

ÉS VIRTUAL EL CATALÀ A INTERNET? REFLEXIONS SOBRE LA PRESENCIA DEL CATALÀ A LA XARXA I PROPOSTES PER INCREMENTAR-HI L'ÚS

Jordi GRAELLS I COSTA
Núria VIVES I LEAL

The abstract can be found at the end of the article.
Resumen al final del artículo.

Sumari

1. Introducció
2. Uns serveis que ens revolucionen la vida
 - 2.1. La www
 - 2.2. El correu electrònic
 - 2.3. Els xats
 - 2.4. Els reconeixadors i convertidors de veu i dades i l'accessibilitat
3. Quatre casos emblemàtics a Internet
 - 3.1. Vilaweb, un portal complet
 - 3.2. Softcatalà, la voluntat impagable
 - 3.3. Les opinions d'Alfons Cornella
 - 3.4. La UOC, pionera en la ciberformació
4. El món divers d'Internet
 - 4.1. Entrant a l'Administració de la mà d'Internet
 - 4.1.1. Una Administració orientada al ciutadà
 - 4.1.2. L'àmbit de l'ensenyament
 - 4.1.3. L'àmbit sanitari
 - 4.1.4. L'àmbit jurídic i judicial
 - 4.2. Els serveis lingüístics
 - 4.3. Les xarxes ciutadanes
 - 4.4. El comerç electrònic
 - 4.5. Trobar feina i pis
 - 4.6. Contractar viatges
 - 4.7. Les entitats financeres
- 4.8. Els mitjans de comunicació
- 4.9. Els llibres, la música, els museus i altres
 - 4.10. Jugar i aprendre
 - 4.11. Serveis perifèrics per enriquir el servei principal
5. Les campanyes de catalanització a Internet
6. Unes conclusions [gens virtuals]
 - 6.1. Entorn mundial i local
 - 6.2. Ús del català en serveis útils d'Internet
 - 6.3. Catalanització de serveis d'Internet dins i fora de l'àmbit territorial català
 - 6.4. Importància dels usos interpersonals a Internet
 - 6.5. A Internet no tot és tan espontani com sembla: cal conèixer les estratègies de comunicació i màrqueting
 - 6.6. Oportunitats i mancances del català a Internet
 - 6.7. El voluntariat i l'acció cívica són encara necessaris
 - 6.8. Internet, al centre de l'estratègia lingüística
7. Llista de fonts consultades

1. INTRODUCCIÓ

Per a l'elaboració d'aquest article, els autors hem volgut defugir expressament l'estil de reculls anecdotaris dels articles que tracten de la presència de la llengua catalana a Internet i ignorar expressament la cançó de l'enfadós, que aquí, en aquest àmbit, té els noms d'ARPANET, MILNET i l'Institut d'Investigació d'Stanford (SRI). Al mateix temps, hem procurat evitar que l'article derivés en un mer directori d'adreces relacionades amb el món d'Internet (o la *xarxa*, que és el terme sinònim que emprem també a l'article). Ens ha guiat l'objectiu de poder extreure unes conclusions, a partir d'idees personals (per tant, subjectives), al voltant d'aquest entorn que canvia vertiginosament a cada instant i que ocasionarà que algunes informacions emprades per redactar l'article (al juliol de 2001) quedin desfasades al moment de la publicació. També és possible que, per raó d'aquesta subjectivitat que impregna l'escrit, hàgim deixat de banda involuntàriament sectors, institucions o iniciatives rellevants per al futur de la llengua catalana a Internet. Demanem les disculpes corresponents: l'objectiu de l'article és reflexionar sobre les inèrcies al voltant de l'ús del català a Internet i com es poden arribar a modificar per fer més present la nostra llengua en un medi que ens ha començat a canviar la manera de viure. Ho ha dit Alfons Cornella, «la millor manera de predir el futur és dissenyar-lo» (o, en la mateixa direcció, un reclam publicitari d'una marca de cotxes reputada assegura encertadament que el futur no és el que ha de venir sinó allò que anem a buscar).

2. UNS SERVEIS QUE ENS REVOLUCIONEN LA VIDA

Erròniament, Internet s'identifica només amb la World Wide Web (www) com un simple aplec d'informació, quan, contràriament, la xarxa és un medi on conviuen diversos serveis i recursos tecnològics que potencien la interacció entre persones i institucions. Aquests instruments que conformen Internet (el web, el correu electrònic i els xats, principalment) ens permeten personalitzar la informació que hem de transmetre. Així, cal tenir molt en compte qui és el destinatari d'aquesta informació i acostar-nos-hi i fer una Internet més humana, que posi en contacte persones i no solament catàlegs de productes. Segons un estudi de l'empresa Netvalue, les activitats més usuals dels internautes de l'Estat espanyol són el web, el correu electrònic, el xat i la transferència de fitxers (FTP). Si és així, tot apunta que les pàgines que han esdevingut solament directoris d'informació no tenen bones perspectives a Internet.

Pel que fa als proveïdors d'Internet, és a dir, les empreses que s'encarreguen de subministrar-nos-hi l'accés, l'ús que fan de la llengua en els seus serveis, com en el cas de les empreses en general, és també diferent segons l'àmbit geogràfic on tinguin la intenció de trobar el seu públic objectiu. Així, els proveïdors, diguem-ne, d'àmbit estatal empren únicament la llengua castellana: Eresmas <www.eresmas.net>, Wanadoo <www.wanadoo.es>, Jet Internet, del grup Uni2, <www.jet.es> o Ibernet Telemática <www.iberet.com>. Un cas sorprenent és el de Jazztel <www.jazztel.com> que, per defecte, descarrega la seva pàgina en anglès, tot i que ens deixa triar les versions en castellà i anglès.

En general, els proveïdors que tenen seu a Catalunya i s'adrecen com a mercat potencial als catalans elaboren les seves pàgines web en català: Minorisa <www.minorisa.es/portal/blank.html>, Gna Serveis Telemàtics <www.gna.es>, ICTNET <www.ictnet.es> o, si més no, bilingües: Menta <portal.menta.net> o Al-pi Telecomunicacions <www.al-pi.com>.

Finalment, una mostra més de com evolucionen les telecomunicacions dia a dia ens arriba de la mà d'Endesa <www.endesa.es>, el segon operador de telecomunicacions de l'Estat, amb el producte Power Line, presentat aquest mateix any. Aquest producte impulsa la connexió a Internet a través de la xarxa elèctrica i permet la transmissió de veu i dades. Per fer-lo servir, calen uns mòdems específics que multipliquen per quaranta vegades la velocitat d'accés respecte a un mòdem convencional.

2. 1. *La www*

Al World Wide Web podem fer força activitats en català: des de visitar la Capella Virtual de veneració de la insigne santa Tecla, patrona dels internautes <www.santatecla.org>; fer un passeig virtual per un supermercat, i de passada adquirir els productes que necessitàvem (<www.condisline.com> o bé <www.capraboacasa.com>); gestionar tota mena de tràmits bancaris <www.caixalaietana.es>; o estudiar aquella carrera que sempre hem volgut cursar però mai no havíem trobat el moment d'assistir a classe <www.uoc.es>; fins a consultar una guia d'oci i cultura si encara no sabem què farem aquest cap de setmana <onanar.com>, o també estar informat dels esdeveniments que es produeixen a Catalunya i arreu del món en aquest mateix moment <www.vilaweb.com/ep>.

Aquest ritme forçat cap a la mundialització provoca un menyspreu inicial pels àmbits més propers, més locals. Però, reprenent una idea difosa pel director de Vilaweb, Vicent Partal, a més de globalització, també hau-

riem de parlar de *glocalització*. Al costat del fenomen d'universalització d'Internet, es dona paral·lelament un fenomen de localització, un sentiment d'identificació amb una comunitat geogràfica i històrica, que fa que hi hagi un conjunt de coses que, fins i tot per Internet, satisfem en el nostre entorn més immediat: treure diners de la nostra caixa d'estalvis, aconseguir entrades per al cine o el teatre, consultar el catàleg d'albergs o cases de turisme rural, etc. El portal Vilaweb <www.vilaweb.com> ha aconseguit sumar aquestes dues idees i fidelitzar un conjunt de clients. Som moltes les persones que, quan tenim un moment, entrem a aquesta pàgina per informar-nos dels fenòmens globals i *locals* que Vilaweb ha escampat creant les diverses versions locals arreu del territori.

Per trobar la informació que cerquem a Internet —i no perdre'ns-hi— podem recórrer a les llistes especialitzades que coneixem o a altres recursos, però el més habitual és que iniciem la recerca al web i, per fer-ho, hem de recórrer a directoris d'informació. Abans s'anomenaven cercadors, però, amb poc temps, aquests cercadors han anat ampliant el seu contingut i la seva oferta de serveis: ara se solen anomenar portals, perquè són els portals d'entrada a Internet.

Ole.es (l'actual <www.terra.es>), un dels cercadors més coneguts i més utilitzats a l'Estat, oferia, ja fa temps, la possibilitat de triar la llengua de les pàgines de què volíem executar la recerca. En transformar-se en Terra, les llengües autonòmiques han estat bandejades de la pàgina, per més que, si hi introduïm un mot en català, ens oferirà igualment el resultat de les pàgines en què apareix aquest mot, però també això mateix ho poden fer altres cercadors americans com Yahoo <www.yahoo.com> i Netscape <www.netscape.com>. Passa el mateix en cercadors en castellà, com ara Ya.com <www.ya.com>.

No obstant això, disposem d'un bon nombre de cercadors en català que, a més d'oferir els resultats que esmentàvem, presenten els seus directoris en català. És el cas de Nosaltres.com <www.nosaltres.com>, Cercador.com <www.grec.net/cgi-bin/cercador.pgm>, Som-hi! <www.som-hi.com>, Inici.com <www.inici.com>, Catalunyaonline <www.catalunyaonline.com>, Cercat <www.cercat.com>, Tabarca <www.tabarca.com>, etc., i també de portals especialitzats, com ara un de noves tecnologies en català <www.noticies.com>.

En un segon nivell, disposem de portals que, tot i que la llengua que utilitzen és diferent de la catalana, permeten triar aquesta llengua per fer la recerca que vulguem. Algun cercador espanyol incorpora el català juntament amb les altres llengües autonòmiques (Canal 21 <www.canal21.com>). També és el cas d'All the Web, All the Time <www.bs2.com>.

alltheweb.com> si triem fer una recerca avançada i també, com comentem en l'apartat 3.2, de Google <www.google.com> i Altavista <es-ca.altavista.com>.

Finalment, destaquem el multicercador Buscopio <www.buscopio.com>, un cercador de cercadors en castellà que ens permet accedir a diversos motors de cerca alhora, l'Open Directory Project <www.dmoz.org>, que és un cercador temàtic en anglès que elabora desinteressadament la comunitat internacional d'internautes i que ja ha superat el nombre de llocs allotjats per Yahoo, i finalment La Porta, l'accés lògic a Internet <perso.wanadoo.es/ferjor>, una pàgina que, a partir d'enllaços diversos, ens permet fer recerques, en català i 46 llengües més, a diversos motors de cerca, però també de programari i de música.

2.2. *El correu electrònic*

De fet, per aconseguir informació sobre un tema, a Internet es pot fer navegant per la *www*, i per això els motors de cerca són sovint indispensables, o bé obtenir-la mitjançant la comunicació amb el correu electrònic i els serveis que s'hi basen (llistes de distribució, grups de discussió i *newsletters*). Aquests darrers, els serveis associats al correu electrònic, són els més emprats a Internet. En forma de missatge personal o col·lectiu (de multitramesa), de missatge *de* o *a* una llista de distribució o bé a un grup de discussió o també de *newsletter*, són milers de milions els bits que diàriament travessen el món sencer.

En aquesta mena de serveis s'evidencia que no podem incidir en els usos lingüístics individuals. Generalment ocorre que ens adrecem al nostre interlocutor en la mateixa llengua en què ho faríem personalment; però Internet és un altre món i sovint és possible que no coneguem personalment el nostre interlocutor o que els destinataris siguin un col·lectiu de persones. Els factors, doncs, de la tria de la llengua poden ser variadíssims: depenen del context, del mitjà, de la coneixença o desconeixença de l'interlocutor en qüestió. Sovint, per experiència pròpia, hem trobat persones que encara no gosen escriure en català perquè no el van estudiar, perquè no el saben escriure, tot i que el parlen habitualment... i, aleshores, se sol acabar cedint a l'ús del castellà.

Tornant a basar-nos en el concepte de *glocalització*, s'han creat diverses llistes de distribució que posen en contacte persones amb interessos afins i localitzades o amb vincles en un territori comú. Ciberdones <ciberdones.chi.es> és el nom —prou descriptiu— d'una llista de distribució a la qual,

evidentment, estan subscriptes dones, que a més de ser catalanes són internautes. Una altra llista, l'Internauta <www.internauta.net>, també engloba un sector de la població catalana interessada per les noves tecnologies i la informàtica. I, per descomptat, hi ha llistes encara més especialitzades, com ara Zèfir <www.rediris.es/list/info/zefir>, a la qual se subscriu un sector encara més reduït de la població, ja que, a més de la localització geogràfica, s'hi uneixen interessos específics per un àmbit específic de coneixement (la llengua catalana, en aquest cas).

El segon servei que es val del correu electrònic són els grups de discussió, que són plataformes públiques d'internautes que intercanvien opinions i informació sobre una qüestió per mitjà de missatges que pengen en una pàgina web ordenats cronològicament o que s'envien per correu electrònic. Per rebre o enviar missatges a les llistes de distribució calia que l'usuari estigués donat d'alta al servei; en canvi, en els grups de discussió, només cal donar-se d'alta per poder enviar-ne però no cal per rebre'n o llegir-ne. També, a diferència de les llistes de distribució, els grups de discussió permeten a l'usuari rebre els encapçalaments dels missatges i descarregar només els que l'interessin. Es tracta d'un servei que va néixer fa uns anys amb la creació de Usenet, xarxa de missatges públics que permetia enviar opinions a tots els usuaris que ho volguessin, i per això es correspon amb el concepte de fòrum (i perquè en francès i anglès es dóna a *forum* un sentit sinònim al de *newsgroup*). Per accedir als grups de discussió (altrament anomenats *de notícies*), cal tenir i configurar el programa lector de notícies (Outlook Express, Netscape Messenger, etc.) i posseir una adreça des d'on descarregar la llista de grups de notícies existents (que normalment proporciona el proveïdor de serveis d'Internet i sol començar pel prefix *news*); en definitiva, es tracta de tenir accés a un servidor NNTP, que és el protocol que permet distribuir missatges entre servidors mitjançant Usenet. Si no se'n disposa, també s'hi pot entrar, per exemple, pel lloc web DejaNews <www.dejanews.com>, que ofereix una senzilla interfície en llenguatge HTML.

Citem, a tall d'exemple, tres grups de discussió en català, que ja fa uns anys que es mantenen a la xarxa: bit.listserv.catala (llista de discussió catalana), soc.culture.catalan (la temàtica del qual és la llengua catalana i les terres on es parla) i també una de més nova Rosalbacava <groups.yahoo.com/group/rosalbacava>. Aquesta última és una llista sobre llengua i literatura catalanes que està a mig camí dels grups de discussió i les llistes de distribució (perquè el portal Yahoo permet aquest sistema tècnicament híbrid). Però, de ben segur, podrem trobar altres grups si fem una recerca, per exemple, a <tile.net/news> o a <www.yahoo.com>.

Trobem, com a últim servei basat en el correu electrònic, les *newsletters*, instrument del correu electrònic que ens informa de novetats i ens ofereix la possibilitat de consultar-les directament al web mitjançant enllaços inserits en el cos del missatge. Per rebre'n, de la mateixa manera com passa a les llistes de distribució, cal subscriure-s'hi. Per tant, depèn de la voluntat i l'interès de les persones per rebre missatges en català i sobre un tema específic. Un exemple és la que envia Vilaweb cada setmana, *Cap de 7mana*, amb una àmplia oferta d'activitats d'oci perquè l'aprofitem millor. Una altra *newsletter* catalana força difosa és la de LaMalla.net <www.lamalla.net>, pla de la Diputació de Barcelona per fomentar l'ús de les noves tecnologies, on, si us hi subscriuiu, rebreu informació setmanal sobre les notícies més destacades d'aquest tema.

