

**Art, territori i cultura dels mèdia. Facultat de Belles Arts. Universitat de Barcelona.
Treballs de segon curs de doctorat. Anna Fuster Fabre. Setembre de 2005**

Weblogs:

una aproximació al mitjà de publicació a Internet i als usos creatius que se'n deriven.

L'estètica de les dades:

formalitzacions creatives de dades lligades a la web semàntica.

Índex

Panorama general: la web semàntica	5
--	---

Weblogs:

una aproximació al mitjà de publicació a Internet i als usos creatius que se'n deriven.

- Introducció	15
- Què és un weblog i què ha comportat la seva aparició	18
- Característiques dels weblogs	23
- Tipologia de weblogs segons el mitjà emprat	51
- Usos creatius dels weblogs	57
- Conclusions	80

L'estètica de les dades:

formalitzacions creatives de dades lligades a la web semàntica.

- Introducció	85
- Visualització de la informació a la <i>web viva</i>	86
- Folksonomies: metadades socials	91
- Usos creatius de les metadades	97
- Conclusions	109
- Bibliografia	111
- Altres referències:	
Conferències i events	121
Notes. Llistat d'enllaços citats al text	122



Panorama general: la web semàntica

Abans d'entrar en l'anàlisi dels temes proposats per aquest segon curs de doctorat creiem imprescindible contextualitzar l'àmbit en el que es durà a terme aquesta recerca.

D'una banda, perquè l'àmbit on es desenvoluparà l'anàlisi, la web, esdevé un ens molts extens que compta amb múltiples facetes sempre canviants. Cal, per tant, acotar en quina d'aquestes possibles maneres d'entendre la xarxa ens situarem al llarg del present treball, ja que aquesta perspectiva suposa una manera de fer i pensar internet que, per a nosaltres, és la que, ara com ara, intenta aprofitar al màxim les potencialitats del mitjà com a tal. No obstant això, cal tenir en compte que ens situem en un àmbit molt concret, i que coexisteix amb altres maneres d'entendre la web igualment vàlides però que carents d'interès en aquest cas concret.

De l'altra banda, perquè aquest context mencionat és el que permet l'existència dels nostres objectes d'anàlisi, els quals constitueixen dos exemples d'aprofitament i d'implementació modèlics de les condicions i potencialitats que exposarem tot seguit.

Creiem de menester, doncs, dibuixar aquest panorama on es situen per entendre tant els recursos tecnològics utilitzats com per constatar la importància que els hem atorgat al seleccionar-los, donat el complex context del que formen part, el qual constitueix un dels àmbits amb un creixement major dins d'internet avui en dia.

La web semàntica

Podem considerar el concepte de web semàntica com el punt de partida d'aquest context, i que té com a objectiu la recuperació de la màquina en qualitat d'agent amb capacitat d'actuar autònomament dins la xarxa.

Com afirma un dels creadors de la web, Tim Berners Lee [Berners Lee, 1998], la majoria de contingut allotjat avui en dia a internet ha estat creat pensant en exclusiva en els humans com a lectors, oblidant el potencial de les màquines per processar la informació significativament. És a dir, la web s'ha convertit en un conjunt inabastable d'informació creada per humans i destinada a humans, prescindint de les capacitats de càlcul i, per

tant, de processament eficient d'aquesta informació per part dels ordinadors, que esdevenen simples mediadors entre persones sense opció a participar de manera activa en el procés.

Aquest desaprofitament de potencial es deu a l'escassa informació que les dades d'internet incorporen de sí mateixes, anomenades metadades, i a la manca d'uns criteris comuns i basats en la lògica per organitzar-la. Malgrat que hi ha molta informació, aquesta no és comprensible pels ordinadors, ja que no està codificada de manera que pugui ser interpretada i processada per màquines.

La web semàntica proposada per Berners Lee [Berners Lee, 1998] no difereix substancialment de la web actual, sinó que es planteja com una extensió d'aquesta, implementada principalment a partir de sistemes de marcat de la informació i d'una codificació estandarditzada, que permetin treballar en cooperació als ordinadors i a les persones.

The Web was designed as an information space, with the goal that it should be useful not only for human-human communication, but also that machines would be able to participate and help. One of the major obstacles to this has been the fact that most information on the Web is designed for human consumption, and even if it was derived from a database with well defined meanings (in at least some terms) for its columns, that the structure of the data is not evident to a robot browsing the web. Leaving aside the artificial intelligence problem of training machines to behave like people, the Semantic Web approach instead develops languages for expressing information in a machine processable form.

Tim Berners-Lee. *Semantic Web Road map*.

Gràcies a la reintroducció de la màquina com a part activa en el processament, aquesta podrà actuar no només indexant *a cegues* la informació, sinó també fent creuaments de dades, recombinacions i deduccions a partir de raonaments lògics (cal tenir en compte que aquest desenvolupament anirà íntimament lligat als progressos en el camp de la intel·ligència artificial) i, per tant, generant nou coneixement de manera automatitzada.

La web semàntica també rep el nom de *web de segona generació*, en contraposició a l'estadi anterior de la web o *primera generació*.

Les diferències entre una i altra les podem observar al següent quadre:

Característica	Primera Generació Web	Segona Generació Web
llenguatge principal	HTML	<i>XML</i>
forma i estructura	documents no estructurats	documents estructurats
semàntica	implícita semàntica	etiquetat explícit (<i>metadata</i> , Web Semàntica)
relació entre contingut i forma	HTML = fusió de forma i contingut	estructura en capes de forma i contingut: XML + transformació (p.e., <i>XSL</i>) a HTML, WML, PDF, o d'altres formats
editabilitat	documents estàtics	documents dinàmics
descomponibilitat i recomponibilitat	llocs web monolítics, independents	bricolatge (agregació), sindicació, reassignació de continguts
interactivitat	unidireccional, mitjà de difusió	bidireccional, <i>web editable</i>
audiències	per a consum per a humans	per a consum per a humans i ordinadors
control de producció	centralitzades	descentralitzades (<i>peer-to-peer P2P</i>)

Traducció obtinguda de Weblog Context [Weblog Context, 2002], del quadre original aparegut a Yee, Raymond. *The sea change of the Web: What is the Second-Generation, Semantic Web?* [Yee, 2001]

A banda de les característiques ja mencionades, cal destacar també el sentit dinàmic implícit en la web semàntica, que esdevé un organisme viu i sempre canviant, gràcies al constant flux de dades que es recombinen generant noves estructures, i que s'ha anomenat *web bricolatge* [Yee, 2001]. Aquest dinamisme, però, no és només proporcionat pels ordinadors en la seva tasca autònoma, sinó que la web de segona generació també afavoreix la participació humana, facilitant la possibilitat de fer aportacions per part de qualsevol usuari (cas exemplar el dels weblogs i que tractarem posteriorment), fomentant la bidireccionalitat i la descentralització.

Estàndards i accessibilitat

Els estàndards web són un conjunt de directives proposades pel [WWW Consortium](#) (W3C) per tal d'aconseguir l'òptim funcionament de la web així com garantir-ne el seu desenvolupament a llarg termini.

El conjunt d'estàndards busquen crear un marc d'actuació comú tant per als creadors de webs com per als desenvolupadors dels navegadors on s'hi visualitzaran aquestes pàgines. Així doncs, mitjançant els estàndards es persegueix la perfecta compatibilitat entre diferents navegadors, versions i plataformes, preveient la imminent entrada en joc de multiplicitat de dispositius per navegar, i amb la mirada també posada a evitar l'obsolescència dels documents que actualment formen la xarxa, garantint-ne la seva longevitat.

Els estàndards no només es centren en la compatibilitat purament tècnica, sinó que també pretenen garantir l'accés als continguts d'Internet independentment del tipus de connexió, la localització geogràfica, la llengua o les discapacitats dels usuaris de la xarxa.

En aquest últim sentit, el seguiment dels estàndards afavoreix l'accessibilitat, de manera que les persones amb discapacitats visuals o motrius puguin accedir als continguts de la xarxa eficientment, com és el cas dels lectors de pantalla que faciliten a les persones amb problemes visuals navegar la web a partir d'una aplicació sonora.

Un dels principis bàsics que regeixen els estàndards és la separació de contingut i presentació. El contingut, estructurat i ordenat de manera lògica, és separat del format, el qual és aplicat a les dades, principalment en base a la seva estructura. Per tant, d'una banda trobem documents HTML (o d'XHTML, la versió estricta) o XML (un llenguatge de marcat) on s'hi troba el contingut, i de l'altra banda, l'aparença que rebran les dades, en un full d'estils en cascada, CSS.

A banda d'aquestes, hi ha altres consideracions interessants referents als estàndards que, ara com ara, no tindrem en compte, ja que s'allunyen del nostre propòsit.

Llicències flexibles

Un dels aspectes claus per al bon funcionament de la web semàntica és l'ús de llicències flexibles, les quals permeten la col·laboració fluïda entre diferents agents de la xarxa i, per tant, una evolució molt més ràpida tant del seu contingut com dels programes que permeten generar-lo.

Aquestes llicències eliminen les fortes barreres que imposa el *copyright* clàssic que reserva tots els drets a l'autor i que impedeix treballar sobre productes ja creats, impossibilitant el diàleg entre diferents agents i, en conseqüència, la capacitat per millorar-los.

Les facilitats per reutilitzar els components que intervenen en la web semàntica els podem situar en dos fronts que són, d'una banda, el programari i, de l'altra, les obres de creació, ambdós regits per llicències amb propòsits similars però adaptades a les especificitats de cadascun.

Software lliure: GNU - GPL

L'àmbit del programari té una llarga tradició de creació comuna. Contra les grans empreses que tendeixen al monopoli del programari amb fortes mesures de protecció tant a nivell de codi font dels programes com en l'àmbit legal, els defensors del *software lliure* faciliten el codi amb el que funciona el programa promocionant la cooperació per dur-ne a terme millores i desenvolupaments més complexos.

L'origen d'aquest moviment es troba el 1984 quan [Richard Stallman](#), programador del MIT (Massachusetts Institute of Technology), va crear la [Free Software Foundation](#) que va posar en marxa el projecte GNU (acrònim recursiu per a *Gnu No és Unix*), per a crear un sistema operatiu similar a Unix però amb codi obert.

Un dels principals objectius que es va proposar la Free Software Foundation va ser el de garantir que els programes creats i els seus derivats no poguéssin ser apropiats amb llicències de patents. Amb aquest propòsit es va crear GNU GPL (GNU General Public License) basada en el sistema de *copyleft*, i que permet l'accés i ús lliure del codi font dels programes per a copiar-los, distribuir-los i/o modificar-los, amb l'única condició que aquest no pot ser apropiat, sinó que ha de tornar a ser difós de la mateixa manera.

Manuel Castells exposa les motivacions que donen empenta als creadors de software lliure:

...la convicció de que el software tiene que ser libre porque es un derecho fundamental; la constatación de que la calidad técnica del software producido es muy superior al comercial; su mejora profesional mediante la participación en la comunidad en red, y el divertirse con esta actividad. Todo ello junto conduce a que estas redes tienen una potencia de creatividad infinitamente mayor, y por tanto un resultado de mayor calidad, a los de empresas parapetadas tras la propiedad intelectual.

Manuel Castells. *Software libre*. La Vanguardia, 29 gener 2005.

Creative Commons

Si pensem en una web on els continguts flueixin de manera automàtica, cal tenir en compte els conflictes sobre els drets d'autor que podrien derivar-se de la utilització i recombinació d'informació procedent de diverses fonts.

Per solventar aquest problema, bona part dels continguts que segueixen les directives de la web semàntica s'emparen sota llicències de [Creative Commons](#). Creative Commons ofereix un sistema de llicències a mig camí entre el copyright estricte, que preserva tots els drets de l'autor, i el domini públic, que desprotegeix l'autor deixant la seva obra per a l'ús lliure i il·limitat. És a dir, un sistema que reserva certs drets per a l'autor però que n'allibera d'altres que faciliten la cooperació. És el *some rights reserved*, que esdevé l'slogan de Creative Commons.

Dins de Creative Commons, la protecció de drets d'autor és gradual: hi ha diferents aspectes referents a l'obra que l'usuari pot decidir protegir o deixar lliures de drets, els quals es poden combinar per oferir un ampli ventall d'opcions. Aquestes opcions bàsiques són les següents:

a) **Reconeixement**: l'autor cedeix els drets de la seva obra per ser copiada, distribuïda i comunicada públicament sempre i quan sigui citat el nom de l'autor. També s'aplica a obres que puguin derivar d'una altra obra original, en les quals caldrà citar l'autor d'aquesta obra primera.

b) **No comercial:** l'autor cedeix els drets de la seva obra per ser copiada, distribuïda i comunicada públicament sempre i quan no en tregui un benefici econòmic.

c) **No treballs derivats:** aquesta clàusula regula la possibilitat de reutilitzar i manipular l'obra original per generar noves obres.

d) **Compartir amb la mateixa llicència:** obliga que qualsevol treball derivat d'una obra tingui la mateixa llicència que l'original. Per tant, l'obra derivada heretarà les condicions sobre el seu ús de l'original.

A banda d'aquests quatre aspectes bàsics, cada tipus d'obra està acompanyat d'altres especificacions que responen a les particularitats de cada cas, però que mantenen l'objectiu de facilitar la creació comuna respectant certs drets que l'autor es vulgui reservar.

Weblogs:

**una aproximació al mitjà de publicació a Internet
i als usos creatius que se'n deriven.**

Introducció: el fenomen dels weblogs

Al llarg del present treball intentarem fer una aproximació a l'àmbit dels weblogs, un fenomen recent i que encara es troba en una fase de plena explosió. Així doncs, desgranarem les característiques d'aquest nou mitjà de publicació a Internet que està fent trontollar la dinàmica dels mitjans de comunicació de masses tradicionals per, posteriorment, intentar descobrir usos allunyats dels convencionals i que obren vies cap a l'experimentació artística.

Tot seguit exposarem algunes de les raons que ens han impulsat a voler entendre els weblogs i el seu univers, denominat blogosfera, i que ens han dut a plantejar el seu potencial com a eina de creació.

Les dades

Les últimes xifres disponibles sobre l'estat de la blogosfera, proporcionades per [David Sifry](#), de finals de juliol de 2005 i basades en les dades de l'eina que en fa un major seguiment, [Technorati](#), corroboren la tendència de creixement exponencial dels weblogs.

Així doncs, es creen 80.000 weblogs al dia, un cada segon, dels quals el 55% continuen actius al cap de 3 mesos. El 13% són actualitzats com a mínim un cop cada setmana, i es calcula que hi ha 14,2 milions de blogs actius a tot el món, xifra que dobla la de l'anterior informe, de març de 2005. És a dir: la blogosfera es duplica cada 5 mesos i mig.

A més, *Weblog* va ser la paraula de l'any 2004 del diccionari Merriam Webster, escollida per votació popular [Barnet, 2005].

La tercera revolució d'Internet, segons Derrick De Kerckhove

Sota el títol *El codi obert i altres estratègies de creativitat global*¹, Derrick De Kerckhove (Director del McLuhan Program in Culture and Technology, a la Univeritat de Toronto) va presentar el 18 de maig de 2005 a CosmoCaixa el seu punt de vista sobre les noves

¹ Altres referències a aquesta conferència a:

<http://www.fundacio1.lacaixa.es/SGI/Actividad.jsp?idActividad=1342&idTemaGen=1&idTemaPro=-1&idCentro=18245&idTipoCentro=-1&idPerfil=&idTipoAct=-1&idIdioma=1>

http://www.uoc.edu/web/esp/noticies/Kerckhove0505_cast.html

<http://www.caballe.com/2005/05/19.html#a5535>

possibilitats creatives que ofereixen els nous avenços tecnològics, principalment els relacionats amb la digitalització i l'àmbit d'internet.

D'entre les aportacions que s'estan duent a terme, i abans de l'adveniment de l'Internet Zero i la possibilitat d'estar sempre connectat (*always on*) gràcies a les xarxes wireless, va destacar com a punt clau del temps present el fenomen dels weblogs com a definidor del punt de partida d'una nova era a internet.

Segons De Kerckhove, si la primera revolució va iniciar-se amb l'aparició dels navegadors (Mosaic, el 1987), i la segona amb la dels cercadors (destaca Yahoo, el 1994), l'actual revolució és la promoguda pels weblogs, que converteixen a l'individu, el weblogger, en l'ànima del cyborg.

Weblogs, periodisme i empresa

Actualment, l'àmbit on els weblogs estan tenint un major impacte és en el dels mitjans de comunicació de masses, fet que explica que la majoria d'anàlisis sobre weblogs que es duen a terme siguin en aquest camp.

I és que els weblogs estan oferint una nova manera de narrar els esdeveniments, basada en la proximitat, la immediatesa i la independència, deslligats dels interessos corporativistes i limitacions que imposen els mitjans tradicionals, als que serveixen de contrapunt.

Els blogs s'estan convertint en una alternativa que està començant a erosionar el sistema de broadcast imperant a favor d'una comunicació bidireccional, on l'esquema emissor-receptor tradicional entra en crisi. D'altra banda, són molts els mitjans que s'estan beneficiant dels blogs, incorporant-los com a noves fonts d'informació que aporten nous temes i nous punts de vista sobre l'actualitat. Aquest és el cas dels [blogs de Tele5](#), o del diari gratuït [Qué](#), el qual es nodreix en bona part del contingut publicat als weblogs que hostatja.

De la mateixa manera, cada vegada més, les empreses descobreixen el potencial dels blogs com a eina de comunicació, promovent-ne l'ús entre els seus treballadors, els quals publiquen blogs que afavoreixen l'intercanvi d'idees i d'informació, i que donen lloc a

dinàmiques més fluïdes en la comunicació dins de l'empresa, les quals es tradueixen en un major grau d'eficiència.

Malgrat que aquests són sense dubte dos dels àmbits on els blogs estan tenint un major impacte, queden lluny del nostre objectiu, més centrat en usos alternatius, i no seran objecte de la nostra atenció.

Sobre la terminologia

Al llarg del present treball utilitzarem la terminologia anglosaxona per designar la majoria de paraules de nova creació sorgides arran de les tecnologies associades als weblogs.

Aquesta decisió respon a dues raons: d'una banda, a l'ús generalitzat de la terminologia anglosaxona en aquest àmbit i, de l'altra, a la dificultat per trobar traduccions adients de bona part dels termes associats. Així, doncs, malgrat que la forma catalana és bloc (o bitàcola), utilitzarem la versió weblog o blog.

Què és un weblog i què ha comportat la seva aparició

Intentant definir els weblogs

Si bé amb un simple cop d'ull podem identificar fàcilment un weblog, no hi ha una única definició sobre la que hi hagi consens, i cada autor en destaca les característiques que considera més rellevants. Si a aquest fet hi sumem que és un fenomen relativament jove i encara en evolució, veurem com les definicions canvien a mida que avança el temps, adaptant-se als canvis de cada moment.

Abans de veure l'evolució del terme, volem proposar la nostra, segons la qual els weblogs són planes web creades amb eines de gestió de continguts (CMS, content management system) de fàcil ús orientades a la publicació d'anotacions (o posts) en ordre cronològic invers.

En aquesta definició hem volgut destacar tres aspectes:

En primer lloc, el fet de tractar-se de planes web generades de manera automàtica. Aquesta generació automàtica és possible gràcies a l'existència d'una eina (un gestor de continguts) que permet publicar continguts a la xarxa d'una manera senzilla i, sobretot, eficient.

En segon lloc, hem volgut posar èmfasi en la finalitat: la publicació de continguts a Internet. Qualsevol persona, tingui coneixements tècnics d'Internet o no, pot convertir-se en autor de continguts que estiguin penjats a la xarxa. Internet, doncs, esdevé escribible no tan sols per les persones que en coneixen en profunditat el seu funcionament sinó que també per les que en són senzillament usuàries.

Finalment, destacar el component temporal d'aquestes publicacions, que són presentades en ordre cronològic invers, fet que imposa una necessitat d'actualització constant a la vegada que afavoreix certes temàtiques vinculades a l'actualitat, ja sigui comentant esdeveniments que són o podrien ser notícia o explicant vivències en format de diari personal.

Malgrat que aquesta és la definició que al nostre parer hem considerat adient, som conscients que obvia moltes de les característiques que sí que són presents a d'altres, com les referències a la temàtica o a l'autoria.

Segurament la primera definició és la de John Barger [Barger, 1999], a qui se li atribueix la creació del terme, que el 1999 definia el weblog com una plana on el weblogger hi registrava totes les pàgines que trobava interessants, i que apareixien per ordre cronològic invers, facilitant als lectors trobar tot allò que havia estat afegit més recentment amb un simple cop d'ull:

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. The format is normally to add the newest entry at the top of the page, so that repeat visitors can catch up by simply reading down the page until they reach a link they saw on their last visit.
John Barger. *Weblog resources FAQ*.

Els orígens

El primer ús del terme *weblog* s'atribueix a John Barger en la seva plana [Robot Wisdom](#), el 1997, per designar un tipus de pàgines que contenien un llistat de links que l'autor considerava rellevants, com hem vist en la definició del propi Barger a l'apartat anterior.

La versió abreviada d'aquesta paraula, *blog*, utilitzada indistintament per referir-se al mateix, s'atribueix a Peter Merholz, que el 1999 utilitzava la forma *We blog* a la columna lateral del seu weblog [Katz, 1999; Blood, 2000; Wikipedia]:

Merholz has decided, "for what it's worth," to pronounce "weblog" as "we? - blog."
John Katz. *Here Come The Weblogs*.

Peter Merholz announced in early 1999 that he was going to pronounce it 'wee-blog' and inevitably this was shortened to 'blog' with the weblog editor referred to as a 'blogger.'
Rebecca Blood. *Weblogs: a history and perspective*.

The term "weblog" was coined by John Barger in December 1997. The shorter version, "blog", was coined by Peter Merholz, who, in April or May of 1999, broke the word weblog into the phrase "we blog" in the sidebar of his weblog. This was interpreted as a short form of the noun and also as a verb to blog, meaning "to edit one's weblog or a post to one's weblog".

Definició de *weblog* de la Wikipedia.

Malgrat que el terme no va ser proposat fins els 1997, podem considerar que aquest tipus de planes existeixen des dels inicis de la web, com és el cas de la de Tim Berners-Lee, un dels seus fundadors, que mantenia un plana amb vincles a d'altres que anaven apareixent:

The first weblog was the first website, <http://info.cern.ch/>, the site built by Tim Berners-Lee at CERN. From this page TBL pointed to all the new sites as they came online.

Dave Winner. *The history of weblogs*

O, com apunta John Barger [Barger, 1999], la de Marc Andressen amb el nom de *What's new*, de l'any 1993, que també consistia en un llistat de les webs que s'anaven creant en els inicis d'Internet.

I és que l'origen dels weblogs cal trobar-lo en aquestes planes de vincles que els autors filtraven d'entre totes les que navegaven, com diria Jesse James Garret *other pages like this* (altres planes com aquesta) [Blood, 2000] sovint comentant els enllaços que recollien. Cada vegada era més comú trobar planes d'aquest tipus, i hi hagué intents de recopilar-los tots com és el cas de Brigitte Eaton que el 1999 va crear l'[Eatonweb Portal](#), encara actiu, per tenir un cens de weblogs.

Podem citar d'entre els weblogs pioners [Tricas, 2003] [Infosight](#) de [Jesse James Garret](#), [Scripting News](#) de Dave Winer i [Camworld](#) de Cameron Barret. En el cas espanyol podem mencionar els que van aparèixer a mitjans de 1999, dels que en podríem destacar [Barrapunto](#), el primer blog col·lectiu espanyol i inspirat per [Slashdot](#), del que el nom n'és una traducció literal. D'altres que cal mencionar com a pioners són [Tremendo](#), [Subte](#), [Beto](#) i [Gustavo](#), si bé no hi ha consens sobre qui va ser el primer, com es demostra en la [conversa entre implicats a Alt1040](#).

Però no va ser fins a l'aparició de les primeres eines de publicació que podem situar l'inici del fenomen tal i com coneixem ara. Així doncs, el 1999 van aparèixer diferents eines per automatitzar la publicació d'entrades a weblogs. En primer lloc cal mencionar Pitas, que consistia en dues caixes de formulari: una per a la URL a referenciar i l'altre pels comentaris de l'autor.

Però la principal iniciativa, i que encara continua en primer lloc com a eina de publicació de blogs, va ser [Blogger](#), de Pyra Labs, que va néixer l'agost de 1999. L'empresa va ser fundada per Meg Hourihan (segurament la primera visionària del fenomen que suposen avui en dia els weblogs) i Evan Williams, amb l'objectiu de facilitar la publicació d'entrades

als blogs i sota el lema *Push button publishing for the people*. Blogger va ser comprada per Google el febrer del 2003.

El fet que Blogger incorporés només una caixa de text on l'usuari podia escriure tot allò que li passava pel cap va fer que molts usuaris obviessin l'objectiu primer de referenciar altres webs per escriure els seus propis pensaments, experiències, opinions... moltes vegades prescindint de cap mena de vincle. Com Rebecca Blood apunta [Blood, 2004], aquesta interfície que no emfasitzava els enllaços va ser l'inici de l'actual estil dels blogs:

So, with the overwhelming adoption of Blogger, and without an interface that emphasized links as the central element of the form, the blog-style weblog was born. In the original weblog community, much controversy ensued: These are diaries, not weblogs! weblogs are about links!

Rebecca Blood. *Hammer, Nail: How Blogging Software Reshaped the Online Community*.

La creació d'aquestes eines de publicació automàtiques va suposar el punt de partida per al creixement exponencial de la comunitat de webloggers. El fet de no necessitar coneixements tècnics per publicar a Internet va obrir la possibilitat de crear continguts per aquest mitjà a un gran nombre de persones, i que abans només era a l'abast dels iniciats en la codificació de planes web. La facilitat d'ús de les eines, la gratuïtat del servei i la incorporació de noves funcionalitats van afavorir notablement la seva expansió.

Com a conseqüència inevitable, el ventall temàtiques es va ampliar i cada vegada més els blogs recollien exactament allò que els seus autors volien expressar. Eren un full en blanc a disposició del seu propietari on hi podia volcar qualsevol cosa, per ser publicada instantàniament. D'aquesta manera es va iniciar la convivència actual de weblogs que continuen fidels als seus orígens filtrant enllaços amb la de weblogs convertits en diaris dels seus autors.

Dates clau

Si bé l'expansió dels weblogs ha estat continuada des dels seus inicis, podem identificar dates clau que marquen punts d'inflexió. Aquests moments es corresponen amb les dates que han marcat la història recent i que han mobilitzat la població, també cap als weblogs com a alternatives als mitjans de comunicació massius.

La primera eclosió es va produir després dels atemptats de l'onze de setembre de 2001 a Nova York, amb l'aparició de nombrosos blogs sota un mateix lema: el terror de la guerra, i que van suposar l'inici del que es coneix com a *warblogs*. La majoria defensaven la guerra contra el terror, i es van reconvertir el 2002 en blogs en defensa de la guerra contra Irak.

Malgrat que eren majoria de defensors de la guerra, cada vegada més van proliferar d'altres veus amb matisos i punts de vista diferents. Hi va haver periodistes que es van convertir en bloggers per mantenir la seva independència ideològica, com [Kevin Sites](#) i [Christopher Allbritton](#) o persones que vivien de primera mà el conflicte i volien donar el seu punt de vista, com Salam Pax, que va escriure el seu blog [Dear Raed](#), ara convertit en llibre.

