAGE*, *Taylor & Francis*, *Springer*, entre otras. A menudo en aquellas listas no se encuentran todos los títulos, razón por la cual se tiene que solicitar el costo de la publicación al editor.

Para que se tenga el precio, el editor solicita al cliente información específica, es decir el nombre de la institución, tipo (académica, médica, empresarial u otra), dirección física o localidad, número potencial de usuarios, FTE (Full Time Equivalent), el tipo de suscripción (impreso + electrónico o electrónico, etc.), los títulos de las revistas a suscribir, direcciones IP, además del nombre y cargo del contacto, email, teléfono y con base en esta información se determina el precio de la suscripción o ayuda a definir el TIER en que se encuentra la institución. Cabe mencionar que el TIER es un tipo de clasificación que utilizan los editores para fijar el precio, el cual va desde el 1, 2, 3, 4 y 5 o A, B, C, D y E, siendo el 5 o E el precio más alto.

El precio del electrónico varía por el tamaño de la institución, el número de computadoras que se conectarán

al servicio, si las unidades de información están dispersas en un área geográfica (*multi site* o *global site*) o se concentra en un punto (*single site*), proxy, etc.

## 8. Tipos de validación de acceso

Las formas de acceso varían de acuerdo a la infraestructura del editor, hosts y proveedores de acceso, así como al tipo de suscripción adquirido por la unidad de información. Puesto que se ofrece un servicio de información en línea, por lo tanto, el acceso es restringido; en contraste, si la revista electrónica se encuentra en *Open Access* aquella limitación desaparece. Las principales clases de suministro de información electrónica que ofrecen los editores en el mercado se fundamentan en la autenticación de *direcciones IP*, *nombre de usuario* y *password* así como *números de suscripción*.

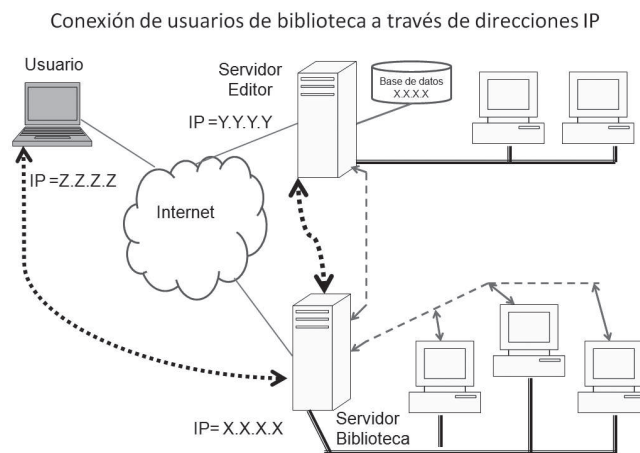
## 9. Direcciones IP

Cuando el suscriptor desea tener acceso electrónico a las revistas vía direcciones IP (*Internet Protocol*), las cuales tienen que ser IP públicas, además fijas y visibles para que pueden ser registradas y reconocidas en el sitio web del editor, gracias a esto el usuario puede ingresar desde una computadora conectada a la red de la biblioteca y ser identificado por el editor, permitiendo la consulta de la revista. Cabe destacar que es recomendable evitar que la biblioteca cambie las direcciones IP constantemente, porque durante esa transición se podría carecer del acceso a los recursos suscritos, afectando directamente a investigadores, académicos, estudiantes y otros usuarios.

También la consulta de aquellas revistas electrónicas es posible desde cualquier lugar con el acceso remoto, en muchos casos se utiliza el software intermedio *EZproxy*, (OCLC; 2012); (Lawrence; 2009), el cual se instala en el servidor de la biblioteca, además autentica y permite que un número mayor de usuarios tengan acceso a las publicaciones periódicas electrónicas desde su hogar sin tener que estar físicamente en la biblioteca (véase figura 3). La mayoría de los editores ofrecen el acceso en *multi site* y *single site*, en contraste pocos editores limitan el número de direcciones IP que pueden registrar, es decir:

- *Multiple IP Addresses (Multi Site)*: Acceso IP sin restricciones dentro de las instalaciones. Accesos simultáneos permitidos. Servidores Proxy permitidos salvo previa indicación del editor. Editores como *SAGE*, *Taylor and Francis*, *John Wiley*, *Springer*, etc., ofrecen éste tipo de validación.
- *Multiple IP Addresses (Single Site)*: Acceso IP limitado al centro subscriptor. Servidores Proxy no son permitidos. El editor *Allen Press* es un claro ejemplo de éste tipo de validación ya que no brinda el acceso a *multi site*.
- *Limited IP Addresses (No Ranges)*: Solo pueden registrarse para el acceso un número indicado de direcciones IP individuales (más de una). Rangos no son permitidos. *Fabrizio Serra Editore* únicamente registra menos de 20 direcciones IP.

Figura 3. Conexión de usuarios de biblioteca a través de direcciones IP y acceso remoto



Fuente: Elaboración propia.

El acceso a través de direcciones IP es utilizado en muchas bibliotecas, el cual consiste en que el editor registra en su base de datos una o varias direcciones IP de la biblioteca [X.X.X.X], entonces cuando la unidad de información realiza la petición al servidor del editor [Y.Y.Y.Y] éste lo autentica y permite el acceso a la revista electrónica (véase líneas en guión), únicamente los usuarios que se encuentran dentro de la red de la biblioteca podrán realizar la consulta de aquellas revistas.

Sin embargo cuando el usuario se localiza fuera de la red, y la unidad de información provee la conexión de acceso remoto, el usuario se conecta al servidor de la

biblioteca y éste a su vez se enlaza al servidor del editor para solicitar el acceso a las suscripciones (véase líneas punteadas), por lo cual nunca existe una comunicación directa usuario remoto con el servidor del editor, ya que éste no reconoce la IP [Z.Z.Z.Z] del usuario, de ahí que el servidor de la biblioteca funciona como un intermediario, el cual sí es reconocido en el servidor del editor, debido a esto el usuario remoto puede gozar del acceso a las revistas.

## 10. Username y Password

Los editores son quienes asignan y proveen las claves de acceso a los clientes directamente o a la agencia suscriptor. No obstante algunos proveedores de información solicitan el registro de los suscriptores en su sitio Web para hacer funcionar el acceso, aquí el usuario se enlaza directamente al servidor del editor. Las claves son exclusivamente para un solo usuario aunque dependiendo de las políticas advertidas por el editor a veces se permite que esas claves sean compartidas, por lo anterior se puede tener acceso a través de claves en las siguientes modalidades:

- Single User (Login Requested): La información para el acceso es limitado a un sólo usuario. *Editorial Graó*, *Wolters Kluwer* y *Access Intelligence* se caracterizan por utilizar ésta modalidad de acceso.
- Multiple Users (Login can be Shared): La información de acceso puede ser distribuida entre los usuarios. Claves compartidas. Son pocos los editores que permiten ese tipo de validación como *Quintessence Publishing*, *The Journal of Clinical Orthodontics* y *Surface Design Association*.

El inconveniente de este tipo de validación es que las claves pueden extraviarse con facilidad, además con frecuencia se limita a un solo usuario y en caso de un sobreuso el editor puede cancelar el acceso temporalmente.

## 11. Número de suscripción o de abonado

Son en menor cifra los editores que validan el acceso a través de un número de suscripción o de abonado; el acceso es muy similar al de username y password, muchas veces se encuentra en la etiqueta del empaque de

la revista impresa y en otras ocasiones el editor envía directamente el número al suscriptor. Este tipo de acceso es únicamente para un solo usuario. Gran parte de editores alemanes, franceses (*ADBS L'association des professionnels de l'information et de la documentation*) e italianos utilizan el número de abonado, mientras que el *Institute of Food Technologists*, *Editions Sciences Humaines*, entre otros, ocupan el número de suscripción para proveer el acceso.

- Subscription Number: Para el acceso debe ingresar el número de suscripción o de abonado.

Son distintos los tipos de validación que ofrecen los editores y proveedores de información a los suscriptores. Por varios años el acceso a las revistas electrónicas se ha hecho a través de las computadoras de escritorio o portátiles, sin embargo con el avance de la tecnología ahora las consultas pueden realizarse por medio de teléfonos inteligentes, iPads y otros dispositivos móviles. En países desarrollados es común visualizar los e-journals en novedosos dispositivos aunque en Latinoamérica recientemente se está tomando esa tendencia.

