

# La Internet catalana encara ha de madurar

L'any 2000 tothom ha sentit parlar d'Internet. Les incisives campanyes publicitàries dels portals estatals i les seves ofertes de tarifa plana han obert la xarxa a milers d'usuaris nous. Pocs saben que Vilaweb ([www.vilaweb.com](http://www.vilaweb.com)), el diari electrònic en català més veterà, acaba de fer cinc anys. Aquest aniversari serveix per recordar-nos que existeix una Internet amb informació, debats i serveis en català. Més enllà de Ya.com, Wana-doo, Terra i eresMas hi ha iniciatives més properes a la nostra realitat, amb menys recursos, però sovint amb més contingut. El problema principal d'aquests projectes catalans és de visibilitat en el laberint digital d'Internet. I aquest problema porta a un altre: les dificultats de finançament, que fan que la breu història de la xarxa als Països Catalans estigui plena de cadàvers virtuals, pàgines sense actualitzar i adreces web que ja no responen.

Els que més fàcil ho han tingut sempre per crear serveis d'informació digitals són els mitjans de comunicació tradicionals: diaris, revistes, emissores de ràdio i cadenes de televisió. Tenen els continguts, el bé més preuat d'Internet. Però les empreses periodístiques catalanes mai han sabut entendre Internet. L'han vist més com una amenaça que com una oportunitat. Aquest sentiment era vigent en el IV Congrés de Periodistes de Catalunya, celebrat a finals de novembre del 2000. Karma Peiró, presidenta de l'associació del Grup de Periodistes Digitals ([www.gpd.org](http://www.gpd.org)), es queixava en una columna a En.red.ando ([www.enredando.com/cas/enredantes/enredantes90.html](http://www.enredando.com/cas/enredantes/enredantes90.html)) que els informes presentats al Congrés ignoraven les iniciatives més innovadores de mitjans digitals i recollien les mateixes pors que el 1996 despertava entre la professió la irrupció d'Internet a Catalunya: que la informació pot esdevenir

menys "superficial" i que el periodista haurà de ser un home-orquestra que domini facetes de la producció d'informació que fins ara no li corresponien.

L'Avui ([www.avui.com](http://www.avui.com)) o Televisió de Catalunya ([www.tvcatalunya.com](http://www.tvcatalunya.com)) van ser de les primeres webs amb informació en català, però no han evolucionat gaire en quatre anys. Molts diaris comarcals encara no tenen web. Alguns ja fa

**Cal evitar l'autocomplaença d'haver estat pioners. S'ha de tocar de peus a terra per a fer projectes sòlids des de l'inici.**

temps que han reservat un domini ([www.elpunt.com](http://www.elpunt.com), [www.el9nou.com](http://www.el9nou.com)) i tenen el repte per al 2001 de posar en marxa els seus serveis digitals. La presència de la premsa local a Internet es limita bàsicament a la posada a la xarxa dels continguts de paper, mentre que les televisions i ràdios locals que tenen web pròpia amb prou feines ofereixen alguna cosa més que informació general i la graella de programació.

Hi ha excepcions a aquest panorama general, però les empreses de comunicació no han portat mai la iniciativa en el desenvolupament d'una Internet catalana. No és un fenomen estrany: el cost de publicar a la xarxa és molt barat i molts col·lectius i ciutadans anònims que no tenen veu en els mitjans tradicionals expliquen en format digital les seves

activitats i les seves dades. A Internet no cal tenir una gran infraestructura per difondre —amb un abast mundial— qualsevol punt de vista.

## **Informació local i especialitzada.**

Les experiències de revistes digitals en català són un fidel reflex de les promeses i les misèries de les noves tecnologies de la comunicació. Si fem una passejada per les webs més actives, trobem informació local i especialitzada que difícilment podrem llegir en els grans diaris. Però arribar a aquestes webs no és fàcil, sobretot perquè molts d'aquests projectes són molt efímers: depenen de la dedicació altruista d'unes poques persones que tenen altres responsabilitats. Algunes adreces: Ribera online ([terra.es/personal/ilercavonia](http://terra.es/personal/ilercavonia)), CatNord ([paisoscatalans.org/catnord](http://paisoscatalans.org/catnord)) L'absurd diari ([ww2.gm.es/dalmau](http://ww2.gm.es/dalmau)), Noves des Ferreret ([galeon.com/noves](http://galeon.com/noves)).

Les iniciatives de periodisme digital més professionals, que busquen una rendibilitat econòmica, són les que més difícil ho han tingut. Per aquestes, tenir visitants sí que és crucial i han patit en pròpia carn l'efecte embut dels grans portals estatals: molts usuaris entren a Internet usant aquests portals, i la majoria s'hi queden. TGN Digital, La Infoplana Vallesana o Banyolins.com han acabat el 2000 amb el cartell de "Tancat fins a nou avis" a la seva web. Addueixen ingressos insuficients per mantenir en marxa el projecte, o la falta de participació en les propostes més obertes als internautes.

Altres iniciatives catalanes de caràcter més temàtic que no pas local han aconseguit fer rendible el negoci publicant en castellà com a llengua principal, encara que mantenen espais en català dintre de la seva oferta. En el camp d'informació sobre les noves tecnologies, En.red.ando ([www.enredando.com](http://www.enredando.com)), Infonomia.com i Infosenyal ([www.senyal.com/infosenyal](http://www.senyal.com/infosenyal))

són exemples clars d'aquesta estratègia.

