

# Dando los primeros pasos en la edición electrónica de publicaciones periódicas\*\*

## ¿QUÉ ES LA EDICIÓN ELECTRÓNICA?

A los efectos de esta guía de recursos, la edición se define como:

- ◆ *Tornar al contenido de una publicación periódica (el texto completo de los artículos) disponible en línea.*

En este documento también abordaremos el uso de herramientas electrónicas para facilitar los procesos de publicación (impresa o electrónica), por ejemplo el procesamiento editorial electrónico en línea.

## ¿POR QUÉ PUBLICAR ELECTRÓNICAMENTE?

Muchas publicaciones periódicas alrededor del mundo luchan por atraer a autores y lectores, y frecuentemente sufren la falta de recursos –tanto humanos como financieros. Adicionalmente, los hábitos de investigación están cambiando, y los investigadores esperan cada vez más que toda información esté disponible en línea. Esto significa que una publicación pe-

\* Directora Ejecutiva, Association of Learned and Professional Society Publishers (ALPSP), Gran Bretaña. E-mail <chief-exec@alpsp.org>.

\*\* Traducción: Florencia Enghel.

riódica que no puede localizarse en línea es de hecho invisible. La edición en línea puede ayudar a encarar algunas de estas cuestiones. Al mismo tiempo, muchos lectores todavía parecen preferir las versiones impresas, de modo que usted podría sentir que no puede dejar de producir también una edición impresa.

Editar una publicación periódica electrónicamente suena muy atractivo. Hay una cantidad de buenas razones para hacerlo, pero también existen desventajas. Antes de comprometerse y de comprometer a su organización en el esfuerzo y el gasto involucrados, es sensato considerar cuidadosamente tanto las ventajas como las desventajas. En última instancia, la decisión dependerá de cuáles son sus objetivos principales, de modo que en primer lugar es importante que usted sea claro acerca de por qué está publicando o planeando publicar: qué información quiere diseminar, y a quiénes quiere hacerla llegar.

Suele considerarse que la edición electrónica posee seis ventajas sobre la impresa: alcance internacional, velocidad, capacidades adicionales, costo más bajo, nuevas oportunidades para la publicación y sostenibilidad. Cada una de estas ventajas se tratará a continuación.

### **ALCANCE INTERNACIONAL**

Si una publicación periódica está disponible en Internet, es cierto que lectores de todo el mundo pueden obtenerla y leerla (suponiendo que posean computadora y conexión a Internet); no es necesario planificar el envío por correo de copias impresas a diferentes partes del mundo, lo cual puede ser a la vez caro y lento. Sin embargo, si los lectores han de obtener y leer su publicación periódica, deben estar al tanto de su existencia, y deben querer leer los artículos que usted publica. Para permitir a los lectores descubrir su publicación, es necesario que esta sea visible en los principales motores de búsqueda (por ejemplo, Google) y, para alentar su uso, es necesario que usted lleve adelante una cierta promoción internacional a fin de aumentar el conocimiento y la confianza en la misma.

### **VELOCIDAD DE PUBLICACIÓN**

Una publicación periódica en línea posee una gran ventaja sobre la edición impresa, dado que es posible publicar un número tan pronto como esté listo, y no esperar a que sea impreso, encuadernado y despachado. Más aún, no es necesario esperar a tener artículos suficientes para generar un número impreso completo. Usted puede, si lo desea, publicar artículos individualmente tan pronto como estén listos (o incluso en su forma aceptada pero no editada de manera definitiva). Estos ahorros de tiempo pueden ser muy útiles para los autores, particularmente en temáticas que avanzan rápidamente, tales como algunas de las ciencias, en las cuales la velocidad de publicación es extremadamente importante.

Muchos de los procesos importantes de publicación, sin embargo, no pueden acelerarse si usted desea producir una publicación de calidad. Si se trata de una revista científica, seguirá necesitando prever la evaluación por parte de pares –y esta (más la subsiguiente revisión) es a menudo el paso que más tiempo lleva entre la recepción de un artículo y su eventual publicación. El envío de los artículos a los evaluadores, y de sus informes a la oficina editorial, puede hacerse instantáneamente por medios electrónicos e implicar ciertos ahorros de tiempo, pero la lectura, reflexión y escritura de los informes llevará exactamente la misma cantidad de tiempo.

También es importante reconocer que incluso la publicación en línea no es instantánea; preparar los archivos correctamente, cargarlos en línea y mantener el servicio en línea lleva tiempo –más tiempo, inevitablemente, si se está trabajando con un servidor externo.

### **CAPACIDADES ADICIONALES**

El ambiente en línea ofrece el potencial para proporcionar mayor funcionalidad a los lectores. Una característica clave de las ediciones en línea es la capacidad para buscar artículos –como mínimo al interior de una publicación periódica, y frecuentemente a través de múltiples publicaciones.

Otra característica que comúnmente se agrega a las ediciones en línea es la vinculación en línea. Esto es, la capacidad para ir de una localización en línea a otra, simplemente haciendo clic sobre un botón –el ejemplo más común es el vínculo de una cita al interior del cuerpo de un artículo a la referencia relevante al final del artículo, y de ahí al artículo en sí que está siendo referenciado.

La vinculación de referencias en las publicaciones académicas se está realizando cada vez más mediante el uso de DOIs, códigos de identificación únicos asignados a los artículos en línea que proveen vínculos permanentes para los usuarios. Este es uno de los estándares internacionales que se están desarrollando para asistir a diferentes sistemas a fin de que se comuniquen y vinculen entre sí, para favorecer la visibilidad y descubrimiento de material en línea. La metodología de uso de los DOIs en las publicaciones académicas está siendo administrada por una organización llamada CrossRef (ver Glosario).

La publicación electrónica también hace posible incluir material que uno no incluiría en una publicación impresa, ya sea por razones de espacio o porque el material es difícil, costoso o incluso imposible de imprimir. Los artículos de investigación en línea pueden ser acompañados por los conjuntos completos de datos a partir de los cuales se alcanzaron los resultados –idealmente en una forma que los lectores puedan manipular por sí mismos. Las ilustraciones a color podrían ser prohibitivamente caras en una edición impresa, pero no presentan tales problemas en forma electrónica.

Imágenes en movimiento, audio o animaciones pueden incluirse también, si bien muy pocos autores piensan automáticamente en proveer

tal material en la actualidad, y las complejidades técnicas podrían pesar más que los beneficios.

Antes de introducir características adicionales en su edición en línea, usted debe considerar las probabilidades de que sus lectores (o, de hecho, sus examinadores) posean el software necesario para hacer uso de su material adicional (los archivos no textuales también plantearán nuevos desafíos a la oficina editorial en términos de cómo chequear y, de ser necesario, corregir dicho material). Asimismo vale notar que la vinculación es por lo general evaluada muy altamente por los lectores, que la encuentran una forma invaluable de enriquecer su investigación, mientras que otras características adicionales son mucho menos valoradas<sup>1</sup>. Como consecuencia, podría no valer la pena invertir una gran cantidad de tiempo y dinero en ellas.

Una última consideración es que las capacidades adicionales que la publicación en línea puede ofrecer podrían resultar de particular relevancia para usted en tanto editor, y no así para el usuario. Las mismas podrían involucrar la facilidad con que usted puede subir sus contenidos y modernizar sus prácticas de trabajo. Una nueva facilidad particularmente importante que la edición en línea puede proporcionarle es una herramienta para medir y monitorear el uso en línea (esto también puede ser de gran valor para los bibliotecarios a los efectos de ver cuán útil es su publicación para los usuarios). La mayoría de los servidores comerciales (ver más adelante) automáticamente ofrecerán sofisticadas estadísticas de uso, y la mayoría de estas serán compatibles con COUNTER (ver Glosario), que es otro estándar internacional crecientemente importante con el cual las publicaciones en línea debieran ser compatibles.

## **COSTOS REDUCIDOS**

Originalmente se asumió que la edición en línea introducía ahorros en los costos de inmediato. Sin embargo, esto sólo es cierto si se deja de imprimir por completo; seguir imprimiendo incluso unas pocas copias elimina la mayoría de los ahorros en los costos (ver la sección “¿Cuánto puede costar?”).

Si usted decide dejar de imprimir por completo, podría ahorrar un porcentaje significativo de sus costos directos totales, si bien otros (los editoriales y de oficina, por ejemplo) permanecerán inalterados<sup>2</sup> –sin embargo, la mayoría de los lectores todavía parece querer copias impresas. El costo de administrar una versión electrónica también será considerablemente más bajo si usted es capaz de ponerla a disposición de todos sin cargo (ver la sección “Acceso abierto”). Dependiendo del modo en que la publicación se financie, sin embargo, usted podría necesitar reemplazar los ingresos por suscripciones

---

1 Baldwin, Christine and Pullinger, David 2000 “What readers value in academic journals” in *Learned Publishing* 13(4), 229-240 [DOI: [dx.doi.org/10.1087/09531510050162066](https://doi.org/10.1087/09531510050162066)].

2 Tenopir, Carol and King, Donald W. 2000 *Towards Electronic Journals: realities for scientists, librarians and publishers* (Washington DC: Special Libraries Association).

aumentando los cargos a los autores (ver más adelante); esto requerirá un sistema de administración que a su vez reducirá los ahorros.

Los costos de editar una publicación pueden dividirse en directos e indirectos. Los costos directos son aquellos que implican una factura de un proveedor externo (por ejemplo, la imprenta) que la publicación debe pagar. Los costos indirectos son aquellos cubiertos por la organización-madre (por ejemplo, el tiempo del personal de la secretaría departamental necesario para administrar la oficina editorial), y la publicación podría no estar consciente de estos (si bien debieran ser reconocidos). Introducir la edición en línea podría proporcionar una oportunidad para reducir costos directos (por ejemplo, dejar de imprimir la publicación), pero probablemente aumente los costos indirectos (por ejemplo, más tiempo del personal).

### **NUEVAS OPORTUNIDADES PARA LA PUBLICACIÓN**

Es perfectamente posible para una publicación en línea trabajar en todo sentido exactamente como una publicación impresa. Sin embargo, el medio en línea torna posibles nuevas maneras de hacer las cosas –nuevas maneras de publicar, nuevas maneras de cubrir costos y nuevos procesos–, lo cual podría ayudar a encarar los problemas de una publicación que esté enfrentando dificultades.

### **NUEVAS MANERAS DE PUBLICAR**

Existen varios modelos para publicar en línea. Tres de los más comunes se listan a continuación (mayores detalles y modelos adicionales se proporcionan en el documento de INASP sobre modelos de publicación en línea<sup>3</sup>).

#### ◆ Publicar a menudo, imprimir con escasa frecuencia

Este enfoque podría ser particularmente atractivo si usted tiene dificultades para publicar los números a tiempo, ya sea debido a la falta de fondos para pagar por la impresión y distribución, o a la escasez de artículos. Los números en línea (conteniendo tantos o tan pocos artículos como usted tenga disponibles) se publicarían regular y frecuentemente, pero sólo se produciría uno impreso por año, en calidad de archivo. Esto puede ayudar a mejorar la regularidad de la publicación (y, por ende, atraer a más autores y lectores) y, al mismo tiempo, ahorrar algunos costos de impresión y distribución (pero no todos).

#### ◆ Publicación artículo por artículo

Este enfoque podría ser incluso más atractivo si la publicación veloz es importante para los autores en su área temática. Los artículos se publicarían en línea

<sup>3</sup> INASP 2005 *Models for Full Text Online Publishing: Resource Guide* (Oxford: INASP).

individualmente, tan pronto como estén listos. Además de ofrecer rápida publicación a los autores, esto atraerá frecuentemente a los lectores a la publicación en línea, aumentando por ende el uso (si usted aún desea producir un número impreso, puede combinar este enfoque con el anterior).

