

Blogosfera: les bitàcoles i l'audiència

Enric Gil (egil@uoc.edu)

Estudiant del programa de doctorat sobre la Societat de la Informació i el Coneixement

Treballs de doctorat TD05-012

Programa de doctorat sobre la Societat de la Informació i el Coneixement

Directora del treball: Agnès Vayreda

Data de presentació: octubre de 2004

Data de publicació: juny de 2005

Internet Interdisciplinary Institute (IN3): <http://www.uoc.edu/in3>

RESUM

El treball de recerca de doctorat tracta dels blocs (bitàcoles, weblogs o blogs) i la construcció de l'audiència en aquests espais d'autopublicació en web. Es tracta d'una anàlisi multisituada, que parteix d'una presentació de l'artefacte, amb els seus trets distintius, i dels diversos sistemes de publicació, corresponents a una mostra de vint exemplars de la blogosfera catalana. Un cop demostrat que la tria del programari genera solucions culturals, l'autor s'ha endinsat en el món dels weblogs amb dues perspectives.

La primera ha estat una mirada externa (que, seguint Goffman, anomena *front*), centrada en una descripció de les bitàcoles esmentades a fi de trobar-hi recurrències, amb especial èmfasi en el concepte d'audiència imaginada de Christine Hine i amb apartats sobre les interpel·lacions que inclouen els autors en les seves entrades, la importància de les imatges, els marcadors de localitat, els lligams socials que s'estableixen entre blocs i la presència d'un codi compartit entre bloggers. L'investigador conclou, a partir d'aquí, que els administradors de weblogs són aristòcrates virtuals, atesa la seva condició d'usuaris i propietaris i el control que exerceixen sobre tots els aspectes del seu producte.

La segona perspectiva és una mirada des de dins, a partir del *back*, el rerefons des del qual actua el blogger. Les entrevistes a diferents autors de la comunitat catalana han servit per a capir com es construeix el context de producció en els blocs, a través de la percepció sobre el programari i el disseny, la importància dels enllaços, els continguts, els arxius històrics, la interacció i l'audiència en general. L'autor conclou que el bloc és un espai d'autoedició, en el qual el blogger escriu i publica sense necessitat d'intermediaris i on predomina el text com a principal mitjà expressiu. Els enllaços constitueixen un capital social de primer ordre que permet concebre la blogosfera com un conjunt de textos interrelacionats.

PARAULES CLAU

weblog, *blog*, bloc, quadern de bitàcola, diari personal, audiència, blogosfera, disseny, identitat

SUMARI

Introducció

1. Els sistemes de publicació: la tria tecnològica
2. Els elements que configuren l'audiència
3. Mirant des de fora: anàlisi del *front* en l'àmbit de les bitàcoles
 - 3.1. Inici metodològic: la mirada dels blocs en la seva exterioritat
 - 3.2. El reflex de l'audiència imaginada
 - 3.3. Interpel·lant l'usuari
 - 3.4. El lloc de les imatges
 - 3.5. Els marcadors de localitat
 - 3.6. Enllaços i lligams en la blogosfera
 - 3.7. Construint la identitat

- 3.8. La necessitat de compartir
 - 3.9. Usuaris i propietaris: la metàfora de la cort
 - 3.10. Un assaig de tipologia
 - 4. Mirant des de dins: anàlisi del *back* i del context de producció
 - 4.1. Qüestions de metodologia
 - 4.2. Programari i disseny
 - 4.3. Importància dels enllaços
 - 4.4. Temàtica
 - 4.5. Els arxius històrics
 - 4.6. Audiència i interacció
 - 5. Conclusions
- Glossari
- Quadre de les bitàcoles analitzades
- Bibliografia

Si vols citar aquest document, pots fer servir la següent referència:

Gil, Enric (2005). *Blogosfera: les bitàcoles i l'audiència* [treball de doctorat en línia]. UOC. (Treballs de doctorat; TD05-012) [Data de consulta: dd/mm/aa].
<<http://www.uoc.edu/in3/dt/cat/gil0705.html>>

Blogosfera:

Les bitàcoles i l'audiència

Enric Gil Garcia

Directora: Agnès Vayreda i Duran

Seminari de Cibercultura

**Doctorat Interdisciplinari i
Internacional en Societat de la
Informació i del Coneixement**

Octubre 2004 (revisat abril 2005)



SUMARI

Introducció

1. Els sistemes de publicació: la tria tecnològica.
2. Els elements que configuren l'audiència.
3. Mirant des de fora: anàlisi del *front* en l'àmbit de les bitàcoles.
 - 3.1. Inici metodològic: la mirada dels blocs en la seva exterioritat.
 - 3.2. El reflex de l'audiència imaginada.
 - 3.3. Interpel·lant l'usuari.
 - 3.4. El lloc de les imatges.
 - 3.5. Els marcadors de localitat.
 - 3.6. Enllaços i lligams en la blogosfera.
 - 3.7. Construint la identitat.
 - 3.8. La necessitat de compartir.
 - 3.9. Usuaris i propietaris: la metàfora de la cort.
 - 3.10. Un assaig de tipologia.
4. Mirant des de dins: anàlisi del *back* i del context de producció.
 - 4.1. Qüestions de metodologia.
 - 4.2. Programari i disseny.
 - 4.3. Importància dels enllaços.
 - 4.4. Temàtica.
 - 4.5. Els arxius històrics.
 - 4.6. Audiència i interacció.

Conclusions

Glossari

Quadre de les bitàcoles analitzades

Bibliografia

INTRODUCCIÓ

En diferents discursos, la xarxa Internet ha estat considerada com un espai global, “un espai compartit de visibilitat i comunicació col·lectiva” (Lévy, 2002), en el marc del qual s’ha produït un **creixement progressiu de l’esfera pública** -el que hom comparteix com a transmissió multilateral de coneixement, utòpicament considerada “la intel·ligència col·lectiva de la humanitat”-, una esfera que ajuda a redefinir l’esfera privada, el lloc des del qual els individus es comuniquen, pensen i actuen en línia. Aquest espai global es defineix tecnològicament com “un conjunt de nodes interconnectats” (Castells, 2001: 15), en el qual originàriament s’han eliminat les censures i els filtres tradicionals, amb les consegüents **transformacions en el concepte mateix de publicació**, que Dreyfus, seguint Kierkegaard, denuncia com el triomf de la distribució informacional massiva i alhora l’allunyament de tot compromís amb la realitat¹. La xarxa, emperò, ha democratitzat el procés de la publicació de continguts fins al punt que qualsevol internauta pot crear el seu propi espai web i deixar-hi qualsevol tipus d’informació. Aquesta acció efectuada des de la privacitat repercuteix en la construcció de l’esfera pública: les peculiaritats locals són universalment transmeses en un procés constant de desterritorialització en què el discurs s’allibera definitivament (Lévy, 2002). Un marc en què qualsevol pot expressar-se en un entorn adequat a les necessitats d’informació. La publicació de continguts no es limita ja als canals tradicionals, sinó que els transcendeix, permetent una major diversitat i una major participació en l’àgora electrònica (Rheingold, 1996: 31), amb la promesa d’un auditori universal (Flichy, 2003: 127).

Un espai de publicació privilegiat en l’actualitat és el que forneixen les bitàcoles². D’acord amb la definició de Glazebrook (2003), tècnicament un **bloc** és “un lloc web que consisteix en un conjunt d’entrades per data, amb el nou contingut a la part superior de la pàgina”. Segons Werbach (2001), citat per Branum (2001), el terme s’utilitza actualment per designar **els llocs web –majoritàriament personals- que ofereixen un seguit de continguts (siguin comentaris, notícies, titulars, enllaços recomanats, entrades en forma de diari) organitzats cronològicament**, aspecte que resulta essencial en la descripció del nostre artefacte, ja que allò que converteix un lloc web en un bloc és l’organització dels continguts segons el moment del temps en què van ser

¹ Dreyfus (2003: 88) és ben explícit quan afirma que “para Kierkegaard, la esfera de lo Público estaba destinada a producir un mundo descomprometido con la realidad, donde todos tuviesen opinión y capacidad de comentar cualquier tema público sin tener ni necesitar experiencia o responsabilidad alguna sobre el objeto de sus opiniones y comentarios”.

² En el nostre treball hem escollit com a nom per al nostre artefacte el de “bitàcola” o “bloc”, tot i que en ocasions emprarem el substantiu anglès *weblog* o *blog*. El TERMCAT recomana les expressions “**diari interactiu**” (que traduiria el mot *weblog*, en un sentit més general i que és definit com a “pàgina web en què els internautes poden trobar informacions i notícies diverses, generalment aportades per altres internautes, i enviar-hi comentaris, observacions i notícies”) i “**diari interactiu personal**” (que traduiria el mot *blog*, centrat en la seva autoria individual, i que el TERMCAT defineix com a “pàgina web on l'autor publica periòdicament opinions i comentaris personals sobre qüestions diverses, i en què els lectors poden expressar comentaris sobre els temes tractats”). La comunitat catalana de *bloggers* ha fet famós l’acrònim “dip” per fer referència a aquest nou espai de publicació.

tramesos al servidor. Werbach (2001) considera que els blocs representen la “intersecció entre la gent i el temps”. Com ja és sabut, en les pàgines web convencionals el temps és un factor destacat, atès que hi sol aparèixer la data d'actualització del lloc, així com altres marcadors (indicadors d'hora i data de la transmissió dels continguts, per exemple). En les bitàcoles és un element essencial, puix que es fa present pertot: hora i/o data de transmissió d'un *post*, calendari per mesos amb la indicació dels dies en què s'han produït intervencions, presència d'[enllaços permanents](#) per dia (*permalinks*), hora i/o data de transmissió dels [comentaris](#), [arxius ordenats cronològicament](#), etc., encara que no tots els elements siguin presents en tots els blocs, per la dependència del programari utilitzat.

Aquesta inserció en el temps, heretada del seu caràcter primigeni de registre, defineix **un nou espai de publicació en línia** que té punts en comú amb el periodisme, amb la diferència que publicar un *post* no implica l'acció de cap control exterior. Com assenyalava Rebecca Blood (a DD.AA., 2002: X), “de la mateixa manera com el correu electrònic ens ha fet escriptors, els blocs ens han fet editors”, sobretot pel [sistema de publicació](#) simplificat en què es basen (Halavais, 2002). Andrew Sullivan (citat per Newton, a Glazebrook *et al.*, 2003) reconeix que en aquesta nova forma de comunicació el que compta és **l'absència d'intermediaris**, el contacte directe entre autor i lectors. Blood emfatitza que “els blocs són publicacions dissenyades per ser llegides per algú, sigui una audiència extensa global, o (com és més habitual) una microaudiència de centenars de persones, o només un grapat” (DD.AA., 2002: X). Precisament la **construcció del context de recepció** serà un dels punts fonamentals de la nostra recerca: com la peculiar estructura de publicació i de disseny de les bitàcoles –lligada a un programari concret– engendra una interpretació de l'audiència des de l'ancoratge local.

Tot i que s'han assajat diferents classificacions dels blocs segons la tipologia (Blood, 2000; Krishnamurthy, 2002; Herring *et al.*, 2003), resulta aclaridora la distinció de Branum (2001), per la seva simplicitat, entre el que ell anomena ***filter-style*** i el ***free-style***. El primer tipus, més antic, posa èmfasi en els enllaços a diferents llocs web (que ofereixen articles i altres continguts o recursos d'interès) filtrats per l'autor, que actua com a intèrpret de la xarxa global des de la seva localitat: es tracta d'una *prenavegació* (Blood, 2000) que ofereix una selecció dels llocs que poden ser visitats preferentment. [Jorn Barger](#) (1999), autor del Robot Wisdom Weblog, afirma que

“a weblog (sometimes called a blog or a newspaper or a filter) is a webpage where a [weblogger](#) (sometimes called a blogger, or a pre-surfer) 'logs' all the other webpages she finds interesting”.

Per altra banda, l'estil lliure es basa menys en el món exterior i més en el món interior de l'autor, amb modalitats que abasten, des del diari tradicional (els diaris interactius personals o quaderns de bitàcola) fins a valoracions diàries del que succeeix en el món, menys intimistes.

La transformació del primer estil en el segon es va produir, segons Rebecca Blood (2000), per l'arribada de [Blogger](#), una interfície web a la qual es pot accedir des de qualsevol ordinador i que permet escriure qualsevol tipus de contingut en una caixa de text que esdevé un *post* totalment actualitzat. La seva simplicitat ha provocat que milers d'internautes hagin apostat per aquest sistema de publicació, un procés de democratització del [weblogging](#) que ha afectat decisivament l'estil de les pàgines. Tot i que encara hi ha alguns *weblogs* de l'estil de filtre, decididament la influència de Blogger ha marcat el trànsit d'una “«llista d'enllaços amb comentari i incisos personals» a «un lloc web que és actualitzat freqüentment, amb nou material inserit com a *post* en la part superior de la pàgina»” (Blood, 2000). El programari incideix en la

popularització de les bitàcoles com a sistemes d'autopublicació en web, concretats en *posts* freqüents que es van acumulant en els [arxius històrics](#) i que van configurant una perspectiva virtual sobre la realitat.

Ara bé, fins a quin punt el sistema de publicació emprat pels autors pot influir en el context de producció, és a dir, el rerefons (el *back*) des del qual l'autor treballa i ofereix el seu producte a l'audiència potencialment global? Sembla lògic afirmar que la forma que l'autor atorga a la seva intervenció condiciona l'estructura del discurs. Per exemple, no és el mateix una bitàcola que permet comentaris –i en la qual és possible la interacció asíncrona– que una en la qual no se n'accepten, puix que aquesta darrera no deixar de ser monològica, lluny de la fecunditat dialògica de la primera. El que fa l'autor quan estableix els *settings* en la seva eina de publicació té una influència sobre el *front*, el que es mostra en la pantalla de l'ordinador davant l'usuari. No permetre comentaris ja és una **aposta per un tipus de bloc tancat, centrat en l'autor** i sense accés a l'intercanvi de parers. Permetre'ls és comprometre's a una participació més activa, a una **concepció de l'audiència com a públic** (d'acord amb el que assenyala Blood, 2000: “una audiència és passiva; un públic és participatiu”). En el nostre estudi ens centrarem en una concepció general de l'audiència que recollirà tant la participació directa del públic com tots aquells elements que s'infereixen del context de producció i que l'autor integra en el seu producte.

1. Els sistemes de publicació: la tria tecnològica

Amb l'objectiu d'entendre com es construeix el context de recepció a a partir d'un context de producció en el marc d'un sistema d'autopublicació en web com és el bloc personal, hem seleccionat [20 exemplars prou variats de la comunitat lingüística catalana i hem realitzat entrevistes a 9 autors](#) a fi de trobar-hi recurrències i per tal de demostrar que **la tria tecnològica implica solucions culturals**. Els sistemes de publicació que hem treballat en la mostra de bitàcoles són tan sols una mostra del que podem trobar en el ciberespai, tot i que algunes eines són emprades majoritàriament pels seus autors:

1. **Blogger**: Es tracta de l'eina més popular, caracteritzada per la seva simplicitat i per haver estat la responsable del creixement exponencial dels blocs. Funciona amb un servidor centralitzat, per la qual cosa no cal baixar cap mena de programa. Accedint a la pàgina inicial podem començar a crear la bitàcola, a través d'un nou compte que s'activa immediatament i que dona accés a la publicació directa de les entrades. Presenta [marcadors](#) de data i hora per a cada [entrada](#), [arxius històrics](#), [permalinks](#) i accepta comentaris (des de la reestructuració realitzada el 2004: en la versió gratuïta, abans calia inserir els comentaris des d'un lloc específic de gestió de comentaris, com, per exemple, [HaloScan](#)). Blogger és el líder en la modalitat d'hostatjament gratuït, acceptant que els arxius resideixin en el servidor centralitzat o es puguin pujar via FTP al servidor de l'usuari. Un cop creat el bloc, cal escollir la plantilla a partir d'una llista predefinida. Tot i així, amb coneixements de disseny és possible modificar-la. Les caigudes del sistema són problemàtiques amb el Blogger, en tractar-se d'un servidor centralitzat i funcionar sense *software* local. La modalitat gratuïta compta amb una cibertira publicitària en la part superior del bloc.
2. **Movable Type**: És una aplicació que s'instal·la en el propi servidor i forneix un sistema d'autopublicació molt potent. Requereix un servidor que permeti executar *scripts* CGI i funciona amb el programa Perl, també instal·lat correctament en el servidor, per la qual cosa no es tracta d'un sistema apte per

a tots els usuaris com Blogger. L'avantatge sobre aquest darrer rau en la seva versatilitat, atès que té moltes opcions per a personalitzar el disseny i el sistema de publicació. Accepta comentaris, que es poden mantenir i autenticar, àdhuc amb l'opció d'aprovar o desaprovar algun comentari d'un lector concret, i [retroenllaços](#) (*trackbacks*), que és una manera de comentar remotament, atès que facilita que avisem un altre *blogger* sobre la coincidència a nivell de contingut entre la nostra entrada i la seva. Llavors fem un *ping* de *trackback* i l'usuari al·ludit rep l'enllaç amb la referència. Movable Type pot afegir una casella per poder cercar en el bloc i admet múltiples combinacions, formats i plantilles per als arxius històrics. Fa possible pujar arxius i imatges directament als directoris del bloc, sense haver de transferir-los per mitjà d'aplicacions FTP. Envia notificacions de *ping* als sistemes que les acceptin (és el cas dels [directoris de blocs](#) en català [Bitàcoles](#) o [Catapings](#), que recullen les actualitzacions en temps real).

3. [WordPress](#): És un sistema de publicació que funciona amb [PHP](#) i [MySQL](#), successor del b2/cafeolog (també cal instal·lar-lo en el propi servidor, com Movable Type). Ofereix un control total sobre l'edició dels enllaços i permet crear-los, mantenir-los i actualitzar-los, fomentant el [blogrolling](#). Els canvis que es realitzen en les entrades es reflecteixen directament en el lloc web. Ofereix dues eines de comunicació entre blocs: el retroenllaç –ja explicat-i el [pingback](#), que és més o menys el mateix, amb la diferència que enllaça amb l'altre article de manera directa (tan sols creant un vincle amb l'entrada del bloc al·ludit). Es poden habilitar o deshabilitar els comentaris i els *posts* poden ser protegits amb contrasenya. Utilitza un format de text intel·ligent, a fi de crear una interfície elegant. Admet múltiples autors i fa *ping* als directoris de blocs.
4. [pLog](#): Plataforma basada en PHP i MySQL de gran versatilitat. Les seves característiques lliguen perfectament amb una plataforma de blocs, ja que no tenen cap altre objectiu. Amb una sola instal·lació es poden crear múltiples blocs, així com definir múltiples usuaris. Les plantilles, cada cop més nombroses, són fàcils de modificar i els enllaços es poden gestionar també de manera senzilla i per categories. Des de la interfície de l'administrador es poden pujar arxius, imatges i vídeos, que s'odenen en àlbums. L'editor de les entrades és WYSIWYG³, facilitant la feina a aquells que no dominen el codi de marcatge d'hipertext. Admet comentaris i retroenllaços, així com sistema de notificació (*ping*). En el nostre treball hem estudiat una bitàcola hostatjada a [Lamevaweb.info](#), que és una comunitat de *bloggers* de parla catalana que utilitza aquest sistema de publicació.
5. [Splinder](#): Proveïdor de blocs italià amb un sistema de publicació sense *software* i molt intuïtiu. L'editor és WYSIWYG, tot i que es pot alternar amb la inserció manual de les etiquetes HTML. En crear el nou compte, cal escollir una plantilla. Admet comentaris.
6. [Cibernautes](#): Comunitat de bitàcoles en llengua catalana. Programari propi. No hi ha plantilles, sinó que tots els blocs tenen la mateixa aparença. Els *posts* es poden arxivar en carpetes i només poden realitzar comentaris els membres de la comunitat.
7. [Aprop.net](#): Comunitat d'internautes catalans que ofereixen un seguit de serveis web, entre els quals hi destaquen les bitàcoles. El [Bloc de notes](#), que es troba

³ Acrònim de "What you see is what you get", per referir-se a l'edició HTML sense necessitat de conèixer les *tags* o etiquetes.

hostatjat en aquest servidor, té un disseny propi, molt original, que posa èmfasi en el color taronja. Els *posts* admeten comentaris i els enllaços es divideixen en categories. L'encapçalament és una imatge taronja, amb botons a les pàgines més interessants del lloc web. És un bloc personalitzat, sense dependència d'una plantilla.

8. [Lacomunitat.net](#): Comunitat de blocs en llengua catalana. El registre és molt senzill, així com la tria de les plantilles i l'edició de les entrades. A [Rigola](#) observem com l'autor ha pogut adaptar el disseny del bloc al de [la seva web](#) (tot retocant-ne el codi), introduint imatges en les entrades i un nombre important d'enllaços, més interns al *post* que no pas externs. També inclou comentaris.

