

# Dossier

Què fem amb el patrimoni?

La Internet literària catalana. Balanç i perspectiva



# La Internet literària catalana. Balanç i prospectiva

**Teresa Fèrriz Roure**

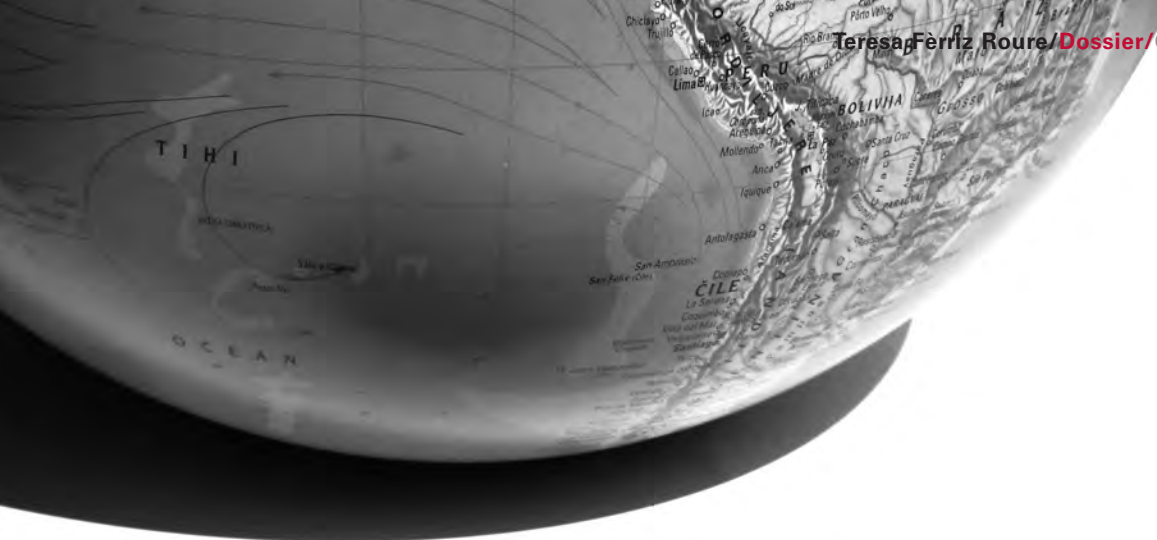
Directora de *IletrA*  
Universitat Oberta de Catalunya  
<mferrizr@uoc.edu>

## **Resum:**

L'article revisa i analitza l'evolució d'Internet i, especialment, de la Internet literària catalana. Es descriu un model inicial predominant de creació unidireccional de continguts on la digitalització s'adopta per millorar els processos de gestió interns i afegir valor als serveis que ja s'ofereixen als usuaris. I posteriorment es planteja un canvi de paradigma al tombant de segle, en què els espais virtuals s'apropien de totes les noves possibilitats que ofereix la xarxa com ara nous ginyes, la facilitat de generació de continguts multimèdia i la generalització d'estàndards. Aquest nou model imperant actualment es caracteritza, essencialment, per les relacions socials, la interacció. A partir d'aquest canvi de cicle es plantegen diferents reptes a la Internet literària catalana i es proposen una sèrie de propostes d'acció creatives i dinàmiques per ajudar a consolidar la xarxa literària del país en un futur immediat.

## **Paraules clau:**

Internet, web social, Internet literària catalana, web 2.0.



## La Internet literaria catalana. Balance y prospectiva

### Resumen:

El artículo revisa y analiza la evolución de Internet, especialmente la red literaria catalana. Se describe un modelo inicial predominante de creación unidireccional de contenidos donde la digitalización se adopta para mejorar procesos de gestión internos y añadir valor a los servicios que ya se ofrecían a los usuarios. Posteriormente, se plantea un cambio de paradigma a principios del siglo xx, dónde los entornos virtuales se apropian de todas las nuevas posibilidades que ofrece la red, nuevos *widgets*, facilidad de creación de contenidos multimedia y la generalización de estándares. Este nuevo modelo imperante actualmente se caracteriza, esencialmente, por las relaciones sociales, la interacción. A partir de este cambio de ciclo se plantean diferentes retos a la Red literaria catalana y se proponen una serie de propuestas de acción creativas y dinámicas para ayudar a consolidar la red literaria del país en un futuro inmediato.

### Palabras clave:

Internet, red social, Internet literaria catalana, web 2.0.

## The Catalan literatura Net. Balance and foresight

### Abstract:

The article reviews and analyses the evolution of the Internet, specifically the Catalan literature Net. It describes an initial model of unidirectional creation of contents where the digitalization is mainly applied for improving the internal process management and adding value to the existing services already offered to their users. Then it is stated a paradigm change where Internet offers new possibilities with widgets, easier ways of multimedia content creation and the spread of standards. This model is essentially characterised by the social interactions. New handicaps are foreseen for the Catalan literature Net and innovative and dynamical proposals for the nearest future are proposed.

### Keywords:

Internet, social web, Catalan literature Net, web 2.0.



## Internet, aquesta vella nova tecnologia

Internet és una vella tecnologia, del 1969, però la seva veritable eclosió arribà els anys noranta. Són anys de canvis de regulació, de la progressiva consolidació i abaratiment de l'ample de banda, de la cada cop més gran difusió dels ordinadors personals, dels programes cada cop més «usables» que afavorien el tractament de la informació, i, sobretot, de l'accés i la difusió a la xarxa gràcies al protocol World Wide Web ideat per Tim Berners-Lee.<sup>1</sup> La iniciativa privada, que prengué el relleu a l'entorn acadèmic i científic, hi tingué un paper central: tots tenim al cap l'espectacular creixement de les empreses puntcom, les quals, malgrat que protagonitzaren una de les crisis financeres més sonades de les darreres dècades, van contribuir a crear productes i serveis nous i, sobretot, donaren suport a les noves generacions d'emprenedors que feien de la innovació el seu eix d'acció i, de totes les persones interconnectades arreu del món, el seu públic objectiu.

A partir de les regles del joc imposades per les empreses tecnològiques i un teixit productiu que incorporava les TIC amb menys velocitat que els seus veïns, a Espanya els noranta foren anys d'innovació limitada, però també de

creixement constant. El primer *Informe de la Sociedad de la Información* de la Fundació Telefónica<sup>2</sup> assenyalava que només un 0,6 % dels continguts publicats a Internet s'havien produït a l'Estat espanyol, per una ràtio d'usuaris amb accés a la xarxa que havia passat dels 487.000 de febrer de l'any 1996 als més de 3.500.000 l'any 2000 (un 10,5 % de la població espanyola major de 14 anys, que augmenta a un 16 % en el cas de Catalunya).

Els productors de continguts eren majoritàriament empreses que afegien una nova finestra publicitària al seu negoci i, per descomptat, les institucions públiques, i algunes de privades, que contribuïen, com a usuàries, a generar una massa crítica demandant de solucions TIC i, com a proveïdores, oferien valor afegit als serveis als ciutadans.

