



Revista mexicana de sociología

ISSN: 0188-2503

ISSN: 2594-0651

Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM

Revista Mexicana de Sociología
El futuro de la *Revista Mexicana de Sociología*
Revista mexicana de sociología, vol. 81, Suppl., 2019, pp. 111-116
Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM

DOI: <https://doi.org/10.22201/iis.01882503p.2019.0.57891>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32160326006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UNAM  redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

El futuro de la *Revista Mexicana de Sociología*

En la opinión de Ricardo Pozas Horcasitas, el futuro de la *RMS* estará ligado al futuro del Instituto de Investigaciones Sociales y al futuro de la comunidad de ciencias sociales mexicana; en este sentido, será una obligación de los miembros del Instituto y de los sociólogos mexicanos, porque de alguna manera es testimonio de su propia tradición (Ricardo Pozas Horcasitas, 24 de marzo de 1995). Y en verdad así ha sido: en sus 80 años de existencia ha sido un testimonio de varios los cambios en los temas y las tendencias de investigación, así como en los parámetros de calidad en los contenidos. La *RMS* ha transformado varias veces su imagen y su formato editorial; ha pasado, además, de ser una publicación pensada para una versión en papel, a ajustarse al dominio de la versión electrónica.

Los directores del Instituto y los directores de la *Revista* piensan que deben darse tres condiciones para lograr posicionarla de una manera más contundente en el futuro.

Como primera condición, Natividad Gutiérrez sugiere una estrategia profesional de mercadotecnia.

En revistas como *Journal of Intercultural Studies* y *Nation and Nationalism* la publicidad está a cargo de profesionales, su marketing está hecho por profesionales. Es algo que aquí no tenemos; esa es una de las cosas que la *Revista* tendría que enfrentar a futuro: que el marketing lo hagan profesionales.

Pues sí, eso es fundamental. ¿Cómo es que la *RMS* no se conoce? Pues porque no se difunde, no está en el circuito de las grandes ligas; para meterla, hay que entender que profesionales tienen que hacerse cargo de su marketing (Natividad Gutiérrez Chong, 24 de septiembre de 2018).

Una segunda condición, afirman Manuel Perló Cohen y Francisco Valdés Ugalde, es publicar una versión en inglés de la *Revista*. El primero apunta:

Una cosa que yo no logré hacer, aunque no está en mi programa, es que apareciera simultáneamente en español y en inglés, eso me hubiera gustado enormemente. Hubiera sido como un sueño porque hubiera permitido que la *Revista Mexicana de Sociología* fuera una publicación verdaderamente internacional. Hoy sabemos que su impacto es muy importante en América Latina, en el mundo iberoamericano, ahí tiene mucho prestigio, pero la

RMS no es conocida en todo el mundo, no lo es. Y creo que eso se debe, no totalmente pero en parte, al hecho de que estamos en español.

Tiene que ser una política institucional muy clara como parte de un diagnóstico, un objetivo muy certero de decir: “Hoy en día hemos logrado tener una presencia en estos ámbitos y queremos tenerla a nivel global y para eso necesitamos tantos recursos, tanto personal y tantas tareas”. ¿Lo va a hacer el Instituto? ¿Tiene los recursos para hacerlo? Es una decisión que no se puede tomar a la ligera. Es un compromiso de por vida. Entonces, si vas a establecer un compromiso de por vida, tienes que cumplirlo porque no es de que lo hagas un año. Creo que sí es un reto; yo lo plantearía como algo deseable (Manuel Perló Cohen, 31 de octubre de 2018).

Valdés Ugalde comenta:

Pasamos de ser muy en el pasado una revista donde se publicaban los resultados de investigación del Instituto a una revista de carácter internacional donde se publica lo más importante de lo que ocurre en la sociología. De ser una revista propia, casera, para consumo interno y difusión propia de la producción que se hace en el Instituto, pasó a ser una revista en la que compiten por igual investigadores del Instituto o investigadores de Kenia.