Els sistemes de publicació esmentats mostren clarament que la forma del bloc es deriva del programa utilitzat per al seu manteniment (Herring *et al.*, 2003), atès que permeten unes determinades funcions i n'impedeixen unes altres. Per exemple, Blogger no presenta calendari en els seus blocs (un element visual certament útil per a buscar les entrades cronològicament) i fins fa poc no tenia un sistema propi de comentaris: per a un usuari no avesat això podia resultar problemàtic. Malgrat tot, si bé l'estructura formal de la bitàcola depèn del programari, les qüestions relatives al disseny i al format no són les més importants (Jung, 2003), atès que **és el contingut el que ofereix una visió concreta del blogger en termes d'identitat**. El mateix Jung, en parlar de les pàgines personals, reconeix que l'estil d'escriptura, el disseny, el color de fons, les imatges o els enllaços favorits se seleccionen amb l'objectiu de reflectir com vol mostrar-se l'autor. En els blocs la identitat, o les múltiples pinzellades que se n'ofereixen en els *posts*, es construeix primordialment a través del contingut. Si prenem com a exemple la comunitat Cibernautes, que disposa d'una única plantilla per a tots els blocs, és evident que els autors han de posar èmfasi en altres elements diferencials per a mostrar-se (abundor d'imatges, d'enllaços en les entrades, etc.). Ara bé, altres programes (com Movable Type) ofereixen una major llibertat i els *bloggers* poden aprofitar-se de la seva versatilitat per oferir un punt de vista sobre si mateixos. Rebecca Blood (2003) ressalta que l'aparició dels programes que permetien la redacció d'entrades a partir de [templates](#) predissenyades provocà l'esclat dels diaris en línia, tot i que el format basat en l'ordre cronològic invers ja existia, i és aquest format el que determina que ens trobem davant d'un bloc. La forma, doncs, segons Blood precedeix el programa, amb una unitat bàsica, que és l'entrada o *post*.

Podríem afirmar que, si bé el contingut és el que ens ajudarà en la construcció del context de recepció per mitjà dels seus pressupòsits i les seves al·lusions a l'audiència, **és la tria tecnològica la que podrà fornir unes solucions socials o unes altres**, ja que, per exemple, habilitar els comentaris fomenta la participació, mentre que deshabilitar-los la inhibeix; de la mateixa manera, l'ús dels retroenllaços o de *pingbacks* faculta el diàleg entre blocs diferents, mentre que en alguns sistemes de publicació això és impossible. L'autor de la bitàcola té al seu abast una pluralitat de solucions tecnològiques: la tria dirà molt del que l'autor vol privilegiar i de les raons per les quals utilitza aquest mitjà de comunicació en línia. Podrem comprovar aquestes asseveracions en la nostra anàlisi de les bitàcoles.

2. Els elements que configuren l'audiència

Més amunt hem esbossat els contextos que incideixen en els blocs com a realitat: hem fet al·lusió a un **context de producció**, que es deriva de l'eina d'autoedició

emprada per l'autor, i que s'estructura en un àmbit que s'esmuny de l'observació de l'audiència, i a un **context de recepció**, que constitueix el marc en què els destinataris de la informació en línia interactuen o simplement observen. Com reconeixen Schiano *et al.* (2004), les bitàcoles són un mitjà caracteritzat per la seva versatilitat i “una forma d'expressió personal i de comunicació”, per la qual cosa el *front* i el *back* es retroalimenten de manera especialment fecunda: el que se'ns mostra en la interfície (per exemple, les llistes d'enllaços, les imatges i l'accés als comentaris) es vincula a la xarxa en general, és un punt de vista sobre l'exterior que busca la interacció de l'usuari, mentre que el contingut de les entrades, si fem abstracció dels enllaços que puguin haver-hi, és una mostra d'autoexpressió creada des del rerefons, un punt de vista subjectiu, local i parcial de la retícula global. Exterior i interior coadjuven en la bitàcola com a sistema de publicació en web.

Què és, però, el més important en aquesta dialèctica entre localitat i globalitat, entre intimitat i obertura? El que es pot jutjar de manera rellevant és la **construcció de l'audiència** que es dedueix com a síntesi. La producció de l'espai web, segons Hine (2001), esdevé un acte socialment significatiu, atès que implica una comprensió de l'audiència i de les possibilitats de l'artefacte que emprem. Encara que, com veurem, alguns autors no valoren excessivament l'audiència que poden aconseguir, sinó més aviat el **contingut de les seves intervencions** (tant des del vessant merament expositiu com d'aspiració literària), no podem menystenir que l'autopublicació es produeix en web, i no com a simple resposta egocèntrica, sinó en el marc d'un mitjà de comunicació global. Sherry Turkle (1995) ha insistit en el fet que les pàgines web personals són una forma de construcció del si-mateix, una autopresentació més enllà dels contextos en què es produeix: el tema de la identitat és llavors el primordial. La mateixa Christine Hine, emperò, ha volgut deixar clar que aquesta interpretació, indicativa de la fragmentació del subjecte postulada per la postmodernitat, bandreja la perspectiva contextual (Hine, 2000). És innegable que hi ha una representació (en el sentit alemany de *Vorstellung*, de posar alguna cosa al davant) i una concepció de la identitat que surt a l'escenari, però una representació d'alguna cosa per a algú. En el camp restringit dels blocs l'autor es mostra a si mateix amb les restriccions que li imposa el programari, mostra quelcom (el contingut de les seves entrades, així com els enllaços) i ho fa per a una audiència, que de bell antuvi és imaginada i després es concreta en el món de la vida virtual.

El concepte d'audiència imaginada –l'audiència que es representa l'autor– és desenvolupat també per Hine, que assenyala que

“la audiencia como tal es en buena parte una construcción imaginaria de los creadores de páginas web, tal como ocurre en los medios de comunicación masiva” (Hine, 2004: 108).

L'autora incideix en el fet que els llocs web són dissenyats tenint molt present el context de recepció, a fi de provocar una sèrie de reaccions en els usuaris que generen una percepció positiva que els pot induir a tornar a connectar-se al mateix lloc (Hine, 2004: 109). Cal recordar que Hine posa com a exemple les pàgines web tradicionals i, en un cert sentit, les bitàcoles s'ajusten a la definició de pàgina web, tot i que discrepen dels llocs personals en alguns aspectes. Els autors de blocs semblen ser conscients de l'audiència a la qual s'adrecen (Schiano *et al.*, 2004): per exemple, un dels blocs objecte de la nostra anàlisi, titulat **BLOG:RNiA**, és presentat pel seu autor com a “bitàcola d'anàlisi política catalana en clau d'amaniment”, per la qual cosa es troba molt centrat temàticament. L'audiència imaginada per l'autor és gent interessada en l'àmbit polític català. Per altra banda, a **Gumets** el subtítol és ben gràfic: “De totes les mides, formes i colors”, al·ludint al seu caràcter miscel·lani. En aquest darrer cas, la construcció de l'audiència es troba força condicionada pel disseny del bloc, amb el color taronja com a

fons i les entrades en forma rectangular i amb fons blanc. Aquests aspectes estètics lliguen amb el públic jove al qual sembla adreçar-se el seu autor.

Una diferència respecte a les webs tradicionals es troba en la gestió del temps, puix que les bitàcoles presenten els *posts* ordenats cronològicament (per tant, de manera seqüencial, com en un diari personal), essent aquest el seu tret definitori, mentre que els llocs web presenten un *collage* temporal que a voltes provoca inconsistències. Les actualitzacions són aquí addicions de contingut per damunt o en comptes del contingut anterior, que pot ser matisat o esborrat. En els blocs gairebé sempre hi ha una història del lloc (constituïda pels arxius històrics, del tipus “juliol 2004”), els *posts* posseeixen un marcador temporal i, tot i que els enllaços puguin presentar alguna inconsistència (generada per les pàgines web citades que no són blocs), el registre dels continguts es manté inalterable, de tal manera que podem crear una història d'allò que l'autor ha pensat i enllaçat (Jeanne-Perrier *et al.*, 2003). Aquesta gestió del temps és també rellevant per a la construcció de l'audiència, per la imatge que ofereix en els internautes. La periodicitat en la publicació de les entrades és un element que no es pot bandejar perquè intenta fidelitzar els lectors: el fet d'escriure un *post* diari incrementa el grau de probabilitat que els lectors tornin al mateix lloc.

Un altre element que ajuda a construir el context de recepció, a més del programari, el disseny i la gestió del temps, és **l'opció dels comentaris en cadascuna de les entrades**. Veurem, en l'anàlisi dels blocs i de les entrevistes als autors, que aquesta opció interactiva és adoptada per una majoria de *bloggers* perquè els usuaris puguin replicar l'opinió expressada en el *post*. Aquest aspecte converteix els blocs en un gènere híbrid entre les pàgines web estàndard i les diverses formes de comunicació asíncrona (Herring *et al.*, 2003: 10). Les pàgines web poden ser actualitzades en un període variable de temps, mentre que els blocs ho són de manera més freqüent i els fòrums de discussió cada cop que un usuari penja un missatge. En els blocs, però, no hi ha una relació d'igual a igual com en els fòrums, sinó que l'autor posseeix el control sobre els comentaris (els pot esborrar o denegar), es troba jeràrquicament per damunt de la seva audiència, generant una comunicació asimètrica (Herring *et al.*, 2003: *ibid.*). El que resulta beneficiós en termes d'audiència és que aquesta comunicació produeix *feedback*, en el sentit que els comentaristes tendeixen a retornar al lloc per comprovar si el seu missatge ha estat respost per l'autor o per algun altre usuari. Com ja havíem apuntat més amunt, **l'audiència esdevé públic amb l'accés a comentaris**, puix que s'integra significativament en la bitàcola, de tal manera que es pot considerar cocreadora, tot i que relativament, del contingut. Essent un recurs escassament emprat en la majoria dels blocs –si n'exceptuem aquells que gaudeixen d'un gran èxit de públic–, els comentaris afegeixen interactivitat a aquest sistema de publicació en web.

No cal oblidar en la nostra anàlisi la importància dels enllaços en les bitàcoles, herència de la seva constitució primigènica com a filtres d'Internet. La majoria contenen un llarg llistat d'hipervincles, adreçats a altres blocs o a pàgines web estàndard, anomenat *blogrolling*, que serveix per promocionar aquelles webs jutjades més interessants. En el cas del bloc és una **eina creadora de comunitat**, atès que els autors, en el moment que són citats, tendeixen a citar al seu torn el bloc d'origen. Aquesta estratègia col·laborativa provoca que es formin autèntiques estructures socials –la consciència de pertànyer a la [blogosfera](#)– i que els autors d'una bitàcola comentin l'altra i a la inversa, sense menystenir aquelles comunitats ja formades que només permeten intervenir a aquells que s'hi han registrat prèviament (per exemple, Cibernautes). Glazebrook (2003) remarca que **els hipervincles són una forma de capital social en la comunitat de bloggers** i, encara que no consisteixen només en hipervincles com a forma d'accés als continguts, gràcies a ells poden guanyar en audiència.

En la descripció del programari hem fet al·lusió als retroenllaços o *trackbacks* com a sistema que permet realitzar comentaris remots i que fa possible el diàleg entre bitàcoles. És una funció que moltes plataformes de publicació encara no permeten i en aquelles que sí ho fan l'ús és molt restringit, car de vegades el *trackback* no es pot fer perquè l'altre bloc no en fa ús. L'avís al bloc B del tractament d'un tema coincident en el bloc A ha de generar necessàriament la reacció del bloc B i la seva connexió al bloc A, per la qual cosa esdevé un fil conductor entre bitàcoles que ajudaria a construir l'audiència de manera molt més decisiva si el seu ús s'universalitzés⁴. El retroenllaç es basa en el *ping*, un missatge que un servidor envia a un altre i que habitualment s'utilitza per notificar que el bloc ha estat actualitzat. La comunitat catalana de bitàcoles, que serà l'eix de la nostra recerca, posseeix unes eines de promoció específiques, esmentades més amunt, la més antiga de les quals és Bitàcoles.net, que es presenta amb un objectiu específic:

“Bitàcoles.net vol enllaçar amb les bitàcoles en català que acabin de publicar una nota, per així afavorir la comunitat de bitàcoles en català. Vol ajudar a les bitàcoles noves a promocionar-se, tan bon punt publiquen una nota apareix i, a les bitàcoles amb més moviment, com més notes publiquis més estona sortiràs.” [resposta a la pregunta “Què és bitàcoles.net?”]

Els autors, un cop han escrit i publicat una entrada, envien un *ping* a un d'aquests directoris i d'aquesta manera l'actualització és visible en un lloc central del ciberespai. Això genera visites i deixa al descobert les pautes d'actualització de cada *blogger*.

Un cop exposats els elements que reforcen l'audiència, passem a analitzar les bitàcoles des de fora (el que hem anomenat *front*: la interfície que ens surt a l'encontre), per tal d'atènyer una major comprensió de l'artefacte a través de casos ben concrets de la blogosfera catalana, que ens servirà per trobar recurrències en la construcció (individual i col·lectiva) del context de recepció.

3. Mirant des de fora: anàlisi del *front* en l'àmbit de les bitàcoles

3.1. Inici metodològic: la mirada dels blocs en la seva exterioritat.

Un cop enumerats els recursos que utilitzen els *bloggers* en les seves creacions, la nostra recerca arriba a un punt que jutgem especialment rellevant, en el qual la recollida de dades esdevé fonamental. En aquesta primera part de l'anàlisi ens centrarem en la **descripció del que mostren els blocs des de la seva exterioritat**, com a representació d'un treball dut a terme des del context de producció que es lliura a l'audiència i que

⁴ Una explicació interessant de l'eina l'ofereixen Mena i Ben Trott (2003): “Currently, the main use of TrackBack is as a remote commenting system: if I post on my weblog about a post on your weblog, my weblog tool will notify yours to inform you of that. Your weblog will then display the excerpt of the post that I made, with a link back to the post on my site. This allows visitors to your site (and you) to know what others are saying about your post--like comments, in other words, but the post is on my site instead of yours, as it would be if I had just left a comment. This gives me control over my post. If I want to fix a typo, or change some wording, then I can do that; whereas if I had left a comment on your site, I would not have access to change the text. In other words, TrackBack provides more control over your content.”

busca generar unes reaccions determinades. Ens interessa, arribats aquí, una interpretació de les bitàcoles des del *front stage*, la regió visible per al públic (Goffman, 1981), el context des del qual es construeix la representació: en els blocs és el que observem des de fora, amb una interfície mitjancera que actua com a condició de la possibilitat de la nostra percepció dels enclavaments locals de la blogosfera, definida per Hiler, en una metàfora organicista, com “un ecosistema que viu i respira com qualsevol altre sistema biològic” (Hiler, 2002). La metodologia emprada en aquesta fase ha estat la inductiva, partint de l’observació i descripció interpretativa de [20 exemples de bitàcoles de l'àmbit lingüístic català](#), prou variades quant al programari emprat, l’estil i els continguts desenvolupats, tot recollint per mitjà de captures de pantalla aquells elements gràfics i textuais que ens hauran de servir com a suport per a trobar recurrències en l’establiment d’un lligam entre el context de producció i el context de recepció. Concretament, haurem d’escatir **si hi ha un patró estructurant de les diferents bitàcoles i si amb això podem fer-ne una tipologia temptativa**: les característiques inferides ens hauran de dur a elements distintius.

3.2. El reflex de l'audiència imaginada.

Si bé en aquest capítol tractarem el *front stage*, el que es veu des de fora –els blocs vistos pels usuaris–, en el següent ens centrarem en el *back stage*, la regió invisible per al públic (Goffman, 1981; Ibáñez Gracia, 1996: mòd. 2, pàg. 36), la perspectiva dels autors des del rerefons, des del context de producció d’aquest sistema d’autoedició en web. La literatura sobre pàgines personals havia estat massa focalitzada en la qüestió de la identitat (Miller i Mather, 1998; Turkle, 1995), refusant altres aspectes, com podrien ser els contextos de producció i de recepció. Hine reivindica una nova perspectiva no tan reduccionista:

“Una perspectiva más amplia debería ser capaz de incorporar el reconocimiento del contexto de producción de la página y el contexto de las webs entre las cuales se integra. Esta perspectiva requeriría , en todos los casos, interactuar con diseñadores de las páginas web e involucrarse, en tiempo real, en la generación del paisaje de las webs. Sólo contemplando los rasgos que rodean y alimentan la creación de una página web tendremos una visión certera de su producción como un acto de significado social, pues incorporaríamos el análisis de la emergencia de relaciones sociales en la Red y en el tiempo.” (Hine, 2004: 39)

Aplicant el que afirma Hine a les bitàcoles, podríem inferir que és obligada una anàlisi d’aquest espai d’autopublicació des de dins i des de fora per poder entendre l’emergència d’un significat social com a resultat de la interacció entre l’autor i els usuaris, amb la mediació del programari emprat. De Hine també hem recollit la seva concepció de l’**audiència com una comunitat imaginada**, que es troba present al llarg de tot el procés de producció dels blocs. Els autors s’adrecen a un grup de persones amb els mateixos gustos i interessos, de tal manera que el programa utilitzat i el disseny implementat tenen com a finalitat produir una imatge dels usuaris potencials del lloc (Hine, 2001: tot i que l’autora ho aplica a les webs personals, en el nostre cas seria igualment vàlid). Aquesta audiència imaginada es palesa en les entrades dels *bloggers*, que busquen la reacció d’un determinat destinatari, motivat per la temàtica tractada. Un exemple el podríem trobar a [BLOG:RNiA](#), bitàcola sobre política catalana, en la qual hi ha una recerca explícita de resposta a través d’uns recursos ben determinats, com podem observar en el següent *post* ([29-5-2004](#)):

☒ **PRIMER CAROD, ARA SELLARÈS**

29.05.2004



Després de l'*affaire Perpignan* el nostre benvolgut i defenestrat **Carod-Rovira** va ser anorreat del govern tripartit –per benefici del PSC-PSOE–. ERC no perdona a **Duran** que fes zitzània (i en tenia motius més que suficients com ja vaig apuntar en el seu moment). No va ser CiU qui va fer caure el conseller en cap **Carod**, sinó el seu patrocinat espanyol **Zapatero**, però CiU no va callar (i no pot, doncs és la primera força de Catalunya pesi a qui pesi).

L'*affaire Sellarès* si que s'ha d'entendre com una nova victòria política de CiU sobre ERC –per benefici també del PSC-PSOE–. Recordem que **Sellarès**, exfundador de CDC i enfrontat anys i panys amb **Jordi Pujol** va ser una mena de **Pere Esteve** dels 80. **Pujol** es pren la revenja ara, quan **Puig** i **Mas** han estat estrictes i s'han palplantat amb duresa fins que **Sellarès** ha caigut.

Es constata, doncs, que ERC no sap governar i que a més a més enganya a la ciutadania. Vota'ls imbècil.

 Inici

 Arxiu

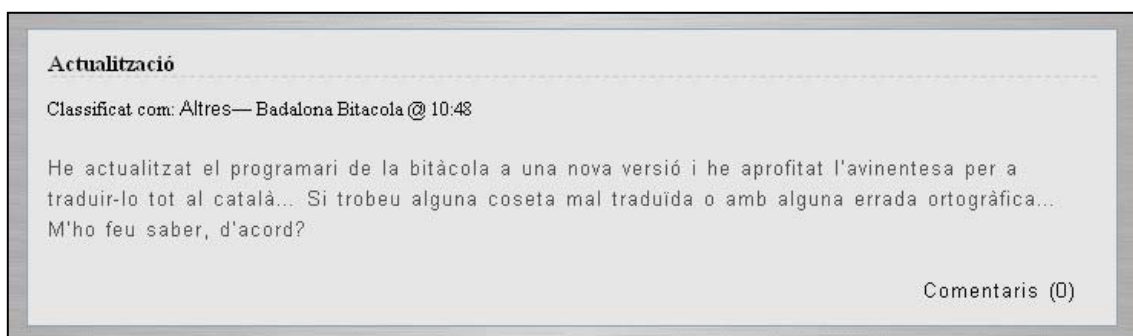
 Comentaris (8)

 Trackbacks

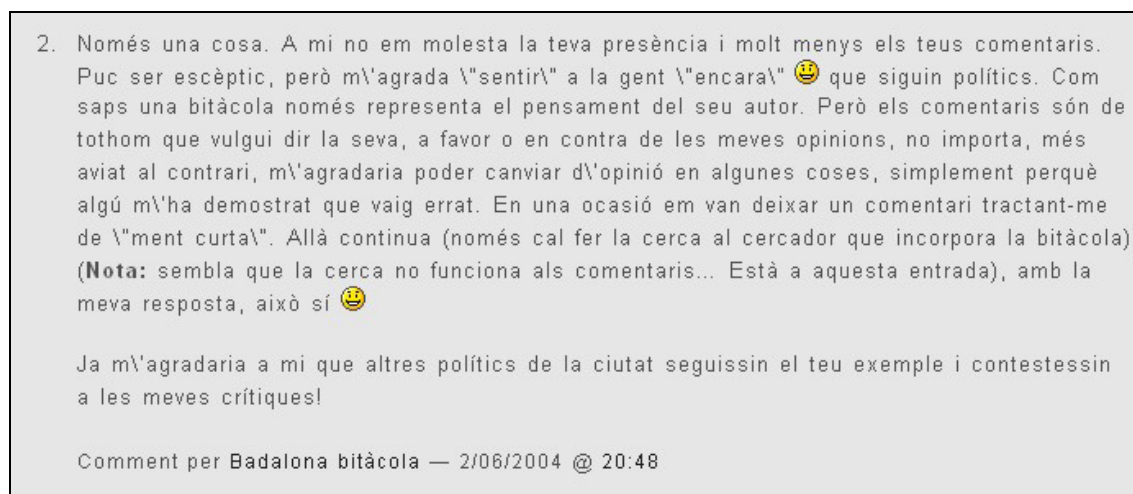
Aquests recursos són, concretament, el llenguatge provocatiu, arribant a ser insultant (“Es constata, doncs, que ERC no sap governar i que a més enganya a la ciutadania. Vota’ls imbècil”), tot i que fomenta els comentaris (un altre marcador de l’audiència), l’ús d’imatges (en aquest cas la de l’exsecretari de Comunicació Miquel Sellarès) i també l’ús de la tipografia (la negreta per a destacar els noms de polítics i la cursiva). Si analitzem els comentaris de l’entrada veurem com el propi autor hi intervé, en un d’ells agraïnt una correcció del seu text i en l’altre sortint al pas d’una crítica que l’acusa de ser massa dogmàtic (dos dels comentaristes són alhora *bloggers*, fenomen habitual). Atès que habitualment el nombre de comentaris dels blocs és escàs –i àdhuc en moltes bitàcoles inexistents– es pot deduir que el *blogger* ha assolit el seu objectiu: **convertir part de la seva audiència en públic participatiu**, en eix de la interacció de la bitàcola. Ell s’adreça a uns internautes amb inquietuds polítiques (audiència imaginada), estiguin d’acord o no amb les seves idees, i alguns d’aquests internautes realment participen, tot lloant o blasmant les opinions de l’autor.

