

La ética del clic: los usuarios y la información digital en la era de Internet^{1,2}

NANCY R. JOHN
Revista Libri

Cada vez más se está recurriendo al world wide web como fuente de información rápida y fidedigna. Muchos de los usuarios de Internet no entienden completamente esta nueva herramienta de búsqueda de información y cómo difiere de las fuentes de información impresa. Atraídos por la facilidad del clic, el colorido de las páginas web y convencidos por el número de referencias que pueden encontrar a través de los buscadores de Internet (como, por ejemplo, AltaVista, HotBot, etc.), piensan que la información actualizada y de calidad es gratis y que es tan fácil de obtener como llamar y pulsar. Este artículo examina los constantes cambios del mundo de la información desde el punto de vista de los proveedores de la misma y analiza los valores y las intenciones ocultas que entran en conflicto con la idea que se tiene de información barata, fácil de obtener, amplia y fiable.

PALABRAS CLAVE: Internet. Información digital.

THE ETHICS OF THE CLICK: USERS AND DIGITAL INFORMATION IN THE INTERNET AGE

More and more information seekers are turning to the World Wide Web as a source of ready and authoritative information. Many of these Internet users do not fully understand the new information environment in which they seek information and how it differs from the print information environment. Lured by the easy click, seduced by colourful Web sites, and convinced by the number of items they can find through Internet search engines (e.g., AltaVista, HotBot, etc.), these information seekers believe that up-to-date quality information is free and only a dial tone and a click away. This paper examines the changing information environment from the standpoint of information providers and looks at the hidden agendas and values that conflict with the concept of cheap, easy-to-get, comprehensive, accurate information.

KEYWORDS: The Internet. Digital Information.

1. Traducción del artículo "The Ethics of the Click: Users and Digital Information in the Internet Age", de Nancy R. John, aparecido en la revista *Libri*, Vol. 50 (Abril 2000), pp. 129-135.
2. Traducido por A. LOZANO PALACIOS en colaboración con alumnos de Licenciatura de la Facultad de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de Granada.

INTRODUCCIÓN

A pesar de que se calcula que existen más de 300 millones de páginas web y millones de datos accesibles a través de Internet (para más información véase Zakon 2000), el acceso a la información electrónica de calidad sigue siendo deficiente. La conversión de la información impresa en electrónica accesible a través de la web ha aumentado a un ritmo vertiginoso durante los dos últimos años al igual que la información que se crea originariamente en formato digital y, sin embargo, está disponible en Internet de forma muy asistemática. El resultado no produce sino una frustración entre los profesionales que desean ofrecer acceso a información de calidad de un modo sistemático y entre aquéllos que desean encontrar información pertinente y rápida para tomar decisiones. Este artículo analiza cómo se ha llegado a esta situación usando como ejemplos una enciclopedia y algunos casos de bibliografía médica y qué esperanzas de mejora hay para el futuro.

LA INFORMACIÓN ANTES DE INTERNET

Al principio, no hace mucho tiempo, en los años 50, existía el caos. El acceso a la producción científica en medicina se hacía de palabra verbalmente u ojeando las revistas científicas a las que la biblioteca estaba suscrita.

Pero la bibliografía médica experimentó uno de los mayores crecimientos de este siglo, ya que apenas un puñado de revistas de calidad se convertirían en cientos y luego en miles. En los Estados Unidos, los investigadores de la Biblioteca Nacional de Medicina elaborarían el *Index Medicus* que incluiría 771.287 referencias a documentos publicados entre 1960 y 1965 utilizando sus propios encabezamientos de materia de medicina (*MeSH*) como descriptores (NLM 2000).

Comenzado en 1966, el proyecto *Medlars Online* no sólo ofrecería acceso a la bibliografía de medicina, sino que también se convertiría en una de las bases de datos bibliográficas más importantes del mundo durante las cuatro siguientes décadas. *MEDLINE* contiene más de 9,2 millones de registros de 3.900 revistas de biomedicina en curso publicadas en los Estados Unidos y en otros 70 países, con un crecimiento de más de 31.000 citas al mes. La búsqueda por descriptores *MeSH* y las referencias completas con resúmenes incluidos fueron técnicas de indización muy punteras A.I. (antes de Internet).