En aquests primers anys, Internet s'emprava sobretot per comunicar-se professionalment o acadèmica i per consultar pàgines web (per a molts, la WWW ha estat sempre un sinònim d'Internet): entre un 79 % i un 92 % dels usuaris, respectivament, segons dades de la primera enquesta AIMC a usuaris d'Internet (1996). Els webs més visitats l'any 1996 són d'empreses subministradores de programari com Microsoft (la primera d'aquesta llista de l'informe AIMC) o

1. Manuel Castells, *Communication power* (Oxford: Oxford University Press, 2009).

2. Fundació Telefónica, *La sociedad de la información en España. Presente y perspectivas 2000* [en línia]. (Madrid: Telefónica, 2000), <[http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/docs/repositorio/es\\_ES/informes/espana\\_2000/completo.pdf](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/docs/repositorio/es_ES/informes/espana_2000/completo.pdf)>.



proveïdores d'Internet, cercadors i directoris com *Yahoo* ([www.yahoo.com](http://www.yahoo.com)), el sisè de la llista, i, sobretot, mitjans de comunicació, tant els que amplien el seu model de negoci a Internet (*El País* [[www.elpais.com](http://www.elpais.com)], *Avui* [[www.avui.cat](http://www.avui.cat)], *Catalunya Ràdio* [[www.catràdio.cat](http://www.catràdio.cat)]) com els nascuts en l'era digital (*Vilaweb* [[www.vilaweb.cat](http://www.vilaweb.cat)]). També apareixien a la nòmina de pàgines més vistes les publicades per institucions públiques amb el propòsit de donar-se a conèixer: governs locals o supralocals i, sobretot, universitats, les pioneres en la implantació de nous serveis com les llistes de distribució, els fòrums temàtics, etc. L'enquesta d'AIMC de l'any següent (1997), molt més exhaustiva, recollia una nova dada rellevant per entendre el perfil de la Internet inicial: només un 18 % dels enquestats tenien pàgina web personal, xifra que ja s'eleva al 24,2 % l'any 1999. Internet fou, fins a finals del segle xx, un territori on bàsicament es feien presents les organitzacions amb diferents graus d'estructuració; un mitjà de comunicació unidireccional que donava valor afegit a públics predefinits abans d'Internet.

## **Els inicis de la Internet literària: de l'adaptació a l'apropiació**

### *Els anys d'adaptació*

La Internet literària catalana repetia fidelment aquest mateix patró: els projectes pioners que promovien el bino-

mi literatura catalana/TIC naixien dins de les institucions del coneixement i trobaven la seva justificació en la millora: la digitalització millorava la gestió de processos, millorava l'accés a la informació, ampliava la visibilitat dels continguts i oferia nou valor afegit als serveis adreçats als usuaris o als públics.

Les biblioteques i els bibliotecaris van començar a digitalitzar obres del domini públic (en edicions facsímils o en noves edicions digitals) i donaven nova vida als seus catàlegs gràcies a la xarxa; les universitats i, en general, tots els centres educatius creaven i mantenien a Internet nombroses bases de dades i recursos web, lligats de bon començament al text imprès i a les activitats d'aprenentatge dins les aules; les associacions professionals utilitzaven la xarxa per donar a conèixer la informació dels associats; les altres institucions patrimonials difonien les seves accions, etc. En aquell moment, més tímidament però sense aturador, les iniciatives privades començaven a reeixir: creadors novells que trobaven a Internet espais per publicar en català, com una substitució lògica d'aquells *fanzines* juvenils impresos gairebé sempre de manera artesanal, i, sobretot, lectors (professionals o no) que no tan sols accedien a un nou univers d'informació, sinó que emmagatzemaven i reproduïen tot tipus de textos i els compartien en pàgines de disseny i estructura hereva dels webs corporatius.

El salt qualitatiu arribaria una mica més tard quan l'hipertext documental dels webs de biblioteques i portals informatius de mitjan anys noranta comença a conviure amb l'hipertext narratiu, molt més complex que l'anterior i amb noves oportunitats de millora dels processos d'escriptura i lectura.



La Internet literària catalana s'inicià, per utilitzar les categories que assenyalava Dominique Wolton l'any 2000,<sup>3</sup> amb la informació-notícia i la informació-servei; fins al segle XXI no es començà a reorientar cap a la informació-lleure i la informació-coneixement.

Alguns exemples d'aquesta informació-servei són el directori digital *Qui és qui de les lletres catalanes* ([cultura.gencat.net/ilc/req/index.asp](http://cultura.gencat.net/ilc/req/index.asp)), un *who's who* català patrocinat pel Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya amb informació biobibliogràfica actualitzada i exhaustiva sobre les escriptores i els escriptors vius, i el web de l'Associació d'Escriptors en Llengua Catalana ([www.escriptors.com](http://www.escriptors.com)), de 1998, amb documentació molt completa sobre els seus associats. A la Universitat Autònoma de Barcelona, apareixia, l'any 1999, *Traces*, un web on es ressenyaven tots els articles sobre un autor o una obra apareguts a les principals fonts d'informació catalanes; paral·lelament naixia *lletra* ([lletra.uoc.edu](http://lletra.uoc.edu)), un espai virtual de la Universitat Oberta de Catalunya destinat a oferir tot tipus d'informació i recursos per a l'ensenyament i per a la difusió que es proposà, des dels seus inicis, explorar totes les potencialitats de l'hipertext, incorporarava documentació multimèdia (lectures en àudio i vídeo dels autors) i promovia la interacció amb diferents fòrums, xats i congressos en línia.

Llocs web com aquests, als quals cal afegir bases de

dades documentals com les que hi ha darrera de la Biblioteca Virtual Joan Lluís Vives ([www.lluisvives.com](http://www.lluisvives.com)), nascuda dins la Cervantes virtual de la Universitat d'Alacant; la Biblioteca Joan Fuster de textos electrònics ([nti.uji.es/fuster/](http://nti.uji.es/fuster/)) de la Universitat Jaume I, o *Literatura valenciana actual* ([www.iifv.ua.es/lletraferit/](http://www.iifv.ua.es/lletraferit/)), impulsada pel Seminari d'Estudi i de Recerca de la Cultura i la Literatura Contemporànies de la Universitat d'Alacant, van garantir ben aviat la qualitat de la informació biobibliogràfica i crítica comunicada a Internet. El món de l'educació i, en general, qualsevol persona interessada en els escriptors i obres catalans veia com les seves demandes informatives es resolien i, a més, gràcies a recursos de qualitat, avalats per institucions de prestigi que, amb ells, difonien el coneixement més enllà de les aules universitàries, les biblioteques especialitzades o les bases de dades institucionals.

En aquells primers anys, excel·leixen també les pàgines amb recursos didàctics sobre literatura que recolzaven la pràctica docent de professors i l'aprenentatge a les aules (sobretot amb la Xarxa Telemàtica Educativa de Catalunya, XTEC [[www.xtec.cat](http://www.xtec.cat)], i, més tard, l'*edu365* [[www.edu365.cat](http://www.edu365.cat)]) i les impulsades per grups d'especialistes nacionals i internacionals, gairebé sempre sota l'aixopluc de la universitat, que mantenien webs especialitzats com *Rialc* ([www.riale.unina.it](http://www.riale.unina.it)), nascut d'una aliança interuniversitària italo-catalana per difon-

3. Dominique Wolton, *Sobrevivir a Internet* (Barcelona: Gedisa, 2000), p. 63.



dre la poesia catalana medieval o *Mag-Poesia* ([www.mallorca-web.com/magteatre/](http://www.mallorca-web.com/magteatre/)), amb poemes i recursos molt diversos, editada per la Universitat de les Illes Balears.

De pioners individuals també en trobem, en aquests anys inicials, però no gaires: sobretot gent de lletra que publicaren algunes pàgines temàtiques, moltes d'elles antologies d'un gènere literari o d'un autor, amb les que arribaven allí on els projectes institucionals no gosaven, atesa la incertesa sobre com s'havien de tractar els drets de la propietat intel·lectual. Aquests pioners eren personalitats singulars que començaven a prendre partit per la lliure circulació de la informació i no s'arronsaven, malgrat anar per lliure: dos exemples són Andreu Sotorra i Albert Folch, expert en tecnologies i lector empedreït que posà en valor els seus contactes dins el món editorial català i publicà una àmplia *Selecció de Poesia Catalana* ([lletra.uoc.edu/especials/folch/](http://lletra.uoc.edu/especials/folch/)) que encara avui rep centenars de visites diàries.