3.3. Interpel·lant l’usuari.

A banda dels recursos esmentats en l’apartat anterior, una altra recurrència en la nostra anàlisi és la **frequència amb què els autors realitzen interpel·lacions en les seves entrades**, com a mostra que no es tracta d’un diari íntim –baldament la seva correspondència en el món *offline* sigui aquesta–, sinó d’un dietari compartit, independentment de l’existència o no de comentaris. Per exemple, l’autor d’[El quadern gris](#) es congratula en [una de les entrades](#) de l’aparició de les *Obres completes* de Josep Pla en edició de quiosc i, a més de comentar la seva qualitat literària, s’adreça a l’auditori tot dient “no sigueu gasius amb en Pla”, “en teniu dos pel preu de la meitat”, “no sigueu garrepes”. Tanmateix, a [Badalona Bitàcola](#), un bloc dedicat a l’actualitat relacionada amb aquesta ciutat, l’autor anuncia [l’actualització](#) del programari de la bitàcola a una nova versió i la traducció de tot el contingut al català. Acaba amb una referència explícita a l’audiència:



La finalitat és aconseguir la participació dels usuaris i alhora que aquests siguin actius, que llegeixin les entrades i avisin de possibles errades ortogràfiques o de traducció. Des d'aquesta perspectiva observem clarament que el caràcter presumptament intimista del “dip” (en el sentit del TERMCAT de “diari interactiu personal”) contrasta amb les demandes contínues de participació. L'objectiu, d'acord amb els exemples esmentats, és que el receptor (usuari lector de blocs) faci alguna cosa (comprar el llibre de Pla en el primer cas, esmenar les faltes en el segon). La recerca d'interacció és el que observem des del *front stage*, la demanda clara d'intervenció dels usuaris en el producte creat pel *blogger*. L'entrada o *post*, que és la unitat discursiva bàsica en les bitàcoles, esdevé un instrument perquè l'autor, des del context de publicació, es mostri als altres, que reben el missatge i a voltes són explícitament interpel·lats, a la recerca de comentaris, els quals tenen un efecte multiplicador de l'audiència en la mesura que generen la necessitat d'una connexió posterior per comprovar possibles reaccions a les opinions expressades. El mateix autor de [Badalona Bitàcola](#) es mostra satisfet perquè un polític de l'àmbit municipal ha publicat un comentari en el seu bloc ([comentari](#) al [post de l'1-6-2004](#) titulat “Ferran Falcó i els polítics badalonins”). És digna d'anàlisi la valoració que en fa l'autor:



El moviment dels quaderns de bitàcola posa especial èmfasi en la **llibertat d'expressió i l'obertura a totes les opinions**, encara que siguin contràries a les del seu autor. És interessant veure com es produeix un metadiscurs, una reflexió des del bloc sobre el mateix bloc (“una bitàcola només representa el pensament del seu autor”, “els comentaris són de tothom que vulgui dir la seva”) i una contínua invitació al diàleg, feta d'interpel·lacions. Com reconeix Edward Jung,

“weblog entries also tend to invite dialogue to be formed with the user regarding a link or a point of view they have raised allowing them to be open ended conversations”. (Jung, 2003)

Per últim, un aspecte formal força habitual és l'ús d'emoticones per expressar un estat d'ànim (😊), un recurs heretat del correu electrònic, el xat i dels fòrums de comunicació asíncrona (Herring *et al.*, 2003: els blocs, com a nou gènere discursiu, es troben a mig camí entre les pàgines web personals i aquest tipus de fòrums). L'emoticona vol crear una complicitat amb el lector. En el nostre cas, l'autor vol que el polític badaloní no deixi d'intervenir en el seu espai i alhora obre la porta a altres polítics, per poder convertir la seva bitàcola en un autèntic fòrum de participació ciutadana (“ja m'agradaria a mi que altres polítics de la ciutat seguisin el teu exemple i contestessin a les meves crítiques”). Aquesta és la seva pretensió: un bloc que reculli els diferents estats d'opinió sobre Badalona amb ell com a moderador.

3.4. El lloc de les imatges.

Els llocs web en general, d'acord amb Hine (2004:109), són dissenyats a fi de provocar reaccions. Elements de disseny com la integració dels comentaris en l'arquitectura general del lloc o la facilitat en la inserció d'imatges influeixen en la visualització de la pàgina i en la generació de respostes positives en l'audiència. Hem vist ja algun exemple de la integració dels comentaris (a [Badalona Bitàcola](#), que utilitza com a programari el WordPress, hi ha una cura especial per la unitat d'estil), tot i que encara no hem tractat **el tema de les imatges**, secundari en moltes bitàcoles però rellevant en d'altres, com els fotoblocs, en els quals els autors substitueixen el text per la imatge, arribant a solucions amb voluntat artística. L'exemple triat és el fotobloc [Zeta](#)⁵, de Javier Leiva, en el qual l'experimentació fotogràfica és constant. En les entrades hi ha el títol (que esdevé alhora títol de la fotografia), la inserció de la imatge, que es fa en el mateix servidor, l'accés a l'enllaç permanent (*permalink*), als comentaris i als retroenllaços (*trackbacks*). Semblaria que utilitzar la imatge com un fi en si mateix no hauria de generar interacció: no és ben bé així, atès que molts dels *posts* visualitzats presenten comentaris (en els corresponents al mes de maig de 2004 la mitjana és de 4 comentaris per entrada, gens menyspreable si tenim present que moltes bitàcoles textuais gairebé mai no en presenten). Per consegüent, **la imatge és text amb autonomia pròpia i generadora de feedback**. Vegem, per exemple, l'entrada del dia 18 de maig de 2004:



⁵ Bloc inactiu des de setembre de 2004 i actualment esborrat del servidor. [Nota abril 2005]

Observem la imatge d'un home dormint al Café Comercial de Madrid (únic text que apareix en el cos de l'entrada), amb el títol ben explícit de "Zzzzzzzzz...(3)", i amb 5 comentaris i cap retroenllaç. Els comentaris són molt breus i es dediquen principalment a comentar la imatge: "El libro que está leyendo debe ser soporífero XD", "No me fio del café que sirven aquí...", "Pensé que nunca saldría a la luz esta foto. A la izquierda de la foto el dormilón tenía más libros" (tot i que la descripció del bloc es troba en català, així com els títols dels encapçalaments, en aquest exemple els comentaristes utilitzen el castellà). La presència de fotografies en general no fomenta intervencions extenses, però sí una certa interacció, circumstància que ratifica el que assenyala Sánchez de Serdio en relació amb les pàgines personals:

"Una búsqueda en Internet nos muestra que existen páginas personales sustentadas casi exclusivamente en el uso de imágenes, hecho que evidencia la autonomía significativa de este recurso. También podemos encontrar lugares dedicados al intercambio y discusión de imágenes que pueden dar una idea de la relevancia que éstas tienen para buena parte de los usuarios de Internet." (Sánchez de Serdio, 2002)

En el fotobloc la imatge interactua amb el text, però aquest darrer es posa al seu servei, per la qual cosa podem inferir que l'autonomia és més rellevant que en les pàgines web convencionals o en els altres blocs, en què la imatge és suport gràfic del que expressa el text. Javier Leiva tampoc no defuig el **recurs a l'actualitat** típic de les bitàcoles textuais:



La data de l'entrada és prou explícita, ja que correspon a l'enllaç reial entre el Príncep Felip de Borbó i Letizia Ortiz. El títol fa al·lusió a una manifestació celebrada a Madrid a favor de la República i en la imatge la bandera republicana destaca en color davant la resta en blanc i negre. Veiem en aquest exemple la capacitat connotativa de la imatge, com una gran ironia davant l'esdeveniment que s'estava produint aquell dia. Els comentaris (5) giren entorn del casament, amb referències al vestit d'Ágata Ruiz de la Prada:

¿Vau veure el vestit que duia Ágata Ruiz de la Prada? Una autèntica rebel...

Posted by [Gemma](#) at mai 26, 2004 02:14 PM

Pues fíjate que a mí la Ágata me parece más una impresentable que una rebelde. Un republicano "como Dios manda", hace como han hecho otros: no asiste. Un rebelde de pacotilla se pone un vestido con los colores de la republicana o va de chaqueta para presumir de sindicalista (¿y por qué no de pana que tan de moda estuvo en tiempos?). O vas como tienes que ir o rechazas la invitación y quedas como un señor (o señora).

Y todo ello sin ánimo de ofender, Gemma, guapetona.

;-P

Posted by [Alvaro Roldán](#) at jun 1, 2004 04:28 PM

Completamente de acuerdo, claro que sí. Me gustaría saber qué tiene de republicana esa mujer :DD

Posted by [Gemma](#) at jun 1, 2004 06:47 PM

La referència a la república, a través de la banderaicolorida, mena a una conversa sobre el casament reial, per la qual cosa és correcte defensar que **les imatges constitueixen un recurs de primer ordre per generar reaccions en l'audiència**, sobretot en els fotoblocs, en els quals poden construir un llenguatge propi, tot atorgant unitat al lloc web. Si bé [Zeta](#) apareix com un bloc per experimentar amb fotografies, no hi ha dubte que presenta interacció, atès que **la imatge actua com a text**, estímul per als comentaristes.

Ara bé, quina és la tasca de les imatges en aquelles bitàcoles preferentment textuals? Normalment la de simple complement al text, en la mesura que el bloc neix com a filtre d'Internet (farcit d'enllaços textuals) i evoluciona cap a la forma de diari personal, sempre amb el predomini de la paraula escrita. Si ens fixem en [aquesta entrada](#) de [Tros de Quòniam](#), veurem que el valor de la imatge no va més enllà de l'ornamentació estètica:

17.6.04
HI HA DIES



Hi ha dies que són especials, diferents, gairebé perfectes. Tot ve rodat i, sense adonar-te'n, ets feliç com són feliços els conills que saltironegen pel bosc sense saber que els caçadors s'apropen.

Hi ha dies així: radiant, assolat, plens d'horitzó... Aquest matí he acabat un crucigrama... Aquest vespre he somiat que estava una estona amb tu, sí, deu o quinze minuts... i al final del somni, molt delicadament, ens acomiadàvem amb un petó furtiu...

Hi ha dies que sembla que els déus ens facin l'ullet; però, clar, tu no creus en divinitats. Jo sí: crec en la teva veu, en la teva mirada, en la teva clavicula, en el teu llavis, en les teves mentides...

Hi ha dies que poden ser recordats eternament, instants que s'escolen cor endins com una llum immensa omplint cada batec... [segueix](#)

posted by TdQ : 17.6.04

L'autor, que ha escrit diversos llibres, utilitza el bloc com a vehicle per a la seva capacitat literària i de vegades insereix imatges en les entrades. Aquesta, corresponent a un liri, ajuda a crear un estat d'ànim que ja apareix reflectit en el text: la lluminositat

d'un dia feliç. Un altre exemple d'entrada amb imatges⁶ ens l'ofereix l'autora de L'aeroplà del Raval:



Aquí la imatge té un paper testimonial, puix que, a banda d'aparèixer molt petita, l'element primordial que atorga contingut a l'entrada és el text. La descripció dels clients que visiten els supermercats al matí i la seva parsimònia, amb l'ús de diferents recursos retòrics, és el centre del discurs i ajuda a captar visitants. No és d'estranyar que el nombre de comentaris penjats (que ella anomena “vols”) sigui 24 (en data 14/9/2004): el tractament d'un tema quotidià, plenament actual, i el sentit crític són valors afegits que enriqueixen l'entrada. La imatge és simplement un ornament.

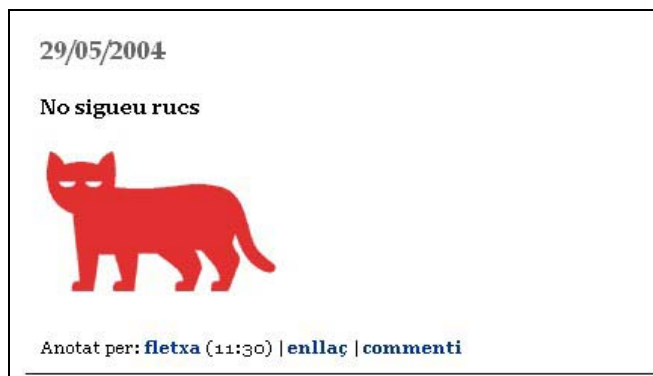
En el Blogger, sistema de publicació que utilitzen TdQ i L'aeroplà del Raval, no es pot carregar la imatge directament al servidor, sinó que cal tenir-ne un altre per allotjar-les (ell utilitza el seu espai web personal). Això implica un treball addicional. En un fotobloc, com l'analitzat més amunt, cal que la càrrega d'imatges sigui ràpida i efectiva i es pugui realitzar directament.

3.5. Els marcadors de localitat.

En la nostra anàlisi del que podem observar des de fora, no hem d'ignorar els **marcadors de localitat**, és a dir, **aquells aspectes que circumscriuen els autors –i l'audiència que ells imaginen– a un territori determinat del món offline**. No endebades ens hem centrat en la comunitat catalana de blocs, el conjunt d'aquells que s'expressen en llengua catalana i que posseeixen com a directors comuns Bitàcoles o Catapings, on poden fer un *ping* quan s'actualitzen. Si bé aquestes bitàcoles tenen com a audiència potencial tota la xarxa, s'adrecen principalment a aquells nodes que

⁶ L'autora d'aquest bloc va interrompre durant un temps l'activitat i va esborrar els arxius, per la qual cosa no disposem d'enllaç del *post*. Va tornar a l'activitat el desembre de 2004. [nota abril 2005]

corresponen al que és més proper: se centren, doncs, en l'enclavament virtual de parla catalana, un enclavament no-espacial per la seva extraterritorialitat. Així, a [El quadern gris](#) (post [26-5-2004](#)), el seu autor comenta el partit entre Brasil i Catalunya tot afirmant que “la selecció *canarina* ens va fotre un bany de joc”, generant un «nosaltres» que s’explica per la pertinença a una mateixa realitat nacional. A [El Bloc Catxipanda](#) (post [29-5-2004](#)) apareix la imatge del gat de la Lliga Anticolonial (el Catigat) sota el títol “No sigueu rucs” (en clara referència a l'altra campanya, la de l'ase català, reacció davant l'espanyolisme del brau d'Osborne).



Es tracta d’una qüestió circumscripita a l’àmbit català i, concretament, al context del nacionalisme, una ideologia que es manifesta en molts dels blocs estudiats. Tot i que el darrer bloc esmentat utilitza un sistema de publicació italià (Splinder), els elements del menú de la dreta són autèntics marcadors de localitat: per exemple, el text de presentació (“EL BLOC CATXIPANDA és un guisat transversal fet des de Lleida”) o els temes en què es divideixen els enllaços (“Parades de la plaça”, “Recapte”, “Amaniments”, “Acompanyaments”, “Infraestructura”). Els enllaços que constitueixen imatges, llevat de Splinder i Bloggando, també indiquen aquesta pertinença:



En una bitàcola de la comunitat [Cibernautes](#), [Pere Meroño](#) (post 17-5-2004) comenta el *Llibre d’amic e amat* de Ramon Llull i acaba la seva intervenció amb una interpel·lació a la seva audiència imaginada: “Feu-me cas: perdeu la por i capbusseu-vos en la gran tradició literària catalana, les arrels.” A més del marcador de localitat, l’autor imagina una audiència amb nivell cultural, delimita els seus destinataris, a la recerca de

reconeixement (d'acord amb el que assenyala Hine, 2004: 168, de les pàgines web). Obté un comentari d'un altre membre de la mateixa comunitat (de fet, per comentar aquests blocs cal donar-se d'alta com a autor), que li recomana algunes edicions electròniques de l'obra lul·liana. El comentarista contribueix a construir cooperativament el coneixement: des del seu enclavament local la xarxa global li serveix per comunicar-se amb altres membres de la seva mateixa comunitat.

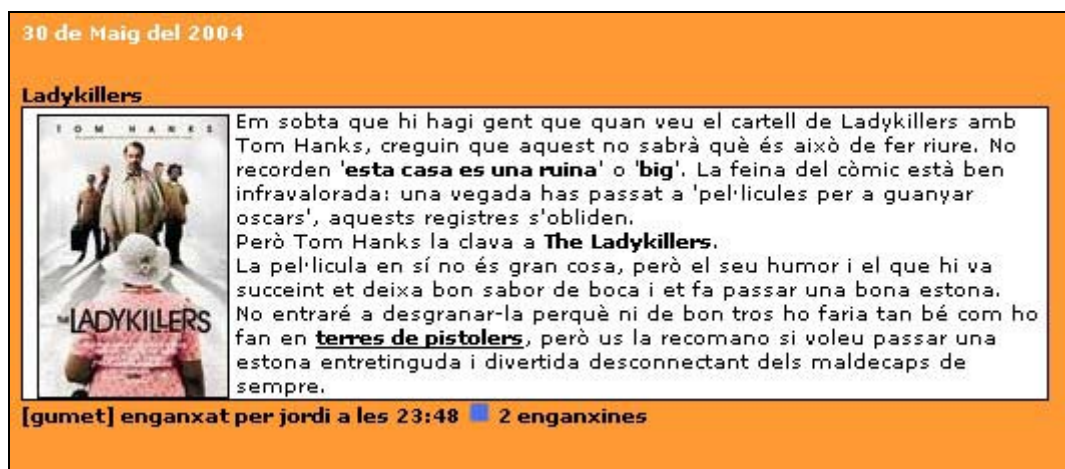
3.6. Enllaços i lligams en la blogosfera.

