

Les publicacions científiques digitals al Pirineu, un nou format de comunicació

Segle XXI. La revolució digital continua

El segle XX ha vist com es produïa durant la segona meitat la poderosa revolució informàtica, coneguda també com a *revolució digital*. La possibilitat de tractar la informació de manera massiva i automatitzada per realitzar tot tipus de processos d'ordenament de dades i extracció d'informació ha vist com es feia possible un món dominat pels ordinadors i les transmissions digitals de dades.

És difícil mirar a qualsevol lloc antropitzat, mínimament modern i no trobar-hi ordinadors, antenes parabòliques, internet, televisió digital, telèfons mòbils, etc. La tecnologia digital ens envolta pertot arreu.

El segle XXI ha vist com aquesta revolució, lluny d'aturar-se, continua. De fet, ni tan sols podem parlar de noves tecnologies perquè són noves durant molt poc temps. La societat les assimila a gran velocitat i en demana més i més.

Les revistes digitals

Un dels llocs on aquesta revolució digital ha arribat és al món de les publicacions, concretament a les revistes.

Les revistes digitals són aquelles que no es publiquen en paper sinó que es distribueixen directament en format digital i poden ser llegides, ja sigui mitjançant un ordinador, ja sigui mitjançant un aparell equivalent, com un iPad o un dispositiu de lectura de llibres electrònics.

La difusió digital de revistes presenta notables avantatges, però també algun inconvenient. Vegem-los.

Pel que fa als avantatges innegables, les revistes digitals tenen una difusió il·limitada, especialment si es troben a internet i s'hi pot accedir des de qualsevol indret del món i a qualsevol hora. D'altra banda, no existeix el problema de



Enric Quílez i Castro, programador i president del Grup de Recerca de Cerdanya (GRC)

l'exhauriment d'un número, ja que poden estar sempre disponibles, si això és el que l'editor desitja.

Com a contrapartida, continuen necessitant d'algun tipus de promoció o publicitat, per tal que el potencial lector de la revista s'assabenti de la seva publicació. En aquest sentit, hi ha els mètodes tradicionals de publicitat dins i fora del mitjà. Els de fora podrien ser un anunci en una revista escrita; els de dins, una notificació RSS o publicitat al Google o en algun altre cercador universal de continguts.

La novetat és que la publicitat pot deixar de ser passiva per ser activa. Així, el lector es pot subscriure a la revista mitjançant un RSS i quan surt publicada, pot rebre un missatge al telèfon mòbil o al correu electrònic per avisar-lo d'aquest fet.

Un altre avantatge és que la producció d'un mitjà digital sol ser molt més barata que la d'un d'imprès, ja que no cal passar per impremta ni cal distribuir-lo físicament.

A més a més, els formats poden ser molt més atractius. No hi ha tanta limitació a l'hora d'incloure fotografies en color i fins i tot és possible afegir-hi so i vídeo. També és possible incorporar el mitjà a la cultura de l'hiperenllaç, és a dir, poder saltar d'un lloc a un altre mitjançant enllaços, cosa que fa que la lectura de la revista esdevingui quelcom no linial per convertir-se en una experiència hipertextual.

Un element que cal tenir molt en compte és que ofereix independència. Publicar una revista escrita de difusió massiva és car i requereix una forta inversió inicial de diners. Això només ho pot fer, en general, una empresa o grup d'empreses, o una associació molt potent. En canvi, l'edició digital la pot arribar a fer una sola persona, sense gaires recursos econòmics i no necessàriament lligada a cap indústria cultural o grup politicomediàtic.

Finalment, un dels atractius més importants és que es pot incorporar a internet directament en format digital: no cal escanejar-lo ni digitalitzar-lo per tal que es pugui veure des d'internet o des d'una xarxa privada. D'aquesta manera, s'aprofiten tots els recursos dels cercadors universals, com Google, i de la hipertextualitat i la hiperreferencialitat dels conceptes existents en la publicació.

No és or tot el que lluu

D'inconvenients també n'hi ha. Un dels més greus sol ser la manca d'autocensura. No parlo de censura de pensament, sinó de vigilar de no ferir sensibilitats o de dir les coses de manera educada. No sempre és així. En una publicació escrita generalment hi sol haver un consell de redacció o uns criteris més o menys sòlids sobre que es pot dir i com. Fins i tot hi ha llibres d'estil.

Una conseqüència de tot això és que els mitjans digitals solen tenir menys qualitat que els escrits, simplement perquè com que és més fàcil publicar una cosa en format digital, el nivell d'exigència (o d'autoexigència) sol ser menor.

Per solucionar els dos problemes anteriors sol ser recomanable establir mecanismes similars als de les revistes escrites, és a dir, una política clara sobre què i com es pot publicar, ja sigui mitjançant l'ús, ja sigui mitjançant un llibre de normes o d'estil. I pel que fa als continguts, un consell de continguts (cultural, científic, etc) que determini la validesa d'allò que s'ha de publicar.

