



## Models

# Els serveis lingüístics en el paradigma 2.0

## Autora

Marta Estella  
Universitat Autònoma de Barcelona

**L'article descriu els aspectes tecnològics i socials relacionats amb el que s'ha denominat paradigma 2.0 com a model de treball en les organitzacions, i ho exemplifica amb diverses experiències directament aplicades al treball en els serveis lingüístics.**

L'emergència, els darrers anys, del paradigma 2.0 ha posat en qüestió el funcionament tradicional de les organitzacions, en tots els àmbits, tant els de caràcter organitzatiu i de gestió interna com els que afecten la relació amb els usuaris, els proveïdors, la competència, les aliances i altres parts interessades. Els serveis lingüístics no són aliens a aquestes transformacions, que es produeixen en un moment d'interès renovat per les llengües —en són una mostra exemples com l'estratègia marc europea,<sup>1</sup> la consciència creixent de l'impacte econòmic del multilingüisme o la introducció en l'agenda política de l'impuls de l'anglès en tots els nivells del sistema educatiu, per esmentar-ne tres. Aquest interès situa els serveis lingüístics en un lloc central del que podem anomenar *la governança del multilingüisme*. El paradigma 2.0 facilita que els serveis lingüístics puguin atendre millor les parts interessades en l'activitat que desenvolupen: internament, amb la millora de l'eficiència i la satisfacció dels professionals que hi treballen, i externament, amb la canalització de l'interès que desperten les llengües.

Utilitzem "paradigma 2.0" per emfasitzar la doble dimensió, social i tecnològica, d'un fenomen, que sovint queda amagada sota l'expressió més corrent de "web 2.0", evocadora sobretot de la relació amb la tecnologia. Si mirem, però, quins són els conceptes al voltant dels quals s'articula el paradigma 2.0, aquesta doble dimensió emergeix amb claredat: intel·ligència col·lectiva, prosumidor, folcsonomia, externalització a les masses (*crowdsourcing*), llarga cua, dades i continguts oberts, *freemium*, computació en núvol, beta perpetu...

## La doble dimensió: social i tecnològica

La dimensió social del paradigma 2.0 en els serveis lingüístics cal situar-la tant en l'interior dels mateixos serveis, com a organitzacions que són, com en la relació entre aquests i les parts interessades externes: usuaris, entitats que treballen en relació amb la llengua, administració o empresa de la qual forma part el servei, altres serveis amb els quals es col·labora, proveïdors, etc.

Pel que fa a l'àmbit intern, si Brown i Duguid (1991) mostren els vincles entre aprenentatge, feina i innovació ja en un context propi de l'era industrial, és en el pas d'una societat industrial a una societat postfordista on aquests vincles es fan més evidents. En paraules de Cross (2008, p. 10), "in the knowledge era, learning is the work. Foolish is the organization that tries to manage the pieces of learning as if they were independent from an overall work/learning process".

1. COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES. *Una nova estratègia marc per al multilingüisme*, 2005.

Especialment rellevant és la noció de “comunitat de pràctica”, un terme relativament nou per a un concepte antic, anterior al paradigma 2.0, que formulen i donen a conèixer Lave i Wenger (1991) en analitzar el règim dels aprenents d’oficis com a model d’aprenentatge, i que ha estat desenvolupat i difós sobretot per aquest darrer autor.

Les comunitats de pràctica són “groups of people who share a concern, a set of problems, or a passion about a topic, and who deepen their knowledge and expertise in this area by interacting on an ongoing basis” (Wenger; Mc Dermott; William, 2002, p. 4). A les organitzacions, les comunitats de pràctica permeten establir un lligam entre aprenentatge i pràctica, no estan limitades per les estructures formals i possibiliten que els practicants prenguin responsabilitat sobre el coneixement que necessiten. Els trets que caracteritzen les comunitats de pràctica, però autonomia, orientació als practicants, informalitat, traspàs de fronteres, representen tot un repte per a les organitzacions, especialment les que funcionen amb un sistema jeràrquic tradicional, com és el cas dels serveis lingüístics de les administracions i de grans empreses.