La informació-notícia d'actualitat entrà dins la Internet literària amb força de la mà d'un canal com *Lletres* ([www.vilaweb.cat/www/lletres/](http://www.vilaweb.cat/www/lletres/)), l'espai dedicat a la literatura del pioner *Vilaweb*, alhora que s'incorporava una finestra a l'actualitat dins gairebé totes les pàgines principals dels altres recursos en línia ja citats, com una part més dels serveis informatius i documentals que oferien als seus usuaris.

Aquests espais pioners responen, en general, al compromís d'institucions públiques i d'associacions privades amb la literatura catalana i es mostren pioners en l'àmbit de les literatures hispàniques. Vénen regits per la seva utilitat instrumental (molts es defineixen com a eines de consulta) i, en alguns casos, per l'assoliment d'uns objectius organitzatius mesurables, cas de les institucions que milloren els seus serveis gràcies a la xarxa: arribar als estudiants i investiga-

dors, en el cas de *Traces* ([www.traces.uab.cat/tracesbd/](http://www.traces.uab.cat/tracesbd/)) o *Rialc*; als escriptors associats i al seu públic, com fa l'AELC; als comunicadors i agents prescriptors, en el cas del *Qui és qui*, etc.; als usuaris experts, com fan les biblioteques; als professors, etc.

Els espais es plantegen unidireccionalment i segueixen l'esquema clàssic de la comunicació (emissor > missatge > receptor), fet que en determina l'arquitectura de continguts i el disseny gràfic, força alineats amb la Internet de les empreses i, per això mateix, poc amics de prendre riscos: s'està portant a la xarxa un usuari sense experiència i ho fan professionals que tot just n'estan aprenent.

Atès que els continguts són fonamentalment textuals, treballen sobretot les potencialitats de l'hipertext que multipliquen la quantitat d'informació a l'abast i obren noves vies de lectura, principalment en l'àmbit dels estudis literaris. El salt qualitatiu arribaria una mica més tard quan l'hipertext documental dels webs de biblioteques i portals informatius de mitjan anys noranta comença a conviure amb l'hipertext narratiu, molt més complex que l'anterior i amb noves oportunitats de millora dels processos d'escriptura i lectura. Semblava que els lectors ja podien escapar-se de la lògica de la lectura lineal i endinsar-se en el «gran text de la cultura» de Barthes amb la llibertat d'intercanviar papers i posar en qüestió les seves funcions tradicionals i, fins i tot, la seva matèria primera de treball, la llengua. Res, però, més lluny de la realitat. A la Internet literària catalana li mancava un element clau per prendre embranzida de debò: una decidida inversió en TIC per part d'una de les indústries culturals més rellevants del país, l'editorial.

Una bona part de la societat catalana es troba encara lligada a valors i comportaments característics de la societat

## Entre webs i parlants, aquest segle el català ha experimentat un creixement superior al d'altres llengües com ara l'italià o l'alemany

industrial<sup>4</sup> i aquest fet, sumat a la incertesa que implicava el canvi de model de negoci necessàriament lligat a la implantació intensiva de les TIC, va impedir el naixement d'empreses innovadores i adaptables, molt diferents als grans segells editorials que, per tal de seguir mantenint l'hegemonia del mercat, han continuat imposant les seves regles el màxim temps possible.

D'entrada, editorials, llibreries o distribuïdores no veien cap inconvenient en millorar les pròpies cadenes de valor empresarial amb les TIC i, de fet, la seva incorporació als processos d'edició, de publicació, de distribució i de venda ha estat decisiva per abaratir costos i recursos. Una altra cosa, però, era repensar el seu model de negoci.

El litigi en defensa d'una visió unívoca de la propietat intel·lectual fou, sens dubte, un gran *handicap* per a la creació literària a Internet. No tan sols de la ja publicada en format paper, sinó també d'aquella altra que, sense saber molt bé quins són els elements constitutius, va començar a anomenar-se literatura digital: sense la possibilitat d'accedir a un públic mínimament format, encara que minoritari; sense el suport d'un expert en tecnologies que demanava l'edició d'un web als inicis; sense la infraestructura necessària per generar noves creacions produïdes amb formats diferents i en suports distints, quin escriptor amb obra ja publicada voldria arriscar-se amb l'experimentació? El món editorial hauria pogut ser un dels agents de canvi, però estava massa preocupat per no malmetre el seu negoci «d'embotellat», com havia dit Barlow: els feia massa por el fet que els creadors possessin en dubte el valor immutable dels suports o els formats i, per tant, que qüestionessin radicalment un negoci basat més en els contenidors que no pas en els continguts: «els llibres, els CD, les tires de pel·lícules, el que sigui, ja no

necessitaran existir per exposar idees. Així que, mentre creïem haver estat en el negoci del vi de sobte ens adonem que estàvem en el de l'embotellat».<sup>5</sup>

És cert que aquesta situació no és exclusiva del sistema literari sinó que abasta tota la cultura catalana. El sector del llibre, però, ha trigat una mica més a reaccionar i nínxols emergents de negoci com el del comerç electrònic del llibre l'any 2006 suposava tan sols un 0,6 % de les vendes totals; dos anys més tard, el 2008, la compra per Internet continuava essent infrautilitzada (malgrat que els llibres són el segon producte més comprat a la xarxa) i es limitava només al 2,1 % del total de vendes del sector.<sup>6</sup> El llibre digital en català tot just comença i ni tan sols tenim prou continguts a causa d'unes polítiques vacil·lants i una pràcticament nul·la inversió a l'Estat espanyol (taula 1) fins l'any 2009 (entre el 2005 i el 2006, el percentatge de creixement a l'Estat espanyol va baixar un 18 %; tot i això, les previsions per al futur de la consultora PriceWaterhouseCoopers són d'un creixement acumulat entre el 2007 i el 2011 del 179 % fins arribar, l'any 2011, a l'1,4 % del volum total de negoci).

### Cap al segle XXI

A despit del desinterès del món editorial, els primers anys del nou segle la Internet literària catalana es renova gràcies a l'augment dels usuaris, a un ritme tan vertiginós que ni els analistes més experts l'havien gosat imaginar tan sols deu anys abans. Si ens fixem en la taxa de creixement del quocient entre webs i parlants, aquest segle el català ha experimentat un creixement superior al d'altres llengües com ara l'italià o l'alemany<sup>7</sup> i això només s'explica per la multiplicació d'iniciatives personals o de grups d'interessos, responsables, per exemple, de l'èxit de projectes col·lectius com la

4. Manuel Castells, *op. cit.*

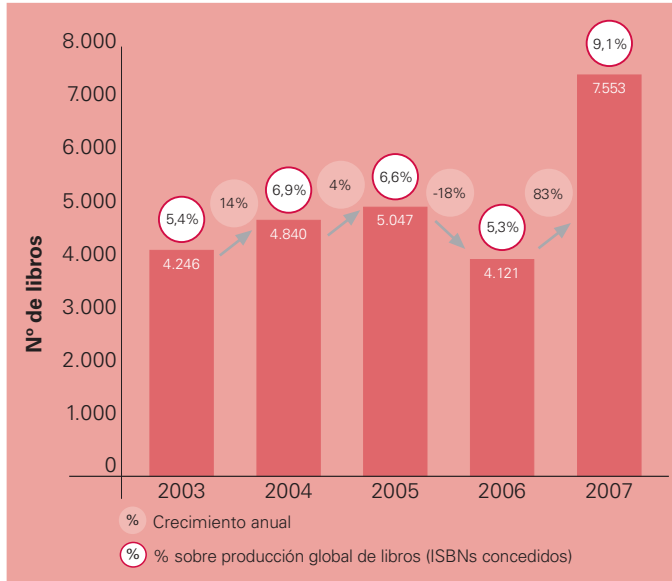
5. John Perry Barlow, citat per Daniel Cassany a *Rere les línies* (Barcelona: Empúries, 2006), p. 157. L'article emblemàtic de Barlow és «The Economy of Ideas», *Wired*, núm. 2.03, març 1994. Edició en línia a: <<http://www.wired.com/wired/archive/2.03/economy.ideas.html>>.