Varios editores han diseñado sus páginas Web para la consulta desde un móvil, otros más ofrecen el acceso para dispositivos móviles como: *Scientific American*, *a Division of Nature America*, *Informa Healthcare*, *American Academy of Pediatrics*, *Bloomberg Businessweek*, *Zinio*, *MIT Sloan Management Review*, *The New England Journal of Medicine*, entre otros, donde el suscriptor ingresa una clave de acceso o descarga de la tienda de *Apple App* la aplicación para la consulta de aquella publicación.

Es claro que el profesional de la información encargado del establecimiento del acceso necesita de diversos conocimientos y habilidades como el manejo de las tecnologías de la información y comunicación así como entender los procesos y mercado editorial.

## 12. La utilización del agente de suscripciones para la administración de los e-journal

Muchos administradores de bibliotecas escogen a las agencias suscriptoras para la adquisición de publica-

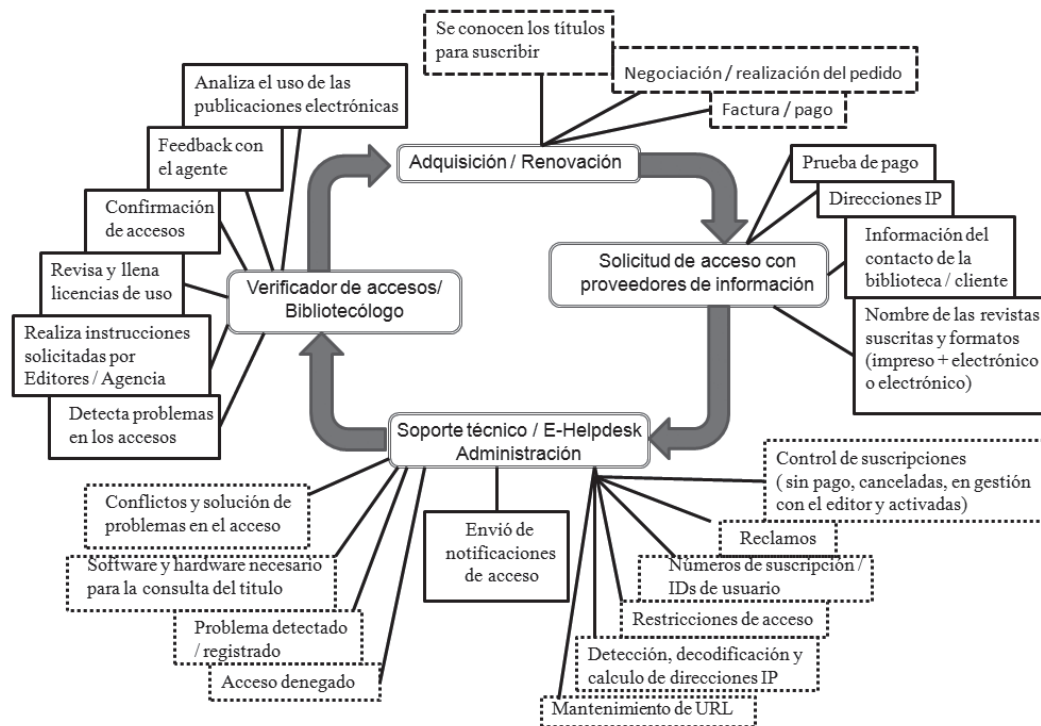
ciones periódicas por el valor agregado que ofrecen a los clientes (Grogg; 2010). Por ejemplo, algunos agentes proveen la gestión de los accesos electrónicos sin ningún costo adicional a las suscripciones. En la actualidad cualquier profesional de la información es capaz de gestionar el acceso electrónico con los editores directamente, sin embargo muchas veces dejan aquella tarea a las agencias, porque carecen de tiempo y de personal para que contacte a cada editor; además gran parte de estos son de habla inglesa, lo cual puede ser una barrera de comunicación para los administradores de Latinoamérica.