A Espanya, les crítiques al govern arran del cas Prestige l'any 2003 van fer que proliferessin weblogs intentant donar una visió diferent a la manipulada que oferien els mitjans de comunicació de masses, com explica Marta Peirano en un article de Xeni Jardin [Jardin, 2004]:

"All of a sudden it became obvious that TV and newspapers weren't providing us with the truth," Peirano says. "We saw things on weblogs that contradicted what we were seeing in conventional media -- digital snapshots and first-person reports posted by independent people, individuals, who'd traveled to the oil spill site to help with cleanup. "We were reading these live blog accounts, and it was as if the entire country realized at the same time we weren't being told the truth," adds Peirano. "The media was just lying."

Jeni Xardin. *Blogs Coming of Age in Spain*.

També va ser una data clau per als blogs espanyols el dia de l'atac de Madrid, l'11 de març de 2004, en que tal com ressenya [20minutos](#), molts weblogs es van volcar a fer el seguiment de la notícia.

A banda d'aquestes dues dates claus, també cal destacar l'ús cada vegada major de weblogs en campanyes polítiques, essent cada vegada major la seva influència sobre l'opinió pública.

Característiques dels weblogs

Tot seguit enunciarem un conjunt de característiques que considerem rellevants per entendre la importància que els weblogs estan adquirint a Internet en el moment present.

Moltes d'elles estan lligades a la pròpia naturalesa del mitjà: la coherència i l'aprofitament que fan els weblogs de les potencialitats del propi medi, especialment les més bàsiques i conegudes, considerem que són una de les claus de la seva expansió actual i un indicador de l'assoliment d'un primer estadi de maduresa d'Internet.

I és que, com afirma Rebecca Blood [Blood, 2002a], per sobre de tot, els weblogs són nadius a la web, en oposició a l'estatisme i pràcticament nul·la actualització de les planes personals tradicionals, que no es beneficien de la possibilitat que ofereix la web de publicar de manera continuada:

The weblog is many things to many people, but it is, above all, a form that is native to the Web. The traditional home page can range from an online resume to an elaborate family scrapbook, but it is generally an attempt to transfer the product of an older medium -paper- into the new. Intended to be updated infrequently, these documents create a fairly static representation of their creator. (...) The Web enables continual publishing, in which updates can occur at any time; it is this aspect of the Web that weblogs can capitalize on.

Rebecca Blood. *The weblog handbook*.

Referents a les característiques del medi de publicació

El format

Diversos autors, com Meg Hourihan o Rebecca Blood, consideren que, per sobre de tot, el weblog és un format que condiciona els continguts de manera ineludible.

De fet, en la seva història es posa de manifest com la popularització de certs programaris emprats per a la seva publicació, especialment [Blogger](#), van afavorir la conversió del blog com a recull de links al blog com a espai d'expressió personal. Meg Hourihan [Hourihan, 2002], una de les creadores de Blogger, considera que el format és allò que tenen en

comú tots els blogs i el que els permet establir les relacions associades al fenomen del *blogging*:

If we look beneath the content of weblogs, we can observe the common ground all bloggers share: the format. The weblog format provides a framework for our universal blog experiences, enabling the social interactions we associate with blogging. Without it, there is no differentiation between the myriad content produced for the Web.

Meg Hourihan. *What We're Doing When We Blog*.

És, continua, una manera d'ordenar la informació, independentment del tema que tracti. Els weblogs són els que proveeixen el marc, l'estructura dels documents que ens permetran crear les xarxes socials pròpies d'aquest àmbit.

L'eina de publicació

Si bé els primers weblogs eren actualitzats manualment pels seus creadors, que es veien obligats a tenir coneixements tècnics sobre com crear una web, l'eclosió del fenomen tal i com el coneixem ara només s'explica gràcies a l'ús d'eines que permeten la publicació automàtica de posts. La ràpida expansió de blogs que es va desencadenar amb la creació de Blogger posa de manifest la importància d'una eina de publicació senzilla per a que això sigui possible.

Aquestes eines permeten que ja no calgui tenir coneixements especialitzats, essent només necessaris coneixements d'Internet a nivell d'usuari. A través de formularis, l'autor pot publicar de manera senzilla qualsevol mena de contingut. S'obre, per tant, la possibilitat de publicació a qualsevol persona amb coneixements bàsics d'Internet, amb un nombre potencial d'autors igual al de persones que utilitzen la xarxa.

El fet de tractar-se en tots els casos d'interfícies web i no de programes instal·lats localment afavoreix que els blogs puguin ser actualitzats des de qualsevol ordinador amb accés a la xarxa. Fins i tot, n'hi ha que poden ser actualitzats per correu electrònic, o via telèfon mòbil o d'altres dispositius similars. És molt comú, doncs, l'existència de blogs de persones que relaten el dia a dia d'un viatge, com és el cas de Raphael Grignani i *Spring in Asia*, un moblog sobre el seu viatge pel continent asiàtic.

D'eines de publicació principalment en trobem de dos tipus:

D'una banda, webs que ofereixen un servei complet i centralitzat, on tant l'eina de publicació com l'allotjament del blog es realitzen a través del mateix proveïdor. L'actualització del blog es duu a terme a través de l'eina que proporciona aquest servei, amb una interfície web igual per a tots els usuaris. Exemples d'aquest tipus de servei són [Blogger](#), que ofereix l'allotjament a través de Blogspot, donant a cada usuari un subdomini del tipus usuari.blogspot.com, o [MSN Spaces](#), de Microsoft, que ha entrat amb força a oferir aquest servei, com un complement als ja existents de correu electrònic o missatgeria instantània. En el cas de blogs en llengua espanyola podem destacar [La Coctelera](#) o [Bitácoras.com](#), entre d'altres.

Aquests tipus de serveis integrals són especialment indicats per a persones amb escassos coneixements d'Internet o que prefereixen simplificar al màxim les tasques relacionades amb la creació i manteniment del blog. A més, afavoreixen la creació d'una comunitat, ja que a la plana principal d'entrada al servei hi figuren extractes dels posts més recents dels seus membres, els últims comentaris rebuts o els últims blogs creats. Es potencien, doncs, els vincles entre els usuaris d'una mateixa eina de publicació.

De l'altra banda, trobem programaris específics de publicació de blogs i que cada usuari ha d'instal·lar i configurar. Aquest sistema implica que l'usuari ha de tenir els coneixements suficients per instal·lar-lo i disposar d'un servei d'allotjament i base de dades. Aquest sistema garanteix la màxima independència de l'usuari respecte el mitjà de publicació, ja que en tot moment té accés a tots els elements que fan possible el blog.

També acostumen a ser sistemes més flexibles que permeten un major grau de personalització, amb un gran nombre d'opcions de configuració per a cada element. La majoria d'aquests sistemes, a més, són de codi obert, afavorint la creació de plugins i altres extensions, així com diferents maquetes per part dels propis usuaris. Un exemple d'aquest sistema és [Wordpress](#), amb una llicència GPL i que funciona amb PHP i MySQL.

En aquest apartat cal també tenir en compte el gran nombre de programadors que creen els seus propis sistemes de publicació, seguint els criteris marcats per les principals eines esmentades.

La creació d'un blog amb un programari autònom ofereix la màxima flexibilitat, però té el desavantatge de no proveir automàticament a l'autor del marc d'una comunitat. L'adreça del blog serà la que l'autor decideixi, i serà responsabilitat seva la inclusió del blog dins de comunitats, sobretot a través de llistar-lo en els directoris dels que en vulgui formar part i enviant-hi els pings per notificar actualitzacions.

Finalment, cal mencionar els sistemes híbrids, que ofereixen diferents graus de personalització entre els completament preinstal·lats i els que ha de manejar l'usuari en la seva totalitat. Aquest és el cas, per exemple, dels sistemes que estan preinstal·lats remotament però que permeten un alt grau de control sobre el seu funcionament, com [Movable Type](#), les opcions que ofereix Blogger per allotjar el blog en un servidor propi de l'usuari, o els serveis complementaris d'allotjament se programes com Wordpress.

Ordenació, classificació i indexació

L'ordenació de les entrades en un weblog sempre és per ordre cronològic invers. D'aquesta manera, la part principal de la plana d'accés és ocupada pel contingut publicat més recentment. S'afavoreix, doncs, l'actualització ja que es prioritza per sobre de cap altre el contingut més recent. Aquesta ordenació per defecte és determinant per als blogs, i d'ella se'n deriven bona part de les característiques que tot seguit exposarem.

A l'ordenació temporal se n'hi superposen d'altres, basades en categories establertes pel propi autor. Aquestes categories normalment són temàtiques, i corresponen als tòpics que l'autor freqüenta. Malgrat que la classificació temàtica sigui la més habitual també trobem la possibilitat de crear diferents categories de classificacions, amb accessos a les mateixes entrades des d'aquests diferents enfocaments. Un exemple d'aquesta ordenació múltiple el trobaven a una versió anterior d'[Efimera](#), en que l'autor otorgava un temps (l'habitual ordenació cronològica), un tòpic (classificació temàtica), un espai geogràfic i una forma (en funció del mitjà) als quals feia referència cada entrada. Hi havia, per tant, quatre ordenacions diferents de la mateixa informació, això sí, sempre privilegiant l'aparició per ordre cronològic. En l'actual versió del blog aquesta quadruple classificació s'ha reduït a la temporal i a la temàtica, suposem per les dificultats d'encaixar cada entrada en un lloc i un format i a la poca utilitat que tenien en relació al grau de complexitat que afegien.

A banda de les maneres d'ordenar que podríem considerar internes, també trobem altres classificacions dels posts a través de la inclusió de paraules claus (tags) a les entrades.

Gràcies als tags la indexació de cada entrada esdevé altament eficient, i és de gran utilitat per als cercadors, permetent obtenir resultats molt més acurats en les cerques. La inclusió de tags és essencial per a entrades que incorporen formats diferents al text, com fotografies, àudio o vídeo, ja que aquests són pràcticament invisibles per als cercadors.

Garantiment d'estàndards de qualitat

Una de les principals fites que han aconseguit les eines de publicació és el garantiment d'un alt nivell tant tècnic com de disseny en els blogs. Gràcies a l'automatització es manté la integritat de les pàgines, que no presenten els errors habituals de webs realitzades manualment, com poden ser vincles trencats, errors en el codi o problemes de compatibilitat entre diferents plataformes o navegadors.

L'habitual plana personal amateur d'un alt grau de precarietat ha deixat pas a pàgines que segueixen les més estrictes normes de codificació referides a estàndards del [World Wide Web Consortium](#) i que, per tant, entren a formar part sense cap mena d'esforç per part de l'usuari de la web semàntica, fàcilment processable, com ho demostra el fet que cada vegada més resultats de cerques remeten a blogs.

A banda de les qüestions tècniques, també cal destacar l'aparença professional del disseny de la majoria de les pàgines, que privilegia la claredat, l'ordre i la llegibilitat dels continguts, així com la coherència global de la web. Aquest disseny és implementat a través de l'aplicació de fulles d'estil (CSS), i que en molts casos permeten ser modificades per l'usuari sense que aquestes modificacions afectin en absolut els continguts ni la correcció del codi de la plana a l'estar separats contingut i presentació.

Gratuïtat i beneficis econòmics

Finalment, volem mencionar dins d'aquest apartat els factors econòmics que creiem que n'han facilitat la seva expansió. I és que una de les característiques habituals en qualsevol servei de blogs és la gratuïtat tant del programari com de l'allotjament. Tot i que hi ha serveis de pagament (per exemple, versions avançades de [Movable Type](#)), els serveis més populars són oferts de manera gratuïta. En els casos de programaris instal·lables per l'usuari la majoria estan disponibles sense cap cost.

També cal destacar el fet que els serveis d'allotjament gratuït cada vegada ofereixen més espai, de manera que s'afavoreixen tipus de blogs que utilitzen mitjans com són la imatge

fotogràfica, el vídeo o l'àudio, havent-hi actualment una important expansió d'aquests tipus de blogs.

Així mateix, no només els weblogs són gratuïts sinó que moltes vegades comporten beneficis als seus autors. És comú, doncs, veure publicitat en blogs: hi apareixen reclams de productes relacionats amb els temes de les entrades, principalment a través de Google AdSense. Una manera prou eficient d'arribar als potencials consumidors de determinats productes i que encoratja els autors a aconseguir més visibilitat. Aquest mateix objectiu és el que en alguns casos fa aparèixer falsos blogs que només busquen notorietat per obtenir d'aquesta manera beneficis econòmics.

Cal citar també, tot i que els ingressos obtinguts per aquesta via solen ser anecdòtics, la possibilitat que ofereixen alguns blogs per rebre donacions a través de [Paypal](#) o la inclusió de la llista de desitjos de [Amazon.com](#), de manera que els lectors d'un blog poden obsequiar l'autor si ho desitgen.

Finalment, podem mencionar dos casos ben diferents que relacionen beneficis econòmics i weblogs. El primer cas és el de Jason Kottke, que gràcies a les nombroses donacions que rep a través del seu blog [Kottke.org](#) ha conseguit fer del seu blog la seva feina a temps complet. El segon exemple és el de Jeremy Wright, que va subhastar els seus [serveis com a blogger a Ebay](#).

Referents a la comunitat

Creació de sòlides xarxes socials basades en interessos comuns

Un dels aspectes més destacables dels weblogs és la capacitat per crear xarxes socials sòlides a Internet. Si bé la idea de comunitat ha existit des dels inicis, amb la popularització dels blogs s'ha arribat a un nivell prou elevat de maduresa en aquest sentit. José Luís Orihuela [Orihuela, 2003b] menciona els tres àmbits d'actuació de les eines informàtiques que potencien les xarxes socials online, els quals són la comunicació (per posar en comú coneixements, idees, notícies...), la comunitat (ajuden a trobar i integrar comunitats, moltes d'elles basades en xarxes de confiança), i la cooperació (ajuden a fer coses junts).

Com anirem desgranant a continuació, moltes de les eines que utilitzen els weblogs afavoreixen la creació de xarxes, bàsicament a través del ric ús d'hipervincles, que a la vegada permeten una gran fluïdesa de comunicació.

Riquesa en l'ús dels hipervincles

Des d'abans d'Internet

El 1960, Ted Nelson, va iniciar el que, el 1967, anomenaria Projecte Xanadu, subtitulat *The Original Hypertext Project*. La idea de fons es basa en els principis de l'hipertext (terme creat pel propi Nelson el 1965), el qual permet la lectura no seqüencial de documents. Si bé l'hipertext es troba en la base del funcionament d'Internet, Nelson considera que, encara ara, l'ús que se'n fa és molt superficial, com exposa en la [declaració de la missió](#) a la web del projecte:

PROJECT XANADU MISSION STATEMENT:

DEEP INTERCONNECTION, INTERCOMPARISON AND RE-USE

Since 1960, we have fought for a world of deep electronic documents-- with side-by-side intercomparison and frictionless re-use of copyrighted material.

We have an exact and simple structure. The Xanadu model handles automatic version management and rights management through deep connection.

Today's popular software simulates paper. The World Wide Web (another imitation of paper) trivializes our original hypertext model with one-way ever-breaking links and no management of version or contents.

WE FIGHT ON.

Xanadu Project. [Project Xanadu Mission Statement](#).

La profunda connexió hipertextual entre documents que proposa Ted Nelson es basa en un conjunt de principis, el model Xanadu, que resumeix en 7 punts:

- UNBREAKABLE LINKS.
- COPYRIGHT SIMPLIFICATION AND SOFTENING: by special permissions and methods, quotations of any size may be used by anyone and mixed together frictionlessly.
- ORIGIN CONNECTION: All quotations and excerpts stay connected to their original.
- TWO-WAY LINKS: anyone may publish connected comments to any page.
- SIDE-BY-SIDE INTERCOMPARISON OF CONNECTED DOCUMENTS-- showing two-way links, differences between versions, origins of contexts. (For a simple working demonstration, see our new free CosmicBook(tm) reader.)
- DEEP VERSION MANAGEMENT: documents may be changed incrementally (with each version available); versions may branch; authors may easily see exact differences

between versions.

- INCREMENTAL PUBLISHING: new changes may be continually made by authors without breaking links.

Xanadu Project. [Deep Hypertext: The Xanadu® Model](#)

Si bé Nelson encara ara continua treballant en el desenvolupament del projecte Xanadu com quelcom diferent a la resta de la web, si analitzem les característiques i les eines hipertextuals que s'han creat arran de l'aparició dels weblogs, comprovarem com molts d'aquests punts, si bé no al nivell que Nelson planteja al Projecte Xanadu, s'estan començant a implementar. Recuperarem i identificarem les correspondències de cadascun d'aquests principis quan haguem analitzat les eines de l'hipertext en blogs.

Més endavant, el 1987, quan Internet era tan sols una xarxa en proves, Jeff Conklin mencionava en el seu article *Hypertext: An introduction and Survey* [Conklin, 1987] les possibilitats de l'hipertext com a potent eina per establir no tan sols comunicacions, vincles entre planes (i les persones que les creen, per tant) sinó que també com a un instrument que permetia a l'ordinador convertir-se en una màquina pensant, participant de manera activa en el procés.

Hypertext systems feature machine -supported links - both within and between documents - that open exciting new possibilities for using the computer as a communication and thinking tool.

Jeff Conklin. *Hypertext: An introduction and Survey*.

Gairebé vint anys després, els blogs confirmen en bona mesura aquestes intuïcions primeres, optimitzant l'ús de l'hipervincle per crear xarxes complexes, però a la vegada sòlides, de coneixement i entre membres de la comunitat. Al nostre entendre, aquesta cohesió que proporciona l'ús intensiu de l'hipervincle és una de les característiques fonamentals que explica la seva expansió, la qual deriva en gran mesura de l'efecte en cadena dels enllaços.

Des de l'origen dels weblogs

De fet, i com hem vist anteriorment, l'origen del weblogs el trobem en les col·leccions d'enllaços, recopilacions de links comentats per l'autor, i que han derivat en el que avui en dia coneixem com a weblog. No és casual, doncs, que Olalla Cernuda titulés *Enlazo, luego existo* [Cernuda, 2000] un article fent referència a aquesta característica principal, l'any 2000.

Rebecca Blood apunta en aquest sentit la funció dels weblogs de realitzar una primera criva dels continguts d'internet, el que ella anomena d'estil filtre (*filter style*): són una manera d'oferir una visió de la web pre-navegada, filtrant aquells continguts que poden ser d'interès pels lectors d'un determinat blog:

These weblogs provide a valuable filtering function for their readers. The web has been, in effect, pre-surfed for them. Out of the myriad web pages slung through cyberspace, weblog editors pick out the most mind-boggling, the most stupid, the most compelling.
Rebecca Blood. *Weblogs: a history and perspective*

De fet, la majoria de definicions del mot *weblog* dels anys 1999 i 2000 fan referència a aquesta característica com a pràcticament l'única obligada. D'aquesta manera trobem com Olalla Cernuda [Cernuda, 2000], en la seva definició de weblog, menciona en primer lloc en els enllaços a altre planes:

Consiste en una página (normalmente de tipo personal, hay muy pocas páginas corporativas de este tipo) con una recopilación de enlaces a otras páginas, artículos, fotografías o cualquier cosa que se considere interesante.
Olalla Cernuda. *Enlazo, luego existo*.

Rebecca Blood, en el mateix article abans citat, també posa de manifest com els weblogs han passat de ser un simple recull de links amb comentaris opcionals dels seus recopiladors a un format de web molt més obert, que ella només tipifica com a web actualitzada freqüentment amb el contingut més recent situat a la part alta de la plana, deixant de banda qualsevol consideració sobre el tipus de contingut:

But the influx of blogs has changed the definition of weblog from "a list of links with commentary and personal asides" to "a website that is updated frequently, with new material posted at the top of the page." I really wish there were another term to describe the filter-style weblog, one that would easily distinguish it from the blog.
Rebecca Blood. *Weblogs: a history and perspective*

La legitimació dels weblogs: *Enlaza y serás enlazado*

Ben coneguda és també la frase de José Luís Orihuela, *Enlaza y serás enlazado*², que sovint menciona com el primer manament per formar part de la comunitat de webloggers: enllaçar els blogs des del propi per rebre enllaços a canvi i, per tant, visibilitat dins la comunitat. El primer pas, doncs, per crear aquesta xarxa de vincles. Com destaca el

² Enlaza y serás enlazado
<http://www.blogsperu.com/blog.asp?b=295&cat=12>

mateix Orihuela [Orihuela, 2003a], el fet de crear un entorn basat en l'hipertext és una de les grans fites que estan assolint els weblogs:

The pathways of the info-spaces are built on links. Creating and activating links on websites and blogs could be the new name of alfabetization. Reading and writing by linking, this is, exploring and creating hypertextual environments on a daily basis is the most strategic skill bloggers are achieving.

José Luís Orihuela. *Blogging and the eCommunication Paradigms: 10 principles of the new media scenario*

De fet, el principal actiu que té un weblog són els enllaços que hi apunten. L'autoritat en aquest àmbit es medeix en gran part pel nombre de webs que enllacen a un determinat blog. No només el nombre de lectors és un factor legitimador d'un blog, sinó que també el nombre de blogs que hi enllacen, el qual es tradueix immediatament en nombre de lectors fidels que confien en la informació que s'hi publica. A més enllaços rebuts, més popularitat i major legitimació dels continguts.

Malgrat que aquest sistema de valoració quantitativa a través del nombre de links en certa mesura pugui semblar arbitrari, cal no oblidar que és un mecanisme habitual a Internet. Fora de l'àmbit dels weblogs s'utilitza en el cercadors com Google per ordenar els resultats: les webs que tenen un major nombre de planes que hi enllacen en mostren en primer lloc, tenen un *page rank* més alt. De fet, en certa mesura, es podria considerar un sistema democràtic en que cada enllaç equivaldria a un vot per a una determinada plana.

En l'àmbit de l'anàlisi acadèmica dels weblogs el valor dels enllaços també s'utilitza per entendre com es formen les comunitats de weblogs i les relacions que s'hi estableixen. És el cas de l'equip format per Fernando Tricas, Juan J. Merelo-Guervós, Beatriz Prieto i Fatima Rateb, entre d'altres, que des de la Universitat de Saragossa i Granada analitzen la formació i evolució de la blogosfera hispana. [Merelo, 2004b]

Eines que afavoreixen la creació de xarxes en weblogs

L'ús dels hiperenllaços en l'àmbit dels weblogs no només es limita a la funció comuna de referenciar altres planes, sinó que l'usuari disposa d'un conjunt d'eines específiques per crear aquests vincles, cadascuna amb unes especificitats i usos concrets, si bé totes amb la finalitat última de crear aquesta xarxa complexa mencionada i que vincula tant a les

planes com els seus autors i lectors. Es crea, doncs, en un primer nivell, una xarxa d'hipervincles que dóna lloc, en un segon nivell, a una xarxa social.

Tot seguit descriurem les eines estàndard de que disposen la majoria d'eines de publicació de weblogs i les seves particularitats. Cal destacar l'ús habitual d'aquests recursos per part dels autors, ja que són eines plenament integrades dins el programari editor dels blogs, pràcticament opcions per defecte que enriqueixen de manera, en molts casos automàtica, les vinculacions.

En distingirem de dos tipus: d'una banda les relacionades amb el contingut i, per tant, amb la informació concreta lligada a una entrada puntual i, de l'altra banda, les relacionades amb altres blogs i els seus autors, independents de circumstàncies concretes.

1. Relacionades amb el contingut

1.1 Links o enllaços

Els enllaços en el sentit més bàsic del terme, és a dir, vincles a d'altres planes són utilitzats de manera intensiva en els weblogs. De fet, la web es presta a estar densament enllaçada, ja que la possibilitat de referenciar continguts que poden ser contrastats i ampliat en d'altres planes és molt freqüent. Malgrat la facilitat per vincular planes entre sí, moltes vegades aquesta potencialitat no és explotada plenament en la web convencional, més lligada a interessos comercials que busquen l'efecte contrari: que l'usuari mai surti de la plana que està navegant, tenint, com menciona Rebecca Blood [Blood, 2002a], un alt grau d'*stickiness* (webs enganxifoses).

L'abundància d'enllaços en l'àmbit dels weblogs creiem que es deu a tres factors principals: en primer lloc, el coneixement i aprofitament de les potencialitats del mitjà per part dels autors de weblogs, que consideren natural l'opció d'enllaçar tot allò que pugui ser referenciat externament. En segon lloc, la independència dels seus autors respecte interessos comercials o corporativistes, els quals no es plantegen la idoneïtat de fer un enllaç o no en funció d'aquests criteris. I en tercer lloc, i relacionat amb els dos anteriors, la despreocupació per conservar la navegació dins de la pròpia plana, ja que en la majoria de sistemes els enllaços a planes externes s'obren en la pròpia finestra perdent la referència a la d'origen i, en conseqüència, afavorint la navegació *cap a fora*, impensable en webs de propòsit comercial en que l'objectiu és precisament l'oposat.

1.2 Permalinks o enllaços permanents

L'Internet que estem analitzant és un àmbit plenament dinàmic, que s'actualitza constantment. Aquesta mobilitat en el contingut de les pàgines (i, consegüentment, d'adreces -URL- lligades a aquest contingut) provoca problemes amb els enllaços, que molt sovint queden orfes, apuntant a pàgines que han estat mogudes de localització i, per tant, trecant-se la xarxa de la que en formaven part.

Aquest problema habitual a l'àmbit genèric d'Internet seria particularment acusat en el dels weblogs, dinàmics per definició i on els enllaços són la base de la comunitat. La manca d'estabilitat en l'adreça de les pàgines d'un weblog podria ser un factor clau per a la fractura de la comunitat. Cal doncs, un mecanisme per enllaçar de manera precisa les entrades des d'altres pàgines, sense que l'usuari hagi de fer cap mena d'esforç per trobar la referència, navegant a través de la web, causada per una adreça ambigua.

Per evitar aquest problema, l'any 2000, Blogger va introduir els *permalinks*, també anomenats enllaços permanents, que són noms per a les pàgines invariables i que asseguren l'estabilitat dels enllaços. D'aquesta manera, a excepció de canvis dràstics en el programari que els suporta o en el domini en que s'allotgen i que podríem considerar equivalents a començar de zero, les adreces per a un determinat post sempre són úniques i invariables, de manera que es garanteix a qui hi faci un enllaç l'estabilitat del contingut, evitant vincles trencats i pàgines no trobades.

Aquesta proposta inicial de Blogger ha esdevingut un estàndard a qualsevol sistema de publicació de blogs, ja que com assegura Rebecca Blood [Blood, 2004], en un mitjà on la seva divisa són els links, els weblogs que no disposen d'enllaços permanents estan en clar desavantatge:

In a medium whose currency is links, weblogs without permalinks were at a sudden disadvantage.

Rebecca Blood. *Hammer, Nail: How Blogging Software Reshaped the Online Community*

1.3 Trackbacks o retroenllaços

Els trackbacks o retroenllaços tenen com a objectiu avisar a un blog de que en un altre blog s'ha escrit una entrada com a conseqüència de la primera. És a dir: una entrada, en

comptes de ser comentada en el mateix blog en que ha estat escrita, genera una nova entrada en un altre. En aquest cas, l'autor del segon blog comunica al primer mitjançant un retroenllaç que en el seu blog hi ha informació relacionada. Així doncs, en el blog originari apareix un vincle que enllaça a aquest nou post, essent el segon el responsable de l'avís.