6. Federación de Gremios de Editores de España, *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2008* [en línia] (Madrid: la Federación..., 2009), <[http://va.www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/HABITOS\\_LECTURA\\_2008.pdf](http://va.www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/HABITOS_LECTURA_2008.pdf)>. No hem pogut consultar els informes sobre els hàbits de lectura a Catalunya elaborats pel Gremi d'Editors de Catalunya, accessibles només als seus agremiats.

7. Manuel Castells, *op. cit.*, p. 57.



Taula 1. Creixement anual del llibre electrònic



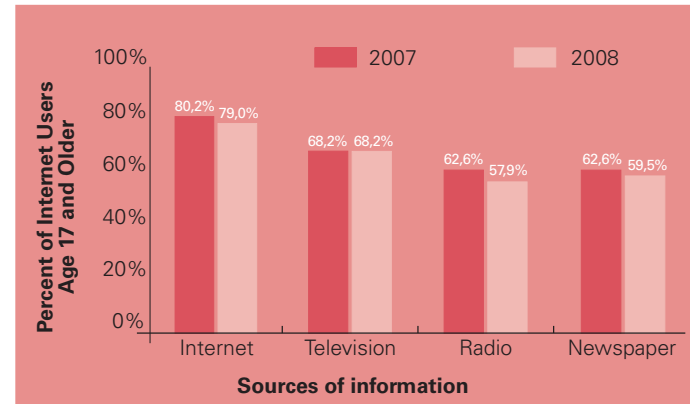
Font: *Hàbits de lectura y compra de llibros* (2008)

Fundació puntCAT ([www.fundacio.cat](http://www.fundacio.cat)) que aconseguí un domini propi i implantar-lo amb desenes de milers de webs de totes les tipologies i sobre totes les temàtiques (el juliol de 2009, tres anys després de l'aprovació del domini .cat, ja se n'havien inclòs 36.710 dins la web catalana).

Si els anys noranta foren els anys de l'adaptació, el primer lustre del XXI és el de l'apropiació. S'entenen molt millor les lògiques d'Internet, i es simplifiquen els processos d'edició i de manteniment dels espais en línia. Cada cop és més fàcil editar en formats no textuais (àudio, vídeo) i amb eines fàcilment descarregables des de la xarxa mateixa, abunden tot tipus d'aplicacions, s'implanten nous estàndards més flexibles i la hibridació dels llenguatges augmenta les tipologies dels continguts.

Els primers anys del XXI pren nou sentit l'afirmació de Barlow: la informació ha deixat de ser un substantiu, ara ja és un verb. Internet deixa de ser un contenidor d'informació per tal d'esdevenir un espai de relació on comença a ser més important com es publica, quins usos es fan de la informació, com interactuen les persones, els objectes i altres peces d'informació. La Internet literària catalana s'emplena de webs més lúdiques i d'entorns que ja no depenen de projectes externs a la xarxa, sinó que responen majoritàriament a iniciatives molts cops individuals o de petits grups de persones compromeses amb la literatura i prou atentes a les oportunitats i reptes de les TIC. És el moment de formats virtuals

Taula 2. Ús d'Internet



Font: Center for Digital Future. USC Anne Arnerberg School

expositius creats expressament per a Internet, d'espais web que només podien créixer en xarxa com les comunitats de lectors escriptors que utilitzen plataformes obertes i col·laboratives; és el moment també dels multimèdia que transformen la tímida relació inicial entre imatges i textos dels primers hipertextos en noves propostes de lectura «amb tots els sentits» i, també, dels formats educatius participatius dissenyats exclusivament per a la xarxa com ara els quaderns virtuals, les webquestes, etcètera.

En són bons exemples «Els entra-i-surts de Brossa» ([llettra.uoc.edu/especial/brossa](http://llettra.uoc.edu/especial/brossa)) i un bon gruix d'exposicions que incorporen ja els lectors en el seu concepte, com «Un viatge ple de veus» ([unviatgepledeveus.gencat.cat/index.html](http://unviatgepledeveus.gencat.cat/index.html)) que, amb el suport institucional, recull les recomanacions literàries, acompanyades de lectures en veu alta, de lectors de totes les biblioteques de Catalunya. Altres espais propis d'aquest nou cicle són el web *JoEscrib* ([www.joescrib.com](http://www.joescrib.com)), posat en línia l'any 2002 i que avui compta amb una comunitat de més d'un milers de «tocats» per l'escriptura, que comparteixen textos i els comenten entre ells, o el web *Relats en Català* ([www.relatsencatala.com](http://www.relatsencatala.com)), amb un fons de més de 70.000 obres incorporades durant els seus 7 anys de vida i una dinàmica comunitat que, per tal d'endegar altres projectes fora de línia, s'acaba organitzant com associació.

Un comentari a part mereixen els nombrosíssims espais

sobre llengua i literatura catalanes adreçats a la comunitat educativa. Són tants, i amb una diversitat d'objectius, de formats i d'usos (del didàctic al lúdic) tan gran, que no podem fer altra cosa que adreçar el lector interessat a les plataformes XTEC i *edu365* —recomano especialment visitar els webs de la categoria literatura infantil i juvenil, adreçats als nous lectors, nadius digitals, per als quals la hibridació de llenguatges i formats, a més del multisuport, formen part de la seva quotidianitat.

## La Internet literària són les persones

La història d'Internet és una història de recerca, d'innovació i de tecnologies, però allò que li dona veritable cohesió, i que en justifica l'extraordinària popularitat, són les persones: persones que valoren les potencialitats informatives de la Internet global, però sobretot persones que aposten per la interconnexió, la col·laboració i la millora quantitativa i qualitativa de les seves xarxes de comunicació.<sup>8</sup>

Les dades són aclaparadores: dels 40 milions de persones que usaven Internet l'any 1995 es va passar als 1,4 bilions el 2008. L'any 1994, menys de dos de cada deu nord-americans usaven Internet; l'any 2009, ja en són més de vuit, segons el darrer informe anual del Center for Digital Future de la USC Annenberg School (taula 2). A Catalunya, l'informe de juliol de 2009 del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura parla d'una penetració a les llars catalanes del 38 %.