#### ◆ Contenido en línea e impreso separados

Algunas publicaciones han separado sus ediciones impresas y en línea de modo que prácticamente son diferentes –un ejemplo de esto es el modelo “electrónico largo, en papel corto” usado en el *British Medical Journal* <[http://bmj.bmjournals.com/onlinefirst\\_date.shtml](http://bmj.bmjournals.com/onlinefirst_date.shtml)>. Este modelo publica el artículo completo en línea, pero sólo publica una versión más corta en su edición impresa (para ahorrar espacio y costos de impresión). Algunas publicaciones incluyen secciones adicionales en su edición en línea, y otras excluyen algunos materiales de la versión en línea que aparecen en la versión impresa (por ejemplo noticias, cartas, etcétera). Sin embargo, si usted decide publicar contenidos diferentes en la versión en línea e impresa, esto trae una complejidad adicional a la manera de tratar su contenido, lo cual probablemente aumente sus costos editoriales en conjunto.

### NUEVOS PROCESOS DE PUBLICACIÓN

#### ◆ Revisión de pares abierta

Internet facilita a los lectores el proceso de comentar los artículos una vez que se publican en línea. Esto podría hacerse una vez que los artículos han pasado por el proceso normal (cerrado) de revisión por parte de pares, o preceder dicho proceso o incluso reemplazarlo (si bien normalmente el editor de una publicación tomaría una decisión preliminar respecto de la adecuación del artículo). Algunas publicaciones permiten a continuación a los autores modificar sus artículos a la luz de la retroalimentación –ver, por ejemplo, *Atmospheric Chemistry and Physics* <<http://www.copernicus.org/EGU/acp/>>. Sin embargo, esto implica una considerable complejidad adicional, y torna esencial que los lectores sepan qué versión del artículo están de hecho leyendo; este enfoque podría no ser bienvenido en todas las disciplinas, dado que los académicos difieren en su disposición a exponer trabajos no terminados a sus colegas, por lo cual es importante que usted conozca a su comunidad de lectores/autores antes de tomar una decisión.

#### ◆ Índice

Es posible que usted no necesite un índice si el sitio web permite la búsqueda del texto completo de los artículos, particularmente si también permite buscar por campos específicos (por ejemplo, autor o título). Sin embargo, los índices elaborados manualmente agregan un valor considerable –la búsqueda electrónica sólo encontrará la palabra exacta que se está buscando, mientras que

un índice puede pensar sinónimos, y no indizará apariciones irrelevantes de la palabra. Si usted puede costearlo, muchos editores creen que sigue valiendo la pena tener un índice compilado por una persona.

## DESAFÍOS

Si bien editar en línea presenta muchas oportunidades para las publicaciones, también puede presentar algunos desafíos. Dos de los desafíos más importantes se analizan aquí.

### ACCESO Y ALMACENAMIENTO PERPETUOS

Esta es una cuestión que preocupa a editores y bibliotecas en todo el mundo. En el ambiente de lo impreso, una biblioteca que se ha suscripto a una publicación en el pasado siempre tendrá las copias a las cuales se suscribió aun si un día debe cancelar la suscripción (esto es, retiene una colección). Sin embargo, esto podría no ser cierto en el ambiente electrónico, donde la biblioteca no “compra” la publicación en línea sino que meramente “alquila el acceso” para un período específico de tiempo (por ejemplo, la suscripción anual). Por ende, la biblioteca jamás posee el contenido de manera local, sino que depende de servidores en manos de terceros para recibirlo.

Muchos editores han modificado sus acuerdos con las bibliotecas en la actualidad, de modo tal que la biblioteca tiene acceso a perpetuidad a cualesquiera de los números de la publicación periódica a los cuales se suscribió; sin embargo, esto significa que el editor necesita asegurarse de poseer buenos registros y administración del acceso en línea para tener certeza de que funcionen sin inconvenientes a lo largo del tiempo.

Las publicaciones impresas son relativamente fáciles de archivar (si bien requieren espacio y podrían deteriorarse con el tiempo), pero no hay manera sencilla de archivar una publicación en línea existente solamente en formato electrónico. Incluso si la biblioteca que archiva hace copias de seguridad de las publicaciones, estas podrían necesitar actualizaciones a lo largo del tiempo a medida que la tecnología cambia. Los vínculos con otros sitios —una de las características más atractivas de las ediciones en línea— podrían tornarse inactivos debido a la transitoriedad de las direcciones en la World Wide Web (URLs)<sup>4</sup>.

Algunos editores han firmado un acuerdo con organizaciones dedicadas al almacenamiento (por ejemplo, J-Stor<sup>5</sup>) y/o con bibliotecas naciona-

4 Dellavalle, R. P. ; Hester, E. J. ; Heilig, L. F. et al. 2003 “Going, going, gone: lost internet references” in *Science* 302(5646), 787-788 [DOI: dx.doi.org/10.1126/science.1088234].

5 J-STOR se estableció en 1995 para proveer un servicio para escanear y mantener un archivo de publicaciones y ponerlo a disposición de los suscriptores. Ofrece diferentes colecciones de publicaciones a los suscriptores. Para más información, ver <<http://www.jstor.org>>.

les (por ejemplo, la Biblioteca Real de Holanda, Koninklijke Bibliotheek<sup>6</sup>) para preservar sus publicaciones en forma permanente; esto tiene la ventaja de que también permite proveer acceso continuo a los clientes aun cuando ya no estén suscritos, o incluso en el caso de que el propio servicio del editor fallara o la publicación o el editor se retiraran del negocio.

En varios países se está trabajando a fin de ampliar su legislación para suministrar depósito de materiales electrónicos<sup>7</sup> legal (por ejemplo con las bibliotecas nacionales) de la misma forma actualmente requerida para los impresos. Por ejemplo, la ley del Reino Unido fue actualizada en 2003, y en 2004 la British Library<sup>8</sup> inició un proyecto piloto para testear el depósito de las publicaciones en línea.

Otra consideración relacionada es la digitalización y publicación en línea del contenido impreso histórico. Si bien ello es costoso, existen beneficios en el hecho de colocar todos los números de una publicación en línea de modo que puedan ser buscados; existe evidencia de que el uso de los números anteriores aumenta. Algunas organizaciones financiarán la digitalización del material a condición de que el acceso subsiguiente sea gratuito<sup>9 10 11</sup>.

## CITACIÓN Y VERSIÓN DEFINITIVA

La publicación electrónica (particularmente la exclusivamente electrónica) da lugar a una gama completa de nuevas preguntas, tales como: ¿cómo se cita una referencia en una publicación exclusivamente electrónica o un artículo pre-publicado en línea? ¿Cuál fecha de publicación se proporciona para un artículo publicado en línea antes de que la versión impresa esté disponible? ¿Cuál es la versión definitiva de la publicación, la impresa o la versión en lí-

---

6 Esta biblioteca nacional ha firmado acuerdos con muchos editores para descargar su contenido y mantener archivos del mismo a perpetuidad. Ver <<http://www.kb.nl/index-en.html>> y también el comunicado de prensa acerca del acuerdo entre la biblioteca y Blackwell Publishers <<http://www.blackwellpublishing.com/press/pressitem.asp?ref=83>>.

7 Para un ejemplo de algunas iniciativas internacionales, ver el artículo editado como resultado del Working Group of the Conference of Directors of National Libraries (CDNL) publicado en 1996 en el sitio web de UNESCO <<http://www.unesco.org/webworld/memory/legaldep.htm>>.

8 En preparación para la implementación de la nueva legislación de depósito legal del Reino Unido (que extenderá el depósito a las publicaciones no impresas, sobre una base medio por medio), está en marcha un proyecto piloto para testear la viabilidad de –y establecer posibles problemas con– el depósito de publicaciones periódicas electrónicas –ver <<http://www.bl.uk/about/policies/legaldeposit.html#elec>>.

9 Para información acerca de la política de los National Institutes of Health, ver <<http://grants.nih.gov/grants/guide/notice-files/NOT-OD-05-022.html>>.

10 Para información acerca de la posición del Wellcome Trust, ver <[http://www.wellcome.ac.uk/doc\\_WTD002766.html](http://www.wellcome.ac.uk/doc_WTD002766.html)>.

11 Research Councils UK está llevando a cabo un examen del auto-archivo y desarrollando una política para sus investigadores. Un informe preliminar está disponible en <<http://www.rcuk.ac.uk/press/20050921rcuk.asp>>.

nea? Existen otras cuestiones fundamentales también acerca de qué cuenta como “publicación” en un ambiente de documentos potencialmente actualizados de manera continua; estas son todas preguntas<sup>12</sup> difíciles, y hasta el momento mayormente sin respuesta.

Una cuestión que ha sido problemática para las publicaciones interesadas en pasar a la edición en línea exclusivamente ha sido la forma en que esta es percibida por la comunidad de investigadores y académicos. En el pasado no siempre han sido reconocidas como publicaciones creíbles por las autoridades relevantes al considerar la asignación de cargos y promoción en base a las publicaciones. Afortunadamente esta actitud está cambiando con la ayuda de la aceptación de publicaciones exclusivamente en línea por parte de los servicios de indización (incluyendo ISI Web of Knowledge <<http://www.thomsonisi.com/>> y MEDLINE <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/entrez/query.fcgi>>), lo cual les da reconocimiento al interior de la comunidad de editores de publicaciones periódicas.

Las citas pueden tornarse mucho más útiles, en las ediciones en línea, mediante su vinculación directa con el ítem citado. Este procedimiento es facilitado por el Identificador de Objeto Digital (Digital Object Identifier, DOI –ver Glosario), que proporciona un vínculo mucho más permanente que una URL\* (que puede cambiar). El sistema DOI/CrossRef se está usando ahora de manera extensiva; de hecho, no requiere una publicación sofisticada y, si bien hay cargos, estos son relativamente pequeños.

Un ejemplo de cómo pueden usarse los DOIs en las citas puede encontrarse en el sitio web del BMJ, en el área llamada *On line first* o “Primero en línea” <[http://bmj.bmjournals.com/onlinefirst\\_date.shtml](http://bmj.bmjournals.com/onlinefirst_date.shtml)>, que contiene artículos que han sido aceptados pero aún no han sido publicados o asignados a un número en particular. En esta página web se indica a los lectores que citen los artículos usando sus DOIs y la fecha de publicación en línea (ambos proporcionados en el encabezamiento de cada artículo). En algunas comunidades este se ha tornado un método de citación aceptado, pero aún estamos en los comienzos y por ende todavía debe ganar aceptación en muchas áreas de la investigación y la publicación académicas.

## **CUESTIONES RELATIVAS AL ALOJAMIENTO**

Dónde es editada en línea una publicación puede afectar su éxito o su fracaso, puesto que el sitio puede ayudar o poner obstáculos a la publicación a partir de las facilidades técnicas y la visibilidad que ofrece. El precio del alojamiento en línea es otra consideración importante. Existen varias opciones disponibles para el editor.

---

12 ALPSP y NISO (National Information Standards Organization) están trabajando juntos en un proyecto para investigar los problemas potenciales de la publicación en línea de múltiples versiones. Ver <[http://www.niso.org/committees/Journal\\_versioning/JournalVer\\_comm.html](http://www.niso.org/committees/Journal_versioning/JournalVer_comm.html)>.

\* N. de la T.: Uniform Resource Locator, o Localizador Uniforme de Recurso.

## **SITIO WEB PROPIO/DE LA ORGANIZACIÓN**

El beneficio de editar su publicación en su propio sitio web (o el de su institución) es que usted posee control completo sobre el mismo —el diseño y su aspecto o presentación. Si bien por supuesto existen costos asociados con esta opción, no está involucrado un proveedor externo.