LA INFORMACIÓN ELECTRÓNICA

Pero al igual que todos los que trabajamos en el mundo de la información, ellos se han visto forzados a competir con buscadores como Yahoo, Altavista y amazon.com. Pero a diferencia de Yahoo y Altavista que sólo indizaban informa-

ción de origen electrónico, Medline ha tenido que conservar referencias a documentos no electrónicos. Y quizás lo más importante es que realizan esta labor en un mundo donde no existen normas para texto completo en formato electrónico ni se sabe muy bien cómo deberían ser, ni existe todavía un consenso general sobre cuáles son los intereses comerciales que influyen en la economía de la información.

Hay tres condiciones fundamentales que limitan el acceso a la información electrónica hoy día:

- La cantidad de información impresa que se ha convertido en formato digital.
- La cantidad de información nueva que se está produciendo en formato digital.
- Si la información electrónica está accesible a través de la red.

La primera categoría, la falta de conversión de datos, normalmente se puede deber a la percepción que se tiene del valor real de la información en el mercado. Puesto que la información normalmente ya está en un formato (generalmente impreso), se debe demostrar que existe algún tipo de ventaja excepcional para su reedición en otro formato (digital). La reedición del documento impreso original se verá grandemente afectada por varias condiciones. Por ejemplo, un documento que sólo se encuentra en formato impreso necesitará transformarse en formato digital. Un documento que se ha impreso a partir de un fichero en formato electrónico requiere muy poco esfuerzo si el objetivo es simplemente mostrarlo en la red. Por otro lado, si el objetivo es crear un documento "electrónico" (es decir, añadiéndole posibilidades de navegación a través de hiperenlaces para mejorar el acceso), el coste de la edición electrónica puede aumentar sustancialmente.

La segunda categoría, la cantidad de información digital nueva que se está produciendo, es difícil de analizar de un modo sucinto. Las circunstancias del mercado son muy reales y muy complejas. Por ejemplo, la falta de equipos informáticos para usar los formatos electrónicos reducirá el número de usuarios potenciales de la información digital. Así pues, vemos que algunos títulos electrónicos alcanzan una amplia difusión (como la Enciclopedia Encarta de Microsoft) ya que van incluidos con la compra del equipo. En resumen, no es rentable digitalizar información que pocos pueden usar y por la que incluso menos personas pagarán.

En último lugar, el acceso a la información electrónica a través de la red nos presenta diferentes consideraciones. Los técnicos informáticos tradicionales puede que no sean unos entendidos en las cuestiones relacionadas con las redes o no se den cuenta del valor intrínseco de la información. En algunos casos, estos técnicos puede que sí reconozcan que la información que gestionan le será útil a ciertas personas, pero se preocupan en exceso de los riesgos de seguridad que presentan las redes abiertas y el libre acceso a la información; por otro lado, los asesores financieros se preocupan de los riesgos económicos del libre acceso. Los periódicos nos ofrecen un buen ejemplo del dilema económico: el periódico impreso de hoy es

gratis en la red, pero cuesta dinero en el kiosko; mientras que el periódico de ayer es gratis en su formato impreso y los artículos cuestan 2,95 dólares en la red.

En ambos casos, lo que se necesita es la capacidad de convertir datos de un formato propio en un formato abierto y ofrecer métodos de acceso de bajo riesgo. Uno de los objetivos de los bibliotecarios es liberalizar el acceso a la información y, por ello, han persuadido a los administradores de las redes para que creen formas de facilitar el acceso a la información para todos de forma segura. Al mismo tiempo, en el caso de las publicaciones periódicas, los bibliotecarios mantienen las suscripciones a las revistas impresas para asegurar que los usuarios puedan acceder a ellas en el futuro y ofrecer estabilidad económica a las editoriales que les permita experimentar con diferentes tarifas de precios.