La gestión del acceso a los e-journals a través de una agencia es una tarea compleja, porque funciona como un intermediario entre el editor y la biblioteca, donde la comunicación es parte fundamental para la activación del acceso a los títulos. Los responsables de las agencias que se dedican a gestionar el acceso a las revistas electrónicas saben que el inicio del proceso para el acceso comienza cuando se le paga al editor la suscripción (véase Figura 4), sin embargo previamente el cliente/

biblioteca envía la lista de títulos a suscribir así como el pago al agente, posteriormente el intermediario pide al editor que envíe la factura de la suscripción (impreso + electrónico, electrónico u otra combinación) la cual se paga de inmediato.

Una vez que el costo de la revista fue cubierto, el área encargada de la gestión de acceso de la agencia pide al administrador de la biblioteca proporcione las direcciones IP de su institución, el nombre, correo electrónico y teléfono del responsable de las adquisiciones electrónicas o del contacto que será registrado con los editores o hosts. Toda la información obtenida anteriormente se manda al editor por medio de correos electrónicos, fax y llamadas telefónicas con el objetivo de que este provea el acceso a la revista para la biblioteca. En esta comunicación también se incluye información del título de la revista, el tipo de suscripción y la prueba de pago, en ocasiones se tienen números de referencia, ID usuario, por lo cual se le envían al editor para que agilice el servicio y sea más fácil identificar la suscripción.

Figura 4. Proceso de la gestión y administración del acceso a las revistas electrónicas suscritas con la agencia de suscripciones



Fuente: Elaboración propia con base en Stephanie H. Wical (2009). The need for electronic resource management systems in libraries. En Wayne Jones, (Eds.), *E-journals access and management*. New York: Taylor & Francis. p.228.

Una vez que el editor recibe la información del cliente, éste verifica los datos de la suscripción así como del pago. Cuando los datos son correctos el editor o proveedor de información confirma el acceso a la revista electrónica al contacto de la biblioteca o a la agencia suscriptora, aunque en esa validación el editor puede incluir claves de acceso, así mismo solicitar que el suscriptor se registre en su sitio web, también puede requerir el llenado de una licencia de uso para habilitar el acceso. En contraste el editor puede negar el acceso a la revista porque no encuentra en su sistema el registro del pago de la suscripción, debido a que no se cubrió en su totalidad el costo de la suscripción o aun no publica los números correspondientes al año vigente.

Por otra parte a la agencia, al encontrarse como intermediario entre la biblioteca y el editor, le resulta difícil saber cuándo el editor se comunica con el contacto de la biblioteca.

Cuando la agencia suscriptora recibe la autorización del acceso por parte del editor o host, envía una prueba de acceso al cliente/biblioteca por medio de un e-mail, el cual incluye el nombre del editor o dotador del acceso de la revista electrónica, el tipo de suscripción (impreso+ electrónico o electrónico), la URL donde se verificará el acceso, el tipo de validación (direcciones IP, claves, entre otros), también en el mensaje puede incluir instrucciones para habilitar el acceso solicitadas por el editor o el agente.

El cliente revisa y verifica el acceso únicamente dando clic en la URL proporcionada, aunque a veces debe seguir instrucciones, las cuales envió el editor o la agencia. Si el verificador de accesos de la biblioteca visualiza el contenido vigente de la revista electrónica, se puede decir que la gestión del acceso fue exitosa, sin embargo el bibliotecólogo debe monitorear el acceso a la revista electrónica para asegurar que los usuarios de la biblioteca gozan de ese servicio, así mismo para detectar fallas en la consulta de la revista. También el administrador de la biblioteca tiene la tarea de analizar, por medio de las estadísticas, el uso de la revista electrónica para tomar la decisión de renovar el título al siguiente año o cancelarlo para adquirir otra revista que satisfaga las necesidades de información de los investigadores, académicos, alumnos y otros usuarios de la unidad de información.

