

Editorial

La publicación científica actual y su proyección al futuro

Hace más de una década, eran pocas las publicaciones científicas que se encontraban en Internet. La tecnología fue infiltrándose en todos los ámbitos de la vida cotidiana, así, la era digital iba pujante en su dispersión y utilización en el mundo entero. La utilidad que brindaba este medio, hizo que la comunicación impresa prestara atención a este novedoso sistema, dando un vuelco a la difusión, no sólo científica, sino también en el conocimiento en general. Las publicaciones escritas en libros, revistas y folletos empezaron a ser alcanzados por la tecnología que crecía de manera exponencial, de tal manera que muchas revistas se vieron en la necesidad de incorporarse a este medio.

Las revistas biomédicas tenían un *flujo y seguimiento* aletargado, debido a los diferentes procesos o requisitos que el editor o la editorial requería. Muchos fueron los formatos y normativas creadas para darle seguimiento a un documento que quería ser publicado. En la actualidad, aunque las revistas o libros se hayan incorporado a la era del Internet, tienen un formato y normativas que rigen la buena publicación. Sin embargo, la vía electrónica le ha facilitado, al autor, editores, revisores y otros personajes involucrados, el laborioso proceso de la edición de un documento.

En la antigüedad, se reconocían a los escritores como personas capacitadas, que traducían literalmente un libro original con un mínimo de errores. Prueba de ello, es la traducción hecha en diferentes idiomas de la Biblia y miles de copias

fieles a mano, sin verse modificado el contexto original. Después del surgimiento de la imprenta y de las máquinas de escribir inicialmente mecánicas y después electrónicas, empezaron a facilitar a los autores, hacer más eficaz sus primeras impresiones y a gran escala después, para poder llegar a más lectores. Johann Gutenberg, natural de Maguncia (Alemania), está considerado tradicionalmente como el inventor de la imprenta en Occidente, la fecha es el año 1450.

La creciente digitalización de datos, los métodos para copiar documentos y finalmente, la manera de difundir esta información de forma precisa y rápida, ha hecho que cambie la situación actual. Nunca antes en la historia de la humanidad se había podido difundir una información tan rápida y llegar a millones de personas en todo el planeta.

A principio de los 80's dio inicio el concepto de *software libre*, como aquel que puede usarse de forma libre y gratuita por cualquier persona que requiere la información. Ahora, el recurso de documentos restringidos para su lectura (salvo aquellos que pagan), ha hecho un gran negocio que genera millones de dólares al año. Ya son mil millones de usuarios los que nos movemos por este medio en el mundo y seguimos creciendo, asegura un estudio de Morgan Stanley.

Mientras que hace diez años los internautas de los Estados Unidos representaban el 65% del total, en 2005 sólo son el 23%. Asia-Pacífico y Europa crecen alcanzando 36 y 24% del total respectivamente. La importancia de las empresas capitalizadas en la red crece, según el estudio: *Google, Yahoo!, eBay, Yahoo! Japan y Amazon* representan ya un valor de mercado de 262,000 millones de dólares, apuntando tendencias al alza para el comercio electrónico o la banca *on line*.

Dr. Luis R. Beas Sandoval. M en Ciencias Médicas. Urólogo.
Editor *Rev Mex Urol*. Correo electrónico: luisbeas@prodigy.net.mx.

Internet será el principal soporte publicitario de EU en 2011. La información que se desprende de la última edición de este estudio, que compara los resultados de 2006 y 2007, y que establece proyecciones para el futuro, es de especial importancia para los publicistas que muestra un claro giro hacia los medios digitales. El año pasado, la prensa escrita (55,700 millones de dólares invertidos, unos 42,800 millones de euros) y la televisión (con 48,700 millones de dólares registrados, 37,400 millones de euros) fueron los soportes más utilizados con fines publicitarios.

Esto nos lleva a pensar que en corto tiempo el uso de Internet será el principal medio de comunicación del mundo. Dos preguntas surgen de consecuencia, ¿qué pasará con la prensa escrita?, ¿desaparecerá? Acaso ya no tendremos esas grandes bibliotecas saturadas de libreros y libros.

La vida cambia con el tiempo y la tecnología nos alcanza, pero lo cierto es que jamás se podrá disfrutar una buena lectura, como se hace al hojear las páginas de un libro o revista.

Pero volvamos a lo nuestro, es una realidad la existencia de dos versiones diferentes de una misma publicación, la de papel y la electrónica. La existencia de ambos medios, *journal* y *e-journal*, está creando nuevas costumbres a todos los actores involucrados en la obra.

La *Revista Mexicana de Urología* no podría escapar a estos cambios. Así, desde hace dos años, se dio inicio en la recepción de artículos por Internet, sin requerir los documentos escritos, como se hacia con anterioridad. Salvo en casos especiales, estos se han solicitado de la manera tradicional. La comunicación con los autores, editores y revisores es cada vez más ágil y eficaz. Falta mucho por hacer, pero la intención es hacer más eficiente el medio, para que nuestra revista vaya a la vanguardia como muchas otras en el mundo entero.

Dr. Luis R. Beas Sandoval

Editor

Dr. José Guzmán Esquivel

Coeditor