INTERNET

En este entorno un tanto conservador y moderado aparece la *world wide web* e inmediatamente todo el mundo espera acceder a la información de un modo instantáneo. No existen atajos en un mundo lleno de hiperenlaces y clics, sino enlaces rápidos y enlaces lentos y el mundo donde no hay enlaces es un lugar donde el bibliotecario no debería estar. Además esta persecución a gran velocidad de la última novedad ha conducido la economía de la información a un mundo donde existen nuevas reglas, si es que las hay. Algunos defienden que esta economía viene impulsada por demasiada información que compite por llamar nuestra atención. Pero sea lo que sea, todos podemos estar de acuerdo en que existe demasiada información. En este sentido, es conocida la anécdota del sociólogo de Yale que le suplica a su biblioteca que no le mande más información, pues se siente acosado por ella a través del correo electrónico, el fax y el teléfono. Nos dice que agradece que sus revistas profesionales le lleguen en fundas de plástico ya que sólo lee un artículo cuando recuerda haberlo visto citado en tres fuentes diferentes. De este modo, cada seis meses puede deshacerse de la mayoría de las revistas sin haberlas abierto.

En el mundo de Internet, ¿qué van a hacer los motores de búsqueda y las bibliotecas para continuar sirviendo a sus usuarios?

¿DESAPARECERÁ EL DOCUMENTO IMPRESO?

“...un modelo que mantenga que la Web va a sustituir a la letra impresa no es digno de crédito” (Frank Romano, 1998)

Parece poco probable que todos los libros pasen a formato electrónico rápidamente excepto aquellos que son puramente texto y no contienen imágenes o gráficos. Por otro lado, parece existir una tendencia (por ej., Ingram) hacia la publicación

en formato electrónico según la demanda, especialmente libros que van dirigidos a un sector específico. Los libros electrónicos, aunque curiosos y divertidos, no parecen estar acaparando al mercado de masas. Romano (1998) afirma que esto se debe a la facilidad y comodidad de uso del documento impreso que se puede utilizar tanto en el dormitorio como en la playa o en el baño.

El mercado de las revistas es algo diferente: las revistas especializadas, las divulgativas y las que tienen una gran demanda popular seguirán publicándose en papel, mientras que las revistas académicas, cuya supervivencia en el mundo impreso ha sido problemática, están pasando a formato electrónico a un ritmo vertiginoso.

Quizás no haya un modelo válido, pero muchos editores están intentando ser los primeros en descubrir la mejor estrategia de mercado. Y a pesar de la predicción de que no todos los documentos estarán en formato electrónico, mucha gente piensa que con Internet conseguirán información buena y a buen precio. Cuando no se comprenden las reglas de Internet, cosas interesantes pueden suceder.

LA ENCICLOPEDIA BRITÁNICA

La adaptación de la Enciclopedia Británica a la web es un ejemplo del poder de Internet. La *Enciclopedia Británica* tenía prestigio, estatus y una larga tradición. Era conocida por la autenticidad y la fiabilidad de su contenido aunque algunos decían que era un poco aburrida. Los padres pensaban que aunque era cara, les proporcionaba a sus hijos una ayuda importante en sus estudios y en los trabajos escolares.

La dirección de la Enciclopedia Británica no se percató de la verdadera amenaza de las publicaciones electrónicas, pensando que su historia les protegería. Tardaron en reconocer que estaban siendo reemplazados por la adquisición de ordenadores personales. Además, enciclopedias, editadas y compiladas con diferentes criterios editoriales de calidad, se estaban ofreciendo gratis con la compra del ordenador y los consumidores empezaron a aceptar la idea de utilizar el dinero que se gastarían en la compra de la *Enciclopedia Británica* en otra herramienta que les ofreciera a sus hijos una ventaja sobre los demás y los preparara para el futuro.

Cuando la directiva de la Británica se dieron cuenta de que tenían que adaptarse al mercado electrónico para sobrevivir, desarrollaron un programa ambicioso para aprovechar al máximo las oportunidades y ventajas del formato digital, reproduciendo el aspecto de la versión impresa y evitando la incomodidad del índice impreso y la dificultad de buscar en las páginas. Cuando se dieron cuenta de que no se veían limitados económicamente por el número de páginas o de volúmenes, los temas empezaron a tratarse con más profundidad. También se dieron cuenta de que la actualización ya no era un problema y, finalmente, de que había muchas formas de enriquecer el contenido: algunos efectos multimedia no tenían por qué ser malos y la versión en línea podía complementar a la versión impresa y en CD-ROM.