El primer programari que va incorporar trackbacks va ser Movable Type l'any 2001 i, des d'aleshores, han estat incorporats a la majoria de sistemes de publicació de weblogs. Com afirma Rebecca Blood, és una manera de fer visibles les connexions entre weblogs que tracten d'un mateix tema i que fins aleshores romanien ocultes, afavorint l'estil conversacional que es dona en moltes entrades dels weblogs, en bona part també propiciat per la immediatesa que els caracteritza, com veurem seguidament:

Trackback has made these formerly invisible connections visible, inviting instant response. Trackbacks, often interspersed among site comments, emphasize the conversational nature of the weblog form while collating for readers all available responses to an entry.

Rebecca Blood. *Hammer, Nail: How Blogging Software Reshaped the Online Community*

Aquesta és una bona manera de fer un seguiment de les conseqüències d'una determinada entrada. Les reaccions no només es poden trobar en la pròpia plana en que s'ha escrit l'entrada, a través dels comentaris, sinó que també hi apareixen d'altres planes que han escrit sobre el mateix tema i que ho han notificat a través del retroenllaç. Així doncs, la conversa no queda limitada a una sola plana sinó que pot tenir diferents focus a la vegada, amb l'avantatge de poder seguir-la a través dels vincles que enllacen l'una amb l'altra.

2. Relacionades amb altres blogs

2.1 Blogroll

El blogroll és el llistat d'enllaços a d'altres blogs que usualment trobem com a informació addicional a la plana principal del blog. Basats en el principi fonamental abans mencionat de *enllaça i seràs enllaçat*, el blogroll és la principal eina per la qual l'autor es vincula de manera activa i voluntària a una comunitat.

La seva existència no només és important per mantenir la xarxa de relacions sinó que sobretot ho és per proporcionar un context al weblog. A través dels enllaços a d'altres blogs, l'autor es posiciona dins d'un marc sovint ideològic, d'altres vegades també temàtic, que ens permet la formació d'una opinió més definida respecte la tendència del blog, l'equivalent en premsa a la línia editorial.

Els blogrolls, a més, són una de les eines *de vot* abans esmentades: cada link que rep un blog és un vot a favor, que el legitima i li atorga una major visibilitat, el que significa un major nombre de visites.

Dins del Blogroll, cal destacar el sistema [FOAF](#) (Friend of a Friend -Amic d'un amic-) que es pot considerar un sistema estandarditzat de Blogroll, amb l'objectiu d'optimitzar la xarxa de blogs enllaçats entre sí.

2.2 Pings o alertes

Tot i no poder-se considerar pròpiament un tipus d'hipervincle, hem considerat oportú incloure els pings en aquest apartat pel seu objectiu final: afavorir els enllaços.

Els pings són alertes, senyals d'avís, que els propis sistemes d'edició envien de manera automàtica cada vegada que s'actualitza un blog. Aquests avisos tenen com a destí principal webs que funcionen de directori amb serveis que incorporen els últims blogs actualitzats, que en rebre l'avís de l'actualització llisten el blog en el seu apartat d'actualitzats, que habitualment ocupa la part central de la plana principal.

D'aquesta manera, només els blogs que han estat recentment actualitzats apareixen en el llistat, essent una bona manera d'adquirir visibilitat. Exemples d'aquest tipus de directoris ordenats cronològicament són [Bitácoras.com](#) pels de parla hispana, o [Weblogs.com](#) d'àmbit mundial.

Els pings, a més, permeten crear sistemes eficaços per conèixer l'estat d'opinió en temps real sobre determinats temes. A diferència dels cercadors convencionals que utilitzen robots que rastregen la xarxa contínuament i n'indexen tots els continguts independentment de la seva data d'actualització, avui en dia la xarxa disposa de cercadors de la que podríem traduir com a web viva o web en directe (*live web*) que és com l'anomena Technorati, el més conegut d'aquests cercadors.

Technorati fa el seguiment de més de 14.2 milions de weblogs (dada de finals de juliol de 2005) i altres planes de notícies que emeten alertes cada vegada que són actualitzades. Technorati, en comptes de disposar de robots que rastregen la web (per tant, amb la direcció cercador -> web), rep les alertes directament de les planes que són actualitzades (direcció web -> cercador), prioritzant les més recents en els resultats de les cerques.

D'aquesta manera, una cerca a Technorati no mostra en primer lloc les planes més enllaçades com és el cas de Google que ho fa independentment de la seva vigència (recordem que a Internet hi ha moltes planes obsoletes, abandonades, que continuen essent comptabilitzades pels robots dels cercadors), sinó que mostra les planes que han estat més recentment actualitzades.

Aquest és, per tant, un bon sistema per captar estats d'opinió sobre productes o campanyes polítiques, només per citar dos exemples. En aquest sentit, doncs, cada vegada més les empreses i altres organismes que tenen un alt impacte en l'opinió pública desenvolupen mecanismes basats en weblogs per copsar precisament aquest estat d'opinió i actuar en conseqüència.

2.3 Sindicació de continguts

Els blogs que incorporen la sindicació de continguts són aquells que disposen d'un tipus d'arxiu XML específic per a notícies (i blogs, per tant) que s'anomena RSS (Really Simple Syndication), el qual permet compartir la informació i fer-ne diferents usos.

Cal puntualitzar que malgrat que l'estandard més estès actualment és l'RSS 2.0, n'hi ha d'altres com Atom que és l'utilitzat per Blogger, el Rich Site Summary (RSS 0.91) o el RDF Site Summary (RSS 0.9 i 1.0), però que en essència tenen les mateixes particularitats. Es genera, doncs, un document perfectament codificat amb una estructura predefinida segons els estàndards que marca, en aquest cas, el RSS. S'hi especifiquen de manera explícita, entre d'altres, la data de publicació, la categoria, el títol, el contingut... fent possible l'automatització de tasques i els creuaments d'informació.

Una de les utilitats immediates que deriven d'aquesta estandardització són els lectors de notícies (també anomenats lectors de feeds o agregadors), que permeten l'accés a través d'una sola interfície a tots els weblogs als que l'usuari està subscript. La subscripció es

realitza simplement afegint l'adreça del blog on hi ha l'arxiu XML, de manera que el lector pugui descarregar-se les noves entrades cada vegada que el blog sigui actualitzat.

Així doncs, i donat que l'estructura és exactament la mateixa per a totes les entrades, els lectors de feeds centralitzen les subscripcions evitant a l'usuari la visita a totes i cadascuna de les webs del seu interès buscant si hi ha novetats. El lector de notícies és el que s'encarrega de fer aquest rastreig i descarregar les entrades recents de manera automàtica, afavorint la immediatesa pròpia del mitjà.

Al tractar-se d'un arxiu on només hi ha els continguts amb les corresponents etiquetes estructurals, la majoria de lectors de notícies no mostren el disseny de la plana originària, sinó que n'apliquen un de propi, de manera que tots els posts tenen un format unificat. A més, permet ordenar les entrades per categories, mostrar-ne només extractes o titulars... facilitant la lectura i la gestió de les entrades. Aquest és el cas de [Bloglines](#) o [Feedness](#).

També cal mencionar que programes de correu electrònic com Mozilla Thunderbird incorporen un apartat de subscripcions que són descarregades automàticament, de manera similar al correu electrònic.

L'ús de RSS és cada vegada més freqüent no només en l'àmbit dels weblogs, en que les eines de publicació l'incorporen per defecte, sinó en tot tipus de planes amb continguts que s'actualitzen amb freqüència per tal de notificar les novetats de manera ràpida i automàtica als interessats.

Tornant a Xanadu

Si bé els blogs no implementen específicament, de manera activa i voluntària, les directrius marcades pel projecte Xanadu, sí que en volem destacar algunes coincidències amb les eines que hem exposat fins ara, per tal de confirmar que els enllaços entre blogs donen lloc a una xarxa molt més densa i interconnectada que la de la web tradicional. D'aquesta manera, els *permalinks* eviten en gran mesura el problema dels vincles trencats que Ted Nelson exposa en el primer punt. Només la desaparició del contingut (o el seu canvi d'adreça URL general) pot trencar els vincles entre planes.

Els punts 3 i 4 es poden equiparar als *trackbacks*, que juguen un paper fonamental en deixar constància en un blog aliè sobre l'existència d'una entrada originada per aquella.

Així doncs, es creen vincles bidireccionals, que relacionen entrades. El punt 3 també pot ser il·lustrat amb la norma implícita que segueixen la majoria de webloggers, enllaçant a través de vincles tot allò que és referenciable a la web, i el 4 a la possibilitat de deixar comentaris en els blogs.

Els últims punts (5, 6 i 7) fan referència a la necessitat d'incrementar el volum d'informació publicada sense afectar a l'estructura d'enllaços, i que a la vegada que se'n pugui tenir un registre dels canvis. L'acció d'afegir informació és constant als blogs, i gràcies a que cada entrada esdevé una unitat de contingut discreta i amb un identificador (o adreça web) únic, els vincles existents es mantenen invariables a cada actualització. De la mateixa manera, una altra de les normes implícites dels blogs, i que recull Rebecca Blood [Blood, 2002a], és la de no modificar ni esborrar mai les entrades, essent només lícit corregir una entrada amb una actualització al peu o bé ratllant el text incorrecte i afegint la nova informació al costat, però sempre deixant visible el contingut original.

Finalment, volem mencionar el punt 2, referit al copyright. Si bé Xanadu empra un model propi de copyright, anomenat *transcopyright*, el qual fa possible la recombinació de parts de diferents documents proposada pel projecte, cal mencionar en el cas dels blogs les llicències Creative Commons, que són utilitzades per un bon nombre d'autors i que regulen a la vegada que faciliten la republicació de continguts. Aquesta republicació, a més, és afavorida per la possibilitat de syndicar continguts (principalment en RSS) i crear nous blogs, anomenats reBlogs, on s'hi publica una selecció d'entrades provinents de diferents fonts i que, salvant totes les distàncies, es troba en l'essència del projecte Xanadu.

Referents al temps

Vinculació directa amb el temps present: la idea de present

Abundant en la idea de *work in progress* exposada en un treball anterior [Fuster, 2004] els weblogs són un bon exemple d'aquesta idea de present continu que es proposava com a autòctona de la web.

Els weblogs són per naturalesa webs obertes, en continu creixement. A banda de certs weblogs que són tancats deliberadament pels seus autors, romanent a la xarxa com a

arxiu d'uns determinats esdeveniments, l'actualització constant és imprescindible per a que un weblog *existeixi*. Del contrari, la seva cotització perdrà punts, és a dir, visites dels lectors habituals, enllaços des d'altres planes i visibilitat en els cercadors de notícies. Com hem esmentat en l'apartat anterior, molts serveis ofereixen llistats dels blogs recentment actualitzats.

Precisament, aquesta necessitat d'actualització freqüent és el sisè manament del decàleg que proposa Rebecca Blood [Blood, 2003b], que convida a una actualització freqüent, de varies vegades a la setmana:

6. Update frequently. Interested readers will return to your site if there is likely to be something new. You needn't update every day, but try to post several times a week.

Rebecca Blood. *Ten Tips For A Better Weblog*

De fet, la pròpia estructura essencial d'un weblog imposa la necessitat de ser actualitzat: les entrades, totes amb la data incorporada, estan ordenades cronològicament de manera que l'última sempre apareix en primer lloc, a la part superior de la plana principal del blog. A més, la navegació per defecte que ofereix un weblog és per dates de publicació, a la que se n'hi poden afegir d'altres, normalment basades en categories temàtiques.

La facilitat i immediatesa de publicació fa que a nivell temàtic també s'imposi el present: la majoria de weblogs tracten d'allò immediat, d'allò que ha succeït recentment, ja sigui a nivell de diari personal o de comentari d'esdeveniments. En aquest sentit no només podem parlar de present en el sentit d'allò que ha succeït avui, sinó gairebé d'instantaneïtat: allò que està succeïnt ara.

Un exemple prou eloqüent el trobem en la informació de primera mà apareguda en weblogs arran dels atemptats de Londres del 7 de juliol de 2005 (referències que podem trobar al [weblog del metro de Londres](#) o a través de [Boing Boing](#)), o l'actualització pràcticament instantània d'aquesta entrada a la [Wikipedia](#), que en aquest sentit, es pot equiparar el seu temps de reacció al dels weblogs.

En aquesta línia, José Luís Orihuela [Orihuela, 2003] destaca el canvi de paradigma temporal: remarca el pas de la periodicitat al temps real. S'ha passat, doncs, dels mitjans de comunicació de masses tradicionals lligats a una periodicitat estricta (els diaris, per exemple), a l'assumpció per part dels mitjans online de que han de ser actualitzats a temps real, posant com a mostra el que ell anomena *mobileblogging*.

Aquesta idea de temps real també és aplicable als comentaris. No només els autors de weblogs publiquen en temps real, sinó que els comentaris, les reaccions del públic, sovint són immediates. Aquesta instantaneïtat afavoreix la rèplica, adoptant en molts casos un estil gairebé conversacional. [Orihuela, 2003 i Blood, 2004]

Recapitulant, podem deduir les característiques temporals d'un weblog:

a) Marcat ordre cronològic, imposat pel propi sistema de publicació, que afegeix la data a cada entrada, les mostra per ordre cronològic invers i classifica per mesos com a opció per defecte.

b) Actualització constant, també relacionada amb el propi sistema de publicació basat en criteris temporals. Aquesta imposició no afecta exclusivament a l'autor que es veu obligat a refrescar el contingut sovint, sinó que també inclou els lectors, que han de revisitar la plana de manera habitual buscant noves entrades si no volen perdre el fil del blog.

c) Immediatesa, entesa com a possibilitat de publicar els continguts de manera instantània un cop han estat escrits, i també entesa com la capacitat de reacció igualment instantània per part del públic lector, que pot respondre amb la mateixa rapidesa ja sigui deixant comentaris sobre l'entrada o publicant-ne una de nova al propi blog i relacionant-les a través de retroenllaços. Aquesta immediatesa afavoreix estils conversacionals, d'acció-reacció pràcticament en temps real. Relacionat amb l'àmbit del periodisme, la immediatesa dels weblogs també permet la publicació de notícies per part de persones que hi són properes molt abans que els mitjans de comunicació de masses, que tenen un temps de reacció molt més llarg.

d) Brevetat, espontaneïtat. Degut a la rapidesa de publicació, s'afavoreixen estils d'escriptura ràpids, concisos i amb un llenguatge espontani, referenciant d'altres webs per ampliar la informació més que no pas processant-la per incorporar-la al propi blog. El format propi del blog afavoreix aquesta escriptura concisa, com apunta Rebecca Blood [Blood, 2000]:

Indeed, the format of the typical weblog, providing only a very short space in which to write an entry, encourages pithiness on the part of the writer; longer commentary is often given its own space as a separate essay.

Rebecca Blood. *Weblogs: a history and perspective*.

No obstant això, volem destacar que malgrat que la majoria de blogs opten per les entrades breus i espontànies, també trobem molts blogs que presenten un estil elaborat, amb entrades llargues i raonades fruit de processos de recerca i contrast de la informació que contenen. Precisament aquests blogs acostumen a ser els de més prestigi i amb un nombre de lectors fidel més elevat. Un exemple és el blog de Diego Lafuente, [Minid.net](#), en que sovint els posts es converteixen en rigorosos articles sobre determinats temes relacionats amb Internet, el disseny o la tecnologia, com l'article en que exposa la seva [opinió crítica sobre Internet Explorer 7](#), o d'altres en que realitza petites lliçons sobre com maquetar correctament una web seguint estàndards.

Referents a l'autoria

D'entrada, podem considerar que l'autoria d'un weblog pertany a una persona o a un grup de persones, depenent de si es tracta d'un weblog individual o col·lectiu. Malgrat que això és cert, podem posar en crisi aquesta afirmació si considerem els comentaris dels lectors, que s'integren plenament en el weblog, així com també les referències a entrades en altres weblogs. De fet, en alguns casos l'assemblatge d'entrades provinents de diferents fonts generen un nou blog, on l'autor es limita a reordenar la informació apareguda en d'altres blogs.

La dissolució de la frontera autor/lector: el pas de l'audiència al públic

Aquesta indefinició de l'autoria es deu en bona mesura a la confusió entre autor i lector. El sistema de broadcast tradicional en que un únic emissor es dirigeix a una audiència formada per un gran grup de persones es dilueix a Internet. Malgrat haver-hi emissors, aquests mateixos són a la vegada receptors, que en el nostre cas anomenarem lectors. I els lectors poden ser immediatament emissors, ja sigui a través dels comentaris o mitjançant la publicació d'entrades en el propi blog. Els lectors disposen dels mateixos mitjans que els emissors, i el pas d'un a altre estat és pràcticament immediat. La direccionalitat única dels mitjans tradicionals es trenca per passar a ser una bidireccionalitat real.

José Luís Orihuela [Orihuela, 2003] esmenta que en el nou escenari que dibuixen els nous mitjans, hi ha un pas de les tradicionals audiències majoritàriament passives a un usuari actiu, que navega els espais informacionals a la recerca de la informació que l'interessa i

que, a més a més, es pot convertir en productor d'informació en qualsevol moment que ho cregui necessari. Menciona els mots *Self Media*, *Nanopublishing* o *Thin Media* per designar aquests nous perfils d'audiències.

D'altres denominacions són les de Richard Saul Wurman que emprà el terme *prosumidors* (*prosumers*, en anglès) per referir-se a aquest nou perfil d'usuari que a la vegada és receptor i emissor, que a la vegada produeix i consumeix informació, o la de Meg Hourihan [Hourihan, 2002] que distingeix entre l'autor primari del blog (o el seu creador) i els autors secundaris (els lectors que envien correus electrònics i comentaris):

...creating a nearly real-time communication channel between the blog's primary author (its creator) and its secondary authors (the readers who email and comment)
Meg Hourihan. *What we're doing when we blog*.

Parcialitat

Des del seu origen, els blogs han afavorit l'exposició de l'opinió dels seus autors. Des del recull de links comentats dels inicis, els responsables dels blogs expressen de manera subjectiva, des del seu propi punt de vista, allò que volen explicar.

La nul·la dependència que els autors de blogs tenen, per una banda, de les línies editorials que sí que existeixen als mitjans de comunicació de masses i, de l'altra banda, d'interessos econòmics fan que l'opinió expressada correspongui plenament a la de l'autor sense cap mena de censura més enllà de la que es pugui autoimposar l'autor.

Aquesta subjectivitat es manifesta, d'entrada, amb el tema proposat i, posteriorment, amb l'enfocament que es dona a cada tema. Com a lectors, cal tenir en compte, per tant, el posicionament subjectiu de l'autor davant dels esdeveniments i entendre que es tracta d'una visió particular sobre aquests.

Proximitat i ús de la primera persona

Precisament per aquest component subjectiu dels weblogs, l'autor utilitza principalment la primera persona. El punt de vista sempre és el de l'autor respecte una realitat, i s'expressa de manera directa a través dels verbs en primera persona del singular.

Aquesta utilització de la primera persona otorga una gran sensació de proximitat: l'autor es dirigeix directament al lector, sense intermediaris, exposant les seves impressions, a la que se'ls suposa de manera immediata un alt grau de sinceritat. A la vegada, la proximitat s'incrementa pel fet el lector pot contestar també directament a través del blog, establint-se una relació de tu a tu.

Aquesta proximitat està essent aprofitada per personatges mediàtics, que en les seves webs exposen en primera persona les seves idees, pressuposadament no manipulades per cap mitjà de comunicació.

En l'àrea de la política estan essent molt aprofitats els blogs per exposar les idees dels polítics en tant que individus, menys lligats a la imatge del partit i a tota la maquinària propagandística que els rodeja. En el cas espanyol, podem destacar les webs de [Juan José Ibarretxe](#) o [Miquel Iceta](#).

En l'àmbit de l'espectacle, moltes estrelles també disposen de blog, una manera per mantenir un contacte directe amb els fans (i sens dubte una operació més de marketing), que se senten més pròxims als seus ídols. Exemples de blogs de celebritats són els de [Moby](#), la [Woody Allen Jazz Band](#) o [Barbra Streisand](#), entre molts d'altres.

Transparència

La transparència és una característica fonamental dels weblogs. Malgrat manifestar punts de vista molt particulars, el fet de fer-ho en primera persona posa en evidència que es tracten d'opinions personals. A banda d'això, la transparència també la trobem en el fet de que l'autor cita constantment les fonts, enllaçant directament l'origen de la informació que l'ha dut a escriure l'entrada, així com a referències que permeten ampliar la informació que està donant.

Rebecca Blood [[Blood, 2003a](#)] destaca aquesta transparència com una de les normes bàsiques del bon blogger:

8. Link to your sources. The Web allows a transparency that no other medium can duplicate. When you link to a news story, an essay, a government document, a speech, or another blogger's entry, you allow your readers access to your primary material, empowering them to make informed judgements.

Rebecca Blood. *Ten Tips For A Better Weblog*

Disfuncions dels weblogs

Malgrat totes les característiques exposades fins ara que afavoreixen l'expansió dels blogs, aquest àmbit no està exempt de problemes producte dels seus propis avantatges. Cal, per tant, tenir en compte certs aspectes:

Visibilitat i rànking

Una de les primeres conseqüències de l'abundància d'enllaços entre blogs és l'efecte en cadena que produeixen aquests enllaços.

Els blogs més enllaçats són els que tenen una visibilitat més elevada i, en conseqüència, un major nombre de visites, el que es tradueix en posicions més elevades en els rànking de popularitat. Aquest fet, a la vegada, els atorga més visibilitat, desencadenant el procés una i altra vegada. D'aquesta manera, els blogs que reben més enllaços tenen un creixement exponencial d'aquests, ja que cada enllaç li otorga un punt més de visibilitat i, per tant, més possibilitats de ser enllaçat. S'entra doncs, en una dinàmica en que la popularitat cada vegada és major i, si no hi ha cap canvi dràstic, es manté en increment.

Per contra, els blogs escassament enllaçats tenen una visibilitat menor, fet que dificulta que siguin enllaçats des d'altres. Els mecanismes per adquirir visibilitat per a aquests blogs han de ser altres, principalment a través de l'actualització habitual i la seva conseqüent aparició a les llistes de blogs actualitzats.

Fernando Tricas i Juan J. Merelo [Trias, 2004a] fan referència a aquestes diferències entre blogs intensament enllaçats i blogs que ho són poc en un dels seus estudis sobre la blogosfera:

Scale-free networks are interesting because the distribution of connectivity is extremely uneven: some nodes are very well connected, while most of the nodes have only a few links.

Fernando Tricas i Juan J. Merelo. *The spanish-speaking blogosphere: towards the powerlaw?*

Per la seva banda, Jeffrey Henning [Henning, 2003], de Perseus development, es refereix a aquest fenomen com a *blog iceberg*: són uns pocs els blogs visibles en comparació amb

els molts que queden amagats, sense cap enllaç que els doni certa visibilitat i que molt sovint són abandonats.

És, doncs, difícil el trencament d'aquesta dinàmica: els blogs més enllaçats són els més visitats i que apareixen en les primeres posicions en els rànquings de popularitat, adquirint encara més visibilitat.

Malgrat aquesta disfunció del sistema que privilegia els més populars, considerem que els blogs més visitats en la majoria de casos ho són per mèrits propis, i que de fet ho són pels *vots* no condicionats que reben a través dels enllaços des d'altres blogs, pel sistema democràtic que hem esmentat anteriorment. L'avantatge respecte la resta cal buscar-la, doncs, en la major visibilitat que tenen d'entrada.

A banda d'aquest fet, cal considerar altres mecanismes de regulació: la manca d'actualització o la pèrdua d'interès dels continguts podrien ser causes inevitables de la davallada de popularitat d'un blog situat a la part alta del rànking.

Retroalimentació excessiva

La gran facilitat de circulació de la informació de la xarxa i la referencialitat dels blogs fa que moltes vegades els mateixos continguts siguin publicats en un gran nombre de blogs de manera pràcticament simultània, sense haver-hi grans diferències quant a l'enfocament. Aquest fenomen és especialment remarcable en la difusió de notícies i, sobretot, rumors que es propaguen a la xarxa.

Donat que es tracten de notícies molt recents i sovint sorprenents, són publicades immediatament en la majoria de casos sense el valor afegit del comentari personal, només referenciant la font i exposant les dades. Aquestes fonts, a més, solen ser les mateixes per a la majoria dels blogs, donat-se també el cas de referenciar un altre blog que ha referenciat a la font. És comuna, doncs, la fórmula *via x, via y*, enllaçant cadascuna de les referències, fins arribar a la font original.

Aquest és una altra disfunció que provoca un efecte cadena i que podríem equipar a l'espiral del silenci exposada per Elisabeth Noelle-Neumann [Noelle-Neumann, 1995] en referència als mitjans de comunicació de masses. En el terreny dels blogs, afortunadament, aquesta retroalimentació només es produeix en determinades ocasions i

en àmbits molt concrets, essent un percentatge respecte el total molt baix. Cal esmentar també, que a diferència dels mitjans de comunicació de masses, el fet que totes les veus puguin ser consultades en l'àmbit d'Internet fa que aquest fenomen no es produeixi de manera tan acusada, si bé també cal tenir en compte els diferents graus de visibilitat de cadascuna.

Autorreferencialitat excessiva

Un dels fenòmens més sorprenents de l'àmbit dels blogs és l'autorreferencialitat: són molts els blogs que analitzen els propi món dels blogs, i que s'anomenen *metablogs*. Si fem cas a les xifres, veurem com el blog més visitat en llengua castellana (segons Bitácoras.com a juliol de 2005) és [eCuaderno](http://eCuaderno.com), de José Luís Orihuela, que precisament és un metablog. De la mateixa manera, tampoc sorprèn que una de les categories que es manté constant en els directoris de blogs sigui precisament aquesta: la de metablogs.

D'aquest fet en podem deduir l'alt interès que tenen els autors pel propi àmbit de la blogosfera. I d'aquí en podem extreure la consciència de pertànyer a una col·lectivitat, a una comunitat. De la mateixa manera, podem entreveure com aquest és un àmbit relativament tancat, amb una vinculació activa per part dels membres que en formen part, i caldria analitzar fins a quin punt la resta d'usuaris d'Internet s'hi mostren interessats.

En aquest sentit, disposem d'uns primers indicis a través de les dades de les enquestes que es realitzen per separat a lectors i a autors de blogs de [Tintachina](http://Tintachina.com) i [Blogpocket](http://Blogpocket.com). Aquestes enquestes demostren que la participació d'autors és molt major que la de lectors (1125 autors i 537 lectors a la *Encuesta a bloggers y lectoras de blogs*, del que se'n desprèn que bona part dels lectors de blogs són els que també en són autors i que l'interès dels autors pel seu propi àmbit és, i sembla lògic, molt major.

SPAM

L'spam és un dels fenòmens present a qualsevol àmbit de la xarxa i que ha trobat la forma d'adaptar-se a la blogosfera. El fet que els blogs siguin planes densament enllaçades afavoreix l'interès per formar part de la blogosfera i, d'aquesta manera, aconseguir un bon nombre de visites.

Dins la blogosfera trobem nombrosos blogs falsos que l'únic que busquen és presència a través de l'enviament de pings, procedents d'entrades amb continguts creats

exclusivament per a ser llistats en els diferents directoris. Molts d'ells estan creats de manera automàtica a través de programes que generen entrades aparentment escrites per una persona.

Un exemple d'aquest tipus d'eina és [Autoblogger](#), que podríem considerar proper a experiments com [Autoillustrator](#) per amagar una certa intencionalitat artística. Aquesta intencionalitat la deduïm al visitar la plana de testimonis, on hi apareixen alguns dels bloggers més coneguts del planeta, com [Mark Frauenfelder](#), [Joi Ito](#) o [Dan Gillmor](#), i que afirmen amb gran ironia utilitzar aquest programa per crear les existoses entrades dels seus blogs.