Als serveis lingüístics hi ha bons professionals que amb els anys han anat constituint-se com a comunitats informals, tant internament dins d’un mateix servei com entre serveis diferents. Aquestes comunitats no estan exemptes d’una certa tensió entre l’espontaneïtat i l’impuls necessari per part de la direcció de l’organització; de la paradoxa que representa la necessitat d’un cert grau d’informalitat perquè la comunitat es desenvolupi i alhora la necessitat de cultivar-la. Reconèixer les comunitats de pràctica i cultivar-les és tot un repte, un repte que val la pena emprendre, atesos els avantatges que aporten a les organitzacions: resolen els problemes ràpidament, transfereixen bones pràctiques, desenvolupen habilitats professionals i ajuden a atraure i retenir talent (Wenger; Synder, 2000).<sup>2</sup>

La dimensió social del paradigma 2.0 situada en la relació dels serveis lingüístics amb l’exterior (no problematitzarem ara on és el dins i el fora) transita per tendències com l’apoderament dels usuaris, els moviments a favor dels continguts i dades oberts, la visió dels mercats com a converses<sup>3</sup> i l’auge de la participació de les persones en les xarxes socials a Internet i en serveis de web 2.0. Finalment, cal destacar el concepte d’administració oberta (*open government*), que va aparèixer ja als anys seixanta associat al dret a la informació, i que actualment ha pres una nova dimensió, sobretot a Europa, vinculada amb la participació ciutadana. Llinares (2009) defineix així l’administració oberta:

“Una Administración que se decide a transformarse para ser abierta (OGov) es aquella que entabla una constante conversación con los ciudadanos con el fin de oír lo que ellos dicen y solicitan, que toma decisiones basadas en sus necesidades y preferencias, que facilita la colaboración de los ciudadanos y funcionarios en el desarrollo de los servicios que presta, y que comunica todo lo que decide y hace de forma abierta y transparente.”

L’administració oberta, així entesa, se situa com a síntesi entre les transformacions internes a les organitzacions i les que es produeixen a l’exterior. No es tracta ja només de la visió de caràcter més tecnocèntric que hi ha darrere el concepte d’administració electrònica, sinó de transformar substancialment la mateixa administració i la seva relació amb la ciutadania, i d’aprofitar el potencial del web 2.0 per aconseguir-ho. Els serveis lingüístics, si més no els públics, tenen també el repte de posicionar-se davant d’aquesta nova visió de l’administració.<sup>4</sup>

2. Un exemple proper de cas d’èxit en el cultiu de comunitats de pràctica és el programa Compartim del Departament de Justícia <[www.gencat.cat/justicia/compartim](http://www.gencat.cat/justicia/compartim)>.

3. “Els mercats són converses” és la primera de les 95 tesis del Cluetrain manifesto, de Locke, Levine, Searls i Weinberger (1999).

4. El portal #oOGv <<http://www.ogov.eu>> aplega informació d’interès sobre l’administració oberta.

Aquests canvis en la dimensió social han estat reforçats i accelerats per la transformació tecnològica dels darrers anys, amb la irrupció de les aplicacions de web 2.0. En poc temps els professionals dels serveis lingüístics, i també els usuaris, han passat d'estar limitats a treballar amb un conjunt reduït d'aplicacions al seu ordinador (processador de textos, full de càlcul, programa per a presentacions, navegador i gestor de correu electrònic) pensades per a una producció individual, que com a molt pot ser comunicada a través del correu electrònic a destinataris ja coneguts, a tenir al seu abast un gavadal d'aplicacions que permeten publicar a la xarxa, produir continguts en entorns col·laboratius, classificar amb etiquetes i valorar continguts externs i compartir aquestes etiquetes i valoracions, i notificar i assabentar-se de les actualitzacions mitjançant la redifusió o sindicació de continguts i la subscripció a fils de continguts.