La versión electrónica de la Enciclopedia Británica, *Britannica Online*, es accesible mediante suscripción a través de Internet. Esta versión no sólo contiene los 44 millones de palabras de la versión impresa sino también punteros o hiperenlaces a información que existe en Internet como, por ejemplo, el presupuesto de los Estados Unidos o la exposición sobre el Vaticano de la Biblioteca del Congreso. Además, descubrieron que el contenido se podía reutilizar para presentarlo de diferentes maneras como, por ejemplo, para crear una página sobre los ganadores del Premio Nobel o sobre las Olimpiadas. De este modo, tras doscientos años de historia la enciclopedia continúa esforzándose por mantener el interés de sus usuarios y, por ejemplo, recientemente ha creado una página sobre el Titanic. Pero las suscripciones y las ventas de productos secundarios parece no ser el único modelo, así pues *britannica.com* (una página financiada por la publicidad) apareció por primera vez en septiembre. ¿Qué modelo es el mejor? El tiempo lo dirá.

OTROS EJEMPLOS

Podemos encontrar otros modelos para la publicación y distribución de material impreso a través de la web. Algunas revistas ofrecen acceso gratuito a su versión electrónica, financiándola con publicidad y con el aumento de ventas de la versión impresa que fomenta el acceso gratuito a través de Internet. Otros, como el *Chronicle of Higher Education* [Crónica de la Educación Superior], envía a los suscriptores de la versión impresa noticias diarias de interés a través del correo electrónico y avances de las próximas ediciones en papel. Algunos periódicos, como el *New York Times*, pueden ofrecer acceso gratuito al periódico del día sólo para algunos lectores (por ejemplo, los residentes en los Estados Unidos) pero cobran por consultar las ediciones anteriores. Algunas librerías ofrecen sus servicios también en Internet, mientras que otras (como Amazon.com) sólo lo hacen a través de ella y aún otras no venden libros sino que permiten al individuo buscar en más de una librería a la vez posibilitando con ello, por ejemplo, la comparación de precios. Existen tantos modelos que no sólo es confuso para nosotros sino también para los propios proveedores de información cuando intenta decidirse por uno de ellos.

ASOCIACIÓN AMERICANA DE PEDIATRÍA

Veamos el caso de MEDLINE y de una revista denominada *Pediatrics* [Pediatría], una publicación muy prestigiosa de la Asociación Americana de Pediatría. Constituye un ejemplo de cómo las decisiones que dos instituciones diferentes toman en su día se ven posteriormente ligadas irremediabilmente cuando la gente busca respuestas razonables a un mercado que está en continuo cambio.

La Biblioteca Nacional de Medicina de los Estados Unidos ha concedido licencias a diferentes distribuidores para comercializar MEDLINE desde hace años, al principio a un precio lo bastante alto como para costear el rápido trabajo de indización que requiere y ahora por un precio mucho menor debido a que algunos ciudadanos americanos defendieron con éxito que los contribuyentes estaban pagando dos veces por el desarrollo de la base de datos. La Biblioteca Nacional de Medicina pensaba que una de sus funciones era la de hacer el índice y ofrecerle a los profesionales una herramienta de búsqueda: un interfaz, denominado TEXT, con todas las prestaciones pero difícil de usar para que los bibliotecarios y los investigadores de medicina accedieran a MEDLINE y un interfaz gráfico con menos prestaciones, denominado *Grateful Med*, para que los médicos, estudiantes e investigadores hicieran búsquedas en MEDLINE por ellos mismos y solicitaran a través del propio interfaz que una biblioteca les enviara el artículo que necesitaran a un precio determinado. Con el tiempo, diferentes compañías empezaron a comprar las licencias de distribución de MEDLINE utilizando diferentes tipos de interfaz, aunque siempre aprovechando las posibilidades que ofrecían los encabezamientos MeSH. Estos distribuidores presentaron una alternativa válida a la oferta que hacía la Biblioteca Nacional de Medicina hasta la llegada de Internet.