Segons publiciten a la seva web, [Autoblogger](#), a partir de les entrades preexistents d'un blog, és capaç de crear-ne de noves automàticament, seguint el mateix estil de les anteriors. D'aquesta manera, el blogger massa ocupat per escriure posts al seu blog pot delegar la creació de textos, incloure imatges obtingudes a través de cerques a Google Images o contestar els comentaris del seu blog, sempre aconseguint una sensació de presència real. L'usuari d'[Autoblogger](#), doncs, es pot proveir d'una vida feta a mida per ser mostrada al blog. Com resa el seu slogan: *You have a life. AutoBlogger helps you live it.*

Fins i tot, podem trobar webs que ofereixen textos *reals*, és a dir, escrits especialment per a generar entrades en blogs, garantint temàtiques que proveeixin un alt nombre de visites. Un exemple d'aquest tipus de serveis és [Word Content](#), els quals generen continguts a mida en funció dels interessos de cada client.

Una altra manera habitual de propagar spam en blogs és a través de l'enviament de comentaris a entrades, fent constar com a autor l'enllaç la plana que es vol publicitar. Cal destacar que molts d'aquests comentaris, malgrat fer constar una adreça clarament dubtosa, es presenten com a serioses reflexions sobre diferents temes i en molts casos poden passar desapercebuts.

A banda d'aquests mecanismes d'spam que podem considerar adaptacions dels tradicionals que s'envien per correu electrònic, també cal mencionar l'aparició en l'àmbit específic dels blogs dels *trolls*: persones que dinamiten les converses dutes a terme, a través de comentaris inapropiats que només busquen alimentar polèmiques, i amb la voluntat de dificultar la fluïdesa de la comunicació.

Afortunadament, i de manera similar al correu electrònic, cada vegada hi ha més mesures per controlar aquest tipus d'incursions no desitjades, a través de filtres o de la moderació de comentaris abans de ser publicats, però cal tenir present que aquests mecanismes pel moment no garanteixen un control de l'spam prou fiable.

Abandonament

Com succeeix en qualsevol àmbit d'Internet, la no actualització de planes que esdevenen obsoletes però continuen actives és un dels principals problemes, ja que destriar les planes que ofereixen continguts vigents es converteix en una àrdua tasca.

En l'àmbit dels blogs també succeeix aquesta manca d'actualització però, malgrat tot, com hem mencionat el 55% del total de blogs creats continuen actius. Cal tenir en compte, però, que la manca d'actualització en un blog té una penalització major que la resta de planes que podríem anomenar estàtiques.

Donat la vital importància que té el factor temporal per a un blog, el fet de no actualitzar-lo implica la seva progressiva desaparició. D'una banda, per la seva desaparició de les llistes dels directoris que recullen pings, i que implica una menor visibilitat, factor que dificulta l'accés a nous lectors. D'altra banda, per la pèrdua de posicions en cercadors de notícies, com Technorati, que llista els resultats de les cerques en funció de la data d'actualització. I com a conseqüència final, la pèrdua de subscripcions a través de lectors de notícies dels usuaris habituals del blog i la desaparició dels llistats d'enllaços o blogrolls.

No obstant això, i donat que els blogs continuen formant part de la xarxa, aquests continuaran essent visibles, *existent*, pràcticament amb la mateixa rellevància per als cercadors tradicionals, com és el cas de Google.

Infoxicació

La noció d'excés d'informació associada a Internet no és nova. Ja els anys 1999 i 2000, Alfons Cornella [Cornella, 2000] es referia a la gran quantitat d'informació a la que podem tenir accés a Internet, i al creixement exponencial d'aquesta. El problema no el podem centrar en aspectes purament quantitius, sinó que cal tenir en compte les limitacions tant humanes com de la tecnologia, que ens impedeixen assimilar totes les dades que tenim a l'abast.

Cornella exemplifica una cerca tradicional: el primer pas és separar la informació rellevant de la que no ho és. El procés fins arribar a trobar allò que pot ser d'utilitat pot ser molt llarg. En oposició als tradicionals cercadors que busquen en tota la web, Cornella proposa cercadors on ja hi hagi la informació estructurada i amb continguts especialitzats.

Fijaos en que lo único que he querido mostrar aquí es que tenemos una gran cantidad de desarrollos en buscadores pero que son muy elementales con respecto al problema que tenemos, que es un problema de una gran cantidad de información en exceso. En este sentido, yo creo que algo que va a ser cada vez más importante es comenzar a utilizar esta Internet invisible, la Infranet, esta Internet profunda, a través de espacios muy especializados en información ya estructurada.

Alfons Cornella. *Cómo sobrevivir a la infoxicación.*

Malgrat les diferències, en l'àmbit dels weblogs podem considerar que es duu a terme de manera efectiva, si bé no perfecta, el que proposa Cornella. Trobem, doncs, informació perfectament estructurada (a través dels estàndards, metadades, tags...) i, en molts casos, altament especialitzada. La possibilitat de subscripció assegura una font constant d'informació, evitant les cerques continuades i la pèrdua de temps que impliquen. José Luís Orihuela [Orihuela, 2003] també fa referència a aquesta sobreabundància d'informació, i esmenta les eines que s'han desenvolupat a la blogosfera com un dels paradigmes quant a l'assoliment d'un cert ordre dins del caos informacional que trobem a Internet:

The overflow of information calls for new skills and tools to manage data, news and opinions, and here again the experience of the blogosphere could be very useful to find ways to deal with abundance in the eCommunication landscape.

Content syndication, news aggregators, news readers, popularity rankings, recommended reading, "most linked" directories, neighborhoods, rings, thematic and geographic blogospheres, blogtracking and blogrolling, are but just a few of the tools developed by the blogging community to manage the caos of abundance.

José Luís Orihuela. *Blogging and the eCommunication Paradigms: 10 principles of the new media scenario.*

Malgrat aquestes eines d'un alt grau d'eficàcia, el problema de l'abundància d'informació continua. Si bé s'ha facilitat l'ordenació de la informació i l'accés més ràpid a aquesta, la quantitat d'informació potencialment rellevant cada vegada també és major i la seva assimilació per part de l'individu esdevé impossible. Cal doncs, desenvolupar eines per processar aquesta gran quantitat de dades de manera que pugui ser assequible per als humans.

Tipologia de weblogs segons el mitjà emprat

Malgrat podem establir diverses maneres de classificar els weblogs, en el nostre cas hem optat per referir-nos només a les variants que se'n deriven arran de la inclusió de diferents mitjans com a matèria primera de les entrades, deixant de banda altres maneres de classificar-los, com poden ser les referides al nombre d'autors o a la temàtica.

Si bé en els weblogs convencionals, majoritàriament textuals, sovint s'hi incorporen a les entrades elements addicionals com fotografies, n'hi d'altres que han estat creats amb l'objectiu principal de publicar imatges, àudio o vídeo com a materials bàsics, i amb eines de publicació específiques que s'adapten a aquests mitjans.

La proliferació de blogs no solament textuals és un fenomen encara molt recent. Cal tenir en compte factors sobretot relacionats amb les infraestructures tecnològiques per entendre aquest retard respecte els blogs textuals, com és el cas espanyol.

A banda de la major popularitat de l'àmbit dels blogs en general i el seu creixement generalitzat, podem distingir els factors que han afavorit la pujada de blogs no textuals. En primer lloc, el progressiu increment d'ample de banda que, cada dia més, permet descarregar continguts multimèdia de manera fluïda, i la baixada de costos d'aquest servei. En segon lloc, l'oferiment de serveis d'allotjament de major capacitat, en molts casos gratuïts, i que permeten un trànsit elevat. I finalment, l'accés a dispositius per registrar àudio, vídeo i imatges, que són cada vegada a l'abast de més gent.

Malgrat que cada vegada són més els blogs basats en mitjans diferents al text, bona part d'ells mostren mancances quant al compliment dels requisits que sí respecten els blogs convencionals i que hem descrit a l'apartat de [característiques](#). Per aquest fet, no es beneficien de totes les potencialitats dels blogs, trobant-se encara en un estadi primitiu d'evolució.

Tot seguit descriurem les variants del blog convencional basades en el mitjà emprat, però no entrarem a analitzar en detall la problemàtica de cadascun donada la seva complexitat, que queda fora dels objectius i àmbit del present treball.

Fotoblogs

Són blogs en que l'element principal és la imatge fotogràfica, acompanyada del comentari del seu autor, amb la resta de funcionalitats pròpies d'un blog, com la possibilitat de rebre comentaris dels visitants, sindicació de continguts o el llistat de fotoblogs preferits.

Un dels primers serveis va ser [Fotolog.net](#), creat el 2002 i encara actualment el que hostatja més fotoblogs, més d'un milió sis-cents mil. Fotolog presenta algunes de les característiques pròpies dels weblogs: permet publicar fotografies, afegir-hi comentaris, rebre els comentaris d'altres persones i incloure un llistat de vincles a fotoblogs que l'autor considera interessants. Però malgrat ser un dels més populars, considerem que no és equiparable plenament quant a funcionalitats a un weblog, ja que no disposa de moltes de les que són estàndards als blogs, com la sindicació o la inclusió de tags.

En aquest sentit, cal destacar [Flickr](#), un servei pensat inicialment per a compartir fotografies però que s'ha convertit en l'eina més popular entre els bloggers per gestionar les seves imatges, gràcies al gran nombre de funcionalitats que ofereix i que faciliten la perfecta coordinació entre els dos sistemes, entre elles moltes de relacionades amb la web semàntica, com la inclusió de tags que veurem a la [segona part](#) del treball.

Així doncs, Flickr és l'espai on la majoria de weblogs hi tenen emmagatzemades les imatges del seu autor, i que són cridades des de les entrades o s'hi fa referència des de la barra lateral, amb un panell amb miniatures. Aquest ús descentralitzat de les imatges en un weblog allibera espai en el servidor del weblogger i a la vegada afegeix totes les funcionalitats de Flickr a l'hora de gestionar les imatges, molt escasses en les eines de publicació de blogs convencionals, que sovint es limiten permetre l'enllaç a l'adreça on està penjada la fotografia i a afegir-hi una descripció de la imatge.

D'entre les funcionalitats de Flickr trobem la de mostrar imatges a diferents mides, passis de diapositives, classificar-les segons categories, afegir a cadascuna una nota sobre els drets... D'entre totes, però, les que considerem més interessants són les eines relacionades amb la creació de xarxes socials.

La possibilitat d'afegir paraules clau (o tags) a les fotografies permet relacionar-les semànticament, i crear grups d'individus en base als interessos que es dedueixen a través de les seves imatges. Flickr també ofereix la possibilitat de crear grups específics a través

de la creació d'un tag i la invitació a tot aquell qui ho desitgi a participar enviant-hi imatges relacionades.

A la [segona part del treball](#) descriurem alguns dels usos creatius que està facilitant Flickr. Si bé Flickr s'ha encarregat de modificar en part el concepte de fotoblog, tradicionalment lligat a la idea del blog clàssic en que el text ha estat substituït per imatges, aquests encara continuen en clara expansió. D'entre els serveis relacionats amb els fotoblogs podem mencionar [Photoblogs.org](#), un directori amb enllaços als recentment actualitzats, noves incorporacions i rànquings de més populars.

Audioblogs o podcasts

El format àudio també està tenint un moment d'explosió a la blogosfera. Els audioblogs són aquells que publiquen arxius sonors (ja siguin amb veu o de música) i que, arran de la popularització del reproductor d'àudio iPod d'Apple, s'han començat a anomenar *podcasts* (suma dels termes iPod i broadcast).

Així doncs, l'autor publica els arxius sonors normalment en format MP3 ja siguin prèviament gravats al seu ordinador, o bé a través d'un telèfon mòbil. Els podcasts també disposen de sistema RSS, de manera que els seguidors d'un determinat audioblog poden descarregar-se'ls de manera automàtica cada vegada que hi ha actualitzacions.

Videoblogs o vlogs

Els videoblogs, com menciona Adrian Miles [Miles, 2005], considerat el primer videoblogger i un dels experts del MIT, són blogs basats en vídeo, els quals diferencia de vídeos dins d'un blog (idea que també podríem aplicar a les altres variants de blog que ja hem comentat).

Malgrat que també estan experimentant un gran creixement, el vídeo és el format que implica unes dificultats majors a nivell de gestió. El gran pes dels fragments de vídeo obliguen els seus autors a crear peces molt breus, molt comprimides i d'un tamany relativament petit per assegurar la seva viabilitat: no tothom té a l'abast servidors de gran capacitat i amb possibilitat de tenir un trànsit de dades elevat. Aquest condicionant

purament lligat a les mancances de la infraestructura tecnològica en determina massa sovint una rebaixa de qualitat considerable.

Però deixant de banda qüestions purament tècniques, volem destacar una altra característica que cita Miles, la granularitat, i que creiem que és una de les assignatures pendents no només dels videoblogs sinó de la resta de variants de blog que utilitzen contingut multimèdia.

Segons la definició de Miles, la granularitat fa referència a l'escala de les unitats mínimes amb significat que formen un sistema major:

Granularity is a term common to the hypertext literature (as any casual search of the ACM hypertext proceedings will show) and refers to the scale of the units used within a larger system. For example, the Web can be considered highly granular (in general) because it is made up of many millions of individual parts, each of which appears well suited to being interconnected in quite unstructured (non hierarchical and multilinear) ways.

(...)

Hence, granularity does not refer simply to the size or scale of a unit but more significantly describes the minimal size or scale of a unit that retains discursive integrity.

Adrian Miles. *Media Rich versus Rich Media*.

Així com el text té una alta granularitat al ser fragmentable en frases, paraules i, dut a l'extrem, lletres, i els blogs també gaudeixen d'una bona granularitat gràcies a la discretització que suposen les entrades, Miles considera que el vídeo ha d'assolir un nivell de granularitat equiparable perquè els vlogs puguin estar al mateix nivell que els blogs convencionals.

Així doncs, Miles acusa la mentalitat arcaica dels actuals autors de vídeo, que consideren les seves peces unitats tancades, si bé d'entrada el vídeo pot gaudir d'un alt nivell de granularitat (fotogrames, plans, seqüències...). Si bé la tecnologia relacionada amb el vídeo permet l'accés a punts concrets, vincles a d'altres elements externs durant la reproducció o inclusió de metadades (com URL, data de publicació, tags...) a través de XML, aquests no són inclosos de manera automàtica, essent l'autor qui ha de prendre consciència de la seva importància per fer evolucionar els videoblogs fins que siguin equiparables quant a potencialitats i funcionament als blogs convencionals.

El vídeo, per tant, en la majoria de casos és un element més dins d'un blog, que esdevé invisible si tenim en compte la noció de web semàntica. Com resa l'últim punt del decàleg proposat per Adrian Miles en el seu manifest [Miles, 2000], un vog és un vídeoblog on el video ha de ser quelcom més que un vídeo en un blog:

1. a vog respects bandwidth
2. a vog is not streaming video (this is not the reinvention of television)
3. a vog uses performative video and/or audio
4. a vog is personal
5. a vog uses available technology
6. a vog experiments with writerly video and audio
7. a vog lies between writing and the televisual
8. a vog explores the proximate distance of words and moving media
9. a vog is dziga vertov with a mac and a modem
10. a vog is a video blog where video in a blog must be more than video in a blog

Adrian Miles. [A manifesto \[in no particular order\]](#).

Com a exemples de videoblogging podem citar el [primer post](#) del vlog d'Adrian Miles, la web de de [Michael Verdi](#), un agregador específic de vídeos, [Mefedia](#) o un directori especialitzat en vlogs, [Vlogdir](#).

Moblogs

Malgrat que els blogs publicats via dispositius mòbils no es poden considerar lligats a un mitjà en concret (ja que permeten publicar tant text, imatge, audio i video), sinó que fan referència al vehicle tecnològic emprat, els hem volgut incloure en aquest apartat per l'íntima relació que tenen amb les anteriors variants i, alhora, els condicionants que implica la publicació a través de dispositius mòbils.

Els moblogs, doncs, són aquells blogs en que el contingut és publicat principalment via dispositius mòbils (telèfons, agendes PDA...). D'entre les seves principals característiques cal destacar la immediatesa i la ubiqüitat, ja que afavoreixen la publicació immediata des de qualsevol lloc. A banda d'aquests condicionants, la resta de característiques del blog resultant seran les pròpies del tipus al que correspongui cada mitjà.

El seu creixement inevitablement va lligat a l'accés a la tecnologia per part dels usuaris, principalment als telèfons mòbils equipats amb càmeres, i a l'abaratiment del cost en la transmissió de continguts.

Usos creatius dels weblogs

Blog.art?

Per sobre de tot, un format

Com hem vist [anteriorment](#), un weblog es defineix principalment pel format, amb un grau de flexibilitat força baix, sobretot donades per les seves característiques relacionades amb la publicació automàtica i el garantiment d'estàndards. Aquest fet, sumat a la relativa novetat del fenomen, condiciona que els usos creatius (s'entén que allunyats dels estrictament literaris) que se'n derivin siguin, almenys de moment, poc rellevants. El format, doncs, imposa unes maneres de fer que han estat subvertides en algunes ocasions com veurem tot seguit, però amb resultats que en la majoria de casos no deixen de ser una pura investigació per trencar la rigidesa dels sistemes de publicació de weblogs. En canvi, d'altres aprofiten les eines pròpies del weblog, essent coherents amb el format i obtenint uns resultats d'un major interès, si bé cenyits per les pautes que imposa el propi sistema de publicació.

El concepte de blog.art

Malgrat hem avançat que els usos artístics del weblog són escassos, la denominació *blog.art* per designar l'art propi dels weblogs ja fa temps que circula.

El primer intent de recollir les obres de blog.art (i segurament el primer intent per fer cristal·litzar el concepte) del que en tenim constància va ser dut a terme per Christina Ray, artista resident a Brooklyn i creadora de [Glowlab.com](#), una comunitat atística que explora la psicogeografia en relació a l'art contemporani.

Ray va crear [Blog.art, net.art with blogs](#) l'agost de 2003, weblog que pretenia dur a terme una recopilació d'obres de blog.art les quals són obres de net.art basades en blogs considerat en tant que mitjà d'experimentació artística, i que creiem és la definició més apropiada:

Blog.art utilizes blogging as the medium for web-based artworks [net.art]. In other words, blog.art is not a blog about art, but rather a blog as art, where the blog is the conceptual foundation of the work.

Christina Ray, *About blog.art*

Blog.art no trata de arte, sino que es arte que utiliza el sistema de publicación de los blogs como medio creativo.

Declaracions de Christina Ray. Bosco i Caldana. *La blogmanía alcanza al mundo del arte electrónico*.

La web recull alguns projectes duts a terme amb eines publicació de weblogs que subverteixen la noció tradicional de blog i que podríem considerar pertanyents a aquesta nova categoria dins del terreny del net.art. Així doncs, cal que ens fixem en el punt entre les paraules que utilitza Ray, que al nostre entendre suposa una vinculació directa amb el net.art, i que no és respectat per d'altres persones al referir-se al mateix fenomen, com comprovarem més endavant, dificultant una denominació única del concepte. En el nostre cas, hem preferit la versió amb punt per considerar encertada la seva inclusió dins la categoria de net.art.

Però malgrat que aquest primer intent de recollir les obres de blog.art podia suposar l'inici de tota una nova categoria, el web va ser clausurat el setembre de 2004 per, segons anuncia el propi blog, manca de temps de la seva autora.

Si bé el terme blog art va ser utilitzat en diferents weblogs posteriorment, l'ús anava més lligat a iniciatives que relacionaven art i blogs (com poden ser blogs especialitzats en il·lustració, *media art*, disseny...), com Blog-art.com però no tenim constància de cap altre intent de situar el blog.art com a una categoria genuïna de net.art.

Per què no hi ha grans artistes webloggers?

Marie Omann, estudiant de la Universitat de Copenhagen que en el seu projecte final analitzava l'escàs ús dels weblogs per part de la comunitat artística, va enviar un qüestionari a diferents persones vinculades al món de l'art i els blogs, que s'iniciava amb la següent pregunta:

After having done research on the artblog phenomena for a couple of months now, I'm surprised to find that not many artists use this media. Personally I would find it an ideal space for artistic exhibition, exploration and exchange. Do you have an explanation to this?

Marie Omann. Extret de [Art blogs](#), Eyebeam reBlog.

Abans de veure algunes reaccions de l'enquesta, volem aclarir que en el cas d'Omann el blog art, a diferència de Christina Ray, fa referència tant als blogs que recullen

manifestacions artístiques de qualsevol tipus, o a mena de dietari o llibre d'artista, com els blogs utilitzats en tant que mitjà d'experimentació artística en ells mateixos, frontera en ocasions poc clara però que, al nostre entendre, cal mantenir.

L'integrant de l'MTAA de Brooklyn, T.Whid, a instàncies de les qüestions plantejades, exposa algunes de les causes que ell considera rellevants. La primera que addueix és la tecnofòbia que demostren bona part dels artistes cap al plantejament de traslladar la seva creació al format digital, opció que considera que no és temuda per fotògrafs o dissenyadors, molt més acostumats a la utilització d'eines tecnològiques:

I'm not sure why more artists don't maintain blog-like web sites. Those artists who don't use technology in their work I've found to be fairly computer-phobic. You find many more photographers and designers in the 'blogosphere' than your average fine artist.

T. Whid. *Art blogs*

Aquesta raó, però, creiem que la podem considerar prèvia, ja que no fa referència específicament a la relació artista-weblog sinó a la d'artista-tecnologia. Així, doncs, el que caldria plantejar és la raó per la qual els artistes que ja han superat la barrera tecnològica i han fet el salt a internet no manifesten cap interès per explorar el potencial artístic dels weblogs, ja sigui com a simple vehicle de documentació de les seves obres o bé com a pràctica artística en ella mateixa.

En un sentit similar, [Tom Moody](#), artista visual de Nova York i reBlogger el 2004, respon al mateix qüestionari a instàncies d'algú que s'identifica amb les inicials M.O. (deduïm Marisa S. Olson) sobre la relació pràcticament inexistente entre art i blogs.

Tom Moody també ho atribueix a raons que poden ser considerades les mateixes que anys enrere ja plantejava el net.art: exposa els problemes de l'endarreriment de les galeries respecte aquest tipus d'art no material, idees sobre art popular en oposició a una concepció més clàssica de les Belles Arts, o la manca de competència tecnològica tant dels artistes com dels potencials compradors. D'entre els motius que exposa, i que podem considerar que afecten específicament els blogs, trobem la prevalència de Flash com a tecnologia *de moda*, i la incapacitat de les galeries per reaccionar a temps als nous i ràpids canvis tecnològics.

La discussió generada en els diferents blogs pot ser seguida en el treball resultant de la investigació duta a terme per Marie Omann titulat *Art Blogs: Why Such a Timid Emergence?* [Omann, 2004], on recull i analitza les respostes obtingudes de les diferents parts.

A partir dels resultats, n'extreu conclusions que en la seva majoria no podem considerar lligades a la relació específica entre artista i blogs, com la divisió entre artistes que s'oposen la tecnologia i artistes favorables a la seva utilització, o els escassos beneficis econòmics obtinguts i que obliguen els artistes a treballar en feines convencionals davant ordinadors, que els fan rebutjar la tecnologia com a eina de creació.

D'altra banda, Omann considera que no tots els artistes estan capacitats per mantenir actius diaris online, que en la majoria de casos són abandonats. Aquest fet és degut en part a la poca difusió que tenen, rebent poques visites i pràcticament cap comentari, afavorida aquesta poca visibilitat pel costum dels artistes de no comentar les obres dels altres artistes, anant amb aquesta actitud en contra dels principis bàsics que regeixen la creació i dinamització de comunitats de weblogs, basades en els comentaris i enllaços, com hem vist anteriorment. Malgrat aquesta mentalitat que podem qualificar d'arcaica en àmbits com el d'Internet, cal destacar que cada vegada són més els artistes, principalment lligats a l'art dels mitjans, que demostren un alt grau de comprensió i adequació a les característiques del mitjà.

Finalment, Omann deixa oberta la possibilitat a l'expansió de l'ús del weblog entre els artistes considerant-la una qüestió de temps, sobretot lligada al desconeixement actual del mitjà com a tal per part de la comunitat artística i a la mentalitat tradicional que ha de ser superada per aproximar-s'hi.

La recuperació actual del terme Blog art

No ha estat fins l'agost de 2005 que el concepte blog art ha estat recuperat per Marisa S. Olson, editora i *curator* de Rhizome, i Abe W. Lincoln en un blog anomenat d'aquesta mateixa manera, *Blog art*, i que pretén convertir-se en un recull de les obres de blog art (en aquest cas sense el punt entre paraules hereu del net.art) més interessants. Cal fer esment, però, que ara com ara es limita a un llistat de vincles als blogs considerats artístics sense cap mena de justificació (només s'hi inclouen breus comentaris informals) ni

classificació que permetin intuir quins criteris d'inclusió han estat emprats ni assentar les bases per a una possible ordenació del territori del blog.art.

També l'agost de 2005 s'ha posat en marxa una iniciativa a No org.net anomenada *¿Blog?* que pretén recollir tant obres d'art que utilitzen els blogs com a eina com articles relacionats amb el fenomen del blog art:

The ¿blog? project takes blog as art and as a stage for net artworks investigating the language, the aesthetics, the impacts and the practices of blogs, blogging and the blogosphere.

(...)

¿Blog? project acts (is envisioned to act) as a platform for an open discussion on the topic and as a pool for submitting works. No-org.net invites submissions of art projects making use of blog as a tool, subject, or both as well as texts investigating the blog-art interplay in a broad sense.

Extret de *¿Blog?*

Ens trobem, doncs, en una fase encara molt incipient per parlar amb propietat de l'existència de quelcom que podríem anomenar blog art, si bé és cert que cada vegada són més les manifestacions amb intencionalitat artística dutes a terme amb el format del weblog i l'atenció que reben per part d'institucions relacionades amb l'art digital.

No obstant això, en el nostre cas preferim referir-nos a *usos creatius* per mostrar les experimentacions en un sentit ampli que s'estan duent a terme amb aquestes eines. Així doncs, descriurem alguns dels usos dels weblogs que hem considerat que s'allunyen, en major o menor mesura, dels habituals i que poden obrir escletxes per, en un futur, entrar a formar part del blog.art.

Abans, però, volem deixar constància que alguns d'ells no són pròpiament blogs, ja que no compleixen tots els requisits que hem descrit en l'apartat de *característiques*. No obstant, hem cregut convenient rebaixar el grau de rigorositat en aquest sentit (i admetre webs no gestionades amb sistemes de publicació, manca de seguiment d'estàndards o de sindicació...) per poder incloure totes aquelles webs que hem considerat interessants i que, això sí, podrien ser fàcilment adaptades al format més estricte del blog, beneficiant-se a la vegada de les eines que proporciona.

També hem optat per identificar una sèrie d'usos que ens han permès ordenar aquests blogs i, d'aquesta manera, fer una primera classificació que persegueix objectius principalment funcionals, més que no pas un intent d'assentar categories dins d'un territori que, repetim, encara està per explorar.

Usos literaris/narratius

El diari personal

a) De ficció

El primer ús que deriva directament del format blog és el literari. Fer-lo servir tant per narrar les pròpies experiències com per ficcionar vides d'altres com si fossin la pròpia o esdeveniments que mai han succeït. Aquesta nova manera de fer literatura ha generat un nou concepte: el de la blogonovel·la, específica de l'àmbit dels weblogs.