Sin embargo, también existen desventajas al publicar en línea de este modo, incluyendo una falta de habilidades y soporte técnico para la publicación, y una falta de conocimiento de los estándares de publicación en línea vigentes y compatibilidad con nuevos protocolos. Adicionalmente, el mantenimiento y la actualización del sitio web podrían no recibir suficiente atención si estos compiten con otros requerimientos del propio sitio web de la institución. Y, por otra parte, la publicación podría sufrir de baja visibilidad, dado que podría ser difícil localizarla al interior del sitio web de la institución, y los visitantes no se sentirán motivados a descubrirla.

## **SERVIDOR COMERCIAL**

Muchas compañías comerciales están ahora alojando publicaciones académicas en nombre de sus editores. Las ventajas de usar servidores comerciales (por ejemplo, Ingenta <<http://www.ingenta.com>>, HighWire <<http://highwire.stanford.edu/>>) son que estos poseen un alto nivel de profesionalismo técnico y garantizan la compatibilidad con estándares internacionales. También proporcionan frecuentemente beneficios en forma de valor agregado, por ejemplo la conversión de archivos y provisión de metadatos (ver Glosario) a servicios de resúmenes e indexación, así como todos los beneficios de un sofisticado sistema continuamente en desarrollo. Además poseen experiencia en el trato con suscriptores y ambientes de acceso controlado, así como en garantizar la seguridad de la publicación en línea frente a hackers y situaciones de acceso no autorizado.

Sin embargo, existen algunas desventajas. La principal para una publicación con escaso acceso a financiamiento es que los servidores comerciales cobran por sus servicios y, si bien muchos de ellos ofrecen un precio que es razonable dentro del contexto de los presupuestos de las publicaciones occidentales, podrían resultar muy costosos para publicaciones de los países en vías de desarrollo. También debiera recordarse que los servidores comerciales podrían proveer sólo el servicio de alojamiento; si bien pueden proporcionar consejo sobre cuestiones relativas a la edición en línea, no pueden asumir el rol de un editor. Sin embargo, algunos ofrecen servicios de marketing —a un costo adicional— para ayudar a aumentar las suscripciones y la visibilidad mediante la promoción.

## **AGENTES DE SUSCRIPCIÓN**

Algunos agentes de suscripción ahora también ofrecen alojar publicaciones en línea en nombre de los editores. Estos ofrecen un alto nivel de competencia técnica y beneficios de valor agregado (tales como la conversión de archivos).

Sin embargo, es improbable que acepten su publicación si no se consideran capaces de generar ganancias suficientes en concepto de ventas. Usualmente, deducirán el arancel por el alojamiento de las ganancias que obtengan, en cuyo caso usted no tendrá que conseguir dinero por adelantado.

Otra desventaja potencial es que podrían no ser efectivos en términos de aumentar la visibilidad de la publicación por fuera de su base de clientes.

## DISTRIBUIDORES

Una serie de compañías pondrá su contenido en línea como parte de un amplio paquete que se vende íntegramente a bibliotecas<sup>13</sup>.

## OTROS SERVIDORES EN LÍNEA

Existe una cantidad de organizaciones establecidas específicamente para dar apoyo al alojamiento en línea de publicaciones de países en vías de desarrollo. Una pequeña selección de las mismas se presenta a continuación. Mayor información acerca de servidores en línea puede encontrarse en los sitios web de la Association of Learned and Professional Society Publishers <[http://www.alpssp.org/http\\_dev.htm](http://www.alpssp.org/http_dev.htm)> y la International Network for the Availability of Scientific Publications <<http://www.inasp.info/psi>>.

- ◆ **African Journals OnLine (AJOL)** es una iniciativa originalmente establecida por INASP, y actualmente administrada en Sudáfrica, para alojar publicaciones editadas en África. El sitio web contiene sólo resúmenes para la mayoría de las publicaciones, pero adicionalmente se ha desarrollado para alojar publicaciones de texto completo cuando se lo requiera. Actualmente no está previsto cobrar por el acceso (que por ende es gratuito), pero es probable que se ofrezca esta alternativa en el futuro a las publicaciones que la soliciten <<http://www.ajol.info>>.
- ◆ **Bioline** es una iniciativa establecida por el Electronic Publishing Trust para alojar versiones en línea de publicaciones de países en vías de desarrollo en todo el mundo. Convierte publicaciones impresas al formato electrónico; sin embargo, Bioline también apoya el entrenamiento para ayudar a los editores a preparar sus propios archivos electrónicos. Bioline sólo apoya a publicaciones dispuestas a editar dentro del modelo de acceso abierto (AA) (ver más adelante) <<http://www.bioline.org.br>>.
- ◆ **CLACSO** proporciona soporte a una biblioteca digital de publicaciones de ciencias sociales de centros miembros en América Latina. El sitio

---

<sup>13</sup> Cox, John 2004 *An ALPSP Report on the Impact of Aggregated Databases on Primary Journals in the Academic Library Market and a Review of Publisher Practice* (Worthing: ALPSP).

de su biblioteca digital aloja el texto completo de publicaciones periódicas y otras publicaciones de los centros miembros; actualmente, el sitio opera bajo el modelo de acceso abierto <<http://www.clacso.org.ar/biblioteca/>>.

- ◆ **Hrcak** es un proyecto de la Biblioteca Nacional y Universitaria en Zagreb, Croacia, para alojar publicaciones croatas en línea <<http://hrcak.srce.hr>>.
- ◆ **Sabinet** es una compañía sudafricana que aloja y vende publicaciones editadas en África como un paquete único –el acceso está por ende restringido a los suscriptores, pero este modelo proporciona un cierto ingreso a las publicaciones <<http://www.sabinet.co.za/journals/onlinejournals.html>>.
- ◆ **SciELO** es otra iniciativa latinoamericana que aloja publicaciones de texto completo y acceso abierto dentro de las ciencias biomédicas y aplicadas. Esta plataforma sólo acepta las publicaciones que considera de una calidad lo suficientemente alta –de modo que provee tanto apoyo a los editores como garantía de calidad para los usuarios <<http://www.scielo.org>>.

## ALOJAMIENTO MÚLTIPLE

Usted puede por supuesto alojar su publicación en múltiples sitios web, usando diferentes servicios. Si bien el alojamiento de textos completos en más de un sitio web es inusual y probablemente innecesario, un modelo común es que su propio sitio web (o el de su organización) aloje una portada o página inicial con información detallada acerca del mismo, el comité editorial, lineamientos para autores, etc., pero use un servidor comercial (con un vínculo hacia y desde su portada) para el contenido de texto completo. Usted podría desear considerar incluir su contenido en la colección de uno o más distribuidores también<sup>14</sup>.

## ELEGIR UN SERVIDOR EN LÍNEA

Elegir un servidor en línea es una decisión importante para todas las publicaciones y, si bien es factible cambiar de alojamiento, la decisión de cuál adoptar no debiera tomarse a la ligera. Existen muchas consideraciones a tomar en cuenta: las mismas se describen en detalle en una guía de reciente publicación de ALPSP<sup>15</sup>, pero las primeras dos preguntas a hacerse son:

---

<sup>14</sup> Ver Nota 13.

<sup>15</sup> Powell, Andrea 2006 "ALPSP Advice Note N° 33: Outsourcing Primary Journal Hosting". Disponible en <<http://www.alpsp.org/members/advice/AAN33.pdf>>.

- 1 ¿Qué tecnología y recursos debe tener usted al interior de su organización, y qué necesita adquirir de compañías o proveedores externos?
- 2 ¿Cuánto puede pagar por el alojamiento en línea?

### ¿QUÉ CAMBIOS DEBE USTED EFECTUAR EN SUS PROCEDIMIENTOS?

Ya sea que decida hacerlo todo usted mismo o no, la publicación electrónica requerirá que cambie la manera de hacer las cosas<sup>16</sup>. Es importante no subestimar este aspecto.

Podría necesitar revisar todos sus procesos –empezando por la recepción de los manuscritos propuestos– a fin de asegurarse de que resulten eficientes y tan lógicamente organizados como sea posible. De hecho, este ejercicio es a menudo altamente beneficioso para mejorar la eficiencia tanto en los tiempos como en los costos.

### EDITORIALES

La evaluación por parte de pares, la revisión y la edición de artículos, tal como ya se ha señalado, no se tornan menos importantes porque se vaya a publicar electrónicamente. Adicionalmente, los editores podrían necesitar agregar (y verificar) vínculos electrónicos al interior del artículo, dentro de la publicación, a otras publicaciones y a material adicional. La mayoría de los autores probablemente sea capaz de enviar sus artículos en formato electrónico, y debiera ser alentada a hacerlo, puesto que ello facilitará los procesos editoriales.

Existe software disponible para el procesamiento electrónico de todo el proceso editorial, desde el envío por parte de un autor hasta la aceptación del artículo. Estos paquetes de software<sup>17</sup> pueden ayudar a tornar eficiente el proceso editorial, pero no son esenciales para la edición en línea. Poseen varias ventajas.

- ◆ No existen demoras postales (o costos) para los autores que proponen artículos o para la oficina editorial, los editores o evaluadores durante los procesos editoriales, dado que todo se administra y conserva en línea.

16 Fletcher, Lloyd Alan 1999 "Developing an integrated approach to electronic publishing: tailoring your content for the Web" in *Learned Publishing* 12(2) 107-118 [DOI: dx.doi.org/10.1087/09531519950145922].

17 Existen ahora varios paquetes de software para la gestión editorial, incluyendo Manuscript Central <[http://www.scholarone.com/products\\_manuscriptcentral.html](http://www.scholarone.com/products_manuscriptcentral.html)>, Bench>Press <<http://benchpress.highwire.org/>>, Editorial Manager <<http://www.editorialmanager.com/homepage/home.htm>> y el software de Open Source o código abierto, Open Journals System, que combina software de gestión editorial y edición en línea <<http://pkp.sfu.ca/ojs/>>. Para más detalles ver <[http://www.alpssp.org/http\\_editoff.htm](http://www.alpssp.org/http_editoff.htm)>.

- ◆ Los sistemas automatizan gran parte de la correspondencia (usando el e-mail), lo que puede ayudar a la oficina editorial.
- ◆ La mayoría de los sistemas mantiene y genera registros del avance de los artículos, los cuales podrían ser accesibles para los autores además de la oficina editorial (reduciendo por ende las consultas). Adicionalmente, los sistemas generalmente proporcionan una base de datos de evaluadores (incluyendo no sólo los nombres, información de contacto y áreas de conocimiento experto, sino también registros de manuscritos procesados y desempeño); esto ayuda al equipo editorial a elegir los evaluadores más apropiados para cada manuscrito.
- ◆ Dado que los paquetes operan en línea, los editores, evaluadores y autores pueden acceder a la base de datos y subir o bajar artículos desde cualquier conexión a Internet en todo el mundo, facilitando por ende su trabajo aunque no estén en las oficinas sede.

Sin embargo, estos sistemas también tienen algunas desventajas.

- ◆ Requieren que todos los involucrados en la publicación (autores, evaluadores y editores) posean acceso en línea.
- ◆ Sólo ahorran el tiempo que implican los envíos postales –no reducen el tiempo requerido para evaluar, corregir o completar los artículos.
- ◆ Requieren que los autores, evaluadores y especialmente el equipo editorial sean competentes en el uso de los sistemas en línea, dado que estos no siempre son del todo amigables para los usuarios.
- ◆ Requieren que los evaluadores y el equipo editorial posean computadoras adecuadas, y trabajen ya sea enteramente en línea o con la capacidad (y disposición) para imprimir los artículos localmente para su revisión, etcétera.
- ◆ A menos que la mayoría de los autores, evaluadores y editores hagan uso del software, tales sistemas pueden de hecho aumentar la cantidad de trabajo de la oficina editorial, puesto que la misma deberá cargar los artículos en línea.
- ◆ Y, por supuesto, la mayoría cuesta dinero, usualmente en la forma del pago de una licencia o arancel por el uso.