No obstante, ninguna de estas herramientas de búsqueda podía competir con el deseo por parte del usuario de acceder directamente al artículo completo a partir de la cita con sólo hacer un clic ni con la rapidez de Altavista o Yahoo. Tanto los servicios de la NLM como los de MEDLINE necesitaban el acceso directo a los artículos, pero las editoriales de las revistas temían que su mercado se pudiese ver afectado por el acceso digital. Así pues, un distribuidor de bases de datos, ahora llamado Ovid Technologies, firmó acuerdos con diferentes editoriales para acceder a los artículos de sus revistas a cambio de lo siguiente: Ovid volvería a teclear los artículos de las revistas, no permitiría el acceso antes de que las versiones impresas estuvieran disponibles, impondría ciertas restricciones de uso y pagaría bien a las editoriales por el contenido. Ovid ofreció la primera versión de MEDLINE con acceso directo a los artículos, aunque otros distribuidores le siguieron poco después. Otra compañía, OCLC's FirstSearch, también tiene su propia versión de MEDLINE, aunque tiene acuerdos con un grupo diferente de editoriales. Así pues, cuando hacemos una búsqueda en cada uno de estos distribuidores, obtenemos diferentes artículos en texto completo. De hecho, si hacemos una búsqueda en Ovid puede que no encontremos ningún artículo en texto completo, mientras que si la hacemos en OCLC los artículos en texto completo pueden ser muchos.

Los editores empezaron a ver las posibilidades que ofrecía el acceso directo a través de Internet desde un punto de vista menos arriesgado económicamente. A medida que los propios editores empezaron a crear sus páginas web (a las que el usuario podía acceder mediante suscripción o durante un período de prueba), la NLM vio la posibilidad de aumentar el número de citas que contendrían enlaces directos a

los artículos en texto completo y actualmente el programa PubMed de MEDLINE contiene enlaces a unas 400 revistas de medicina. Además, las editoriales envían a MEDLINE las citas en su forma básica para la base de datos, acelerando con ello la disponibilidad de las referencias y, en consecuencia, el acceso directo a los artículos.

En la Asociación Americana de Pediatría la posibilidad de ofrecer su revista a través de Ovid parecía una forma adecuada y segura de dejar que los usuarios accedieran a su contenido. A medida que otras editoriales y asociaciones empezaron a poner sus revistas en Internet, la APA decidió que también debía renovarse, aunque, al igual que otras instituciones, sólo con poner la revista tal cual en la red no era suficiente, por lo que se les ocurrió una gran idea: cogerían aquellos artículos que eran demasiado largos o no lo bastante buenos (y, por lo tanto, no se incluirían a texto completo en la versión impresa) y los publicarían en la web sólo para sus miembros. Pero ¿cómo se enterarían éstos de su existencia? Se publicaría el resumen y la URL en la edición impresa de la revista para que supieran dónde encontrarlos. El primer número según este modelo apareció en diciembre de 1998. De este modo, la versión que Ovid tenía de la revista *Pediatrics* no sólo tardaba más en salir, sino que además no incluía estos artículos ni sus citas. Sin embargo, al colaborar con sus publicaciones en la base de datos *PubMed*, la revista *Pediatrics* envía las citas de estos artículos junto con las citas de los artículos a texto completo aparecidos en la versión impresa a MEDLINE para su indización.

Una biblioteca para ofrecer acceso a sus usuarios a cientos de revistas de medicina firmó un acuerdo con Ovid. Entre ellas, *Pediatrics*. En diciembre de 1998, un usuario localizó una referencia en MEDLINE de unos de los artículos accesibles sólo a través del web de la APA y se sorprendió de que no pudiera acceder a él a través de Ovid. Afortunadamente, el bibliotecario no asumió inmediatamente que esto se debiera al compromiso que había adquirido Ovid de no dar acceso a las versiones electrónicas de las revistas antes de que éstas estuvieran en papel. Sin embargo, localizó la información relativa a la nueva forma de publicar la revista *Pediatrics* en la página web de la APA y llegó a la conclusión de que ni la suscripción en papel de la biblioteca ni la suscripción electrónica permitiría al usuario acceder al artículo que buscaba y que si deseaba obtenerlo, sólo lo podría hacer a través de una suscripción directa con *Pediatrics* (las licencias de acceso al contenido para grupos de personas frente a la gestión del acceso identificado individual para los miembros de una institución y otras cuestiones similares serían temas de otra discusión). Pero la conclusión es que, a pesar de las apariencias, no todas las formas de acceder a la información son iguales, ni siquiera al mismo contenido.