Aquest creixement tan espectacular d'accés a la xarxa i de la xarxa mateixa (es calculaven 184.000.000 de webs publicats el setembre de 2008) ha esborrat necessàriament fronteres entre l'espai públic i el privat: el treball o l'estudi, el lleure i els afectes cada cop més esdevenen un continuïum que ha invalidat la definició d'*infraestructura de la informació* que es donava a Internet els primers anys. La Internet laboral, dels serveis i de l'educació que els mitjans i les empreses ens havien presentat com la rellevant no era, ara ja ho sabem, ni la més innovadora ni la que assenyalaria el futur: Internet, és cert, podem definir-la com una xarxa de

comunicació i com un instrument de difusió molt potent, però el seu auge ha estat esdevenir un espai d'expressió genuï de l'individu del segle XXI gràcies a l'autonomia, l'horitzontalitat i l'autenticitat, la immediatesa, la interactivitat i la recombinació de continguts sota la iniciativa de l'individu i de les xarxes personals que han facilitat el programari social i plataformes de l'estil de *YouTube* ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)), *Facebook* ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)) o *Twitter* ([www.twitter.com](http://www.twitter.com)), per esmentar-ne només algunes de les més usades globalment.<sup>9</sup>

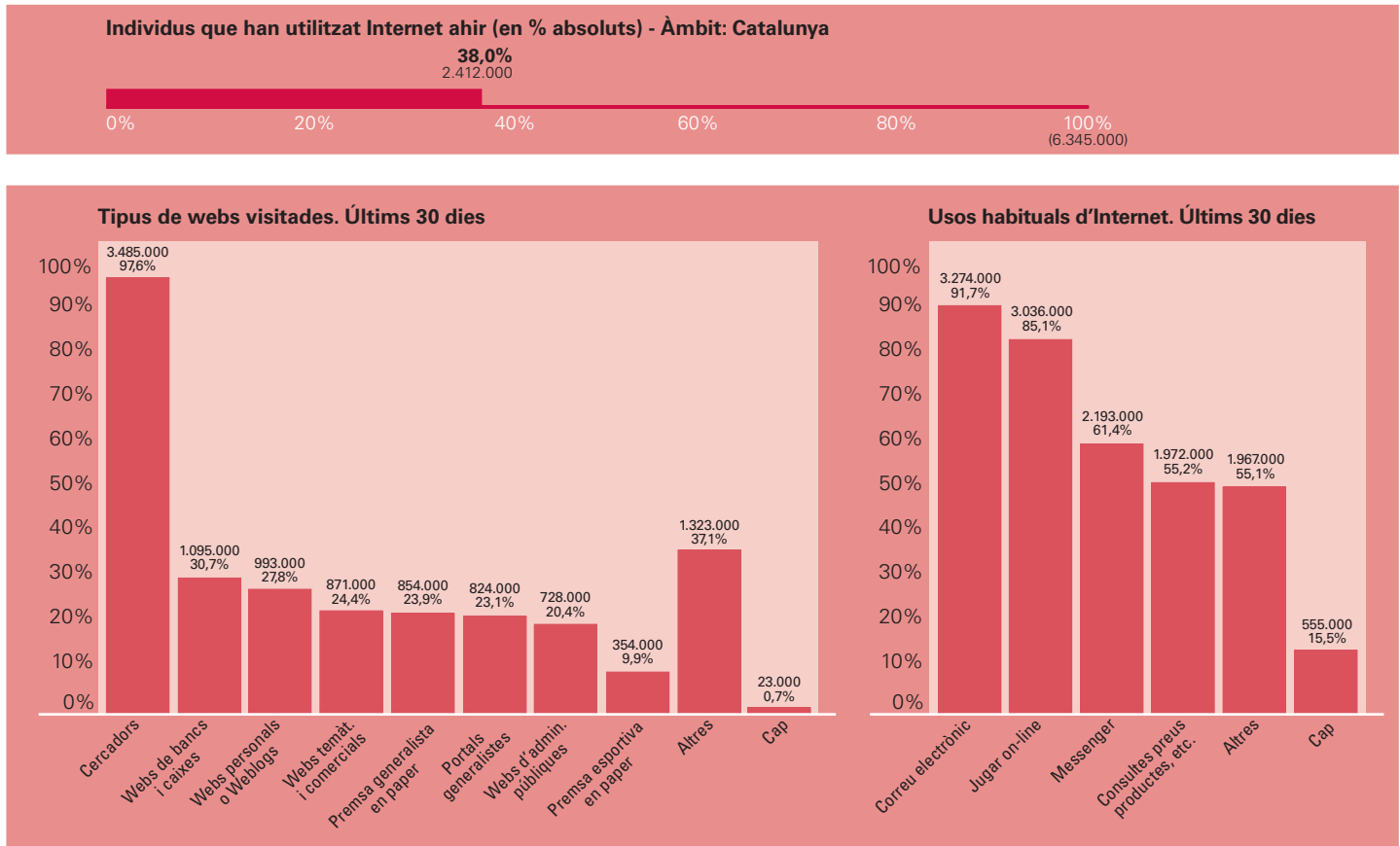
Des de principis de segle, la informació i, en formes encara molt incipients, el coneixement han començat a fluir mitjançant blocs, wikis, plataformes col·laboratives o xarxes P2P que no poden entendre's sense la interacció ni l'existència de comunitats en línia que cada cop cerquen més l'especialització en les seves temàtiques i, també, s'orienten majoritàriament al lleure. Un cas interessant és el de la *Viquipèdia* ([ca.wikipedia.org](http://ca.wikipedia.org)), un projecte d'èxit amb incomptables col·laboradors que aporten continguts sobre literatura catalana i on darrerament sembla que els col·laboradors més creatius comencen a valorar, més que l'aportació de continguts informatius, la dinàmica participativa que es promou en nous subprojectes de socialització: *Viquilibres* ([ca.wikibooks.org](http://ca.wikibooks.org)), *Viquidites* ([ca.wikiquote.org](http://ca.wikiquote.org)), *Viquitexts* ([ca.wikisource.org](http://ca.wikisource.org)), etc.

Encara que avui les enquestes continuen recollint que l'ús d'Internet més massiu és el de la cerca d'informació (més d'un 97,7 % segons l'informe del Baròmetre citat [taula 3]), les dades recollides pel Center for Digital Future assenyalen que la Internet informativa està tocant sostre, mentre que la del lleure s'ha duplicat anualment des del 2006 (taula 4). El massiu consum de productes culturals com la música, els audiovisuals o els jocs en línia —que, al darrer informe del baròmetre, ocupen un 85,1 % dels usos habituals d'Internet del 38% de la població que l'usa diàriament—, creixen sense parar; en l'extrem oposat, les visites als recursos informatius i documentals s'han estabilitzat en un 24,4 % dels webs visitats, ja per darrere de les consultes als blocs, avui en un 27,8 %... i creixent onada rere onada del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (taula 3).