Moltes d'aquestes aplicacions es caracteritzen, a més, perquè són gratuïtes, si més no en una versió bàsica;<sup>5</sup> són fàcils d'utilitzar i s'ofereixen al web, no cal instal·lar-les (és la computació en núvol, *cloud computing* en anglès); per tant, es poden fer servir, juntament amb les dades que s'hi generen, des de diferents dispositius connectats a la xarxa. Un altre tret comú és el que s'anomena *beta perpetu*: com que les aplicacions es distribueixen com un servei a la xarxa i no com un programa que s'instal·la a l'ordinador, periòdicament s'hi introdueixen millores que arriben automàticament als usuaris, sense que aquests hagin de fer res, la qual cosa evita la proliferació de versions diferents.<sup>6</sup>

D'entre les funcionalitats del web 2.0 podem destacar-ne tres: la producció i publicació de continguts en entorns col·laboratius, l'etiquetatge social i la sindicació de continguts. Com a aplicacions per a la producció i publicació de continguts en entorns col·laboratius, cal esmentar, en primer lloc, els wikis, llocs web que poden ser creats, editats i publicats per diversos usuaris i que mantenen un registre dels canvis introduïts, i que van ser creats amb aquesta finalitat de facilitar l'escriptura col·laborativa. També els blocs, que poden ser d'edició individual o col·lectiva, i solen acceptar comentaris de les persones que els llegeixen, funcionen, en certa manera, com un entorn per a la publicació col·lectiva de continguts.<sup>7</sup> Finalment, les aplicacions d'ofimàtica en línia, com GoogleDocs, permeten que un document pugui ser compartit i editat per diverses persones en línia, a més de tenir un sistema de menús molt similar al de les aplicacions d'ofimàtica d'escriptori, que ha facilitat que se n'hagi estès l'ús.

Pel que fa a l'etiquetatge social, els sistemes de classificació col·lectius (folcsonomia) permeten que els usuaris categoritzin els continguts que visiten al web mitjançant etiquetes que poden desar, per recuperar la informació quan els calgui, i compartir amb altres usuaris utilitzant gestors de marcatge social —Delicious i Mr. Wong en són dos exemples—, i contribuir així al nou (des)ordre digital en què tot és miscel·lani (Weinberger, 2007). Finalment, la sindicació o redifusió de continguts permet que els continguts d'un web es publiquin automàticament en un altre i que els usuaris s'hi puguin subscriure per rebre les actualitzacions que es produeixen mitjançant una aplicació anomenada *agregador*. La facilitat per publicar continguts al web ha portat la difusió del neologisme

5. C. Anderson (2007) analitza els models de negoci que sostenen l'economia de la gratuïtat: el model *freemium*, que es basa en l'oferta d'una versió bàsica gratuïta per a una gran majoria d'usuaris, que donen a conèixer i prestigien l'aplicació, juntament amb una versió professional de pagament per a uns pocs que sufraguen les versions gratuïtes; el que es basa en la publicitat; el de subsidis creuats, en què un producte gratuït porta a consumir-ne un altre de pagament, i el de l'economia del regal, en què l'altruisme esdevé la indústria del compartir, com en el cas de la Viquipèdia.

6. A tall d'exemple, he escrit aquest article fent servir el GoogleDocs. Durant el procés d'escriptura, Google hi ha introduït noves prestacions, entre les quals l'opció de fer notes a peu de pàgina, com aquesta que escric ara, i que he descobert gairebé casualment, mentre provava altres millores que m'han arribat al meu agregador de fils de continguts.

7. Per a una anàlisi del web 2.0 com a creador d'espai públic i, més concretament, dels blocs i de les seves possibilitats per al treball dels serveis lingüístics, podeu consultar A. Ferret (2006).

*prosumidor* (productor + consumidor d'informació), que defineix el perfil de l'usuari del web 2.0, tot i haver estat encunyat fa gairebé trenta anys.<sup>8</sup>

S'han destacat els riscos de la computació en núvol: la pèrdua del domini d'emmagatzematge, l'abandonament d'una part de les eines de producció, menys seguretat, la manca de garantia d'accés permanent, la necessitat de sincronitzar dades, la privadesa i el control sobre les dades, els dubtes sobre la viabilitat d'alguns projectes 2.0, les qüestions relatives a la jurisdicció competent en cas de litigi, etc. Si bé són riscos a considerar, el cert és que hi ha moltíssimes aplicacions que ofereixen garanties més que suficients, cosa que, sumada als avantatges que hem exposat i a la constatació que cada cop hi ha més persones que les utilitzen -entre les quals, els professionals i els usuaris dels serveis lingüístics-, les fa una opció fora de qüestió, imprescindible.