LAS LICENCIAS DE ACCESO A LA INFORMACIÓN

Esta desigualdad del acceso a la información, incluso a contenidos similares, ha suscitado algunas cuestiones interesantes para las bibliotecas. Conforme éstas in-

tentan proporcionar acceso al creciente número de recursos informativos de calidad disponibles en la web mediante suscripción, nos estamos enfrentando a importantes cuestiones en nombre de nuestros usuarios.

Con cada licencia, estudiamos cuidadosamente los derechos de acceso del usuario. ¿Cuál es la comunidad legítima de usuarios? ¿Permite el proveedor de la información que los estudiantes, el profesorado y el personal de la universidad usen la información desde sus casas? ¿Pueden sus familiares utilizar la información? ¿Todas aquellas personas que tienen permiso para utilizar la biblioteca pueden acceder a la información desde ella? ¿Y desde el campus? ¿Hay limitaciones en el uso de los datos? ¿Qué ocurre con el acceso a estos datos a largo plazo: tienen planes los proveedores de almacenar los datos para que estén disponibles en el futuro? ¿Puede utilizarse la información en una red local? ¿Hay otras limitaciones de uso: puede reutilizarse la información en otra página web como bibliografía recomendada? ¿Puede utilizarla la biblioteca para satisfacer una petición de préstamo interbibliotecario? ¿Qué ocurre si un usuario infringe alguna cláusula del convenio, quién es responsable de la infracción? ¿Perderá el acceso toda la comunidad? ¿Qué tipo de registro de uso mantiene el ordenador? ¿Qué sucede con la confidencialidad de los usuarios de la información? En cuanto al contenido, ¿cuál es su relación con la versión impresa? ¿Cómo está de actualizada la información electrónica? ¿Aparece antes, después o al mismo tiempo que la versión impresa? En cuanto al interfaz, ¿es fácil de usar? ¿Aporta algún valor añadido a la información? ¿Están todas sus funciones completas? ¿Funcionan todas? ¿Cuál es la relación con otras fuentes: puede el usuario acceder a otros recursos a través de hipervínculos? Y finalmente existen otras cuestiones varias: ¿Está el recurso siempre disponible? ¿Es aceptable el tiempo de respuesta?

Y cuando el bibliotecario se plantea estas cuestiones, no lo hace sólo pensando en la biblioteca sino también en el usuario. El bibliotecario estudiará siempre las ventajas e inconvenientes e intentará proteger la privacidad del usuario y su derecho al acceso anónimo a la información.

EL ACCESO

Internet nos ha transformado a todos y conlleva muchas suposiciones, entre las que está el acceso fácil y económico. Sin embargo, estos supuestos no reflejan la ética de la investigación en documentación que se ha enseñado en la universidad en los últimos cincuenta años; la fiabilidad de las referencias ya no es una cuestión que se pueda responder con un simple sí o un no, sino con un quizás o un si condicional. Internet, ahora con un poco más de 5 años de existencia, nos ha roto todos los esquemas.

Esto nos lleva a la importante cuestión de ¿cuáles son las características esenciales del acceso a través de Internet? y de ¿cómo nos afectarán en el futuro?

Analicemos rápidamente cuatro características de la Internet actual: navegación, identificación, comercio y seguimiento del uso de la información.

NAVEGACIÓN

La navegación es la característica que se entiende más claramente, es la forma de ir de un lado a otro. En general funciona, excepto cuando no, un cuarenta por ciento de las veces. Los servidores están o no disponibles. Las rutas están abiertas o cerradas. Los semáforos funcionan o no. La media de vida de un enlace en la web es de unos 60 días, aunque los protocolos sobre los que se basa el acceso en Internet parecen fiables y, para la mayoría de nosotros en las universidades, nos sirven para recuperar documentos de una forma fácil y rápida.