En el capítol anterior destacàvem que els elements prioritaris que converteixen les bitàcoles en una realitat col·lectiva són la inserció d'enllaços (fomentant el *blogrolling*), l'accés a comentaris i els retroenllaços (*trackbacks*). En la mostra que hem treballat es pot observar aquesta interacció, fins i tot entre els mateixos blocs estudiats. Per exemple, si visitem un dels que ha tingut més èxit en els darrers mesos, [Gumets](#), observem com en el menú de l'esquerra apareixen uns enllaços dividits per categories, primer els corresponents al ciberespai català i seguidament els que enllacen amb diferents blocs:



En la llista apareixen *Amb compte*, *Bloc de notes*, *El quadern gris*, *L'aeroplà del Raval*, *Mek*, *BLOG:RNiA* i *Salms*, bitàcoles que també hem inclòs en la nostra selecció. Podria semblar que la blogosfera és endogàmica per naturalesa, atès que es nodreix de les aportacions dels altres autors i dels enllaços compartits. S'ha instaurat el costum de citar en les entrades altres bitàcoles que tracten un mateix tema: tot i que això es pot fer amb l'ús dels retroenllaços, la seva incompatibilitat amb alguns sistemes de publicació fa que

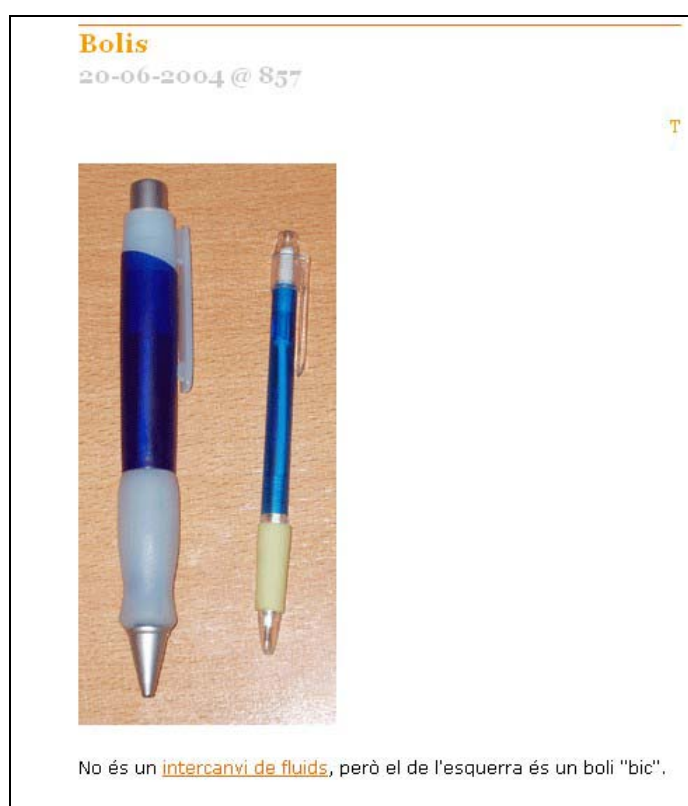
l'enllaç a la pròpia entrada sigui el recurs més habitual. Per exemple, en el *post* del [30-5-2004](#), l'autor de *Gumets* fa al·lusió a una bitàcola que conté la crítica de la pel·lícula que està comentant. Un text lliga amb un altre i ambdós s'interrelacionen, mostrant la blogosfera com un ecosistema reticulat:



Aquesta construcció cooperativa de la blogosfera s'observa amb claredat en els comentaris, on normalment opinen els mateixos *bloggers*. Un exemple gràfic el podem localitzar en una entrada de Garusi ([El quadern gris](#), [24-5-2004](#)), en què reflexiona sobre el concepte de catalanitat: hi trobem 5 comentaris, els autors dels quals són Jordi (de *Gumets*), PaRaP (de *Gilead, Terra de Pistolers*), la resposta del mateix Garusi, una intervenció de Jacqueline (del bloc *Realitats i miratges*) i una altra de Birrero, que, pel que s'indica en l'enllaç, col·labora en el grup de discussió *Patriotes de la terra*. Tot i que es tracta d'un exemple aïllat, és habitual que els autors de bitàcoles intervinguin en aquelles que els resulten més interessants. Pot succeir que un autor tracti un tema en el seu bloc i un altre el reculli. Interessant és el tractament que fa l'autor de *Salms* de l'article de Pilar Rahola en què critica el foment de l'antisemitisme des de molts sectors de l'esquerra. En el post del [6/7/2004](#), titulat "Judeofòbia en l'esquerra?" introdueix alguns enllaços sobre el tema (estil filtre) i fins i tot esmenta un fragment d'entrevista, que apareix en un format diferent per distingir-se de la resta. En els comentaris –que en l'actualitat no apareixen per canvi en el disseny– s'esmentava explícitament la bitàcola *Tros de Quòniam*, que ja havia al·ludit al mateix assumpte en la seva entrada titulada "*Mutacions raholítiques*". En aquest cas, és un usuari qui assenyala la coincidència en el contingut i n'indica l'origen, a fi d'oferir una imatge més completa del tema.

El lligam entre blocs es manifesta també en la transformació irònica del contingut d'alguns dels blocs visitats: un dels *bloggers* llegeix una entrada i la modifica en el seu, amb la finalitat de trobar una complicitat entre ambdós productes. És el cas de l'autor de *Bloc de notes*⁷ (post [20/6/2004](#)), que insereix una imatge en la qual es veuen dos bolígrafs, un al costat de l'altre, per ressaltar la diferència de mida. A sota de la imatge hi ha l'enllaç a l'entrada de *Gumets* del dia [19/3/2004](#), en què també es veu la imatge de dos bolígrafs "intercanviant fluids", com titula el seu autor. Vegem ambdues entrades, començant per la més antiga:

⁷ Bloc inactiu des del setembre de 2004. [Nota abril 2005]



Podem llegir un comentari de l'autor al·ludit (Jordi) en la bitàcola [Bloc de notes](#), tot dient:

“dolent, dolent dolent, però molt dolent eh ! xD”.

Aquest és un exemple de com en les bitàcoles es crea una xarxa en què els mateixos *bloggers* són els protagonistes i van enllaçant els continguts, ja sigui per mitjà dels hipervincles (la forma més habitual), ja sigui per al·lusions en les entrades o bé a través dels retroenllaços (*trackbacks*), potser l'opció menys utilitzada per la seva implantació desigual en els sistemes de publicació. **Les bitàcoles realment “dialoguen” amb el guió que elaboren els seus creadors.**

Com a lloc d'autopublicació en línia, el *weblog* transforma el concepte d'autor, que en principi és el propi *blogger*, però que admet la seva ampliació a un cercle d'internautes (*bloggers* també, habitualment) que comparteixen les mateixes dèries i

afinitats. A través dels comentaris, la creació del bloc esdevé un assumpte col·lectiu. És el seu caràcter inacabat però modificable el que li atorga un gran nombre d'adeptes.

3.7. Construint la identitat.

La identitat, tot i no ser l'única perspectiva possible d'anàlisi, com ja hem raonat més amunt, és també un aspecte digne d'esment en la descripció que duem a terme. El fragmentarisme propi del mitjà es troba a la base de la constitució de determinats aspectes de la identitat *online* dels autors de les bitàcoles, que ofereixen relats del si-mateix i creen personatges. És el cas del bloc [Granados, 46](#), inactiu des del 31 d'octubre de 2004, que es divideix en dos àmbits, anomenats concretament "l'habitació de l'Àgata" i "el dormitori d'en Pau" i que corresponen a les entrades de cada personatge, barrejades en la pàgina principal. És una bitàcola intimista sobre la convivència d'un noi i una noia que comparteixen pis. En el *post* del [17-5-2004](#), anomenat "Break", l'Àgata explica la tendinitis que l'ha mantingut allunyada de l'ordinador durant uns dies, i un dels comentaristes fa referència al contingut del bloc en general:

És el primer cop que llegeixo aquest blog... genial. Divertidíssim!
Una cosa us dic, no sé quin rotllo us dueu entre mans, però segur
que teniu una vida interessant... i amb moltes hores de sex-shop
(per cert, jo aviat hi haig de passar, sabeu si tenen manilles?).

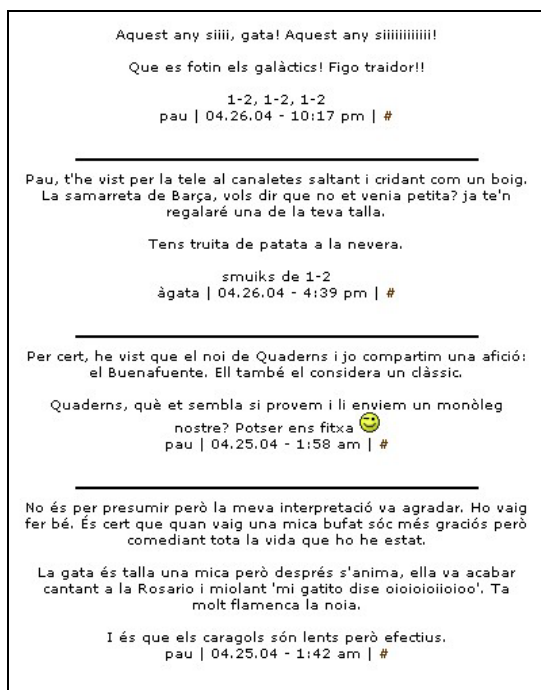
Us tornaré a llegir, segur. Per cert, realment coneixeu la veïna del
vodka? Jo que em pensava que tot el que escriu són una bola
rere l'altra... em sembla increïble. De fet, també dubto de si
vosaltres existiu, però aquí hi ha la gràcia.

niqmad | [Email](#) | [Homepage](#) | 06.01.04 - 2:17 am | ✉

L'autor del comentari, *blogger* també, posa en dubte la veracitat de les afirmacions de l'Àgata i d'en Pau i fins i tot arriba a considerar la possibilitat que es tracti de personatges *online* creats per a la mateixa bitàcola. Interessant és quan afirma "aquí hi ha la gràcia" perquè mostra la diferenciació fonamental entre la identitat real i la virtual. D'acord amb el que assenyalava Annabelle Klein en referència a les pàgines web personals,

"Il est intéressant de réfléchir à la gamme de possibilités offertes par ces nouveaux médias à repousser les limites et la confrontation au réel. Tout peut être réinventé car cette scène virtuelle ne permet-elle pas de créer de toutes pièces un personnage, pour jouer, pour réaliser celui ou celle que nous voudrions être, pour inventer une autre vie? La homepage serait-elle dès lors un terrain d'essai, essai à devenir soi, où s'essayer à être?" (Klein, 2001)

L'Àgata i en Pau són producte d'aquest assaig creador d'identitats, en el qual emergeix un joc de confidències, molt intimista, en què l'un i l'altra parlen d'aspectes molt concrets de la convivència i s'al·ludeixen en les entrades i els comentaris. Al llarg del seu viatge, de gran interès per a la nostra recerca malgrat haver aturat les intervencions, el públic és construït en bona part pels mateixos autors, com observem en els comentaris següents (al *post* del dia [24-4-2004](#)):



El *feedback* que fomenten els autors del bloc ajuda a crear una atmosfera peculiar, que té efectes sobre l'audiència, com abans hem comprovat a través del comentari de Niquad sobre el bloc en general. Si la finalitat de l'espai creat (*Granados*, 48) és mostrar (de forma més o menys fictícia) com funciona la convivència i quines són les petites coses que ajuden a constituir la quotidianitat, la interacció que forneixen els comentaris és un instrument molt útil per atorgar dinamisme i per copsar al vol els diferents instants que conflueixen en la vida d'ambdós personatges. Es crea un context, que deriva de la vida real (la convivència en el món *offline*, que es caracteritza per la seva privacitat) i que es transplanta a la blogosfera, on es publicita. **Allò que en principi és privat es converteix en públic:** el que és un dietari personal o col·lectiu esdevé un lloc compartit, el que és predominantment local s'obre a la globalitat. La bitàcola es construeix com un lloc obert al ciberespai des del qual la intimitat entra en un joc de confidències on pot participar-hi tothom.

3.8. La necessitat de compartir.

En la configuració del *weblog* com a espai social, tal com es manifesta a l'usuari – d'acord amb la perspectiva del *front-*, no podem oblidar el **codi compartit** pels *bloggers*, és a dir, una sèrie de normes que tots ells segueixen -malgrat no estar escrites enlloc- i que són respectades pel simple fet de compartir un espai a la blogosfera. Una de les més habituals al·ludeix a l'obligació dels autors d'actualitzar sovint la pàgina (recordem que el gènere *offline* més semblant als blocs és el dietari), fins i tot de fer-ho cada dia. En el mateix *Granados*, 48, en Pau es disculpa a l'Àgata per haver estat molts dies sense escriure cap entrada:

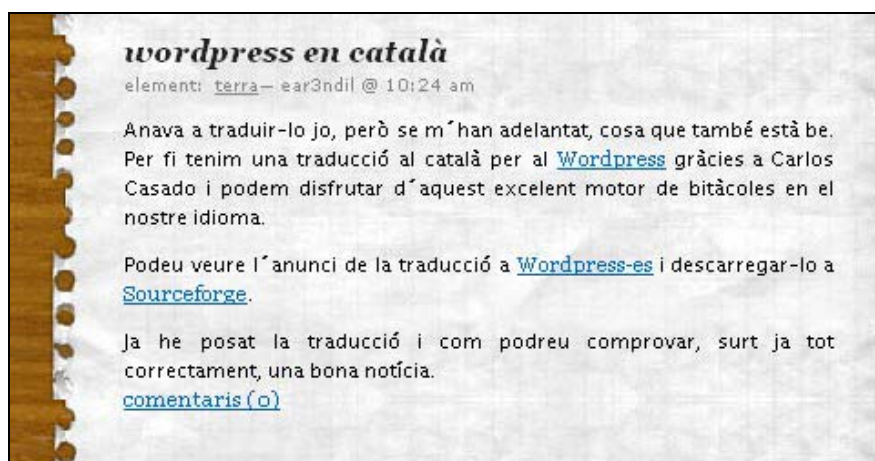
“La Gata, sempre tan erudita, em diu que m'assemblo a Ulisses, un que es va liar amb una odissea. Diu que com ell, m'agrada massa anar de bolos pel món sense avisar ni donar senyals de vida. Bé, resumint, que m'ha renyat per haver desaparegut així. Ha comentat que si continuo desatenent les meves obligacions blogueres ja em puc confitar la pàgina.” (post [6-5-2004](#))

Fixem-nos que parla d'“obligacions blogueres”, de la necessitat de *postejar* d'acord amb la naturalesa del propi mitjà. És ben cert que una bitàcola sense actualitzar perd el

seu dinamisme i s'aboca a l'oblit, tot i que un gran nombre de les creades són abandonades en poc temps (cf. [Perseus Blog Survey](#)), circumstància que mostra la disciplina que cal seguir per mantenir un espai d'aquesta mena. Una altra norma que solen seguir els autors dels blocs és la d'oferir col·laboració quan algú en demana o bé la de demanar-ne: els blocs canvien al llarg del temps, fins i tot de programari, i aquesta eventualitat genera problemes de disseny, que algú altre pot ajudar a resoldre. Per exemple, l'autor del bloc [Amb compte](#) (que abans es deia [Roger, compte!](#)) explica en una de les entrades ([17-6-2004](#)) com ha migrat des de Blogger a WordPress (des d'un sistema bàsic de publicació a un altre més potent i alhora exigent) i demana col·laboració d'algun usuari expert:

“Suggerències, recomanacions (especialment d'usuaris avançats de wordpress que poguessin passar per la pàgina)... als comentaris. Gràcies per adelantat 😊”

Per altra banda, també hi ha els qui ofereixen ajut en els comentaris, la qual cosa ens recorda els fòrums de comunicació asíncrona. O bé els qui introdueixen alguna informació en les entrades que pot ajudar altres *bloggers* en la seva tasca, com Ear3ndil, del bloc [Apunts](#) (abans *Coneixent-me...a mi mateix*), que parla de la traducció del WordPress al català (entrada [11-6-2004](#)), notícia que és interessant per alguns usuaris que volen treballar amb aquesta eina.



La cooperació, per consegüent, és un aspecte crucial en la blogosfera, d'acord amb els principis del programari lliure i de l'ètica hacker. Fins i tot aquest investigador ha rebut recursos rellevants d'algun dels entrevistats, que no ha dubtat a ajudar davant la intenció d'estudiar sociològicament els blocs.

3.9. Usuaris i propietaris: la metàfora de la cort.

Hem apuntat més amunt el caràcter essencialment fragmentari de les bitàcoles, amb les seves entrades ordenades cronològicament i separades les unes de les altres, de vegades amb carpetes temàtiques. Això no invalida la tesi segons la qual hi ha entrades perfectament relacionades i que es vinculen quant al contingut, tot oferint pistes a l'audiència. En el cas de [Flaneuse](#), l'autora tracta, en l'entrada del dia [3-7-2004](#), de la projecció del film *Underground*, d'Emir Kusturica, a la Sala Montjuïc, i proposa fer una llista de la gent que vol apropar-s'hi: podem deduir que l'apel·lació a l'audiència té present que una bona part són amics que es connecten a la seva bitàcola. En el *post* esmenta Modiband, que ja apareixia a l'entrada del dia [8-6-2004](#), en l'anunci fet per Flaneuse de la segona edició de la *Sala Montjuïc: cinema i picnic a l'aire lliure*.

L'entrada posterior cobra el seu sentit per referència a l'anterior, existeix un lligam entre ambdues que pot provocar incomprendions si es llegeixen per separat. En els mots de l'autora s'entrelluca l'audiència imaginada:

“Molts no vau poder entrar-hi i us vau quedar amb les ganes, els que si que hi vau entrar repetirieu cada estiu, els que us en vau assabentar tard vau pensar que l'any que vé caldria estar-hi atents...”

Els amics de Modiband ja han anunciat la segona edició de **Sala Montjuïc: cinema i picnic a l'aire lliure**.

Comenceu a preparar les cistelles de picnic (no us van fer enveja els grups de guiris que tenen més pràctica i portaven delicatessens varies per sopar acompanyades de bon vi?)” (post [8-6-2004](#))

El lector, l'usuari que constitueix l'audiència, es troba davant el discurs de l'usuari-propietari (cf. Vayreda, 2004b), el creador o la creadora del bloc, que ofereix un contingut que no es troba acabat, sinó que pot ser editat, modificat (o fins i tot esborrat, pràctica que desaconsella Rebecca Blood, 2002b), criticat o lloat per mitjà dels comentaris. La Flaneuse, en el nostre exemple, ofereix un contingut en les seves entrades però alhora **manifesta una conducta**, que es palesa en el desig que molta gent faci com ella i vagi a la Sala Montjuïc. Demana a l'auditori que faci alguna cosa, no simplement que llegeixi el bloc i prou. Aquesta conducta, que es mostra *online*, té el seu origen en la seva identitat *offline*, creant una certa connexió entre ambdós àmbits del món de la vida. D'acord amb la concepció de José Luis Orihuela, l'eix de la comunicació electrònica (que ell anomena eCommunication) és l'**usuari**, que es manifesta com un agent a la recerca de contingut, navegant en els diferents espais informacionals:

“The communication process in the eCommunication scenario is user centered: users have the control to choose, to decide, to search, to define and configure, to subscribe or unsubscribe, to comment and, most important: to write, talk and film.” (Orihuela, 2003)

En les bitàcoles aquest fet és ben cert, atès que el contingut és ofert per l'autor a l'usuari, que al seu torn pot esdevenir autor: les fronteres entre lectura i escriptura es dilueixen. Observem que els blocs es van creant progressivament per acció de l'audiència que es disposa a ser públic. Això ho reconeix el mateix Toni Ibáñez (de [Tros de Quòniám](#)) en l'entrada del [18-1-2004](#):

18.1.04

COMENTARISTES

Realment impressionant. He estat 35 hores fora, desconnectat de TdQ i, quan torno, em trobo que el blog segueix el seu curs imparable... amb rècord de visites (291) i de comentaris (47). Veig, per tant, que jo no faig gaire falta, atès que hi ha TdQiàres que mantenen viu aquest lloc amb els seus comentaris intel·ligents, extensos, sucosos... Si, estic impressionat i agraït. *Gandalf, mar, Jona, Jordi Garriga, musa a l'atur, agnans, martains, somiatruites, Lady Macbeth, broc, mas, lasius, Salvador Grifell, Fletxa, carla, Othello, Miquel, filosofica...* Gràcies! (Cito només el participants més recents sabent que em deixo els comentaristes del dies anteriors, perquè si no la llista seria interminable). Els uns signeu amb el nom real i els altres feu servir nicks diversos. Tant se val. Em consta que molts també teniu el vostre propi weblog. Que llegiu TdQ m'enorgulleix. Mai no m'hagués pensat, quan vaig començar aquest dietari interactiu, que la meua modesta iniciativa pogués tenir tanta acollida i èxit. Espero que no sigui només una moda o el resultat de la propaganda mediàtica que va suposar l'entrevista a la ràdio... Sóc conscient que el que enriqueix veritablement TdQ, més que els meus posts (que volen ser sobretot provocacions, punts d'inici) és precisament la **interactivitat** entre els ciberlectors, la qual es produeix en la secció dels comentaris. Aquest **feed-back** hiper(meta)textual és absolutament meravellós. M'agradaria poder respondre cada comentari vostre el més aviat possible, però molt em temo que hauria d'estar tot el sant dia pendent del blog, i això no m'ho puc permetre. De vegades, m'adono que la meua funció com a "moderador de comentaris" és del tot innecessària i, aleshores, us deixo fer a vosaltres, i gaudeixo llegint-vos. Tot plegat és un experiment al·lucinant. Prometo posar tot el que pugui de la meua part per estar a l'altura que us mereixeu. Des del principi, TdQ és una obra col·lectiva, un **work in progress** que avança cada dia... Sense vosaltres (els fidels, els novvinguts i els que s'afegiran després) TdQ no seria res. O seria només un trist monòleg d'aquest pobre home que ara us escric això. El **global brain** necessita més sinapsis com aquesta, establir cruïlles d'interconnexió entre ments que serveixin per obrir vies noves, noves perspectives... TdQ vol ser un lloc de trobada adient per a cervells amb ganes de dir i de fer coses diferents. Críticament. Potser no canviarem el món, però obrirem nous horitzons. Aquí rau el valor d'aquest weblog. TdQ el fem entre tots i serà el que vulguem que sigui. GRÀCIES PER PARTICIPAR!

posted by TdQ : 18.1.04

En aquesta intervenció l'autor es mostra sorprès davant la resposta que ha rebut a les seves entrades en els primers dies d'existència del bloc (que es va obrir el dia 1-1-2004), una resposta que s'ha plasmat a través dels nombrosos comentaris rebuts, molts dels quals són de *bloggers*. Assenyala que *TdQ* esdevé una obra col·lectiva en virtut d'aquesta retroalimentació, d'aquesta conversa virtual (la "interactivitat entre els ciberlectors"), que ajuda a construir la intel·ligència col·lectiva de la humanitat (la bella metàfora de Lévy) a través del que Ibáñez anomena "global brain". És estimulante veure com els mateixos blocs generen metadiscurs, com es dona una autoreflexió especialment fructífera, atès que ens permet atansar-nos de mica en mica al *back stage*, al que s'amaga al darrere.