Les transformacions socials sumades als canvis tecnològics han articulat el que Pisani i Piotet (2008, p. 134) anomenen *l'alquímia de les multituds* i que, des d'altres aproximacions, es coneix com a *intel·ligència col·lectiva* o com a *saviesa de les masses*.<sup>9</sup>

"[...] l'alchimie des multitudes est le processus incertain grâce auquel la participation massive d'humains et d'ordinateurs connectés entre eux peut éventuellement produire l'émergence de propriétés nouvelles."

L'alquímia, diuen Pisani i Piotet, implica una mescla variable entre cinc elements: acumular dades, apostar per la diversitat, compilar/sintetitzar, posar en relació i deliberar.

### **La necessitat d'una estratègia**

Per iniciar un projecte 2.0, és important disposar d'una estratègia que s'adapti al nivell de maduresa del servei lingüístic per desenvolupar-lo (Cross, 2008, p. 63) i que sigui prou flexible per permetre que el projecte es vagi modelant amb les aportacions dels professionals que hi treballen, ja que sense la seva implicació el projecte no pot reeixir.

Dawson (2009) formula un marc per a l'estratègia de participació ens els mitjans socials que hem adaptat al nostre context, i que ens sembla que pot ser aplicable tant per promoure la conversa entre el servei lingüístic i els usuaris, o la ciutadania, com per promoure la participació dins mateix del servei.<sup>10</sup>

### **Desenvolupament estratègic**

*Prioritzar els objectius*: per exemple, incrementar el nombre d'usuaris i/o el nombre de serveis presats, arribar a nous perfils d'usuari, incrementar la fidelització dels usuaris ja existents, posicionar millor el servei lingüístic en el seu àmbit d'influència, contribuir a la missió del servei, detectar elements de millora, atraure i retenir professionals amb talent...

8. El mot va ser creat per A. Toeffler (1981).

9. P. Lévy (1994) ha desenvolupat el concepte d'intel·ligència col·lectiva; la saviesa de les masses (*wisdom of crowds*) és un terme encunyat per J. Surowiecki (2004).

10. Ja tancat aquest article, J. Freire (2009) publica una guia estratègica per a la comunicació digital molt interessant.

*Establir un marc de funcionament:* identificar les oportunitats, entendre els riscos (també el risc de no participar en els mitjans socials i de no reconèixer la participació dels professionals del servei), definir unes polítiques clares quant a l'ús d'aquests mitjans i comunicar-les internament dins el servei lingüístic.

*Definir les activitats:* definir les fases del projecte, analitzar les plataformes que utilitzen els públics als quals ens volem adreçar i triar les plataformes en què es participarà, identificar els recursos necessaris per dur a terme el projecte (també les hores de dedicació) i assignar responsabilitats sobre cada acció.

### **Participació**

*Escoltar:* identificar les eines i recursos clau per seguir les converses a la xarxa (per exemple, servei d'alertes de Google, subscripció a paraules clau en un agregador, cerques en temps real en moments de crisi), escoltar què es diu del servei lingüístic i dels àmbits o temes en què treballa, trobar les converses i comunitats rellevants per a aquests àmbits i descobrir les persones i entitats que hi tenen una influència clau: per exemple, professionals i activistes de la llengua.

*Participar en la conversa:* entrar en la conversa, proporcionar-hi contingut rellevant, respondre positivament, establir vincles amb les persones influents.

*Mesurar i refinar:* definir les mètriques rellevants per als objectius establerts;<sup>11</sup> fer-ne el seguiment; calcular el ROI, el retorn de la inversió; comunicar els casos d'èxit, internament, dins el servei lingüístic, i als responsables del servei; refinar l'estratègia i el sistema de mesurament.

### **Aprenentatge**

Utilitzar els mitjans socials; estudiar casos rellevants d'altres serveis lingüístics, administracions o organitzacions l'experiència de les quals sigui rellevant; escoltar els professionals del servei que fan servir aquests mitjans; estar al dia sobre les tendències en relació amb l'ús dels mitjans.

### **Desenvolupament de capacitats**

Identificar les persones més preparades dins el servei lingüístic per participar en mitjans socials, les que ja els fan servir; donar suport a aquestes persones i facilitar formació a tothom; establir un programa pilot, i desenvolupar una cultura de transparència responsable en l'ús dels mitjans.