## DERECHOS DE AUTOR

Es esencial que al adquirir los derechos de autor o el derecho a publicar de parte de sus colaboradores –cosa que debiera hacer siempre– usted se asegure de haber obtenido también los derechos electrónicos. También es importante verificar que usted o el autor hayan obtenido los derechos electrónicos para cualquier otro material que deseen incluir, ya sea ilustraciones o citas de otras publicaciones. Ejemplos de acuerdos adecuados han sido producidos por ALPSP <[http://www.alpso.org/htp\\_licens.htm](http://www.alpso.org/htp_licens.htm)> e INASP <<http://www.inasp.info/psi/resources.shtml>>.

## PRODUCCIÓN

Es improbable que sus métodos de producción (desde la aceptación hasta la copia final publicada) sean completamente adecuados para el ambiente en línea, y esta área de sus actividades será la más afectada por la introducción de la edición en línea. Es aconsejable pasar los artículos a formato electrónico tan pronto como sea posible; todo el procesamiento subsiguiente debiera a continuación realizarse sobre la versión electrónica, y tanto la versión impresa (si corresponde) como la electrónica debieran resultar del mismo archivo al finalizar el proceso. Es altamente ineficiente trabajar sobre una versión en papel y luego convertirla en electrónica al final.

El primer cambio es que los artículos finales deberán estar en un formato adecuado tanto para la publicación en línea como impresa. El enfoque más eficiente es procesar todos los artículos en un formato “neutral” a partir del cual se puedan producir resultados impresos y electrónicos. Los archivos de tipo PDF (ver Glosario) son adecuados para las publicaciones simples y, por supuesto, preservan la apariencia de la página impresa; algunos sistemas podrían requerir la información del encabezado (título/autor/resumen, etc.) en otros formatos (por ejemplo XML; ver Glosario) para permitir la búsqueda e indización. Para la edición electrónica más sofisticada, los archivos en PDF no son suficientes –se necesitará HTML (ver Glosario) o XML (también producen archivos de menor tamaño, lo que puede ser útil para los lectores).

Para producir archivos apropiados, usted necesitará ya sea entrenar a su equipo y adquirir el software y equipamiento de computación adecuados, o identificar y contratar a los proveedores externos adecuados para encargarse de este trabajo; si esto se hace interinamente, usted necesitará adaptar el sistema de producción existente en su publicación para asegurarse de generar los archivos correctos. Si decide introducir operatividad adicional en la versión en línea (por ejemplo, vínculos), también necesitará introducir sistemas de producción para implementarla (y chequearla).

Las ilustraciones podrían causar problemas si los autores no pueden proveerlas electrónicamente, dado que será necesario convertirlas en archivos digitales para la publicación electrónica. Si los autores no pueden proveer

archivos electrónicos de todas las ilustraciones, ya sea usted o el impresor/ti-  
pógrafo/diseñador deberán ser capaces de escanearlas y crear los archivos  
electrónicos adecuados para la publicación en línea.

La precisión de los archivos electrónicos debe ser cuidadosamente  
chequeada, puesto que es sorprendente la facilidad con que pueden surgir  
errores en el proceso de conversión. Usted necesitará idear –y respetar rigu-  
rosamente– un sistema para nombrar los archivos electrónicos para cada artí-  
culo y cada tabla o ilustración asociadas con el artículo; es aconsejable incluir  
un sistema para nombrar/fechar sistemas de modo que no use una versión  
anterior por error.

Al decidir publicar en línea usted necesitará considerar si su personal  
posee el nivel de habilidades necesario para encarar el trabajo requerido, y si  
posee el hardware y software necesarios. Para producir los archivos requeri-  
dos, usted podría necesitar tercerizar el trabajo que anteriormente era realiza-  
do por personal departamental o de la publicación, o cambiar sus proveedo-  
res existentes si estos no poseen las habilidades, experiencia y equipamiento  
para proveerle lo que necesita. Alternativamente, el servidor en línea podría  
ocuparse de parte del trabajo de conversión, o de su totalidad.

Si usted decide tener contenido diferente en las versiones impresas y en  
línea (por ejemplo, color en línea, blanco y negro en la versión impresa, etc.),  
necesitará asegurarse de que la estructura de producción tome esto en cuenta,  
y de que usted es capaz de administrar la gestión de diferentes versiones.

## **MARKETING Y PROMOCIÓN**

El marketing, en el verdadero sentido de descubrir lo que su mercado desea  
y proporcionárselo, es tan necesario para las publicaciones electrónicas como  
para las impresas. Muchas publicaciones no son lo suficientemente visibles  
–esto es, no suficiente gente sabe de ellas o es capaz de descubrirlas– y, si  
bien publicar en línea podría ayudar, es vital encarar cierta actividad promo-  
cional si la edición en línea ha de alcanzar el objetivo de tornar a la publica-  
ción más visible y, por ende, más utilizada.

Para cualquier publicación –impresa o en línea– llevar adelante una  
investigación de mercado a fin de identificar qué quieren los lectores y autores  
es esencial. Además de hablar con tantos potenciales autores y lectores como  
sea posible, intente llevar adelante encuestas sistemáticas mediante cuestio-  
narios. Si usted ve a la edición electrónica como una forma de tornar a su  
publicación más internacional, su investigación de mercado también debiera  
ser internacional. Esto podría costar dinero, pero no tanto como el que podría  
perder si su proyecto fracasa.

Una publicación electrónica no se venderá por sí sola más que una im-  
presa. Usted necesitará asegurarse de que aquellos que debieran interesarse  
en leerla y escribir para ella estén conscientes de su existencia. No es simple-  
mente cuestión de enviar un folleto (de hecho, muchos editores reportan que

esto es relativamente ineficiente). Si usted puede obtener listados adecuados de direcciones de e-mail, esto es mucho más barato que un mailing postal; sin embargo, tenga cuidado de no enviar mensajes “promocionales” a listas de discusión (*listservs*), puesto que se lo considera poco profesional y podría generar una fuerte reacción negativa, si bien la información directa acerca de publicaciones es bienvenida en muchas listas. Siempre chequee las “reglas” para enviar mensajes a un *listserv* con el administrador del mismo.

Adicionalmente, podría involucrar al equipo editorial en la promoción de la publicación, por ejemplo: 1) refiriendo a la publicación en la firma de sus e-mails, 2) repartiendo folletos en reuniones relevantes, y 3) asegurándose de que su biblioteca institucional no sólo esté consciente de la existencia de la publicación, sino que la haga visible a los usuarios.

La edición en línea depende de que los lectores se dirijan al sitio web en vez de recibir la publicación impresa en sus bibliotecas o escritorios. Hacer que los lectores retornen a un sitio web es particularmente importante si la publicación se edita de manera infrecuente o irregular. Las alertas de e-mail son una buena manera de avisar a las personas que el último número está disponible en línea, y pueden configurarse manualmente (contactando a los suscriptores y autores usted mismo), o se puede ofrecer la facilidad de suscribirse a una alerta automatizada en el sitio web de la publicación. Vincularse a y desde bases de datos de resúmenes e índices (ver más adelante), y vincular las citas usando DOI y CrossRef (ver Glosario), son también maneras importantes de atraer lectores a su contenido.

Para garantizar visibilidad a investigadores y bibliotecarios, usted debe asegurarse de que su publicación sea cubierta por los principales motores<sup>18</sup> de búsqueda de Internet. Otra manera muy importante de garantizar visibilidad a su comunidad es asegurarse de que su publicación sea incluida en bases de datos<sup>19</sup> secundarias (resúmenes e índices). Los principales servicios solían ser resistentes a incluir publicaciones solamente electrónicas, pero esto ya no es así. El a menudo considerado más influyente es ISI <<http://www.thomsonisi.com/>>, si bien sus procedimientos de aceptación son bastante estrictos y la cantidad de publicaciones que incluye es restringida. Sin embargo, usted no puede incluir su publicación en demasiadas bases de datos; identifique tantas como encuentre que sean relevantes para la temática en cuestión. Podría solicitársele que provea una suscripción gratis, pero este es un precio muy pequeño a pagar. Si puede proporcionar “encabezados” –detalles bibliográficos e, idealmente, resúmenes– en forma electrónica, mucho mejor; desafortunadamente, sin embargo, aún no existe estandarización respecto del formato en el cual solicitar estos últimos. También debiera asegurarse de que su publica-

---

18 Ver <<http://www.selfpromotion.com/>> y <<http://www.google.com/webmasters/2.html>>.

19 OCLC compila una lista de servicios de resúmenes e indización que está disponible en <<http://www.oclc.org/support/documentation/firstsearch/databases/dblist/default.htm>>.

ción esté listada en el Ulrich's International Periodicals Directory<sup>20</sup>, que es la principal fuente de referencia para los bibliotecarios.

Algunas bases de datos de resúmenes e índices –tales como MEDLINE– solicitan la información del encabezado de la publicación (metadatos) en formato XML (ver <<http://www.nlm.nih.gov/pubs/factsheets/medline.html>>). Si no logra obtener estos archivos de su proveedor, INASP posee una plantilla<sup>21</sup> disponible para el uso que simplifica la generación de dichos documentos XML (si bien hacerlo requiere tiempo).

Una vez que una publicación está disponible en línea, el proceso de reunir retroalimentación de lectores y autores puede ser mucho más fácil que en el caso de un título impreso, puesto que la Internet facilita la comunicación bidireccional. Los formularios de retroalimentación en línea, vínculos directos a direcciones de e-mail y foros de discusión permiten un intercambio de información mucho más efectivo.

## VENTAS

Las publicaciones impresas necesitan poco o nada en términos de vendedores. Las bibliotecas deciden cuáles publicaciones quieren y a continuación eligen su canal preferido para comprarlas. Sin embargo, proporcionar licencias de publicaciones electrónicas (ver la sección “Licencias de sitios”) requiere una discusión y negociación detalladas con cada cliente; esto lleva tiempo y, si decide hacerlo usted mismo, es probable que necesite personal extra con las habilidades apropiadas. La alternativa es tener a alguien más, como por ejemplo un distribuidor, que lo haga en su lugar –pero necesita estar dispuesto a que alguien más negocie precios en su nombre. Recuerde que el precio para una biblioteca en particular podría representar varias suscripciones; si las bibliotecas se reúnen para formar un consorcio, aún más.

Vender a consorcios de bibliotecas (y otros grandes clientes) es un proceso particularmente difícil que demanda tiempo, y el editor con sólo un pequeño número de publicaciones puede ser fácilmente eliminado. Sin embargo, se están desarrollando iniciativas para ayudar a los editores más pequeños a trabajar juntos para vender una única y más amplia colección de publicaciones en tales circunstancias<sup>22-23</sup>. Podría ser beneficioso tratar de trabajar con

---

20 Ulrich's International Periodicals Directory publicado por RR Bowker; actualizado anualmente. Ver <<http://www.ulrichsweb.com>>.

21 Para los recursos de edición de INASP, incluyendo un formulario de derecho de autor e instrucciones para XML, ver <<http://www.inasp.info/psi/resources.shtml>>.

22 La ALPSP Learned Journals Collection incluye varios cientos de publicaciones editadas por miembros de ALPSP. Detalles acerca del paquete pueden encontrarse en <<http://www.alpso.org/ALJC/default.htm>>.

23 Project Muse provee acceso en línea a textos completos de más de 300 publicaciones de humanidades, artes y ciencias sociales de 60 editores académicos. Para más información, ver <<http://muse.jhu.edu/>>.

otros editores, ya sea internacionalmente o en su propio país o región, a fin de superar estos problemas.