Darrerament les noves tendències en *newsletters* són que els usuaris puguin afegir comentaris seus a les que hagin rebut, trametre als amics el resum més interessant i enviar els seus propis resums d'articles publicats en altres llocs web (amb un enllaç al text); tot això gràcies a la tecnologia DICE (sigles angleses de *motor dinàmic i interactiu de contingut*). Per fer-les més interessants s'incita els usuaris a puntuar els millors resums, cosa que provoca una sana competitivitat d'enginy per assolir el lloc més alt de la llista. És l'*últim crit* en comunicació digital: la *newsletter* com a servei integrant del servei principal del web (com veurem en l'apartat 4.11) es val aquí d'un dels recursos lúdics usats normalment en els serveis complementaris (*perifèrics*) per fomentar la interacció amb l'usuari. Aquest servei permet combinar les tres fonts de coneixements de més força a la xarxa: el que genera una personalitat o organització en forma de *newsletter*, el que creen els usuaris gràcies al DICE i les notícies *crues* (*raw*) que s'obtenen de Moreover (<w.moreover.com>, aplicació que rastreja el que es diu en la web, en classifica els continguts per temes i ho envia als clients perquè ho puguin penjar en el seu lloc web. En definitiva, s'apliquen a la *newsletter* les propietats del correu electrònic i de la web. S'aconsegueix així combinar la comunicació vertical, característica dels mitjans de comunicació, i l'horitzontal, pròpia de la xarxa. Probablement es tracta del naixement d'un mitjà de comunicació nou que hauran de tenir molt en compte els mitjans de comunicació tradicionals (apartat 4.8) i llibres i altres publicacions (apartat 4.9).

Per acabar aquest apartat, ens referim al concepte *netiqueta* (o *etiqueta*, que és el terme adoptat pel Termcat). És el conjunt de regles de comunicació que han de seguir els usuaris d'Internet, aplicable a tots els serveis de la xarxa. D'entre aquestes, a més de les relatives a protocol i la propietat intel·lectual, n'hi ha unes de lingüístiques que són, a més, essencials perquè la comunicació funcioni: concisió, claredat, coherència, cohe-

sió, correcció ortogràfica i gramatical i també ús de símbols com a abreviacions (i evitar abreviatures i sigles no reconegudes universalment). Segur que tots aquests requisits lingüístics ens sonen i molt; per això, per més que pugui semblar el contrari, insistim novament en la importància que la llengua tindrà —i la qualitat amb què s'usi— en la comunicació de persones i organitzacions per Internet.

2.3. *Els xats*

Malgrat la desprestigiada imatge en què ha degenerat el servei de xat, els autors valorem positivament la gran utilitat que reporta la possibilitat de comunicar-se en línia des de qualsevol punt del món, distant o proper. Tot i els problemes que comporta la immediatesa amb què s'han de produir aquest tipus de converses, aquest mitjà té, en principi, les mateixes finalitats que altres canals: comunicar-se, transmetre idees o coneixements, debatre sobre temes concrets o intercanviar punts de vista o experiències. El xat també permet enviar fitxers (programes, fotos, cançons...) a gran velocitat perquè té lloc gràcies a un protocol anomenat DCC (*direct client communication*).

La conversa pot ser escrita i també per mitjà d'àudio i vídeo. Al llarg de l'apartat, ens referim a xat en sentit estricte com a equivalent a la comunicació simultània escrita entre diverses persones; però hi ha diverses opcions per comunicar-se per veu i per imatge en temps real. Per la veu, podem fer ús dels *webchats*, que són serveis que ofereixen pàgines per a l'organització de teleconferències via web, és a dir, per *xatejar en veu*, com Yahoo <chat.yahoo.com>, Excite <www.excite.com/communities/chat/voicechat> o Internet Partyline <www.internetpartyline.com>, o bé podem utilitzar els programes de missatgeria immediata (els més coneguts: Yahoo Messenger <messenger.yahoo.com/intl/es/download/instructions.html>, ICQ <www.icq.com>, MSN Messenger <messenger.msn.es> i AOL Instant Messenger <www.aol.com>, aquest darrer només disponible en anglès i els altres tres, en espanyol), que és un servei que permet la comunicació en temps real amb persones que tinguin el mateix programa i que hi estiguin connectats en aquell moment. Per la imatge, ens podem comunicar per la videoconferència; els programes més usats són el Microsoft Netmeeting <www.msn.es>, Intel Video Phone <www.intel.com> i CU-SeeMe <www.whitepine.com>. En general, convé recordar que Internet ofereix la possibilitat d'establir converses telefòniques a preus molt més baixos que els dels serveis de telefonia convencionals.

No pretenem fer ara una llista de canals de xat on ens puguem comunicar per escrit en català (que n'hi ha, i, per sort, força), però sí que ens convindria distingir dos tipus de xats que tenen un rerefons i un sentit ben diferents.

D'una banda, els xats on un personatge públic accedeix a ser entrevistat per qualsevol persona que estigui connectada i que coincideixi temporalment. És el cas, com ja esmentarem més endavant, dels xats que fins fa poc temps organitzaven Vilaweb, *El Periódico* i COM Ràdio i per on han passat personatges tan coneguts com la periodista Gemma Nierga, la model Judit Mascó, l'escriptor Quim Monzó i una llarga i inacabable llista.

D'una altra banda, hi ha els xats de caràcter més espontani en què l'anonimat és un component predominant. En aquest tipus de xat es fa encara més manifest el concepte *glocalització* que tant esmentem al llarg de l'article. La proliferació dels canals (espais per on xerren els internautes) que duen per nom un topònim català —com ara <#girona>, <#catalunya> o <#maresme>— pot sorprendre més d'un quan el concepte que sura d'Internet és precisament el d'aldea global. Hi ha força canals que usen normalment el català en els quals, malgrat el localisme (Catalunya és un país petit, els temes de conversa poden ser variats (com <#albarca> o bé més específics <#Rock_català>, <#atletisme_català>...).

Com en el correu electrònic, tret del primer tipus de xat, ben poc podem incidir en els usos lingüístics, ja que són converses que depenen de l'ús individual que vulgui fer cada persona. Sempre tenim el remei de canviar de canal!

Per accedir a aquestes tertúlies, ho podem fer mitjançant una pàgina web, per exemple Vilaweb, o bé instal·lant un programa a l'ordinador. El més conegut i usat d'aquests programes és el mIRC, que gràcies a Softcatalà podem obtenir gratuïtament en català <www.softcatala.org/prog51.htm>.

2.4. *Els reconeixadors i convertidors de veu i dades i l'accessibilitat*

Fa un cert temps, els sistemes de reconeixement de veu es desenvolupaven en entorns molt limitats i, des de no fa gaire anys, gràcies als programes que podem instal·lar fàcilment a l'ordinador personal, s'han estès a tots els àmbits, com els metges, els advocats i altres professionals i usuaris domèstics. Actualment, aquesta tecnologia s'ha incorporat a pàgines i serveis d'Internet sota l'empenta de l'apogeu dels telèfons mòbils. Per accedir a una pàgina web des del telèfon s'usen programes de reconeixement de veu instal·lats a la web mateixa; per fer-ho des d'un ordinador personal, es

fa interactuar el programa de reconeixement de veu de l'ordinador amb el sistema de veu que empra la pàgina web. Aquest recurs tecnològic s'incorporarà amb força en els portals de comerç electrònic i, precisament per això, apunta clarament cap on anirà el futur de la xarxa. Pensem en la transcendència del reconeixement de la veu en la domòtica: llums, electrodomèstics i sistemes de seguretat activats i programats per mitjà d'Internet o des d'un telèfon fix o mòbil amb la tècnica de comandaments (instruccions) de veu.

En qualsevol cas, dels tres programes que es poden trobar al mercat més immediat i que, a més de transformar veu en text, siguin capaços de rebre ordres i navegar per Internet per mitjà d'instruccions de veu (ViaVoice Web Millennium d'IBM <www-4.ibm.com/software/speech>, les tres versions de Dragon NaturallySpeaking <www.dragonsystems.com> de Lernout & Hauspie i FreeSpeech 2000 de Philips), només el FreeSpeech 2000 <www.speech.philips.com> està disponible en català i en tretze idiomes més. És un programa que fa servir Internet Explorer 3.0 o superior i que permet navegar per Internet amb els comandaments de veu indicant a l'ordinador on volem anar mitjançant els enllaços.

Fent ús d'aquesta mateixa tecnologia, l'empresa People Communications, SA, és la primera empresa espanyola que ofereix serveis que es valen del reconeixement de veu. Des del seu portal en espanyol Ydilo <www.ydilo.com>, qualsevol persona pot accedir a un ampli ventall d'informació i serveis a Internet.

En el mateix sentit de conversió, de veu a text, hi ha empreses que ofereixen el servei VoiceMail (correu de veu), pel qual l'usuari pot enviar missatges de veu a qualsevol adreça de correu electrònic sense necessitat d'escriure el text (Net2Phone, <www.net2phone.com/spanish>, en espanyol).

En un sentit de conversió inversa al que acabem d'exposar, fa pocs mesos va néixer a Madrid el servei Fonom@il <www.telefonicaonline.com/fonomail>, un programa de tecnologia de la parla molt avançada que converteix el text en veu. Aquest servei de Telefónica permet escoltar i contestar missatges de correu electrònic des de qualsevol telèfon mòbil o fix. La màquina parla amb l'entonació adequada en català, a més de castellà, anglès, èuscar i galleg. Aquesta és una iniciativa molt elogiable ja que la tecnologia fa possible, en aquest cas, respectar la realitat plurilingüe de l'Estat.

Pel que fa a l'accés a la xarxa de persones amb minusvalideses auditives o visuals, avui dia ja hi ha algunes eines que intenten suprimir aquesta mena de barreres i fer accessible la informació i els serveis que conté a aquests dos col·lectius de persones.

Adreçat a les persones discapacitades en àudio i sono (sords, sordmuts i persones amb dificultats per enraonar), s'està desenvolupant el Protocol Omega <www.protocolomega.com>, que permetrà que aquestes persones puguin participar de qualsevol activitat professional (advocat, comercial, etc.) i particular (lleure, etc.) sense problemes d'entesa, ni tampoc que calgui dependre d'un servei de missatges SMS (*short messages service* o servei de missatges curts) per entaular conversa amb un client, familiar o amic en qualsevol moment. Aquest sistema, basat en un programari americà, fa que les persones usuàries del servei es comuniquin amb altres persones —discapacitades o no— gràcies a unes operadores que els atendran en català o castellà les 24 hores del dia i a les quals es poden fer arribar els missatges per fax o missatges de correu digitalitzats (*d-mails*) des d'uns terminals mòbils dels abonats.

En canvi, la tiflotècnia és la ciència que s'encarrega d'adaptar i desenvolupar els avenços tecnològics per a les persones invidents o amb una visió deficient. Per tant, per mitjà d'eines com els lectors de pantalla, els navegadors parlants, els lectors de llibres (els llibres digitals són en format pdf i es poden convertir a format text enviant un missatge amb l'arxiu adjunt a <pdf2txt@sun.trace.wisc.edu>) i altres de més complexes (impressores o terminals de lectura Braille) es pot aconseguir també una Internet també més solidària. L'ONCE <cidat.once.es/home.html> i l'organització Sid@r <www.sidar.org> són entitats que han desenvolupat la tiflotècnia. Ofereixen consells i programari per fer difusió de totes aquestes eines. Sens dubte seria una actuació valuosa impulsar l'ús del català en aquesta ciència.

3. QUATRE CASOS EMBLEMÀTICS A INTERNET

3.1. *Vilaweb, un portal complet*

Fill de la Infopista catalana, que va nèixer el 1995 i que reunia tots els recursos que hi havia aleshores a Internet en català o sobre els Països Catalans, Vilaweb <www.vilaweb.com> ha esdevingut un punt de referència per a qui vol estar informat puntualment dels esdeveniments que es produeixen a Internet i fora d'Internet, al seu barri o a la resta del món. Apareix un altre cop, doncs, el concepte de *glocalització*.

La Infopista es va considerar des de l'inici el barri català d'Internet, que en aquells moments habitaven ben pocs internautes, ja que l'accés a la xarxa encara no era un fet gaire usual. L'èxit rotund d'acolliment per part dels internautes catalans fa que al cap de tan sols un any neixi de la mà dels

mateixos creadors un nova vila catalana: Vilaweb. En paraules del seu director, Vicent Partal: Vilaweb és un mitjà de comunicació, tot i que els autors d'aquest article creiem que, com el Barça, Vilaweb és més que un club.

Vilaweb, com hem dit, ens forneix de la informació més actual a l'instant, mitjançant el servei de notícies d'Europa Press. Ens posa al dia quant a les noves tecnologies i l'últim programari que ha sortit al mercat. Vilaweb ens informa dels esdeveniments més importants que es produeixen al nostre poble, al nostre barri o a la nostra comarca mitjançant les seccions locals que, en el moment de redactar aquest article, són un total de 91, que arriben fins a una comunitat amb seu a Austràlia. A més, ens permet accedir a fòrums sobre temes tan actuals com la Llei d'estrangeria, els òscars del 2001 o les vaques boges, i ens ofereix la possibilitat de *xatejar*. També posa a la nostra disposició un cercador i un directori de recursos en català: Nosaltres.com.

A més, Vilaweb ofereix serveis wap, un servidor de correu electrònic... i tot en català! Per tot això, és una altra demostració pràctica que no sols es pot viure i sobreviure a la xarxa en català, sinó que s'hi pot triomfar amb èxit. Segons unes enquestes que du a terme anualment *El País*, Vilaweb durant els anys 1999 i 2000 va ser una de les 20 pàgines més visitades de l'Estat espanyol (en els llocs 10è i 13è, respectivament; al costat de pàgines com <www.ole.es>, <www.elpais.es> o <www.yahoo.com>). Per tant, usar la llengua dels destinataris de la informació que volem transmetre no és cap impediment, sinó, en la majoria dels casos, com demostra Vilaweb, una clau per a l'èxit.

3.2. *Softcatalà, la voluntat impagable*

Softcatalà <www.softcatala.org>, un altre inestimable exemple d'activitat reeixida en pro del català, es va formar l'any 1997 i des d'aleshores ens ha fornit, de manera gratuïta, del programari més actual i punter en versió catalana. És el «Tucows català» <www.tucows.com>, però amb l'objectiu afegit de fomentar l'ús del català a la informàtica, Internet i les noves tecnologies. Softcatalà és una entitat sense ànim de lucre, desvinculada completament de l'Administració, que neix de la iniciativa privada i de la voluntat d'algunes persones. Amb els anys ha adquirit un prestigi, totalment merescut, per aquesta voluntat de normalitzar la llengua catalana en un àmbit tan complex com són les noves tecnologies i la informàtica i també per la qualitat dels productes que ofereix.

Aquest any Softcatalà i la multinacional Sun Microsystems han signat un

acord de col·laboració per a la traducció de l'Open Office 6.0, la versió en codi obert del popular paquet d'ofimàtica Star Office. Per aquest acord, Softcatalà es farà càrrec de la definició de la terminologia, traducció, correcció i els processos de comprovació de la versió 6.0 del programa, usant la guia d'estil i el glossari de termes de l'associació, que conté unes 1.400 entrades.

Com s'ha dit en l'apartat 2.1, gràcies a la col·laboració de Softcatalà, Google <www.google.com> ofereix la consulta en català, tot i que no s'inclou el català en el llistat de llengües de la cerca avançada. També el cercador Altavista <es-ca.altavista.com/> permet consultar les seves pàgines en català, però en aquest cas aquesta llengua no està inclosa a la llista de llengües de consulta del motor de cerca.

3.3. *Les opinions d'Alfons Cornella*

Des del 31 d'agost de 1995, Alfons Cornella enriqueix un parell de cops per setmana les ments àvides d'acostar-se al món de les noves tecnologies. La seva visió de futur, gairebé sempre encertada, ens proveeix de dades i reflexions útils i interessants que cal tenir en compte si volem avançar-nos als fets i albirar el progrés abans que es produïxi.

Inicialment des del web d'ESADE <www.esade.es> i posteriorment des d'Infonomia.com <www.infonomia.com>, Alfons Cornella s'ha convertit en un dels *gurús* catalans que ha anat desteixint les idees que el preocupaven i ha aconseguit transmetre'ns el seu interès viu tothora, mitjançant el butlletí electrònic Extra-net! (que és l'apartat del web [infonomia.com](http://www.infonomia.com) que trobem també en català gràcies a Vilaweb).

3.4. *La UOC, pionera en la ciberformació*

Quant a l'ensenyament, trobem també a Internet la possibilitat d'accedir a diversos estudis per mitjà de la Universitat Oberta de Catalunya (uoc: <www.uoc.es>), la qual ofereix tant l'accés per a majors de 25 anys com formació universitària, formació de postgrau, doctorats i altres mòduls de formació.

La uoc, l'única universitat íntegrament no presencial de l'Estat, es va posar en funcionament l'any 1994 i ha anat incrementant progressivament la seva oferta formativa al llarg d'aquests anys. Actualment s'hi poden estudiar 10 carreres universitàries. La uoc és una peça cabdal per a la promoció i la difusió de la llengua catalana, ja que hi és considerada la llengua

vehicular, i hauria de servir d'exemple de funcionament exitós per a moltes altres empreses. Durant els primers anys, els destinataris únics érem els catalans i, per tant, el campus virtual s'expressava lògicament en català.

Els resultats positius d'aquest temps han fet que la uoc es vagi obrint al món i ampliant, a més de l'oferta de cursos, el seu públic objectiu. Així, en col·laboració amb altres universitats, l'any 2000 obria un campus paral·lel en llengua castellana, adreçat no solament a l'Estat espanyol, sinó amb vista a ultrapassar altres fronteres com ara Sud-amèrica. L'expansió de la uoc a l'Amèrica Llatina és un bon exemple de com mostrar la identitat catalana al món per mitjà d'una altra llengua, en aquest cas l'espanyola.

En recompensa per aquesta aposta per Internet, l'International Council for Open and Distance Education ha concedit a la uoc el Premi ICDE 2001 d'Excellència, que li atorga el títol de millor universitat virtual i a distància del món. Felicitats, doncs, per aquest premi!

Així mateix, és lloable l'esforç de les altres universitats catalanes per donar la possibilitat de cursar una part dels estudis en l'entorn Internet. Les universitats catalanes ofereixen un conjunt de serveis comuns per mitjà de l'Institut Joan Lluís Vives <www.vives.org>, que aplega totes les universitats de Catalunya, el País Valencià, les Illes Balears, la Catalunya Nord i Andorra, i que té per objectiu coordinar la docència, la recerca i les activitats culturals i potenciar l'ús de la llengua catalana.

4. EL MÓN DIVERS D'INTERNET

4.1. *Entrant a l'Administració de la mà d'Internet*

Com veurem tot seguit, l'Administració pot col·laborar de manera important a impulsar la catalanització de la xarxa. De l'Administració, ens referirem als àmbits sanitari, jurídic i de l'ensenyament.

4.1.1. Una Administració orientada al ciutadà

D'acord amb una enquesta que efectua anualment l'Estudio General de Medios (EGM), Catalunya es configura com a capdavantera pel que fa a nombre d'internautes de l'Estat. Des de l'any 1997, l'evolució d'usuaris d'Internet ha anat creixent acceleradament des d'un 4,8 % al 1997 fins a l'actual 21,5 % (dades de 2001), només comparable a les comunitats de Madrid (19,8 %) i La Rioja (19,7 %).

Aquest valor diferencial pot ser crucial a l'hora de procurar una presència efectiva del català a la xarxa: s'ha repetit que la introducció de la llengua tindrà més a veure amb patrons culturals *exitosos* i amb el grau d'incidència sobre les actituds individuals de la comunitat internauta catalana que no pas amb altres aspectes que són més eficaços en altres medis. Un estudi recent de l'Institut Nacional del Consum (d'àmbit estatal) recull els obstacles que impedeixen l'expansió d'Internet a l'Estat al mateix ritme de la resta d'Europa, i proposa per remoure'ls l'abaratiment de tarifes i facilitar l'accés a la xarxa des de les escoles i des de llocs públics. I, de fet, en aquesta presència pública a la xarxa, Catalunya sembla que hi vulgui apostar fermament.

Desenvolupant el concepte de l'anomenada *democràcia electrònica*, el Parlament de Catalunya <www.gencat.es/parlam>, per unanimitat, ha decidit demanar a la Generalitat que faciliti la participació dels ciutadans en l'elaboració de les lleis per mitjà del web. Els projectes de llei es publicarien a la pàgina web del Govern català i el ciutadà hi podria fer arribar propostes i suggeriments. Aquest projecte és la continuació de dos projectes de participació política telemàtica iniciats el 1998: Democràcia Web <www.democraciaweb.org> i Parlament Obert <www.uoc.es/parlamentobert>, impulsats amb la col·laboració del Parlament de Catalunya. Parlament Obert està promogut pels Estudis de Dret de la UOC i forma part del projecte Elvil (European Legislative Virtual Library), juntament amb altres universitats europees i sota el patrocini de la Unió Europea. Democràcia Web, per la seva banda, està fomentada per la Fundació Jaume Bofill amb la col·laboració de Vilaweb, el diari *Avui* i la mateixa UOC.

Pel que fa a l'Administració de la Generalitat <www.gencat.es>, hi ha la voluntat estratègica de liderar el que ha de ser un portal únic d'accés a l'Administració: el projecte AOC (Administració Oberta de Catalunya), que té com a missió incrementar el valor de la gestió pública i un ús intensiu i relacional de les tecnologies de la informació i les comunicacions, de manera que es faciliti l'accés del ciutadà a l'Administració i s'agilitin els tràmits que hagi d'efectuar. Això es fa mitjançant la creació d'un portal únic del ciutadà integrador de tots els serveis que rebrà en suport electrònic mitjançant l'Administració: l'empresa e-CAT. Es defineixen 10 línies de prestació d'aquests serveis: accés a la sanitat (relació amb Viasalus, que s'explica en l'apartat següent, 4.1.2.), accés a l'habitatge, benestar del fill, suport a les persones amb disminució, accés a la formació, intermediació laboral, conèixer el país, serveis lingüístics, suport a l'empresa i entitats i, per acabar, altres [serveis]. Amb aquest motiu, s'estudiarà la viabilitat de llançar una targeta que combini els serveis més universals per al ciutadà: la *TUS*

(targeta unificada de serveis). La TUS serviria per a la identificació del ciutadà amb la signatura electrònica davant les administracions, també per als serveis sanitaris (possible inclusió de la targeta sanitària individual, TSI), per als transports i tota la resta de serveis que proporcioni e-CAT.

D'altra banda, la missió de la Secretaria per a la Societat de la Informació (abans el Comissionat per a la Societat de la Informació, creat l'any 1998), adscrita al Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació (DURSI, <dursi.gencat.es>), és adaptar plenament a Catalunya la societat de la informació. Aquest objectiu s'hauria de materialitzar en aspectes com ara la introducció de les noves tecnologies a tota la societat catalana, la modernització de les administracions (autonòmica i també local) i el desenvolupament del Pla estratègic Catalunya en xarxa. Aquest Pla estratègic pretén establir, per a cada legislatura, les accions que cal seguir per assolir l'objectiu abans esmentat.

De moment, la Generalitat ha posat en marxa també un servei d'atenció ciutadana <wap.gencat.es> basat en la tecnologia WAP (protocol d'aplicació sense fil). Les informacions a les quals es pot accedir són aquelles que s'emeten des del Servei Català de Trànsit, el Servei de Meteorologia de Catalunya, l'Entitat Autònoma de Jocs i Apostes i el Servei d'Atenció al Ciutadà (SAC).

Pel que fa a les altres administracions, cal destacar el projecte que comparteixen més de 700 municipis catalans i les dues entitats municipalistes catalanes (la Federació de Municipis de Catalunya i l'Associació Catalana de Municipis: Localret <www.localret.es>). Localret té com a objectiu fonamental donar resposta a les necessitats dels ajuntaments que formen part d'aquest projecte en relació amb les funcions i les utilitats que han de produir les noves tecnologies en el desenvolupament dels serveis públics, l'equilibri territorial i la qualitat de vida dels ciutadans.

En l'àmbit municipal, és destacable la pàgina web de l'Ajuntament de Barcelona <www.bcn.es>, que ofereix la possibilitat d'executar fins a 60 tràmits en línia (altes de padró, domiciliació de taxes, recollida de mobles, preinscripcions escolars, etc.). L'Ajuntament de Barcelona ha fet també una interessant aposta de futur amb l'impuls del districte 22@ de Poble Nou, en el qual es transformarà l'antic sòl industrial en una zona de la *nova economia*. Així mateix, cal afegir que són molts els ajuntaments catalans que des de fa un cert temps ofereixen la possibilitat de fer un conjunt de tràmits sense haver de sortir de casa.

També en l'àmbit local, encara que no siguin pròpiament institucions públiques, cal fer ressaltar, de manera semblant com ho farem en l'apartat de les xarxes ciutadanes (4.3), els portals locals dels distints pobles i ciutats

catalans (<www.sabadell.net>, <www.Canal-h.net>), que solen oferir per defecte la càrrega de la versió catalana de la pàgina web.

En canvi, en el sentit totalment oposat al que hem reiterat que significa la xarxa i contrariant el respecte que reclamem a les diferents opcions lingüístiques, tenim l'Administració general de l'Estat. Com es pot argumentar el monolingüisme espanyol en què estan redactades les pàgines de diferents institucions i ministeris (<www.casareal.es>, <www.map.es/internet/indice.htm>), fins i tot aquells que no tenen correspondència en cap conselleria de la Generalitat i que, per tant, exerceixen les competències *tranquillament* a Catalunya com són els d'Afers Exteriors <www.mae.es> i de Justícia <www.mju.es>? Ni tan sols trobem una versió en les llengües autonòmiques del contingut de la pàgina de l'Agència Estatal d'Administració Tributària <www.aeat.es>, tan bé que hauria anat d'imaginar-nos que ens feien la gara-gara a l'hora d'haver d'afluixar la mosca! Com poden exercir electrònicament les autoritats i l'Administració estatals a Catalunya (és a dir, amb ciutadans catalans, radicats a Catalunya)? És molt senzill, ho fan ignorant que l'article 3 de la Constitució espanyola estableix que «les altres llengües espanyoles també són oficials en les respectives comunitats autònomes». Mentrestant, des de Catalunya insistim a proposar, gairebé com un deure programàtic, que les informacions i els serveis dels llocs web de les diferents administracions territorials catalanes tinguin la corresponent versió castellana i, evidentment, abans que l'anglesa o qualsevol altra. I això que el que fan les nostres administracions no té efectes fora del territori català...

4.1.2. L'àmbit de l'ensenyament

Ensenyament és un departament de l'Administració autonòmica que impulsa des de fa anys l'ús de les noves tecnologies. Per mitjà de la xarxa Telemàtica Educativa de Catalunya (XTEC, <www.xtec.es>), posa a l'abast de tothom un gran nombre de recursos dels quals poden treure profit tant alumnes com professors o qualsevol persona que estigui interessada a trobar eines educatives.

L'XTEC disposa d'un apartat d'informació tècnica —que va des d'aspectes tan complexos com el cablatge dels centres educatius fins a fets més quotidians com la possibilitat d'instal·lar-se un programa d'antivirus en l'ordinador o d'actualitzar el programari—, un altre sobre formació o beques per al professorat, un altre on s'esmenta la normativa aplicable en aquest àmbit; un catàleg de recursos educatius, entre els quals s'hi inclou

programari educatiu editat i distribuït pel Programa d'Informàtica Educativa (PIE, <www.xtec.es/cgi/programari_educatiu>); i, finalment, un apartat, en què es detallen totes les pàgines web dels centres educatius.

Finalment, convé destacar un servei que s'ha posat en marxa recentment: l'Edu365.com <www.edu365.com>, un portal de l'ensenyament que s'adreça a tot l'alumnat de Catalunya i les seves famílies. Amb la finalitat de millorar la qualitat de l'educació, aquest servei pretén aprofitar les oportunitats que ens brinda Internet i oferir als estudiants un conjunt de serveis interactius i personalitzats, accessibles tant des de casa com des de l'escola que contribueixen a potenciar la implicació dels pares i les mares en el procés d'aprenentatge i en els estudis dels seus fills i filles. Pretén, doncs, la fluïdesa de la comunicació entre tots els actors que juguen un paper decisiu en l'educació.

També en aquest entorn de la docència i encara més directament relacionat amb l'àmbit de les noves tecnologies, l'Associació d'Ensenyants d'Informàtica de Catalunya <www.aeic.es> posa a disposició dels internautes un conjunt de recursos i serveis interactius que inclouen fòrums (un de general, però també específics sobre Linux i un altre sobre ofimàtica), xats, recomanacions, enquestes i, especialment, recursos per a professors d'informàtica. A més a més, hi ha onze grups de treball que analitzen temes específics com ara l'ofimàtica, com una eina per compartir materials i experiències docents, o com muntar un servidor Linux en un centre.

4.1.3. L'àmbit sanitari

Empreses privades i la Generalitat impulsen Viasalus, un portal sanitari per agilitar les relacions entre els professionals de la salut, l'Administració i el ciutadà. Continuant amb el paper capdavanter de Catalunya, el portal pretén ser un referent en la informació sanitària i és una de les iniciatives establertes pel Pla estratègic per a la societat de la informació (i al capdavant relacionat amb el projecte Administració Oberta de Catalunya), dissenyat des de la Generalitat. Al darrere de la iniciativa hi ha un grup d'empreses privades com el grup editorial Planeta, la consultora PricewaterhouseCoopers (PwC), una societat del grup Ericsson o l'asseguradora Agrupació Mútua. Els socis privats tenen el 80 % del capital de l'empresa que impulsa el projecte (Portal Salut i Qualitat de Vida) i els organismes dependents de la Generalitat, el 20 %. El portal ha de permetre al ciutadà, a més d'accedir a informació sobre salut, fer transaccions per Internet amb l'Administració (com ara gestionar la tramitació de la targeta sanitària individual).

Un dels serveis que es podria implantar és la presència a la xarxa d'un metge que, durant les 24 hores, resolgui petits dubtes sobre la dosificació dels medicaments, o bé la possibilitat de contractar pòlisses amb les mútues sanitàries. Amb els ingressos d'aquest últim exemple i amb d'altres derivats de la seva activitat, el portal es planteja ser a mitjà termini rendible.

Aquest és, doncs, un portal que pot, partint de l'ús oficial de la llengua, influir decisivament en les opcions personals lingüístiques dels ciutadans de la mateixa manera que els altres portals de l'Administració.

D'altra banda, Internet ha ocasionat moltíssims avenços en el món de la medicina. Ha aportat les utilitats següents per a professionals i per a pacients: mantenir-se al dia en les darreres investigacions, accedir a bases de dades com *Medline*, supervisar a distància el treball de professionals, controlar malalts crònics, consultar i intercanviar informació (imatges radiològiques, sons, fotos d'alta resolució, etc.), entrar des de casa a una ciberconsulta, saber la malaltia que es pateix i fins i tot conèixer persones que tinguin la mateixa patologia i compartir-la en fòrums de discussió. Aquests nous sistemes de comunicació estan donant lloc a una societat internacional en què la pràctica mèdica serà més eficaç, més precisa i accessible a tothom. En aquesta línia, el Col·legi Oficial de Metges de Barcelona va posar en marxa el projecte Metges On Line, la comunitat virtual del metge (des de l'adreça <www.comb.es>), que, a més de fer-ho en llengua catalana, va esdevenir exemplar per a altres iniciatives semblants a la resta de l'Estat. També ha estat notícia el Col·legi Oficial de Psicòlegs de Catalunya <www.copc.org/default.asp> per haver elaborat un protocol d'actuació, pioner a l'Estat, per garantir les teràpies mitjançant l'ús d'Internet.

Pel que fa als llocs web de les entitats d'assegurança lliure (àlies *mútues sanitàries*), de vegades tenen versions plurilingües i hi inclouen el català (FIATC <www.fiatc.es/defaultcat.asp>, Sanitas <www1.sanitas.es/websanitas/cat/index.html>, si bé aquesta última en versió reduïda de continguts respecte a la versió espanyola) i altres cops, no (Adeslas <www.adeslas.es>). Per la rellevància que tenen sobre els ciutadans, s'han de poder idear maneres d'incidir en la catalanització de continguts i serveis dels webs de les mútues: en el cas d'un d'aquests exemples esmentats es tracta d'una empresa que fa ofertes especials als treballadors de la Generalitat de Catalunya perquè s'hi apuntin en certes condicions avantatjoses. I un cas curiós de pàgina web plurilingüe és el dels Instituts Odontològics Associats <www.ioa.es>, que també ofereix aquesta mena de descomptes, la qual, tot i que la institució només té seus físiques a diverses ciutats catalanes i a Madrid, ofereixen els continguts en català, espanyol i rus!

4.1.4. L'àmbit jurídic i judicial

A l'àmbit judicial, tan necessitat de reformes i projectes modernitzadors, l'eclosió d'Internet acabarà aportant-li més tard o més d'hora enormes beneficis. De moment, cal conformar-se amb les notícies que arriben d'alguns tribunals britànics en el sentit que es preparen per acceptar declaracions per correu electrònic d'encausats per delictes lleus. A la vegada, sembla que es podran presentar proves en format digital (enregistraments de veu i imatges). Òbviament amb aquest nou sistema esperen agilitar els processos i estalviar costos.

A Catalunya, jutges, fiscals i secretaris judicials ja usen la tecnologia Internet per a les comunicacions internes. Pel que fa a les externes s'ha dut a terme una experiència pilot que consistia en el fet que els jutjats contenciosos administratius de Barcelona notificaven resolucions mitjançant el correu electrònic. Malgrat aquests intents, per continuar aplicant aquesta tecnologia cal tenir més definida la signatura electrònica en aquests organismes. D'altra banda, els col·legis d'advocats (per exemple, el de Barcelona <www.icab.es>) estan prou preparats per accedir en un futur que no hauria de ser llunyà a les bases de dades de les oficines judicials per veure l'estat processal dels expedients. També, el Col·legi de Notaris de Catalunya <www.colnotcat.es>, el Deutsche Bank <group.deutsche-bank.es> i la Caixa de Catalunya <www.caixacatalunya.es> van dissenyar un sistema informàtic que permet obtenir i formalitzar els préstecs hipotecaris per mitjà d'Internet, amb la idea d'anar-lo fent efectiu també a altres entitats.

En un àmbit més general, els portals jurídics s'estan expandint, però, dissortadament, tot i que podem trobar informació d'aquest àmbit en català, els portals a què accedeix generalment un jurista són en castellà. Els més coneguts i visitats són vLex (abans Derecho.org, <v2.vlex.com/es/asp/default.asp>) i Jurisweb <www.jurisweb.com>, que, a més d'oferir directoris per seleccionar la informació que cerquem, amplien el repertori amb legislació, jurisprudència, articles i novetats jurídiques.

Malgrat això, convé fer ressaltar l'existència d'algunes pàgines catalanes que se centren en determinats àmbits del dret i ens poden furnir de molta informació. Pel que fa al dret civil, mitjançant el Projecte Norma Civil <civil.udg.es/normacivil>, creat per l'Àrea de Dret Civil de la Universitat de Girona, podem obtenir legislació civil i jurisprudència civil del Tribunal Superior de Justícia de Catalunya, a més d'enllaços a webs que tenen un contingut semblant o relacionat amb aquesta matèria.

En l'àmbit públic, el Departament de Justícia <www.gencat.es/justicia> informa en català els ciutadans de totes aquelles matèries que for-

men part del seu àmbit competencial: legislació civil catalana, entitats jurídiques, adopcions i acolliments, atenció al menor, serveis penitenciaris, mesures penals alternatives, justícia juvenil i també sobre l'Administració de justícia a Catalunya. Així mateix, ofereix diversos recursos lingüístics i la possibilitat d'adreçar-s'hi directament per mitjà del correu electrònic per fer consultes, exposar queixes o simplement proposar suggeriments.

A més, la majoria de col·legis professionals relacionats amb el dret disposen d'una pàgina web en què s'ofereix una extensa informació sobre els àmbits respectius. Un dels webs més dinàmics en aquest sentit és el del Consell de Col·legis d'Advocats de Catalunya <www.cicac.org>, des del qual la Comissió de Llengua Catalana ofereix recursos per poder treballar en català, com ara un conjunt de formularis per als professionals d'aquest sector o la possibilitat de consultar la novíssima versió catalana de la Llei d'enjudiciament civil.

A la vegada, destaquem dues pàgines que s'encarreguen de recollir, també en català, materials, d'una banda, de dret constitucional <pagina.de/dretconstitucional>, que inclou legislació, jurisprudència, articles de revistes i grups de discussió; i, de l'altra, de dret públic <www.dretpublic.org>, on es pot consultar legislació autonòmica, estatal o comunitària sobre matèries com la contractació, el règim electoral, els drets i les llibertats o la funció pública.

Alhora podem consultar a la xarxa una publicació que se cenyeix a l'àmbit del dret i la legislació lingüística i força difosa des de fa temps, almenys en l'àmbit lingüístic, com és el Mercator <www.troc.es/ciemen/mercator>.

Així mateix, des de ben aviat, van tenir presència a la xarxa totes les publicacions oficials, tot i que l'accés real a les publicacions és ben divers: algunes comunitats autònomes ofereixen els seus butlletins oficials de manera gratuïta, mentre que la majoria només les ofereixen de franc durant un determinat període; però si volem accedir a publicacions que estiguin fora d'aquest termini, aleshores haurem de subscriure'ns-hi i pagar. La majoria de butlletins oficials de la província es poden consultar sense cap mena de cost. El *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* <www.gencat.es/diari> ofereix gratuïtament la consulta íntegra dels darrers 30 dies i únicament els sumaris dels butlletins publicats des de l'any 1996. Succeeix una cosa semblant amb el *Butlletí Oficial de l'Estat* <www.boe.es>, que permet accedir a l'índex de sumaris dels dos darrers anys i només al butlletí sencer del dia. No obstant tot això, en l'adreça <www.cde.ua.es/boe>, corresponent al Centre de Documentació Europea de la Universitat d'Alacant, hi ha consultables tots els butlletins oficials que hagin escanejat, que és la tècnica

que fan servir cada dia per poder-los penjar a la xarxa. També s'hi poden trobar altres publicacions oficials, com ara el *Diari Oficial de la Comunitat Europea* i altres diaris oficials de diverses comunitats autònomes.

Més complicat és encara consultar la jurisprudència, ja que únicament podem consultar-la en castellà (de fet, no està traduïda ni tan sols en suport paper, tret de determinades excepcions) i pagant: els clàssics Aranzadi <www.aranzadi.es> i Colex-Data <www.colex-data.es> ofereixen bases de dades jurídiques de jurisprudència en línia. En aquestes pàgines, però, també s'hi poden trobar formularis, legislació, una hemeroteca jurídica i, en el cas d'Aranzadi, s'ofereix als estudiants universitaris la possibilitat d'actualitzar de franc els codis bàsics universitaris només emplenant un formulari a: <www.aranzadi.es/codigos/sumarios/form_acceso1.html>.

4.2. *Els serveis lingüístics*

Des de l'àmbit públic, s'ha potenciat la presència dels serveis lingüístics a la xarxa: el web de la Direcció General de Política Lingüística <cultura.gencat.es/llengcat> és un bon directori de recursos que van des de llistes de professionals de la llengua catalana (correctors i traductors jurats), a informació sobre les convocatòries de proves de la Junta Permanent de Català o assessorament lingüístic per mitjà de consultes a una base de dades.

La majoria de departaments de la Generalitat han incorporat informació (ja sigui a les pàgines web o a les intranets) per contribuir, des dels seus àmbits respectius, a fomentar l'ús d'una llengua qualitativament correcta i genuïna i a ajudar els usuaris en totes les necessitats lingüístiques que puguin tenir (és el cas dels departaments de Política Territorial i Obres Públiques, <www.gencat.es/ptop/llengua>, i d'Indústria, Comerç i Turisme <www.gencat.es/dict/llengua/llengua.htm>). D'entre els casos de departaments amb llenguatges d'especialitat de més pes, cal destacar l'apartat Serveis lingüístics del Departament de Justícia <www.gencat.es/justicia/llengua> pel caràcter dinàmic i proactiu dels serveis que conté. Aquesta pàgina ofereix la possibilitat de consultar en línia terminologia jurídica i administrativa <www.gencat.es/justicia/llengua/termin/termin.htm>, instal·lar-se a l'ordinador formularis digitals específics d'aquest àmbit <www.gencat.es/justicia/llengua/formul.htm> o consultar criteris lingüístics oficials que regeixen per a aquest tecnolèct (traducció, tractaments protocol·laris...) o, pel que fa a formació en suport electrònic, seguir un curs d'autoaprenentatge de nivell B, amb exemples també adaptats per a aquesta matèria

<www.gencat.es/justicia/llengua/autoaprenentatge/curcat.htm>, entre altres serveis.

Així mateix, és remarcable l'Interc@t <www.intercat.gencat.es>, producte elaborat pels serveis lingüístics de diferents universitats catalanes i coordinat pel DURSI, amb el suport de la Direcció General d'Educació i Cultura de la Comissió Europea. Es tracta d'un sistema de formació multimèdia d'autoaprenentatge del català a distància adreçat a persones de fora de l'àmbit lingüístic català.

El web del Termcat <www.termcat.es> ens informa de les darreres novetats i dels esdeveniments terminològics i s'encarrega de vetllar per l'actualització lèxica constant en un àmbit tan canviant com és el de les noves tecnologies i la societat de la informació. Precisament aquest és un àmbit en què cal potenciar l'ús de la xarxa perquè els termes i neologismes aprovats es difonguin ben de pressa, abans que arrelin innecessàriament estrangerismes i manlleus mal formats o forassenyats. El Cercaterm és un bon recurs per fer consultes en línia a Internet <www.termcat.es/cercaterm>.

En l'àmbit privat, és destacable la feina de persones com Joan Vilarnau, que ha impulsat dos projectes amb resultats ben apreciables: el lloc web Llengcat.com <www.llengcat.com>, que es proposa recollir tots els serveis i recursos relatius a la llengua catalana que hi ha la xarxa, i la llista de distribució Zèfir sobre llengua catalana, de la qual és administrador. Seria injust que deixéssim de citar, ni que sigui globalment, el grapat d'iniciatives lingüístiques privades que comencen a tenir presència a la xarxa. Així mateix, continua sent importantíssima l'activitat de les entitats socials que treballen per la llengua: Òmnium Cultural <www.omniumcultural.org>, l'Obra Cultural Balear <www.ocbweb.com>, etc.

També, en l'àmbit privat, cal esmentar una pàgina que funciona des de fa temps: la pàgina de Mary Martin <catalunya-lliure.com>, que, entre altres coses, ofereix un curs de català per a estudiants de parla anglesa <catalunya-lliure.com/curs/curs.html>, amb bibliografia, adreces de llibreries, enllaços amb pàgines web i un breu tutorial de català.

Internet i el conjunt de serveis que el componen col·laboren a destacar la preeminència de la llengua en l'acte de la comunicació. Per això, cal fomentar la informatització d'alguns recursos lingüístics considerats essencials per raó de la seva utilitat i que estiguin accessibles a la xarxa. El nou disseny de pàgina web de l'Institut d'Estudis Catalans <www.iec.es> és un esforç molt elogiuable d'apropament al ciutadà amb voluntat d'estar-hi en contacte permanent. Dins la pàgina, trobem el FOREST (Fòrum d'Estandardització <www.iec.es/institucio/presidencia/Seriec/forest/formularialta.htm>), creat a partir de les conclusions de les primeres Jornades per a la

Cooperació en l'Estandardització Lingüística, que pretén ser una plataforma perquè professionals de la llengua catalana puguin fer observacions, propostes i suggeriments a l'autoritat acadèmica de la llengua que representa l'Institut. Al mateix moment d'inaugurar la nova pàgina, l'IEC va posar en marxa també el Portal de Dades Lingüístiques (PDL), un servei en línia sobre la llengua catalana, amb diccionaris, gramàtiques i orientacions sobre la matèria. El portal és una base de dades d'accés públic que permet consultar el *Diccionari de la llengua catalana* de l'IEC <pdl.iec.es/entrada/diec.asp> i el Corpus textual informatitzat <pdl.iec.es/entrada/paraules.asp>, amb més de 50 milions d'ocurrències. També permet als estudiosos enregistrar-s'hi si volen obtenir més possibilitats de consulta.

Per acabar l'apartat de serveis lingüístics, ens referirem als serveis de traducció que podem trobar a la xarxa. Tot i el nombre creixent de serveis de traducció en línia, en primer lloc, cal dubtar de la fiabilitat de les traduccions, ja que el nivell lingüístic que ofereixen és força baix. Ens poden ajudar a entendre el contingut d'un text o d'una pàgina web, però aquests programes no deixaran sense feina els professionals de la traducció. I, si no, feu una prova en algun dels recursos que esmentarem a continuació.

D'altra banda, hem de distingir entre el programari que podem baixar-nos des de la xarxa i algunes pàgines que ens permeten traduir directament textos curts.

El traductor d'Altavista, anomenat Babelfish <es-ca.altavista.com/trns>, i el de l'EuroDicAutom <eurodic.ip.lu/cgi-bin/edicbin/EuroDicWWW.pl> són probablement els més coneguts i usats. Cap dels dos, però, ens permet traduir textos en català.

En canvi, podem trobar a Internet tres recursos que ens permeten traduir únicament el parell de llengües castellà-català i català-castellà, i que, com el vi, amb el temps milloren: el traductor d'*El Periódico* <www.softly.es/transacciones/traductor/catala/indexc.htm> i el que va fer l'empresa Incyta, ara Saillabs <www.incyta.es/catala/index_catalanisch.htm>. El sistema de traducció automàtica INTERNOSTRUM <www.internostrum.com>, que funciona del castellà al català —amb totes les variants dialectals— i que ha estat dissenyat pel Departament de Llenguatges i Sistemes Informàtics de la Universitat d'Alacant, per encàrrec de la CAM (Caixa d'Estalvis del Mediterrani), que també ofereix Softcatalà <www.softcatala.org/traductor>. Si accedim a l'Internostrum per l'adreça <www.internostrum.com>, a més de traduir text com fa la versió que hi ha a Softcatalà, disposarem de la possibilitat de traduir pàgines web al català.

Podeu baixar-vos de la xarxa i instal·lar en el vostre ordinador el programa Babylon <www.babylon.com>, l'únic que tradueix del català i al ca-

talà, però cal un programari molt més complex per fer traduccions serioses i, encara més, quan tractem llenguatges d'especialitat.

Una altra qüestió força transcendent i que convé que ens plantegem seriosament des d'ara és que el programari que hi ha actualment majoritàriament elabora traduccions del català cap a altres llengües (català-anglès) —com sempre, amb la impressió *que no ens entendran...*—; però com que volem que el català sigui una llengua d'ús normal caldria que també hi hagués més possibilitats per traduir d'aquestes altres llengües cap al català (anglès-català).

4.3. *Les xarxes ciutadanes*

Un altre fenomen que contribueix a ratificar, un cop més, el concepte de la *glocalització* és el sorgiment de les xarxes ciutadanes (en anglès, *community networking*). Derivades de les associacions cíviques tradicionals que coneixem, les xarxes ciutadanes sorgeixen en un àmbit local (o provincial o comarcal). En general, persegueixen objectius com ara l'accés universal a Internet, la difusió d'una Internet per a tothom, la creació de llocs d'accés públic i gratuït i la formació de persones per tal d'evitar que es produeixi l'anomenada fractura digital (o, dit en altres termes, la divisió entre països *info-rics* i *info-pobres*).

La transcendència d'aquestes organitzacions ha tingut en diverses ocasions un ressò públic que ha traspassat les fronteres d'Internet. L'any 2000 va tenir lloc a Barcelona un important congrés: el Primer Congrés Mundial de Xarxes Ciutadanes en què diverses organitzacions van exposar i debatre els seus punts de vista sobre què havia de representar Internet per a la societat en el futur. De l'experiència d'aquest Congrés, es copsava la importància que aquestes organitzacions tenen i tindran en el futur.

La mateixa organització del Congrés definia en la presentació les xarxes ciutadanes com «la manera d'utilitzar les noves tecnologies per diferents actors locals (una associació, una ciutat, un barri, una llibreria, un club de joves o dones...) amb el propòsit d'una transformació social, ja sigui en forma de desenvolupament econòmic, una major participació ciutadana o una menor exclusió social». D'aquesta definició, se'n dedueix la incidència que poden arribar a tenir aquestes organitzacions en la normalització del català a la xarxa i, consegüentment, a la societat.

En el Congrés i dins del marc del Projecte Òmnia, es presentava Ravalnet <www.ravalnet.org>, una nova xarxa ciutadana que té com a objectius fonamentals l'accés i l'aprenentatge de les noves tecnologies, la inser-

ció sociolaboral i un ús social i comunitari d'espais amb equipaments per accedir a Internet que serveixi, a la vegada, de catalitzador de projectes. Però Ravalnet no és precisament la primera xarxa ciutadana nascuda a Catalunya i que té com a vehicle d'expressió el català. Per citar uns quants exemples de pes, l'any 1995 va néixer Tinet <www.tinet.org>, la xarxa ciutadana de Tarragona que, gràcies a diverses entitats públiques i privades, ofereix accés públic a Internet; l'any 1996 sorgien també Vallesnet <www.vallesnet.org>, Minorisa de Manresa <www.minorisa.es>, Lleidonet <www2.lleida.net/flash.htm> i BCNet <www.bcnet.upc.es>, entre d'altres.

4.4. *El comerç electrònic*

Com repetim al llarg de l'article, Internet no és solament un ingent espai virtual on podem trobar tota mena de treballats documents i aplicacions. Cada cop més es caracteritza per les decidides estratègies d'organitzacions i particulars per obtenir dades d'usuaris que permetin ajustar els serveis que ofereixen i poder incidir-hi satisfactòriament. I, així les coses, la xarxa s'ha anat configurant en una poderosa eina per obtenir tota mena d'informació sobre activitats diverses i fins i tot dades personals.

Des del moment mateix en què ens connectem, la nostra inicial privada queda a l'abast d'altri des del programari pel qual operem i també de les activitats en què participem (l·listes de distribució, grups de discussió, etc.). De fet, es poden obtenir dos tipus de dades nostres: les d'abast públic (s'hi pot accedir des de guies telefòniques en possessió de companyies de telecomunicacions, directoris X.500 que classifiquen les dades per comunitats organitzatives o per mitjà de cercadors especialitzats d'adreces de correu electrònic) i les personals privades. Aquestes últimes estan referides a gustos personals, creences, pensaments, filiacions i altres aspectes íntims de cada individu i, si bé no estan exposades tan públicament com les primeres, es poden deduir per sistemes indirectes de control com el *data mining* (segons el Termcat, *mineria de dades*, que és la «tècnica informàtica consistent a analitzar un gran volum d'informació emmagatzemada en bases de dades a fi de deduir patrons de comportament que puguin generar aplicacions pràctiques»). Així, doncs, els moviments dels usuaris per la xarxa esdevenen una font d'informació determinant per a les empreses que operen en comerç electrònic perquè poden conèixer gustos, tendències i graus d'interès de possibles consumidors dels seus serveis i productes.

Aquesta exposició de les dades en l'espai Internet ha ocasionat també que un 7 % dels consumidors d'Estats Units hagi estat víctima d'algun tipus de frau a la xarxa. Per això, no ens ha de sorprendre que, segons el parer de Visa International, sols el 5 % dels consumidors confia plenament en el comerç electrònic. Malgrat tot, són importants els avenços que tenen lloc en la qüestió de la seguretat a Internet i la gent sap que ha de comprar als portals que ofereixen mecanismes segurs.

Hi ha un estol d'empreses que es dediquen a comercialitzar amb les dades i les informacions d'altres empreses. Tot i que hi ha empreses prou conegudes (com ara Axesor <www.axesor.es>, en espanyol), la més coneguda de les que operen a l'Estat és Dun & Bradstreet (<www.dnb.com> en espanyol i altres llengües europees). Aquesta empresa ofereix informació actualitzada de 62 milions d'empreses de tot el món i concretament de més d'un milió d'empreses espanyoles. La informació bàsica és gratuïta (raó social, adreça, telèfon, sector d'activitat i número D-U-N-S, que és l'identificador que s'usa a Internet per a transaccions comercials entre empreses) i la que es paga (de 250 a 5.000 pessetes) té a veure amb l'estat de l'empresa (incidències en els pagaments, situació legal i, de fet, el risc de fer-hi transaccions), informació financera (balanç, compte de resultats, ràtios de gestió, eficiència, rendibilitat, etc.) i altres informacions d'interès (relacions corporatives, matrius i subsidiàries, etc.). Amb aquestes dades és possible que les petites i mitjanes empreses sàpiguen si els surt a compte fer negocis amb altres empreses, i, per un altre costat, una persona pot saber si és convenient acceptar una determinada oferta de treball a partir del coneixement que en té per endavant (situació, solvència, esquemes de treball, etc.).

Mentre el comerç electrònic comença a aixecar el vol molt per sota de les expectatives que hi havia (segons l'informe Observador de la distribució de Fimestic, sobre el consum en general, només el 4,1 % de la població de l'Estat espanyol fa compres per Internet), comencen a aparèixer els primers estudis seriosos relatius a aquest àmbit. El professor de l'escola de negocis IESE José Luis Nuño, distanciant-se de les xifres més optimistes de l'AECE (Associació Espanyola de Comerç Electrònic), ha calculat en 11.000 MPTA la xifra total de compres per comerç electrònic a l'Estat, a partir de les transaccions efectives enregistrades amb targeta de crèdit segons les dades facilitades per Sermepa (Servicios para Medios de Pago). Així com l'estudi de l'AECE limitava només al 5 % el pes del sexe (el que eufemísticament en diuen *continguts per a adults*) en el comerç electrònic, l'estudi de Nuño el situa en un 21,5 % real, cosa que significa que és l'apartat que lidera el comerç electrònic espanyol; només el supera el comerç inherent al funcionament d'Internet (connexions i dissenys de webs, entre d'altres,

que no són pròpiament activitats considerables purament com a comerç electrònic), amb un 22,96 %, seguits dels centres comercials (11,98 %), serveis de l'automòbil (9,03 %), maquinari i programari (7,72 %), viatges i turisme (5,08 %), música (4,86 %), esports (4,08 %), informació i dades (2,49 %), flors (2,44 %), venda d'entrades (2,27 %), joguines (0,78 %), ONG (0,72 %), perfumeria (0,70 %), tabac (0,58 %), llibreria (0,46 %), armeria (0,37 %), publicacions (0,35 %) i altres (1,61 %). Aquest percentatge de consum de serveis de sexe virtuals seria més alt si s'hagués pogut comptabilitzar els sistemes de connexió a la xarxa per mitjà de telèfons 906 (amb un cost elevat però que no usen targeta de crèdit). Tanmateix, el consum dels serveis de sexe electrònic a l'Estat es troba en la mateixa proporció que la dels altres països (Estats Units la supera perquè es considera que hi ha més dones consumidores d'aquests serveis que a Europa) i és, a escala mundial, també líder en el sistema de connexió a Internet des del telèfon mòbil mitjançant la tecnologia WAP ja que, dels tretze primers llocs web amb aquesta tecnologia, sis són pornogràfics.

En qualsevol cas, una de les conclusions més il·lustratives de l'estudi de Nueno és que s'observa una tendència creixent dels sectors a la compra de productes als Estats Units, amb un 44,2 %, que al capdavant dóna lloc a uns determinats usos lingüístics, i, d'altra banda, la previsió que fa per al 2001 en considerar que el volum del comerç electrònic espanyol es pot arribar a triplicar. Una altra qüestió serà conèixer quins països venen més, quina és la proporció d'empreses i consumidors catalans i, finalment, si augmenta el pes del comerç electrònic intern (entrades del teatre, compra al supermercat, etc.).

Unes altres dades referides a l'Estat espanyol les ofereix Eudald Domènech com a coordinador del Màster per a directius de l'Institut Químic de Sarrià. Segons Domènech, hi ha actualment un milió d'internautes, que signifiquen el 12 % dels usuaris de la xarxa, que han fet ús del comerç electrònic. A la vegada constata que hi ha més de dos milions d'empreses que tenen pàgina web, que representen el 24 % del total, i d'aquestes, 27.000 venen productes a la xarxa. Finalment, assenyala Domènech que quan els empresaris vegin que la gent accedeix als seus productes, per telèfon o pel comandament del tv a més de la Internet tradicional com l'entenem actualment, aleshores prendran consciència de la importància d'aquestes transaccions.

D'altra banda, el que hem repetit durant l'article en aquest apartat és més vàlid que mai: les empreses a Internet persegueixen conèixer els seus clients, però també captar-ne de nous i fidelitzar-los. Això, ho aconseguen amb el desenvolupament de les tàctiques i els coneixements inherents

al comerç electrònic: la comunicació digital i l'*e-marketing* (màrqueting electrònic). Per comentar només un recurs expliquem que des de fa temps algunes empreses *puntcom* paguen als usuaris visitants una quantitat de diners per navegar a través seu a canvi que descarreguin una barra en la qual apareixen missatges publicitaris contínuament. Fins ara, les que ho feien estaven situades als EUA i la situació al moment de pagar era confusa. Doncs bé, n'ha aparegut una d'espanyola <www.yotuel.com>, en castellà, que paga segons el temps que tens activada la barra publicitària baixada a aquest efecte; també es cobra pel temps de navegació d'un usuari que hagi recomanat i es poden aconseguir 3.000 pessetes addicionals si el cobrament de les hores de navegació es fa mitjançant un *e-compte* obert a eBankinter.

Fins ara ens hem referit a un model de transacció econòmica de venda directa al consumidor, és a dir, el *business-to-consumer* (B2C o comerç d'empresa a consumidor) principalment. Per a aquesta mena d'activitats, n'hi ha prou amb disposar de tres elements: un sistema logístic adequat, una òptima solució tecnològica i una bona dosi d'ergonomia digital (informàtica, usabilitat, etc.), això és, dissenyar el procés de compra pensant com un usuari. Però, a part d'aquestes empreses, n'hi ha d'altres que tenen una situació menys clara per *internetitzar-se*. Per un costat, les empreses de serveis d'àmbit local (ens referim, per exemple, a una tenda d'informàtica o a un despatx d'advocats), que bàsicament només necessiten pàgina web per exposar la seva activitat comercial (catàleg amb preus) perquè el possible client consulti preus i serveis per comparar entre empreses. Per un segon costat, trobem el petit comerç local (una fruiteria, una peixateria, etc., principalment, perquè als petits fabricants sí que els surt a compte directament la plataforma Internet per als seus negocis), que no poden implicar-se en el desenvolupament del seu web i que, per tant, serà més factible que apareguin centres comercials virtuals de barri o ciutat que allotgin tendes i tenir així de manera conjunta els serveis d'atenció de comandes, actualització de productes, realització del repartiment i la promoció dels productes entre els clients (amb un estil anàleg, per exemple, a la pàgina de Comercomer.com <www.comercomer.com>, que facilita des d'un sol lloc web els diferents serveis que podem obtenir de restaurants i altres establiments del sector). Per un altre costat, tenim les empreses *business-to-business* (B2B o comerç d'empresa a empresa), per exemple una fabricant de components per a l'automòbil o una altra que produeixi envasos de plàstic, que necessiten superar el concepte de web expositiu i imaginar, dissenyar i desenvolupar serveis útils únics que els distancii dels seus competidors. I és probablement en aquest tercer grup d'empreses (B2B) en què entren més en

joc els *marketplaces*, com a mercats que agrupin empreses per sectors i les posin a l'abast de qualsevol possible client que cerqui informació (per això ha de permetre trobar també proveïdors, B2B).

De vegades, sempre que es parla de comerç electrònic, sembla que només es refereixi a les empreses que han nascut al si d'Internet. Però, com van recollir els ponents de la 33a Conferència Mundial sobre Recursos Humans, esdevinguda enguany a Barcelona i organitzada per Management Centre Europe, cal parar atenció en les empreses tradicionals a fi que sàpiguen gestionar el seu procés cap a la virtualització. Es diu que els actius físics de les companyies (immobles, maquinària, etc.) seran cada cop menys importants en benefici d'intangibles com la possessió de la informació sobre els processos i el mercat i la gestió del coneixement i el talent dels treballadors. Per això convindrà crear sistemes per retenir la informació i el coneixement com a actiu més important de les empreses i, a la vegada, sistemes que en permetin el mesurament (precisament la inexistència d'aquests sistemes de mesura és la causa que s'apunta del daltabaix borsari d'algunes companyies de noves tecnologies). Finalment, en el procés de canvi d'aquestes empreses tradicionals, es recomana usar més les noves tecnologies com a suport per millorar la gestió i fer un ús potser més moderat de la comunicació per Internet (principalment per correu electrònic) per evitar de perdre els contactes tradicionals entre els membres de l'organització.

Tot el que hem dit sobre el comerç electrònic és important, sobretot perquè, a la xarxa, en aquest camp, el de les transaccions econòmiques en general, es reproduïx la situació que ocorre en el món real, però amb una diferència que ha de ser substancial per als interessos dels gabinets o serveis lingüístics públics o privats: la tecnologia informàtica a Internet permet a les empreses la comunicació multilingüe sense gaires dificultats en la prestació o venda dels seus serveis o productes. O, si més no, possibilita presentar el seu catàleg de productes i serveis en diverses llengües —i fins i tot, ja ho anem veient, marcant-ne la preferència entre aquestes— i que sigui el client el qui pugui optar per la que sigui la seva o la que decideixi triar.

Una iniciativa molt lloable en el món dels negocis a Internet és el portal horitzontal Elprescriptor.com <www.elprescriptor.com> que va obrir el Centre d'Anàlisi i Prescripció Empresarial i que descarrega per defecte la versió catalana de la web. Aquest servei, que va esdevenir el primer servei d'*open e-procurement* a l'Estat i que està adreçat als departaments de compres de totes les empreses espanyoles, permet a les empreses comparar directament el preu dels productes de més de 3.000 proveïdors, excloent les primeres matèries. L'*open e-procurement* estimula la competència direc-

ta entre els proveïdors, que detallen els trets dels seus productes i serveis i marquen un preu de venda. És un mètode transparent que permet a les empreses, després de comparar directament les diferents ofertes, reduir la seva factura de compra. En canvi, l'*e-procurement* s'aplica a grans corporacions, que persegueixen reduir costos de proveïment sumant la demanda de diverses empreses, la qual se subhasta entre els proveïdors.

Així mateix, podem trobar a la xarxa el servei d'informació empresarial del comerç electrònic que ofereix el Consorci de Promoció Comercial de Catalunya del Departament d'Indústria de la Generalitat <presentacio.copca.com/ccv>, que s'encarrega de fomentar l'activitat exportadora i crear centres de promoció de negocis per facilitar a les empreses l'accés a nous mercats.

4.5. Trobar feina i pis

Com es veu al llarg de l'article, Internet ha modificat de ple les relacions en l'àrea formativa i en el mercat laboral. Actualment, els qui estan connectats a la xarxa tenen al seu abast un recurs barat i accessible de localitzar les oportunitats d'ocupació a qualsevol lloc del món. Si bé a Internet es poden trobar ofertes directes de treball, és més habitual que les propostes de feina arribin a través d'institucions que actuen d'intermediàries, ja siguin agències privades virtuals, entitats públiques, empreses de treball temporal, publicacions d'anuncis classificats, etc.

D'entre les agències d'ocupació, hi ha Monster <www.monster.es>, web d'ocupació líder en el món amb més de 460.000 ofertes i 19 milions de visites, o Jobpilot <www.jobpilot.es>, que, com la resta de pàgines d'aquest sector, ofereixen els continguts en castellà. Seria interessant aconseguir que oferissin els serveis també en català per la incidència que tenen entre les empreses de selecció de recursos humans. N'hem trobat una de més modesta que és en català: la Guia del treball <www.guiatreball.com>.

Pel que fa a les entitats públiques amb ofertes d'ocupació a Internet en català, cal esmentar el Servei Català d'Ocupació del Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya, que ofereix un servei per trobar feina des de la pàgina de Televisió de Catalunya <www.tvcatalunya.com/trobafeina>. Des del web mateix del Departament de Treball <www.gencat.es/treball>, també s'accedeix a una base de dades que conté un bon nombre d'ofertes de treball. Així mateix, cal tenir present el directori d'oferta pública d'ocupació de totes les administracions que ofereix la pàgina de la Generalitat <www.gencat.es/administracio/accesfp.htm>.

D'altra banda, encara més immersos en el món de les noves tecnologies, avança amb molta força el teletreball, modalitat de treball que no solament significa no haver de sortir de casa sinó que permet revitalitzar zones geogràfiques poc poblades. A Catalunya, i amb el suport de les diverses administracions, s'han inaugurat recentment tres telecentres situats al Pla de l'Estany, la Vall de Ribes i el Lluçanès, els quals pretenen facilitar l'ús de les noves tecnologies i les noves eines de treball als sectors més allunyats dels centres urbans. Podeu trobar més informació sobre aquests centres i els serveis que presten a: <www.telestany.com>, <www.televall.com> i <www.teletreball.org>.

Per un altre costat, a Internet es pot trobar multitud d'informació relacionada amb l'adquisició o el lloguer d'un habitatge. I a fe de déu que n'estalvia, de feina; qui no recorda amb una certa ansietat les anades i vingudes per trobar aquell pis tan desitjat? Per això, la xarxa esdevé el lloc idoni perquè els diferents portals especialitzats en les ofertes de compra, lloguer o altra informació immobiliària (taxacions, assegurances, simuladors d'hipoteques, etc.) s'hi desenvolupin a un ritme creixent. La tecnologia informàtica associada a Internet (delimitació de consultes a bases de dades, reproducció gràfica dels immobles, etc.) permet estar a les empreses a l'alçada de gairebé totes les expectatives dels usuaris llevat d'una: les principals webs són en castellà (<www.anuntis.com> o <www.segonama.es> que hi remet també, <www.comprarcasa.com>, <www.cercasa.com>, etc.) algunes altres, amb dimensions més petites, en català <www.creativeweb.es/inmoweb>.

4.6. *Contractar viatges*

Un dels negocis que ha arrelat amb més força a la xarxa és la contractació de viatges. Es preveu que a Europa la indústria d'aquest sector a Internet multiplicarà per tres els ingressos (gairebé dos bilions de pessetes) l'any 2002. Aquesta mena de transaccions virtuals triomfen perquè permeten comparar preus i estalviar en el cost dels viatges i també de les estades a hotels, càmpings, albergs i cases de turisme rural.

A hores d'ara hi ha una munió d'agències de viatges amb oficines virtuals a Internet, algunes amb noms tan catalans com Marsans <www.marsans.es> o Barceló <www.barcelo-viajes.es>, però amb webs íntegrament en castellà. Pel que fa als hotels, les cadenes amb web ofereixen servei de reserves en castellà i anglès (<www.solmelia.com>, <www.nh-hoteles.com>), com també hi ha els que ofereixen altra informació per correu electrònic (<www.cataloniahotel.com>).

En el cas de les agències creades *ex profeso* per a la xarxa (<www.muchoviaje.com>, <www.mundoviaje.com>, <www.expedia.com>, <www.amadeus.net>) són en castellà o en anglès o bé en les dues llengües. N'excelleix eDreams <www.edreams.es>, que és probablement la més potent del sector i que, a més d'oferir tota mena de serveis relacionats amb els viatges, és molt representativa del que succeeix amb les empreses digitals: sol haver-hi al darrere grups econòmics transnacionals de molt pes. En el cas d'eDreams té el suport de les majors societats inversores nord-americanes i europees: Apax Partners <www.apax.co.uk>, Atlas Venture <www.atlasventure.com>, BSCH <www.bsch.es>, Doll Capital Management DCM <www.dollcap.com>, Partners <www.net-partners.com> i 3i <www.3i.co.uk>.

En viatges, les empreses de transports de viatgers més grans ofereixen comprar els bitllets per Internet. La majoria ofereixen els serveis en castellà (<www.iberia.es>, <www.spanair.com>, <www.buquebus.com>, <www.trasmediterranea.com>), excepte en el cas de les ferroviàries: Renfe <www.renfe.es>, que ofereix en les llengües autonòmiques únicament els horaris d'alguns trens, i Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya <www.fgc.catalunya.net>, que ofereix tota la informació en català. Pel que fa a les empreses de transports de viatgers per carretera, només algunes tenen la informació també en català ni que sigui, com en la majoria dels casos, en la segona opció de descàrrega: Sarfa <www.sarfa.es>, Alsina Graells <www.alsinagraells.es> i Eurolines <www.eurolines.es> (aquesta només amb un petit apartat sobre l'esquí!).

Pel que fa estrictament a informació turística de l'àmbit de Catalunya, hi ha disponible el cercador Turistex del Departament d'Indústria, Comerç i Turisme <www.gencat.es/turistex>, que permet consultar informació sobre allotjaments i recorreguts turístics, entre altres informacions. També es poden trobar pàgines en català amb informació de cases de turisme rural (<www.turismerural.com>, <www.agronet.org/agroturisme>, <www.lleidatur.es>, <www.cbrava.es/rural>, etc.).

Una curiosa iniciativa és la de Compartir.org <www.compartir.org>, un recurs dedicat a posar en contacte persones de diversos llocs del món que volen fer un trajecte en cotxe i tenen una ruta coincident. Cal destacar, a més, que el web permet consultar la informació en set idiomes, entre els quals hi ha el català. I ja no cal que els estudiants pengin la noteta al tauler d'anuncis de la facultat...

4.7. *Les entitats financeres*

Les entitats bancàries i altres entitats financeres, que són les organitzacions amb més olfacte per als negocis, s'han llançat a una ferotge competència en el realíssim mercat virtual d'Internet. Tots els bancs ofereixen accés gratuït als clients en línia i, de vegades, també obsequis inicials com ara accions borsàries o petites quantitats de diners. Els serveis mínims que ofereixen inclouen comptes corrents, dipòsits i transferències, i, com a avançats, préstecs, targetes, informació fiscal, xecs, plans d'assegurança i operativitat borsària, principalment. I, quan l'ús dels certificats digitals es generalitzi, es podran formalitzar tots els tràmits de contractació d'hipoteques sense sortir de casa; de moment, Internet ajuda a eliminar el monopoli de la informació que fins ara tenien les entitats (<www.tuhipoteca.es> i <www.ahorradinero.com> són comparadors que informen en castellà, i no en català, sobre 12 i 10 entitats respectivament, malgrat que el segon té la seu ubicada a Barcelona).

Els bancs que més han provocat la guerra de tipus d'interès (menys comissions i més interessos) són els estrangers: l'holandès ING Direct <www.ingdirect.es> i el britànic Evolvebank <www.evolvebank.com>. Han reaccionat amb els respectius productes virtuals, el BBVA (amb la seva marca virtual Uno-e, <www.unoe.com>), el BSCH (amb la marca Patagon, <www.patagon.es>), el Bankinter (amb eBankinter, <www.ebankinter.com>), Banesto (amb iBanesto, <www.ibanesto.com>) i Banc Popular (amb Popular-e, <www.bancopopular.es>). De tots aquests, només el Popular ofereix l'opció de consultar una versió catalana (incompleta, com passa sovint).

La resta de bancs ofereixen serveis de banca a distància per mitjà d'Internet, però no són pròpiament banques virtuals: Banc Sabadell (<www.bancsabadell.com>), que ofereix versió catalana però no pas en la primera descàrrega i Banco Pastor <www.bancopastor.es> en són dos exemples. A més, el Banc Sabadell ha posat en marxa, amb el Banc Comercial Portuguès, un portal denominat Managerland.com <www.managerland.com>, que ofereix a les petites i mitjanes empreses executar en línia només en castellà gairebé tota l'operativa bancària.

Pel que fa a les caixes d'estalvis, la majoria que operen bàsicament a Catalunya ofereixen serveis en català per Internet (per exemple, La Caixa, <www.lacaixa.es>, amb versió catalana i que s'adapta a la llengua per la qual hagi optat l'usuari en la primera visita, Caixa d'Enginyers, <www.caixa-enginyers.com>, i Caixa Laietana, <www.caixalaietana.es>, entre d'altres).

S'obren múltiples estratègies de catalanització de continguts i serveis d'aquestes entitats. És inaudit que les organitzacions que més creixen en

guanys econòmics no disposin de les versions multilingües dels seus portals virtuals i dels seus webs, sobretot si defensem, com hem fet al llarg de l'article, que l'opció plurilingüe sens dubte ajuda a vendre. I aquí no hauria de servir l'excusa que durant el 2000 els bancs van perdre 14.000 milions per haver invertit a Internet, ja que al mateix temps Bankinter, per exemple, continuava sent la quarta web més visitada de l'Estat (amb una mitjana de 2.000 internautes nocturns que pugnen per obtenir una elevada rendibilitat per a un dipòsit bancari).

4.8. *Els mitjans de comunicació*

Els mitjans de comunicació són ideals per aprofitar els grans avantatges i els baixos costos de producció que ofereix la gran teranyina informàtica mundial. Les possibilitats que s'obren per a la premsa escrita, la ràdio i la televisió són tan grans que d'aquí uns anys haurem de parlar d'uns altres mitjans de comunicació totalment diferents dels actuals.

Pel que fa a la premsa, la inversió que representa col·locar la informació a la xarxa és mínima perquè els continguts ja estan elaborats per al format paper. L'any 1995 neixen les versions digitals dels dos diaris que es publiquen en català: l'*Avui* <www.avui.com> i *El Periòdic* <www.elperiodico.com>. Aquests mitjans, a més de penjar diàriament l'edició, ofereixen una hemeroteca per poder accedir a edicions anteriors.

En canvi, no hi ha gaire mitjans que hagin nascut a Internet i hagin desenvolupat la seva tasca en aquest context. Sortosament, sí que és el cas d'INTRA-ACN, Agència Catalana de Notícies <www.noticies.net>, l'única agència informativa a Catalunya que, a més, disposa d'una tecnologia pròpia i d'unes valuosíssimes eines de suport lingüístic. El lloable objectiu d'INTRA-ACN és «cobrir el gran buit existent en el segment d'aquests mitjans de comunicació, formatejant-los a la mida de les seves necessitats tant uns continguts informatius que els seran de gran utilitat com uns serveis periodístics dels quals ara estan mancats».

Pel que fa a la ràdio, inicialment es podia pensar que Internet era la seva amenaça més directa. Però, a la pràctica, la ràdio ha sabut de moment valer-se de la tecnologia que li brindava la xarxa: actualment totes les emissores han posat a l'abast dels oients una adreça de correu electrònic o algun fòrum de discussió perquè puguin participar activament mitjançant les seves opinions. Aquesta situació ha originat que hi hagi dos models d'emissores a Internet: les noves, nascudes gràcies al baix cost que representa desenvolupar la seva activitat radiofònica únicament a Internet, i les tradi-

cionals, que han adaptat continguts i format a la xarxa. De les primeres, convé citar World Wide Radio <wwr.fm/catala/index.htm> perquè emet també en català sense que, en circumscriure la seva activitat a Internet, l'afecti cap precepte normatiu de caire lingüístic que l'obligui a fer-ho. D'entre les segones, que per ser competitives han hagut de completar la seva oferta amb un nou disseny estètic, continguts amb vídeo i altres recursos que fomentin la interactivitat, destaquem perquè emeten en català: Catalunya Ràdio, Catalunya Informació, Catalunya Cultura i Catalunya Música <www.catradio.es>; Com Ràdio <com-radio.com>; Ona Catalana <www.onacatalana.com/index1.htm>; Rac 1 <www.rac1.com/>, i també alguns programes en desconnexió per a Catalunya d'algunes emissores estatals (<www.rtve.es/rne/r4/index.htm>, <www.cope.es>, <wwr.fm/cadena100bcn>).

Però, a diferència de l'emissió en àudio, més assequible i més assolible des de qualsevol ordinador, l'emissió de televisió per mitjà d'Internet exigeix uns requeriments extrems tant per a les televisions que vulguin emetre com per als espectadors que vulguin apuntar-s'hi: cal un bon ordinador amb força memòria i també programari específic per poder veure televisió en línia i amb qualitat de visió. Televisió de Catalunya <www.tvcatalunya.com> té presència a la xarxa des del 1995 i es va avançar així a la resta de televisions de l'Estat espanyol.

Tanmateix, quan la televisió i Internet convergeixin definitivament es produirà un canvi tecnològic important. De moment, el PC no pot competir amb els aparells tradicionals per veure a través seu la televisió. Les tres empreses que actualment ofereixen transmissió de televisió per Internet (Real Networks <www.realnetworks.com>, Apple <www.apple.com> i Microsoft <www.microsoft.com/spain>) utilitzen el sistema *streaming* (agrupació de paquets d'informació que es carreguen de manera entrellaçada, l'un darrere l'altre, a l'ordinador receptor) i la recepció no és gaire bona. Aquest problema se solucionarà augmentant l'actual amplada de banda de la connexió a Internet. Els primers passos els està donant la connexió per cable: a l'Estat cal citar l'experiència de Quiero tv <www.quierotv.com>, que s'ha convertit en un referent amb la seva plataforma d'emissió digital terrestre (mitjançant el televisor ofereix un comandament a distància propi amb el qual es poden seleccionar canals, navegar per la xarxa o accedir al correu electrònic). A Catalunya, el referent és l'empresa Menta, Cable i Televisió de Catalunya, SA <www.menta.net>, que cableja gran part de les poblacions mitjanes catalanes, ofereix serveis de telefonia, televisió i Internet a través del cable. Aquests tres serveis els ofereix també en català malgrat que, en les dues

revistes que editen per anunciar la programació de la tv, el català hi és present només en un 20 % aproximadament en la primera (programació de la tv) i en un 10 % en la segona (comercialització de productes estil «teletienda»).

Hem volgut insistir especialment en el moment en què es produeixi la tan desitjada unió entre els aparells de televisió i Internet. Serà llavors quan serà possible enviar missatges o gravar qualsevol emissió d'Internet, cable o satèl·lit amb un únic comandament a distància i un sol receptor. Les possibilitats que s'obren són immenses.

4.9. *Els llibres, la música, els museus i altres*

Un altre recurs força usat a la xarxa són els *e-books*. Actualment, en alguns portals es distribueixen llibres electrònics (*e-books*) a un preu considerable, mentre que d'aquí a uns deu anys els llibres seran millors i a preus més baixos. Els experts consideren que no tots els llibres editats en suport paper deixaran d'existir, sinó que probablement els que més ho faran seran els destinats als estudiants, que portaran terminals a classe on carregaran llibres actualitzables cada any. Comptat i debatut: podrem tenir, si així ho volem, la biblioteca d'Alexandria al menjador de casa!

En el món de l'edició del llibre electrònic, trobem en català les experiències del grup Enciclopèdia Catalana (que ofereix a <www.grec.net/llivirt/mp.pgm?F=HALL>, des de març de 2001, llibres digitals gratuïts i de pagament per ser llegits amb el lector Microsoft Reader) i la pàgina Badosa.com <www.badosa.com>, que va ser el primer projecte editorial en català a la xarxa i pàgina pionera en oferir continguts per a diversos recursos lectors digitals (l'esmentat Microsoft Reader per a lectura en pc i l'aparell de lectura específica Rocket eBook, ara Gemstar). I és que hi ha dos programes lectors d'*e-books* gratuïts que es disputen actualment el mercat: el ja esmentat Microsoft Reader <www.microsoft.es/reader>, disponible en castellà des del 23 d'abril passat, i l'Acrobat eBook Reader <www.adobe.com/products/ebookreader/main.html#>. Mentre l'Acrobat Reader reproduïx amb la veu el text o una selecció de paraules, però sols en anglès (com la resta del programa) i en Windows 2000, el Microsoft Reader té aquesta funció disponible també en espanyol. Un exemple de pes, també en llengua espanyola, és la llibreria virtual Veintinueve, impulsada pel Grup Planeta <www.veintinueve.com>, portal desenvolupat per Microsoft i inaugurat el passat Sant Jordi. Des de la pàgina, Planeta ofereix de franc la descàrrega del programa Microsoft Reader (disponible per a pc de so-

bretaula, portàtils, Pocket PC, l'agenda de butxaca Palm i, properament, per als sistemes operatius Macintosh o Linux).

La lectura digital fomenta la interactivitat del lector: per exemple, des de <www.literactiva.com> es proposa que els escolars redactin capítols d'algun dels seus llibres escrits en castellà per diversos autors (alguns catalans). En el cas dels llibres en català de l'editorial La Magrana, també hi ha una certa interactivitat quan des d'una de les pàgines <www.magrana.es:/magrana/mv.html> els lectors accedeixen a la part pràctica en pdf dels quaderns de lectura que han d'emplenar a partir del que han llegit. Amb tot, malgrat la profusió de recursos tècnics per als llibres digitals (per a PC, agendas digitals PDA i dispositius especials com el Rocket), el desenvolupament de la lectura electrònica es desenvoluparà en els propers anys. Serà, doncs, beneficiós preparar l'edició electrònica de llibres en català.

Majoritàriament, no obstant el que hem explicat, les webs de les editorials catalanes a Internet es dediquen a l'exposició (<www.grup62.com>, <www.enciclopedia-catalana.com>) i a la venda de llibres en suport paper (<www.grec.net/llivirt/mp.pgm?F=HALL>, <www.puntdellibre.com>).

Àdhuc, cal mencionar les pàgines web relatives a la literatura en llengua catalana. De mica en mica, a les editorials també s'han afegit universitats, biblioteques, associacions d'escriptors i portals informatius com Vila-web per recollir informació sobre els escriptors catalans i les seves obres. A tall d'exemple: l'Institució de les Lletres Catalanes <cultura.gencat.es/ilc/qqq/index.asp>, el portal Lletra creat des de la UOC <www.uoc.es/lletra/cat/index.html>, amb recursos fins i tot d'àudio i vídeo, i l'Associació d'Escriptors en Llengua Catalana <www.escriptors.com>. Ensenms cal fer esment de serveis específics d'investigació filològica, com Traces <www.traces.uab.es/tracesbd>, que és una completíssima base de dades sobre llengua, literatura, teoria lingüística, teoria literària i traducció.

Un altre recurs que es pot obtenir mitjançant Internet és la música. La distribució de música digital és un dels serveis més exitosos dels que s'han covat a l'entorn Internet i ha aconseguit popularitzar el format mp3 en la reproducció de peces musicals als ordinadors. L'empresa Napster, amb 64 milions d'usuaris, acusada de no respectar els drets d'autor, n'ha estat el paradigma. L'agonia de Napster ha donat pas al sorgiment d'un conjunt de webs que fan servir el sistema de tramesa d'arxius *peer to peer* —P2P— (port a port) que permet enviar no sols arxius en format mp3, sinó tot tipus d'arxius. La dispersió d'aquesta oferta fa que, de moment, no hi hagi cap empresa que hagi assolit l'aclaparador èxit que Napster va tenir en el seu moment. Alguns serveis d'intercanvi d'arxius són: Lime Wire <www.limewire.com>, iMesh <www.imesh.com>, Bearshare <www.bearshare.com>.

com>, WinMx <www.winmx.com>, Morpheus <www.musiccity.com>, Audiogalaxy <www.audiogalaxy.com> i KaZaZ <www.kazaa.com>.

Sobre el consum d'aquests béns culturals (llibres i música) amb drets d'autor i els corresponents *copyright*, la Comissió Europea va aprovar al primer trimestre de 2001 la directiva sobre els drets d'autor en la societat de la informació <europa.eu.int/eur-lex/es/com/dat/1999/es_599PC0250.html>. Aquesta directiva estableix que el dret exclusiu de reproducció, comunicació i distribució pertany als artistes, intèrprets, productors i empreses de radiodifusió. El servei Napster tampoc no és legal, doncs, a Europa. Tanmateix, és una norma plena d'excepcions. Permet «les reproduccions en qualsevol suport efectuades per una persona física per a ús privat i sense fins directament o indirectament comercials, sempre que els titulars dels drets rebin una compensació equitativa» que haurà de determinar cada Estat a la manera, per exemple, de la taxa que la Societat General d'Autors (SGAE) ja cobra per cada cinta d'àudio verge que es comercialitza. També deixa que les obres d'autor s'usin per a fins educatius o d'investigació i també que els proveïdors de serveis d'Internet i els operadors de telecomunicacions reproduueixin determinats materials «sempre que sigui en benefici dels consumidors», per exemple, salvant les distàncies oceàniques, hipotèticament s'hauria autoritzat la còpia en un altre servidor de la informació que el Congrés nord-americà va publicar a la xarxa sobre les investigacions del cas *Lewinsky*.

Un altre servei cultural consultable en línia el constitueixen els museus. Aquí la temàtica torna a facultar la tecnologia informàtica (recorreguts virtuals, reproducció de les obres d'art i de tots els racons dels edificis) com passava amb els habitatges en l'apartat 4.5. En aquest camp, la presència del català està associada a la seva localització territorial i a les institucions amb qui estan vinculats. Amb seu a Catalunya, trobem museus amb pàgines que, tot i ser multilingües, carreguen per defecte les versions catalanes, com és el cas de la Fundació Gala-Dalí <www.dali-estate.org> o el del Museu d'Art Contemporani de Barcelona <www.macba.es>, i d'altres que permeten triar la llengua cada cop que s'hi accedeix, com ara la Fundació Joan Miró <www.bcn.fjmiro.es> i el Museu Egipci de Barcelona <www.fundclos.es>. Així mateix, n'hi ha alguna altra només en català, com la del Museu Nacional d'Art de Catalunya <www.gencat.es/mnac>, i alguna només en castellà, com el Museu Thyssen-Bornemisza [i no superat (només pel punt)] <www.museothyssen.org>.

En aquest apartat, hi encabim altres recursos d'esbarjo. D'entre els que tenen una connotació més cultural, trobem institucions amb la pàgina web només en català, com ara l'Aquàrium de Barcelona <www.aquariumbcn>.

com>, o en català, castellà i anglès, com el cas del Zoo <www.zoobarcelona.com>, que a més us deixarà contemplar el Floquet de Neu en directe. Hi ha altres pàgines web que tracten temes per a afeccionats a determinades activitats: el món del motor (cal citar <www.catmoto.com>, íntegrament en català), de l'esport, etc.

4.10. *Jugar i aprendre*

Internet pot esdevenir una eina de molt ajut en els estudis i en l'aprenentatge dels infants. És simptomàtic que als Estats Units és a l'hora dels deures quan hi ha més tràfic infantil a la xarxa. La interactivitat és un recurs que atrau de ple els nens: deixen de ser mers espectadors, com passa a la televisió, i es converteixen en personatges actius de la comunicació amb l'ordinador.

La xarxa ofereix un munt de possibilitats lúdiques i formatives. Els més petits poden jugar partides d'escacs o de dames contra la màquina, llegir o escoltar contes, crear les seves històries submergint-se en un món fantasiós, poden conèixer més dels seus ídols i herois esportius o artístics, etc. En el vessant més estrictament formatiu, poden accedir a informació sobre temes variadíssims, coneixements anecdòtics (l'animal més llarg del món, què fan les plantes carnívores...) i notícies d'actualitat a tot el món; també hi poden practicar idiomes, consultar diccionaris i enciclopèdies, visitar museus o escoltar peces de músics reputadíssims de tots els temps, resoldre problemes de matemàtiques, fer activitats d'experimentació, etc. Aquestes activitats ludicoformatives creen processos de socialització en els infants, de la mateixa manera que, quan també a través de la xarxa, poden conèixer i participar en la cura del medi ambient o en les tasques solidàries que duen a terme les diferents ONG (la majoria de les quals, per cert, amb webs no disponibles en català: (<www.intermon.org>, <www.medicusmundi.es>, <www.greenpeace.es>, etc.) a tot el món.

Malgrat els enormes avantatges d'Internet per als infants, encara cal vèncer les objeccions de molts pares que posen pegues per connectar-se a la xarxa a causa del cost telefònic que comporta i també dels continguts a què es pot accedir i que són propis d'altres edats. El futur de com serà la xarxa està en els *clickerati generation*, és a dir, en els cibernautes de la generació dels 90.

Per això, és imprescindible concentrar esforços i recursos en els continguts en català adreçats a aquestes franges d'edat. Ens hi va el futur. A la xarxa es poden trobar diverses iniciatives, del tot lloables però encara minses

en comparació amb la presència del castellà, com el Programa d'informàtica educativa de la xarxa telemàtica educativa de Catalunya (XTEC) de la Generalitat de Catalunya, les iniciatives de la Fundació «la Caixa» <www.educalia.org>, la companyia Barcelona Multimedia <www.bcnmultimedia.com>, la de Cromosoma TV Produccions i Espais Telemàtics <www.lestresbessones.com>, el Consorci per a la Normalització Lingüística <www.cpnl.org/jocs> o la de la Televisió de Catalunya <www.tvcatalunya.com/super3/nivell8.htm>.

La clau és, com en els altres sectors comentats, crear demanda de jocs i altres productes educatius per a Internet i per a l'ordinador, ja que els continguts dels CD-ROM formatius es complementen sovint amb connexions a Internet per avaluar resultats, fer consultes més específiques, etc. És del tot necessari promoure que hi hagi productes CD i DVD en català (la col·lecció de Zeta Multimedia hauria d'haver estat tota en català per l'àmplia difusió que té) i convèncer altres webs infantils en llengua castellana (<www.santillana.es>, <www.pequenot.com>, <www.menudos.net>, <www.pipoclub.com>, etc.) que oferir els continguts en català no és gens costós i genera valor afegit. El públic infantil està escolaritzat en català i aquest fet ha de provocar forçosament consum de serveis en CD, DVD i Internet en català.

Els tradicionals jocs de taula (escacs, mus, trivial, solitari, etc.), amb tanta presència en el món de la informàtica, haurien de disposar així mateix de versions en català (per exemple, <www.zones.com>, <www.kalga.net>). Com es comenta en l'apartat de conclusions, els jocs amb opció multijugador a Internet formen part d'aquesta nova manera no presencial de comunicar-se (com els xats, etc.) que caldrà tenir molt en compte.

Per acabar, tal com comentarem en l'apartat següent, els jocs de concurs constitueixen un atractiu cabdal a l'hora de captar l'interès dels possibles visitants de pàgines web. Ofereixen sucosos premis a canvi de suportar la presència d'ingents desplegaments publicitaris d'empreses i, com que persegueixen conèixer al màxim el perfil dels visitants, demanen, abans de començar els concursos, que s'empenin formularis llarguíssims. En espanyol ha sorgit una iniciativa curiosa i força imaginativa: el web Consursator <www.consursator.com>. Només enregistrant-se un sol cop i amb poques dades, s'accedeix a gairebé 40 concursos en llengua espanyola.

4.11. *Serveis perifèrics per enriquir el servei principal*

S'ha comentat que cal evitar cenyir-nos a la pàgina web en si quan ens referim a Internet i hem vist com altres aplicacions en suport Internet potencien el caràcter viu i dinàmic d'aquesta tecnologia. Aquestes aplicacions possibiliten, com ja hem vist, que el servei principal (o *nuclear*, que és el terme en màrqueting) es pugui oferir en diversos serveis que el fan més atractiu al visitant o usuari: és a dir, al costat de la informació de la web, podem trobar una adreça de correu electrònic de l'administrador de la pàgina, un fòrum (grup de discussió) o un servei de *newsletters* per comunicar-nos, parlar o estar assabentat del servei que ofereix aquella empresa o persona responsable de la web. A més, fins i tot si ens referim a les pàgines web estrictament com a catàleg d'informació, tenim diversos recursos —que esmentarem més endavant— que poden ajudar a incrementar el nombre de visitants: principalment la publicitat i les tècniques del màrqueting electrònic com ara les cibertires (*banners*), la personalització dels menús de la pàgina (com permet el web de La Caixa, <portal.lacaixa.es/portal/idioma.htm> o el del Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació de la Generalitat, <dursi.gencat.es>), etc.

Ara bé, si el que es desitja és aconseguir captar l'interès del visitant i que hi romanguí més temps, caldrà plantejar-se, continuant amb la metodologia del màrqueting, que hi hagi uns serveis *perifèrics*, els quals, tot i no ser la raó primera de l'existència del web, sí que poden en canvi ajudar a satisfer la finalitat del servei nuclear o principal. Aquests serveis perifèrics poden ser productes útils i atractius (per exemple, una calculadora financera d'hipoteques o un simulador d'inversions a borsa en un web d'un banc) o bé serveis renovables periòdicament (com ara els horòscops, els acudits o alguna altra informació puntual específica per al visitant d'aquell web). Uns altres serveis perifèrics són l'organització de petits concursos (amb llistes de guanyadors), la inserció gratuïta d'anuncis classificats o bé la tramesa de postals des del web.

Aquest últim recurs, la tramesa de postals, fa ús d'una altra aplicació Internet, el correu electrònic (*e-mail*), i s'ha convertit en un fenomen molt popular perquè és una via senzillíssima per arribar als éssers estimats i transmetre'ls els millors desitjos. El lloc més conegut entre els internautes és probablement Blue Mountain <www.bluemountain.net>, del qual ja hi ha una versió espanyola <www.es.bluemountain.com>, però cap de catalana. Hi ha molts altres llocs que ofereixen la tramesa gratuïta de postals en castellà (<www.latincards.com>, <postales.amigar.com>, <postales.terra.es>, <www.ya.com/postales>) i no en català tret d'alguna pàgina pe-

tita o d'altres que ofereixen el servei en dates assenyalades (Sant Jordi, Nadal...).

De fet, la majoria de portals web ofereixen uns mateixos serveis mínims de franc per captar usuaris (per a serveis personals o petits negocis) i fidelitzar-los perquè visitin el web contínuament: *webmail* (correu web), espai lliure al disc dur (20-30 Mb normalment) per allotjar-hi una web personal i tramesa de missatges sms (*short messages service* o servei de missatges curts) a telèfons mòbils (en català: <www.catalunyaonline.com/sms>, <inici.com/mobil/mobil.htm>). A la xarxa, Geocities <geocities.yahoo.com/home> era un web de referència fins que el va absorbir Yahoo. En català hi ha hagut també, a més dels portals més coneguts i que s'han anat citant al llarg del treball, algunes experiències fallides de portals web complets (Larc.net).

Uns altres portals van més enllà i ofereixen serveis gratuïts més avançats per a l'organització de tasques personals. Per citar exemples dels més coneguts, Yahoo <es.calendar.yahoo.com/yc/es> i Hotmail <www.hotmail.com/es> van sorgir pels volts de 1996 donant només correu electrònic de franc des dels seus portals. Després van fer possible que els usuaris poguessin disposar d'una agenda electrònica, de llibreta d'adreces i de blocs de notes. Més tard hi van afegir la possibilitat d'emmagatzemar àlbums de fotografies i d'encabir-hi també pàgines web pròpies dels usuaris i gratuïtes. A partir del 1999 ja van oferir una oficina en línia completa (escriptoris virtuals amb eines com tractaments de textos i fulls de càlcul).

En definitiva, és, doncs, crucial insistir en la disponibilitat de serveis perifèrics en català que *enganxin* (en anglès, *web sticky*) l'usuari internauta.

5. LES CAMPANYES DE CATALANITZACIÓ D'INTERNET

Una mostra del que abans comentàvem en relació amb el terme *glocalització* es fa palesa amb diverses campanyes que s'han produït en el transcurs del temps i que tenen com a eix vertebrador la defensa de la llengua catalana o dels símbols que identifiquen Catalunya.

Una de les campanyes que més seguiment ha tingut ha estat la de reclamar el domini *.ct* per als usuaris de Catalunya. Malgrat que no s'ha traduït en cap resultat efectiu, ja que a hores d'ara encara no s'ha creat aquest domini, sí que hi ha hagut alguna solució per fer que, mitjançant un petit truc, puguem veure les nostres pàgines amb el domini que tant hem reclamat. Podeu trobar el truc i altres dades relatives a aquesta campanya a: <www.domini-ct.org> o a <www.nic.ct.tt>.

Potser aquesta és la campanya que ha fet més soroll, però n'hi ha hagut d'altres com la de penjar una senyera a la pàgina web l'11 de setembre: <teranyina.net/diada.ct/11setembre.html>, o la campanya Indexem en català: <www.iula.upf.es/altres/pub/indexem/indexem.htm>.

Mitjançant la tramesa de missatges de queixa, han tingut lloc darrerament diverses campanyes amb resultats satisfactoris: la de l'entitat Plataforma per la Llengua per a la catalanització de la premsa diària gratuïta i, com s'ha explicat en els apartats 2.1 i 3.2, la de la inclusió del català als cercadors Google i Altavista.

6. UNES CONCLUSIONS [GENS VIRTUALS]

6.1. *Entorn mundial i local*

Els treballs d'investigació sociològics sobre la presència del català a Internet han de tenir en compte que la xarxa està inserida en un entorn multilingüe, on el fenomen global es combina i s'encavalca amb el local. Encara que en el full de comanda de la reproducció d'un moble vuitcentista a una ebenisteria de Taiwan especificarem que encarreguem *a piece of furniture*, no hem d'oblidar que la llista de compra dels queviures l'acabarem passant com sempre al supermercat de la cantonada i que hi hem de poder anotar: sabó per a rentar plats, carxofes, recuit, fruita seca... Tot i amb això, en una societat com la nostra tendent a la bilingüïtzació, a Internet l'objectiu principal de la normalització del català continua sent vèncer la inèrcia de *comunicar-se en castellà per arribar a abastar així més destinataris*.

6.2. *Ús del català en serveis útils d'Internet*

De manera semblant com passa en la resta d'àmbits socials, per estudiar l'ús de la llengua catalana a Internet, a més d'observar que les organitzacions i les persones tinguin disponible la pàgina web en català a la www (és a dir, que el *paisatge* estigui catalanitzat), serà imprescindible mesurar l'ús de la llengua en els serveis, en aquelles aplicacions que permetin la participació activa de l'internauta (formularis, xats, fòrums, llistes de distribució, correu electrònic, reconeixadors de parla, síntesi de la veu, etc.). Aquesta idea és importantíssima perquè la nova informàtica relacionada amb Internet provocarà un canvi cultural, tecnològic i, fins i tot, del model de negoci. Es van creant aplicacions que faciliten la mobilitat dels usuaris que es connecten als portals de serveis d'Internet (com ara llogar cotxes,

reservar hotels o bitllets d'avió des de qualsevol lloc) mitjançant aparells amb cables o sense. Ara ja no solament es tracta d'emmagatzemar informació a la *www* i saber que pot estar disponible en diverses llengües, sinó també si el català és present en els serveis útils que s'ofereixen per accedir-hi des de qualsevol lloc.

6.3. *Catalanització de serveis d'Internet dins i fora de l'àmbit territorial català*

A Internet no podem advocar, com en la resta d'àmbits on fins ara ens plantejàvem la normalització de la nostra llengua, perquè el català esdevingui llengua d'ús comú en l'àmbit territorial català ja que el factor territori no és determinant i moltes vegades desconixerem si les persones o organitzacions amb qui ens interrelacionem estan ubicades en territori català. Si ho estan i ho sabem, ens podem plantejar de mantenir una actitud activa i usar en tot moment el català malgrat que els formularis i altra documentació no ens hagin convidat a fer-ho (allò a què estem tan acostumats els parlants de llengües minoritzades). Si no ho està, l'empresa o persona que ofereix serveis i/o continguts a la xarxa, en l'afany d'estendre el radi d'acció, haurà de procurar oferir-los en la llengua pròpia dels possibles usuaris/interlocutors, per bé que l'anglès pretengui assolir en aquest medi el rang de llengua franca. Sobre això últim, també a Internet les persones o organitzacions que ofereixen informacions o serveis han de conèixer quin és el seu *target* (el seu possible públic objectiu) i aprendre a segmentar-lo per també oferir-los serveis en la seva llengua i poder, així, satisfer les seves expectatives.

6.4. *Importància dels usos interpersonals a Internet*

I és que el fet que els internautes es relacionin a través d'un canal com Internet, sense que hi hagi contacte presencial, dóna lloc a una manera específica de comunicar-se (pensem, per exemple, en els xats o en els jocs amb opció multijugador). Les estratègies lingüístiques per incidir-hi, a diferència del que s'esdevé en la majoria d'àmbits on fins ara estàvem acostumats a planificar actuacions lingüístiques, hauran d'estar força relacionades amb els usos lingüístics individuals, interpersonals, i no pas amb els de caire més oficial. Seria interessant que s'impulsessin treballs que estudiesin més a fons aquesta qüestió.

6.5. *A Internet no tot és tan espontani com sembla: cal conèixer les estratègies de comunicació i màrqueting*

Observem, doncs, com, en aquesta matèria, són d'importants els usos lingüístics individuals dels internautes i que —allò tan repetit en les *biografies* que expliquen l'origen de la xarxa— Internet no admet regulacions externes que perseguixin canviar-ne el desenvolupament. Actualment se'ns fa difícil imaginar una norma jurídica per promoure-hi l'ús del català. Tanmateix, el ritme vital d'Internet no és espontani ja que es veu afectat per les múltiples estratègies que organitzacions i particulars hi despleguen, concretades en el món comercial i en el personal en una sola missió: obtenir dades d'usuaris que permetin ajustar les seves activitats per poder-hi incidir reeixidament. Aquestes estratègies relacionades amb la comunicació digital, bàsicament el màrqueting electrònic i la publicitat, poden servir satisfactòriament per impulsar el català a la xarxa, fins i tot des del sector públic. Però aquest últim tema, per la densitat de continguts, podria ser perfectament objecte d'un altre treball o article específic.