Aquest marc estratègic es pot aplicar a almenys cinc àmbits clau: l'apropament als usuaris i a la ciutadania, la innovació oberta, l'externalització a les masses, l'alliberament de dades i la transformació interna del mateix servei.

### **Desenvolupament de capacitats**

Identificar les persones més preparades dins el servei lingüístic per participar en mitjans socials,

---

11. Com a exemple, les que es proposen a *Template Twitter strategy for Government Departments*, una guia base per a l'ús de Twitter en els departaments del Govern del Regne Unit.

les que ja els fan servir; donar suport a aquestes persones i facilitar formació a tothom; establir un programa pilot, i desenvolupar una cultura de transparència responsable en l'ús dels mitjans.

Aquest marc estratègic es pot aplicar a almenys cinc àmbits clau: l'apropament als usuaris i a la ciutadania, la innovació oberta, l'externalització a les masses, l'alliberament de dades i la transformació interna del mateix servei.

### **Apropament als usuaris i a la ciutadania**

La participació en mitjans socials és, sens dubte, útil per facilitar la conversa entre el servei lingüístic i els seus usuaris i la ciutadania; és més fàcil que el servei entri a participar en els mitjans que ja utilitzen els seus públics objectius que no pretendre que aquests s'acostin a uns canals creats pel servei o per l'administració a la qual pertany que no estan integrats en la seva vida.

Com a casos d'èxit podem esmentar la pàgina al Facebook de Cinema en català, de la Secretaria de Política Lingüística, i la campanya "Encomana el català", també de la Secretaria, que utilitza tècniques de màrqueting viral per difondre el seu missatge i recollir aportacions de la ciutadania. Així mateix, cal destacar el canal del Consorci per a la Normalització Lingüística a YouTube, que inclou una llista de vídeos sobre el Voluntariat per la Llengua que recullen el testimoniatge de participants en el programa que expliquen la seva experiència. Es tracta d'un bon recurs per difondre el programa i reconèixer la tasca de les persones que hi participen, ja que són els mateixos protagonistes, no la institució, qui l'expliquen, en un mitjà, YouTube, que utilitzen moltes persones.<sup>12</sup>

Fora de l'àmbit dels serveis lingüístics, hi ha entitats que utilitzen els mitjans socials per facilitar que la rendició de comptes arribi al seu públic d'interès i acostar-se a aquest; és per exemple, el cas de Fiare, una entitat de banca ètica que utilitza Facebook amb aquesta finalitat, una experiència que es podria traslladar als serveis lingüístics.

Pot considerar-se també des de l'òptica de l'apropament als usuaris l'ús d'eines de web 2.0 en els cursos de llengua, en la mesura que per a molts estudiants representen el seu entorn habitual de treball i comunicació, i renunciar-hi representa "renunciar a una filosofia de trabajo aprendida mediante la práctica a través de horas de navegación" (Dans, 2009). Hi ha, evidentment, altres motius que poden portar a optar pel web 2.0 en la docència, vinculats a l'eficiència en els resultats de l'aprenentatge o al desenvolupament de capacitats en aquest àmbit, entre d'altres.

El web 2.0 en l'aprenentatge en general i en el de llengües en particular mereix una dedicació molt més gran que no la que podem atendre en l'espai d'aquest article. Actualment hi ha una producció ingent de contribucions al voltant de qüestions com el debat sobre els entorns virtuals d'aprenentatge, els espais i les xarxes personals d'aprenentatge i les solucions integradores de les opcions anteriors; les experiències docents en plataformes de xarxes socials no creades amb aquesta finalitat, com poden ser Facebook o Ning; el desenvolupament d'enfocaments sobre l'aprenentatge vinculats estretament, però no només, a l'ús intensiu de les TIC, com el connectivisme o l'edupunk, o el co-neixement sobre usos específics del web 2.0 en l'aprenentatge de llengües,<sup>13</sup> entre moltes d'altres.

12. El canal a YouTube forma part d'una estratègia global del Consorci per a la Normalització Lingüística pel que fa a presència en mitjans socials. Al seu web <<http://cpnl.cat>> hi ha els enllaços als espais del Consorci en aquests mitjans.

### Innovació oberta

La innovació oberta és un model d'innovació que parteix de la base que actualment la innovació és massa complexa per ser generada i explotada únicament dins de cada organització i que cal integrar les idees que sorgeixen tant a l'interior d'aquestes com a l'exterior. Així mateix, moltes organitzacions s'especialitzen en un punt del procés d'innovació: el finançament, la generació o la comercialització (Chesbrough, 2003). Les organitzacions han d'aprendre a participar en sistemes d'aprenentatge més amplis en els quals són un més dels molts agents, de la mateixa manera que han après a participar en el mercat per vendre productes i serveis als consumidors. Actualment, la producció de coneixement és distribuïda, complexa i diversificada, i en els sistemes d'aprenentatge no es competeix amb altres organitzacions, sinó que s'aprèn conjuntament (Wenger, 2000, p. 244).

Els serveis lingüístics tenen el repte d'integrar en els seus processos d'innovació la participació d'altres serveis i de professionals a títol particular, i també d'oferir públicament projectes no reeixits o no desenvolupats perquè altres serveis o empreses puguin considerar la conveniència de tirar-los endavant.

### Externalització a les masses

L'externalització a les masses (*crowdsourcing*) consisteix a encarregar tasques a un grup de persones o a una comunitat mitjançant una crida a la participació. En l'àmbit de les llengües hi ha els exemples recents d'empreses com Google, Facebook i Twitter, que han recorregut a l'externalització a les masses per traduir la seva interfície. Un altre cas relacionat amb les traduccions són els serveis que permeten als usuaris contribuir a la creació de memòries de traducció globals, com My Memory, en què els usuaris poden valorar també la qualitat dels segments traduïts; el Google Translator Toolkit, que combina traducció automatitzada i les memòries de traducció generades pels usuaris, o CorrectMyText, un servei que permet enviar textos en diverses llengües, que són revisats per correctors voluntaris. Es pot objectar la manca de garanties sobre la qualitat d'aquestes traduccions i revisions, però el cert és que aquests serveis existeixen i funcionen, com també altres tipus de serveis que, com per exemple LiveMocha, estan orientats a l'aprenentatge de llengües. Seria un error menystenir-los. El repte dels serveis lingüístics és integrar-los en la seva estratègia i aprofitar-los per atendre la llarga cua<sup>14</sup> de persones que tenen unes necessitats lingüístiques molt específiques que fan inviable l'oferta d'uns serveis estàndard; per exemple, l'aprenentatge de llengües amb molt poca demanda.

### Alliberament de dades

Tradicionalment, els serveis lingüístics dels territoris de parla catalana han ofert recursos en línia oberts, d'accés gratuït, una tendència que inicialment va anar molt lligada al compromís amb el foment de la llengua catalana; posteriorment, també a la idea que els recursos finançats amb diners públics han de ser d'ús públic, i més recentment s'hi ha començat a afegir la consciència sobre els avantatges de la publicació de recursos en obert.<sup>15</sup>

13. Com a exemple, podeu consultar en aquesta mateixa revista l'article de L. Ràfols (2006) sobre els wikis en l'aprenentatge de l'expressió escrita.

14. La llarga cua és un terme creat i difós per C. Anderson (2004) per referir-se a l'estratègia d'atendre sectors de mercat molt específics, aprofitant els avantatges de la distribució de productes i serveis digitals.

El moviment a favor d'una administració oberta aporta una nova dimensió a la publicació de continguts per part dels serveis lingüístics públics: ja no es tracta només d'oferir recursos produïts amb una finalitat (per exemple, resoldre consultes lingüístiques, assolir un nivell determinat de llengua), sinó d'alliberar dades perquè els usuaris les utilitzin com els sembli millor, i ja no és només l'administració que decideix alliberar uns recursos amb una finalitat determinada, sinó que hi ha un moviment ciutadà que demana aquest alliberament, en un format que permeti utilitzar-les, reutilitzar-les i redistribuir-les. Al wiki de la campanya "Askatu datuak" ("Llibertat per a les dades")<sup>16</sup> es presenten alguns exemples de dades que demanen que alliberin les administracions públiques, entre les quals glossaris, diccionaris "i recopilacions filològiques similars", bases de dades terminològiques, memòries de traducció, exàmens. Podríem afegir altres elements a la llista, com dades sobre el perfil de l'alumnat dels cursos i dels examinands de nivells de llengua, o les dades "en brut" sobre usos lingüístics.<sup>17</sup>

Com a exemples de l'alliberament de dades en els serveis lingüístics cal destacar la col·lecció Terminologia Oberta del Termcat, que ofereix repertoris terminològics en format XML, i la memòria de traducció de Softcatalà, accessible des del portal d'aquesta entitat.

Com a exemples de l'alliberament de dades en els serveis lingüístics cal destacar la col·lecció Terminologia Oberta del Termcat, que ofereix repertoris terminològics en format XML, i la memòria de traducció de Softcatalà, accessible des del portal d'aquesta entitat. .

### Transformació interna

Finalment, l'inici d'un projecte 2.0 comporta inevitablement un procés de transformació a l'interior del servei lingüístic: cultivar les comunitats de pràctica que s'hi produeixen, emfasitzar més les competències dels professionals que hi treballen i menys els llocs de treball, integrar-hi noves funcions, facilitar espais on flueixi la comunicació horitzontal i obrir-se cap enfora. És una transformació que es pot produir gradualment, amb la introducció d'accions que facilitin el canvi. Un exemple d'això darrer és el bloc per a la comunicació interna del Servei de Llengües de la Universitat Autònoma de Barcelona, obert a les aportacions de totes les persones que treballen al Servei, independentment de la tasca que hi desenvolupen. En un altre pla, el compte que l'Àrea de Llengua i Universitats de l'Institut Ramon Llull té a Delicious permet que els enllaços a recursos que des de l'Àrea es consideren d'interès per a l'ensenyament i aprenentatge del català com a llengua estrangera arribin al professorat de català de la seva xarxa, però també als professionals d'altres institucions i a qualsevol persona que hi estigui interessada.

### A tall de conclusió

El trànsit dels serveis lingüístics cap al paradigma 2.0 és un procés que s'inicia tot sol, en la mesura

15. *A Giving Knowledge for Free: The Emergence of Open Educational Resources*, OCDE (2007, p. 57-70) s'analitzen els arguments de les institucions educatives que ofereixen recursos d'aprenentatge en obert, que són de naturalesa molt variada: correspondència amb la missió de la institució, millora de la qualitat, acceleració de la innovació, capacitat d'atracció de nous estudiants, entre d'altres.

16. "Askatu datuak" <<http://askatudatuak.pbworks.com/>>.

17. La reutilització de la informació del sector públic està regulada per la Llei estatal 37/2007, sobre la reutilització de la informació del sector públic, que incorpora a l'ordenament jurídic espanyol la Directiva 2003/98/CE. El portal del projecte Aporta: Reutilització de la Informació del Sector Públic <<http://www.aporta.es>> ofereix molta informació d'interès per a la publicació de dades i informació que puguin ser reutilitzades; especialment útil és la *Guia Aporta*, on s'exposen els aspectes principals que cal considerar. Com a exemple d'alliberament de dades a gran escala hi ha el portal Data.gov <<http://data.gov>> del Govern dels Estats Units d'Amèrica.



que hi ha professionals que treballen als serveis i usuaris que se situen en aquest paradigma, i cada cop n'hi haurà més. La qüestió és si es deixa que les iniciatives d'aquests professionals i usuaris es desenvolupin al marge de l'estratègia del servei o s'integren en aquesta. Al llarg de l'article hem donat raons a favor de la integració. Es tracta d'un procés que no depèn de grans inversions, ni comporta, com hem vist, gaires dificultats tecnològiques. Els reptes són sobretot d'ordre cultural i organitzatiu, d'apostar per un servei que permeti la lliure circulació de fluxos al seu interior i que dilueixi les fronteres amb l'exterior, en un procés obert per generar el màxim valor de la participació a la xarxa.

## Referències

ANDERSON, Chris. "The long tail". *Wired*. Issue 12.10 (2004), October. [En línia] <<http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>> [Consulta: 27 setembre 2009] [N'hi ha també una versió en paper].

ANDERSON, Chris. *Free: the future of a radical prize*. New York: Hiperion, 2009.

BROWN, John Seely; DUGUID, Paul. "Organizational learning and communities-of-practice: toward a unified view of working, learning, and innovation". *Organization Science*. Vol. 2 (1991), núm. 1, p. 40-57.