Així doncs, una blogonovel·la reuneix totes les característiques del weblog: breus entrades periòdiques que narren en primera persona esdeveniments que tenen lloc en el temps present, i servint-se de les possibilitats de contingut multimèdia que ofereix internet. Així doncs, tot allò que succeeix al món presencial pot modificar el desenvolupament de la trama, que esdevé molt més creïble, permeten establir ponts entre la realitat i la ficció. Hernán Casciari, escriptor argentí, és considerat el creador d'aquest nou gènere amb el *Weblog de una mujer gorda*, que narra les aventures en primera persona de Mirta Bertotti i la seva família, i que no desvetlla en cap moment la identitat real de l'autor. Aquesta primera blogonovel·la serà recentment publicada amb el títol *Más respeto que soy tu madre*, ha estat duta al cinema en un migmetratge d'Hernán Botta, i actualment se'n pot seguir una nova temporada a la web original.

Del mateix Casciari són un altre diari ficcionat, en aquest cas d'un personatge que sí que existeix en la realitat, *Letizia Ortiz*, on hi exposa els seus pensaments més íntims sobre tot allò que li succeeix, i el del *vident Juan Dámaso Miranda* que realitza profecies responnent a les preguntes dels lectors sobre el futur que els espera.

En una altra línia, buscant l'efecte de realitat, una mare i la seva filla de 4 anys van emprendre un viatge imaginari que les va dur a visitar Europa en tren des de Gotèborg.

L'*Imaginary journey*, les va dur a ciutats com Tallin, Riga, Vilnius, Berlín, París, Londres... totes sense moure's de Helsinki, des d'on trobaven la informació necessària per documentar el blog del viatge. A més, van sol·licitar la col·laboració de tothom qui pogués estar interessat en enviar-los impressions i vivències que poguéssin incorporar a la ruta, les quals queden documentades a la secció *exchanges*.

Similar a l'obra de Sophie Calle de 1983, *El llibre d'adreces*, trobem el blog desaparegut (però [recuperat a través de archive.org](#)) *I found some of your live*. Sophie Calle va trobar una agenda, a partir de la qual va començar una sèrie d'articles al diari francès Libération on intentava desxifrar la personalitat del seu propietari, a través del testimoni de les persones que tenia apuntades a l'agenda i amb les que Sophie Calle va contactar. De manera similar, l'autor de *I found some of your live* va trobar una tarja de memòria d'una càmera digital en un taxi, que el va dur a començar un blog narrant les experiències a les quals imaginava que responien les imatges:

You are unknown to me.

Your camera's memory card was in a taxi; I have it now.

I am going to post one of your pictures each day.

I will also narrate as if I were you.

Maybe you will come here and reclaim this piece of your life.

I found some of your live.

En un altre nivell, de ficcionalitat molt més evident, però seguint amb el gènere biogràfic, trobem altres blogs com el de [Julius Caesar](#), l'emperador romà, que escriu en primera persona sobre les seves vivències com a emperador o el [Diario de un canario](#) que també explica en primera persona la vida d'un canari anomenat Valfri.

b) Real: *Reality blogs*

Tot i que d'entrada compartixin les mateixes característiques amb els relats de ficció, hi ha casos en què la narració que s'exposa al blog es correspon amb la vida real del seu autor, que en certa mesura esdevé un personatge del seu propi blog. La seva vida es converteix en una *performance* contínua que és exhibida i deixa constància a través del weblog. Una mena de reality show en format weblog.

Aquest és el cas de Marisa S. Olson, que durant tres mesos va convertir-se en aspirant a formar part dels concursants del programa American Idol (deduïm que es tracta d'un equivalent a l'*Operación Triunfo* espanyol), de la cadena Fox d'Estats Units. Al [Marisa's](#)

American Idol Audition Training Blog, Marisa S. Olson explica tot el procés d'entrenament al que es va sotmetre per poder aspirar a ser una de les escollides.

Com ella mateixa explica, el blog va adquirir popularitat gràcies a les cerques de navegants interessats en el programa, que arribaven per primera vegada al blog per accident però que ben aviat se'n feien lectors habituals. Aquesta fama li va permetre de vehicular altra mena d'idees, relacionades amb qüestions de gènere o polítiques:

As the diary/training progresses, I dug into the politics of the show (Fox, gender issues, etc) and general stereotypes about fame, beauty, and talent., which the show often perpetuates. As my “training” ran concurrent with the build up to the 2004 Presidential elections, I tried to cast the project as a campaign and to encourage readers to vote on issues ranging from wardrobe selection to public policy (...)

Marisa S. Olson. [Extret de Rhizome](#).

El blog va ser complementat per un [molog](#) que afegia un cert caràcter documental al que Marisa explicava en primera persona al blog. Un cop acabat el procés de selecció i no ser escollida per participar al concurs, va donar per tancat el projecte.

Un altre exemple que parodia el gènere dels reality shows a internet i en format blog és el [Big Blogger](#), un fotoblog col·lectiu on 20 persones competeixen entre elles a través de la publicació d'entrades de text i imatge sobre la seva vida quotidiana, els quals reben una puntuació en base a [unes normes](#) definides per l'organització i que afavoreixen una sèrie de comportaments dels participants si volen obtenir més punts. Els bloggers que aconsegueixen una puntuació major poden participar a la següent temporada del concurs, mentre que els restants són eliminats.

Molt menys efectista que Big Blogger, Raphael Grignani va proposar el gener de 2003 a 12 persones de diferents llocs del món que retratessin amb un mòbil 24 hores de la seva vida, en un projecte que va titular [24](#). El resultat és una única plana amb 12 columnes, cadascuna amb les imatges de cada participant. Es forma, doncs, un collage que intenta representar i afavorir la comparació entre 12 diferents maneres de viure, quedant reflectides diferències de paisatges, aliments i persones, però també elements comuns a bona part de les imatges.

Amb una voluntat més activista, el 2004 Antoni Abad va repartir a taxistes de la Ciutat de Mèxic telèfons mòbils equipats amb càmeres amb els quals els taxistes podien publicar

diractament en una web imatges, textos, sons i vídeos. Així doncs, en el projecte [Taxi](#), es donava veu a un col·lectiu, el dels taxistes, que retrasmeties en primera persona tot allò que creien d'interès. Gràcies al testimoni d'un bon nombre de taxistes se'ns permet generar una imatge prou rica d'aquest col·lectiu a Mèxic, que com un d'ells explica:

El trabajo diario del taxista, va de 10 a 14 horas diarias , 6 días a la semana, toman descanso el día que su carro no circula. Dentro de este horario hay a quienes les da tiempo de ir a comer a casa, o hacer escala para una comida corrida, pero la mayoría aplica la dieta “T”: tacos, tortas o tamales y su refresco. Tienen su lado emocionante, les encanta conocer todo tipo de personas, lugares; cada taxista tiene una gran historia que contarnos, cada taxi tiene su anécdota.

Sitio Radio.

Sobre la mateixa base de donar veu a certs col·lectius que habitualment tenen poca visibilitat a través de la publicació de continguts via mòbil, Abad ha dut a terme altres projectes: el [Proyecto Gitano](#), a Lleida i León, on persones pertanyents a l'ètnia gitana narren la seva manera de viure i de pensar i actualment duu a terme la mateixa experiència amb el [Canal Invisible](#), on es dóna la veu a les prostitutes de Madrid.

D'aquesta manera, segons [ell mateix exposa](#), aconseguix trencar amb la imatge habitualment negativa d'aquests col·lectius que ofereixen els mitjans de comunicació de masses, i els estereotips que se'ls apliquen.

Finalment, certament allunyat dels casos anteriors, volem mencionar el blog [A day in the life of Miss mcDonald's](#), obra d'una dona filipina que narra la seva vida com a esposa del famós Ronald McDonald. Ho fa a través de fotografies que publica setmanalment al seu blog, evidentment, vestida de la mateixa manera que el seu marit.

Altres usos literaris

A banda de l'estricta biografia, els weblogs també són emprats com a eina d'expressió personal amb voluntat artística. Aquest és el cas de l'artista russa Olia Lialina, que ha adaptat la seva obra de 1996 [My boyfriend came back from the war](#) al format blog. Si bé amb aquest trasllat manté l'estil directe, creiem molt més interessant la primera versió, on la tria d'opcions comporta una major implicació de l'usuari, establint-se una relació pràcticament de diàleg, que es perd amb la seqüencialitat i perfecta ordenació del format weblog, la qual impedeix la descoberta d'opcions de manera no lineal i, per tant, mancada de sorpresa.

Un altre ús a mencionar és l'utilització de textos no originals de l'autor del weblog com a matèria primera de les entrades, sinó que són obtinguts d'altres autors. Aquest és el cas de *El hombre que comía diccionarios*, una recopilació de fragments literaris de procedència diversa, organitzats en forma de collage i sense la data de publicació, de manera que s'afavoreix la lectura en un ordre aleatori, no tan condicionat pel cronològic lineal que sol ser habitual als weblogs.

També amb textos d'un autor aliè al weblog podem destacar el cas del blog que conté els *diaris de Franz Kafka*, format ideal per albergar-los i també per dur a terme discussions entre els seus lectors. Un altre famós diari volcat a weblog és el de *Samuel Pepys*, escriptor londinenc del segle XVII, i que és publicat diàriament, els mateixos dies que l'autor original l'escrivia però 343 anys més tard.

La possibilitat de crear weblogs col·lectius ha facilitat també la proliferació de cadàvers exquisits, en que dos o més autors treballen sobre un mateix material comú, afegint de manera successiva nous elements, noves entrades en el cas dels blogs. Un cas és el blog de *Sarah i Ahmad*, que escriuen una narració a quatre mans, alternativament, amb el condicionant a priori de que cada post ha de constar de cinc frases.

Finalment, com a mostra de weblog col·lectiu que utilitza les paraules de manera creativa podem mencionar els blogs que busquen la creació d'acrònims, una mena de joc col·lectiu on cada entrada és construïda amb l'objectiu que cada frase comenci per cadascuna de les lletres de l'última paraula de l'entrada anterior. La *versió anglesa* va ser tancada amb 3000 entrades i actualment encara hi ha activa *l'espanyola*.

Experimentació amb el propi mitjà

Un dels primers usos artístics de qualsevol tecnologia és el que intenta buscar els límits del propi mitjà, pervertir la seva lògica de funcionament i crear una estètica a partir de forçar la pròpia eina. Si en el terreny del net.art trobem casos com els de *Jodi*, en l'àmbit dels weblogs també han aparegut conductes que imiten la seva transgressió del mitjà.

Així doncs, aquest és el cas de *Jimpunk* i *Abe Lincoln*, creadors de *Screenfull.net*, els quals inunden la pantalla d'imatges i animacions gegantines de diverses procedències i textos il·legibles sobre fons igualment d'imatges, però tot plegat gestionat a través de blogger,

amb la consegüent sindicació de continguts i manteniment d'estàndards, però sense altre objectiu que l'experimentació amb el mitjà.

Dels mateixos autors podem esmentar [la versió](#) del weblog de Eyebeam sobre art i tecnologia, reBlog, també amb una estètica que l'inutilitza per l'objectiu informatiu per al que ha estat dut a terme. I de Jimpunk, en una línia similar, [\(Web TV\)](#), un blog col·lectiu que utilitza el llenguatge de la televisió per plantejar com els nous mitjans digitals afecten la televisió tradicional.

Finalment el [blog de Jimpunk](#) és una darrera mostra de la utilització del blog amb finalitats purament experimentals, si bé amb un grau de transgressió menys acusat que en els dos exemples anteriors, però amb la mateixa voluntat de dificultar la lectura, com ho demostren les imatges excepcionalment grans que són impossibles de visualitzar en un monitor en la seva totalitat i de les quals només en podem percebre fragments.

Si Jimpunk utilitza imatges sobredimensionades que dificulten la lectura, el cas oposat és el de Alan Outten, que assegura tenir [el blog més petit del món](#), que consisteix en una web navegable i amb totes les funcionalitats operatives en un espai de 18 x 18 píxels. Malgrat que la lectura esdevé impossible en un espai tan petit, sí que permet una navegació prou eficient entre planes, que en el moment de ser mostrades són obertes en una finestra de navegador nova en mida convencional.

En una línia més poètica, trobem [Muteblog](#) de Christina Ray, un blog en què els links no són referenciats a través de text sinó que només es mostra una petita franja d'imatge pertanyent a la web a la que apunten per a cada post, equivalent en mida a una línia de text. Les entrades, doncs, s'uniformitzen i només es diferencien per les variants de colors i formes, que només obren una escletxa abstracta a la web a la que apunten. Així doncs, la navegació esdevé pràcticament cega, amb l'única guia que proporcionen els fragments d'imatge, i absolutament carent de text.

De la mateixa autora, trobem [Metabetablog](#), un weblog les entrades dels quals són imatges generades a partir de la recombinació d'elements dels posts creats amb Movable Type quan aquest estava en fase de proves. En cada imatge s'hi superposen diferents capes de contingut, a la vegada provinent de diferents fonts: d'una banda el text, mancat de tota coherència per la mescla arbitrària de frases, i de l'altra imatges barrejades amb diferents graus de transparència que es combinen amb el fons, també provinent del color

de fons d'un dels blogs que han originat la imatge. Malgrat que el resultat visualment no creiem que sigui brillant, cal destacar l'ús de dades externes com a matèria primera per a la generació d'imatges, absolutament arbitràries a priori, i que generen imatges d'entrada imprevisibles.

Col·leccions

Un dels usos immediats que deriven de les característiques dels weblogs és el de col·leccionar tota mena d'elements, ja siguin de text, imatge o vídeo. Si bé tots els weblogs els podem entendre com una col·lecció d'entrades, n'hi ha que amaguen una intencionalitat clara de crear un conjunt que adquireix valor i significat com a tal, per la suma de totes les aportacions individuals, que per si soles no el tindrien.

Així doncs, la periodicitat dels blogs i la possibilitat de col·laboració que faciliten són aprofitades per dur a terme iniciatives que resulten en projectes artístics.

Un dels més coneguts és el de [PostSecret](#), en que l'autor, Frank Warren, facilita una adreça de correu postal perquè tothom qui ho vulgui pugui fer arribar les seves postals fetes per ells mateixos, les quals en una de les cares hauran de dur escrit un secret íntim del remitent, que es manté anònim. Només posa dos condicionants: el secret ha de ser vertader i mai ha d'haver estat explicat a ningú.

L'autor digitalitza i publica en el blog els secrets de les postals que rep d'arreu, unes 40 o 50 per setmana entre les quals selecciona les que seran publicades. Com ell mateix reconeix, moltes busquen l'absolució, explicant els seus secrets més íntims per alliberar-se de la càrrega que suposen.

La mateixa idea, però realitzada de manera exclusivament textual, és la de [Group Hug](#), un projecte iniciat per Gabriel Jeffrey el 2003, al que s'hi ha afegit Adam Breggenzer, i que proposa als lectors enviar les seves confessions a través d'un formulari. De la mateixa manera que Frank Warren, els secrets són publicats en el weblog de manera absolutament anònima, només acompanyats d'un número identificador.

Creant una entrada diària, a mena de conte abans d'anar a dormir, trobem el projecte *1001 nights cast*, en que Barbara Campbell narra una breu història cada nit. Una mena de performance a internet que té previst dur a terme durant 1001 nits. Les històries

sorgeixen de la interacció entre els lectors i l'autora: Barbara Campbell proposa una paraula o frase de punt de partida que extreu de les notícies del dia i, a través d'un formulari, els lectors poden fer arribar les seves propostes, que són adaptades per l'autora per a la publicació diària.

Un altre tipus de col·leccions habituals són les fotogràfiques: els fotoblogs afavoreixen la publicació diària d'imatges sobre un mateix tema, convertint-se en una rutina més pels seus autors, i que permeten mostrar visualment certes evolucions.

Una de les de més llarga durada, és la que duu a terme Jonathan Keller des de 1998 (i encara ara) sota el títol *The Adaption to my Generation*, i que consisteix en un autorretrat diari (a l'estil de les fotografies de carnet) a partir del qual poder veure la seva evolució del llarg del temps. Cadascun dels anys completats del projecte és recollit en una plana, on hi ha les 365 fotografies, una al costat de l'altra, sense cap mena de comentari.

La intenció del projecte és la de percebre els canvis que sofreix el seu autor al llarg del temps, tant en períodes llargs com en d'altres més curts. A banda de les respostes a preguntes dels visitants que trobem en un FAQ de la mateixa web, l'única referència sobre el projecte que ens dóna pistes sobre el seu objectiu és l'enllaç a l'entrada de la wikipedia d'Ernst Haeckel, un biòleg i filòsof alemany que va popularitzar les teories de Darwin a Alemanya. Podem concloure, doncs, que aquest projecte tracta sobre l'evolució, no tan sols d'ell com a individu, sinó, i a mida que avança el projecte (que pretén continuar-lo fins el dia de la mort) en un sentit més ampli:

Initially, I thought of the project focusing on the differences that one can see in the self from day to day. Same person, different personas. As the project grew and grew, it became more about the process of the whole. I began to look at the long-term changes that occur parallel to the short term changes. These changes will become more and more apparent as the project ages 20-30+ years. Now I'm looking towards the end. It's a morbid proposition, but something that must be faced.

(...)

The longer I continue, the less I feel like the project represents me as an individual.

Jonathan Keller. [Extret del FAQ de *The Adaption to my Generation*](#).

Hi ha d'altres casos d'autors individuals que publiquen cada dia una imatge sobre un tema concret. A [Obsessive Consumption](#), Kate Bingaman, ha publicat [tot allò que ha comprat al llarg de 2 anys](#). A banda de les compres, també hi inclou [un llistat](#) amb totes les

possessiones dels lectors que li ho han fet saber via correu electrònic i els [extractes bancaris que va redibuixar](#) a mode càstig fins haver acabat de pagar les factures. Tot plegat, una evident crítica al consumisme de la societat actual.

Exclusivament centrats en el format blog, trobem els casos de Nico Van Hoorn, amb [Trashlog](#), que cada dia recull una peça de les escombraries i en publica la seva imatge i, en una línia molt similar, Gustavo Romano deixa constància del que ha deixat cada dia a la seva butxaca a [Pocketlog](#).

En l'àmbit dels videoblogs també trobem propostes que creen col·leccions significatives. Johanna Marxer cada matí grava un minut de video, que és transmès a les 10 del matí a la seva web, [Minute Library](#). A més de l'apartat del present, on s'hi mostra el video del dia, es pot accedir a la secció *past*, on hi ha l'arxiu de tots els videos publicats i a la de futur, on hi ha mencionats els temes que formaran part dels videos futurs.

Uns altres videoblogs a destacar, més propers al terreny de la publicitat i rere un format equivalent al dels reality shows televisius, són els d'una dona de 26 anys que es fa anomenar [Mary](#) i un home de 35 que es fa anomenar [Bob](#), si bé no són noms reals, i que formen part d'una àmplia campanya antitabac nord-americana promoguda per l'[American Legacy Foundation](#). En els blogs, s'il·lustra amb video el procés en que Mary i Bob deixen de fumar, amb una entrada de video diària que és complementada amb un blog escrit que testimonia les sensacions del dia a dia. A banda del blog també hi ha un apartat de testimonis dels visitants de la plana en que exposen les seves experiències al deixar de fumar.

Usos creatius respecte a la idea de comunitat

Si bé ja hem vist alguns casos en què la creativitat es beneficia de la possibilitat de col·laboració entre diferents persones, tots ells corresponien a weblogs únics als que hi feien aportacions diferents autors.

Ara ens ocuparem del cas contrari: usos creatius en que hi participen diferents persones de diferents weblogs, de manera que s'enforteix la idea de comunitat al quedar vinculats entre ells generant xarxes socials, característiques de la blogosfera.

Memes

La primera manera de vincular blogs i, per tant, persones són els memes que es propaguen per la xarxa a mena de joc.

El terme *meme* és un neologisme que va ser creat per Richard Dawkins, i que guarda similitud amb altres paraules com gen, memòria i mímesi. De la mateixa manera que la transmissió biològica es duu a terme a través dels gens, la transmissió cultural es transmet a través d'idees, que formen part de la memòria i s'adquireixen per mímesi, aprenentatge o assimilació i que s'articulen a través de memes. Malgrat que la teoria dels memes és complexa, a la xarxa s'ha adoptat el terme per designar certs temes que es propaguen en cadena a través blogs.

El maig de 2005 es inicià un concurs promogut per Eyebeam, el *Contagious Media Contest*, que explorava la capacitat d'expansió de certs continguts a la xarxa. Durant dos mesos va fer el seguiment de la difusió dels rumors participants, els quals havien estat creats específicament amb l'objectiu de ser altament atractius perquè es propaguessin per la xarxa de manera viral. El que major trànsit generés, seria el guanyador. Com afirma el creador del terme *contagious media*, Jonah Peretti (conegut per la polèmica que va generar seva discussió amb Nike sobre l'inclusió del mot *sweatshop* a unes sabatilles que la marca personalitzava segons els desitjos dels compradors), aquestes tècniques virals són una bona via a explorar per aconseguir grans audiències a Internet i fer arribar els missatges als seus usuaris:

The work starts small and spreads virally to millions of people without any promotions, advertisements, or press releases. In the end, the mass media picks up the story as a trend, and the work is able to permeate the culture at multiple levels.

This low-budget, bottom-up approach makes it possible to create a global cascade that begins with a small group of friends and extends to the set of CNN or the Today Show. These Contagious Media Experiments suggest new opportunities for artists and activists in the networked age.

Jonah Peretti. *Contagious Media*.

Molts d'ells són proposats per una persona que, a través d'un breu qüestionari en molts casos, insta a un altre grup de persones a respondre'l i convidar un altre grup de contactes a fer el mateix. D'aquesta manera, el meme s'estén per la xarxa i es creen vincles entre blogs que, d'entrada, no haurien tingut mai cap relació.

Com a exemples podem mencionar el [meme musical](#) que va contestar bona part de la blogosfera hispana o el [23/5](#) que consistia en que cada participant havia d'agafar un llibre, obrir-lo per la plana 23 i copiar la cinquena frase, o el de [100 things about me](#), que recull els usuaris que van seguir el meme de posar a la plana de contacte del seu blog un llistat amb 100 elements que els caracteritzaven.

Malgrat no tractar-se explícitament d'un meme, volem citar la iniciativa del [BlogDay](#), en que el 31 d'agost de 2005 es convida a tots els autors de blogs a publicar 5 enllaços a blogs que no formin part de les seves lectures habituals, sinó que pertanyin a d'altres cultures, punt de vista i posició. Una iniciativa per afavorir el diàleg entre cultures i crear nous vincles dins la comunitat.

A banda dels memes basats en qüestionaris, n'hi ha de fotogràfics, sobretot els proposats en base a tags de Flickr, en que cada participant penja una fotografia en el seu compte a la qual li otorga un tag (o paraula clau) determinat. Al fer la cerca del tag a Flickr, el resultat seran totes les imatges dels participants al meme. Els exemples de memes en Flickr són molt abundants, però en destacarem dos: [What is in your bag](#), on els participants mostraven que el contingut de la seva bossa un dia determinat o el de [Transparent Screens](#), on els usuaris penjen imatges dels seus ordinadors com si tinguessin la pantalla transparent i es pogués veure el fons de la sala on estan.

Finalment volen destacar un projecte que en essència intenta difondre el que podríem considerar un meme però que, creiem que de manera desafortunada, no aprofita les potencialitats dels weblogs per fer-ho. El projecte es titula *El proyecto del buen rumor*, està produït i presentat per InSite 05 i actualment es troba en marxa. La intenció del projecte és propagar, per contra del que sol ser habitual, un rumor positiu, a la regió de San Diego-Tijuana, per millorar la impressió que els habitants d'aquesta zona fronterera de Mèxic i Estats Units tenen respectivament. Seguint mètodes de l'àmbit de la sociologia, aquests rumors estan essent estesos de manera similar a un meme a la blogosfera, amb la diferència que, d'entrada, es basen en el boca a boca real. Així doncs, les persones escollides de cada banda difonen la idea positiva sobre la població de l'altra banda de la frontera a un altre grup de persones, els quals a la vegada la difonen dins la seva xarxa social. Si bé aquest sistema pot tenir certs avantatges (major control de les persones que accedeixen al rumor, per grups socials, sexe, raça...) no es beneficia del potencial disseminador dels blogs, així com tampoc de l'automatització en el tractament de les dades, que ara com ara són introduïdes manualment pels participants en el projecte.

Altres iniciatives

A banda dels memes volem destacar altres iniciatives, potser més anecdòtiques en relació al nostre objectiu, però que considerem interessants com a enfortidores de les relacions socials en xarxa.

La primera que volem destacar és l'amic invisible que, proposat per [Awacate](#) i [Blogpocket](#), es va començar a dur a terme el desembre del 2002 entre els membres de la blogosfera hispana i que seguia el funcionament dels amics invisibles tradicionals: d'entre tots els participants es sortejaven els corresponents amics que es mantenien en secret, acabant amb un regal que, en aquest cas, havia de ser virtual (una imatge, un poema...). Una iniciativa que encara es duu a terme i que sens dubte esdevé un element de cohesió de la xarxa.

Finalment, destacar les habituals trobades de webloggers a diferents ciutats i que són anunciades amb antel·lació a través dels weblogs convocants on, a través dels comentaris, es crea la llista d'assistents i es concreten els llocs de trobada. Una de les trobades amb més poder de convocatòria és el [Beers&Blogs](#), que José Luís Orihuela proposa des de eCuaderno a les diverses ciutats que visita.

Usos irònics

De la mateixa manera que hem apuntat algunes [disfuncionalitats dels weblogs](#), aquestes són en molts casos posades de manifest a través de l'humor, en blogs que duen al límit els defectes del sistema.

Un dels més coneguts és [The dullest blog in the world](#) (el blog més avorrit del món), que ironitza sobre els continguts en molts casos absolutament banals que inunden la blogosfera. L'autor, que es fa anomenar The Dullest Blogger, narra accions quotidianes en principi carents de qualsevol mena d'interès com poden ser moure un objecte d'un lloc a un altre, tancar un llum o dur un plat a la cuina:

There was an empty plate sitting on a surface in one of the rooms of my house. I picked up the plate and carried it into the kitchen. I then deposited the plate upon one of the kitchen work surfaces.

[Taking a plate to the kitchen](#). The dullest blog in the world.

Malgrat que pugui semblar d'una banalitat extrema, aquest blog duu a l'extrem conductes molt habituals a la blogosfera, en que bona part de les entrades fan referència a la vida quotidiana dels seus autors, i que en la majoria de casos no haurien de tenir interès per a ningú. Aquesta hiperbolització assegura un alt grau de reconeixement per part de la resta d'autors, que hi veuen la seva conducta reflectida. A la vegada, un alt nombre de lectors segueixen el fil al Dullest Blogger i comenten les seves accions com si realment fossin excepcionals. L'entrada anteriorment recollida, el dur un plat a la cuina, ha rebut més de 900 comentaris.

Tractant aspectes similars (l'habitual banalitat dels continguts) però d'una manera diferent, trobem [Autoblogger](#), mencionat [anteriorment](#), que posteja els continguts de manera automàtica, sense necessitat de la intervenció de l'autor. Amb aquest programa, de funcionar tal com publiciten, s'evidencia la facilitat de crear blogs de gran popularitat i amb un alt nombre de visites. No cal, doncs, que un humà faci l'esforç de pensar i escriure continguts interessants, sinó que aquesta tasca la poden realitzar màquines. És evident, doncs, la crítica a tots aquells que ingènuament creuen en l'èxit de blogs sense cap mena d'esforç, respaldada per [alguns dels webloggers](#) més importants de la blogosfera.