En caso de que no se pueda consultar el título suscrito, el cliente debe notificar al agente el problema. Cuando el editor confirma el acceso es seguro que funciona correctamente y generalmente el problema lo tiene el cliente/biblioteca, ya que se origina por el tipo de navegador que utilizan, la versión del lector de PDF, permisos de cookies y de elementos emergentes, así como problemas de software o hardware, también por URL rotas. Con frecuencia muchos clientes realizan la consulta de las revistas desde direcciones IP no registradas o desean ver números anteriores que no se incluyen en la suscripción, por lo tanto no tienen acceso a la revista.

En ocasiones la agencia puede ayudar a resolver el problema de la carencia del acceso al cliente/biblioteca, otras veces el único que lo puede hacer es el editor, de modo que el agente contacta al editor y le explica el problema o le hace saber que el cliente no tiene acceso y se espera a que el editor verifique y confirme el acceso a sus títulos. Una vez que el editor o host indican que el cliente/biblioteca debe tener acceso sin problemas, el agente pide al verificador de accesos intente ingresar a la publicación nuevamente, en consecuencia la unidad de información debe tener acceso y en caso de que persista la falla, la agencia de suscripción, el editor o host buscan solucionar el problema hasta que el cliente tenga el acceso a la revista.

En síntesis, como se observa en la figura 4, en el ciclo de la gestión de acceso a las revistas electrónicas el cliente contacta a la agencia para suscribir una lista de revistas electrónicas, después la agencia tramita la suscripción con el editor y éste confirma el acceso. Una vez que el agente sabe que el cliente ya tiene acceso le pide lo verifique, por último conforme al uso y presupuesto de la biblioteca tomará la decisión de renovar las suscripciones, cancelar algunas o adquirir nuevas publicaciones, lo que llevará a que la biblioteca solicite a la agencia suscribir una nueva lista de títulos, originando que se vuelva un ciclo.

### 13. El futuro de las agencias de suscripciones

Estamos ante un momento de transición donde conviven multitud de modelos de mercado antiguos con otros que van apareciendo. No es sencillo para las agen-

cias ya existentes enfrentarse a esta dicotomía, ya que cuentan con estructuras organizacionales que no son sencillas de cambiar de un día para otro, pero sí a un mediano plazo.

Con el paso del tiempo se ha tenido una variación en el ciclo de la información, en principio interactuaba un autor, un editor, un intermediario, una biblioteca y un lector, pero hoy en día el lector, que siempre estuvo al final de la espiral, se encuentra ahora con posibilidad de establecer contactos a través de toda esa cadena. De esta manera, nos encontramos a lectores-autores, lectores editores, etc. Como se observa, en esta cadena las funciones no desaparecen, solo se transforman, así mismo los sujetos involucrados pueden esfumarse si dejan de tener aportaciones. Es imposible que el agente desaparezca mientras haya algún comprador (unidades de información) y un vendedor de contenidos (editor).

Probablemente en Latinoamérica las agencias de suscripciones se mantengan a causa de la barrera idiomática y la moneda, pues muchas bibliotecas son consumidoras de títulos editados en Estados Unidos, Canadá, además de varios países de Europa y Asia. Sin embargo, los agentes no se deben confiar a este hecho, ya que si no quieren perder su función es necesario que continúen aprendiendo y evolucionando junto con las bibliotecas y los editores, además de proponer soluciones de gestión, acceso e integración de información.

Cualquier cambio en el ciclo de la información debe considerar cinco direcciones clave para el éxito y supervivencia del agente de suscripciones en las próximas décadas.

- Contenido digital.- Sí los editores están produciendo mayor contenido electrónico y las unidades de información lo demandan, el agente debe adaptarse a esta situación.
- Movilidad de usuarios.- El comportamiento de los usuarios finales de la biblioteca y los novedosos dispositivos de lectura están orillando a que se consulte los contenidos en cualquier lugar y tiempo, por lo tanto el agente debe pensar también en servicios enfocados a dispositivos móviles.
- Creación de bibliotecas digitales y/o repositorios institucionales.- La evolución de las bibliotecas

con contenido digital podría ser un nuevo negocio que podrían aprovechar los agentes, ayudando a las unidades de información no solo en la elaboración de bibliotecas digitales y/o repositorios, sino también en la creación de metadatos.