La navegación es una característica tan típica de Internet que hoy día los usuarios esperan que cualquier texto subrayado de cualquier documento sea un hiperenlace y se sienten frustrados y enojados cuando no lo es. Es como si el subrayado para resaltar ideas en un texto hubiese perdido su verdadero significado.

El hecho de que la navegación pueda llevarnos a un lugar al que realmente no queramos ir parece de algún modo poco importante. Es el placer de saltar de un lugar a otro lo que significa la libertad de explorar en Internet. Cualquiera que sea su atractivo, si puedes utilizar el ratón, puedes navegar, no importa si tienes el conocimiento suficiente para comprender el texto que rodea al enlace. Si esa URL seguirá o no disponible la próxima semana o incluso mañana, no hay manera de saberlo.

Cómo buscamos y escogemos nuestras fuentes de información es una cuestión bastante importante. La facilidad de uso y la comodidad que nos ofrece la tecnología significan que, sea o no Internet el mejor lugar para obtener una respuesta, éste es el recurso que generalmente se utiliza. Al principio de las bases de datos bibliográficas comerciales, podíamos observar cómo los estudiantes las utilizaban para preparar sus trabajos de los cursos de literatura. La razón de ser no era que habían encontrado buenas fuentes sino porque eran más fáciles de consultar que los volúmenes impresos de la *MLA Bibliography*. ¡Uno se pregunta qué hacían los estudiantes con todos esos artículos que recuperaban sobre la inversión en obras literarias y sobre los precios a los que se habían subastado los autógrafos de ciertos autores!

IDENTIFICACIÓN

La identificación es un poco más problemática. ¿Cómo podemos asegurarnos de que lo que vimos la semana pasada es lo mismo que lo que estamos viendo ahora? La misma dirección no significa necesariamente el mismo contenido y la

identificación de objetos es una cuestión importante que está siendo discutida actualmente en todo el mundo. Claramente esta situación se complica cuando de hecho puede haber tres ediciones de cada número de la revista *Pediatrics*: la versión en la página web de la asociación, la versión en papel y la versión de Ovid. Las citas son un elemento importante del trabajo científico, ¿cómo vamos a responder a este problema?

¿Debemos imprimir o hacer copia electrónica de todo lo que citamos o utilizamos en nuestra investigación? En otras palabras, ¿cómo podemos asegurarnos si no de que la información que hemos visto en el pasado y que nos pareció tan interesante es la misma que estamos consultando ahora? La investigación relacionada con los nombres de recursos universales, los identificadores de objetos digitales, la tecnología SFX, los números normalizados para recursos electrónicos, los *purls*, los *handles*, y otros proyectos similares es promotora, pero todavía está en su etapa inicial.

Además, ¿cuáles son las claves que nos ayudan a identificar las buenas fuentes de información? ¿Dónde están esos caminos trillados que nos llevan a esas direcciones importantes en la web? Los constantes cambios que se producen en la web significan que incluso direcciones muy usadas pueden ser irreconocibles después de las renovaciones tecnológicas que constantemente están sufriendo. ¿Cómo podemos asegurarnos de que la dirección a la que hemos llegado es la misma usada por un compañero de profesión?

La identificación de los recursos, las citas de documentos, la dependencia del contenido, tan familiar en el mundo impreso, han cambiado tanto en el entorno electrónico que deberían dejar al investigador confuso.

La navegación es tan fácil, y, a veces tan rápida, que elegimos la facilidad del acceso web sobre cualquier cuestión relacionada con la correcta identificación de los recursos.

COMERCIO

En Internet, el comercio parece ser tan importante como la tecnología. De hecho, la propia dirección web a la que intentamos conectarnos es lo suficientemente inteligente como para permitirnos o denegarnos el acceso, según estemos suscritos o no. (Esto es posible gracias a la dirección de conexión a Internet que nuestro ordenador utiliza o a la información almacenada en nuestro disco duro en un "cookie"). Es agradable que páginas que consultas a menudo nos reconozcan y nos avisen de los asuntos que nos interesan como, por ejemplo, un vuelo barato, un nuevo libro, un concurso o una oferta especial. De repente, la web empieza a cambiar y empezamos a ver más anuncios que parecen estar relacionados con tus intereses como, por ejemplo, informática, jardinería, viajes. ¿Es que la web es el lugar para la gente

con mis mismas aficiones o es que reconoce lo que a mí me gusta e intenta cambiar para convertirse en el lugar donde yo prefiera ir?