La calidad y la importancia de la contribución es lo que es tomado en consideración; ése fue un gran paso. Y hoy en día, creo que la medida en que las revistas científicas empiezan a ser valoradas y evaluadas cada vez más es el factor de impacto, es decir, por el grado en que impactan en el conocimiento. Me parece que uno de los retos de hoy tanto de la *Revista Mexicana de Sociología* como de otras revistas de primer nivel de México es colocarse en los índices de impacto en los niveles más altos, y eso está asociado a varios problemas:

Uno, si se publica o no se publica en inglés, porque el factor de impacto tiene mucho que ver con que se publique en la lengua franca de hoy, que es el inglés, como lo fue en su momento el latín, como en su momento también lo fue el francés; hoy es el inglés la lengua científica internacional. Ahí hay un dilema que tenemos que resolver y creo que se puede resolver creativamente, cómo incentivar que la publicación en español sea altamente competitiva en todos los idiomas a nivel internacional. Ése es un reto importante y a eso se tiene también que enfrentar el hecho de que hay muchas revistas publicadas en países de habla hispana que están ya empezando a publicarse en otros idiomas. Hay revistas que se publican en varios idiomas: en español, en inglés, en italiano, en francés, en portugués. Alguna revista del Instituto de Investigaciones Jurídicas ya se publica de esa manera; ésa es una cuestión que siempre estará ahí presente como un tema de política editorial a discutir (Francisco Valdés Ugalde, 11 de octubre de 2018).

Una tercera condición es su reconocimiento y su visibilidad. Respecto a esto, Yolanda Meyenberg Leycegui considera:

El predominio de la versión electrónica de las revistas académicas presenta dos exigencias: que pertenezcan a un número cada vez mayor de índices y bases de datos de citación más reconocidos en el ámbito académico; esto les permitirá estar mejor posicionadas y mejor evaluadas. En la *RMS* se han logrado importantes avances en ese sentido en los últimos 10 años, pero es necesario seguir trabajando para consolidar una presencia internacional que no se ciña sólo al ámbito hispanoparlante. Es una labor complicada que implica toda una política institucional diseñada en función de estos objetivos.

La segunda exigencia es aumentar su visibilidad. Aquí es necesario partir de un diagnóstico del impacto que tiene la *RMS* en las bibliotecas virtuales a las que pertenece en función del número de consultas que recibe en cada una de ellas. También es necesario contratar a una consultoría profesional para conseguir un mayor tráfico de la página de la *Revista*. Por último, se requiere aprovechar la política de acceso abierto que suscribe la UNAM para sus publicaciones. Para ello, es preciso tener todo el acervo de la *Revista* disponible en versión electrónica en nuestras bases de datos, ya que en este momento sólo se puede hacer una consulta de esta índole en JSTOR cubriendo el costo de la misma (Yolanda Meyenberg Leycegui, 30 de noviembre de 2018).

Las palabras de María Antonieta Figueroa Gómez sirven para cerrar esta reflexión sobre el futuro de la *Revista Mexicana de Sociología*:

Siempre habrá investigadores, profesores y estudiantes interesados en estar al día en los temas que afectan a nuestra sociedad y eso hace que tengamos un público cautivo; sin embargo, no por ello hay que dejar de darle un impulso constante a la *Revista*.

La *RMS* es una revista de prestigio ganado desde hace mucho tiempo. No todas las *Revistas* tienen el privilegio de llegar a la “tercera edad” y de mantenerse vigentes. La *Revista* tendrá un buen futuro según mi perspectiva si, por un lado, sigue adaptándose a los cambios que nuestra sociedad está viviendo en materia tecnológica y, por el otro, sigue manteniendo la calidad de sus textos (María Antonieta Figueroa Gómez, 11 de octubre de 2018).