L'altra estratègia que garanteix possibilitats d'èxit és la creació de portals. No es tracta de copiar les estratègies de companyies com ara Terra o d'altres, sinó de recollir la filosofia de portal i aplicar-la al nostre àmbit social i cultural. Un bon portal ofereix a l'usuari informació d'actualitat i de servei, l'acosta a la realitat que l'envolta (directori de webs, agenda cultural), li dona serveis d'Internet útils i, sobretot, ajuda a crear comunitat, que usuaris amb interessos comuns es trobin i comparteixin idees i opinions.

**Portals catalans.** L'Informe de la Comunicació a Catalunya 2000 de l'Institut de la Comunicació de la UAB (blues.uab.es/incom) va dedicar un capítol a detectar i classificar les nombroses iniciatives de portals que existeixen als Països Catalans. Els seus orígens, trajectòria i implantació són ben diversos, però tots tenen en comú la voluntat de ser el punt de trobada a la xarxa per als internautes d'un territori concret (poble, ciutat, província...). En l'àmbit local, les petites empreses d'informàtica que van donar els primers serveis d'accés a Internet als seus convilatans encara avui estan darrere dels principals portals de ciutats i pobles: TotWeb.com al Penedès, Castelldefels.net, CrevillentDigital.com, Alcoi.com, Osona.com, Arenys.org... Són projectes que obtenen la major part dels ingressos a través d'activitats paral·leles al portal, com la producció de pàgines web en empreses de la comarca.

Les anomenades *xarxes ciutadanes* també són un referent imprescindible en la Internet catalana: gestionades per associacions sense ànim de lucre, promouen la implantació de les noves tecnologies en l'entorn més proper al ciutadà. Han creat portals locals amb informació i serveis, i promouen la presència a Internet de les entitats de la seva localitat. Ravalnet (bcnet.upc.es/ravalnet) és una de les experiències més conegudes en aquest àmbit per la seva tasca de formació amb joves del Raval. Barcelona va ser l'escenari el novembre del 2000 de la primera reunió mundial de xarxes ciutadanes (www.cnglobal2000.org), en què van veure la necessitat d'unir esforços més enllà de la implantació local

per garantir la supervivència d'aquestes iniciatives en un entorn cada vegada més dominat pels interessos comercials.

Alguns mitjans de comunicació tradicionals i l'administració pública també han promogut portals locals, amb una capacitat de generar informació i serveis que difícilment poden oferir les iniciatives anteriors. La més recent és Canal-h.net, promogut per l'ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat, però hi ha exemples interessants arreu: la pàgina municipal de Vilanova i la Geltrú (www.vilanova.org), el *Diari de Barcelona* (www.diaridebarcelona.com) o la web de la revista quinzenal *La Veu de la Vall d'ignà* (www.laveu.net).

Les grans empreses d'Internet no han oblidat que la informació local també és



un seguit de clients importants. Els portals locals en català han vist com el 2000 s'han consolidat diversos serveis digitals que ofereixen guies culturals i d'oci de gran qualitat de les principals ciutats del país. Viapolis.com, Lanetro.com i CiudadHoy.com són referents molt habituals dels internautes a l'hora de planificar el seu temps lliure en la seva ciutat..., i tots són en castellà. Una competència dura per a les iniciatives locals que no acostumen a tenir una capacitat molt gran per donar tanta informació i tan ben classificada a l'usuari.

De fet, els portals catalans que més vitalitat tenen són els que treballen per sobre del nivell municipal o comarcal. Girona.com, Mallorcaweb.com i Lleida.com es basen en un criteri geogràfic clar. D'altres ofertes es

dirigeixen a tota la Internet de parla catalana centrant-se en un dels serveis propis dels portals: cercadors i directoris (CerCat.com, Drecera.com, LaTecla.com), fòrums de debat (Quèhidius.com), informació (Vilaweb.com, LaMalla.net).

No existeix un portal dels Països Catalans que integri tots aquests serveis de manera completa. Vilaweb ha basat la seva estratègia en la implantació local (ara ja té més de 80 edicions locals) i ha generat serveis paral·lels a la informació, però continua sent bàsicament un diari digital de referència, no una comunitat virtual ni un centre de serveis. La popularitat de Vilaweb ha donat l'oportunitat de sobreviure a molts projectes de periodisme digital local i n'ha generat d'altres. Iniciatives com Lleida.com mostren una altra via de treball molt prometedora: és fruit de la col·laboració de Segre, el principal grup de comunicació de les terres de Ponent, Internet Web Serveis, una empresa de telemàtica local, i la Diputació de Lleida. Cadascú aporta la seva experiència i els seus continguts a un portal molt complet i que té la supervivència econòmica assegurada.

Tots aquests portals articulen de manera prou coherent la major part de la Internet catalana. No és una xarxa sòlida, perquè depèn en molts casos d'iniciatives altruistes i projectes empresarials poc robusts, però ningú no pot negar que existeix. Els serveis més avançats estan a l'altura de les millors webs del món, amb les últimes tecnologies: gestió dels continguts amb bases de dades, vídeo per Internet, versions per mòbils WAP. L'any 2000 ha estat el del realisme: les grans empreses han acabat d'agafar el timó de la xarxa a Espanya, i les iniciatives catalanes ho han patit. Ara, amb el nou escenari ja definit, el 2001 ha de ser l'any de la maduració de la Internet catalana. Cal evitar l'autocomplaença d'haver estat pioners. L'experiència de cinc anys de cibercultura en català és un bagatge valuósíssim, però s'ha de tocar de peus a terra perquè els nous projectes siguin sòlids de bon principi.

**David Domingo**

*Professor de periodisme a la UAB*

*Responsable de recerca de laviniatv.com*

*Col·laborador de l'InCom*