És cert que sense la interacció el bloc perdria el seu vessant dialògic, però no és menys cert que el *blogger*, com un **aristòcrata virtual** dins una **cort**, és l'artífex de la tria del programa, el disseny, el permís per accedir a comentaris i *trackbacks*, la llista dels enllaços recomanats, la divisió en continguts, etc. En un article divulgatiu, John C. Dvorak (2002b) fa esment de les raons per les quals hi ha gent que es dedica a administrar i escriure en un *weblog*, i parla, respectivament, de la gratificació de l'ego (la gent necessita ser centre d'atenció), l'antidespersonalització (sentir que hom és una persona amb criteri propi, no un més de la massa), l'eliminació de la frustració (habitual en les zones urbanes), la necessitat de compartir i el desig d'escriure (de publicar com els escriptors), aspectes que majoritàriament se centren en la necessitat de sentir-se autors, de presentar-se davant l'audiència amb un estil propi que generi visites. Cada autor, que alhora pot participar en altres blocs partint de la seva condició de lector, gaudeix en el seu propi feu –la bitàcola– de drets superiors als dels altres usuaris, puix que té la llicència per alterar el contingut i l'estructura de la seva obra a voluntat, en una jerarquia en què ell ocupa el vèrtex. Ser *blogger* és un cert acte d'autocomplaença.

3.10. Un assaig de tipologia.

Al llarg del present capítol hem intentat oferir una anàlisi dels aspectes que excel·leixen en l'observació d'un seguit de bitàcoles de l'àmbit català. Ens hem centrat en el *front stage*, en la descripció del que observem, intentant no interferir en la perspectiva del *back stage*, la que s'origina en el context de producció del bloc i no observem directament. D'acord amb això, podem assajar una tipologia merament temptativa segons els blocs treballats, que podem enllaçar amb les ja realitzades per Blood (2000), Branum (2001) i Herring *et al.* (2003), tot i que bandejant els *weblogs* primitius de filtre, en la mesura que no són freqüents en l'actualitat. Quant a la forma, podríem parlar dels tipus següents:

1. **Blocs textuais:** aquells en què predomina el text escrit davant la imatge. Per exemple, [Tros de Quòniam](#).
2. **Blocs d'imatges o fotoblocs:** aquells en què és la imatge la predominant i el text esdevé secundari. Per exemple, [Zeta](#)⁸ o [L'altre Forat Fanzine](#) (en aquest darrer, amb el còmic com a protagonista).

Pel que fa al contingut, en la nostra tria hem trobat una majoria de **bitàcoles miscel·lànies**, que segueixen el model dels quaderns de notes i tracten temes diversos dividits en carpetes. També és freqüent trobar exemplars de **blocs tecnològics**, inspirats en la reflexió sobre les Tecnologies de la Informació i la Comunicació; i **literaris**,

⁸ V. nota 5. [Nota abril 2005]

vehicle d'expressió dels seus autors amb absoluta llibertat i sense filtres. Algunes són **polítiques**, conjunt d'apunts sobre la pròpia acció legislativa (el cas del senador [Miquel Bofill](#)) o sobre política general catalana ([BLOG:RNiA](#)), i altres segueixen fil per randa el model del diari íntim. Altres blocs específics són els d'experimentació fotogràfica i els que se centren en el món del còmic. Per últim, hi ha un exemplar de bitàcola periodística i amb vocació de servei com a mitjà de comunicació local ([Badalona Bitàcola](#)). Les agrupem en la taula següent:

Tema	Nom del bloc
Miscel·lani	Amb compte Bloc de notes El Bloc Catxipanda El Quadern Gris Flaneuse Gumets Mek Pere Meroño Rigola
Literari	L'Aeroplà del Raval Salms Tros de Quòniam
Polític	BLOG:RNiA Miquel Bofill
Tecnològic	Apunts Llorenç Valverde
Diari íntim	Granados, 46
Periodístic	Badalona Bitàcola
Experimentació fotogràfica	Zeta
Còmic	L'altre Forat Fanzine

L'orientació de la bitàcola, a partir del que l'autor mostra als usuaris a través dels recursos de les plataformes de publicació, pot ser també un criteri vàlid per establir-ne diferències, atès que trobem **exemplars orientats a l'exterior** (per exemple, [L'Aeroplà del Raval](#)), amb gran quantitat d'enllaços, tant en les barres de navegació com en el cos de les entrades, i **altres més centrats en la reflexió** i sense donar massa opcions als hipervincles (per exemple, [Llorenç Valverde](#), que a voltes introdueix enllaços en els *posts* però que no n'introdueix cap en les barres de navegació).

Per últim, fariem esment de la interacció com a element distintiu, és a dir, de **l'accés o no del públic a l'edició dels comentaris**. La gran majoria dels blocs analitzats en fan ús, mentre que només dos no els han emprat al llarg de la nostra recerca ([Tros de Quòniam](#) i [Llorenç Valverde](#)⁹). La participació efectiva de l'audiència en les bitàcoles és, però, desigual, ja que en algunes no deixa de ser testimonial, mentre que en les més populars esdevé un valor afegit.

En conclusió, la descripció de les bitàcoles ens ha servit per endevinar recurrències sobre el context de recepció, sobre el que els usuaris perceben en la seva connexió amb la blogosfera. En el capítol següent veurem quina és la perspectiva del

⁹ En el moment de realitzar la recerca, *TdQ* i *Llorenç Valverde* no feien servir comentaris. *TdQ* va començar el gener de 2004 amb comentaris i després va eliminar l'opció. En l'actualitat sí n'admeten. [Nota abril 2005]

blogger, del creador de contingut, des del context de producció. La interpretació des de dins s'obre camí.

4. Mirant des de dins: anàlisi del *back* i del context de producció

4.1. Qüestions de metodologia.

En el capítol anterior ens hem centrat en el que hem anomenat una **mirada des de fora**, és a dir, una observació analítica del fenomen de les bitàcoles, un estudi empíric del *front*, a través de 20 exemplars de l'àmbit lingüístic català. Hem pogut comprovar com els blocs posseeixen un disseny determinat –que es deriva d'un sistema de publicació basat en *web* o en una instal·lació de programari en el servidor–, que busca una audiència que es correspon amb la imaginada per l'autor (Hine, 2001 i 2004). La interactivitat dels comentaris és alhora un recurs valuós per fidelitzar els usuaris i els enllaços són elements creadors de comunitat, sense oblidar els marcadors de localitat que presenten les pàgines, tot i que s'adrecen potencialment a la globalitat del ciberespai. És la plasmació del que observem, del que l'usuari no propietari pot entreveure per mitjà de la interfície. Ara bé, quina és la percepció de l'usuari propietari? Com es percep la blogosfera des del context de producció? De quina manera podem capir les característiques essencials d'aquest gènere híbrid (Herring *et al.*, 2003) després d'una anàlisi multisituada?

Aquestes qüestions forneixen un espai per a la reflexió que ha de partir, emperò, de les dades empíriques per poder atansar-nos a les recurrències que es poden inferir dels *weblogs*. En el nostre cas, hem escollit 10 autors representatius de bitàcoles de l'àmbit català –que corresponen a 10 dels 20 blocs observats anteriorment, per raons de coherència entre el *front* i el *back*– i hem realitzat sengles entrevistes *online*, suficientment àmplies i amb respostes prou obertes per comptar amb una base sòlida per a la recerca. El fet que hagin estat entrevistes virtuals va generar alguns dubtes al principi, sobretot per la qüestió de la veracitat, tema que Christine Hine ha desenvolupat a bastament:

“Aunque nos propusimos estudiar etnográficamente la relación entre los universos *online* y *offline*, nos hemos restringido a interacciones mediadas por razones prácticas. Es posible que algunas de las respuestas que encontré hayan sido inventadas, o que las identidades electrónicas de algunos sujetos hayan sido fabricadas”. (Hine, 2004: 96)

No creiem que la recerca en la societat de la informació hagi de partir de la preeminència del món real davant el virtual, atès que aquest darrer no implica necessàriament falsedat o aparença, sinó que també és una forma de realitat (cf. Lévy, 1999). L'important és la coherència de les respostes rebudes en relació amb la bitàcola analitzada, per la qual cosa la correspondència amb una identitat *offline* no és rellevant en principi.

Cal assenyalar que vam realitzar una entrevista de prova abans de trametre el qüestionari definitiu. Aquesta ens va servir per depurar les preguntes i alhora les respostes han pogut ser incorporades a la recerca pel seu valor intrínsec.

El dia 17 de juny de 2004 vam trametre als 10 *bloggers*¹⁰ les preguntes de l'entrevista, amb el següent missatge de correu electrònic:

¹⁰ Els autors als quals s'ha adreçat l'entrevista han estat Jordi, de [Gumets](#); Rubèn Novoa, de [\[BLOG:RNiA\]](#); Josep Porcar, de [Salms](#); l'autor de [Badalona Bitàcola](#); l'autor d'[Elforatfanzine.com](#);

Salutacions:

En primer lloc, em presentaré. Sóc un estudiant del Doctorat sobre la Societat de la Informació de la Universitat Oberta de Catalunya (IN3) i estic realitzant un treball de recerca sobre aquest nou mitjà de comunicació en què s'han convertit els blogs. He visitat molts quaderns de bitàcola, entre ells el teu, i em seria molt útil que em poguessis dedicar una mica del teu temps a respondre una sèrie de qüestions que he preparat (i que t'adjunto en arxiu Word). Les respostes són obertes i poden ser tan llargues com desitgis. Si vols saber alguna cosa de mi, et diré que també he encetat una bitàcola anomenada Metablog (<http://www.lamevawebinfo/148>) en la qual -quan el temps m'ho permet- vaig introduint diferents "posts" sobre la recerca, fent-ne un seguiment.

Em comprometo a mantenir en l'anonimat la teva identitat i a fer-te arribar els resultats de la recerca.

Espero la teva amable resposta.

Moltíssimes gràcies i felicitats pel bloc.

Enric Gil i Garcia
Doctorand

Dels 11 autors que van rebre les qüestions de l'entrevista (les de prova i les definitives), van respondre al missatge inicial 9, que finalment van ser els qui s'han incorporat a la nostra recerca¹¹. Cal assenyalar l'èxit de la iniciativa, atès que normalment el percentatge de respostes a aquestes demandes de col·laboració via correu electrònic sol ser baix (cf. Hine, 2004: 94).

Les preguntes de l'entrevista giraven a l'entorn de les bitàcoles en diferents aspectes:

- Les raons per les quals l'autor havia decidit obrir un quadern de bitàcola.
- La decisió quant al programa emprat i les seves prestacions.
- L'ús dels enllaços.
- La pràctica del *blogrolling*.
- La temàtica tractada.
- Els aspectes més rellevants del disseny i el valor que en dóna l'audiència.
- La noció que posseeixen dels usuaris que visiten el bloc.
- L'ús de directoris de bitàcoles per fer *ping*.
- L'opció dels comentaris.
- L'ús de les imatges.
- Els arxius històrics (ordenats cronològicament).
- La tasca com a lector o lectora d'altres bitàcoles i la possible influència rebuda.
- El temps dedicat al manteniment del bloc.
- La coneixença d'altres autors de blocs.

l'autora de [Flaneuse](#) ; Toni Ibàñez, de [Tros de Quòniám](#) ; Javier Leiva, de [Zeta](#) ; l'autor d'[Apunts](#) ; i, per últim, [Llorenç Valverde](#). L'entrevista de prova es va fer a Fletxa, autor d'[El Bloc Catxipanda](#).

¹¹ En la recerca només apareixen els noms dels autors que surten explicitats en llurs bitàcoles. Quan utilitzen un *nick* ho hem indicat d'aquesta manera.

Aquests ítems els hem ordenat en cinc grans temes, per tal de sintetitzar les idees clau que ens han de permetre extreure'n conclusions i entreveure recurrències en el comportament dels autors des del context de producció. Aquests temes són els següents:

- Programari i disseny.
- Importància dels enllaços.
- Temàtica.
- Arxius històrics.
- Audiència i interacció.

4.2. Programari i disseny.

En la qüestió del programari hem intentat que hi hagués varietat pel que fa a l'ús de diferents sistemes de publicació, puix que les prestacions d'un sistema de publicació en web (Blogger, per exemple) solen ser inferiors a les dels programes que es descarreguen directament en el servidor (com Movable Type). També vam creure convenient la inclusió d'algun sistema no gaire conegut (l'Splinder d'[El Bloc Catxipanda](#)) o d'altres en alça en el moment de realitzar la recerca (com el WordPress). Alguns autors van començar amb un sistema i han migrat a un altre, com és el cas de Jordi, l'autor de [Gumets](#), que va començar amb Blogger —el responsable de l'auge dels diaris personals desplaçant els blocs de filtre, segons Rebecca Blood—, que oferia un bon servei, però va canviar al Movable Type perquè li oferia majors possibilitats a nivell de disseny (com es pot observar en el seu bloc, de color taronja i clarament diferent de la resta, massa ancorats en les plantilles predefinides). L'autor de [Badalona Bitàcola](#) considera que els programes de gestió de blocs (ell utilitza el WordPress) permeten fer cerques amb facilitat a tot el bloc, la qual cosa és útil quan hom no recorda l'arxiu històric en què es troba un determinat concepte. Com assenyala ell mateix:

“Em permet escriure entrades i que qui vulgui posi comentaris. A més, permet gestionar enllaços interessants i fer cerques força completes a les entrades. No he necessitat res que no tingui, però també és que no espero res més del que m'ofereix.”

Detectem una al·lusió vetllada a l'audiència, per l'opció de comentaris, que és un dels indicadors que posseeix el *blogger* (a banda dels comptadors de visites i de les opcions d'alguns programes, que possibiliten accedir a les estadístiques de connexions realitzades), i per la gestió dels enllaços, que en el seu cas fan al·lusió a Badalona i que poden convertir la seva bitàcola en un espai de referència per trobar-hi informació sobre la ciutat.

Movable Type és un altre programa força utilitzat en la mostra triada. La [Flaneuse](#) es mostra satisfeta de les seves prestacions, ja que li permet realitzar tot el que necessita: arxivar per categories (útil per menar els usuaris al contingut amb el qual poden tenir més afinitat), arxivar per temps, posar o treure comentaris i editar-los, inserir imatges directament al servidor (no utilitzant un altre servidor com a receptacle, fet que succeeix a Blogger: per inserir-hi imatges en l'edició de l'entrada cal utilitzar l'etiqueta ``), fer retroenllaços i *pings* i àdhuc disposar de més d'un bloc i més d'un usuari. La senzillesa, però, també és un argument de pes, d'acord amb el que indiquen els autors de [Tros de Quòniam](#) i [BLOG:RNiA](#): Blogger és fàcil i gratuït, assenyala el primer, i encara que funciona amb plantilles predefinides, és possible retocar-les amb nocions d'HTML i amb l'ajut del Macromedia Dreamweaver, adaptant-les a l'estil i tarannà de cadascú. El mateix Toni Ibàñez (*TdQ*) reconeix el problema de la inserció d'imatges i Rubèn Novoa (*BLOG:RNiA*) parla de l'empipadora publicitat gratuïta que

s'inclou en el Blogger. L'autor de *TdQ* fa al·lusió als comentaris de què disposava la seva bitàcola quan va començar, per als quals emprava HaloScan (actualment el Blogger gratuït ja disposa de comentaris, tot i que és un servei limitat). La facilitat d'ús és un argument també per a Javier Leiva, de [Zeta](#)¹² (Mblog, amb programari de Movable Type), a més de la “flexibilitat i una correcta arquitectura de la informació”. L'organització dels escrits també preocupa Josep Porcar, de [Salms](#):

“WordPress és programari lliure i permet fer tot allò que faries per a organitzar els teus escrits en el món no virtual, és a dir, en la realitat física: classificar per seccions, comentar, avisar d'un tema del qual també escriu un company (referenciar), llibertat en la presentació visual dels textos...”

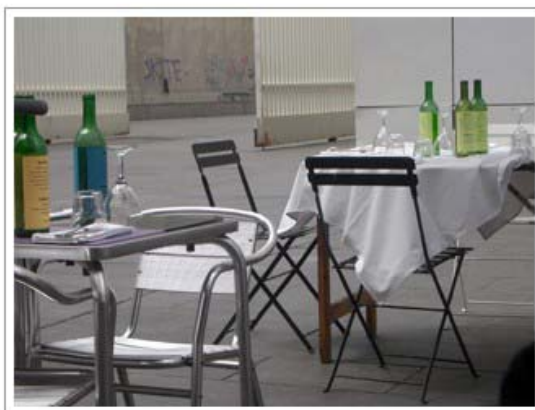
Les bitàcoles, per estar ben organitzades, han d'oferir una administració dels continguts que sigui semblant amb la realitat *offline*: no endebades hi apareixen calendaris, divisió en carpetes, marcadors temporals diversos, etc. En aquest punt podríem establir una diferència amb les pàgines web tradicionals, en les quals les temporalitats de vegades ofereixen incongruències, mentre que en els blocs el contingut es troba desat en les entrades, cadascuna amb la seva data d'edició. Aquestes entrades s'organitzen en carpetes (cronològicament i/o per temes) que es poden consultar des de la pàgina d'inici. L'estructura dels blocs és “una entrada l'una darrere l'altra”, mentre que l'estructura de les pàgines web convencionals és “un contingut en substitució de o afegit a l'altre sense organització temporal explícita”. El *webmaster* actualitza el seu portal afegint-ne continguts i eventualment esborrant-ne: això darrer no és habitual en les bitàcoles (vulnera les normes ètiques de Rebecca Blood, 2002b), on les entrades queden monolíticament desades en el seu moment del temps. La seqüencialitat del món físic i de les seves produccions escrites deixa la seva empremta en la blogosfera.

[Llorenç Valverde](#), professor de la Universitat de les Illes Balears, considera que la tria del programa ve donada per tres aspectes fonamentals: la disponibilitat immediata, la facilitat de publicació i l'accessibilitat dels arxius, que podrien servir com una síntesi de la importància del *software* en aquesta eina d'autopublicació. Un autor ha de poder mantenir el seu espai sense trasbalsos, publicant les entrades de manera regular i ordenant-les en un sistema d'arxius coherent i fàcilment accessible. El valor del programari (o dels sistemes de publicació en general) rau, doncs, principalment en la **facilitat d'inserció i ordenació del contingut**, que esdevé l'aspecte crucial, sense menystenir les prestacions elevades que poden oferir algunes eines i que afegeixen un valor addicional a la bitàcola.

Els sistemes de publicació que es poden trobar en el ciberespai, siguin instal·lables o funcionin en web, defineixen un disseny que és més o menys modificable en funció de les facilitats que el programa ofereix. Tot i així, els autors entrevistats no li concedeixen una importància excessiva, puix que defensen que en els blocs el que excel·leix és el **contingut**, malgrat que un bon disseny, com afirma Rubèn Novoa, “dóna solidesa, nivell, genera visites i *returns*”. Ha de trobar-se en consonància amb l'estil de cadascú i ha de fer que els *posts* siguin llegibles. La [Flaneuse](#) ressalta la netedat i la bellesa del disseny en un bloc, a més de la llegibilitat i l'accessibilitat. Si fem un cop d'ull al *front*, observem la coincidència amb l'anàlisi des del *back*:

¹² V. nota 5. [Nota abril 2005]

Bon dinar



Era dissabte, passava una mica d'aire (cosa sorprenent) i el sol no espetagava directament sobre la terrassa del Pla dels Àngels. Feia temps que no hi havia estat, a vegades ens oblidem d'anar als llocs que ens semblen més obvis, sempre a la recerca de descobrir-ne un de nou, de no caure en el tòpic.

I què us en puc dir: la carta és curta, t'ha d'agradar abans de seure. Però els gnocchis de bacallà i el confit d'ànec amb salsa d'espècies valien la pena. I el delirium tremens de xocolata és allò que et fa penedir de no haver demanat primer una amanida o haver fet només un plat.

O sigui que avui us recomano un dinar a la terrassa del Pla dels Àngels, cap novetat suposo, però l'estiu és època de refregits i posats a revisar vells capítols triem-ne de bons.

Va escriure la **Flaneuse** el 11.08.2004 a les 18:14 | [Històries](#) | [Comentaris \(3\)](#)



Javier Leiva també parla d'un disseny clar en el qual es destaquí el contingut i Jordi, de [Gumets](#), realitza canvis sovint perquè "el disseny també és quelcom que forma part de mi". És cert que el contingut és el que principalment valoren els usuaris propietaris (en el nostre cas, els *bloggers*), però no cal bandejar el disseny com a **marcador d'identitat**, atès que contribueix a mostrar un personatge (per exemple, el fons taronja de Gumets és ben explícit, així com la denominació d'"Enganxines" per als comentaris o la distribució en rectangles sobre fons blanc dels diferents apartats i de les entrades). Aquesta personalització no només és possible en els blocs més sofisticats a nivell de programari, sinó que també es pot assolir amb els sistemes més senzills. Toni Ibàñez, de [Tros de Quòniàm](#), va partir d'una plantilla de Blogger per al seu bloc i després va modificar-la amb l'editor:

"Vaig refer força la plantilla inicial toquejant molt l'HTML de base. L'he personalitzat tant que no n'hi ha cap com la meva. La capçalera m'identifica. El fons blanc és important, i els colors. Dono molta importància al tipus de lletra, clara i llegidora."

Tornem a veure com els elements de disseny es posen en funció de la llegibilitat de les entrades, del contingut, tot i que la personalització (el fet que no hi ha una altra bitàcola igual) és important en la mesura que hi ha plantilles molt utilitzades que es converteixen en reiteratives i que dissuadeixen els usuaris (es tracta d'un dels problemes de la comunitat [Cibernautes](#), on tan sols es poden modificar les entrades a nivell d'enllaços o imatges, pel fet que disposen d'una única plantilla).