Si no es vol emprar un consell científic, com a mínim cal recórrer a autors d'una certa solvència contrastada i revisar sempre tot allò que es vulgui publicar abans de fer-ho. No només els continguts, sinó també la forma i l'ortografia.

El format PDF i el problema dels formats

El format PDF (*Portable Document Format*) o format de document portàtil ha esdevingut un estàndard de les publicacions digitals. Té una certa rigidesa –no s'hi poden incloure animacions ni so i la hipertextualitat és limitada– però en canvi el document presenta el mateix aspecte que una publicació escrita sobre pantalla. De fet, està pensat per poder ser imprès sobre paper sense problemes.

El format PDF és un bon format per ser llegit sobre una pantalla, un iPad o un lector de llibres electrònics, i també es pot passar a paper mitjançant una impressora.

Arribats a aquest punt, cal discutir sobre el problema dels formats. Hi ha multitud de formats de documents avui dia que depenen del *software* que els dona suport. Alguns tenen una certa vocació d'universalitat, com el PDF, mentre que d'altres són propietaris estrictes del seu *software*.

El problema esdevé quan disposem d'una gran quantitat d'informació emmagatzemada en format digital en un format determinat de *hardware* i aquest queda desfasat. Avui dia, per exemple, ja gairebé ningú no utilitza disquets, magnetoòptics, dispositius ZIP, etc. I en un temps no gaire llunyà, possiblement passaran a la història també els CD i els DVD i només subsistiran les memòries sòlides (*pen drives*) o els dispositius que les substitueixin.

També podem trobar una incompatibilitat de formats. Per exemple, avui dia seria molt complicat recuperar un document de WordStar o d'AmiPro, ja que ningú ja no utilitza aquests programes.

La solució passarà per tenir el material en servidors d'internet o en grans bancs de memòria en format digital portable al més cru possible. És a dir, en un format més o menys estàndard, com un PDF o XML.

L'experiència GRC

El GRC ha triat el format digital bàsicament per tres motius: el baix cost de producció, la gran accessibilitat als continguts per part dels hipotètics lectors i per una decisió, diguem-ne, política de voler estar en la cresta de l'onada i de fer servir les més modernes tecnologies sempre que això sigui possible.

Pel que fa als inconvenients, partim d'un consell científic reduït, especialment per a la revista *KER* i sempre amb autors d'un cert prestigi, si bé no defugim de fer provatures amb nous valors que creiem que poden interessar el potencial lector.

El GRC edita dues revistes en format digital: en primer lloc, la revista semestral *KER*, de caràcter científic, amb estructura més o menys rígida i de continguts de qualitat contrastada. En segon lloc, la revista bimestral *QUEROL*, de caràcter cultural, d'estructura més flexible, més d'opinió.

La revista *KER* tracta de temes científics relacionats amb la Cerdanya i el Pirineu, tant en el camp de les ciències naturals (geologia, botànica, zoologia, ecologia) com en el camp de les ciències socials (història, lingüística, arqueologia, arquitectura, etc).

En canvi, la revista *QUEROL* vol ser més dinàmica i és, bàsicament, una revista d'opinió, amb articles humorístics, de crítica, d'assaig, que tracten la realitat cerdana però també temes de caràcter més general, com el cinema, la poesia o la música. L'element més valuós de totes dues revistes és la gran quantitat de col·laboradors que, de manera desinteressada, hi contribueixen amb articles i material divers, cosa que conforma una gran comunitat que fa possible l'existència d'ambdós productes culturals.

Conclusió

És cert que algun cop se'ns ha demanat de fer un producte més tradicional, en el sentit de fer revistes *sobre paper*. No hi tenim res en contra. Però creiem que la política per la qual hem optat lliurement és la més adequada per a les finalitats de l'associació del Grup de Recerca de Cerdanya.

En primer lloc, treballar sobre paper implicaria treballar amb molta més antelació, i part de la frescor, especialment a la revista *QUEROL*, es perdria. D'altra



banda, els costos serien considerables, ja que caldria anar a impremta i fer tirades relativament curtes, cosa que difícilment compensaria els diners invertits que, d'aquesta manera, es poden destinar a activitats més productives.

En segon lloc, no veiem que l'edició digital sigui cap hàndicap. És una opció que hem triat lliurement i creiem que així podem arribar a un públic molt ampli, dins i fora de la comarca. Això sí, som conscients que indirectament estem renunciant a un altre públic que no llegeix revistes electròniques, sinó que només llegeix sobre paper.

En aquest sentit, volem posar a disposició de les biblioteques els nostres productes, amb la finalitat que puguin ser consultables tant des de l'ordinador com des de lectors de llibres electrònics.

Finalment, els formats digitals ens permeten formar part de manera directa de la hipertextualitat d'internet, sense intermediaris i sense afegir costos de digitalització i d'indexació de dades.