

Campus Obert

**CUESTIONES DE
ACTUALIDAD
DESDE LA
ÓPTICA DE
EXPERTOS
UNIVERSITARIOS**

COORDINACIÓN

**Sebastià Serra i
Busquets**

**Antoni Vives
Reus**

**Rafel Puigserver
Pou (CEDOC-UIB)**

► TEMA

Divulgació històrica

Són moltes les revistes científiques que en els darrers temps han fet una passa cap a la digitalització. Aquest fet també repercuteix positivament en el número de consultes i citacions bibliogràfiques que se generen i es faciliten a través d'Internet.

Una nova època de la revista Mayurqa

♦♦ Magdalena Cerdà i David Ginard *



La revista *Mayurqa* acumula ja una llarga trajectòria científica, empresa el 1968. Des de llavors, ha viscut quatre èpoques en què ha evolucionat en funció del progrés assolit per la recerca

històrica. Cal destacar el compromís humà i científic dels successius directors de la revista, com també dels consells de redacció i autors que hi han col·laborat en aquests primers cinquanta anys.

La tardor del 2019 *Mayurqa* ha iniciat la seva cinquena època, ara com a revista del Departament de Ciències Històriques i Teoria de les Arts de la UIB. Publicada per Edicions UIB, compta amb una imatge i uns objectius adaptats als nous temps. En aquesta nova etapa, s'edita en format digital, en accés



obert a través de la plataforma Open Journal System (<https://edicions.uib.cat/ojs/index.php/mayurqa/index>). Acull investigacions originals i inèdites en Història i Història de l'Art, i té periodicitat anual. A més a més, s'hi incorporen els criteris internacionals de qualitat i d'avaluació propis de les publicacions científiques indexades. S'estructura en les seccions següents: 'Miscel·lània', 'Dossier', 'Innovació didàctica', 'Entrevista', 'Recursos i Fonts Documentals', 'Resenyes' i 'Notícies'. D'aquesta manera, s'aspira a proporcionar un espai per a la publicació d'aportacions científiques innovadores,

però també per a debats teòrics i reflexions entorn de la pràctica historiogràfica.

El primer número abasta un extens ventall temàtic i cronològic. Així, hi ha articles sobre la gestió de sol públic a Pollentia, la celebració de Sant Sebastià a la Seu de Mallorca, les representacions visuals de Juníper Serra, els orígens de l'anticlericalisme a Lluçmajor, la conceptualització de les Cases Museu de Mallorca, la didàctica de la qüestió xueta, el fons de l'Arxiu del So i la Imatge de Mallorca, una entrevista a Pere Gabriel, resenyes de novetats bibliogràfiques i notes d'homenatge a Víctor Guerrero, Pau Cateura i Gabriel Llompart. La presentació tindrà lloc el divendres 22 de novembre, a les 19.00 hores, a Ca n'Oleo (carrer de l'Almudaina, 4. Palma).

* Coordinadors de *Mayurqa*

► TEMA

La grip és perillosa

Els grups de risc que es recomana que es vacuin són les persones majors de 65 anys, les dones embarassades en qualsevol mes de la gestació, el personal sanitari, el personal de les residències, els cuidadors de malalts amb patologia crònica o les persones que hi conviuen, policia, bombers, protecció civils, així com adults i infants a partir de 6 mesos d'edat amb malalties greus o cròniques.

Grip, vacunar i vacunar

♦♦ Jordi Reina Prieto *



Estem, un any més, preparant-nos per la nova temporada de grip que arribarà molt probablement el mes de desembre. De quina manera ens podem preparar? La veritat és que només hi ha quatre possibles estratègies. La primera seria eliminar el reservori natural de la grip, que són les aus salvatges migratòries, cosa difí-

cil i ecològicament no acceptable. En segon lloc acabar amb l'hoste, que som els humans; tampoc sembla una estratègia molt adequada. Finalment podem tractar a tots els pacients amb sospita de grip amb fàrmacs antivirals antigripals, però aquesta estratègia ens duraria tan sols una temporada ja que els virus es fan ràpidament resistents a aquests compostos. Per tant només ens queda una opció vàlida i eficaç, i és vacunar per obtenir la suficient protecció immunològica per plantar-li cara als virus de la grip.



A més en aquesta nova temporada tenim dos novetats molt importants, per tant és el millor moment per incorporar-se. En primer lloc la vacuna serà tetravalent, és a dir estarà composta pels quatre virus gripals circulants (abans només contenien tres d'ells), per tant ens aportarà un 25% més de protecció.

En segon lloc, s'han canviat dos dels principals subtipus de la grip A per fer-los coincidir amb els cir-

culants en l'hemisferi sud. D'aquesta manera s'intueix que la concordança entre les soques que ens infectaran i les incloses en la vacuna serà màxima, augmentant l'efectivitat de la mateixa.

Per tant si volem disminuir l'impacte de la grip en la societat i protegir les persones del nostre entorn i a nosaltres mateixos, l'única possibilitat que te-

nim és vacunar. La vacuna és gratuïta, no té efectes adversos i sempre, en major o menor grau, induïx un augment de la protecció davant el virus. Amb això aconseguim que la infecció no passi a malaltia o, el pitjor, a l'aparició de les complicacions. A Espanya cada any moren unes 6.000 persones per la grip.

* Professor de Virologia de l'Hospital Universitari Son Espases.

► TEMA

En campanya viral

De cada vegada més els partits polítics deixen d'enviar els continguts dels seus programes electorals per fer-nos arribar, sobretot de manera digitals, missatges que apel·len més als nostres sentiments (patriòtics, socials, culturals, etc) que a possibles solucions als nostres problemes. Sembla positiu però que Twitter hagi decidit deixar de vendre espais de propaganda política.

Els electors no podem evitar rebre propaganda

♦♦ Neus Fernández Queglas *



Quan es varen convocar les eleccions alguns votants es varen mobilitzar per impedir que els arribés propaganda electoral a ca seva, en part per fomentar l'estalvi de paper i en part pel cansament derivat d'uns altres comicis electorals. No obstant això,

en l'era de la comunicació digital, la ideologia sovint ens arriba mitjançant la utilització de plataformes com Facebook, Twitter, o YouTube, totes tres esferes importants de la comunicació política que passen el paper que juguen els mitjans tradicionals en la configuració de l'opinió pública. A aquestes circumstàncies cal afegir el paper clau del Big Data, de les fake news, dels anuncis segmentats o la política dels algoritmes, entre d'al-



tres. Amb l'expansió d'Internet, ara ja fa més de vint anys, es pensava que la dreta defugiria del poder de la comunicació digital i que l'esquerra aplegaria esforços per ampliar les seves bases. La realitat ha mostrat que és justament l'extrema dreta la que ha sabut treure més profit de les noves tecnologies, sobretot rèdit electoral amb missatges curts i impactants. Per descomptat que aquest tipus de missatges també són emprats de manera eficaç per a la mobilització ciutadana, especialment amb les apps de comunicació instantània.

Nombrosos estudis universitaris constaten que el contingut dels missatges polítics en la comunicació digital solen tenir origen indeterminable. És un tipus d'informació que arriba al públic mitjançant intermediaris de confiança, com poden ser amics, companys de feina o parents prèviament enganats que es converteixen en difusors i prescriptors d'informacions falses. Es tracta, normalment, de continguts breus que causen com a reacció immediata la transmissió massiva. És a dir, una viralització ràpida que ens arriba a la intimitat a través de la pantalla del nostre mòbil i ens apel·la a les emocions. És un discurs sobre quin ha de ser el nostre sentir -de sentiment- davant els problemes actuals, per on se'ns adreça a triar una o una altra papereta.

* Periodista i doctora en Història (UIB)