En algunos países, la situación impositiva se tornará más complicada si usted está vendiendo publicaciones electrónicas, que podrían atraer impuestos, mientras que las publicaciones impresas no. Necesitará asesoramiento local especializado sobre esto.

## **ADMINISTRACIÓN DE SUSCRIPCIONES/SERVICIO AL CLIENTE**

Si usted decide restringir el acceso en cualquier forma (por ejemplo sólo para suscriptores en línea pagos o inscriptos, suscriptores a la versión impresa o miembros de una sociedad o asociación), necesitará administrar el proceso, proporcionando contraseñas u otros controles de acceso a los nuevos usuarios, desactivando a aquellos que han caducado y asegurándose de que su sistema pueda identificar a los usuarios autorizados cuando intentan acceder. Todo esto implicará una administración aún más complicada que la requerida para una publicación impresa, y demandará considerables conocimientos técnicos.

Los clientes no necesitan ninguna ayuda para usar las publicaciones impresas; sin embargo, la situación es diferente con las publicaciones electrónicas. Algunos clientes olvidarán sus contraseñas y usted deberá volver a emitirlos. Otros serán incapaces de obtener acceso aun si en apariencia están usando la contraseña correcta. Incluso si su publicación está disponible sin cargo, sucederá que algunos de sus clientes tendrán problemas técnicos para acceder o usarla. Por ende, necesitará proporcionar alguna clase de línea de ayuda para el servicio al cliente, ya sea telefónica, por e-mail o de ambas formas; los clientes se verán muy frustrados si la ayuda no está disponible en el momento exacto en que la necesitan, de modo que la línea de ayuda, idealmente, debiera estar dotada de personal a tiempo completo durante el horario de trabajo, si bien no 24 horas al día.

Por supuesto, si usted decide usar un intermediario para proveer acceso a su publicación en línea, todos estos problemas serán atendidos, si bien a un costo.

## **¿CUÁNTO PUEDE COSTAR?**

Es imposible dar cifras precisas del costo de editar una publicación electrónicamente; sin embargo, es de vital importancia que usted calcule sus propios costos probables en detalle, y no sobrestimar ni el tiempo ni el dinero que se requerirán.

Un sumario de las diferencias de costos entre impresión, edición en línea y versión en línea más impresión se presenta en la tabla siguiente. Nótese que algunos de estos son costos directos (en cuyo caso el editor necesita obtener el dinero para pagar las facturas de terceros, como por ejemplo costos de proveedores externos), mientras que otros son costos

indirectos (pagados por la organización). Sin embargo, los costos indirectos no debieran ignorarse nunca.

ÍTEM	IMPRESIÓN	EN LÍNEA	EN LÍNEA + IMPRESIÓN
Costos editoriales	Sí	Sí (sin cambio)	Sí (sin cambio)
Costos de preparación de la copia (ej. edición y corrección, composición tipográfica, diseño y corrección de pruebas)	Sí	Sí (más costos adicionales para la preparación de archivos electrónicos)	Sí (más costos adicionales para la preparación de archivos electrónicos)
Impresión y encuadernación	Sí	No	Sí
Distribución	Sí	No	Sí
Marketing y promoción	Sí	Sí	Sí
Ventas	Mínimo	Sí (ventas y negociación de licencias)	Sí (ventas y negociación de licencias)
Servicio al cliente	Mínimo	Sí	Sí
Costos de almacenamiento a largo plazo y mantenimiento	Sí (almacenamiento y archivo de algunos ficheros)	Sí (almacenamiento electrónico y mantenimiento en línea)	Sí (incluyendo almacenamiento impreso y de archivos electrónicos)
Administración financiera de los pagos de suscripciones/ licencias	Sí (si se cobra por suscripción)	Sí (si aún se tienen suscriptores para el contenido en línea)	Sí (si aún se cobra por las suscripciones impresas –posibles costos adicionales si las suscripciones en línea se venden por separado)
Administración financiera de los cobros a los autores	Sí (si se cobra arancel a los autores)	Sí (si se cobra arancel a los autores)	Sí (si se cobra arancel a los autores)

## TIEMPO

Alguien deberá ser responsable de considerar todas las preguntas planteadas en este documento y tomar las decisiones necesarias. Este no es un proceso a realizar por única vez; su publicación electrónica necesitará ser continuamente monitoreada y administrada aún más que una publicación impresa. Habrá complicaciones adicionales en sus procesos de producción, y nuevas habilidades y procedimientos a ser aprendidos. Si se ocupa de todo usted mismo, la administración de sus suscripciones y servicio al cliente también exigirán más trabajo.

## DINERO/PERSONAS

Mientras que, como hemos visto, tomar la ruta de lo electrónico exclusivamente le ahorrará costos en términos de papel, impresión, almacenamiento y despacho, dichos ahorros pueden ser fácilmente contrarrestados por nuevos costos. Las áreas en las cuales usted incurrirá en gastos son las siguientes:

- ❖ **Alojamiento:** ya sea que usted construya y aloje su propio sitio web para la publicación o le pague a un proveedor externo, tendrá costos iniciales y continuos (desarrollo y alojamiento).
- ❖ **Equipamiento:** podría necesitar comprar nuevo equipamiento para administrar los procesos electrónicos.
- ❖ **Costos en línea:** podría necesitar aumentar su acceso a Internet (más computadoras, mayor banda ancha).
- ❖ **Personal y entrenamiento:** podría necesitar dedicar ciertos fondos a desarrollar habilidades entre el personal existente de la publicación, y quizás reclutar personal adicional (si se hace cargo del trabajo adicional usted mismo).
- ❖ **Costos de producción:** si reduce o elimina la impresión, podría ahorrar en costos tales como franqueo, impresión, almacenamiento y distribución. Ahorros adicionales en términos de franqueo pueden hacerse en la oficina editorial si introduce un sistema de envío electrónico y evaluación por parte de pares. Sin embargo, podría incurrir en costos adicionales si necesita tercerizar más trabajo (tal como la composición tipográfica) o pagar por servicios adicionales de sus proveedores existentes.

Es imposible proporcionar lineamientos de costos definitivos, puesto que hay muchas variables –la cantidad de artículos recibidos y publicados, la cantidad de suscriptores, la cantidad de otras publicaciones gestionadas por el mismo sistema, para no mencionar variaciones locales en equipamiento, servicio y costos laborales. Dependiendo de los principios contables seguidos por su organización para encargarse de los gastos generales o de estructura (tales como dependencias y servicios de apoyo central como por ejemplo los financieros, personal, desarrollo de sistemas y equipamiento de oficinas), las finanzas de su publicación podrían en apariencia beneficiarse de una reducción en los costos directos correspondientes a terceros (por ejemplo, impresión y distribución); algunas organizaciones podrían no asignar una parte de los costos internos de estructura a la publicación. Sin embargo, es engañoso ignorar estos costos generales

en conjunto si se pretende arribar a una evaluación realista de la salud financiera de la publicación.

Por supuesto, si usted decide cobrar por el acceso, algunos de los costos adicionales podrían ser compensados por las ganancias incrementadas; sin embargo, usted debe ser realista en términos de sus expectativas.

## **MODELOS DE VENTAS PARA PUBLICACIONES EN LÍNEA**

### **VENDA USTED MISMO Y/O UTILICE INTERMEDIARIOS**

Tornar a la publicación disponible electrónicamente es sólo la mitad de la historia. Si usted depende de las ganancias por suscripciones, entonces necesita vender la publicación, lo cual incluye no sólo efectuar la venta, sino también disponer el acceso electrónico y administrar cualesquiera mecanismos de control del acceso que haya seleccionado. Adicionalmente, sería atinado considerar las licencias que quiere que sus clientes posean; a diferencia de las impresas, las publicaciones electrónicas proporcionan a los usuarios una amplia gama de usos posibles, algunos de los cuales usted podría no querer autorizar (ver la sección "Licencias").

Es posible tener uno o más intermediarios que administren las ventas en línea para usted; muchos distribuidores están ahora ofreciendo este servicio a las publicaciones electrónicas a cambio de un arancel. Esto puede tener mucho sentido, dado que la mayoría de las bibliotecas ya tratan con distribuidores para sus publicaciones impresas. Más aún, los sistemas de la mayoría de los distribuidores ofrecen al usuario la capacidad de tener acceso a todas sus publicaciones electrónicas mediante un único mecanismo de acceso; esto es obviamente preferible para el usuario, ya que la alternativa es tener que usar diferentes sitios web con diferentes contraseñas para cada publicación. Es obviamente más fácil si el distribuidor también está actuando como proveedor del servidor para su publicación; caso contrario, necesitará proveerle la información básica de encabezado (metadatos) para cada número de forma electrónica, de modo que sus usuarios puedan buscarla en el sitio del distribuidor, y de ahí tener acceso al sitio web de su publicación. Adoptar esta ruta aumentará sus costos generales, dado que necesitará pagarle al intermediario, pero es muy probable que también aumente la accesibilidad, y por ende el uso, de sus publicaciones.

### **DIFERENTES MODELOS DE VENTA DE SUSCRIPCIONES**

#### **POR SEPARADO O "EN PAQUETES"**

Si usted edita una cantidad de publicaciones, podría haber beneficios en venderlas como un paquete único (con o sin la opción para los clientes de comprarlas por separado si lo quisieran). La evidencia muestra que el uso de títulos a los que los clientes no se habían suscripto previamente podría

ser inesperadamente alto<sup>24</sup>. Si usted también publica libros u otro contenido relativo a la temática de la publicación, podría crearse un paquete aún más rico; también podría crear vínculos a material en otros sitios. Otra posibilidad sería colaborar con uno o más editores para crear un más amplio paquete<sup>25-26</sup>.

#### VERSIÓN ELECTRÓNICA GRATIS PARA LOS SUSCRIPTORES A LA VERSIÓN IMPRESA

Usted podría querer proporcionar este servicio en forma permanente, o por un período inicial a modo de promoción. Requerirá un sistema de control de acceso, y usted necesitará asignar una contraseña u otra forma de identificación a cada suscriptor. Tenga cuidado de no aumentar el precio de la suscripción impresa demasiado abruptamente, o los suscriptores sentirán –con alguna justificación– que se les está pidiendo que cubran el costo de la versión electrónica, lo quieran o no; esto podría significar la pérdida de suscriptores a la versión impresa.

#### VENTA DE LA VERSIÓN ELECTRÓNICA

Usted podría decidir establecer un precio de suscripción separado para la publicación electrónica. Si existe una versión impresa paralela, es atinado considerar la relación entre ambos precios. ¿Debiera ser el mismo (dado que los suscriptores están comprando el mismo contenido)? ¿Mayor (dado que están obteniendo beneficios y características adicionales)? ¿O menor (dado que sus costos son, o podrían ser, menores)? También podría querer ofrecer un descuento por la suscripción combinada a ambas versiones.

#### VERSIÓN ELECTRÓNICA VENDIDA A LOS SUSCRIPTORES DE LA VERSIÓN IMPRESA POR UN COSTO ADICIONAL

Una cantidad de editores está cobrando un adicional por incluir la suscripción electrónica; los suplementos varían enormemente, de 10 a 50% o más. Una alternativa es considerar la suscripción impresa como el “adicional”, cobrando un precio sustancialmente reducido a aquellos que se suscriben a la versión electrónica solamente.

#### SUSCRIPCIONES INDIVIDUALES

La mayoría de las suscripciones a las publicaciones impresas usualmente provienen de bibliotecas e instituciones, pero muchos editores también venden a un precio más bajo a individuos. Usted podría querer considerar ofrecer

24 Sanville, Tom 2001 “A method out of the madness: OhioLINK’s collaborative response to the serials crisis” in *Serials* 14(2), 163-177.

