

Editorial

La razón de editar una revista científica se basa en que es el soporte para la comunicación de los resultados de investigación; es decir, es la culminación de dicho proceso que se comparte con la comunidad académica, permite el avance del conocimiento y abre nuevas preguntas para resolverse.

Quienes editamos una revista científica nos enfrentamos a la preferencia de los autores para enviar sus artículos, no sólo determinado por la difusión de la información, puesto que en los momentos actuales existe una amplia posibilidad a través del acceso al internet, sino también del prestigio de la revista, la velocidad de publicación, el profesionalismo en la edición, la comunicación constante entre autores-revista; también están los aspectos asociados a la política pública sobre ciencia que exista en cada país —aspecto señalado en otros momentos—, lo cual significa que si están las revistas en los índices internacionales o nacionales que les den puntos a los autores, esa será una razón importante de elección para la publicación de sus resultados, dado que es un elemento clave en el reconocimiento científico para tener una carrera como investigador.

Una realidad en el mundo de las revistas científicas es su relación con el mercado, en donde grandes empresas editoriales transforman el conocimiento académico en una mercancía, puesto que desarrollan todo un proceso pagado por los autores, sin que estas empresas tengan nada que ver con su generación, apropiándose de este conocimiento como una mercancía al tener la propiedad intelectual de los artículos y venderlos a los individuos, bibliotecas o universidades; por tanto, algunas preguntas clave son: ¿el mercado determina el rumbo de las revistas universitarias?, ¿qué tanto el mercado influye en la pervivencia de las revistas universitarias? Quiere decir que debemos seguir las reglas del mercado, máxime que el apoyo institucional para este tipo de revistas muchas veces se restringe a los honorarios del personal que participa de forma completa o parcial, que por cierto abunda esta última puesto que forma parte del trabajo académico que deben realizar quienes deciden participar en el proceso editorial. Los aspectos de impresión, actualización y demás, no son considerados para editar las revistas por las instituciones universitarias, lo que nos permite plantear la pregunta: ¿qué tan relevante es la publicación de las revistas como política institucional universitaria? Desde nuestra óptica debería ser fundamental, pues implicaría el tener una revista científica que dé prestigio a la institución.

Pero ahora no es sólo la publicación que da prestigio, sino un planteamiento de mercado que, además de evidenciar el trabajo científico, le da un valor de uso al artículo a través del registro de número de citas que tiene dicho trabajo y como medida de influencia sobre la comunidad académica; también sirve de parámetro de evaluación en los diferentes países que adoptan este tipo de herramientas y, a la vez, de revistas que están categorizadas con parámetros que ayudan a demostrar su influencia. Todo ello basado en la lógica del mercado, puesto que las grandes empresas editoriales desarrollan estrategias para ofrecer servicios y las métricas que ellas construyen para que los investigadores y revistas respondan a la misma lógica.

El trabajo editorial de las revistas científicas —independientemente de su clasificación como comerciales, de sociedades científicas o de origen universitario—, conlleva el suministro de los artículos, la recepción y revisión previa a su evaluación, un proceso de arbitraje que generalmente se hace por pares en doble ciego, todo ello implica la selección de colegas que por su capacidad y experiencia sean idóneos para realizar la evaluación del artículo propuesto, además involucra altos estándares de calidad a través de un trabajo de lectura profunda, analítica, detallada, acuciosa, para asegurar dicha calidad del material publicado, y todo de forma gratuita. Lo que lleva a obtener la conjunción de varios artículos que den oportunidad de publicar un número de la revista en cuestión.

Las revistas universitarias buscan mantener su calidad ante una competencia global de mercado, con clara desventaja —no sólo de impacto científico sino de recursos económicos invertidos para su desarrollo y venta—, dado que, por el volumen manejado, las editoriales comerciales tienen un jugoso negocio que les permite incluso la subcontratación de servicios que aceleran los procesos editoriales.

Otro aspecto medular es la comercialización, en muchas revistas universitarias este aspecto es incipiente o nulo. La lógica de mercado competitivo es poco abordada desde la administración institucional, poco discutida y con limitantes internos que deben analizarse y llegar a propuestas favorables que potencialicen su desarrollo. Por lo tanto, el vínculo revista-lector es medular para la generación de prestigio y pervivencia, pero no es lo único, una variante que ayuda a este fenómeno es la presencia en los índices que ayuden al puntaje de los investigadores, ello hace que los generadores del conocimiento impulsen ciertas revistas por el beneficio que pueden obtener en sus evaluaciones. Es cada vez más frecuente que revistas mexicanas que están en el índice de CONACYT o en el WOS, cobren el proceso editorial, lo cual se suma a las desventajas que tiene las revistas que no están en estos índices y que si cobraran tal vez sería un elemento adverso. Lo cual, implicaría más desventajas que se suman a la larga lista de elementos que hacen difíciles los proyectos universitarios.

A pesar de las limitantes del mercado y de la lógica nacional de la publicación, coincidimos que el acceso abierto es la estrategia que permite la difusión del conocimiento; por ello, tenemos en alta estima el trabajo realizado por el Directory of Open Access Journals (DOAJ), LATINDEX y REDALyC, que impulsan a las revistas a través de registros en acceso abierto para que cumplan con los estándares de calidad editorial suficientes, al igual que Scielo, que además se ocupan de mantener la competitividad de las revistas y realizan adecuaciones o innovaciones que orientan a los editores para difundirlas.

Por ello, los repositorios digitales de acceso abierto y el apoyo de redes sociales académicas permiten la visibilización de autores, revistas y editoriales universitarias que de otro modo estarían desapercibidas por el mercado. Ello permite que revistas como *Avances en Investigación Agropecuaria*, aunque con una viabilidad económica incierta y dependiente del tiempo académico que les queda a sus responsables en su institución, de no encontrar un relevo en su dirección, mantengan un espacio de difusión científica contra viento y marea.

José Manuel Palma García
Director de Rev. AIA