

Editorial

Estimadas lectoras, estimados lectores.

El volumen XIX de nuestra publicación es una bella oportunidad para re-encontrarnos y re-conocer el trabajo que toda una comunidad viene realizando. La Revista Facultad de Ciencias Económicas no es solo de la Universidad Militar Nueva Granada, sino también de todos aquellos colaboradores y colaboradoras que desde distintas instituciones ayudan a que este proyecto editorial crezca y madure. En este largo camino nos hemos topado con diversas voces, algunas de felicitación, otras críticas, pero todas cargadas de buena energía. Es por ello que no podemos dejar pasar las recientes discusiones sobre las necesarias, y no tan necesarias reformas a la Educación Superior en Colombia. En últimas, nuestros productos, son los productos de la universidad colombiana y latinoamericana. Esto nos obliga a reflexionar sobre ¿qué somos? y ¿qué papel jugamos en tal realidad?

Frente a la primera pregunta podemos expresar que como autores, árbitros, editores, lectores somos parte activa y miembros de la academia local y regional. Vivimos por ella, aunque no siempre es claro si vivimos para ella. Nos une cierto interés por impulsar el avance del conocimiento, aunque no siempre seamos muy conscientes de ello. Ser parte de la universidad es ser responsable tanto de su consolidación como institución moderna, como de aquellas cosas negativas que se le adjudican. Con la universidad nos ubicamos y empezamos a jugar roles sociales, tanto de la preservación de la cultura legítima, como de la innovación material y social necesaria para la construcción de nuevas relaciones con nuestros contemporáneos, así como con las nuevas generaciones. Construimos patrimonio cultural al mismo tiempo que rompemos con legados simbólicos, imponiendo todos los días sentidos en los que, como comunidad, confiamos. En la universidad habitamos, convivimos, hacemos alianzas y a veces también nos enemistamos. Construimos una cantidad de arbitrariedades que llevamos a escenarios públicos, a veces más restringidos, a veces más accesibles, es allí donde la publicación académica se realiza.

Como resultado de lo anterior, se puede decir que la difusión científica juega un papel destacado en la construcción de la esfera de lo público. No es una participación cualquiera, ya que las comunidades científicas al utilizar códigos restringidos incluyen y excluyen socialmente a sus audiencias. Pese a ello, en estas publicaciones nos representamos, evidenciamos nuestro trabajo y pretendemos socializar cosas que consideramos importantes. No es claro si las revistas científicas son importantes porque permiten acercar a la sociedad al trabajo que los investigadores desarrollan, o si es al revés. Aunque esto último no es tan evidente, ya que sobrevive en el imaginario la idea de que son los incultos aquellos quienes deben acercarse al lenguaje de los doctos. De tal manera, terminamos

reproduciendo una barrera comunicativa permanente refugiados en la legitimidad que nos otorga la institución universitaria. Romper con estas tradiciones es una tarea no tan fácil de afrontar.

En este marco, encontramos que la comunicación es el reto del siglo XXI. No por ausencia de canales de comunicación, los cuales crecen de manera significativa, sino porque es generar estrategias para que el mensaje sea oportuno, efectivo y retroalimentado. Hay que trabajar entonces porque lo que se produzca sea culturalmente revelador. Hoy más que nunca se nos presenta como necesaria la migración hacia otros formatos de divulgación, cómo hacerlo, es un desafío para el cual autores y editores no estamos preparados. Pero actualmente la generación de publicaciones científicas no solo se encuentra cuestionada por esta realidad, las críticas vienen desde la misma maquinaria asociada a los procesos de investigación. Entre las realidades y mitos que ponen en jaque a las publicaciones científicas encontramos:

- Los expertos y monopolios de publicación internacional, presionan porque se consoliden ámbitos de distribución y comercialización de lo producido por el aparato científico con un amplio margen de intermediación. El control de lo que se difunde no está en manos de académicos sino de grandes consorcios editoriales.
- Algunos de los diseñadores de las políticas locales de investigación abogan por una concentración del número de medios en nombre de la mejora de la calidad científica de lo que se divulga. Se llama a generar mercados simbólicos más competitivos y menos escalares.
- Los sistemas de recompensa científica privilegian y premian ciertas estructuras de difusión y conocimiento ligadas a medidas que con pretensión de mayor legitimidad reconocen quien o no es científico y cuál es la ciencia que vale la pena leer.

Frente a tales críticas los cuerpos editoriales deben ajustar sus expectativas y metas. Afrontar las exigencias de la dinámica de producción debe tener en cuenta, tanto la comunidad en la que se soporta, como aquella que las inminentes reformas empezaran a delinear. Sobrevivir a la concentración, ser competitivos y buscar públicos diferenciados son imperativos para editores y comités. Así mismo, se inicia un proceso de negociación entre los encargados de la difusión y los directivos universitarios; las instituciones deberán definir el alcance que desean de sus proyectos editoriales y qué recursos pueden y están dispuestos a comprometer.

En este marco, las revistas debemos recordar que comunicar es afrontar críticamente el cuestionamiento del otro a la propia construcción. Publicar no debería considerarse, únicamente, como un ejercicio de legitimidad institucional, sino esencialmente como una tarea propia de maduración de nuestras comunidades de investigación. En la *Revista Facultad de Ciencias Económicas* sentimos que estamos trabajando en esta labor, gracias a los autores, autoras y árbitros que nos acompañan dando pasos en ese sentido. Solo tenemos palabras de agradecimiento, y les invitamos a seguir acompañándonos en este proceso de construcción conjunta.

Edison Fredy León Paimé
Editor