8. H. Bruce, *The user's view of Internet* (Lanham [...]: The Scarecrow Press, 2002), p. 1.

9. Manuel Castells, *op. cit.*, p. 125.

**Taula 3.**  
**Hàbits de consum: ús d'Internet ahir, tipus de webs visitades els darres 30 dies i usos habituals d'Internet (últims 30 dies)**



Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (juliol 2009)

Una de les conseqüències més rellevants d'aquest canvi de tendència és que els continguts digitalitzats i els recursos per a l'estudi o la difusió estan perdent la centralitat de la Internet literària. A més, els lectors i lectores ja no van a cercar-los, sinó que esperen trobar-los gràcies a tecnologies com la sindicació de continguts i, sobretot, els altres agents de la comunitat lectora. Aquesta ha esdevingut la veritable prescriptora i les eines gratuïtes i molt fàcils d'utilitzar afavoreixen els nous processos de lectura, entesa aquesta de manera proactiva i col·laborativa, multiformat i híbrida: els escriptors que escriuen blocs llegeixen els dels altres i de la interacció en surten nous textos que dialoguen amb altres

llenguatges (àudio, vídeo, etc.); els lectors ja no s'estan de reescriure, o de remesclar, textos dels autors preferits en formats molt diferents... Fins fa dues dècades, ens havíem acostumat a separar, i atorgar funcions diferents, al text escrit —que es transmetia mitjançant el llibre imprès i era, per tant, immutable—, i a la imatge, pròpia de les pantalles. Internet, però, ha esdevingut un nou suport de la cultura escrita i s'ha convertit en una nova forma de llibre: «Les écrans de notre siècle sont, en effet, d'un nouveau genre. À la différence de ceux du cinéma ou de la télévision, ils portent des textes — pas seulement des textes, certes, mais aussi des textes. À l'ancienne opposition entre, d'un côté, le livre, l'écrit, la lectu-

re et, de l'autre, l'écran et l'image, est substituée une situation nouvelle qui propose un nouveau support à la culture écrite et une nouvelle forme au livre». <sup>10</sup> Per a Chartier, els propers anys conviuran el llibre imprès i el llibre electrònic i també ho faran les tres formes d'inscripció i de comunicació de textos (escriptura manuscrita, publicació impresa i textualitat electrònica). La coexistència no serà pacífica (ja no ho és) perquè «les formes tenen un efecte sobre el sentit», com escrivia D. F. McKenzie <sup>11</sup> o, com recull George Steiner en diferents assajos recents, les noves pràctiques de lectura a les pantalles estan provocant canvis cognitius tan importants que, a la llarga, separaran radicalment l'elit intel·lectual que seguirà utilitzant el suport escrit de tots els altres que hauran deixat fer-ho: «l'acte clàssic de la lectura [...] requereix unes condicions de silenci, d'intimitat, de cultura literària (alfabetització) i de concentració [...] la solitud que permet la trobada en profunditat entre el text i la seva recepció, entre la lletra i l'esperit, és avui una singularitat excèntrica, que resulta psicològicament i socialment sospitosa». <sup>12</sup>

El nou escenari ha descol·locat, és evident, molts agents que havien protagonitzat en primera persona l'adaptació de les TIC a l'orientació a la millora dels seus objectius corporatius o institucionals; ara ja no tan sols han d'adaptar-se a noves tecnologies a una velocitat de vertigen, sinó que, a més, han de reconnectar els seus projectes a les noves tendències expressades pels nous públics, en canvi permanent.

La Internet literària avui la formen, més enllà dels agents «clàssics» (creadors, docents, editors o llibreters) lectors i lectores d'arreu, que s'organitzen i interactuen amb altres lectors i lectores amb els seus mateixos gustos i interessos. I és dins de les pròpies xarxes de comunicació (construïdes per cadascú amb recursos seleccionats, mitjans de comunicació i, sobretot, blocs) on es troben i es reconeixen els nous prescriptors. Un exemple: la decisió de compra de llibres. L'any 2008 el 10,7 % d'enquêtats per la Federació de Gremios de Editores de Espanya afirmava informar-se a Internet sobre els llibres que anava a comprar, molt per sobre que els qui s'informaven amb la ràdio i la televisió (9,5 %), els catàlegs o les biblioteques. Les llibreries i els quioscs també han minvat espectacularment el seu caràcter prescriptor: d'un 40,8 % que s'hi infor-

maven l'any 2006 han passat al 16 % dels compradors. <sup>13</sup>

També la motivació per visitar un web o un altre cada cop la generen més les relacions socials a la xarxa i, per tant, la centralitat del sistema ja no l'ocupa l'usuari isolat que es relaciona individualment amb una xarxa de continguts (interacció persona-ordinador), sinó que es fa gràcies a la interacció usuari-usuaris. L'espai *Què llegeixes?* ([www.quellegeixes.cat](http://www.quellegeixes.cat), 2005), un dels primers intents en l'àmbit de la literatura catalana a Internet per desenvolupar una comunitat lectora en línia, es plantejà com un projecte pilot promogut per les institucions per intervenir directament en aquesta nova dinàmica. Tot i haver obtingut un important èxit de participació arran de la seva aliança estratègica amb l'escola, la percepció que tenien els usuaris d'un entorn promogut i avalat per les institucions era que no participava dels valors d'horitzontalitat i autenticitat que exigeixen les xarxes socials més consolidades. Aquest cas posa en evidència que cada cop s'està definint més una frontera entre els projectes web institucionals (de l'àmbit del treball, de l'educació, de les biblioteques, etc.) i els generats per les dinàmiques més aleatòries de les plataformes de xarxa social. Una aliança com la de la literatura i l'educació sembla que continua essent una aposta segura per desenvolupar la Internet-coneixement del futur; la Internet-llure, però, no sembla interessar massa les indústries vinculades a la literatura, ni tampoc a les polítiques públiques que continuen sense apostar estratègicament per Internet dins dels seus plans de promoció de la lectura. És clar que fer-ho els plantejaria uns reptes que potser no estan disposats a assumir: haurien de deixar de *projectar* unidireccionalment (ja no serveix dissenyar i produir un web ni fer una campanya publicitària), i sortir a la xarxa, amb els riscos que això comporta, per tal de cercar els lectors i lectores allí on socialitzen quotidianament.

Els blocs (o *weblogs* com els anomenen a l'informe del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura) són avui més visitats que els webs temàtics i comercials, els portals generalistes o els webs de les administracions públiques. La Internet literària també els ha incorporat massivament i avui ocupen un dels entorns més dinàmics de la xarxa catalana. La clau de l'èxit és, sobretot, la senzillesa a l'hora de crear-los, de mantenir-los i d'actualitzar-los, la qual cosa facilita que

10. Roger Chartier, «Lecteurs et lectures à l'âge de la textualité électronique», conferència donada al Centre Pompidou de París i publicada a: <<http://www.text-e.org/conf/>>.

11. *Bibliography and the Sociology of Texts* (London: The Panizzi Lectures, 1986), p. 4.

12. *Los logógrafos* (Madrid: Siruela & FCE, 2007).

13. Federació de Gremios de Editores de España, *op. cit.*



Quant de temps seguirem planejant unidireccionalment els agents productors tradicionals (creadors, editors, institucions polítiques o culturals) les polítiques patrimonials a la xarxa?

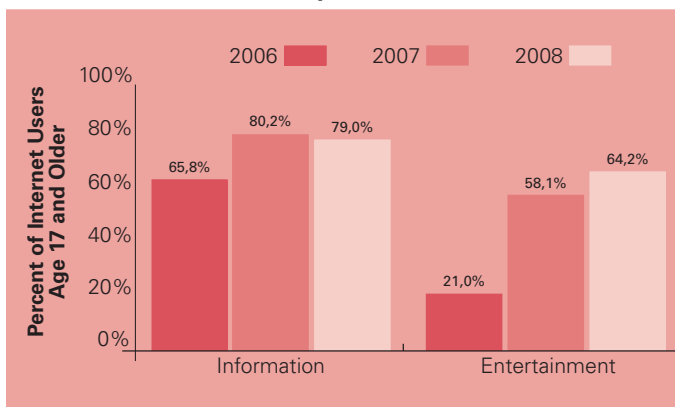
el seu creador es centri exclusivament en allò que diu i com ho diu, però, sobretot, en el receptor: mai com ara havia estat possible arribar als lectors sense intermediaris. La *transparència* (facilitat) de la tecnologia permet una llibertat inimaginable fa uns anys: hi ha qui s'esmerça per afegir noves aplicacions o ginys; qui explora les possibilitats d'escriptura paral·lelament a la incorporació de nous formats audiovisuals; qui dóna valor al disseny, o no, etc. Cap blocaire, però, s'oblida de dialogar amb els lectors que arriben al seu bloc diàriament ni deixa de visitar amb regularitat la seva xarxa de connexions, la qual, a la seva vegada, li fa un retorn d'atenció i d'interès que justifica amb escriure la inversió de temps inicial d'escriptura del bloc. De fet, els blocaires més veterans són els més actius, actualitzen molt sovint i fan contínues referències als blocs d'altri.

