

De la creatividad personal a la globalización de la comunicación científica

Siempre pensé que las editoriales tendrían que ser responsabilidad de expertos, mas no sólo de quienes conocen un tema a profundidad, sino de aquellos que además gozan de la elocuencia literaria para entretener con la palabra escrita. Hoy, aún sin creerlo, me veo avocado al desafío de mi primera actividad editorial con la timidez y la entrega de quien quiere expresar mucho pero aún no sabe como, por lo que espero contar con la paciencia de los lectores y la complacencia de mis colegas, a quienes desearía no decepcionar con este intento. Este es un asunto muy personal para un espacio académico, pero es pertinente.

Sospecho que mi segunda dificultad viene de la costumbre pedagógica de corregir a otros más que de crear. Se entiende que aprender de otros podría implicar un ejercicio poco original, y sin embargo es indispensable examinar la experiencia ajena como una forma de descubrir la creatividad en nosotros mismos. En este punto descubro algo que para otros resulta totalmente obvio: nuestro fin último como escritores es desarrollar la competencia para llegar a los demás, es decir para relacionarnos con el mundo y transmitir nuestras ideas de una manera clara y directa.

Me imagino que de la misma forma que hoy me encuentro enfrentado a la responsabilidad de este nuevo desafío, los que fueron mis maestros y hoy disfruto como compañeros nunca pensaron que nuestra revista estaría buscando en el siglo XXI posicionarse en el ámbito internacional. Sin embargo, para tan ambiciosa empresa, habría que reconocer el esfuerzo hecho por muchos de los que me antecedieron y convirtieron la tarea de dirigir y coordinar este medio en una parte importante de su misión pedagógica y creativa.

Se ha dicho que podría resultar más difícil mantenerse que llegar a la meta; y parodiando este adagio, diría que es incluso más complicado superar estándares que inicialmente no se habían contemplado. ¿Qué queda cuando se han superado los objetivos una vez propuestos? El sentido común señala que se deben buscar nuevas fronteras. Esta es hoy nuestra misión, competir en ese “mar” de la comunicación internacional con las demandas de calidad y los medios que se requieren (léase aceptando el inglés como el idioma universal para la ciencia y las exigencias de visibilidad y citabilidad necesarias para alcanzar un buen factor de impacto), para competir donde la globalización lo ha impuesto, sin naufragar en el intento.

Si la ilusión nos ha traído hasta aquí, permitamos que siga siendo ella la guía. No buscaremos razones para evadir el reto que enfrentamos, ni seremos inferiores a nuestro compromiso histórico, ni a nuestros sueños, para que mañana podamos seguir orgullosos de lo construido y lo caminado.

Juan D Rodas
Director
Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias