Las revistas de comunicación en formato digital

POR **DANIEL E. JONES**

La implantación de las tecnologías digitales más avanzadas ha sido mucho más lenta en las áreas más pobres del planeta que en las más ricas, en los países del Tercer Mundo que en los del primero, y en las clases sociales más desfavorecidas que en las más privilegiadas. De esta manera, la brecha que se ha abierto entre personas, clases sociales, países o áreas de la tierra es mucho más considerable que la existente con tecnologías más tradicionales y menos sofisticadas. En 2002, de los 605 millones de usuarios de Internet (una décima parte de la humanidad), casi un 93 por ciento correspondía a América del Norte, Europa y el sudeste asiático, aunque en conjunto estas áreas sólo supongan un 20 por ciento de la población.

Esto tiene repercusiones muy importantes en todos los ámbitos de la utilización de estas tecnologías, los idiomas empleados, la expansión de los sitios *web* -especialmente los portales- y, sobre todo, la implantación del comercio electrónico, donde las diferencias entre el Primer y el Tercer Mundo son mucho más acusadas.

Con respecto al área iberoamericana, diversos analistas confirman estas conclusiones, como Manuel Castells, quien afirma que los desequilibrios van desde un 34 por ciento de usuarios de Internet en países más ricos como España y Portugal, un 20 por ciento en Chile y un 15 por ciento en Puerto Rico, hasta apenas un 0,4 por ciento en países más pobres como Nicaragua o Paraguay. Se está hablando, por tanto, de cantidades muy pequeñas, es decir de sectores sociales altamente privilegiados dentro de cada país, a gran diferencia de lo que está ocurriendo ya en las regiones más ricas y desarrolladas del planeta, con una mayor equidad. Y tales desequilibrios se traducen en la hegemonía de unas lenguas (especialmente del inglés y, en menor medida, del alemán y del japonés) y la marginación de otras (como el español, el francés, el italiano, el portugués, el árabe y el ruso) y no digamos ya de otras lenguas minoritarias de cualquier región del planeta, excepto las escandinavas.

A pesar de estos desequilibrios, Internet sigue su curso inexorable y probablemente ya afecte a casi todos los órdenes de la vida de los países desarrollados, entre los cuales destaca la

Fundación Telefónica
Telefónica

ciencia y el mundo académico en general. Y esto se refleja cada vez más en el creciente número de publicaciones científicas y técnicas de todas las áreas del conocimiento que cuentan con versiones digitales, entre ellas las especializadas en el amplio espectro de la comunicación social y las industrias culturales.

Debido a diferentes factores, en los últimos años se han ido consolidando cada vez más las revistas técnicas o científicas que se editan directamente «en línea» o bien compaginan ambos soportes, el impreso y el digital; probablemente porque intentar lograr una mayor y más rápida circulación de los contenidos así como abaratar los altos costes de impresión y distribución, que impulsan cada vez más a caer en manos de grandes grupos editores privados, como ocurre en especial con revistas las británicas y estadounidenses agrupadas en SAGE Publications, Taylor & Francis Group, Reed Elsevier y Oxford University Press.

Comunicación y Cultura : en transición digital

Aunque todo hace suponer que estas revistas académicas (al igual que los libros especializados, informes, ponencias, tesis y todo tipo de literatura gris) terminarán en un futuro siendo editadas sólo en soporte digital, por ahora esto no parece que sea así, por lo menos en el campo de la comunicación social. De forma que los títulos más prestigiosos (publicados conjuntamente por universidades o asociaciones científicas de primer orden y por grandes editores comerciales), es decir sobre todo los anglosajones, siguen editándose hasta el día de hoy en papel, como lo venían haciendo desde hace décadas.