Els blocs s'han convertit, doncs, en la millor manera de fer-se present, d'estar més a prop dels altres agents del sistema literari i el seu ús no ha parat de créixer. No tenim encara un perfil exhaustiu del blocaire català que ens seria molt útil per entendre aquests nous agents centrals de la Internet literària; hem d'acostar-nos amb anàlisis d'altres entorns com el nord-americà, que marquen tendència. Un informe del projecte Pew afirma que el 90 % dels blocaires havia llegit algun altre bloc el mateix dia, en comparació amb el 39 % de tots els usuaris d'Internet que deien haver-ho fet (recordem que, a Catalunya, la xifra actual és d'un 27,8 %). Més encara, els blocaires que llegeixen blocs d'altri ho fan, com a

mínim, un parell de cops per setmana: el 19 % llegia algun altre bloc diverses vegades al dia, el 16 % ho feia una vegada al dia, el 16 % entre tres i cinc dies per setmana i un de cada cinc, cada dos dies. La resta (28 %) afirma que ho fa cada setmana o menys. Les actualitzacions freqüent a un propi bloc semblen generar la lectura més freqüent dels altres. Els blocaires que publiquen material nou almenys una vegada al dia són el grup més habitual: el 61 % afirmen que ho fan a diari, en comparació amb el 16 % dels blocaires que actualitzen setmanalment. Aquells que confessen que el seu bloc és molt important per ells acostumen a llegir altres blocs al llarg del dia i a enviar-hi comentaris. Finalment, la meitat dels blocaires creuen que la seva audiència es majoritàriament de gent que coneixen, gairebé nou de cada deu permeten respostes als seus comentaris i, encara més, les incentiven al màxim.

Si extrapolem totes aquestes dades a la Internet catalana, no ens equivocarem massa. Un exemple: el bloc *Tens un racó dalt del món* de Jesús Maria Tibau ([jmtibau.blogspot.com](http://jmtibau.blogspot.com)), guanyador del premi lleTRA / Blocs Catalunya 2009 (obtingut gràcies a la votació popular i un jurat expert), va rebre, en penjar el seu apunt sobre el guardó que havia rebut, més d'una cinquantena de felicitacions, en bona part de blocaires que té referenciats des del seu espai i d'altres que s'havien presentat al mateix premi i integren la Internet literària catalana. Actualitza el bloc regularment, gairebé cada dia, incorpora documentació en tots els formats, té ara mateix 243 segui-

Taula 4. Usos d'Internet, professional i lleure



Font: Center for Digital Future. USC Anne Annenberg School

dors i a la seva xarxa «amiga» té referenciats 538 blocs. Potència al màxim el diàleg amb els lectors que el visiten, als quals respon sempre, a més de comentar habitualment les opinions d'altri, promoure premis i accions participatives, etc.

Xarxes personals com aquestes formen ja avui part fonamental de la Internet literària. En són moltes, i mostren amb claredat que ja no hi ha cap centralitat en un univers cada cop més complex on els lectors i lectores han decidit autogestionar-se promovent les pròpies dinàmiques de participació.

## I ara què? Cap a on va la Internet literària catalana?

Ara que ens trobem en un canvi de cicle i convivim molts més agents dins la Internet literària catalana, és un bon moment perquè cadascú avalui quines han estat, fins ara, les aportacions a la Internet catalana, quins usos reals estan donant els lectors i lectores als nostres espais i com volem que sigui el futur que ja arriba.

Si la definició d'un projecte col·laboratiu no serà fàcil, tampoc no ho és l'autoanàlisi. Ens costarà a tots plegats deixar la nostra aparent centralitat, reconèixer que el nostre públic objectiu ha passat a ser una pluralitat d'interlocutors crítics que intervenen activament en tots els nostres processos de generació de coneixement i, cada cop, són més autònoms: Internet va paral·lel a la consolidació del projecte d'autonomia personal i col·lectiva, com han demostrat Castells i Tubella.<sup>14</sup> Com més autonomia comunicativa es té, més es manté una distància crítica respecte a les informacions rebu-

des des dels mitjans de comunicació de masses i més es potencien les xarxes autònomes d'informació, sobretot les d'Internet. No hi ha cap dubte que els nostres interlocutors són molt diferents d'aquells usuaris diana a qui ens adreçàvem a l'inici de la Internet literària reproduint les pautes bàsiques del *management*.

Fins ara, a l'hora de definir els nostres projectes web hem parlat potser excessivament dels nostres *usuaris*, de com n'és de rica la seva aportació, però no conec cap dels nostres espais patrimonials literaris que hagin variat la seva missió, les estratègies o el concepte arran d'estudis de públics. Els tenim en compte, sí, però perquè ens ajudin a millorar allò que fem i allò que volem fer. Quant de temps seguirem planejant unidireccionalment els agents productors tradicionals (creadors, editors, institucions polítiques o culturals) les polítiques patrimonials a la xarxa? No hauríem de començar a associar-nos, en termes d'igualtat i cadascú segons la seva expertesa, als nous agents que representen el subsistema comunitat lectora i definir noves estratègies comunes i noves accions que ens ajudin a construir la Internet literària catalana global?

La lògica d'Internet, per descomptat, respecta les individualitats i les potencia al màxim, però també afavoreix de manera radical les sinergies entre experteses, interessos i recursos. A Internet no es pot caminar mai sol del tot ni, al meu parer, s'hauria de repetir una acció sense afegir un mínim valor o una espurna nova de creativitat. Havent-hi tan-tes oportunitats i reptes, no és ara el moment d'aplegar-nos, proposar-nos objectius comuns i endegar la Internet literària

14. Els autors defineixen un projecte d'autonomia com «l'afirmació per part d'una persona de la seva capacitat de pensar per si mateixa i assolir allò que es proposa a partir dels seus propis criteris, valors i esforços». Manuel Castells, I. Tubella, *La transició a la societat xarxa* (Barcelona: Ariel; UOC, 2007), p. 179.

catalana que respongui a les expectatives de cultura i país que tenim?