Un altre aspecte de la blogosfera que es presta a caricaturitzar és el dels premis i els rànquings. I és que, cada vegada més, hi ha una proliferació major concursos de weblogs i llistats dels més populars, de manera que resulta pràcticament impossible arribar a un consens. La majoria de directors tenen els seus propis *tops*, basats en els enllaços entre els blogs registrats (com és el cas del [Top 500](#) de Bitácoras.com, que en molts casos és pres com la referència de l'àmbit dels blogs en llengua espanyola, si bé deixa de banda els que no estan registrats). De premis als millors blogs també n'hi ha cada vegada més, si bé n'hi ha que tenen una més llarga tradició i prestigi, com és el cas dels [Bloggies](#), [The BOBs](#), de l'emissora Deutschen Welle, els [Weblog Awards](#) o, en el cas espanyol, els que otorga el diari [20minutos](#), tots ells escollits per votació popular.

Donada tanta abundància de premis, no és d'estranyar que cadascú que en vulgui un el pugui aconseguir. Per fer-ho, Frida Beka ha creat el [Weblog wannabe award o matic](#), una eina per generar premis que proporciona el codi HTML perquè l'usuari l'incorpori a la seva pròpia plana.

Altres

Tot seguit exposarem dos projectes que no hem volgut incloure en la resta de categories i que, potser per la seva dificultat de classificació, hem cregut especialment originals pel que respecta a l'ús dels blogs com a eina de creació.

Jocs

Richard Rinehart proposa [Reading Class](#), un joc basat en el format weblog, al que hi ha afegit en un lateral de la pantalla un tauler sobre el qual s'avança en el joc a partir de respondre a preguntes que, en funció de l'opció escollida, mostren una o altra entrada del weblog.

El blog es planteja com una narració sense un argument clar on s'hi mesclen textos aliens amb reflexions pròpies de l'autor en primera persona, tots ells tractant qüestions de classe, i que evoluciona d'una manera o altra en funció de les respostes que escull l'usuari. Les preguntes sempre impliquen un posicionament de l'usuari enfront conductes i preferències que posen de manifest diferències de classe. Com exposa el mateix autor a la plana principal del blog, l'objectiu final del joc és la creació d'un fòrum de discussió sobre el concepte de classe social:

ReadingClass strives to be journal and discussion forum - a cultural engine for revealing, exploring and critiquing social class.

Richard Rinehart. [Reading Class](#).

Volem destacar que, potser per primera vegada, aquest projecte utilitza el programari dels blogs amb una perfecta coherència amb la intencionalitat del projecte: es tracta d'una reflexió sobre la societat a través d'un programari social.

ReadingClass uses social software to explore the social question of class. Specifically, ReadingClass is a multimedia game built inside an Internet blog; a blog being a set of standards and software used for online personal journals or conversation.

Richard Rinehart. [Reading Class](#).

Finalment, cal mencionar la bona integració del format weblog (amb totes les seves característiques intactes i, per tant, amb tot el potencial que se'n deriva) amb, en aquest cas, un joc, al qual li otorga una altra dimensió, molt més lliure i no lligada a les

restriccions del format, fórmula híbrida que creiem pot ser aplicada a molts d'altres projectes artístics que vulguin utilitzar el format blog de base.

Interactius

[Playing Grounds](#) es beneficia del *feedback* que permeten els blogs per dur a terme la creació d'una coreografia, la qual evoluciona a través dels comentaris dels lectors. A partir dels vídeos dels assajos que es penjaven al blog durant les onze setmanes del procés de creació i les entrades textuales que l'explicaven, els lectors podien enviar les seves suggerències que modificaven la coreografia dia a dia. Així, doncs, el projecte es beneficia de l'estil dialògic dels blogs, afavorint la col·laboració entre autors i lectors per crear una obra en comú, en aquest cas una coreografia.

Weblogs d'artista i weblogs d'art

Si bé queden fora del terreny que hem proposat com a [blog.art](#), volem fer una breu menció a weblogs mantinguts per artistes i que ens permeten identificar els usos que en fan, en alguns casos com a aparador o document de les seves obres i en d'altres com a diaris on exposen els seus pensaments al voltant de temàtiques diverses, principalment relacionades amb les seves experiències personals i artístiques.

Malgrat que en el treball de Omann [Omann, 2004] es posa de manifest la preocupació per l'escassetat de weblogs mantinguts per artistes, volem fer esment que, per a nosaltres, aquest fet no és ben bé així. Des de la nostra experiència hem pogut comprovar com són molts els artistes que es valen dels weblogs com a eina de difusió de les seves obres: mancats d'accés als circuits de l'art habituals, molts artistes opten per penjar reproduccions de les seves peces a Internet com a única manera de donar-les a conèixer arreu. I com hem pogut constatar, cada vegada és més habitual que aquesta publicació es dugui a terme en format blog, donada la seva facilitat d'ús, que la converteix en una bona eina per mostrar les imatges acompanyades del comentari del seu autor.

En el nostre cas, però, ens referirem a artistes que han rebut un alt grau de reconeixement en el seu camp, principalment els artistes que habitualment treballen en l'àmbit de la xarxa.

El primer cas que volem mencionar, per trobar-se a mig camí entre el blog d'artista i el blog amb voluntat artística, és el de l'artista russa Olina Lialina. El seu blog, [1000 \\$ page](#), en certa mesura recull l'esperit original d'aquest tipus de publicacions: el ser una col·lecció d'enllaços a planes que l'autor considerava interessants. En el seu cas es manté aquesta idea però amb una diferència substancial: tot plegat respon a un concurs convocat per l'artista per trobar la plana personal més interessant, que serà premiada amb els 1000 dòlars que donen nom al blog. A través d'un formulari es poden registrar les planes, que l'artista recull periòdicament en les entrades del blog, a mode de llistat de links amb els comentaris dels membres del jurat .

També a mig camí entre el blog estrictament personal i el blog com a obra artística trobem [Ozblog](#), de Mark America, del qual només en resten fragments (d'[altres fragments](#) es troben recollits a la web del MIT), principalment basats en reflexions de l'artista sobre la pròpia idea de blog i de l'escriptura per pantalla, en alguns casos aproximant-se a la idea de blog art que hem estat seguint al llarg d'aquest apartat, tot i que sense mencionar aquest concepte de manera explícita:

Blogs could be pseudo-autobiographical works-in-progress, where the artist who creates one surfs the electrosphere for useful data, samples it, manipulates it, and then exhibits it in an online environment that makes it feel like something more than just a diary website.

This will probably have to be done in the translinguistic act of writing itself. The writing I speak of is more than just a diary entry with links to things found on the net and is more than just text. It is designwriting, video ecriture, mixillogical sound art, a color field of graphic disturbance.

[The Ozblog](#). Mark America.

Per la seva banda, John Maeda, director del Media Laboratory del MIT, manté un blog anomenat [Simplicity](#), en que hi exposa les seves reflexions al voltant de la seva nova línia de recerca, amb el mateix nom del blog, i que busca els principis de la simplicitat en relació al disseny i a la tecnologia. Així doncs, Maeda se serveix del format blog tant per fer el seguiment de la seva recerca sobre les lleis de la simplicitat, que ha preestimat en setze i que un cop descobertes marcaran el final del projecte, com també de les seves vivències personals que tenen punts de contacte amb aquest tema.

En una línia més convencional trobem el blog d'altres artistes, en que combinen referències als seus treballs amb vincles a d'altres planes que consideren interessants. Un

d'ells és Mark Napier, que publica [un blog](#) com una part més de Potatoland, on deixa constància tant de les seves obres i events en els que participa com de troballes relacionades amb l'art i la tecnologia. Zefrank, artista multimèdia, també manté [un blog](#) on hi combina els seus projectes amb d'altres que li són propers. Com a últim exemple dels molts artistes que mantenen blogs en aquesta línia, podem mencionar el de [Conor Mc Garrigle](#), netartista i creador Stunned.org.

En una línia lleugerament diferent, també són molts els blogs que serveixen per a documentar el treball d'artistes.

En alguns casos funcionen com a arxiu de les obres, de caràcter efímer, de les quals només en resten imatges o vídeos, que són penjats al blog. Aquesta creiem que és una de les funcions a les que el format blog s'hi pot adaptar amb més facilitat, especialment si les accions dutes a terme tenen una continuïtat al llarg del temps.

Aquest és el cas de [Freewayblogger](#), on s'hi documenten a través de fotografies les accions del grup, obert a qualsevol persona que hi vulgui participar. Aquestes accions consisteixen en penjar a llocs ben visibles de les autopistes americanes pancartes amb missatges crítics, majoritàriament en contra de les polítiques que duu a terme el govern de Bush. Malgrat que les pancartes tenen un temps de vida limitat, al blog s'hi recullen les aportacions dels usuaris que col·laboren en el projecte, podent-s'hi consultar tots els missatges que, segons anuncien a la pròpia web, ja són més de 1800, en 350 ciutats i 50 estats.

Finalment, volem mencionar alguns blogs sobre art, alguns dels quals s'han convertit en referències dins la xarxa. Així doncs, trobem exemples com el de [We make money not art](#), que tracta temes relacionats amb art i tecnologia, el de [Wooster Collective](#), que agrupa un grup de persones lligades a l'àmbit de l'*street art*, [Networked Performance](#) de Turbulence.org sobre temes relacionats amb la xarxa i les accions, els [blogs del Walker art center](#) en que els responsables de les diferents seccions mantenen actius blogs a través dels quals s'informa de les novetats del centre o, com a últim exemple, el [reBlog](#) d'Eyebeam on s'hi republicuen, en una mena de comissariat, les entrades d'altres blogs que han despertat interès en el reBlogger (l'encarregat de seleccionar els posts més interessants i que es renova periòdicament).

En el cas espanyol podem mencionar blogs en una línia similar com [Ad*e*e Sinapsis](#) que recull notícies sobre art digital, els blogs de José Luís Brea [Agencia Crítica](#) i [Futurotopías](#), o el [reBlog](#) de w3art que, de la mateixa manera que el d'Eyebeam, recopila entrades seleccionades d'altres blogs.

Conclusions

En el present treball hem intentat donar una visió de l'àmbit dels weblogs, exposant les seves característiques per, posteriorment, poder centrar-nos en explorar les possibilitats creatives que ofereix aquest sistema de publicació.

Hem vist que, malgrat haver-hi un petit nombre de persones que utilitzen el blog amb finalitats artístiques, els casos són comptats i, ara com ara, amb una rellevància força baixa. Si bé som conscients que en part l'adopció dels blogs com a eina d'expressió artística és una qüestió de temps, volem plantejar algunes de les conclusions a les que hem arribat arran de la nostra experiència, resultat del rastreig sistemàtic de weblogs.

La primera, i més bàsica, fa referència al propi format del blog. D'entrada, volem emfasitzar la idea de que el blog és un format de publicació dins de la xarxa i no un nou mitjà, com sí que ho és Internet. Aquest format, a la vegada, té unes especificitats molt concretes i d'un alt grau de rigidesa, les quals suposen una barrera d'entrada per als artistes, que troben la seva llibertat creativa molt limitada per les exigències del sistema.

Per aquest motiu, el format blog no ens sembla el més adient per a ser usat en l'àmbit de les belles arts, com sí ho és en el de la literatura, a excepció de convertir-se en un vehicle de difusió de les obres.

La segona, és pel caràcter processual dels blogs, que d'entrada imposen la creació d'un recorregut al llarg del temps, el seguiment d'un procés en present que és ressenyat d'una o altra manera a les entrades que el conformen. Així doncs, es crea una necessitat performativa que en condiciona les possibilitats com a eina de creació.

A aquest fet hi està lligat el factor de la durada d'un blog, idealment indefinida, i que va en contra de la creació d'obres tancades. De fet, hem comprovat com la majoria dels blogs que hem ressenyat han estat clausurats, ja que responien a la idea d'un projecte concret, amb un temps delimitat. Aquesta necessitat de concreció de l'obra d'art com a peça amb un principi i un final creiem que també juga en contra de la utilització de blogs com a eina de creació artística.

Finalment, volem destacar el caràcter de registre dels blogs, que esdevenen sovint un arxiu d'accions, documentant allò que ha passat en detriment d'allò que està succeint, limitat al present. De fet, són la majoria els blogs que han quedat com a arxiu de quelcom que va passar durant un temps més que no pas els que estan tenint lloc en el moment present.

Aquesta sensació de passat és deguda en bona part a la referència explícita de cada entrada fa al temps en que s'ha publicat. La data de publicació es genera de manera automàtica i consta a totes les entrades del blog, a la vegada que és la que en determina l'ordre en que apareixen. Així, doncs, mentre que moltes de les obres de net.art poden ser executades i reviscudes en qualsevol moment, independentment de la data de la seva publicació, les de blog.art estan lligades a aquest estricte factor temporal, que els atorga una caducitat immediata, passant a ser no l'obra sinó l'arxiu d'aquesta.

Malgrat aquestes restriccions que hem mencionat, cal esperar que els blogs trobin el seu lloc dins del territori artístic, aportant tot el potencial de les eines que els són associades. D'entre elles, volem destacar les que reforcen la idea de comunitat i que considerem que, ben utilitzades, poden donar lloc a obres col·laboratives d'un alt grau de complexitat, gràcies a la participació d'un alt nombre d'usuaris.

Finalment, insistir en que ens trobem en un moment en que podem percebre com s'estan produint un conjunt de canvis a Internet, no només propiciats pels weblogs, i que s'encaminen a l'optimització de la informació continguda a la xarxa, en el que s'ha anomenat web semàntica o web de segona generació. Cal estar, doncs, atents a aquests canvis que de ben segur obriran noves vies també per a la creació.

L'estètica de les dades:

formalitzacions creatives de dades lligades a la web semàntica.

Introducció

A la primera part del treball hem pogut comprovar l'escàs ús creatiu derivat de les eines de publicació de weblogs. Malgrat ser un mitjà òptim per a la publicació de continguts a Internet i amb un gran nombre de possibilitats a explorar, la rigidesa del format i els imperatius temporals que imposa no afavoreixen la seva adopció per part de la comunitat artística, essent el seu ús força limitat.

Volem doncs, en aquesta segona part del treball, eixamplar una mica la nostra mirada i abarcar un àmbit una mica més ampli, però en el que hi estan inclosos també els weblogs, on sí creiem que s'estan duent a terme propostes creatives prou interessants i que aprofiten bona part de les potencialitats que posa al seu abast la web semàntica, descrites al [panormana general](#).

Dins d'aquest àmbit de la web semàntica ens centrarem en les possibilitats que ofereixen les metadades (dades sobre les dades) per generar, de manera automàtica, visualitzacions que il·lustren l'emergència de certes pautes a partir de la col·laboració d'un gran nombre d'usuaris.

Per fer-ho, partirem dels postulats de la visualització de la informació, disciplina lligada al processament informàtic de grans quantitats de dades per facilitar-ne la comprensió. A aquest punt inicial hi afegirem l'especificitat de les metadades sorgides arran de l'aparició de les eines de software social, les anomenades *folksonomies*, la manera d'aquestes eines per classificar els continguts, a partir de tags aportats pels propis usuaris.

Finalment, veurem alguns exemples creatius de visualització lligada a les metadades del software social, i no estrictament lligats a la transmissió de coneixement sinó al descobriment de quelcom que s'allunya de la pura informació per aproximar-se al que alguns anomenen *database art*.

Visualització de la informació a la *web viva*

La visualització de la informació és una disciplina especialment en auge donat el creixement exponencial de la quantitat de dades generades per la societat de la informació, i que necessiten ser processades per la seva comprensió.

Aquesta disciplina té una llarga tradició en la representació del coneixement (no entrarem en consideracions sobre la seva història, que poden ser trobades a Tufte 1990, 1997 i 2001), però ha experimentat canvis substancials des de la introducció de l'ordinador com a màquina per a calcular i representar les dades, i que addicionalment permet a l'usuari interactuar amb les representacions del coneixement en base a un conjunt de paràmetres que modifica en funció dels seus interessos. Com exposa Robert Spence [Spence, 2001], gràcies a la interacció que possibiliten els ordinadors, els gràfics han deixat de dibuixar-se una sola vegada, sinó que es construeixen i reconstrueixen fins que s'han percebut totes les interrelacions possibles. Una representació d'aquest tipus, per tant, no és una finalitat en ella mateixa sinó que un punt en un procés de presa de decisions.

Així doncs, i essent conscients que aquest és un tema que ha de ser tractat àmpliament en posteriors anàlisis, definirem breument uns punts que ens ajudaran a entendre la seva importància.

La visualització de la informació es basa en la creació d'imatges: d'una banda, en el processament de les dades inicials que donen lloc a una presentació visual per tal de poder ser comunicada. De l'altra banda, busca la creació d'una imatge mental en el receptor, un model mental que es forma un cop compresa la informació transmesa, i que és l'objectiu del procés.

L'esquema, doncs, segons proposa Juan Carlos Dürsteler basat en el de Nathan Shedroff [Dürsteler, 2003] és el següent: en primer lloc trobem les dades *crues*, sense processar i descontextualitzades, impossibles de ser apreheses per les capacitats cognitives de l'ésser humà, en aquest sentit molt limitades. El següent pas és la informació, entesa com el procés de donar forma a aquestes dades, on hi ha implícit el concepte d'interpretació ja que la forma sempre respon a una intencionalitat primera, al tipus de significat que se'n vol extreure de les dades. És en aquest punt on hi intervé la idea de visualització de la informació, que és l'encarregada de *materialitzar* aquestes dades, concretar-les en

quelcom abarçable per l'ésser humà. A aquesta presa de forma de les dades li segueix el coneixement, on ja s'hi precisa la intervenció d'un receptor en relació a la formalització de les dades i que sorgeix de l'experiència de la interacció entre ambdues parts. Finalment, el procés desemboca en la saviesa, no tant lligada a les dades concretes que han estat absorbides com a la creació de patrons que serviran de matèria primera per relacionar-los amb d'altres, en una acció sinèrgica i lligada a les circumstàncies úniques de cada persona.

Vist des d'un altre punt de vista, podríem considerar que aquest procés busca la possibilitat de convertir dades concretes i inaprehensibles en conceptes abstractes, que proporcionin coneixement. Extreure de dades purament quantitatives elements qualitatius que en permetin la seva comprensió i interpretació. Així doncs, podem fer referència als conceptes d'analògic i digital que proposa Otl Aicher [Aicher, 2001], entenent que les dades són un cúmul d'informacions discretes i absolutament precises, digitals, que cal convertir a analògiques les quals, en bona mesura, es podria considerar correspon al format de la ment humana:

La comunicación analógica produce comprensión porque está acoplada a la percepción sensorial, ante todo con el ver. (...)

El conocimiento digital es ciertamente más preciso, pero, por lo mismo, no tiene valoración. (...)

El hombre piensa con los medios de la percepción, y percibe con ayuda del pensar. Su pensar es un pensar analógico, un pensar vidente. Percibir y pensar pueden ser separados conceptualmente, pero, en el fondo, se trata de dos aspectos de un mismo proceso.

Otl Aicher. *Analógico y digital*.

Per il·lustrar aquesta idea volem fer menció d'un projecte que, creiem, duu a l'extrem aquesta conversió digital-analògic, prescindint de qualsevol dada concreta però proporcionant una informació clara i concisa en format analògic i que és compresa de manera instantània. El nom del projecte és *Ambient devices* i inclou un conjunt de dispositius que permeten amb un simple cop d'ull copsar l'estat de diferents temes, que responen a la complexitat d'un gran nombre de dades. Com expliquen a la web del projecte, l'objectiu és convertir els objectes de l'entorn en vehicles de la informació digital:

Ambient's vision is to embed information representation in everyday objects, making the physical environment a seamless interface to digital information.

Extret de *Ambient devices*.

Així doncs, es pot conèixer l'evolució de l'estat de la borsa a través d'una làmpara que modifica el seu color en funció d'una sèrie de paràmetres predefinitos, lligats al processament de les dades disponibles des d'Internet relacionats amb aquest tema. De la mateixa manera, la posició d'unes agulles (analògiques, per tant) marquen l'estat del trànsit o el volum de correus electrònics pendents de llegir.

Si bé aquest és un exemple extrem (s'ha començat a utilitzar el terme *eXtreme Feedback Devices* per qualificar-los), hem de considerar-los modèlics quant a la optimització de la relació entre quantitat de dades a representar i el temps necessari per la comprensió de la informació.

També posen de manifest la necessitat de simplificació que requereix la visualització de les dades. Aquesta reducció implica obligatòriament un posicionament, uns criteris per eliminar tot allò superflu que no ajuda la comprensió i, a la vegada, una manera concreta de mostrar aquestes dades. Aquest fet comporta, per tant, un perill: a través de la visualització no tenim accés a una visió global de totes les dades (d'altra banda, impossibles d'abarcades per les capacitats cognitives humanes) sinó a una formalització d'aquestes, que respon a unes decisions sobre la seva representació i que, en major o menor mesura, correponen a una interpretació prèvia d'aquestes dades.

A través de la visualització de les dades s'aconsegueix el descobriment de patrons, de regularitats, amb la prevalència d'allò que és similar en detriment del que se n'allunya, d'allò que és diferent. Aquests processos en que sorgeixen de manera espontània i imprevisible patrons comuns estan essent molt tinguts en compte en l'àmbit de la web, on reben el nom de processos emergents i que són propis de sistemes descentralitzats, com la xarxa.

Visualitzacions dinàmiques: la web viva

Com vam analitzar en un treball anterior [Fuster, 2004], la web és equiparable a un organisme viu, on s'hi desencadenen processos en molts aspectes equiparables als biològics. La web està en continu creixement, en un procés evolutiu, que la configura a través de les connexions entre les diferents *cèl·lules* que la formen, que es creen, creixen i, en molts casos, moren.

Aquesta idea de la web com a organisme viu ha estat també utilitzada per un dels principals buscadors apareguts arran de l'eclosió dels blogs i, en general, de l'extensió dels continguts sindicats. Així doncs, [Technorati](#) feia gala de ser el buscador de la *live web* (la web en viu), slogan que ara ha canviat pel de *right now* (ara mateix).

Dit d'una o altra manera, Technorati permet monitoritzar en temps real, en una part de la xarxa, allò que hi està succeïnt en un moment donat gràcies als pings que rep de milions de blogs. Permet, per tant, obtenir una instantània de l'estat de la qüestió sobre pràcticament qualsevol tema. Les reaccions de la xarxa són captades en directe, fet que està convertint aquest cercador en un bon termòmetre per copsar estats d'opinió.

Amb l'eclosió dels blogs i l'aparició de cercadors com Technorati es demostra, doncs, que a la xarxa més que mai preval el temps present, reforçant-se la dimensió dinàmica d'aquesta i la idea d'organisme biològic en constant evolució.

Per donar resposta a les necessitats de la informació dinàmica calen, doncs, visualitzacions que s'adaptin a aquesta naturalesa sempre canviant. És necessari crear sistemes que ofereixin una resposta immediata per poder visualitzar en temps real l'estat actual de certs temes, i que, com apunta Robert Spence [Spence, 2001], permetin conductes exploratòries basades en la pregunta *i sí...?*

En aquest sentit, Ben Fry sota el títol *Organic Information Design* [Fry, 2000], va realitzar una anàlisi per a la creació de sistemes de visualització de la informació dinàmica, que és aquella en la que canvien tant els valors com l'estructura al llarg del temps, basant-se en principis del camp de la biologia, i que defineix de la següent manera:

A system that employs simulated organic properties in an interactive, visually refined environment to glean qualitative facts from large bodies of quantitative data generated by dynamic information sources.

Ben Fry. *Organic information design*.

Per fer-ho, es va utilitzar la definició del concepte de *vida* que maneguen Claude Vilee i altres autors en un llibre titulat *Biology*. En ell s'hi exposen les característiques bàsiques que ha de complir un organisme viu primitiu, i que són: estructura, aparença, metabolisme, creixement, homeostasi (la capacitat de mantenir un equilibri intern), capacitat de resposta, adaptació, moviment i reproducció.

En el seu treball, Ben Fry trasllada aquests conceptes al camp de la visualització de dades dinàmiques. Així doncs, els sistemes de visualització orgànics utilitzen les dades com a estímuls i reaccionen en base a un conjunt de normes definides mitjançant un programa informàtic. A més, el sistema permet tant la interacció de l'usuari, el qual obté una sensació de control major sobre la manera en que vol que siguin tractades les dades, com la modificació de les les normes de representació emprades.

Gràcies a la combinació d'un conjunt de normes senzilles basades en els principis de la vida abans mencionats s'inicia un procés d'auto-organització del propi sistema, amb l'emergència de comportaments d'un alt grau de complexitat.

Malgrat que amb clares diferències respecte el model de Fry, a la xarxa s'hi estan començant a trobar visualitzacions de les dades dinàmiques que conté i que permeten copsar significats que emegeixen de l'acumulació de grans quantitats d'informació. Si bé encara es troben la majoria d'elles en un estadi primitiu, ens hi referirem per considerar que, ben emprades, poden donar lloc a un gran nombre de visualitzacions, les quals no només persegueixen l'adquisició de coneixement, sinó que també el gaudi estètic.

Folksonomies: metadades socials

La inclusió de metadades (dades sobre les dades) és essencial per a una bona articulació dels continguts a Internet, especialment en l'àmbit de la web semàntica, que afavoreix el processament automàtic de la informació i els creuaments que se'n deriven. D'aquesta manera, la millora en la gestió de la informació repercuteix també en l'obtenció, per part dels usuaris, d'allò que és rellevant. Segons la definició de Adam Mathes [Mathes, 2004]:

Metadata is often characterized as “data about data.” Metadata is information, often highly structured, about documents, books, articles, photographs, or other items that is designed to support specific functions. These functions are usually to facilitate some organization and access of information.

Adam Mathes. *Folksonomies. Cooperative Classification and Communication Through Shared Metadata*

La creació del terme *folksonomies* s'atribueix a [Thomas Vander Wal](#), que el va proposar en resposta a la necessitat de designar el conjunt de tasques dutes a terme per una gran quantitat de persones per tal d'etiquetar de manera significativa els continguts publicats, majoritàriament, a través de programes de software social.

Si bé el terme que ha fet fortuna per designar aquesta descripció de les dades ha estat *folksonomy* (directament traduït en la wikipedia espanyola com com *folcsonomía* i que tradueix literalment com *classificació gestionada pel poble*), volem mencionar l'ús que fa Peter Merholz [Merholz, 2004] del concepte *ethnoclassification* per referir-se al mateix concepte. En ambdós casos queda clara la voluntat d'unió de dos termes: un de relacionat amb un conjunt de persones, el caràcter popular i col·laboratiu de la tasca, i el de classificació i creació de taxonomies propis de professionals de la documentació.

Aquesta categorització és duta a terme a partir de l'associació de metadades als continguts publicats, bàsicament a través de l'adjudicació de paraules claus, normalment referides amb la denominació anglesa *tags*.

Com explica Adam Mathes [Mathes, 2004], tradicionalment la catalogació de documents ha estat duta a terme per professionals amb coneixements especialitzats d'unes normes d'aplicació de paraules claus i un vocabulari específic. La classificació professional, doncs, ofereix una gran precisió i un alt grau de qualitat però també uns costos que la

converteixen en inviable en l'àmbit d'Internet, donada la gran quantitat d'informació volcada contínuament.