“El disseny ha d'estar al servei de l'escriptura”, sentència Josep Porcar, de [Salmes](#), per destacar de manera categòrica que l'element essencial per atraure visites, per fomentar l'audiència és la qualitat dels textos inserits més que no pas la distribució dels elements de disseny. És cert, però, que aquests ajuden a crear una identitat i a esvair la monotonia. Tot i així, el que som en la blogosfera queda interpretat pel que diuen les nostres entrades, el text mediat tecnològicament que fem arribar als usuaris no propietaris per a la seva lectura i interpretació. Programari i disseny són mitjans per atansar-nos a aquest fi.

4.3. Importància dels enllaços.

En la blogosfera existeix un indicador de l'èxit de les bitàcoles: es tracta de la quantitat d'enllaços que hi conflueixen. Com assenyalen Merelo *et al.* (2003), es poden observar a partir d'aquí certes estructures socials, atesa la capacitat dels hipervincles per generar relacions. El bloc A pot enllaçar el bloc B, que al seu torn pot enllaçar l'anterior, fins al punt que el lligam establert pot generar que l'autor de B pugui també incloure comentaris a les entrades del bloc A. Aquesta cita recíproca és reconeguda pels autors entrevistats, com Rubèn Novoa, de [BLOG:RNiA](#):

“Citar-se o morir. No és que sigui una comunitat endogàmica això dels blogs, però és obvi que, en tractar molts cops temes similars, preferim buscar la cita d'altres blogs que no pas una *sui generis* a d'altres mitjans. És una viva retroalimentació que ajuda a crear el que hom anomena «blogosfera».”

Aquesta valoració positiva dels enllaços entre bitàcoles es justifica pel fet que bona part de l'audiència dels blocs la constitueixen els mateixos autors, que escriuen i llegeixen a parts iguals. Una manera eficient de tenir públic, a banda d'oferir un producte de qualitat, és entrar en el circuit dels blocs enllaçats majoritàriament, tot i reconèixer que l'endogàmia no és del tot convenient. La [Flaneuse](#) considera que és millor anar incorporant temes i recursos nous i no repetir-se contínuament. És habitual que els enllaços vagin a parar a blocs que comparteixen una temàtica semblant (en el cas de Javier Leiva, de [Zeta](#)¹³, la seva bitàcola textual, anomenada [Catorze.blog](#), enllaça amb recursos sobre gestió de la informació), tot i que els hipervincles poden adreçar-se també a webs pròpies (com fan [TdQ](#) o [Gumets](#)), a pàgines d'informació general o poden ser un filtre de la navegació per Internet, d'acord amb el sentit primigeni dels *weblogs* (cf. Blood, 2000). L'autor de [Badalona Bitàcola](#) exemplifica aquest fet, atès que administra un bloc monotemàtic:

“La idea del blog és com una mena de recull del que has anat visitant al llarg de la teva navegació per Internet. (...) Quan trobes algun comentari interessant a un blog, el cites al teu. (...) Hi ha navegació, però no és tant per guardar coses que em puguin interessar com per a comentar notícies sobre la ciutat”.

En el seu cas, algunes entrades són autèntiques llistes d'enllaços, tot i que no bandreja el caràcter personal del diari, introduint algunes opinions i desenvolupant una sèrie de temes en cada entrada.

Els entrevistats coincideixen en indicar que en una primera fase de l'administració de la bitàcola tendien a citar altres blocs seguint la moda que s'havia instaurat (i afegien aquells que els citaven), però que actualment es mouen més per l'interès del bloc i la

¹³ V. nota 5. [Nota abril 2005]

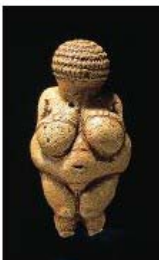
diversitat temàtica (el valor del contingut torna a ser l'essencial). Toni Ibàñez, de [Tros de Quòniàm](#), és explícit en aquest sentit:

“Enllaço amb allò que m’interessa. Vaig posar una llarga llista d’enllaços a altres blogs (per mimetisme, perquè ho feia tothom), però la vaig treure al final. A mi no em va el rotllo «t’enllaço perquè m’enllaces», etc. Vull anar per lliure. Sé que altres enllacen TdQ, però no sóc «solidari» en aquest aspecte”.

En el seu cas, les [entrades](#) són autèntiques navegacions hipertextuals, ja que molts conceptes tenen el seu hipervincle, que apunta a un altre lloc de la xarxa (normalment pàgines web convencionals), on troba la seva explicació o el seu contrapunt en clau d’humor. Es combina el model de diari personal amb el bloc de filtre:

14.5.04

ABANS I DESPRÉS



Tinc 42 anys i tres fills. El meu marit feia mesos que insistia: [Nena, tens massa panxa i els pits caiguts. T'hauries d'operar](#). Primer vaig pensar que feia broma. És normal que el meu cos, després de tres embarassos, estigui com està. A més de treballar fora de casa, he de tenir cura de la casa i dels quatre mascles que hi viuen a dins. Vaig de bòlit, de veritat. No tinc temps per anar al gimnàs com fan algunes. Trec el fetge per la boca i ja no recordo la darrera vegada que vaig trepitjar la perruqueria. Vaig decidir-me aquell maleït dia que el meu marit em va dir: [Nena, si no t'operes, et canviaré per una de més jove...](#) Estic a punt d'entrar al quiròfan. Diuen que només seran tres hores. Jo no em volia operar. ¿I si surt malament? ¿I si tinc complicacions? **¿M'estimarà més després?** Els meus fills m'han donat un petó. La seva carona els delatava. Ell, seriós i distant, m'ha dit: [Tranquil·la, xata, que no serà res](#). Les mateixes paraules exactes que el dia que vaig entrar al quiròfan per a fer-me la [ligadura de trompes](#). L'anestèsia ja comença a fer efecte... Em cauen les parpelles... M'allunyo de tot... ¿I si no em desperto mai més?

posted by TdQ : 14.5.04

Seguint la concepció de Blood (2000), l'autor ha fet una prenavegació en la WWW i ha destriat les pàgines més adients d'acord amb el tema tractat. Els hipervincles li serveixen per oferir una **perspectiva de la xarxa** a la seva audiència. El propòsit aquí no seria crear relacions socials, sinó ampliar els recursos d'informació disponibles amb un seguit de sagetes vinculades al contingut que apunten al seu objectiu en el ciberespai. No es tracta d'enllaçar amb qualsevol cosa, sinó de determinar o ampliar el significat d'un terme o expressió en una expansió multinodal. El bloc és aquí un **prenavegador de la xarxa**, en què preval la idoneïtat de les connexions més que no pas la simple addició quantitativa. Dreyfus (2003: 27), que intenta desmuntar el “mite dels hipervincles” adduint que els administradors no busquen l'enllaç amb continguts significatius, sinó amb la màxima quantitat d'informació, no encertaria la seva anàlisi en relació amb la blogosfera, ja que aquesta –que correspon metafòricament a la cort- es nodreix d'**aristòcrates virtuals**, preocupats per la qualitat i la llibertat en l'expressió dels continguts. Tot i així, perquè el discurs del bloc sigui efectiu, ha de focalitzar-se en una audiència, per la qual cosa ha de desenvolupar un *ethos* que sigui model per als usuaris (Glazebrook, 2003). Per assolir això, exposa Glazebrook, entre altres aspectes, és important el suport de la comunitat a través del *blogrolling* (llistat d'enllaços a blocs) i també la destresa del *blogger* per desenvolupar un contingut que al seu torn esdevingui un mitjà de comunicació. En el nostre exemple, l'autor genera l'*ethos* en virtut de la qualitat literària del seu producte i del plus d'informació que generen els enllaços. Aquests trets provoquen que altres autors incloguin aquest bloc en la seva llista. Tot i que *TdQ* no ha acceptat comentaris durant un temps, la interactivitat ha estat sempre present, atès que l'autor reconeix haver rebut correus electrònics d'altres autors demanant consells i és freqüent que altres blocs s'hi refereixin (en les entrades i els comentaris), com succeeix amb [BLOG:RNiA](#) i [Salms](#).

Els enllaços entre blocs poden tendir a l'endogàmia, que provoca una certa uniformitat en els continguts (per la col·laboració entre els autors via *blogrolling* i comentaris), tot i que els entrevistats no en són partidaris, malgrat aquesta temptació en els seus inicis com a *bloggers*. Jordi, de [Gumets](#), no troba bé que un tema aparegut en una bitàcola es dispersi per la blogosfera com si es tractés de l'únic tema possible. La varietat és, doncs, un valor afegit que no cal menystenir.

Per acabar la nostra anàlisi sobre la importància dels enllaços, apuntarem la idea que la blogosfera és una realitat gràcies als hipervincles i que les estructures socials que es constitueixen parteixen d'un comú respecte a la llibertat total d'expressió, tot i les perilloses tendències endogàmiques. Els autors administren els seus llocs i trien lliurement els enllaços, tant si apunten a altres blocs com si se centren en una prenavegació de la xarxa. **Predomina l'interès intrínsec dels contingut per damunt de les citacions recíproques:** l'audiència es crea pel caràcter que imprimeix el *blogger* al seu producte.

4.4. Temàtica.

Com ja hem anat apuntant al llarg del treball, **els blocs creen la seva identitat a través del contingut** (Jung, 2003), malgrat que no és negligible la funció del disseny, derivat de la tria del programari. Tot i així, els entrevistats valoren molt més la temàtica tractada com a mitjà per desenvolupar un projecte de qualitat. D'acord amb la classificació de Herring *et al.* (2003), hi hauria tres tipus de bitàcoles (filtres, diaris personals i blocs de notes), que generarien tres formes d'entendre el contingut: els primers es basarien en una temàtica externa al *blogger* (prenavegació de la xarxa a través dels enllaços), els segons en un contingut intern (pensaments de l'autor i reflexions pròpies) i els tercers combinarien ambdós aspectes (valoracions subjectives i hipervincles externs). En els blocs dels autors entrevistats podem comprovar com es combinen els vincles externs amb els pensaments de caire més subjectiu, tot i que hi ha un lleuger predomini d'aquests darrers.

La temàtica que tracten té molt a veure amb els interessos i dèries dels autors, des de les inquietuds vinculades amb la professió al desig d'expressió artística. Per exemple, [Llorenç Valverde](#) dedica el seu bloc a les relacions entre els éssers humans i les tecnologies, fent referència a qüestions relatives al programari lliure: és aquest un contingut vinculat amb la seva condició de professor de Matemàtiques i Informàtica a la Universitat de les Illes Balears. Un altre raonament és el que utilitza l'autor de [Badalona Bitàcola](#) per triar el contingut, que com sabem s'orienta a parlar de la ciutat al·ludida:

“La meva bitàcola és gairebé monotemàtica ☺: Badalona. No és que em senti més a gust ni que sigui més adient per al meu blog. És el motiu de la meva existència. *Badalona Bitàcola* neix per la necessitat d'expressar el meu desacord amb la situació de deixadesa en què es troba el meu carrer. De fet, vaig començar molt centrat en ell per anar-me dispersant, sense sortir mai (o gairebé mai) de la ciutat”.

El tema escollit es vincula directament a un **enclavament local**, el lloc físic on l'autor viu, que li serveix per construir un lloc virtual obert a la globalitat. Si bé l'audiència potencial és tota la xarxa, és obvi que la real es reduirà notablement d'acord amb els interessos comuns lligats a l'àmbit local tractat. L'autor parteix d'unes inquietuds concretes i les converteix en un espai compartit on els badalonins poden opinar lliurement. La comunitat real (la ciutat de Badalona) serveix per construir una comunitat imaginada per l'autor (i que es concreta en les interaccions observades en el bloc). Les pràctiques de lectura-escriptura presents en la xarxa, bàsiques en la blogosfera,

pressuposen i impliquen una comunitat (Pollner, a Woolgar, 2002: 237). La tecnologia fa possible el trànsit del local al global (del món físic al món en línia) per retornar a la localitat en termes d'audiència.

En el capítol anterior, hem fet al·lusió a **la importància de les imatges** des de la perspectiva del *front*, tot destacant l'ús ornamental que fan alguns *bloggers* com a suport del text i la preeminència que tenen en els fotoblocs com a element expressiu amb el mateix valor que el text. Els autors entrevistats reconeixen que utilitzen amb freqüència aquest recurs i li atorguen una certa rellevància quant al contingut, d'acord amb la naturalesa del mitjà. És el que indica la [Flaneuse](#), en dir que “les imatges ofereixen tantes possibilitats d'expressió com el text” i afegint que l'excés de lletra carrega excessivament la bitàcola. L'autor de [Tros de Quòniam](#) assenyalava que la imatge i el text es complementen, puix que a voltes cal il·lustrar determinats temes. Javier Leiva, autor de [Zeta](#) i de [Catorze.blog](#), fa servir la imatge de manera exclusiva en la primera i se centra en el text en la segona: si bé en la primera experimenta amb la imatge i la seva capacitat expressiva, en la segona aporta recursos sobre gestió d'informació amb una perspectiva més professional. Internet, com a mitjà multimèdia, possibilita aquesta tria i el predomini d'un element sobre l'altre. Aquest ús de les imatges, des del context de producció, depèn de les prestacions del sistema de publicació emprat, com reconeix Fletxa, d'[El Bloc Catxipanda](#), que afirma que la seva inserció s'ha de dur a terme en un altre servidor, complicant el procés. És molt millor utilitzar un programa que permeti pujar directament les imatges al mateix servidor. Aquestes, a més, han de tenir un sentit, i no sovintegen en alguns blocs literaris, com a [Salms](#).

Resulta interessant comprovar com alguns autors tenen una cura especial de les imatges que insereixen en el seu bloc. És el cas de Jordi, de [Gumets](#), que no es conforma amb imatges extretes d'un cercador, sinó que es preocupa que siguin elaborades i atorguin un sentit a l'entrada:

“Trobo que el text ha de poder dir el màxim de coses per si sol, i no agafar qualsevol imatge trobada al Google perquè quedi més bonic. Últimament intento que un amic il·lustrador em passi imatges perquè no siguin només imatges-trobades-al-Google, sinó imatges treballades que donin realment sentit al gumet”.

Jordi renuncia a l'ús merament ornamental de les imatges i, a través de la col·laboració d'un amic, pot disposar d'imatges retocades i treballades que posseeixin un significat rellevant i que puguin actuar realment com a text. Vegem-ne un exemple ([post 23/5/2004](#)) :



En aquest bloc hi ha un predomini del text sobre la imatge, tot i que trobem alguna entrada en què text i imatge es combinen obrint-se a l'horitzó del símbol. L'autor és

conscient que l'excés de text pot resultar feixuc i afegeix alguna imatge per provocar alguna reacció en els usuaris, no una imatge convencional, que segurament els deixaria indiferents. Des del *back* l'usuari propietari utilitza la imatge com un recurs més, amb més freqüència si el programa ho facilita ([Gumets](#) fa servir Movable Type, un *software* d'altres prestacions).

Els blocs constitueixen alhora un mitjà per a l'expressió artística, com palesa [Tros de Quòniam](#), on l'autor es defineix com a “ciberfilòsof lletraferit”. En l'entrevista assenyala que dedica el bloc a comentar llibres, notícies d'actualitat, a escriure relats o poemes i a tractar qüestions polítiques, sempre de forma satírica. Jordi, de [Gumets](#), no evita parlar de qualsevol tema, tot i el predomini d'entrades en què expressa la seva opinió, fa recomanacions o redacta petits contes. Les inquietuds literàries són també presents en el bloc [Salms](#) (que té el suggerent subtítol “En el temps de la cibernètica, l'important és saber parar una màquina”). El seu autor valora el fet que les bitàcoles possibiliten fer literatura i publicar sense intermediaris:

“El bloc permet publicar i «fer literatura» sense estar pendent de l'amic que t'aconsella, de l'editor que no et vol publicar, de l'editorial que posa condicions, del disseny del llibre, de les crítiques de premsa...Ets més INDEPENDENT a l'hora d'exhibir els teus escrits”.

La independència i la llibertat que forneixen els blocs, i que es deriva del caràcter fundacional d'Internet des del punt de vista tecnològic, on s'interpreta la censura com una errada tècnica (Castells, 2001a), expliquen la proliferació dels merament literaris, on escriptors consagrats publiquen les seves entrades i on aquells que es volen fer un lloc intenten cridar l'atenció dels editors. És la plasmació d'una de les promeses de la xarxa: **la consecució de la llibertat informacional, artística i d'expressió**.

En algun cas, els continguts tractats ajuden a definir el que és un bloc des d'un determinat punt de vista. És el cas de la [Flaneuse](#), que havia partit d'un diari personal i que, pensant en l'audiència, ha anat bandejant les entrades massa subjectives:

“He anat modificant els temes, protegint cada vegada més la meua intimitat, deixant de publicar coses que són més adequades per a un diari personal que no per a un blog. Intento publicar coses que m'interessen relacionades amb la societat i la cultura, cites de coses que llegeixo, descripcions de situacions quotidianes, observacions sobre el món actual”.

La forma del bloc –les entrades situades en ordre cronològic– és semblant a la del diari personal, però el seu enfocament a una audiència global li fa perdre el seu intimisme, per la qual cosa l'autora modifica els temes buscant un interès més general. És l'exemple de com la concepció de l'audiència imaginada fa variar els continguts per adequar-los a l'interès dels usuaris. En resum, una mostra més de la construcció del context de recepció a través del context de publicació en web: des del *back* hom intenta de crear un *front* accessible i coherent.

4.5. Els arxius històrics.

La característica fonamental de les bitàcoles, segons assenyala Werbach (2001), és que es troben ordenades cronològicament (en ordre invers: primer l'entrada més nova) i que adquireixen sentit per la seva actualització freqüent. L'ordre invers en el temps provoca que els *posts* s'organitzin habitualment en arxius històrics, que es poden desar en carpetes segons un determinat període (normalment per mesos): així, el bloc més veterà posseirà un nombre més elevat d'arxius històrics, on quedaran guardades totes les entrades des del seu inici. En les nostres entrevistes hem tractat la qüestió dels arxius històrics com a **mètode d'arxivament automàtic** en els diferents sistemes de

publicació. Aquest patrimoni informacional és interpretat de manera diversa per cada *blogger*, tot i que es poden suggerir algunes recurrències. En la bitàcola de [Llorenç Valverde](#) els arxius li serviran per a projectes personals, segons ell mateix reconeix, atès que la finalitat principal d'aquest espai és convertir-se en una **font d'informació personal**, amb les idees ordenades per mesos o per continguts (alguns programes ofereixen aquesta darrera possibilitat). L'autor de [Badalona Bitàcola](#) destaca que el programa s'encarrega d'arxivar automàticament els *posts* i que aquests arxius són fàcilment accessibles per mitjà dels motors de cerca. La majoria de les visites a aquests espais provenen dels cercadors, encara que alguns *bloggers* en llegeixen algunes entrades quan visiten altres bitàcoles. La [Flaneuse](#) comenta que “jo llegeixo els antics quan visito per primera vegada una bitàcola i m'agrada com és”. Es tracta d'una forma de comprovar la unitat i l'estil del lloc, així com la seva coherència interna. Alhora és una forma de comprovar-ne l'evolució, també dels mateixos autors:

“Crec que per molt que els primers no siguin ni de bon tros tan ‘bons’ com els últims, tothom té una història, i no tinc per què amagar-la.” (Jordi, de [Gumets](#)).

És lògic que es produeixin canvis amb el temps, causats per un major coneixement del mitjà i una major experiència. L'autor de [Salms](#) incideix en què caldrà veure si els arxius mantindran el seu valor o bé quedaran desfasats, per la qual cosa no té cap intenció de fer res especial amb ells (“potser un pdf de record”, afirma). Diferent és l'opinió dels autors de [TdQ](#) i [BLOG:RNiA](#), que voldrien publicar-los en paper i fins i tot, assenyala el primer, optar a un premi literari. No seria gens agosarat, pensem nosaltres, puix que hi ha obres en la història de la literatura (*El quadern gris*, de Josep Pla, per posar un exemple) de caràcter fragmentari i estructurades semblantment a un quadern de bitàcola. Els arxius històrics, consultables de forma independent a través de l'enllaç permanent, es convertirien així, com apuntàvem més amunt, en un patrimoni literari per als mateixos autors, en l'empremta de la seva pròpia evolució com a escriptors en el ciberespai.

4.6. Audiència i interacció.

Per concloure l'anàlisi del que hi ha darrere a les bitàcoles, ens centrarem en la mateixa concepció que els usuaris propietaris (els *bloggers* de la mostra escollida) tenen de l'audiència, així com la valoració que en fan sobre la seva rellevància. Coincideixen en ressaltar que el contingut és el que mou els usuaris a visitar el bloc, col·locant el disseny en un segon terme. Resulta sorprenent comprovar com alguns dels entrevistats no atorguen un valor excessiu als seus lectors, ja que l'important és el contingut de les seves entrades i la satisfacció d'escriure:

“No tinc gaire en compte això de l'audiència. Prefereixo guiar-me per allò que a mi m'interessa i, si a més, serveix a algú altre, doncs estic encantat de compartir-ho. Tanmateix, cal no oblidar que segons G.E. Rawlins (un informàtic que ha escrit diversos llibres de divulgació): «Al capdavant, hom esdevé acadèmic per pensar i parlar, de vegades, fins i tot amb aquest ordre». I jo som –i vull ser- «acadèmic»” ([Llorenç Valverde](#)).