25 Ver Nota 22.

26 Ver Nota 23.

suscripciones individuales a sus publicaciones electrónicas, en base a uno o más de los modelos delineados anteriormente. Es de hecho argumentable que los beneficios reales de las publicaciones electrónicas (acceso por computadora, características y servicios adicionales) son más atractivos para el lector individual que para la biblioteca. Sin embargo, usted debiera tener presente que si ofrece suscripciones a bibliotecas, particularmente sobre la base de licencias de sitios, los individuos ya podrían tener buen acceso a la publicación electrónica desde su lugar de trabajo. Por otra parte, las suscripciones individuales a bajo precio podrían ser la manera más práctica de permitir a los usuarios tener acceso a la publicación cuando no están en su lugar de trabajo. Si usted ofrece más de un tipo de suscripción electrónica, y si los privilegios o usos permitidos difieren, recuerde que su sistema deberá ser capaz de distinguir los diferentes tipos de suscriptor en el punto en que acceden al sistema.

### SUSCRIPCIONES DE MIEMBROS

Para aquellas sociedades y asociaciones que obtienen gran parte de sus ingresos de las suscripciones de miembros, y que proveen a los miembros la publicación gratis o a muy bajo costo, las publicaciones electrónicas pueden presentar en cierta forma un problema. Si los miembros ven el acceso a su propia copia personal de la publicación como uno de los principales beneficios de la membresía, pero poseen acceso en su propio escritorio mediante la suscripción de una biblioteca en su lugar de trabajo, existe el riesgo de que se inclinen a discontinuar su membresía. Los editores de sociedades y asociaciones deberán pensar cuidadosamente acerca de esto, quizás ofreciendo beneficios electrónicos adicionales o servicios sólo a los miembros.

### SUSCRIPCIÓN ANUAL O CON INICIO EN CUALQUIER MOMENTO

Es posible (tanto en el ambiente impreso como en el ambiente en línea) vender una suscripción ya sea con base anual (usualmente un volumen de la publicación), o con inicio en cualquier momento. Con base anual, independientemente de cuándo pague el suscriptor, se le proveerán los números publicados dentro del año calendario (o volumen); esto es generalmente preferido por las bibliotecas (enero a diciembre) puesto que les resulta más fácil de administrar. Con inicio en cualquier momento, los clientes recibirán 12 meses de suscripción comenzando en la fecha de pago (por ejemplo, marzo a febrero, o septiembre a agosto). Esto podría ser atractivo para los usuarios, pero causar complicaciones y trabajo adicional a la persona que debe administrar a los suscriptores. También podría resultar más difícil calcular cuántas ganancias de la publicación asignar si el año financiero de su organización no coincide con el año de suscripción.

## LICENCIAS PARA SITIOS

Las universidades, compañías y otros suscriptores institucionales a la publicación están siempre interesados en obtener acceso multi-sitio para los materiales electrónicos. El acceso que sólo es posible desde una o más terminales de computadoras en la biblioteca es mucho menos atractivo que el provisto a cada facultad o biblioteca y oficina departamental. Por ende, es una buena idea desarrollar una política de licencias y un sistema que permitan el acceso multi-sitio. Definir el "sitio" podría ser muy difícil, particularmente para una organización multi-sitio tal como una gran compañía (posiblemente internacional). Determinar el precio es un problema particular, dado que las organizaciones varían enormemente en tamaño y cantidad potencial o efectiva de usuarios. Si usted simplemente tiene un precio basado en el precio de suscripción de la versión impresa, entonces las organizaciones grandes y pequeñas pagarán exactamente lo mismo y, al mismo tiempo, ninguna de ellas necesitará suscripciones múltiples –de modo tal que usted podría terminar perdiendo ganancias. Algunos métodos de establecimiento de precios basados en la cantidad de usuarios podrían ser más equitativos, aunque resultará más complicado establecer el precio apropiado para cualquier cliente dado. Si bien establecer un precio para un número dado de "usuarios simultáneos" ha funcionado bien para el software de computadoras y las bases de datos, no ha demostrado ser un modelo popular para las publicaciones periódicas electrónicas. Diferentes editores han centrado la mirada en el financiamiento de la institución, la cantidad total de profesores y alumnos, o solamente la cantidad en los departamentos más relevantes. En la mayoría de los casos, los editores han encontrado que lo más simple es establecer un número relativamente pequeño de "bandas de precios" en base a estas medidas. Como ejemplo de bandas de precios, ver el sitio web de la American Physical Society <<http://librarians.aps.org/2006pricing.html>>.

## LICENCIAS PARA CONSORCIOS

Se está tornando crecientemente común para las instituciones, particularmente las universidades, agruparse a fin de hacer un mejor uso de sus presupuestos limitados y compartir la disponibilidad de los materiales a los cuales se suscriben<sup>27</sup>. Esta puede ser para usted una manera muy efectiva de hacer llegar el contenido de su publicación a una comunidad mucho más amplia mediante una negociación única. Las instituciones que operan de manera conjunta, sin embargo, constituyen negociadores muy poderosos, y usted debe tener cuidado de tomar las decisiones adecuadas en términos de precios y no terminar haciendo, involuntariamente, negocios a pérdidas.

---

27 El sitio web de la International Coalition of Library Consortia provee más información. Ver <<http://www.library.yale.edu/consortia/>>.

También es difícil para un editor con sólo una pequeña cantidad de publicaciones vender a grandes clientes y consorcios –e igualmente difícil para el cliente. El proceso exige igual cantidad de tiempo para una publicación que para cien, y requiere habilidades y conocimiento especializados. Algunas organizaciones están tratando de actuar en nombre de muchos pequeños editores a fin de superar este problema. Por ejemplo, la Association of Learned and Professional Society Publishers, en sociedad con el distribuidor Swets, ha establecido la ALPSP Learned Journals Collection<sup>28</sup> que actúa en nombre de sus más pequeños editores miembros para vender a bibliotecas y consorcios en todo el mundo –sin embargo, no ofrece alojamiento para las publicaciones en línea (aunque existen descuentos disponibles en servicios de alojamiento). De manera similar, Project Muse<sup>29</sup>, en Norteamérica, y SABINET<sup>30</sup>, en Sudáfrica, ofrecen a los editores un servicio tanto para alojar sus publicaciones como para venderlas (como un único paquete) a bibliotecas.

### **VENTA DE ARTÍCULOS INDIVIDUALES**

A menudo se argumenta que, dado que un lector sólo estará interesado en algunos artículos, sería mejor si pudiera comprar esos artículos por separado. Mientras que los costos de administrar un sistema tal podrían ser prohibitivos en el ambiente impreso, es en principio mucho más fácil hacerlo electrónicamente, si bien el editor necesita un sistema adecuado que pueda proveer acceso a artículos individuales y cobrar el pago mediante el cargo a una cuenta o tarjeta de crédito.

Uno de los problemas de este sistema es que los lectores individuales a menudo no están dispuestos a pagar por artículos que creen que la biblioteca debiera obtener en su nombre. Los editores han temido que las ventas de artículos individuales redujeran la demanda de suscripciones, pero los estudios hasta el momento no han corroborado esto –de hecho, esto parece poner en juego una fuente adicional de ganancias (por ejemplo, African Journals OnLine <[www.ajol.info](http://www.ajol.info)> vendió más de 200 artículos a no-suscriptores durante 2005; ese mismo año, los editores examinados por ALPSP dijeron que el pagar-para-ver o pago por evento se estaba tornando una fuente significativa de ganancias<sup>31</sup>). La mayoría de los servidores comerciales y otros numerosos intermediarios y proveedores de documentos especializados están preparados para administrar tales transacciones; el lector necesita ser capaz de pagar en

---

28 Ver Nota 22.

29 Ver Nota 23.

30 SABINET provee un paquete de varios cientos de publicaciones africanas (en su mayoría sudafricanas) para su venta como paquete único. Ver <<http://www.sabinet.co.za/journals/onlinejournals.html>>

31 Cox, John and Cox, Laura 2006 "Report on Academic Journals, Publishers, Policies and Practices in online publishing: 2<sup>nd</sup> Survey 2005".

línea mediante una tarjeta de crédito, y el intermediario retendrá una parte del pago para cubrir sus costos.

## ACCESO ABIERTO

El modelo tradicional de edición restringe el acceso a la publicación mediante el requerimiento de pago por parte, o en nombre, del lector (suscripción). Sin embargo, algunos argumentan que en el ambiente en línea la información académica debiera ser gratuita para el lector (acceso abierto)<sup>32</sup>. Además es factible que las publicaciones de acceso abierto alcancen mayor visibilidad y uso, dado que cualquiera puede leer el contenido de la publicación<sup>33</sup>.

El acceso abierto elimina el costo y la complejidad de los controles de acceso, si bien podría introducir el requerimiento de un sistema para administrar los pagos efectuados por los autores (ver más adelante); y, por supuesto, al igual que con cualquier otro modelo de edición electrónica, si el editor desea mantener alguna forma de versión impresa (por ejemplo, en respuesta a la demanda de los clientes), entonces los costos asociados con la impresión se mantendrán.

En general, el acceso abierto significa simplemente “libre acceso a la información de investigación en línea”. Sin embargo, existe una cantidad de enunciados formales que asocian varias otras condiciones con esta idea básica. Para más información, ver <[http://www.alpssp.org/http\\_openacc.htm](http://www.alpssp.org/http_openacc.htm)>. Es importante enfatizar que el acceso abierto no requiere ningún modelo comercial específico —el punto clave es que el *usuario* no paga por ver el material. Existen también varios modelos de acceso abierto que están diseñados para minimizar (o evitar) cualquier impacto sobre las ganancias por suscripciones.

- ◆ **Acceso abierto demorado:** consiste en ofrecer libre acceso después de un período específico. La extensión de tiempo luego de la publicación necesaria para evitar la pérdida de suscripciones probablemente varíe, dependiendo tanto del área temática (por ejemplo, cuán rápido avanza esta) como de la frecuencia de aparición de la publicación.

---

32 Existen muchos sitios web dando apoyo y brindando información acerca del acceso abierto, pero uno de los más útiles es el de SPARC. SPARC es una coalición de universidades, institutos de investigación y otras organizaciones mayormente en EE.UU., pero que incluye socios alrededor del mundo. SPARC publica artículos informativos y una hoja informativa acerca del movimiento de acceso abierto. Ver <<http://www.arl.org/sparc/>>.

33 McVeigh, Marie E. 2004 “Open Access Journals in the ISI Citation Databases: Analysis of Impact Factors and Citation Patterns. A Citation Study from Thomson Scientific”, October. Disponible en <<http://www.thomsonscientific.com/media/presentrep/essayspdf/openaccesscitations2.pdf>>.

- ◆ **Acceso abierto de corto plazo:** consiste en proveer libre acceso a artículos por un corto período después de la publicación, luego del cual sólo están disponibles para suscriptores<sup>34</sup>. El argumento para esto es que provee impacto inmediato y aumenta el nivel de citación y visibilidad de los artículos, pero no afecta los ingresos por ganancias, puesto que la gente sigue estando dispuesta a pagar por el acceso en curso.
- ◆ **Acceso abierto seleccionado:** algunas publicaciones proporcionan libre acceso a artículos seleccionados (por ejemplo, editoriales, artículos periodísticos de interés, etc.) mientras que el resto permanece en un sistema de acceso controlado.
- ◆ **Acceso abierto híbrido:** una cantidad creciente de publicaciones está experimentando con el acceso abierto híbrido. Esto significa que el autor puede elegir pagar el cargo por publicación para tornar a su artículo de acceso abierto inmediatamente una vez publicado. Los artículos de autores que eligen no pagar (y otro contenido) permanecen tras la barrera de acceso. Dependiendo de la proporción de artículos por los que se paga, el editor puede gradualmente reducir el precio de suscripción/licencia para el resto del contenido. Este modelo permite al editor testear la demanda de AA por parte de los autores sin poner en riesgo los ingresos existentes por suscripciones/licencias; muchos editores están actualmente experimentando en esta línea.
- ◆ **Acceso abierto parcial:** es posible tornar al contenido de investigación primario de la publicación disponible mediante un modelo de acceso abierto, pero cobrar por otro contenido de valor agregado, tal como editoriales y críticas, y/o por servicios adicionales. Por ejemplo, varias de las publicaciones de BioMedCentral <[www.biomedcentral.com](http://www.biomedcentral.com)> cobran suscripciones para cubrir material no-primario –al igual que el *British Medical Journal*.