Per endegar el debat,<sup>15</sup> proposo algunes propostes d'acció que, al meu parer, ens ajudarien a consolidar la Internet literària catalana dels propers anys:

- Treballem col·laborativament, construïm entre tots un ecosistema que respecti individualitats i treballs en grup, on la qualitat sigui la norma i que excel·leixi per la creativitat i la capacitat de prendre riscos: els escriptors han de provar nous llenguatges i apostar, també, per les textualitats electròniques; els editors hauran d'arriscar-se amb nous suports, la mobilitat, etc. Les tecnologies i els usos canvien amb tanta rapidesa que si volem endegar projectes innovadors sense establir sinergies dins i fora del sistema literari, no ens en sortirem. Cal compartir xarxes de producció, recursos tecnològics, creativitat i talent. S'han d'invertir molts recursos per endegar un bon projecte a Internet, i no en tenim tants (i els millors tampoc no els podem tenir tots). Establim aliances amb la nova economia del lleure i amb els socis que ens ajudin a desenvolupar noves eines i productes gràcies a la convergència de mitjans i a l'ús intensiu de tots els dispositius (també els mòbils).
- Avaluem i cartografiem tota la Internet literària actual per tal d'aprendre dels nostres errors, dels molts encerts d'aquests anys passats i, a partir de les conclusions extreïtes, repensem els nostres objectius com a institucions i persones que formen part del sistema literari. No tinguem por de donar a conèixer als altres els resultats de la nostra avaluació ni de confrontar-nos amb la Internet literària global: hi tenim molt a aprendre.
- Escoltem la xarxa social: els lectors i lectores no sempre els trobarem a casa nostra ni en els tests d'usuaris. Hem de fer l'esforç de ser on ells són, ser prou modestos per esbrinar què diuen, què volen i, sobretot, com llegeixen en l'era digital. Ja hem donat el primer pas anant a les àgores contemporànies com *YouTube*, *Facebook*, *Twitter* o *delicious* (*delicious.com*) i hem deixat de fer campanyes publicitàries que ens donaven molt pocs resultats. Ara és el moment que siguem prou oberts a allò que ens volen dir sobre els seus usos de la nova Internet-coneixement i, sobretot, la Internet-lleure. Potser això ens portarà a obrir els nostres projectes de bat a bat i a eliminar les fronteres

en aquells camps que semblaven exclusius dels professionals del llibre i la lectura; no ho sabem encara i, en cap cas, no hauríem de tenir recança.

- Siguem multilingües: és l'única fórmula al nostre abast per garantir la presència del català a Internet. Internet és global i la Internet literària catalana no té més alternativa que ser-ho. No tan sols hem d'apostar, els primers anys, per ser coneguts en la llengua més emprada a Internet, l'anglès; també cal estar atent a les tecnologies de la traducció més innovadores, donar-los suport i incorporar-les per ser coneguts en moltes altres llengües, fonamentalment les properes (romàniques). Ser multilingüe és també la millor fórmula per internacionalitzar-nos: el mercat de la cultura ja és global i si nosaltres no posem en valor els nostres continguts, algú altre ho farà.<sup>16</sup>
- Fem nostres les millors pràctiques: podríem elaborar consensuadament un document de bones pràctiques? Això voldria dir enllaçar-nos en lloc de copiar-nos, sindicar els continguts per als altres, utilitzar eines lliures, afavorir accions comunes de posicionament i visibilitat a la Internet global (que no ens enganyin prometent-nos que sortirem els primers a Google a canvi de molts diners!) i, també, donar suport a la generalització de les llicències Creative Commons (*creativecommons.org*) que afavoreixen la nostra projecció cultural i, alhora, respecten els drets intel·lectuals dels autors. Sobretot, cal ser sempre accessibles, en tots els sentits (aquest és un dels nostres grans reptes).

Avui se'ns presenten al davant massa oportunitats, com a cultura i com a país, per no ser agosarats. La Internet literària catalana té prou qualitat i moltes persones de vàlua; només cal que tots plegats acceptem que ningú no és el centre i que la col·laboració amb els altres agents de dins i fora del sistema literari és bàsica per tal d'encarar el futur amb èxit. Si ens ho creiem, serem més modestos en el dia a dia, més ambiciosos en les expectatives i més rigorosos en el desenvolupament dels nostres projectes individuals i col·laboratius dins d'un horitzó comú. Els nous lectors, aquells nens i nenes a qui hem dedicat el darrer premi lletrA de pàgines web sobre literatura catalana atorgat al web *Una mà de contes* (*www.unamadecontes.cat*), segur que ens ho agrairan.

15. Des del projecte lletrA, patrocinat per la Universitat Oberta de Catalunya amb l'objectiu d'estudiar i difondre la literatura catalana a Internet, volem convidar tothom a participar en aquest debat. Esperem els vostres comentaris, crítiques, idees i suggeriments a les nostres bústies: [lletra@uoc.edu](mailto:lletra@uoc.edu) i [mferriz@uoc.edu](mailto:mferriz@uoc.edu).

16. I ja estem fent tard: al darrer informe del WICCAC, per exemple, s'informa que les llibreries i editorials en línia mantenen una política lingüística erràtica. La majoria publiquen el seu web en només una llengua, catalana o castellana, i gairebé cap hi afegeix alguna de les llengües més emprades a Internet (Edició en línia a: <http://wicccac.cat/barometre/editorials.html>).



## Bibliografía

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN. *11ª encuesta AIMC a usuarios de Internet* [en línea]. Madrid: AIMC, 2008. <<http://www.aimc.es/03internet/macro2008.pdf>>.

—. *2ª encuesta AIMC a usuarios de Internet* [en línea]. Madrid: AIMC, 1997. <<http://www.aimc.es/03internet/Macro98.pdf>>.

—. *1ª encuesta AIMC a usuarios de Internet* [en línea]. Madrid: AIMC, 1996. <<http://www.aimc.es/03internet/32encuesta1a.html>>.

BRUCE, H. *The user's view of Internet*. Lanham [...]: The Scarecrow Press, 2002.

CASTELLS, Manuel. *Communication power*. Oxford: Oxford University Press, 2009.

CASTELLS, M.; TUBELLA, I. *La transició a la societat xarxa*. Barcelona: Ariel; UOC, 2007.

CENTER FOR DIGITAL FUTURE. *2009 Digital Future Report* [en línea]. Los Angeles: USC Annenberg School for Communication, 2009. <[http://www.digitalcenter.org/pages/current\\_report.asp?intGlobalId=43](http://www.digitalcenter.org/pages/current_report.asp?intGlobalId=43)>.

CHARTIER, Roger. «Lecteurs et lectures à l'âge de la textualité électronique» [en línea]. París, 2001. Conferència donada al Centre Pompidou. <<http://www.text-e.org/conf/>>.

FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA. *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2008* [en línea]. Madrid:

Federación de Gremios de Editores de España, 2009. <[http://va.www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/HABITOS\\_LECTURA\\_2008.pdf](http://va.www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/HABITOS_LECTURA_2008.pdf)>.

FUNDACIÓ ESCACC. *Baròmetre de la comunicació i la cultura* [en línea]. Barcelona: juliol 2009. <[http://www.fundacc.org/docroot/fundacc/pdf/resum\\_public\\_3a\\_onada09\\_barometre\\_cat.pdf](http://www.fundacc.org/docroot/fundacc/pdf/resum_public_3a_onada09_barometre_cat.pdf)>.

FUNDACIÓN TELEFÓNICA. *La sociedad de la información en España. Presente y perspectivas 2000* [en línea]. Madrid: Telefónica, 2000. <[http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/docs/repositorio/es\\_ES/informes/espana\\_2000/completo.pdf](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/docs/repositorio/es_ES/informes/espana_2000/completo.pdf)>.

LENHART, Amanda; FOX, Susannah. *Bloggers* [en línea]. Washington: Pew Internet, 2006. <<http://www.pewinternet.org/Reports/2006/Bloggers.aspx?r=1>>.

McKENZIE, D. F. *Bibliography and the Sociology of Texts*. London: The Panizzi Lectures, 1986.

ROUQUETTE, S. «Les sites d'entreprise: analyse des cadres idéologiques d'interprétation». *Communication et langages*, núm. 156 (2008), p. 117-130.

STEINER, George. *Los logócratas*. Madrid: Siruela; FCE, 2007.

WOLTON, D. *Sobrevivir a Internet*. Barcelona: Gedisa, 2000.

WYMAN, O. *Libro blanco de los contenidos digitales en España 2008* [en línea]. Madrid: Red.es, 2009. <<http://www.proyectocaliope.es/informes/informe03.pdf>>.