La bitàcola de Llorenç Valverde no era en principi oberta a comentaris, tot i que acceptava els que rebia per correu electrònic; per consegüent, el seu autor no es guiava pel públic que deixava les seves opinions, sinó que preferia centrar-se en els seus propis escrits i en els continguts tractats. “La gent llegeix la bitàcola pels continguts”, emfatitza l'autor de [Badalona Bitàcola](#), al qual no li preocupa el perfil de la gent que llegeix el seu bloc, per tant, no se sent condicionat per l'audiència. Malgrat tot, en algun

cas reconeix que ha incitat algunes lectors habituals a escriure algun comentari als seus *posts*, demostrant que **l'audiència sí que té un valor**, que es dedueix de la concepció que l'autor en té i en funció de la qual ha creat el lloc. En el *front* això és visible pels marcadors d'audiència que es poden reconèixer (per exemple, els comptadors de visites o els enllaços dels comentaris): en el rerefons es dedueix dels recursos triats pel *blogger*, que lliurement pot abocar-se a la recerca d'audiència (per mitjà d'actualitzacions freqüents i d'entrades interessants) o bé col·locar-la en segon terme, a la recerca de la gratificació personal en l'escriptura. L'autor del bloc de Badalona està d'acord amb l'opció de comentaris (una aposta pel reconeixement del seu públic) i àdhuc reconeix que li agradaria llegir comentaris contraris a les seves opinions, per la qual cosa deduïm que els atorga un valor intrínsec, a diferència de Llorenç Valverde. Hi ha, però, autors que comencen acceptant comentaris i després els eliminen: Toni Ibàñez (*TdQ*) n'és un¹⁴. Durant els primers mesos administrava els comentaris de Haloscan (sistema de publicació de comentaris que permet visualitzar-los en algunes eines, com Blogger), però al cap d'un temps va comprovar que alguns eren intrascendents –i fins i tot insultants– i va decidir treure'ls. Això va repercutir en l'audiència (al principi tenia entre 200 i 250 visites diàries i després va baixar a 100-150), tot i que, en ser una de les bitàcoles importants de la blogosfera catalana, li va permetre continuar gaudint d'un públic nombrós. Ibàñez, emperò, valora l'efecte multiplicador dels comentaris:

“Els blogs que deixen comentar ho fan perquè s'asseguren més visites, atès que els comentaristes tornen a veure si algú ha comentat el que ells han comentat o si el bloguer els ha respost. (...) Sé que la gent que em llegeix, els TdQaires fidels, la parròquia que passa cada dia per aquí, són gent que ja saben què volen i què busquen, que esperen el que escric. I no graciosos que es volen quedar amb tu”.

Seguint la concepció de Roscoe (1999), en què la idea d'una audiència pressuposa una oposició entre productors i consumidors, entre creadors de contingut i l'audiència en si mateixa, els *bloggers* serien els proveïdors de contingut, els usuaris propietaris que administren un racó del ciberespai per als consumidors d'aquest contingut. L'audiència és construïda des de la talaia de l'autor, amb les eines de programari i disseny oportunes, a través d'un procés d'autopublicació que busca fidelitzar l'usuari amb el recurs de les entrades organitzades cronològicament. L'aristòcrata virtual que és l'autor té al seu poder tots aquests recursos a fi de crear un producte de qualitat, permetent o no la interacció dels seus usuaris.

Al llarg del nostre treball hem defensat la posició que els *bloggers* constitueixen una mena d'elit d'Internet (tot guardant distàncies respecte dels internautes convencionals), ja que es mouen en un àmbit propi d'actuació (la blogosfera) i gaudeixen d'una llibertat total per estructurar el seu espai de forma personalitzada. Alguns autors, però, l'interpreten com un espai de conversa, com la [Flaneuse](#), que considera el *feedback* molt important, ja que possibilita el diàleg asíncron. Fins i tot defuig l'egocentrisme típic d'aquest mitjà, tot afirmant que no és només un espai propi, sinó que hi ha gent que llegeix les entrades i contribueix al creixement del lloc. És una **audiència multiforme**, que va des de persones conegudes fins a simples *nicks* o usuaris anònims que apareixen en els comentaris. Rubèn Novoa, de [BLOG:RNiA](#), parla de gent jove aliena a la fractura digital (normalment lectors de blocs) com a audiència tipus i reconeix que el disseny ha estat fet amb l'objectiu de destacar els continguts i de provocar que la gent s'hi torni a connectar. Javier Leiva fa al·lusió als seus dos blocs per definir-ne l'audiència: a [Zeta](#) (bloc generalista format només per fotografies) el públic és divers, mentre a [Catorze.blog](#) (bloc professional sobre gestió de la informació) els

¹⁴ V. nota 9. [Nota abril 2005]

visitants solen ser professionals del seu àmbit, precisament el tipus d'audiència imaginada per l'autor (i a la qual es destina el producte).

Un altre aspecte que es troba íntimament relacionat amb l'audiència és l'**actualització** de la bitàcola, ja que un bloc sense actualitzar acaba sent oblidat, mentre que un posat al dia genera visites més fàcilment. Aquesta idea és defensada per l'autor de Badalona Bitàcola, per al qual és l'audiència la que produeix la necessitat d'actualitzar:

“Quan ets conscient que et llegeixen i que tens lectors habituals, això t'anima a escriure més sovint i a oblidar-te de la mandra que fa a vegades posar-te a escriure”.

La presència de lectors és un incentiu per al *blogger*, que intenta mantenir i augmentar el nombre de visitants amb una permanent actualització de continguts. Aquesta és un mitjà per a fidelitzar-los, segons la Flaneuse, tot i que no és bo obsessionar-se amb aquest tema, ja que el millor és *postejar* quan hi ha un tema d'interès, no per la simple necessitat de posar-se al dia. Javier Leiva reconeix no tenir preferències sobre una periodicitat d'actualització, ja que cadascú ho ha de fer quan tingui coses interessants a dir. Jordi, de Gumets, parla d'una actualització diària, no per una necessitat ineludible, sinó per simple plaer, com a mitjà d'evadir-se dels problemes quotidians. Cal assenyalar que aquest bloc va patir una aturada el 16 de juliol en les seves actualitzacions diàries, justificada pel cansament de l'autor: les reaccions de suport en altres blocs, i fins i tot la creació d'una web (<http://www.volem-gumets.tk/>) van provocar que Jordi tornés a l'activitat¹⁵. L'autor de Salms, per la seva banda, intenta actualitzar-la a diari, però no en relació amb els lectors que pugui tenir, sinó pensant en ell mateix.

Actualització i audiència es troben vinculades gràcies a l'existència del *ping*, que es concreta en avisar un directori de bitàcoles de l'hora d'actualització per tal de mostrar a la comunitat *blogger* que hi ha un article més en la blogosfera. La comunitat catalana, així com els nostres entrevistats, utilitza Bitàcoles o Catapings com a directoris, una eina que permet trobar els darrers *posts* i els blocs que s'incorporen diàriament. Una eina, en resum, que mostra l'obertura del mitjà al ciberespai, la seva tendència a centrar-se en l'extern sense perdre la interioritat, la seva condició de diari personal (que li atorga formalment l'estructuració en entrades per ordre cronològic). Aquesta obertura és plena de significat social: com assenyala Howard (a Howard i Jones, 2003), el fet que la gent entri en la societat *online* –de la qual és manifestació la blogosfera– es justifica pel capital social que implica, atès que els usuaris creuen que és una manera de conèixer més gent. Els autors actualitzen les seves entrades, hi afegixen opció de comentaris i fan *ping* als directoris de blocs perquè així interaccionen amb l'espai global d'interconnexió entre ordinadors, on troben els vincles socials amb altres usuaris que llegeixen les entrades, les comenten o consulten les darreres bitàcoles actualitzades. L'artefacte, seguint Brown i Lightfoot (a Woolgar, 2002: 210), adopta un rol mediacional, uneix autors i usuaris i els permet dialogar. Aquest diàleg, emperò, és en els blocs desigual, atès que el *blogger* posseeix privilegis sobre la gestió del lloc de què l'usuari no pot gaudir: és un aristòcrata virtual que crea una elit (la blogosfera) on viuen i respiren les seves creacions. Allà, com recorda Fletxa, un dels nostres informants, **“tothom té una tribuna pública”**: la metàfora de l'espai global de llibertat torna a ser ben viva.

¹⁵ Aquest bloc s'actualitza gairebé diàriament. [Nota abril 2005]

Conclusions

El nostre treball, centrat en **els blocs com a nou espai de publicació en web**, ha partit d'una reflexió sobre Internet com a espai col·lectiu de comunicació, com a entorn en què es produeixen les interaccions en línia, per concretar en els *weblogs* (o *blogs*, o quaderns de bitàcola), a través d'una anàlisi de la seva estructura, programari i els elements que constitueixen formalment l'audiència. Seguidament, en el nucli de la nostra recerca, hem passat a l'anàlisi de les dades, en dos aspectes: per una banda, el *front*, el que observem des de fora, com a context en què se situa l'usuari en el moment que connecta amb una bitàcola; per altra banda, el *back*, el punt de vista dels autors o *bloggers*, la rebotiga on es prenen les decisions quant al contingut, el disseny o les opcions de comentaris.

Cal que responguem una de les qüestions fonamentals de la nostra recerca, que es refereix al tipus d'espai de publicació que suposa el bloc, tot confirmant que és **un espai d'autoedició, en el qual l'autor escriu, dona format i publica sense necessitat d'intermediaris**. Construeix un context de publicació (el rerefons) des del qual el *blogger* realitza la seva tasca diària per a una audiència real que es connecta i assisteix al bloc des del *front*. Què és el que podem veure des de fora, connectats com a usuaris a les bitàcoles concebudes per altres usuaris que alhora són propietaris del lloc? Una sèrie d'entrades o *posts* disposats en un ordre cronològicament invers, que a voltes ofereixen l'opció de comentar i que insereixen enllaços com a prenavegació de la xarxa (un tema vist des de la perspectiva de l'autor) o com a porta oberta als altres racons de la blogosfera i, per extensió, del ciberespai. Els recursos que els *bloggers* tenen a la seva disposició són diversos, i estan tan sols limitats per la plataforma o sistema de publicació emprat. Són freqüents les interpel·lacions directes a l'audiència a fi de seduir-la i fidelitzar-la, com a forma d'aconseguir que l'usuari es comporti d'una manera determinada. Des de l'anàlisi del *front* hem pogut observar com l'apel·lació és freqüent en el text de les entrades, semblantment al que ressalta John Searle quan defineix l'acte perlocucionari:

“Mediante una argumentación yo puedo *persuadir* o *convencer* a alguien, al aconsejarle puedo *asustarle* o *alarmarle*, al hacer una petición puedo *lograr que él haga algo*, al informarle puedo *convencerle* (*instruirle, elevarle* –espiritualmente–, *inspirarle, lograr que se dé cuenta*). Las expresiones en cursiva denotan actos perlocucionarios.” (Searle, 1994: 34)

Els *bloggers* són conscients que l'audiència primària és un mateix i altres lectors ocasionals (Schiano *et al.*, 2004), per la qual cosa s'hi adrecen tot buscant reconeixement, independentment del fet que acceptin o no *feedback*.

D'acord amb aquesta limitació de l'audiència, no podem menystenir el context local en el discurs emprat en la blogosfera. Hem seleccionat **diversos exemplars de blocs de la comunitat lingüística catalana** i hem comprovat la presència de nombrosos **marcadors de localitat** en el discurs, una estratègia que busca la complicitat dels usuaris i que no defuig el seu ancoratge en termes culturals i lingüístics. Si consultem la cinquena regla de la virtualitat encunyada per Woolgar, que afirma que “Quant més global, més local” (Woolgar, 2002: 19 ss.), entenem que no podem oblidar el context local en les discussions sobre el nou món globalitzat, puix que l'afany per superar la distància depèn de les consideracions locals sobre la tecnologia:

“The very effort to escape local context, to promote one’s transcendent global (and/or virtual) identity, actually depends on specifically local ways of managing the technology”. (Woolgar, 2002: 19)

López García i Neira Cruz també han copsat aquesta modificació dels conceptes de localitat i globalitat, tot reconeixent que les iniciatives basades en allò que és local troben la seva plasmació en la xarxa, amb la distinció entre l’audiència real i l’audiència potencial:

“De esta forma, y frente a la visión -tantas veces catastrofista- que augura la desaparición de lo autóctono, peculiar o identitario por la cada vez mayor penetración de lo foráneo (habría que hablar, mejor, de "lo homogéneo" o de "lo global") también se está dando el proceso por el cual cada vez son más las iniciativas de cultura y comunicación nacidas en y para un ámbito local, las cuales, gracias a las posibilidades de mundialización e inmediatez de los nuevos medios, llegan al mismo tiempo a su destinatario natural -situado a escasos metros de distancia- y a su destinatario potencial -el cual también se encuentra a escasos metros por el tejido de la red pero a miles de kilómetros de lejanía física y cultural.” (López García i Neira Cruz, 2000)

La immediatesa dels destinataris, que no ha de coincidir necessàriament amb la proximitat geogràfica (la mobilitat del ciutadà globalitzat no equival a llunyania com a resultat d’Internet), revitalitza l’autòcton, la pertinença a una comunitat, baldament el mitjà emprat s’adreça potencialment a tots els veïnatges de la xarxa. No endebades la campanya de l’”ase català”, esmentada en el nostre treball, ha tingut una forta expansió en la blogosfera a nivell d’audiència, amb **un bloc** que va introduint comentaris sobre aquest fenomen social. El concepte d’audiència imaginada de Hine (2004) seria coherent amb els destinataris naturals, aquells que llegiran la bitàcola per la seva complicitat amb els temes tractats i la seva pertinença a un mateix origen cultural.

En les bitàcoles treballades **el text és predominant com a mitjà expressiu**, tot i que no hem d’oblidar la naturalesa multimèdia d’Internet, que contempla la **presència d’imatges com a complement expressiu o com a simple ornamentació**. Interessant és el cas dels fotoblocs, que mereixen un lloc a part per l’ús predominant de les imatges sense perdre interactivitat, o dels anomenats *moblogs* (Cf. Pisani, 2003), aquests darrers no tractats atesa la limitació de la nostra recerca, que aprofiten les prestacions del telèfon mòbil.

En el món dels *weblogs* els enllaços constitueixen **un capital social de primer ordre**, a través del *blogrolling* i de la seva fecunditat com a reflex de la vitalitat de la blogosfera, sense oblidar els enllaços externs, que complementen el contingut de les entrades. Glazebrook emfasitza que és l’abundor d’hipervincles el que ofereix un sentit de comunitat a les bitàcoles, atès que la suma de veus individuals és generadora d’una veu col·lectiva que possibilita una conversa:

“It is the abundance of hyperlinks that give bloggers a sense of community, and give weblogs the feel of a long-distance conversation. For example, common weblog courtesy states that, if a blogger decides to post commentary on a news story they found on a fellow blogger's site, they should not only post a hyperlink to the original news story, but to the weblog on which they found that story. Weblogger 'A' links to weblogger 'B', weblogger 'B' in turn links to bloggers 'A' and 'C', and so on until a cacophony of individual voices has become a community and a mess of individual comments has become a conversation.” (Glazebrook, 2003)

Hem tingut ocasió de comprovar aquest intercanvi en les bitàcoles analitzades en el *front*, a través dels comentaris a les entrades i dels enllaços a altres bitàcoles que mostren un contingut similar. **La blogosfera es converteix així en un conjunt de textos interrelacionats**, que es poden llegir en l’ordre que es vulgui, amb l’entrada o *post* com a unitat mínima de contingut, que pot ser matisat o discutit amb l’opció dels

comentaris. Aquests darrers ofereixen un cert caràcter inconclús a aquests textos, tot i que en la nostra lectura estem condicionats pel format, i cada entrada és un punt de vista del *blogger* sobre la realitat. No succeeix com en les pàgines web personals, en les quals batega una imatge singular, una presentació del *self* que tendeix a generar una percepció unitària. En els blocs, assenyala Jung (2003), les entrades són instantànies del *blogger* en un moment del temps, fossilitzades pel marcadore temporal (*time stamp*). El feix de representacions (caràcter impressionista) davant la pretensió d'unitat, la fragmentació del discurs contemporani (McGee, 1990) davant els relats tancats del passat. Jung afegeix que els blocs ens permeten veure els canvis d'opinió i de perspectiva de l'autor, són més realistes que les pàgines personals. La multiplicitat de relacions ens apropa cada cop més al jo saturat conceptualitzat per Gergen (1992), en què la permanència del jo substancial és una il·lusió i el que predomina són els punts de vista parcials i contingents.

La nostra recerca també ens ha permès comprovar els canvis que s'esdevenen en el concepte d'autor, així com els processos de lectura i escriptura, en un entorn mediat tecnològicament com són els *weblogs*. La transformació radical s'està produint en la **representació del text escrit**, puix que ja no ens trobem davant un text monolític allotjat en un objecte en tota la seva opacitat, sinó que el text és llegit per una audiència que al seu torn interactua amb l'autor, si aquest li ho permet a través dels comentaris. La tecnologia, com adverteix Oriol Izquierdo, "deixa de ser percebuda com a tal i passa de mitjà a medi", "ja no és un simple instrument funcional, sinó una condició de la possibilitat de la producció mateixa del text" (Izquierdo, 2004). Els blocs són autèntics **productes sociotècnics amb una dinàmica pròpia**, en què un usuari propietari (seguint la terminologia de Vayreda, 2004b) es mostra, a través d'un disseny ofert per un programa, als usuaris de la xarxa, mentre aquests darrers, que solen també ser usuaris propietaris, s'hi vinculen a través del *blogrolling* o de la col·laboració via comentaris. L'audiència, en bona part, es construeix recíprocament per mitjà d'aquesta interacció, en la qual "es llegeix a mesura que s'escriu" (Izquierdo, 2004): el lector participa en el text de l'autor, comparteix l'accés a la fragmentarietat, als bocins textuais de cadascuna de les entrades, baldament la propietat sigui del *blogger*, que posseeix sempre la darrera paraula, com a productor del contingut i responsable del disseny. És cert, com destaca Izquierdo, que el text és modificable si l'usuari propietari n'atorga els privilegis, però no cal oblidar que les entrades –encara que modificables– habitualment no són modificades (seguint les normes de Blood de no esborrar allò prèviament escrit, cf. Blood, 2002b) i queden com un enllaç permanent (*permalink*), inalterable i consultable com un arxiu històric. La necessitat de compartir hi és, però l'estatus no es modifica; per aquesta raó la **metàfora de la cort** és ben fecunda per a l'anàlisi dels blocs, atès que cada autor posseeix privilegis en el seu boci de ciberespai, és una mena d'**aristòcrata virtual** amb un control total sobre tots els aspectes que configuren la bitàcola i l'única limitació del sistema de publicació emprat. Christine R. Carl ens recorda que "the blogger blogs and the visitors read" (Carl, 2003: 25). I, com reconeixen Herring *et al.*, comparant els blocs amb les pàgines personals i els fòrums de comunicació asíncrona,

"Blogs allow limited exchanges (in the form of comments), while according blog author and readers asymmetrical communication rights – the author retains ultimate control over the blog's content." (Herring *et al.*, 2003)

Beth Gray (a Glazebrook *et al.*, 2003) fa al·lusió, com a trets distintius dels blocs, a la lliure expressió de les opinions de l'escriptor i a l'absència d'editors i filtres. És això el que fa més valuós encara el context de producció, en el qual ens hem situat amb les entrevistes als *bloggers*. Un rerefons que ens permet albirar les recurrències quant al seu

comportament. La tria del programari, segons hem vist, és important perquè cadascú pugui treballar amb comoditat en el seu projecte de bloc, ofereix normalment prestacions suficients, tot i que a voltes migrar a un altre sistema de publicació es tradueix en un increment de qualitat. Igualment, el sistema escollit oferirà unes possibilitats o altres en la implementació del disseny de les pàgines. El que excel·leix en les bitàcoles, segons la percepció que en tenen els seus autors, és **el contingut**, que determinarà l'èxit o fracàs del producte en termes d'audiència, un contingut convenientment actualitzat per tal de fidelitzar els usuaris. I un contingut que lliga amb un enclavament local, d'acord amb el nostre acotament en termes de comunitat lingüística. És remarcable, tanmateix, la presència d'una certa endogàmia, no desitjable –com reconeixen els *bloggers*–, però existent de fet, a través dels llistats d'enllaços que hi apareixen.

Els autors no acostumen a reconèixer la importància de l'audiència i insisteixen en què el contingut és el que genera visites; això no obstant, observem com l'actualització de les pàgines és freqüent (així com el *ping* als directoris de blocs) i com els mateixos autors descriuen amb les seves respostes l'audiència tipus que visita el seu bloc, una audiència imaginada que els ha servit alhora per desenvolupar el seu producte. Un recurs efectiu és permetre la participació del públic per mitjà dels comentaris (majoritàriament emprats en la mostra treballada), amb un efecte multiplicador del qual són ben conscients. **El contingut, amb l'ajut del disseny, els enllaços i les opcions d'interacció, construeix el context de recepció de les bitàcoles**: el contingut és l'element clau, la mesura de la qualitat; el disseny és l'estratègia perquè el contingut guanyi en visibilitat i presència (Hine, 2004: 117); els enllaços, tot oferint una prenavegació de la xarxa, mostren l'obertura externa del bloc; finalment, les opcions interactives –que principalment passen pels comentaris– cerquen la participació directa dels usuaris i així fomenten l'ús de la bitàcola com a fòrum asíncron.