Es importante recordar que el modelo de acceso abierto sólo funciona para las publicaciones en línea. Muchas publicaciones de acceso abierto todavía venden una versión impresa por suscripción; además de cubrir los costos de imprimir y distribuir, esto también podría ayudar a costear otros gastos de la publicación.

---

<sup>34</sup> El Institute of Physics (UK) lleva adelante algunas iniciativas de acceso abierto interesantes. Por ejemplo, "IOP Select" provee libre acceso a artículos que los editores de publicaciones han identificado como particularmente importantes. IOP también permite acceso libre a todos los artículos publicados por 30 días luego de su publicación. Ver <<http://www.iop.org>>.

## ¿QUIÉN PAGA POR EL ACCESO ABIERTO?

Si el usuario no paga, el dinero necesario para producir la publicación debe provenir de alguna otra parte. Fuentes habituales para las publicaciones de AA incluyen:

- 📍 **Financiadores:** muchas publicaciones en países en desarrollo dependen ya de financiadores (internacionales o nacionales), cuyos propósitos podrían ser satisfechos al facilitar la libre disponibilidad de contenidos.
- 📍 **Organizaciones:** tal como se lo mencionó anteriormente, muchas organizaciones-madre ya apoyan a sus publicaciones “en especie” al no cobrarles los costos de oficina, servicios de apoyo, personal, equipamiento, etcétera. Algunas también proveen apoyo financiero directo al pagar por los costos de terceros.
- 📍 **Financiamiento del gobierno:** algunos países proveen apoyo a las publicaciones de fondos gubernamentales, y los gobiernos podrían preferir que el financiamiento se use para asegurar mayor acceso a su contenido.
- 📍 **Pagos por parte de los autores:** algunas publicaciones por suscripción, particularmente en EE.UU., ya cobran a los autores (cargos por páginas, cargos por color, etc.), si bien esto se está tornando menos común; algunas publicaciones en África occidental, particularmente en Nigeria, también cobran a los autores. Una cantidad de publicaciones de AA occidentales depende de cargos a los autores, que pagan un cargo por publicación al aceptarse sus artículos (unas pocas publicaciones también cobran un pequeño cargo por el envío de artículos). Un estudio reciente<sup>35</sup> muestra que este es de hecho un modelo de financiamiento menos común para las publicaciones de AA que para las publicaciones por suscripción.

Es improbable que estos cargos salgan del bolsillo del propio autor. Fuentes más probables son:

- 📍 **Fondos de investigación:** algunas becas de investigación ya incluyen cargos por publicación, y esto podría tornarse más común en el futuro (el dinero de las becas de investigación va a los autores o sus instituciones, que lo transfieren a la publicación).

---

35 Kaufman-Wills Group 2005 *The Facts About Open Access: A study of the financial and non-financial effects of alternative business models for scholarly journals* (ALPSP/AAAS/HighWire Press). En <<http://www.alpssp.org/publications/pub11.htm>>.

- ◆ **Bibliotecas:** algunos editores alientan a las instituciones (usualmente sus bibliotecas) a hacer un único pago anual, a cambio del cual eliminan o reducen los cargos por publicación para los autores vinculados con dichas instituciones.

## AUTO-ALMACENAMIENTO

Otra manera de dar acceso abierto ampliado al contenido de una publicación es que el autor publique una versión libremente accesible de su artículo en línea: una pre-impresión (esto es, la versión tal como se la envió a la publicación o incluso una versión anterior), o una post-impresión (esto es, la versión tal como apareció en la publicación, a veces incluso el PDF final del editor). Podría depositárselo en la página web del autor o de su institución, o en un repositorio temático o institucional (bases de datos). En la última década, la cantidad de repositorios en línea de artículos –tanto temáticos como institucionales– ha crecido.

## REPOSITORIOS TEMÁTICOS

Estos son más comunes en las disciplinas en que los investigadores están acostumbrados a distribuir su trabajo entre sí informalmente previo a la publicación, o ven la necesidad de poner su investigación a disposición rápidamente. El de más larga existencia es arXiv, que fue establecido en 1991 y cubre algunas disciplinas de la física y temáticas relacionadas <<http://www.arxiv.org>>. Inicialmente, los editores en otras disciplinas a menudo se negaban a considerar para su publicación artículos que ya habían sido colgados en tales repositorios; sin embargo, en estos días la mayoría los acepta.

## REPOSITORIOS INSTITUCIONALES

Un desarrollo relativamente reciente ha sido la introducción de repositorios institucionales. Similares a los repositorios temáticos, están siendo desarrollados para preservar la producción intelectual de una institución, que a menudo incluye tesis, documentos de trabajo, memorandos de conferencias y materiales de enseñanza. La cantidad de repositorios institucionales está creciendo<sup>36-37</sup>, pero la mayoría contiene escaso contenido por el momento, y menos aún en la forma de artículos de publicaciones periódicas. El costo para la

---

36 Van Westrienen G. and Lynch C. A. 2005 "Academic Institutional Repositories: Deployment Status in 13 Nations as of Mid 2005" in *D-Lib Magazine* 11(5). En <<http://www.dlib.org/dlib/september05/westrienen/09westrienen.html>>.

37 ePrints, desarrolladores de software de repositorios, mantienen un registro de todos los repositorios que cumplen con código abierto en su sitio web. Ver <<http://www.eprints.org>>.

institución de establecer, mantener y archivar el repositorio también debe ser tenido en cuenta<sup>38</sup>.

### APOYO PARA LOS REPOSITARIOS

Algunos financiadores de investigación (mayormente biomédica), tales como los National Institutes of Health<sup>39</sup> (EE.UU.), el Wellcome Trust<sup>40</sup> (GB) y los Research Councils UK<sup>41</sup>, están introduciendo nuevas reglas para los investigadores que financian, solicitando que depositen copias de sus artículos publicados en repositorios temáticos o institucionales, ya sea al momento de la publicación o en un momento específico luego de la misma (esto último con el objeto de proteger las suscripciones a la publicación). En ausencia de un mandato específico, pocos autores han cumplido hasta el momento –queda por verse si tornar esto en un requisito obligatorio tendrá el efecto deseado.

### IMPACTO SOBRE LAS PUBLICACIONES

Se argumenta a veces que las pre-impresiones no constituyen una amenaza para los editores, dado que estos poseen el valor agregado de la versión publicada (si bien existe evidencia en el campo de la física de que los autores ya no recurren a la versión final de la publicación, lo cual siembra ciertas dudas sobre esta asunción). La amenaza al negocio de la publicación es aún más obvia cuando los artículos finales publicados (post-impresión) son colocados en repositorios; esto permite a los lectores pasar por alto completamente la publicación. Pareciera posible que, si todo o la mayor parte del contenido de una publicación se torna libremente disponible de este modo, las suscripciones a la misma se vean afectadas en forma adversa. Si eso sucede, ¿qué pasará con el mecanismo de evaluación por parte de pares y filtro de calidad actualmente provisto por las publicaciones? Sin embargo, en la actualidad las políticas de muchos editores sí permiten depositar una versión (pre-impresión, post-impresión o incluso el PDF final) en tales repositorios; existe, no obstan-

---

38 Existen varios paquetes de software para desarrollar archivos, incluyendo Greenstone <<http://www.greenstone.org/>>, ePrints <<http://www.eprints.org/>> y DSpace <<http://www.dspace.org/>>, todos de tipo Open Source.

39 La Política de Acceso Público de los National Institutes of Health (NIH), que entró en vigencia el 2 de mayo de 2005, solicita (pero no requiere) a los beneficiarios de su financiamiento depositar post-impresiones en PubMed Central tan pronto como el editor lo permita luego de la publicación, y como máximo dentro de los 12 meses. Ver <<http://publicaccess.nih.gov/>>.

40 Desde el 1° de noviembre de 2005, El Wellcome Trust requiere a los beneficiarios de su financiamiento que pongan post-impresiones a disposición sin cargo en PubMed Central (o su futuro equivalente europeo) dentro de los 6 meses de publicación, en cuanto el editor lo permita. Ver <[http://www.wellcome.ac.uk/doc\\_WTD002766.html](http://www.wellcome.ac.uk/doc_WTD002766.html)>.

41 Ver Nota 11.

te, creciente preocupación respecto de los peligros de esto, y algunos editores están cambiando sus políticas, por ejemplo para especificar un período de tiempo a partir de la publicación previo al cual el autor no puede depositar el artículo. Idealmente, la política de un financiador de investigación (como la de los Research Councils UK y, hasta cierto punto, los National Institutes of Health) debiera respetar tales restricciones –los editores sólo las instituyen a fin de asegurar la sobrevivencia continuada de sus publicaciones.

### **CONSIDERACIONES RELATIVAS A LAS LICENCIAS**

Cuando usted vende una publicación impresa, está bastante claro y entendido qué es lo que les permite o no hacer con el material a los clientes. Sin embargo, en el ambiente electrónico hay mucho menos acuerdo respecto de qué está permitido; el abuso es además mucho más riesgoso para el editor, dado que en el ambiente electrónico es mucho más fácil hacer una copia perfecta de un ítem original y distribuirla ampliamente. Es por ende atinado redactar una declaración respecto de lo que los clientes pueden hacer o no, que se le pedirá que acepten formalmente. Esto debiera hacerse independientemente de que el acceso sea pago o no.

Existen diferentes maneras de llamar la atención del usuario respecto de la licencia. Al usuario individual se le puede presentar un breve resumen en pantalla de lo que está permitido y prohibido, e incluso puede configurarse el sistema de modo tal que este deba clipear un botón marcado “Acepto” antes de poder avanzar. Cuando se efectúa una venta a una institución, se le puede pedir al cliente que firme una licencia impresa más detallada como parte de la venta. Este último enfoque permite un cierto nivel de negociación de ser necesario, aunque obviamente usted querrá diseñar su licencia de modo tal que sea aceptable para la mayoría de sus clientes sin involucrar a ambas partes en los tiempos y costos de una negociación individual.

Algunos de sus términos y condiciones de uso dependerán de si la versión electrónica es gratuita o no, pero los otros se aplicarán en todos los casos. Sin duda usted querrá permitir a los usuarios buscar, leer e imprimir artículos de la publicación; podría querer o no, además, permitirles guardar artículos en formato electrónico en sus propias computadoras. Debiera pensar acerca de la mejor política respecto de permitir a los usuarios reenviar artículos, particularmente en forma electrónica, a otras personas por fuera de la institución suscripta –una cantidad de editores permiten esto sobre una base personal, en pequeña escala. Es improbable que usted quiera que los usuarios vendan o redistribuyan artículos sistemáticamente a gran escala, o que puedan subir todo o parte del contenido en otros sitios web.

Mientras que usted probablemente querrá una firma u otra indicación de aceptación de los términos y condiciones cuando efectúe una venta a una institución o consorcio, no siempre es fácil implementar su obtención. Al interior de las comunidades académica y científica en general prevalece una cultura de confianza y honestidad, y la evidencia de uso inadecuado es poco frecuente.