Davant la impossibilitat d'abastar l'extensió dels documents publicats a la xarxa pels professionals de la catalogació, han aparegut mecanismes alternatius que faciliten la inclusió de metadades que, si bé no gaudeixen de la precisió i rigor d'una classificació professional, sí que permeten una primera ordenació bàsica que esdevé d'una gran utilitat.

Aquests mecanismes impliquen necessàriament un alt grau de simplicitat, ja que són els propis usuaris sense coneixements específics de classificació els que duen a terme la tasca. Així doncs, els usuaris (no necessàriament els autors o responsables del contingut) són els que adjudiquen els tags que consideren convenients a cada element. No hi ha normes explícites sobre les paraules a emprar: cadascú és lliure d'atorgar les paraules que vulgui i en la quantitat que desitgi.

El sistema, doncs, és extremadament senzill i presenta òbvies mancances donat el poc grau de definició de criteris. Així doncs, entre les que menciona Gene Smith [Smith, 2004], trobem la manca de jerarquitització ja que totes les paraules es troben al mateix nivell, la imprecisió de paraules polisèmiques de manera que elements sense cap relació comparteixen el mateix tag o indefinicions sobre quina de les paraules sinònimes emprar per designar un mateix concepte.

Malgrat que aquests problemes dificulten el correcte funcionament del sistema, cal assumir aquestes imperfeccions i acceptar l'alt grau d'eficiència que, en termes generals, proporcionen. Com exposa Stewart Butterfield [Butterfield, 2004], un dels co-fundadors de Flickr, malgrat les imprecisions que pugui tenir la indexació a partir de tags, la pèrdua que suposen respecte les taxonomies predefinides és de l'ordre d'un 10%, de manera que es beneficien del 90% de les seves potencialitats rebaixant la dificultat deu vegades, el que resulta altament positiu perquè es duguin a terme:

I think the lack of hierarchy, synonym control and semantic precision are precisely why it works. Free typing loose associations is just a lot easier than making a decision about the degree of match to a pre-defined category (especially hierarchical ones). It's like 90% of the value of a "proper" taxonomy but 10 times simpler.

Stewart Butterfield. *I'm sharing this with you.*

Per contra, la dimensió social de la classificació duta a terme a través de les folksonomies aporta una sèrie d'avantatges a aquest sistema, basats en la intenció de compartir i cooperar implícits a les eines de software social (de les que en farem una breu referència al final d'aquest apartat).

Així doncs, de la col.laboració moltes vegades en sorgeixen normes no imposades però sí adoptades per bona part d'usuaris. Aquest és el cas de l'aplicació del tag *me* en detriment d'altres com *selfportrait* per designar les fotografies en que apareix l'usuari que ha penjat la imatge a Flickr, o el *toread* de Delicious, aplicat a tots aquells enllaços que l'usuari té pendents de llegir.

D'aquesta manera, els usuaris arriben a un consens implícit sobre certa terminologia, ja que la seva intenció va més enllà del benefici propi: no només utilitzen l'aplicació de tags per recuperar certs documents ells mateixos sinó que són emprats amb finalitats comunicatives, com a eina d'inclusió a la xarxa social de sistemes com Flickr o Delicious, basats en el fet de compartir la informació, només possible si s'utilitzen convencions àmpliament acceptades.

Com apunten Mathes i Merholz, l'ús de tags esdevé d'un gran interès des d'un altre punt de vista: reflecteix el vocabulari dels usuaris, el qual pot ser tingut en compte pels professionals de la catalogació per millorar els seus sistemes. Emergeix, a partir de la suma de tots ells, una manera de designar les coses absolutament dinàmica, ja que s'adapta a cada moment a les necessitats i vocabulari dels usuaris:

The tags reflect not the author's vocabulary, or any particular classification or categorization system's vocabulary, but the language and vocabulary that individual users choose to describe the article with.

(...)

The users of a system are negotiating the meaning of the terms in the folksonomy, whether purposefully or not, through their individual choices of tags to describe documents for themselves.

Adam Mathes. *Folksonomies. Cooperative Classification and Communication Through Shared Metadata*

Ethn classification systems can similarly "emerge." Once you have a preliminary system in place, you can use the most common tags to develop a controlled vocabulary that truly speaks the users' language.

Peter Merholz. *Metadata for the masses.*

La indexació duta a terme a través de tags no només té implicacions purament en l'àmbit de la classificació, sinó que presenta un gran potencial a nivell de representació de conceptes. D'aquesta manera, les folksonomies també permeten retratar la visió global d'un grup de persones heterogeni sobre diferents temes.

Adam Mathes exemplifica l'emergència de significats amb l'ús que del tag Irak a Flickr. Les fotografies etiquetades com a Irak mostraven tant les tropes americanes que hi estaven desplegades com les manifestacions i protestes en contra de la guerra. La definició del terme (objectivament, un país) esdevé dinàmica i evoluciona en funció dels esdeveniments que tenen lloc a la realitat, sempre lligada a la visió que en donen un nombre habitualment elevat de persones.

A banda d'aquest ús, en l'apartat següent exposarem d'altres aplicacions creatives que permet aquesta classificació social, d'un gran potencial i de la que comença a haver-hi nombrosos exemples.

El software social

El software social és aquell que, a partir de l'ús de la xarxa, afavoreix la col·laboració i interacció entre persones. En paraules d'una de les màximes col·laboradores en l'expansió del terme, Clay Shirky, el software que permet la interacció a grups:

My definition is fairly simple: It's software that supports group interaction. I also want to emphasize, although that's a fairly simple definition, how radical that pattern is. The Internet supports lots of communications patterns, principally point-to-point and two-way, one-to-many outbound, and many-to-many two-way.

Clay Shirky. *A group is its own worst enemy.*

D'entre els programes pertanyents a aquesta categoria n'hi ha de molt dispars: des dels que afavoreixen la comunicació personal com la missatgeria instantània o els xats, als que busquen la col·laboració d'una comunitat formada per un nombre indeterminat d'usuaris, com els wikis i els marcadors socials, passant pels que busquen compartir idees i informació, com els blogs.

Per il·lustrar-ho, citarem tres exemples de software social que, a la vegada, basen bona part del seu èxit en la utilització de tags, ja que aquests permeten reforçar els vincles entre usuaris i els continguts que aporten.

El primer que cal destacar és [Delicious](http://del.icio.us) (del.icio.us), creat a finals de 2003 per Joshua Schachter, i consistent en un programa que permet als usuaris mantenir un llistat dels seus vincles preferits, afegir-los tags i compartir-los amb la resta d'usuaris. Tots els llistats de vincles es mantenen públics, de manera que poden ser vistos per qualsevol usuari i, fins i tot, subscriure-s'hi via RSS. Amb aquest sistema, tots els usuaris contribueixen a engrandir la base de dades de vincles, que es pot consultar també a partir de les paraules claus que li han otorgat cadascun d'ells.

What makes del.icio.us a social system is its ability to let you see the links that others have collected, as well as showing you who else has bookmarked a specific site. You can also view the links collected by others, and subscribe to the links of people whose lists you find interesting.

[del.icio.us about](#)

En segon lloc, i aprofitant la línia iniciada per Delicious amb els tags, trobem [Flickr](http://www.flickr.com), nascut el febrer de 2004 i que actualment podem considerar el principal sistema per publicar i compartir fotografies a Internet, en bona part gràcies a la proliferació de fotoblogs, ús derivat que hem comentat a l'[apartat corresponent](#) de la primera part.

La idea inicial de Eric Costello i Stewart Butterfield era crear un videojoc multiusuari que s'havia d'anomenar *The Game Neverending*, i que havia de permetre la participació d'un gran nombre de jugadors. Malgrat que el videojoc va ser deixat de banda, moltes de les seves premisses van servir de base per començar a desenvolupar Flickr. La primera aplicació va ser *Flickr Live*, una mena de xat realitzat amb la tecnologia Flash on els usuaris podien intercanviar fotografies i comentar-les. Malgrat que el nombre d'usuaris s'incrementava dia rere dia, aquest ús era molt específic i només apte per a un nombre d'usuaris molt limitat. L'èxit massiu no va arribar fins que van començar a oferir el servei d'allotjament de fotografies, amb una interfície HTML molt més convencional, al que els usuaris estaven més acostumats.

La inclusió de tags, segurament l'eina més potent que conté Flickr, no va ser tinguda en compte en un primer estadi, com afirma Eric Costello:

Tags were not in the initial version of Flickr. Stewart Butterfield wanted to add them. He liked the way they worked on del.icio.us, the social bookmarking application. We added very simple tagging functionality, so you could tag your photos, and then look at all your photos with a particular tag, or any one person's photos with a particular tag.

Eric Costello. Entrevista realitzada per Jesse James Garret.

Gràcies als tags, Flickr va passar de ser un més d'entre els serveis que oferien la possibilitat de publicar a Internet les pròpies fotografies a esdevenir una gran comunitat de persones que compartien els seus interessos a través de les imatges que publicaven. La demanda dels usuaris va fer que no només fossin visibles les imatges pròpies sinó que també les publicades per d'altres persones. Es crea, doncs, una de les majors xarxes socials existents en aquests moments a Internet, on els usuaris, segons paraules del propi Costello, tenen el desig de *compartir amb les masses* les seves fotografies més que no pas amb un cercle reduït de familiars i amics.

Soon thereafter, users started telling us that what was really interesting about tagging was not just how you've tagged your photos, but how the whole Flickr community has been tagging photos. So we started seeing a lot of requests from users to be able to see a global view of the tagscape.

Eric Costello. Entrevista realitzada per Jesse James Garret.

Finalment, volem mencionar el cas de [43 things](#), un exemple d'aplicació de les eines del software social, potser amb menys rellevància a la xarxa que les dues anteriors, però que posa de manifest la capacitat de prendre diferents formes d'aquests programes.

43 things és una web que podríem qualificar propera al gènere de l'autoajuda o la teràpia de grup, però en aquest cas implementades a través de software social. En ella, un gran nombre d'usuaris hi volquen els seus bons propòsits i objectius personals, fins a un límit de 43, i els identifiquen a través de tags, en la majoria de casos preexistents. Es creen d'aquesta manera grups de persones que persegueixen uns mateixos objectius, i que opcionalment relaten la seva experiència. Cada vegada que una persona assoleix un objectiu el marca a la seva llista com aconseguit i, a manera de testimoni, apareix en una columna lateral a la plana on es recull el llistat de persones que persegueixen aquella mateixa fita.

Visualitzacions creatives a partir de metadades

Database art

Cada vegada més, les bases de dades estan essent utilitzades pels artistes per generar obres servint-se de la tecnologia informàtica, en el que en algunes ocasions s'ha anomenat *database art*. Com apunta Brett Stalbaum [Stalbaum, 2004] el segle XXI s'ha iniciat amb el poder d'atracció de les bases de dades, que s'han convertit en quelcom ubicu i completament integrat en la societat i l'economia actuals.

Stalbaum considera que els conceptes de programari i comunicació van ser els que van aclaparar tota l'atenció entre els anys 60 i 90, si bé la noció de base de dades ja hi era implícita. Proposa, per tant, una recuperació conscient del seu potencial dins del terreny de l'art, si bé reconeix el retard i la immaduresa amb que s'està iniciant:

Any definition of "database art" is at this time bound to be immature. At least, we have not seen enough selfconscious "database" practice on the part of artists to define it in a way that takes into account both the broad and narrow applications of database in art practice. We need to take into account the broad observation that all new media artwork implies a relationship to database.

Brett Stalbaum. *After land art: database and the locative turn*.

Si bé no aprofundirem en aquesta temàtica per quedar fora del nostre propòsit actual, sí que volem il·lustrar amb un exemple concret l'ús creatiu de les bases de dades que actualment s'està duent a terme, i que creiem pot marcar l'inici d'un camí cap a usos més complexos dels incipients que mencionarem més endavant.

El cas amb el qual pretenem il·lustrar aquesta via de creació artística és el de Lev Manovich, que basa part de la seva investigació sobre el llenguatge dels nous mitjans en les possibilitats expressives derivades de l'ús de bases de dades.

Així doncs, Lev Manovich i Andreas Kratky estan duent a terme el projecte [Soft Cinema](#), que explora les possibilitats narratives de les bases de dades en l'àmbit del cinema, i que considerem un bon exemple de l'exploració del potencial de les bases de dades amb finalitats artístiques. Com recull Steve Anderson [Anderson, 2004], Manovich es planteja la representació del *jo* que actualment es troba distribuït en múltiples dispositius electrònics:

For Manovich, there is something more at stake in creating database art than narrative. *A particular question which interests me these days is how can computer databases be used to represent contemporary subjectivity? While a pre-modern person was a part of a collective, a modern subject came to be defined in opposition to the outside world, with the border between the psychological interior and social exterior clearly marked. Today this border has dissolved, and ourselves once again have become 'distributed': stored in external corporate, medical, government and surveillance databases, broadcast to the world via blogs and web cams, invaded by media images. How can new computer-based representational techniques, and in particular databases, be used to portray this new sense of identity?*

Declaracions de Lev Manovich recollides per Steve Anderson. *Select and Combine. The Rise of Database Narratives.*

Segons exposa el propi Manovich [Manovich], el seu projecte de Soft Cinema es basa en quatre idees:

La primera, i més propera als casos que exposarem tot seguit, és l'edició algorítmica. Aquesta es realitza gràcies a que, d'una banda, han estat donades unes paraules claus a cada fragment, que descriuen tant el contingut com aspectes purament formals i, de l'altra banda, a l'existència d'un conjunt de normes que determinen l'assemblatge dels fragments de vídeo. Manovich, però, no delega tot el paper de l'artista en la màquina, sinó que defensa la col·laboració entre les dues parts, utilitzant fragments ja editats manualment als que s'hi sumen les propostes de la màquina, en una mena de treball associat.

La segona són les que anomena *database narratives*, les quals es basen en la possibilitat de combinar fragments de vídeo, un centenar en aquest cas, per generar un nombre pràcticament il·limitat de pel·lícules curtes.

La tercera idea busca l'aplicació de l'estètica dels ordinadors (diferents finestres, simultaneïtat de tasques) en el cinema, i que Manovich anomena *macro-cinema*, el qual considera proper als tractaments que Peter Greenaway o Mike Figgis donen a la imatge en les seves pel·lícules.

Finalment, el quart objectiu de Manovich és crear un tipus de cinema que sigui realment multimèdia. És a dir, que es beneficiï no només de les possibilitats del vídeo, sinó també de l'animació bi i tridimensional, de gràfics, de tecnologies d'àmbits propers... integrant-les en les seves obres de Soft Cinema.

Usos creatius dels tags

Malgrat que el terreny proposat per Manovich obre moltes vies d'investigació, en el nostre cas ens centrarem en els usos incipients de la informació continguda en bases de dades a Internet, principalment en el que respecta a l'ús de tags.

I és que, cada vegada més, s'utilitzen els continguts indexats mitjançant tags per a combinar-los de manera creativa, a través de programes que processen de manera automàtica les dades (si bé hem d'admetre que en alguns casos aquesta tasca aparentment automàtica es duu a terme de manera manual) i generant resultats, molts d'ells, sorprenents. Aquesta proliferació està essent possible gràcies a la confluència de diversos factors:

D'una banda, l'increment de la quantitat d'informació d'accés públic disponible i indexada mitjançant tags, possibilitada en gran part per la posada en marxa de serveis que ofereixen de manera senzilla i gratuïta aquest sistema. I de l'altra banda, a la publicació que serveis com Flickr fan de les seves API, les quals permeten a tothom qui ho desitgi integrar en les seves aplicacions la informació i bona part de les opcions pròpies del servei. Així doncs, tot seguit farem un repàs d'algunes aplicacions que utilitzen els tags per generar visualitzacions tant dels tags en ells mateixos com dels continguts que hi tenen associats.

En base a text

Una de les primeres derivacions de l'ús de tags és la seva directa visualització en format textual. Aquesta és la manera emprada pels propis serveis que implementen aquest sistema per indexar la informació que contenen, amb la finalitat de mostrar a un simple cop d'ull i en temps real els tags més populars.

L'ús habitual és mostrar un llistat purament textual en que les paraules se succeeixen una rera l'altra, només separades per un petit espai. Les més emprades pels usuaris apareixen en un tamany major, proporcional a la seva popularitat, de manera que ressalten per sobre de la resta i donen compte de la importància que tenen.

Tant [Flickr](#), com [Technorati](#) o [43 things](#) disposen d'una plana similar on es pot consultar el llistat dels tags més populars, els quals funcionen com a hipervincles de manera que cadascun d'ells remet a una plana de resultats on s'hi recullen els continguts relacionats.

En base a fotografies: visualitzacions derivades de Flickr

Com hem comentat anteriorment, Flickr s'ha convertit en el major sistema per publicar i compartir fotografies. El fet de posar a l'abast de tothom una gran quantitat d'imatges, en bona part d'accés públic i amb llicències flexibles, i indexades a través de l'ús de tags ha possibilitat que se'n derivin usos creatius a partir de la seva reagrupació o de la creació de grups específics.

Si bé no és un sistema de codi obert, Flickr ha posat a disposició dels usuaris la seva API (Application Programming Interface) que consisteix en una sèrie d'especificacions, de funcions pròpies del programa, que permeten a tothom qui ho desitgi crear aplicacions utilitzant el material de Flickr. D'aquesta manera, són molts els desenvolupadors que s'estan beneficiant de la gran quantitat de fotografies de que disposa Flickr i de la seva indexació a partir de tags per crear eines que generen visualitzacions en funció d'una sèrie de paràmetres.

D'altra banda, Flickr ha afavorit la creació de grups de persones que s'identifiquen en base a un o diversos tags, i que col·laboren amb les seves imatges a projectes comuns. D'entre els més bàsics trobem els memes, en que es proposa un motiu fotogràfic identificat amb un tag obert a tothom qui hi vulgui participar, com hem vist a la [primera part](#) del treball.

Tot seguit exposarem alguns usos creatius d'ambdues línies i que agruparem en :

Collages i mosaics basats en un mateix tag

Un dels usos creatius més immediats és la de crear sistemes de visualització que permetin la suma d'imatges de diferents usuaris en relació a un tema en comú. D'aquesta manera, emergeix de manera espontània una visió alhora unitària alhora conjunta sobre un determinat aspecte.

El cas que hem trobat més interessant és el de [50 people see](#), de Neil Kandalgaonkar, que busca la fusió de les mirades dels usuaris en relació a certs temes, dels que en resulta una

única imatge que en molts casos posa de manifest l'existència d'una manera de mirar (fotogràfica) compartida.

Aquest treball està reconegudament inspirat per l'obra de Jason Salavon, artista resident a Chicago i que treballa amb programes de la seva pròpia creació. Salavon utilitza diferents fonts pel seu treball, entre elles el video, com a *The Late Night Triad*, on superposa la imatge de 64 nits de cadascun dels tres *late nights* més populars dels Estats Units, i que revela la uniformitat d'aquests programes. De la mateixa manera que Salavon, Kandalgaonkar també explora els patrons que es revelen de la relació entre el tot i la part i el grup i l'individual.

Així doncs, Kandalgaonkar escull un tag, del qual n'obté 50 imatges de persones diferents a Flickr, que superposa amb un cert grau de transparència, de manera que la imatge resultant està formada per les 50 capes superposades. D'aquesta manera, es posen de manifest els patrons visuals comuns, com s'evidencia en la percepció de [les estacions](#) fàcilment identificables, en la manera de representar la [Torre Eiffel](#), o una [posta de sol](#). Si Kandalgaonkar utilitza la superposició d'imatges per obtenir una aproximació al que seria la visió conjunta d'un determinat motiu, aquest no és el recurs més utilitzat per associar imatges, que és el mosaic.

La creació de mosaics a partir de tags coincidents es basa en la col·laboració de diverses persones, que pot ser expressa o atzarosa.

L'aportació expressa, voluntària i conscient, d'imatges es realitza a través de l'adhesió a grups que treballen amb un mateix objectiu. Flickr proporciona la possibilitat de crear grups d'usuaris, als quals s'hi pot adscriure tothom qui ho vulgui. Aquests grups normalment es regeixen per unes normes a l'hora de realitzar i posar tags a les imatges. D'aquesta manera, doncs, tots els usuaris treballen per assolir un objectiu predefinit, amb la coherència i adequació de les imatges que aquest fet implica.

Entre els grups d'usuaris que col·laboren per crear mosaics conjunts trobem el [Long Line Group](#), en que els usuaris aporten imatges en que hi ha un element predominant que visualment és equiparable a una línia. Aquesta línia ha de quedar tallada pels marges de la fotografia, de manera que quedi centrada respecte ells. A partir de l'adjudicació de tags que indiquen els marges on queda tallada la línia (a través d'una codificació

preestablerta), aquestes imatges permeten [ser composades](#) de manera que es percep una línia que fa un recorregut a través d'elles.

Si l'exemple anterior il·lustrava una manera de fer premeditada i que busca un resultat concret des dels inicis, hi ha aplicacions que busquen la lliure associació d'imatges, fins a cert punt atzarosa, basades només en la coincidència d'un mateix tag. Així doncs, la totalitat de la base de dades d'imatges públiques de Flickr és emprada com a matèria primera per aquestes visualitzacions. Els usuaris han creat les seves imatges sense ser conscients de la utilització que se'n fa i, en conseqüència, els resultats a priori són més imprevisibles. No obstant, aquest tipus d'eines permeten identificar patrons, maneres comunes de veure un mateix motiu.

Aquest és el cas de [Flickr fight](#), una aplicació orientada a la comparació de maneres de veure dos conceptes diferents, escollits per l'usuari. Així doncs, es mostren a la vegada dos mosaics, corresponent cadascun una de les paraules escollides. Exemples clàssics com [Madrid-Barcelona](#) o [cat-dog](#) poden posar de manifest maneres diferents de posicionar-se davant del motiu i també, gràcies al comptador del total d'imatges etiquetades amb cada tag, la popularitat de l'un respecte de l'altre.

Visualitzacions basades en les propietats formals de les imatges

En aquest apartat, volem mencionar dos casos de representacions basades en el color de les imatges, amb una voluntat més estètica que no pas de creació de significats.

El primer és [Tagged Colors](#), de Christian Giordano, i es basa en les imatges aportades per un grup d'usuaris de Flickr, anomenat *Color fields*. Les imatges pertanyents a aquest grup tenen la condició que hi predomina un sol color, de manera que un dels tags és el nom d'aquest color.

A partir d'aquesta informació, amb [Tagged Colors](#) es visualitzen les relacions dels colors amb els conceptes que se'ls associen, en base a l'anàlisi de la resta de tags de cada imatge. A la vegada, cada concepte (independentment de que sigui un color o un motiu) és representat per un rectangle compost per franges de color, que resulten de la mitja dels colors de cada imatge. D'aquesta manera, les relacions entre els colors i els conceptes no sempre són d'un a un, sinó que hi ha casos, com el de les flors, en que un mateix concepte es relaciona amb pràcticament tots els colors.

Finalment, volem fer esment de l'[Experimental Color Pickr](#), de Jim Bumgardner, que funciona de mode similar a les eines per a seleccionar colors ens els programes informàtics. Sobre el mateix material de base que el projecte anterior en aquest cas el resultat és un conjunt d'imatges que es corresponen a la tonalitat seleccionada.

Respresentació de xarxes

Si bé la majoria de les visualitzacions que tot seguit exposarem es basen en el mosaic, la representació de xarxes l'hem volguda considerar a part per incorporar un nivell de complexitat major. Així doncs, la utilització de tags no només permet visualitzar imatges relacionades amb un determinat concepte sinó que també afavoreix la vinculació a un nivell superior: d'una banda, la vinculació de conceptes, en una mena de xarxa de tags, i de l'altra banda, la vinculació de persones, que originen la xarxa social.

En ambdós casos també l'estructura de l'aplicació és més complexa. No hi ha un sol nivell de resposta (s'escull un tag i se n'obtenen uns resultats) sinó que s'hi incorpora la idea de navegació, permetent un grau d'interactivitat més elevat i la possibilitat d'explorar les diferents vies.

En primer lloc ens referirem a les xarxes conceptuals, amb un exemple que persegueix l'objectiu de relacionar els tags entre ells. Al [Flickr Related Tag Browser](#), d'Artight Interactive, l'usuari pot visualitzar el mosaic de fotografies relacionades amb la paraula que ha introduït. Però, a la vegada, s'incorpora la idea de navegació: a partir de l'anàlisi de la resta de tags que contenen cada imatge se'n crea un conjunt dels més habituals, de manera que es crea un context (conceptual i semàntic) per a cada grup d'imatges.

L'usuari, per tant, pot visualitzar no només les imatges corresponents al tag que ha escollit sinó també totes aquelles que hi estan relacionades, una relació sorgida de manera espontània i imprevisible, ja que respon a l'acció d'etiquetar individual de cada usuari i al context únic de cada imatge.

Si anteriorment hem ressaltat en diferents ocasions el factor determinant que juguen les xarxes socials en aquest tipus d'aplicacions, una de les derivacions immediates és la visualització dels vincles que es donen en aquesta xarxa.

Al [flickrGraph](#), de Marcos Wescamp, qualsevol usuari pot visualitzar la seva xarxa de contactes (una de les opcions de Flickr és afegir en un llistat les persones) i les fotografies dels seus membres. La xarxa pot se expandida a través de clicar en la imatge que identifica cada persona a Flickr, de manera que es despleguen els altres usuaris que es troben dins la seva xarxa. Es pot navegar, doncs, a través d'una xarxa de persones que voluntàriament han decidit relacionar-se i, per tant, descobrir a partir de les imatges interessos comuns que són el principal vincle d'unió entre nodes i que ens orienten en la navegació.

Amb un objectiu molt més extens, de representació de tota la xarxa social generada a través de Flickr, GustavoG ha creat [FlickrVerse map](#). En ell (només podem accedir a una visualització estàtica) s'hi presenta una xarxa, d'una densitat que la converteix en il·legible, de vincles entre usuaris. Gràcies a la gran quantitat d'informació recollida, i a diferència del cas anterior, en aquest mapa es poden percebre diferents nuclis importants d'usuaris, densament enllaçats i que conformen una trama molt compacta, en oposició a petits nuclis formats per un nombre molt reduït d'usuaris que estan situats al marge d'aquestes grans constel·lacions, a les que no hi tenen cap vincle.

Finalment, volem mencionar [Flickrland](#), un mosaic creat per Cal Henderson i format per gairebé 74.000 de les icones (majoritàriament autorretrats) que utilitzen els usuaris en el seu perfil. Aquesta imatge permet fer-se una idea del gran volum de dades que es poden manegar en aquesta mena de treballs, impossibles de dur a terme sense l'ajuda dels mitjans informàtics, com tampoc sense la col·laboració de tots els usuaris en una mateixa direcció.

Tags en viu

Els tags de Flickr estan començant a superar l'àmbit estricte d'Internet, i ja s'ha dut a terme una acció en viu en un restaurant d'Amsterdam, que ha estat batejada com a [Playing Flickr](#). En aquesta mena de joc, els usuaris envien via SMS la paraula clau que desitgen. Aquests missatges fan que a les pantalles gegants situades al llarg de les parets al restaurant, s'hi vagin succeïnt les imatges de Flickr que hi estan relacionades. D'aquesta manera, doncs, l'ambient visual és proposat de manera interactiva pels participants en l'event.

A nivell més anecdòtic, volem mencionar una altra superació de l'àmbit d'Internet dels usuaris de Flickr, si bé el resultat es mostra via web. Amb el tag *physicalmetadata* un grup d'usuaris participen en un meme que fa referència al propi ús de tags, i consisteix literalment a posar etiquetes a tot allò que envolta els participants. D'aquesta manera, els tags habitualment virtuals es converteixen en quelcom físic i que identifica també tot allò que trobem al món real.