- La evolución de la producción y elaboración de información.- El agente puede trabajar colaborativamente con los editores para producir contenidos de información.
- Educación a distancia (e-learning).- Las propuestas formativas en educación y el uso de las tecnologías de la información y comunicación en el marco de la docencia y el aprendizaje son todavía incipientes, sin embargo el agente puede ayudar a fortalecer los cimientos del e-learning con servicios orientados hacia el autoaprendizaje.

Se presenta una oportunidad sin precedentes para el entorno de los agentes. En los próximos años cambiará más el paisaje editorial y de las bibliotecas y está en manos de las agencias construir parte de ese paisaje, que abocará a la desaparición o transformación de muchas agencias tal y como hoy se conocen. Con seguridad a las agencias de suscripciones les espera un mundo con nuevos retos.

## 14. Conclusiones

La revista electrónica distribuida a través de internet aún se encuentra en una fase inicial, por lo que el panorama es inestable y en constante evolución; teniendo en cuenta lo anterior, es difícil que la revista impresa desaparezca, pues sigue incrementándose su producción.

Por otra parte, el precio de la revista digital es mayor que la versión impresa, motivo por el cual el profesional de la información tendrá que analizar a quiénes y a cuántos beneficiará la suscripción de la revista. Una de las ventajas que tienen las revistas electrónicas es que se pueden obtener estadísticas de uso, las cuales ayudarán al administrador de la biblioteca a tomar la decisión de mantener esa revista en su colección, cancelarla o cambiarla por otra revista que satisfaga las necesidades de investigadores, académicos, estudiantes y otros usuarios de la unidad de información. En esta misma línea, se tendrá que considerar que la biblioteca debe difundir sus servicios para explotar al máximo el costo de la sus-

cripción; así mismo, conocer los beneficios que ofrece la validación de direcciones IP y el acceso remoto.

Los creadores de contenidos empiezan a modificar los tipos de suscripciones así como la forma de acceder a sus contenidos. Tanto las bibliotecas como los editores tienen requisitos técnicos y por lo tanto es el papel del agente asegurarse que los títulos que se compran sean los correctos en los aspectos de software y hardware. La revista electrónica no se puede leer o distribuir sin la tecnología.

A consecuencia de los avances tecnológicos y demanda de los usuarios, el mercado de las publicaciones electrónicas se muestra con diversos cambios; entre estos se encuentra la consulta de revistas electrónicas a través de tablets, iPads o algún otro dispositivo móvil, lo que está originando que el usuario gestione su acceso configurando su dispositivo, así que es necesario que el bibliotecólogo conozca cómo llevar este proceso a través de esas vías. Aunque en Latinoamérica no se tiene un alto índice de usuarios que usen dispositivos móviles para visualizar revistas es una tendencia en países desarrollados, por lo cual hay que estar preparados.

En las últimas dos décadas los intermediarios han tenido que desarrollarse rápidamente por la reducción constante de las suscripciones impresas, así como por los avances en la tecnología. Naturalmente los agentes están en condiciones de asumir una multitud de tareas derivadas de la oferta de servicios y de las tecnologías de la información y comunicación.

Muchos administradores de bibliotecas se apoyan en las agencias suscriptoras para la adquisición de publicaciones periódicas, sin embargo cada vez más editores no negocian con agencias, razón por la cual el cliente/biblioteca tiene que contactar al editor directamente para realizar la suscripción además de gestionar el acceso.

Conforme a la experiencia como gestor de accesos he detectado que a varios colegas les cuesta trabajo llevar a cabo la tarea de administrar las revistas electrónicas, pues exige conocimientos en tecnologías de información, manejo de presupuestos, relaciones públicas, etc. De ahí que dejan esa tarea a la agencia suscriptora, pero el problema se agrava cuando el editor no desea tener

contacto con la agencia y el cliente/biblioteca tiene que hacer el trámite con el productor de contenido, de modo que es indispensable que el profesional de la información conozca cómo llevar la actividad de adquirir publicaciones además de cómo gestionar el acceso, ya que las agencias suscriptoras a veces no pueden ayudar por las limitaciones implantadas por los editores.

El agente de suscripciones, es necesario que gestione el acceso cuando la unidad de información suscribe muchos títulos procedentes de diversas partes del mundo, también cuando se carece de personal con el conocimiento y las habilidades que exige el mundo de los recursos digitales.