Cierto trabajo muy útil se ha hecho para producir licencias “modelo” o encuadres de licencias, que lo ayudarán a diseñar una licencia adecuada para sus propias publicaciones. Todas han sido producidas a partir de la discusión entre editores y clientes y, por ende, tratan de referirse a las preocupaciones de ambas partes<sup>42</sup>. Mientras que usted podría no querer usar ninguna de ellas tal como están planteadas sin considerar cuidadosamente las implicancias de las varias alternativas que presentan, podrían ahorrarle una gran cantidad de tiempo en términos de encontrar la redacción apropiada, y lo ayudarán a asegurarse de no dejar nada afuera. Un ejemplo tal fue diseñado en el Reino Unido por un grupo de bibliotecarios universitarios y editores (ver <<http://www.ukoln.ac.uk/services/elib/papers/pa/licence/Pajisc21.doc>>). El sitio The LibLicense también provee mucha información útil acerca de otorgar licencias y tipos de licencias (ver <<http://www.library.yale.edu/~llicense>>).

Algunos editores han dejado de requerir a sus clientes que firmen una licencia –en cambio, poseen una clara declaración en el sitio web de la publicación sobre qué está permitido y qué no. Hasta ahora no se han reportado problemas con este enfoque que, por supuesto, les ahorra a todos una gran cantidad de tiempo y gastos.

## **CREATIVE COMMONS**

Creative Commons<sup>43</sup> provee una sencilla guía para la redacción de licencias para el ambiente de acceso abierto. Estas licencias garantizan al usuario derechos de amplio alcance para reutilizar el contenido, al mismo tiempo que protegen los derechos de autor del mismo. El poseedor del derecho de autor puede elegir la versión más apropiada de la licencia. Por ejemplo, todos los materiales de INASP están publicados bajo una de las licencias de la gama de Creative Commons, que permite la reutilización para fines no comerciales pero requiere que quien los reutiliza otorgue el crédito al autor.

---

42 Una lista actualizada de muchas de tales iniciativas puede encontrarse en <[http://www.alpssp.org/http\\_licens.htm#mod](http://www.alpssp.org/http_licens.htm#mod)>.

43 Creative Commons es una corporación sin fines de lucro fundada en 2001 para promover la reutilización de trabajos intelectuales y artísticos mediante el uso de acuerdos de licencias estándar que provee una amplia gama de licencias para que cualquiera pueda usarlas. Ver <[www.creativecommons.org](http://www.creativecommons.org)>.

## PLANIFICANDO LA EDICIÓN EN LÍNEA

Para planificar la edición de una publicación en línea es necesario responder varias preguntas. La primera –y quizás la más obvia– es ¿por qué quiere publicar en línea? ¿Cuáles son sus objetivos? Sólo una vez que haya identificado sus objetivos (realistas) puede empezar a planificar. Las siguientes preguntas son indicadores del tipo de cuestiones de planeamiento que necesitará resolver, pero no tienen el propósito de ser exhaustivas.

### ¿QUÉ VA A PUBLICAR EN LÍNEA?

- ◆ ¿Tiene intención de seguir imprimiendo la publicación? En caso afirmativo, ¿cuál será la relación entre la publicación impresa y en línea?
  - ¿En línea = facsímil de la versión impresa?
  - ¿Contenido en línea exactamente igual al impreso?
  - ¿En línea = versión impresa con cambios menores? (por ejemplo, imágenes color, sin noticias, etcétera)
  - ¿En línea = versión impresa con cambios sustanciales? (por ejemplo, artículos adicionales en línea o en la versión impresa, versiones más largas en línea)
  - ¿Versión impresa = versión de archivo de lo editado en línea?
  
- ◆ ¿Publicar con frecuencia e imprimir con escasa frecuencia?
  
- ◆ ¿Publicar artículo por artículo?
  
- ◆ ¿Publicar solamente en línea?
  
- ◆ ¿Comenzará con el número actual, o cargará algunos o todos los números de archivo?

### ¿DÓNDE VA A PUBLICAR?

- ◆ ¿Qué tipo de plataforma sería más beneficiosa para la publicación en términos de ayudarlo a lograr sus objetivos?
  - Servicio propio
  - Servidor de terceros
  
- ◆ ¿Cuáles son los requerimientos en términos de tecnología? (por ejemplo, ¿quiere publicar tanto la versión PDF como HTML de cada artículo?)
  
- ◆ ¿Qué necesita que le provea su plataforma? (por ejemplo, ¿necesita que le creen los archivos electrónicos?)

- ❖ ¿Posee los recursos para poner en funcionamiento y administrar su propio sitio web? ¿Desea hacerse cargo de dicha responsabilidad?
- ❖ ¿De qué manera identificará los servidores en línea o socios adecuados?

### ¿QUÉ MODELO DE NEGOCIOS UTILIZARÁ PARA SU PUBLICACIÓN EN LÍNEA?

- ❖ ¿Desea cobrar por el acceso o no?
  - En caso afirmativo, ¿cómo establecerá el precio del acceso a la publicación en línea?
  - En caso negativo, ¿qué efecto anticipa sobre sus suscripciones impresas?
  - ¿Necesita introducir alguna clase de financiamiento adicional? (por ejemplo, cargos a los autores)
- ❖ Licencias: ¿qué desea permitirles hacer a los usuarios con el contenido en línea? (por ejemplo, imprimir, distribuir, etcétera)

### RECURSOS Y PLAN DE TRABAJO

- ❖ ¿Qué cambios necesita introducir en sus prácticas de trabajo actuales?
- ❖ ¿Necesita tercerizar algunas actividades con compañías externas?
- ❖ ¿Qué inversiones necesita hacer? (por ejemplo, en personal, equipamiento, etcétera)
- ❖ ¿Cómo promoverá la publicación en línea?
- ❖ ¿Qué costos anticipa para la implementación inicial y el mantenimiento continuo?

### CONCLUSIONES

Una encuesta en 2005 indicaba que el 90% de las publicaciones están disponibles en línea<sup>44</sup> y que los investigadores esperan que el material esté disponible en línea de manera creciente. Esto está presionando a las publicaciones a embarcarse en la edición electrónica, y el presente documento procura introducir las cuestiones que usted necesitará considerar antes de dar ese paso.

---

<sup>44</sup> Ver Nota 31.

## **GLOSARIO**

Este glosario no es exhaustivo, pero se lo incluye a fin de dar información abreviada respecto de parte de la terminología usada en el documento.

### **CROSSREF Y DOI**

El Digital Object Identifier (DOI) o Identificador de Objeto Digital es un identificador único para artículos (y, de hecho, otro contenido en línea) que se asocia con la ubicación actual del artículo en la web; cuando dicha ubicación cambia, el DOI permanece igual, pero la base de datos que muestra la URL en uso con la cual se corresponde se actualiza una vez —esto es mucho más confiable que esperar que todas las instancias de la URL puedan ser actualizadas<sup>45</sup>. Existen estándares formales internacionales para la operación e implementación del DOI. El editor necesita obtener un número único (prefijo), y luego asignar un número único (sufijo) a cada artículo u otro ítem. La combinación (prefijo + sufijo) debe entonces registrarse con una agencia de registro de DOI. Existen costos asociados con esto, pero varían con cada agencia. En la industria de las publicaciones académicas, la agencia utilizada por la mayoría de los editores es CrossRef. CrossRef ha desarrollado una aplicación del sistema DOI para simplificar la vinculación de una publicación a otra (particularmente, de una referencia al final de un artículo al artículo citado en otra publicación). Esto es crecientemente usado por los editores occidentales. Información completa acerca de DOI y CrossRef puede encontrarse en sus sitios web: <<http://www.doi.org>> y <<http://www.crossref.org>>.

### **PROYECTO COUNTER**

Este proyecto (cuyas iniciales corresponden a Counting Online Usage of Networked Electronic Resources) fue originalmente establecido por editores y universidades en el Reino Unido, pero rápidamente se tornó un emprendimiento internacional con la participación de proveedores del sistema de bibliotecas. COUNTER está desarrollando estándares internacionales para la creación e intercambio de estadísticas de uso para el contenido en línea, de modo que editores, bibliotecas y otros puedan combinar y comparar estadísticas de diferentes vendedores. El estándar para las estadísticas de publicaciones en línea está ahora bien establecido (la versión 2 está funcionando desde enero de 2006), y hay estándares en desarrollo para otros recursos tales como las bases de datos y los e-books. Ver <<http://www.projectcounter.org/>>.

---

45 Baron, Joel 1997 "Why we need information identifiers" in *Learned Publishing* 10(2), 132-134 [DOI: [dx.doi.org/10.1087/09531519750147120](http://dx.doi.org/10.1087/09531519750147120)].

## HTML

HTML corresponde a HyperText Markup Language. Un archivo HTML es un archivo de texto que contiene etiquetas a modo de marcadores que indican al navegador web cómo mostrar la página (por ejemplo, en negrita). También puede incluir vínculos a otras partes del documento u otros archivos, y a otras páginas web. Es el formato de archivos más comúnmente usado en la web. Es relativamente simple crear archivos HTML, y existe considerable orientación disponible en la web respecto de cómo hacerlo (con o sin un software a tal efecto). El sitio web [<http://www.w3schools.com/>](http://www.w3schools.com/) provee una muy buena introducción.

## CONSORCIOS DE BIBLIOTECAS

Un consorcio de bibliotecas es un grupo de bibliotecas que han acordado negociar como un grupo con editores y otros proveedores de contenidos. El principio del consorcio es que un grupo está en una posición más fuerte que un individuo para negociar y acordar términos. Los consorcios pueden tener extensión nacional o abarcar a una pequeña cantidad de instituciones. También podrían combinar sus requerimientos para la compra de materiales y equipamiento, y acordar sobre software y prácticas de trabajo comunes. El sitio web del consorcio de la International Coalition of Library contiene más información –ver [<http://www.library.yale.edu/consortia/>](http://www.library.yale.edu/consortia/).

## METADATOS

En esencia, este término significa “datos acerca de los datos”. De manera más útil, es información descriptiva acerca de un recurso (o recursos). En términos generales, incluye lo que los bibliotecarios solían llamar información catalográfica –pero también puede incluir datos acerca de derechos, etcétera. Para recursos en línea es esencial proveer alguna información legible por computadora, de modo que usuarios y sistemas puedan buscarlos y navegarlos. Para más información, ver [<http://www.getty.edu/research/conducting\\_research/standards/intrometadata/>](http://www.getty.edu/research/conducting_research/standards/intrometadata/).

## PDF

Esto significa Portable Document Format, un formato patentado, producido por Adobe, que provee un facsímil de la página designada y puede usarse para imprimir y publicar en línea. Requiere un software especializado para crear y leer archivos de PDF, pero el software de lectura es gratis, y comúnmente usado. Los archivos de PDF tienen varios beneficios: por ejemplo, conservan el diseño y aspecto de la página designada y son difíciles de modificar –protegiendo por ende el texto y las ilustraciones originales. Para más información acerca del PDF, el sitio web de Adobe es muy informativo: [.<http://www.latinamerica.adobe.com/products/acrobat/main.html>](http://www.latinamerica.adobe.com/products/acrobat/main.html).

## **XML**

XML significa EXtensible Markup Language. Se parece al HTML, pero fue diseñado para describir datos y no la apariencia de los mismos. Por ejemplo, identifica el "título" de un artículo, pero no si está escrito en "negrita". Un ejemplo particularmente importante de su uso se halla en la automatización de colecciones de bases de datos. Por esta razón, muchos sistemas (por ejemplo MEDLINE) solicitan a los editores que provean su contenido como archivos XML, de modo tal que puedan dar entrada automáticamente a las publicaciones del editor a su propia base de datos (dado que el archivo XML indica a la base de datos qué partes del texto son el "título", "nombre del autor", etcétera). Para más información acerca del XML, ver <[http://www.w3schools.com/xml/xml\\_what\\_is.asp](http://www.w3schools.com/xml/xml_what_is.asp)>.