En este nuevo tipo de comercio electrónico el acceso a Internet conlleva que en cualquier momento se puede conocer quién ha hecho uso de qué recursos. Es una situación diferente al anonimato de coger un libro de las estanterías o del uso de los ordenadores públicos conectados a Internet de la propia biblioteca. En su lugar, el usuario que busque información, por ejemplo, sobre “hoteles de Mónaco” puede descubrir minutos más tarde que empiezan a aparecer en su pantalla anuncios sobre el modelo de coche “Mónaco”. Incluso seis meses más tarde, le puede llegar un correo electrónico por si estuviera interesado en un viaje especial a Monte Carlo.

El hecho de que en Internet se deje de algún modo constancia de los intereses del que la usa y de que las empresas con intereses comerciales puedan acceder a ellos puede crear una web más pertinente y mejor pero quizás tan específica que puede limitar las posibilidades de los usuarios.

SEGUIMIENTO DEL USO DE LA INFORMACIÓN

Finalmente, puesto que las licencias de uso de la información electrónica se conceden a cada individuo de manera personalizada (durante unas horas, unos días o más tiempo) el servidor de la información permitirá el acceso sólo a aquellas personas autorizadas. Cuando hacemos una copia o imprimimos cualquier información ésta puede contener la identificación de la fuente, incluso segundas y terceras copias. La propiedad puede ser una cosa muy buena, especialmente para identificar que algo te pertenece como, por ejemplo, cuando le ponemos el nombre a un libro nuestro y se lo prestamos a un amigo esperando que algún día nos lo devuelva. Con esa marca identificamos el documento con nosotros. Pero una cosa es hacer lo que queramos con lo que poseemos o admitir que uno posee un libro cuando se lo prestamos a un amigo y otra cosa muy diferente es que el uso que se esté haciendo de la información en Internet esté siendo controlado y que esos datos puedan ser conocidos. En el mundo impreso, una vez que hemos comprado un libro, el objeto como tal nos pertenece y podemos hacer con él lo que queramos sin notificárselo a la editorial o al autor siempre que no lo reproduzcamos. En el mundo del comercio a través de Internet, el simple hecho de comprar algo se convierte en una información que puede ser vendida, intercambiada o usada de otra forma. Cuando consultamos una página, el servidor mantiene un registro de lo que se está haciendo de ella como, por ejemplo, si la hemos impreso, ya que esta actividad puede ser legal (una copia para ti) o ilegal (muchas copias para otros).

Estas dos últimas características de Internet, el comercio y el seguimiento del uso, les preocupan en especial a los bibliotecarios. Nuestros sistemas de información siempre han separado la navegación y la identificación, por un lado, y el co-

mercio y el seguimiento del uso, por otro, para que no puedan ser controlados los hábitos de lectura de los usuarios concretos. No obstante, el acceso a la información a través de Internet ha seducido engañosamente a los usuarios por su rapidez, pero esta acceso ni es completo ni es seguro.

CONCLUSIÓN

Para los bibliotecarios la ética del “clic” es una cuestión importante y espero que ahora podáis ver el porqué. Si es así, la próxima vez que vayamos a utilizar Internet, nos preguntaremos si lo vamos a hacer porque está ahí o si existe una fuente mejor para conseguir la información. Quizás no nos lo cuestionemos pero si lo hacemos, aunque sólo sea por un segundo, la revolución contra el uso de Internet de un modo mecánico y la creación de una comunidad de usuarios formados habrá empezado.

REFERENCIAS

- NATIONAL LIBRARY OF MEDICINE. 2000. *Database Update Information*. URL: http://igm.nlm.nih.gov/splash/IGM_dbupdate.html
- ROMANO, Frank. 1998. “Will printing disappear?,” *Electronic Publishing* 22(10):26.
- ZAKON, Robert H. 2000. Hobbes’ Internet Timeline v5.0 URL: <http://www.isco.org/guest/zakon/Internet/History/HIT.html#2000s>