Los agentes, si desean permanecer desempeñando su rol de intermediarios, tendrán que proporcionar una gama más amplia de servicios y de soluciones tecnológicas. Por último los agentes, editores y unidades de información cambian en sincronía y de manera progresiva.

## 15. Referencias

1. ARGOMEDOLOBOS, E. y CRISÓSTOMO GONZÁLEZ, N. (2006). Adquisición de publicaciones periódicas electrónicas en el SIBUC. Serie Bibliotecología y Gestión de la Información II, 1-26.
2. Association of Subscription Agents & Intermediaries. Members of the ASA conform to the ASA Guidelines to good practice. Disponible en internet: <http://subscription-agents.org/about/asa-guidelines> [Consulta 22 de noviembre de 2013]
3. COBBS, C. (2003). Internet changed the middleman's role, but didn't cut it out. *Chicago Tribune*, 12, 7-8.
4. CONTARDI, S. (2004). Adquisición de publicaciones electrónicas en consorcios de bibliotecas. *Información, Cultura y Sociedad*, 11, 117-128.
5. EBSCO y Red Sage. (2012). The role of subscription agents. En: *Ebsco Information Service Europe and Red Sage Consulting: The future of the academic information supply chain*. 1-16, Disponible en internet: <http://www.ebsco.com/papers2012> [Consulta 22 de noviembre de 2013]
6. FOURIE, I. (1999). Should We Take Disintermediation Seriously?. *The Electronic Library* 17(1), 9-16.
7. GELLMAN, R. (1996). Disintermediation and the Internet. *Government Information Quarterly*, 13(1), 1-5.



8. GROGG, J. E. (2010). Using a subscription agent for e-journal management. *Journal of Electronic Resource Librarianship*, 22, 7-10.
9. KING, J. (1999). Disintermediation/Intermediation. *Computerworld*, 33(50), 54-63.
10. LAMOTHE, A. R. (2012). Factors Influencing Usage of an Electronic Journal Collection at a Medium-Size University: An Eleven-Year Study. *Partnership: the Canadian Journal of Library and Information Practice and Research*, 7(1), 1-22.
11. LAWRENCE, P. (2009). Access when and where they want it: Using EZproxy to serve our remote users. *Computers in Librarians*, January, 40-43.
12. MARCOS, M. C. (2000L). a revista electrónica y su aceptación en la comunidad científica. *El Profesional de la Información*, 9(5), 4-14.
13. MARTÍN GONZÁLEZ, J. C. y Merlo Vega, J. A. (2003). Las revistas electrónicas: características, fuentes de información y medios de acceso. *Anales de Documentación*, 6, 155-186.
14. OCLC. (2012). Software de autenticación y acceso del EZproxy. Dublín: OCLC, Disponible en internet: <http://www.oclc.org/americalatina/es/ezproxy/default.htm> [Consulta 22 de noviembre de 2013]
15. ORTOLL ESPINET, E. (2001). Gestión de acceso a revistas electrónicas. *El profesional de la Información*, 10(1-2), 31-37.
16. RAMÍREZ GODOY, M. E. y Díaz Escoto, A. S. (2006). Análisis y propuestas sobre la suscripción de revistas del sistema bibliotecario de la Universidad Nacional Autónoma de México. *El profesional de la información*, 15(4), 290-296.
17. SCOLARI, C. A. (2013). De las tablillas a las tablets: evolución de las emagazines. *El profesional de la información*, 22(1), 10-17.
18. SCHRAGE, M. (1997). New is role: bypassing the middleman. *Computerworld*, 31(2), 35-42.
19. WICAL, Stephanie H. (2009). The need for electronic resource management systems in libraries. En Wayne Jones, (Eds.), *E-journals access and management*. New York: Taylor & Francis.
20. TILLERY, K. (2012). Study of Subscription Prices for Scholarly Society Journals: Society Journal Pricing Trends and Industry Overview. *Allen Press*, 1-19.
21. TURNER, R. (2005). Hidden Costs of E-Journals. *The Serials Librarian*, 48(1-2), 215-228.