Es cierto que la mayoría de estas revistas cuenta ya con versiones en la Red que pueden consultarse directamente, aunque otras sólo disponen de correo electrónico (incluso algunas ni siquiera cuentan con este adelanto, al menos anunciado en la propia publicación). Sin embargo, las revistas teóricas del ámbito de la comunicación y la cultura en el área iberoamericana todavía no se han consolidado en soporte digital, aunque en los últimos años gran parte ellas tiene también una doble versión con acceso virtual todavía gratuito, lo que permite una mayor difusión más allá de las bibliotecas especializadas que las atesoran.

En cambio, puede decirse que no han tenido demasiado éxito hasta ahora las revistas digitales que no cuentan con versión impresa, ni siquiera títulos que tradicionalmente se imprimían y que ahora sólo son digitales. Sin embargo, hay casos muy diferentes: por un lado, revistas académicas iberoamericanas de nueva creación que sólo se editan en soporte digital y que siguen publicándose, como es el caso de *Cuadernos de Documentación Multimedia* (Madrid: Universidad Complutense), *Caleidoscopio* (Valencia: Universidad Cardenal Herrera), *Revista LATINA de Comunicación Social* (La Laguna: Universidad de La Laguna), *Eptic On Line* (Sergipe: Universidade Federal de Sergipe), *Razón y Palabra* (Monterrey: Instituto Tecnológico Superior de Monterrey), y *Sala de Prensa* (México DF: Sala de Prensa); por otra parte, otras publicaciones digitales ya han desaparecido o bien llevan meses (o años) sin actualizarse, como es el caso de *Información y Cyberlaw* (Madrid: Universidad Complutense), *Formats: Revista de Comunicació Audiovisual* (Barcelona: Universidad Pompeu Fabra), *GITTCUS* (Sevilla: Universidad de Sevilla), *Observatório* (Lisboa: OBERCOM), y *Pensamento Comunicacional Latino-Americano: Revista Científica On-Line* (São Bernardo do Campo:

Fundación Telefónica
Telefónica

Universidade Metodista de São Paulo).

Incluso, se puede citar la paradoja de la revista originariamente digital y dedicada a la información general *Etcéter@: Política y Cultura en Línea* (México DF: Análisis, Ediciones y Cultura) , que en noviembre de 2000 pasó a especializarse en comunicación y a editarse también en papel con un nuevo subtítulo: *Etcétera: Una Ventana al Mundo de los Medios,* que cuenta ya en esta fórmula con cuarenta números publicados.

El tiempo dirá si estas revistas llegan a consolidarse. Sin embargo, no parece que el formato digital sea el más adecuado para los textos teóricos y académicos, generalmente largos y a veces densos frente al soporte papel (lo que exige imprimir los textos «bajados» de la Red). Además, el rigor en la selección de autores y artículos en algunas revistas digitales no ha sido el mismo que se sigue habitualmente en las revistas impresas, con comités de árbitros más estrictos. Por ello, tendrá que pasar un tiempo prudencial hasta que los lectores se habitúen a encontrar artículos de gran calidad en las revistas puramente digitales.

Hoy por hoy, están funcionando muy bien en la Red no sólo los sitios *web* y los portales (como el *Portal de la Comunicación*, de la Universidad Autónoma de Barcelona, e *Infoamérica*, de la Universidad de Málaga), sino también los boletines informativos, con contenidos que se renuevan a menudo. Éste es el caso de *AulaMedia* (Barcelona: Aula Media), de *Encuentro* (México DF: ITESM), del *Jornal Brasileiro de Ciências da Comunicação*, del *Jornal Mensal da Rede Alfredo de Carvalho*, del *Jornal da Rede Comsaúde* y del *Jornal da Rede Folkcom* (São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo), de *ComCiência: Revista Electrónica de Jornalismo Científico* (Campinas: Unicamp), y de *Temas de Tecnologías Digitales de Comunicación* (Santiago de Chile: Universidad Diego Portales). Tales boletines digitales cuentan con amplia información sobre las actividades académicas en el campo de la comunicación, aunque es cierto que suelen ser también plataformas de promoción para los propios profesores y sus actividades.

Fundación Telefónica
Telefónica