En definitiva, el racó de blogosfera investigat ens ha ofert pautes per entendre aquest nou mitjà de comunicació, que és alhora una font de notícies (ha estat qualificat com una nova forma de periodisme, cf. Jeanne-Perrier *et al.*, 2003), un mitjà d'autoexpressió i reconeixement, d'acord amb el que Pisani (2003) anomena “economia de l'ego” (un ego mediat tecnològicament), i un gènere literari, com a opció per als escriptors que encara no han trobat editor. Una nova manera d'entendre la xarxa des de la seva essencial obertura. Un retorn a la llibertat primigènia d'Internet des del vessant de la subjectivitat.

GLOSSARI

Arxius històrics: Arxius i carpetes que contenen totes les entrades de la història del bloc, organitzades cronològicament.

Badge (placa o distintiu): Enllaç en forma de botó que porta a un sistema de publicació o a un directori de blocs.

Bloc (bitàcola, quadern de bitàcola, dip, weblog, blog): Seu web -personal o col·lectiva- actualitzada freqüentment, que consisteix en un conjunt d'entrades ordenades cronològicament, amb la més recent col·locada a la part superior de la pàgina. Incorpora enllaços i permet interacció a través de l'opció dels comentaris. Es troba a mig camí entre les pàgines web personals i els fòrums asincrònics.

Blogger: Autor o autora del bloc o quadern de bitàcola.

Blogging (bloguejar o weblogging): Acció de participar en un *blog*.

Blogrolling: Llistat d'enllaços a altres blocs que els autors comparteixen i que serveix com a eina de promoció.

Blogosfera: Conjunt de les webs que utilitzen el format del bloc com a mitjà de comunicació en línia. Freqüentment se li atorga un sentit de comunitat, a través dels enllaços i de la participació dels mateixos autors en altres bitàcoles.

Comentari (comment): Text que un usuari edita i transmet com a opinió davant una entrada específica d'un bloc.

Directori de blocs: Portal web en què apareixen les entrades més recents de les bitàcoles. Els *bloggers* adrecen un *ping* a aquests directoris perquè es visualitzi que el seu bloc ha estat actualitzat.

Enllaç permanent (permalink): Enllaç, present a cadascuna de les entrades d'un bloc, que porta a la pàgina que conté el text complet de l'entrada i, si s'escau, als seus comentaris.

Entrada (post, entry): Unitat bàsica de text i/o imatges que l'autor del bloc edita en cadascuna de les seves intervencions en un quadern de bitàcola. Posseeix un marcador temporal específic (data i hora de publicació).

Marcador temporal (time stamp): Data i hora que apareix encapçalant o tancant l'entrada d'un bloc.

MySQL: Sistema d'administració per a bases de dades relacionals que és utilitzat per alguns sistemes de publicació de bitàcoles.

PHP: Llenguatge de programació de *scripts* en servidor que utilitzen alguns sistemes de publicació de bitàcoles.

Ping: Missatge que un servidor (habitualment un bloc) envia a un altre (habitualment un directori de blocs) per notificar que el bloc ha estat actualitzat.

Pingback: Retroenllaç que enllaça un article amb un altre de manera directa, creant un vincle amb l'entrada del bloc.

Postejar: Escriure, editar i transmetre una entrada o *post*.

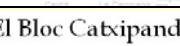
Retroenllaç (trackback): Forma de comentari remot, que permet que avisem un altre *blogger* sobre la coincidència a nivell de contingut entre la nostra entrada i la seva.

RSS (Really Simply Syndication): Format basat en XML per a l'accés al contingut dels blocs per mitjà d'uns programes especials anomenats lectors.

Sistema de publicació: Programa instal·lable en servidor o plataforma d'edició via web que serveix per publicar i administrar un bloc.

Template: Plantilla que ofereixen els sistemes de publicació de blocs per allotjar-hi els continguts.

QUADRE DE LES BITÀCOLES ANALITZADES¹⁶

Imatge	Nom del bloc	Data inici	Sistema de publicació
	<u>Amb compte</u> (abans, <i>Roger, compte</i>)	Març 2003	WordPress (abans, Blogger)
	<u>Apunts</u> (abans, <i>Coneixent-me a mi mateix</i>)	Novembre 2003	WordPress (abans, B2Evolution)
	<u>Badalona Bitàcola</u>	Juliol 2003	WordPress
	<u>Bloc de notes</u>	Desembre 2003 (inactiu des del 10/9/2004)	Aprop.net
	<u>[BLOG:RNiA]</u>	Desembre 2003	Blogger
	<u>El Bloc Catxipanda</u>	Setembre 2003	Splinder
	<u>El Quadern Gris</u>	Febrer 2004	Movable Type (Zonalibre)
	<u>Flaneuse</u>	Febrer 2003	Movable Type
	<u>Granados, 46</u>	Març 2004 (inactiu des del 31/10/2004)	Blogger
	<u>Gumets</u>	Agost 2003	Movable Type
	<u>L'Aeroplà del Raval</u>	Desembre 2003	Blogger
	<u>L'altreforatfanzine.com</u>	Abril 2004 (inactiu des del 5/8/2004)	pLog Team (Lamevaweb.info)
	<u>Llorenç Valverde</u>	Octubre 2003	Blogger
	<u>Mek</u>	Novembre 2003	pLog Team (Lamevaweb.info)
	<u>Miquel Bofill, bloc personal</u>	Febrer 2004	Movable Type
	<u>Pere Meroño</u>	Febrer 2004 (inactiu des del 18/9/2004)	Cibernautes
	<u>Rigola</u>	Març 2004	La Comunitat.net
	<u>Salms</u>	Maig 2002	WordPress (abans, Bloghorn)
	<u>Tros de Quònim</u>	Gener 2004	Blogger

¹⁶ Les cel·les en color corresponen als blocs els autors dels quals han participat en les entrevistes.



BIBLIOGRAFIA

Monografies i articles acadèmics

- BRANUM, J. M. (2001): "The blogging phenomenon. An overview and theoretical consideration". Southwest Texas State University.
<URL: <http://www.ajy.net/jmb/blogphenomenon.htm>>.
- BROUDOUX, E. (2002): "Outils informatiques d'écriture et de lecture: nouvelles conditions au «devenir auteur»". Colloque "Écritures en ligne: pratiques et communautés", Rennes2.
<URL:
http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/documents/archives0/00/00/07/96/sic_00000796_01/sic_0000796.pdf>.
- BROWN, J.S.; DUGUID, P. (1996): "The social life of documents". *First Monday*, vol. 1 núm. 1 (maig 1996). Introducció d'Esther Dyson.
<URL: <http://www.firstmonday.dk/issues/issue1/documents/>>.
- BURR, V. (1997): *Introducció al construccionisme social*. Barcelona: Proa-UOC.
- CARL, C. R. (2003): *Bloggers and their blogs: A depiction of users and usage of weblogs on the World Wide Web*. Tesi per al Master of Arts in Communication, Culture and Technology. Washington, D.C.: Georgetown University.
<URL: <http://cct.georgetown.edu/thesis/ChristineCarl.pdf>>.
- CASTELLS, M. (2000): *La era de la información*. Vol. I: *La sociedad red*. Madrid: Alianza.
- CASTELLS, M. (2001a): "Internet: Una arquitectura de llibertat? Lliure comunicació i control del poder". Lliçó inaugural del curs 2001-2002 de la UOC. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
<URL: http://www.uoc.edu/web/cat/launiversitat/inaugural01/internet_arq.html>.
- CASTELLS, M. (2001b): *La galaxia Internet*. Barcelona: Plaza & Janés.
- DEUZE, M. (2003): "The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online". *New Media & Society*, vol. 5, núm. 2 (juny 2003), pp. 203-230.
- DREYFUS, H. L. (2003): *Acerca de Internet*. Barcelona: Ediuoc.
- FLICHY, P. (2002): "Le place de l'imaginaire dans l'action technique: le cas d'Internet". *Réseaux*, núm. 109 (febrer 2002).
<URL: <http://latts.cnrs.fr/site/tele/rep1/R%E9seauxImaginaire.doc>>.
- FLICHY, P. (2003): *Lo imaginario de Internet*. Madrid: Tecnos.
- GERGEN, K. J. (1992): *El yo saturado*. Barcelona: Paidós.
- GIESE, M. (1998): "Self without body: textual self-representation in an electronic community". *First Monday*, vol. 3 núm. 4.
<URL: http://firstmonday.org/issues/issue3_4/giese/index.html>.
- GIUSSANI, B. (1997): "A New Media Tells Different Stories". *First Monday*, vol. 2 núm 4 (abril 1997).

¹⁷ V. nota 5. [Nota abril 2005]

- <URL: http://www.firstmonday.dk/issues/issue2_4/giussani/index.html>.
- GLAZEBOOK, R. L. *et al.* (2003): "Weblogs as a rhetorical genre". *Rootarcana.com* by Rob Glazebrook.
- <URL: http://www.rootarcana.com/essays/weblog_rhetoric.html>.
- GOFFMAN, E. (1981): *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- HALAVAIS, A. (2002): "Blogs and the «Social Weather»". Maastricht: Internet Research 3.0.
- <URL: <http://alex.halavais.net/news/archives/halavais-ir3b.pdf>>.
- HERRING, S. C. *et al.* (2003): "Bridging the gap: a genre analysis of weblogs". School of Library and Information Science. Bloomington: Indiana University.
- <URL: <http://www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/herring.pdf>>.
- HINE, C. (2001): "Web pages, authors and audiences. The meaning of a mouse click". *Information, Communication & Society*, 4 (febrer 2001). Taylor & Francis.
- HINE, C. (2004): *Etnografía virtual*. Barcelona: Ediuoc.
- HOWARD, P. N., JONES, S. (Eds.) (2003): *Society online: The Internet in context*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- IBÁÑEZ GRACIA, T. (coord.) (1996): *Psicología social*. Mòduls didàctics Psicopedagogia. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- IZQUIERDO, O. (2004): "Mitjà i missatge: la influència del teclat de l'ordinador i la materialitat de la pantalla en la producció de textos: el cas del *weblog*". *Hermeneia: Literatures digitals i aproximacions teòriques* (Congrés Internacional, 14-16/4/2004). Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- JEANNE-PERRIER, V. *et al.* (2003): "Les cybercarnets (weblogs) et webzines: création de nouveaux genres?". Colloque *Nouvelles pratiques d'information: extension ou dérive du journalisme?*, 24/10/2003, Communication Strasbourg.
- <URL: <http://www.fing.org/index.php?num=4860,3,1047,6>>.
- JUNG, E. (2003): "Weblogs: a new phenomenon". PgDip Interactive Multimedia, Cultural Theory.
- <URL: http://onoffonoff.org/imma/ct/Weblogs-CT_EdwardJung.pdf>.
- KLEIN, A. (2001): "Les homepages, nouvelles écritures de soi, nouvelles lectures de l'autre". *Spirale*. Lille. Web del Groupe de Recherches en Médiation des Savoirs:
- <URL: http://www.comu.ucl.ac.be/RECO/GReMS/annaweb/nouvelles_ecritures_de_soi.htm>.
- KLEIN, A.; BRACKELAIRE, J.L. (1999): "Le dispositif : une aide aux identités en crise". *Hermès*, nº25, pp. 67-81. Web del Groupe de Recherches en Médiation des Savoirs:
- <URL: <http://www.comu.ucl.ac.be/RECO/GReMS/annaweb/dispositif.htm>>.
- KRISHNAMURTHY, S. (2002): *The multidimensionality of blog conversations: the virtual enactment of September 11*. Maastricht: Internet Research 3.0.
- LÉVY, P. (1998): "Ciberspai i cibercultura". *Digithum: Revista digital d'Humanitats*, núm. 1. Universitat Oberta de Catalunya.
- <URL: http://www.uoc.edu/humfil/digithum/digithum1/levy/ciberspai_cat.htm>.
- LÉVY, P. (1999): *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós.
- LÉVY, P. (2002): *Cyberdémocratie*. París: Odile Jacob.
- McGEE (1990): "Text, Context, and the Fragmentation of Contemporary Culture," *Western Journal of Communication*, 54. Hi ha document electrònic:
- <URL: <http://www.mcgees.net/fragments/essays/archives/text.htm>>.
- McIVER, JR., W. J.; BIRDSALL, W. F.; RASMUSSEN, M. (2003): "The Internet and the right to communicate". *First Monday*, vol. 8, núm. 12 (desembre 2003).
- <URL: http://firstmonday.org/issues/issue8_12/mciver/index.html>.

- McLUHAN, M.; POWERS, B.R. (1994): *La aldea global*. Barcelona: Planeta-DeAgostini.
- MERLO, J. A.; SORLI, A. (2003): "Weblogs: un recurso para los profesionales de la información". *Revista Española de Documentación Científica*, abril-junio 2003, vol. 26, n. 2, p. 227-236.
<URL: <http://exlibris.usal.es/merlo/escritos/weblogs.htm>> (web de la Universidad de Salamanca).
- MILLER, H.; MATHER, R. (1998): "The Presentation of Self in WWW Home Pages". *IRISS '98: Conference Papers*.
<URL: <http://www.sosig.ac.uk/iriss/papers/paper21.htm>>.
- NARDI, B. A. et al. (2004): "I'm blogging this". A closer look at why people blog", submitted to *Communications of the American Association for Computing Machinery*.
<URL: <http://www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/nardi.pdf>>
- ORIHUELA, J.L. (2003): "Blogging and the eCommunication Paradigms: 10 principles of the new media scenario". *Blog Talk: A European Weblog Conference*, 23-24/5/2003. Viena. [extret de la web de la Universidade da Coruña]
<URL: <http://mccd.udc.es/orihuela/blogtalk/>>
- RHEINGOLD, H. (1996): *La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa.
- ROSCOE, T. (1999): "The construction of the World Wide Web audience". *Media, Culture & Society*, vol. 21, pp. 673-684. London: Sage.
- SÁNCHEZ DE SERDIO, A. (2002): "Interacciones online/offline y visualidad en la construcción de comunidades en el ciberespacio: La asociación juvenil TEB y Ravalnet". Comunicaciones, Grupo 9: *El ciberespacio, ¿un nuevo campo social para las identidades colectivas?* I Congreso Online del Observatorio para la CiberSociedad (9-22/9/2002).
<URL: <http://cibersociedad.rediris.es/congreso/comms/c09sanchez.htm>>.
- SCHIANO et al. (2004): "Blogging by the rest of us". Conference on Human Factors in Computing Systems. Nova York: ACM Press.
<URL: <http://home.comcast.net/~diane.schiano/CHI04.Blog.pdf>>
- SCHNEIDER S.M.; FOOT K.A. (2004): "The Web as an Object of Study". *New Media & Society*, vol. 6 núm. 1 (febrer 2004), pp. 114-122. Washington: SUNY Institute of Technology.
- TURKLE, S. (1995): *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon and Schuster.
- VAYREDA, A. (2004a): "Apunts sobre el concepte de guió". Apunts de treball.
- VAYREDA, A. (2004b): "Contextos d'ús d'Internet". Apunts de treball.
- WERBACH, K. (2001): "Triumph of the weblogs". *Eadventure*. CNET Networks.
<URL: <http://www.edventure.com/conversation/articleprint.cfm?Counter=7444662>>¹⁸.
- WOOLGAR, S. (ed.) (2002): *Virtual Society? Technology, Cyberbole, Reality*. Nova York: Oxford University Press.

Articles i recursos més divulgatius

- BARGER, J. (1999): "FAQ: Weblog resources". *Robot Wisdom*, setembre 1999.
<URL: <http://www.robotwisdom.com/weblogs/index.html>>.
- BARRETT, C. (1999): "Anatomy of a weblog". *Camworld Journal*, 26/1/1999.
<URL: <http://www.camworld.com/journal/rants/99/01/26.html>>.

¹⁸ En el moment de realitzar la revisió, aquest enllaç es trobava inactiu. [Nota abril 2005]

- BLOOD, R. (2000): "Weblogs: a history and perspective". *Rebecca's Pocket*, 7-9-2000.
<URL: http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html>.
- BLOOD, R. (2002a): *The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog*. Cambridge, MA.: Perseus.
- BLOOD, R. (2002b): "Weblog ethics". *Rebecca's Pocket*, extret de *The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog*.
<URL: http://www.rebeccablood.net/handbook/excerpts/weblog_ethics.html>.
- BLOOD, R. (2003): "Weblogs and Journalism in the Age of Participatory Media". *Rebecca's Pocket*, juliol 2003.
<URL: http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html>.
- DD.AA. (2002): *We've got blog*. Cambridge, MA.: Perseus Publishing.
- DOUGHERTY, D. (2000): "Vortigo". *New Architect: Internet Strategies for Technology Leaders*, febrer 2000, CMP Media.
<URL: <http://www.webtechniques.com/archives/2000/02/lastpage/>>.
- DVORAK, J. C. (2002a): "Deconstructing the blog". *PC-Magazine*. Opinion: 2/4/2002. Ziff Davis Media.
<URL: <http://www.pcmag.com/article2/0,1759,27443,00.asp>>.
- DVORAK, J. C. (2002b): "The Blog Phenomenon". *PC-Magazine*. Opinion: 5/2/2002. Ziff Davis Media.
<URL: <http://www.pcmag.com/article2/0,1759,12899,00.asp>>.
- HILER, J. (2002): "Blogsphere: the emerging media ecosystem". *Microcontent News*, 28/6/2002. Corante.
<URL: <http://www.microcontentnews.com/articles/blogsphere.htm>>.
- HOURIHAN, M. (2002): "What we're doing when we blog". *Web DevCenter*, 13/6/2002, O'Reilly Media.
<URL: <http://www.oreillynet.com/pub/a/javascript/2002/06/13/megnut.html>>.
- JOHNSON, S. (2003): "Mind Share. Blog Space: public storage for wisdom, ignorance, and everything in between". *Wired*, 11.06 (juny 2003), The Condé Nast Publications.
<URL: http://www.wired.com/wired/archive/11.06/blog_spc.html>.
- KATZ, J. (1999): "Here come the weblogs". *Slashdot*, 24/5/1999.
<URL: <http://slashdot.org/features/99/05/13/1832251.shtml>>.
- MERELO, J. J. *et al.* (2003): "Blogosfera: creación de una comunidad a través de los enlaces". *En.red.ando*, 15/7/2003.
<URL: <http://enredando.com/cas/enredados/enredados303.html>>¹⁹.
- PINTO, R. (2004): "Blog". *Diari Avui*, 7/2/2004.
<URL: <http://www.avui.com/avui/diari/04/feb/07/c20107.htm>>.
- PISANI, F. (2003): "Internet saisi par la folie des «weblogs»". *Le Monde Diplomatique*, agost 2003.
<URL: <http://www.monde-diplomatique.fr/2003/08/PISANI/10301>>
- RHODES, J. S. (cond.) (1999): "In the trenches with a weblog pioneer. An interview with the force behind Eatonweb, Brigitte Eaton". *WebWord.com*, 7/12/1999.
<URL: <http://www.webword.com/interviews/eaton.html>>.
- SANZ, B. (2003): "Tipologías de weblogs en la blogosfera hispana". *69neuronas.com*. *Red e información*.
<URL: <http://www.69neuronas.com/articulos/weblogs/tipologias.PDF>>²⁰.
- STONE, B. (2004): "The wisdom of blogs". *Blogger Knowledge*, 6/7/2004.
<URL: <http://www.blogger.com/knowledge/2004/07/wisdom-of-blogs.pyra>>.

¹⁹ ²⁰ En el moment de realitzar la revisió, aquests enllaços es trobaven inactius. [Nota abril 2005]

TROTT, M. i B. (2003): "A beginner's guide to trackback". *Movabletype.org*. Tutorial del servei de blocs.

<URL: <http://www.movabletype.org/trackback/beginners/>>.

Enric Gil Garcia (Badalona, 1966) és llicenciat en Filosofia per la UB i en Humanitats per la UOC. Diploma d'Estudis Avançats i Màster en Societat de la Informació i el Coneixement per la UOC-IN3. Professor de Filosofia i Llengua en Secundària i Batxillerat al Col·legi Sant Andreu (Badalona). Consultor de Multimèdia i Comunicació a la UOC i dels Tallers Virtuals de postgrau. Ha publicat a *Digithum* un article-resum del Treball Fi de Carrera d'Humanitats, titulat *Ernst Bloch: repensar la utopia*, a banda d'altres articles en revistes culturals. Ha aplicat les TIC a l'ensenyament de la Filosofia i administra diferents webs i weblogs (entre ells, *Bloc de Filosofia* i *Metablog*, aquest darrer sobre el seguiment del present treball de recerca). La tesi doctoral pensa projectar-la sobre la relació entre els weblogs i les promeses utòpiques d'Internet. Ha col·laborat en diferents mitjans de comunicació i entitats culturals del seu poble, Sant Fost de Campsentelles.