

Las Editoriales

Editorials

CARLOS DEGUER

Secretaria General de la Asociación Médica de Bahía Blanca

Las revistas científicas siguen siendo el principal altavoz para hacer llegar los avances de investigación al resto de nuestra comunidad y a la sociedad en general. Han alcanzado tanto poder de comunicación que en ocasiones es más importante dónde publicas que lo que publicas. Buen ejemplo de ello son Nature o Science (por citar las más populares), auténticos guardianes del saber y fuente de prestigio.

Las grandes editoriales de revistas científicas dominan el cielo científico. Los profesionales e investigadores, trabajan para ellas, solo por sobrevivir en el ecosistema científico. Un negocio redondo con ingresos anuales superiores a 22 mil millones de euros y un margen de beneficios cercano al 40%, muy superior al de Apple, Google o Amazon. Un oligopolio que concibió Robert Maxwell (1923–1991), británico de origen checoslovaco, fundador de la editorial Pergamon Press en 1951, hoy parte de Elsevier, del RELX Group, nuevo nombre de Reed Elsevier desde 2015. Elsevier ha facturado más de 2600 millones de euros en 2016, de los que casi 1000 millones de euros son beneficios.

El éxito de Maxwell fue comprender que los gobiernos son sus clientes cautivos, que financian las bibliotecas universitarias que compran las suscripciones a las revistas. Un artículo científico solo se puede publicar una vez en una única revista; quien quiera leerlo tiene que disponer de una suscripción.

En los 1960 la editorial Pergamon tenía muchas más revistas que la competencia. La competencia creció en los 1970, pero los precios de las suscripciones nunca pararon de subir. El éxito de Maxwell transformó Pergamon en una editorial multinacional. Un negocio que le convirtió en un hombre muy poderoso en la prensa británica, hasta su fallecimiento en 1991, en su yate, cerca de las Islas Canarias. En 1992 Pergamon fue comprada por Elsevier que llevó hasta el extremo la filosofía de Maxwell. Con la llegada de las bases de datos de manuscritos como arXiv y el movimiento open access, parecía que el negocio iba a llegar a su fin.

Elsevier en 1998 se lanzó a la digitalización de todas sus revistas y al acceso electrónico. Los costes bajaron y el precio de las suscripciones podría haber bajado, sin embargo, Elsevier decidió subir los precios de forma sostenida año a año. La jugada, que parecía suicida, le salió redonda gracias a que su mercado es cautivo; sus beneficios no han parado de subir. Muchos dijeron que la web vía internet mataría el oligopolio editorial. Por ahora no ha sido así y cada día las suscripciones son más caras.

Hoy Elsevier, tiene unas 2500 revistas que reciben unos 1,5 millones de artículos al año; son revisados por unos 800 mil científicos, acabando aceptados unos 420 mil artículos, escritos por unos 14 millones de científicos.

Muchos dijeron que la web vía internet mataría el oli-

gopolio editorial. Por ahora no ha sido así y cada día las suscripciones son más caras.

En 1988 Maxwell predijo que el futuro de las editoriales científicas era un oligopolio similar al actual (1).

Para reafirmar este comentario la mayoría de revistas que pertenecen al sector editorial privado —con base en Reino Unido y Estados Unidos— hasta el punto de que más de la mitad de todos los títulos están publicados tan solo por dos editoriales (Taylor & Francis y Wiley-Blackwell).

La mayor parte de las grandes firmas comerciales (las antes señaladas, pero también Elsevier, Springer, PLOS, BioMed Central) ahora ofrecen una parte importante de artículos y volúmenes enteros en abierto, con lo que es posible descargar una versión electrónica sin coste alguno. La clave reside en que es el autor (o autores) quien paga por verse publicado. Por lo general el autor que se acoge a esta solución no lo paga de su bolsillo, sino que son sus instituciones (universidades, centros de investigación, etc.) las que corren con estos costos

El movimiento Open Access, como se conoce en inglés, surge a principios de la década de 2000 para plantear que, con la universalización de los medios digitales, las contribuciones científicas sean más accesibles, es decir, estén libres de barreras económicas, técnicas o administrativas

Es si cabe más llamativo que la minoría de revistas que no pertenecen a firmas comerciales (las sacan adelante grupos de investigación, departamentos universitarios, sociedades científicas...) proceden de ámbitos no angloamericanos, permiten la publicación en otros idiomas distintos del inglés y, lo que es más significativo, publican en acceso abierto, sin costes para el lector ni para el autor (2).

El acceso abierto viene siendo así una seña de identidad y una declaración de intenciones de las editoriales con vocación de servicio público, que ponen a disposición de todo el mundo los resultados científicos de sus autores sin pretender un lucro económico a cambio. Claramente por aquí estamos nosotros.

Si queremos sobrevivir no solo debemos ser revalorados por la comunidad científica sino encontrar convenios interinstitucionales que apunten nuestra producción.

BIBLIOGRAFÍA

1. Villatoro F. <https://francis.naukas.com/2017/07/02/robert-maxwell-el-padre-del-gran-negocio-de-las-editoriales-cientificas/>
2. Garcia Martín, M. <https://www.agenciasinc.es/Opinion/Revistas-open-access-la-vocacion-publica-frente-a-que-pague-el-autor>