CHESBROUGH, Charles. "The era of open innovation". *MIT Sloan Management Review*. Vol. 44 (2003), núm. 3, p. 35-41.

COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES. *Una nova estratègia marc per al multilingüisme*. Comunicació de la Comissió al Consell, al Parlament Europeu, al Comitè Econòmic i Social Europeu i al Comitè de les Regions, del 22.11.2005. [Versió catalana de la Càtedra de Multilingüisme Linguamón – UOC, a Documents internacionals de referència sobre multilingüisme, núm. 1 (2007), novembre].

CROSS, Jay. *Learnsourcing: Getting things done in organizations*. V. 1.3.2, 2008 [autoedició].

DANS, Enrique. "Educación online: plataformas educativas y el dilema de la apertura". *RUSC. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*. Vol. 6 (2009), núm. 1. Monográfico "Cultura digital y prácticas creativas en educación" [En línia] <<http://rusc.uoc.edu>> [Consulta: 14 octubre 2009].

DAWSON, Ross. *Social Media Strategy Framework*. V. beta 2, 2009 [Bloc] <<http://www.rossdawson-blog.com/SocialMediaStrategyFrameworkv2.pdf>> [Consulta: 11 octubre 2009].

FERRET, Anton. "Web 2.0, blocs, espai públic i llengua catalana: anàlisi i expectatives per al treball tècnic". *Llengua i Ús*, núm. 37 (2006), p. 10-17.

FREIRE, Juan. "Guía estratégica para la comunicación digital en organizaciones". *Nòmada: Reflexiones personales e información sobre la sociedad y el conocimiento abiertos*, 2009 [Blog] <<http://nomada.blogs.com/jfreire/2009/10/gua-estrategica-para-la-comunicacin-digital-en-organizaciones.html>> [Consulta: 16 octubre 2009].

LAVE, Jean; Wenger, Etienne. *Situated learning: legitimate peripheral participation*. Cambridge: Cambridge University Press, 1991.

LÉVY, Pierre. *L'intelligence collective: pour une anthropologie du cyberspace*. Paris: La Découverte, 1994.

LLINARES, Javier. "Open Government Transformation". *Open Government*, 2009 <<http://www.javier->

[linares.es/?p=905](http://linares.es/?p=905)> [Bloc] [Consulta: 5 octubre 2009].

LOCKE, Christopher; LEVINE, Rick; SEARLS, Doc; WEINBERGER, David. *The cluetrain manifesto: the end of business as usual* [En línia], 1999. <<http://www.cluetrain.com/>> També n'hi ha una edició en paper. [Consulta: 1 octubre 2009].

Organisation for Economic Co-operation and Development. *Giving Knowledge for Free: The Emergence of Open Educational Resources* [En línia], 2007 (p. 57-70). <<http://www.oecdbookshop.org/oecd/get-it.asp?REF=9607041E.PDF&TYPE=browse>> [Consulta: 10 octubre 2009].

PISANI, Francis; PIOTET, Dominique. *Comment le web change le monde: l'alchimie des multitudes*. Paris: Pearson, 2008.

RÀFOLS, Lluís. "Els wikis en l'aprenentatge de l'expressió escrita". *Llengua i Ús*, núm. 37 (2006), p. 38-42.

SUROWIECKI, James. *The wisdom of crowds: why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business, economies, societies and nations*. New York: Doubleday, 2004.

*Template Twitter strategy for Government Departments* [En línia], 2009 (?). <<http://blogs.cabinetoffice.gov.uk/digitalengagement/file.axd?file=2009%2f7%2f20090724twitter.pdf>> [Consulta: 1 octubre 2009].

TOFFLER, Alvin. *The third wave*. New York [etc.]: Bantam Book, 1981.

WEINBERGER, David. *Everything is miscellaneous: the power of the new digital disorder*. New York: Times Books, 2007.

WENGER, Etienne; MC DERMOTT, Richard; SYNDER, William. *Cultivating communities of practice*, Cambridge, MA: Harvard Business School Press, 2002.

WENGER, Etienne; SYNDER, William M. "Communities of Practice: the Organizational Frontier". *Harvard Business Review*. Vol. 78 (2000), Issue 1, p. 139-145.