BIBLIOGRAFÍA

- BONILLA, Marcial, y Miguel Ángel Pérez Angón (1999). “Revistas mexicanas de investigación científica y tecnológica”. *Interciencia* 24 (2): 102-106.
- FIGUEROA GÓMEZ, María Antonieta, y Mariana Figueroa Gómez (2002). “*Revista Mexicana de Sociología*: su importancia a través del tiempo”. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.
- LÓPEZ LEYVA, Miguel Armando (2018). *Plan de Desarrollo Institucional 2017-2021 (versión resumida)*. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales.
- MARTÍNEZ ASSAD, Carlos (1989). “Presentación”. *Revista Mexicana de Sociología* 51 (1): 1-2.
- MENDIETA Y NÚÑEZ, Lucio (1952). *Memoria del Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional de México 1939-1951*. México: Imprenta Universitaria.
- MUÑOZ GARCÍA, Humberto (2006). “Raúl Benítez Zenteno” [en línea]. *Campus Milenio* 170, 23 de marzo. Disponible en <<https://www.ses.unam.mx/publicaciones/articulos.php?proceso=visualiza&idart=263>> [última consulta: 6 de diciembre de 2018].
- PERLÓ COHEN, Manuel (2013). *Plan de Desarrollo Institucional 2013-2017*. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales.
- PERLÓ COHEN, Manuel (2017a). *Cuarto Informe de Labores 2013-2017*. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales.
- PERLÓ COHEN, Manuel (coordinador) (2017b). *Instituto de Investigaciones Sociales: 85 años entre la tradición y la innovación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales.
- ROSTAN ROBLEDÓ, Andrea, Bardo García Martínez y Cuitláhuac Sánchez Basilio (2016). “Los talleres de ReDiERAA: una estrategia para la profesionalización de los editores de revistas científicas”. *Innovación Educativa* 16 (72): 75-92.

SEFCHOVICH, Sara (1989). “Los caminos de la sociología en el laberinto de la *Revista Mexicana de Sociología*”. *Revista Mexicana de Sociología* 51 (1): 5-101.

ENTREVISTAS

- María Luisa Rodríguez-Sala, 14 de febrero de 1995.
- Raúl Benítez Zenteno, 23 de febrero de 1995.
- Carlos Martínez Assad, 1 de marzo de 1995.
- Óscar Uribe Villegas, 14 de marzo de 1995, 16 de marzo de 1995.
- Ricardo Pozas Horcasitas, 24 de marzo de 1995.
- Sergio Zermeno, 4 de abril de 1995.
- Sara Gordon, 25 de enero de 1996.
- René Millán Valenzuela, 22 de septiembre de 2018.
- Natividad Gutiérrez Chong, 24 de septiembre de 2018.
- Lili Buj Niles, 25 de septiembre de 2018.
- Virginia Careaga Covarrubias, 26 de septiembre de 2018.
- Sergio Reyes Coria, 1 de octubre de 2018.
- Sara María Lara Flores, 2 de octubre de 2018.
- David Monroy Gómez, 8 de octubre de 2018.
- Matilde Luna Ledesma, 10 de octubre de 2018.
- Rosalba Casas Guerrero, 10 de octubre de 2018.
- Francisco Valdés Ugalde, 11 de octubre de 2018.
- María Antonieta Figueroa Gómez, 11 de octubre de 2018.
- Berenise Hernández Alanís, 14 de octubre de 2018.
- Manuel Perló Cohen, 31 de octubre de 2018.
- Rosalba Carrillo Fuentes, 15 de noviembre de 2018.
- Margarita Camarena Luhrs, 18 de noviembre de 2018.
- Angélica Nava Ferruzca, 21 de noviembre de 2018.
- Cynthia Trigos Suzán, 28 de noviembre de 2018.
- Roberto Erick Arceo López, 30 de noviembre de 2018.
- Yolanda Meyenberg Leycegui, 30 de noviembre de 2018.
- Aurora Loyo Brambila, 19 de febrero de 2019.

(En colaboración con Yessica Moraflares Magallón).