6.6. *Oportunitats i mancances del català a Internet*

Així mateix, com ha comentat l'article, hi ha algunes circumstàncies avantatjoses que cal aprofitar perquè col·laboren a fer del català una llengua d'ús comú en la comunicació dels internautes catalans. Hi ha un conjunt de persones i institucions, com els citats en l'article (Vilaweb, Softcatalà, Infonomia, uoc), que en són uns bons exemples. Com també ho és, al nostre parer, que hi hagi un domini estatal (*.ad*) per a un Estat que té el català de llengua oficial: Andorra. Però també és convenient que es creïn associacions d'internautes i usuaris que vetllin pels drets (lingüístics, inclosos) dels usuaris catalans a Internet.

6.7. *El voluntariat i l'acció cívica són encara necessaris*

De manera simultània, cal encara l'activisme i el voluntariat lingüístic que puguin *desfuncionaritzar* les accions catalanitzadores i que s'enfrontin al concepte estatalista que regeix l'atorgament de dominis nacionals d'Internet. Aquí en són exemples la campanya per aconseguir el domini *.ct* i les valuoses campanyes digitals d'entitats com Plataforma per la Llengua, aquestes últimes amb resultats ben satisfactoris.

6.8. Internet, al centre de l'estratègia lingüística

Com hem recordat al llarg de l'article, Internet contribueix a canviar el món i la història (confiem que a millor!). I diuen els entesos de la ISOC (Internet Society, organització que, com diu el seu lema, vetlla perquè *Internet sigui de tothom*) que la xarxa impactarà decisivament en les llengües i cultures al costat de l'educació, el desenvolupament econòmic, el teletreball, el sistema democràtic i un llarg etcètera. Cal potenciar, doncs, tots aquests aspectes positius que ha destacat l'article (i, quan escaigui, planificar-hi una estratègia) per impulsar-hi el català. Tot i que l'ús del català a Internet sembla que hagi de ser un reflex del que passa a la resta d'àmbits, convé aprofitar aquesta *aparent espontaneïtat* per procurar que el català hi sigui present com a vehicle d'ús comú entre els internautes catalans.

Un primer gran objectiu és aconseguir tenir un domini específic català a Internet: el *.ct*; certament, el domini facilitaria que els internautes catalans es poguessin sentir identificats amb una comunitat nacional concreta.

En segon lloc, cal que el conjunt d'empreses i institucions radicades a Catalunya o que ofereixen els seus productes i serveis a la població catalana prestin els seus serveis com a mínim en llengua catalana i que aquests continguts siguin els que es descarreguin per defecte en accedir a la pàgina tal com fan entitats de reconeguda incidència (<www.elprescriptor.com>, <www.tmb.net>, <www.comb.es>). O, si més no, que facin ús de les tècniques de personalització de les pàgines, per les quals o bé apareix primerament una pàgina multilingüe (<www.fcbarcelona.com/select—language.sps>) sols amb les opcions de tria lingüística (català, castellà, anglès, per exemple) i les vegades successives ja s'hi accedeix en la llengua triada per l'usuari, o bé, en el primer cop que es descarregui, apareix la versió catalana i en les oportunitats posteriors, la llengua feta servir en l'ocasió anterior. Aquest darrer sistema és el que utilitza el web del RACC <www.racc.es> i el de La Caixa <www.lacaixa.es> però a l'inrevés perquè, per defecte, el primer cop es descarreguen la versió castellana (igualment com fan les targetes de caixer automàtic de les entitats financeres perquè l'usuari triï la llengua en què vol ser atès). Encara més millorables són els usos lingüístics a webs d'altres entitats de renom perquè podrien esdevenir modèlics per a altres institucions, com l'escola de negocis ESADE <www.esade.es> o la del Banc Sabadell <www.bancsabadell.com>, que, tot i que tenen versió catalana, descarrega sempre en primer lloc la versió castellana. En canvi, hi ha webs d'altres organitzacions amb un alt valor simbòlic (El Corte Inglés <www.elcorteingles.es>, l'agència de viatges virtual eDreams <www.edreams.es> i la Borsa de Barcelona <www.borsabcn.es>, totes tres amb

seus importants a Barcelona) que no tenen ni un sol mot en català, i al mateix temps, també pel seu valor estratègic, destaquem que no hi ha disponibles gaires llocs web de contingut per a adults (serveis de sexe) en català. Com dèiem en la conclusió 5, per impulsar l'ús del català a Internet, és fonamental conèixer i dominar les tècniques de màrqueting i comunicació digital. D'altra banda, quan es donin les circumstàncies per fer-ho possible, seria molt interessant disposar d'un estudi sobre usos lingüístics d'empreses i clients internautes.

En tercer lloc, si aquestes organitzacions que opten per tenir un web amb continguts i serveis també en versió catalana, encara que es descarregui primer la versió espanyola, hem d'exigir que els continguts i serveis que s'hi ofereixin siguin, pel cap baix, els mateixos que s'exposen en la versió espanyola. Si no és així, l'usuari percep fàcilment aquesta manca de compleció i va directament a la versió sencera i presumiblement més actualitzada, l'elaborada en llengua castellana, i l'efecte de web multilingüe respectuós amb els drets lingüístics es pot girar en detriment dels usuaris. Aquest és el cas, per exemple, de la mútua Sanitas SA (<www.sanitas.es>), la versió espanyola sencera per defecte, i la catalana (<www1.sanitas.es/websanitas/cat/index.html>).

En quart lloc, i per cloure les conclusions relacionades amb les empreses i institucions afins, com hem observat, amb Internet ens trobem davant de l'eina ideal, si es vol, perquè les empreses que ofereixin serveis i productes al mercat català respectin els drets lingüístics dels clients catalans oferint continguts i serveis del web en català, i també perquè les que operin localment en terres de parla catalana en promoguin a la vegada l'ús preferent. Però, la xarxa també és l'instrument, a diferència dels mitjans més tradicionals, per fer més visible com les mitjanes i grans empreses estatals bandegen l'ús de la llengua catalana en les seves pàgines tot i que es tracta d'un recurs idoni —ho hem reiterat— per reflectir la realitat plurilingüe de clients, usuaris i ciutadans de territoris de l'Estat amb altres llengües pròpies distintes del castellà. Aquesta contradicció, per la qual el castellà esdevé a la pràctica la llengua franca de l'Estat que obvia, perquè no les necessita, les llengües territorials que són pròpies dels Països Catalans, Galícia i País Basc, resulta molt còmoda per a una majoria d'organitzacions (per comprovar-ho, només cal entrar a pàgines d'empreses com Danone (<www.danone.es>), Gallina Blanca (<www.avecrem.com>), Repsol YPF (<www.repsol-ypf.com>), etc.).

En cinquè lloc, l'Administració territorial catalana ha de promoure Internet i les noves tecnologies en català (Administració Oberta de Catalunya) com a garantia de l'augment de la qualitat de vida, d'integració i de la

participació dels ciutadans. Des d'aquest mateix àmbit ha de promoure que els infants rebin tota mena d'incentius per experimentar i formar-se en català amb les tecnologies informàtiques i facilitar productes multimèdia de formació i lleure en aquesta mateixa llengua. I, pel que fa a les pàgines web de les institucions de l'Estat (<www.senado.es>) que més proclius haurien de ser al respecte de les altres llengües oficials i també les dels ministeris (d'Administracions Públiques <www.map.es>, de Justícia <www.mju.es>, etc.) i altres organismes de l'Administració general de l'Estat, caldria impulsar accions a tots els nivells perquè incloguin les altres llengües oficials a l'Estat.

En sisè lloc, cal que les institucions i les unitats que es dediquen a tractar el català o a prestar serveis lingüístics en aquesta llengua facin un veritable esforç per estar a l'alçada del que requereixen els nous temps. Les possibilitats d'èxit de la llengua catalana estan associades a la capacitat que tinguem tots plegats de saber-la preparar per als usos lingüístics automatitzats que conviuran a la xarxa i a les aplicacions que es desenvolupin en aquest entorn. A tall d'exemple, en aquests últims mesos es parla molt dels programes reconeixedoros de veu en tant que facilitadors de la navegació per la xarxa; però aquests mateixos programes en pocs anys —uns sis o set— permetran a més traduir a l'idioma desitjat i en temps real les paraules que pronunciem. Cal, doncs, no adormir-se i marcar una política prioritària de preparació per a aquests nous aplicatius (elaboració de memòries de traducció, de bases de dades, etc.). Un exemple, que al nostre entendre va en la línia d'adaptar-se als requeriments dels nous temps, és la pàgina web de l'Institut d'Estudis Catalans i el PDL, Portal de Dades Lingüístiques <www.iec.es/pdl>, per la seva positiva incidència en la resta de recursos i serveis lingüístics a Internet.

7. LLISTA DE FONTS CONSULTADES

Per motius de concisió, hem exclòs d'aquesta llista les pàgines web consultades que ja hem citat al llarg de l'article. Al mateix temps, la frescor en els continguts de l'article ha estat possible gràcies precisament a la consulta de pàgines web i articles de diaris i revistes.

ABC «Los juzgados de lo Contencioso ensayan la tramitación judicial a través de Internet». (5 de novembre de 2000).

BARNET, Àlex. «La red cambia el mercado musical». Magazine de *La Vanguardia*. (1 d'abril de 2001).

- BRUGUERA, Enric. «Espais virtuals per a la política més real». *Avui*. (19 de juny de 1998).
- «Ciberm@s», suplement del dimarts de *Barcelona y m@s*. Multiprensa y más, SL. (1r trim. 2001).
- CLARES, Judith. «Escriptors on-line». Revista *L'Illa* (abril de 2001). Editorial Bromera (2001).
- Conéctate a las nuevas tecnologías* [76 fitxes]. Ediciones El País. (14 de gener de 2001-27 d'abril de 2001).
- CORNELLA SOLANS, Alfons; RUCABADO, Josep. *Les autopistes de la informació: descripció i impacte*. Proa/Columna. (1996). <www.infonomics.net/cornella/lindex3.htm>
- CORNELLA SOLANS, Alfons. Butlletí *Extra!-Net*. <www.infonomia.com>
- CORTÉS, Mireia; CORTÉS, Àngel; MARTÍN, Raquel. *Els fets més importants de l'Internet a Catalunya (1995-1998)*. Noticias.com / AUI. <www.noticias.com> / <www.aui.es>
- DIARI DE SABADELL. «Información inmediata a través del teléfono móvil». (14 d'abril de 2001).
- EL PAÍS. «Ciberp@ís mensual» (2000-2001).
- EL PAÍS. «Ciberp@ís semanal». <www.ciberpais.elpais.es>
- ESTEVE i AVILÉS, Antoni. «La teranyina a Catalunya: de la Infopista a Vila-web». <laviniatv.com/calaix/cxint962.htm>
- ESTUDIO GENERAL DE MEDIOS. «Datos generales de usuarios de Internet en España» (2001). <www.aui.es/estadi/egm/iegm.htm>
- FOLCH FOLCH, Albert. *Atrapats a Internet*. Editorial Empúries. <www.intercom.es/folch/internet/index.html>
- GALTÉS, Mar; PÉREZ, Encarna. «Cuentas para perder el miedo a la red», a «Dinero», suplement de *La Vanguardia*. (18 de març de 2001).
- Internet. Todas las claves para navegar* [132 fitxes]. 2000 Ediciones El País / Grupo Santillana de Ediciones, SA. (1999).
- JORDÀ, Alain. «Estrategia: Modelos de negocio para empresas 'normales'». ICT (2000). <www.ictnet.es/esp/servicios/noticias/novedades/articulos/92.htm>
- LA VANGUARDIA. Diversos articles a l'apartat «Sociedad» (1 d'abril de 2001).
- LLENGUA i ÚS. Apartat «La llengua a Internet» (des del número 15).
- LÓPEZ BLANCO, Myriam. «Medicin@ navegar.o.morir». *El Mundo* (4 de desembre de 1997).
- MAGALLÓN, Eduardo. «Hipotecas virtuales para muy pocos», a «Dinero», suplement de *La Vanguardia*. (22 d'abril de 2001).
- NIELSEN, Jakob. *Usabilidad. Diseño de sitios Web*. Editorial Prentice Hall.

- OBIOLS, Isabel. «La nova oficina». *El País* (15 de març de 2001).
(«Traces»: Una eina per a la investigació filològica». *El País* (19 d'abril de 2001).
- PALAREA, Jordi. «La virtualización de las empresas», a «Dinero», suplement de *La Vanguardia*. (22 d'abril de 2001).
- Ponències del Primer Congrés Global de Xarxes Ciutadanes*. Barcelona, 2-4 de novembre de 2000. <www.cnglobal2000.org>
- PROTOCOLOMEGA.COM. «Protocolo Omega. Como funciona». <www.protocolomega.com/funciona.html>
- RACC. *Racc Club* (abril de 2001).
- RAMOS, Rafa. «Les tecnologies de la informació als serveis lingüístics». *Llengua i Ús* núm. 14 (primer quadrimestre de 1999).
- REVENTÓS, Laia. «La UE aprueba la directiva sobre los derechos de autor en Internet». *El País* (19 d'abril de 2001).
- SANITAS SA. *Club Sanitas* [diversos números] (2000-2001).
- SANROMÀ, Manel. «Vinton Cerf, el geni que va il·luminar Internet». *El Periòdic* (29 de maig de 2000).
- SERRA, Artur. «Internet i Catalunya. Societat civil i següent generació Internet» (5 de maig de 1998). <cat.isoc.org/isoc/inetcat98/aserra.html>
- TELEVISIÓ DE CATALUNYA. Telenotícies Nit «Màster per a directius de l'Institut Químic de Sarrià (Eudald Domènech, coord.)» (13 d'abril de 2001).
- TERMCAT, Centre de Terminologia. *Societat de la informació. Noves tecnologies i Internet*. Barcelona: Entitat Autònoma del Diari Oficial i de Publicacions, 2000.
- VILARNAU I DALMAU, Joan. «Les llistes de distribució com a resposta a les necessitats de gestió de la informació». <www.uoc.es/web/cat/articulos/vilarnau/llistes-dist.html>

IS CATALAN VIRTUAL ON THE INTERNET?
REFLECTIONS ON THE PRESENCE
OF CATALAN ON THE NETWORKING
AND PROPOSALS TO INCREASE ITS USE

Jordi GRAELLS I COSTA
Núria VIVES I LEAL

The Internet has meant a revolution in the transmission of information and services. In the future, it shall affect every sphere of life. This new medium is one of the pillars of globalization, but, on the other hand, it is also the basis for a new *glocalization*, a communication system networking people and the entities of their immediate surroundings.

The Internet offers a language like Catalan, which has a limited sphere of influence, new possibilities, since new technologies incorporate multilingualism. Although English may tend to assume the role of lingua franca, the other languages also have access to the networks. The use and dissemination of Catalan shall depend in large measure on the demand created by the Catalans themselves. The Internet is not only a source of information, but also a channel for business, and businesses will adapt to the language demands of their potential customers. In networking, the willingness of individuals is essential, because establishing language market shares is by no means an easy task.

There are a series of providers that have a queries page in Catalan and many web pages from Catalan institutions and major companies use this language. The private sector is usually more reluctant to use Catalan. The arti-

¿ES VIRTUAL EL CATALÁN EN INTERNET?
REFLEXIONES SOBRE LA PRESENCIA
DEL CATALÁN EN LA RED Y PROPUESTAS
PARA INCREMENTAR SU USO

Jordi GRAELLS I COSTA
Núria VIVES I LEAL

Internet ha supuesto una revolución en la transmisión de información y servicios, y su incidencia afectará en el futuro a todos los campos de la vida. Este nuevo medio es uno de los pilares de la globalización, pero por otro lado también la base de una nueva *glocalización*, un sistema de comunicación en red entre personas y entidades del entorno cercano.

Internet ofrece a una lengua de ámbito reducido como el catalán nuevas posibilidades, puesto que las nuevas tecnologías incorporan el multilingüismo, y aunque el inglés tienda a asumir el papel de lingua franca, las demás lenguas también tienen acceso a las redes. El uso y difusión del catalán dependerá en buena medida de la demanda que hagan los catalanes. Internet no es solamente una fuente de información, sino también un canal de comercio, y las empresas se adaptarán a las exigencias lingüísticas de sus potenciales clientes. En las redes, la voluntad individual es esencial, porque difícilmente se pueden establecer cuotas de presencia lingüística.

Existen una serie de proveedores que ofrecen sitios de consulta en catalán y muchas páginas web de instituciones catalanas e importantes empresas utilizan esta lengua. El sector privado suele ser más reacio al uso del catalán. El artículo ofrece una larga lista de di-

cle offers a long list of Internet addresses on a far-flung collection of subjects: culture, justice, business, banks, etc. The most salient of these addresses, according to the article, are «vilaweb», which provides information on Catalonia and new technologies and has a Catalan-language browser, and «Softcatalà», a non-profit company that makes free Catalan-language software available to users.

recciones de Internet sobre todo tipo de temas: cultura, justicia, comercio, bancos, etc. Entre todas ellas destaca la existencia de «vilaweb», que informa sobre Cataluña, sobre nuevas tecnologías y dispone de un buscador en catalán; y de «Softcatalà», una asociación sin ánimo de lucro que pone a disposición del usuario *software* gratuito en catalán.