Metadades geogràfiques de blogs

Una de les metadades provinent dels blogs que està essent més emprada és la que fa referència a la posició geogràfica amb la qual l'usuari ha identificat el blog. Per fer-ho, bona part de les eines de publicació permeten indicar les coordenades de situació, que són incorporades com a metadades i permeten la seva utilització per ser localitzats en mapes.

El creixement d'aquest tipus de visualitzacions és molt gran, sobretot arran de l'aparició de Google Maps i Google Earth que, de manera similar a Flickr, faciliten certs protocols als usuaris perquè aquests les puguin fer servir de base en aplicacions. D'aquesta manera, són moltes les persones que col·laboren per identificar llocs, persones i tota mena de serveis i activitats en les múltiples aplicacions a les que està donant lloc la disponibilitat dels mapes i fotografies via satèl·lit de Google.

En el cas específic dels blogs, com hem mencionat anteriorment, s'utilitzen les coordenades geogràfiques per situar els webloggers en els mapes. D'aquest tipus de visualitzacions en trobem a diferents escales, amb un grau de detall i precisió que varia molt de l'un a l'altre.

Així doncs, n'hi ha de basats en ciutats, que utilitzen la xarxa de metro per situar a cada estació els webloggers més propers. En bona part dels casos, passant per sobre del node de l'estació hi apareix la indicació dels webloggers associats, amb la possibilitat d'accedir als seus blogs. De mapes basats en xarxes de metro en trobem a les ciutats de [Londres](#), [Nova York](#) i [Washington DC](#).

A una escala més gran, i basats en mapes topogràfics, trobem visualitzacions de blogs per països o, inclús, àrees geogràfiques majors. L'esquema de totes aquestes visualitzacions és pràcticament el mateix: sobre el mapa s'hi indiquen mitjançant indicadors (normalment

punts vermells) la situació dels webloggers, desvetllant-se les dades del blog i el seu autor en passar per sobre i clicar damunt de cada punt. Gràcies a les eines per fer zoom sobre diferents zones del mapa es poden percebre amb major claredat els punts de zones d'una alta densitat de webloggers, com és el cap de les ciutats, on habitualment en la vista general només s'aprecia una massa compacta de punts pràcticament indistingibles.

Exemples d'aquest tipus de visualitzacions són el [mapa de webloggers de Malàisia](#), la comunitat de [webloggers que empren Wordpress a Alemanya](#). Per la seva banda, [Blogwise](#) es beneficia dels mapes proporcionats per Google Maps per situar amb un alt grau de precisió els punts on s'ubiquen els webloggers. En l'altre extrem trobem, el mapa de [GeoURL](#) on s'hi poden visualitzar dels webloggers de tot el món. Cal destacar, però, que aquest últim exemple no és tan útil per conèixer els blogs d'una determinada zona com per obtenir una visió global de les zones més actives del planeta que, com era de suposar, la major densitat la trobem a Europa i els Estats Units.

Visualitzacions de l'actualitat

Volem acabar aquest apartat amb tres exemples de visualitzacions que hem considerat especialment interessants si bé s'escapen de l'estricta representació de metadades generades pels propis usuaris.

Els casos que presentarem es basen en les notícies publicades a la xarxa, extretes de mitjans que ofereixen un servei de notícies a Internet. No són usuaris anònims els que aporten els continguts a aquestes aplicacions sinó que són extrets de webs equiparables als mitjans de comunicació tradicionals. A favor, doncs, trobem la rigorositat de les informacions que reflecteixen, alhora que permeten visualitzar de manera clara quins són els temes i els focus que copsen l'atenció de l'actualitat.

El primer exemple és [Newsmap](#), de Marcos Wescamp, que en base a l'agregador de notícies de Google News representa la rellevància de cadascun dels temes d'actualitat. Per fer-ho, se serveix d'un sistema similar als abans mencionats en les visualitzacions de la popularitat dels tags en base a text.

A Newsmap la pantalla està parcel·lada de manera que a cada zona correspon a una notícia. En funció de la seva rellevància, aquesta parcel·la té un major tamany, així com el

text que hi conté. A la vegada, l'aplicació mostra en diferents colors les diverses àrees temàtiques que poden ser visualitzades independentment, així com les notícies en funció de diferents àrees geogràfiques.

Newsmap, per tant, permet amb un simple cop d'ull captar les notícies més rellevants de l'actualitat, i percebre els patrons implícits que regeixen la tria i la rellevància donada a les notícies.

D'una manera similar, però en aquest cas amb fotografies, [10x10](#), de Jonathan Harris, mostra en una retícula de 10 files i 10 columnes, el mosaic de les 100 imatges que cada hora estan essent emprades per il·lustrar les notícies dels principals mitjans de comunicació online, així com també les 100 paraules més utilitzades. Clicant ja sigui a cadascuna de les imatges o a les paraules s'obtenen les fonts i el vincle a cadascuna d'elles.

Com Jonathan Harris exposa, l'objectiu és oferir una instantània (*snapshot*) del món, que en cap cas respon a interessos polítics ni d'agenda, sinó que simplement mostra de manera automàtica allò que troba a partir de l'anàlisi dels RSS de 100 mitjans de comunicació.

L'interès d'aquesta aplicació recau no solament en la possibilitat de visualitzar els temes més candents de l'actualitat (la mateixa funció que Newsmap) sinó sobretot en la visió uniformitzadora dels esdeveniments que ofereixen els mitjans a través de les fotografies.

Gràcies al mosaic d'imatges podem comprovar com és molt habitual que una mateixa fotografia es repeteixi en un nombre important de mitjans, independentment de la seva orientació. Així doncs, no només són les mateixes notícies les que es repeteixen sinó que també la mateixa visió sobre aquestes, limitada en molts casos a única fotografia i, per tant, a un únic punt de vista sobre la realitat.

Finalment, i intentant donar una visió més global dels centres d'atenció mundials en un moment concret, trobem [Buzztracker](#), de Craig Mod. També a partir de Google News, Buzztracker ofereix una visualització dels punts del món on es situen la major part de notícies i les relacions entre aquests punts. Així doncs, sobre la base d'un mapa mundi, s'hi dibuixen uns cercles vermells, de tamany proporcional al grau d'atenció que està rebent aquell punt en les notícies. A la vegada, aquests punts es relacionen a través de línies negres que posen de manifest les connexions entre els diferents focus d'una mateixa

notícia. En clicar cadascun d'aquests punts s'accedeix a la relació de fonts d'informació que fan referència a aquest punt i que, per tant, l'han generat.

Conclusions

Cada vegada més, la xarxa s'aproxima a la idea d'un organisme viu en constant evolució. Si bé des dels seus orígens es pot considerar que aquest fet era així, el seu desenvolupament era caòtic i no responia a cap lògica de la que se'n pogués deduir cap forma.

Malgrat que l'expansió de la web continua imparable i heterogènia, en el seu interior hi alberga petites àrees que tendeixen a una certa ordenació, exterioritzada a través de processos d'emergència. Aquestes petites zones on hi afloren regularitats són les que, en major o menor mesura, s'acosten a la idea de web semàntica.

Gràcies a la col·laboració d'un gran nombre d'usuaris amb una manera d'actuar individual però que ahora, gràcies a l'existència d'un conjunt de normes i d'un llenguatge compartit, esdevé comunitària, es fa possible l'assoliment d'un estadi superior, que sobrepassa les individualitats i permet plantejar objectius comuns.

Bona part d'aquests beneficis deriven de la bona gestió de la informació, a través de bases de dades, una de les idees implícites en la web semàntica, la qual concep tota la xarxa com una immensa base de dades, que facilita la circulació i processament de la informació amb una gran fluïdesa i efectivitat.

De moment, en aquestes petites parcel·les on s'hi estableix un cert ordre s'estan començant a trobar altres maneres de veure la informació continguda a la xarxa, que ja no és una amalgama de dades inconexes i impossibles de relacionar.

Reconeixem que aquests intents encara són tímids, producte del desconeixement de l'entorn que s'està gestant, i estem d'acord amb la manca de conformitat que exposa Brett Stalbaum [Stalbaum, 2004], el qual critica l'ús de bases de dades per part de la comunitat artística només per generar interfícies alternatives o visualitzacions creatives, quan el deure pendent és superar aquesta barrera i buscar una implicació major del subjecte, convertit ell mateix, en un conjunt de dades.

Hi ha, per tant, moltes vies a explorar més enllà del pur joc formal, derivació immediata de les possibilitats de les bases de dades. De moment, però, creiem que hem assolit una posició privilegiada per estar atents i participar en aquest procés que, tot just, acaba de començar.

Bibliografía

[Aicher, 2001]

Aicher, O. *Analógico y digital.*

Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2001.

[Anderson, 2004]

Anderson, S. [En línea] *Select and Combine. The Rise of Database Narratives.*

Mediamatic, 2004.

<http://www.mediamatic.net/article-200.6330.html> [Consulta: agost de 2005]

[Barnet, 2005]

Barnet, A. *Los diarios personales sacuden la red.* La Vanguardia. Revista. Diumenge 16 de gener de 2005.

[Barger, 1999]

Barger, J. [En línea] *Weblog resources FAQ* Setembre de 1999.

<http://www.robotwisdom.com/weblogs/index.html> [Consulta: agost de 2005]

[Bausch, 2002]

Bausch, P., Haughey, M., Hourihan, M. *Weblog: Publishing Online with Weblog.*

Wiley Publishing Inc. Indianapolis, 2002.

[Benedetti, 2004]

Benedetti, F., Robles, E. [En línea] *Blogs, escribir en la red.* 2004

<http://www.ffbg.net/blogscap1.pdf> [Consulta: agost de 2005]

[Berners-Lee, 1998]

Berners Lee, T. [En línea] *Semantic Web Road map.* 1998

<http://www.w3.org/DesignIssues/Semantic.html> [Consulta: agost de 2005]

[Berners-Lee, 2001]

Berners-Lee, T., Hendler, J., Lassila, O. [En línea] 'The Semantic Web.' 2001'

<http://www.scientificamerican.com/linktous.cfm?articleID=00048144-10D2-1C70-84A9809EC588EF21> [Consulta: agost de 2005]

[Blood, 2000]

Blood, R. [En línia] *Weblogs: a history and perspective, a Rebecca's Pocket*. 2000
http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html [Consulta: agost de 2005]

[Blood, 2002a]

Blood, R. *The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog*. Perseus Books. Cambridge, 2002.

[Blood, 2002b]

Blood, R. [Ed.] *We've Got Blog: How Weblogs Are Changing Our Culture*. Perseus Publishing. Cambridge, 2002.

[Blood, 2002c]

Blood, R. [En línia] *Weblog Ethics*
http://www.rebeccablood.net/handbook/excerpts/weblog_ethics.html [Consulta: agost de 2005]

[Blood, 2003a]

Blood, R. [En línia] *Ten Tips For A Better Weblog, a Rebecca's Pocket*. 22 de març de 2003
http://www.rebeccablood.net/essays/ten_tips.html [Consulta: agost de 2005]

[Blood, 2003b]

Blood, R. [En línia] *Waging peace: using our powers for good*, Blogtalk. Vienna, Austria. 24 de maig de 2003.
http://www.rebeccablood.net/talks/waging_peace.html [Consulta: agost de 2005]
Versió espanyola a: http://www.weblogmagazine.net/rebecca_blood1.html [Consulta: agost de 2005]

[Blood, 2004]

Blood, R. [En línia] *Hammer, Nail: How Blogging Software Reshaped the Online Community*. Communications of the ACM. Desembre 2004
http://www.rebeccablood.net/essays/blog_software.html [Consulta: agost de 2005]

[Bosco, 2003]

Bosco, R., Caldana, S. [En línia] *La blogmanía alcanza al mundo del arte electrónico* 16 d'octubre de 2003

http://www.glowlab.com/ray/web_based/blogart/El_Pais_blogart.pdf [Consulta: agost de 2005]

[Butterfield, 2004]

Butterfield, S. [En línia] *I'm sharing this with you*. Sylloge. 4 d'agost de 2004.

<http://www.sylloge.com/personal/2004/08/folksonomy-social-classification-great.html>

[Consulta: agost de 2005]

[Castells, 2005]

Castells, M. *Software libre*. La Vanguardia, 29 gener 2005.

[Cernuda, 2000]

Cernuda, O. [En línia] *Enlazo, luego existo*. 13 d'abril de 2000

<http://www.baquia.com/com/legacy/12519.html> [Consulta: agost de 2005]

[Coates, 2003]

Coates, T. [En línia] *[Weblogs and] The Mass Amateurisation of [Nearly] Everything...* 3 de setembre de 2003.

http://www.plasticbag.org/archives/2003/09/weblogs_and_the_mass_amateurisation_of_nearly_everything.shtml

[Consulta: agost de 2005]

[Conklin, 1987]

Conklin, J. [En línia] *Hypertext: An Introduction and survey*. IEEE Computer, 20. 9 de novembre de 1987. pàg 17-40.

http://cpe.njit.edu/dlnotes/CIS/CIS732_447/Cis732_7R.pdf [Consulta: agost de 2005]

[Context Weblog, 2002]

Context Weblog. [En línia] *Web semàntica, la web de segona generació?*. 2002

http://straddle3.net/context/02/020619_semantic.ca.html [Consulta: agost de 2005]

[Cornella, 2000]

Cornella, A. [En línia] *Cómo sobrevivir a la infoxicación.*

<http://www.infonomia.com/equipo/articulos/infoxicacion.PDF> [Consulta: agost de 2005]

[Cortés, 1997]

Cortés, M. [En línia] *¿Qué son los memes?. Introducción general a la teoría de memes.* 1997.

<http://www.sindominio.net/biblioweb/memetica/memes.html> [Consulta: agost de 2005]

[Dodge & Kitchin, 2001]

Dodge, M. i Kitchin, R. *Mapping cyberspace.*

Routledge, London, 2001.

[Dürsteler, 2003]

Dürsteler, JC.. *Visualización de información. Una visita guiada.*

Ediciones Gestión, Barcelona, 2003.

[Fry, 2000]

Fry, B. [En línia] *Organic information design* Master's Thesis. MIT Media Lab Aesthetics & Computation Group, 2000.

<http://acg.media.mit.edu/people/fry/thesis/thesis-0522d.pdf> [Consulta: agost de 2005]

[FSF, 1991]

Free Software Foundation. [En línia] *Llicència Pública General de GNU.* Versió 2 de juny de 1991.

<http://ca.dodds.net/gnu/gpl.ca.html> [Consulta: agost de 2005]

[Fuster, 2004]

Fuster, A. [En línia] *Work in progress.* Treball de doctorat, assignatura de Net.Art. Juny 2004.

<http://www.iaa.upf.es/~afuster/doctorat/netart/index.html> [Consulta: agost de 2005]

[Jacobson, 2000]

Jacobson, R. [Ed.]. *Information design.*

MIT Press, Massachussets, 2000.

[Henning, 2003]

Henning, J. [En línia] *The blogging iceberg*. Perseus development corp. 10 d'abril de 2003.

<http://www.perseus.com/blogsurvey/iceberg.html> [Consulta: agost de 2005]

[Hourihan, 2002]

Hourihan, M. [En línia] *What We're Doing When We Blog*. 13 de juny de 2002.

<http://www.oreillynet.com/lpt/a/2474> [Consulta: agost de 2005]

[Jardin, 2003]

Jardin, X. [En línia] *De los bloques de plomo a los weblogs*. Art Futura 2003.

<http://www.artfutura.org/02/Xeni.html> [Consulta: agost de 2005]

[Jardin, 2004]

Jardin, X. [En línia] *Blogs Coming of Age in Spain*. 8 de gener de 2004

<http://wired-vig.wired.com/news/culture/0,1284,61741,00.html> [Consulta: agost de 2005]

[Katz, 1999]

Katz, J. [En línia] *Here comes the weblogs*. Publicat a Slashdot, 24 de maig de 1999.

<http://slashdot.org/features/99/05/13/1832251.shtml> [Consulta: agost de 2005]

[Manovich]

Manovich, L. [En línia] *Soft cinema*.

<http://www.softcinema.net/formex.htm> [Consulta: agost de 2005]

[Mathes, 2004]

Mathes, A. [En línia] *Folksonomies. Cooperative Classification and Communication Through Shared Metadata*. Desembre de 2004.

<http://www.adammathes.com/academic/computer-mediated-communication/folksonomies.html> [Consulta: agost de 2005]

[Mead, 2000]

Mead, R. [En línia] *You've Got Blog. How to put your business, your boyfriend, and your life on-line*. 13 de novembre de 2000

http://www.rebeccamead.com/2000_11_13_art_blog.htm [Consulta: agost de 2005]

[Merelo, 2004a]

Merelo, JJ., Orihuela, JL., Tricas, F., Ruiz, V. [En línia] *Revisiting the Spanish blogosphere*

<http://webdiis.unizar.es/~ftricas/Articulos/Revisiting%20the%20Spanish%20blogosphere.pdf> [Consulta: agost de 2005]

[Merelo, 2004b]

Merelo, JJ., Prieto, B., Tricas, F. [En línia] *Blogosphere community formation, structure and visualization*. 2004.

<http://webdiis.unizar.es/~ftricas/Articulos/Blogosphere%20community%20formation.pdf> [Consulta: agost de 2005]

[Merelo, 2004c]

Merelo, JJ., Tricas, F., Prieto, B. [En línia] *Visualización de la evolución de una red social generada por weblogs*. 2004.

http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom_publica2.php?grup=43&id=625&idioma=es [Consulta: agost de 2005]

[Merholz, 2004]

Merholz, P. [En línia] *Metadata for the masses*. 19 d'octubre de 2004.

<http://www.adaptivepath.com/publications/essays/archives/000361.php> [Consulta: agost de 2005]

[Miles, 2000]

Miles, A. [En línia] *A manifesto [in no particular order]*. 6 de desembre del 2000, actualitzat el 2 de febrer de 2003.

<http://hypertext.rmit.edu.au/vog/manifesto/> [Consulta: agost de 2005]

[Miles, 2005]

Miles, A. [En línia] *Media Rich versus Rich Media [or why video in a blog is not the same as a video blog]* Blogtalk, 2005.

http://incsub.org/blogtalk/?page_id=74 [Consulta: agost de 2005]

[Miller, 2005]

Miller, E. [En línia] *Semantic Web Activity Statement*. 2005

<http://www.w3.org/2001/sw/Activity> [Consulta: agost de 2005]

[Noelle-Neumann, 1995]

Noelle-Neumann, E. *La Espiral del silencio opinión pública: nuestra piel social*

Ed. Paidós, Barcelona, 1995.

[Omann, 2004]

Omann, M. [En línia] *Art Blogs: Why Such a Timid Emergence?*. 2004

<http://www.twhid.com/misc/artblog.pdf> [Consulta: agost de 2005]

[Orihuela, 2003a]

Orihuela, JL. [En línia] *Blogging and the eCommunication Paradigms: 10 principles of the new media scenario*. 2003. Ponència a BlogTalk A European Weblog Conference.

<http://mccd.udc.es/orihuela/blogtalk/> [Consulta: agost de 2005]

[Orihuela 2003b]

Orihuela, JL. [En línia] *Redes sociales: un inventario de recursos y experiencias* 12 d'Octubre de 2003.

<http://www.ecuaderno.com/archives/000046.php> [Consulta: agost de 2005]

[Orihuela, 2005]

Orihuela, JL. *La revolución de los weblogs*. Perspectivas del mundo de la comunicación.

Nº 26, febrer de 2005. Editat per la Facultat de Comunicació de la Universitat de Navarra, Pamplona.

[Ray, 2003]

Ray, C. [En línia] *About blog.art* 4 d'agost de 2003.

http://glowlab.blogs.com/blogart/2003/08/about_blogart_.html [Consulta: agost de 2005]

[Raymond, 1998]

Raymond, E. [En línia] *La catedral y el bazar*. Versió 1.39 del 28 de juliol de 1998.

<http://www.sindominio.net/biblioweb/telematica/catedral.html> [Consulta: agost de 2005]

[Rodríguez, 2005]

Rodríguez, MM. *To blog or not to blog? El mundo digital invade el universo real.* La Vanguardia. Revista. Diumenge 1 de maig de 2005.

[Shirky, 2002]

Shirky, C. [En línia] *Weblogs and the Mass Amateurization of Publishing.* Llista de correu *Networks, Economics, and Culture*, 3 d'octubre de 2002.

http://www.shirky.com/writings/weblogs_publishing.html [Consulta: agost de 2005]

[Shirky, 2003]

Shirky, C. [En línia] *A group is its own worst enemy.* Llista de correu *Networks, Economics, and Culture*, 1 de juliol de 2003.

http://shirky.com/writings/group_enemy.html [Consulta: agost de 2005]

[Smith, 2004]

Smith, G. [En línia] *Folksonomy: social classification.* Atomiq. 3 d'agost de 2004.

http://atomiq.org/archives/2004/08/folksonomy_social_classification.html [Consulta: agost de 2005]

[Spence, 2001]

Spence, R. *Information visualization.* ACM Press. Harlow, 2001.

[Stalbaum, 2004]

Stalbaum, B. [En línia] *After land art: database and the locative turn.* Intelligent Agent, vol4 n°4, 2004.

http://www.intelligentagent.com/archive/Vol4_No4_freerad_afterlandart_stalbaum.htm

[Consulta: agost de 2005]

[Tricas, 2003]

Tricas, F., Merelo, JJ. [En línia] *Measuring the Spanish Blogosphere*

<http://geneura.ugr.es/~jmerelo/atalaya/newmedia/>

<http://blogtalk.net/presentations/measuringspanishblogosphereslides.pdf> [Consulta:

agost de 2005]

[Tricas, 2004a]

Tricas, F., Merelo, JJ. [En línia] *The Spanish-Speaking Blogosphere: Towards the Powerlaw? A Proceedings of Web Based Communities 2004*, pp. 430-433. Lisbon, Portugal. 2004
<http://webdiis.unizar.es/~ftricas/Articulos/tricasMereloWBC2004.pdf> [Consulta: agost de 2005]

[Tricas, 2004b]

Tricas, F., Orihuela, JL., Merelo, JJ., Ruiz, V. [En línia] *Una introducción a la blogosfera y lo que podemos medir allí*
<http://webdiis.unizar.es/~ftricas/Articulos/urjc04.pdf> [Consulta: agost de 2005]

[Tufte, 1990]

Tufte, ER. *Envisioning information*.
Graphics Press, Cheshire [Conn.], 1990.

[Tufte, 2001]

Tufte, ER. *The Visual display of quantitative information*.
Graphics Press, Cheshire [Conn.], 2001.

[Tufte, 1997]

Tufte, ER. *Visual explanations images and quantities, evidence and narrative*.
Graphics Press, Cheshire [Conn.], 1997.

[Winer, 2001]

Winer, D. [En línia] *The history of weblogs*. 9 de setembre de 2001
<http://www.userland.com/theHistoryOfWeblogs> [Consulta: agost de 2005]

[Winer, 2003]

Winer, D. [En línia] *What makes a weblog a weblog?* 23 de maig de 2003
<http://blogs.law.harvard.edu/whatMakesAWeblogAWeblog> [Consulta: agost de 2005]

[Yee, 2001]

Yee, R. [En línia] *The sea change of the Web: What is the Second-Generation, Semantic Web?* 2001

<http://istpub.berkeley.edu:4201/bcc/Fall2001/feat.2ndgenweb.html> [Consulta: agost de 2005]

[Zeldman, 2004]

Zeldman, J. *Diseño con estándares web*. Ed. Anaya Multimedia. Madrid, 2004.

Conferències i events

El codi obert i altres estratègies de creació global. Conferència de Derrick de Kerckhove a Cosmocaixa.

<http://lists.ibiblio.org/pipermail/cc-cat/attachments/20050510/558295fe/VESPREDEKERCKHOVE-0001.pdf>
<http://www.caballe.com/2005/05/19.html>

5enes jornades sobre art i multimèdia. Metanarrative(s)? Mediateca de Caixaforum.

<http://www.mediatecaonline.net/5jornades/cat/index.htm>

Sónar 2005. 16, 17 i 18 juny 2005

http://www.sonar.es/2005/cat/multimedia_matica.cfm

Copyfight. 15, 16 i 17 de juliol 2005. CCCB

<http://www.elastico.net/copyfight/>

Beers&Blogs

<http://www.ecuaderno.com/archives/000553.php>

Llistat denllaços citats al text

<http://www.w3.org/DesignIssues/Semantic.html>
<http://www.w3.org/>
<http://www.stallman.org/>
<http://www.fsf.org/>
<http://www.gnu.org/>
<http://creativecommons.org>
<http://www.sifry.com/alerts/archives/000332.html>
<http://www.technorati.com>
http://www.uoc.edu/web/esp/noticies/Kerckhove0505_cast.html
<http://www.caballe.com/2005/05/19.html#a5535>
<http://blogs.telecinco.es>
<http://www.quediarario.com>
<http://www.robotwisdom.com/log1997m12.html>
<http://en.wikipedia.org/wiki/Weblog>
<http://archive.ncsa.uiuc.edu/SDG/Software/Mosaic/Docs/old-whats-new/whats-new-0693.html>
<http://portal.eatonweb.com>
<http://www.jjg.net>
<http://www.scripting.com>
<http://www.camworld.com>
<http://www.barrapunto.com>
<http://tremendo.com/bitacora>
<http://subte.com/v01>
<http://www.betobeto.com/betolog>
<http://www.area.com.mx/estrategica>
<http://www.alt1040.com/archivo/2003/05/09/do-we-live-in-a-small-world>
<http://www.blogger.com>
<http://www.kevinsites.net>
<http://www.back-to-iraq.com>
http://dear_raed.blogspot.com
<http://www.20minutos.es/noticia/10647/0/blogs/11-M/cobertura>
<http://www.blogger.com>
http://www.media-diary.net/spring_in_asia/000009.html

<http://spaces.msn.com/>
<http://www.lacoctelera.com>
<http://www.bitacoras.com>
<http://www.wordpress.org>
<http://www.movabletype.org>
<http://www.efimera.org>
<http://www.w3c.org>
<http://www.movabletype.org>
<http://www.kottke.org>
<http://www.ensight.org/index.php?s=ebay&submit=go>
<http://xanadu.com/index.html>
<http://xanadu.com/index.html>
<http://xanadu.com/nxu>
<http://www.blogsperu.com/blog.asp?b=295&cat=12>
<http://www.foaf-project.org>
<http://www.bitacoras.com>
<http://www.weblogs.com>
<http://www.technorati.com>
<http://www.bloglines.com>
<http://www.feedness.com>
<http://london-underground.blogspot.com/>
http://www.boingboing.net/2005/07/07/photos_related_to_lo.html
http://en.wikipedia.org/wiki/2005_London_transport_explosions
<http://www.minid.net>
<http://www.minid.net/articulos/2485/opinin-ms-profunda-sobre-ie-7>
<http://www.ibarretxe.com/bitacora>
<http://www.iceta.org/blog.htm>
<http://www.moby.com/journal>
<http://www.woodyallenband.com/blog>
<http://www.barbrastreisand.com/statements.html>
<http://www.bitacoras.com>
<http://www.ecuaderno.com>
<http://www.tintachina.com>
http://tintachina.com/archivo/cat_i_encuesta_webloggers.php
<http://www.autoblogger.net>
<http://www.auto-illustrator.com>

<http://www.boingboing.net>
<http://joi.ito.com>
<http://bayosphere.com/blog/dangillmor>
<http://www.wordcontent.com>
<http://www.fotolog.net>
<http://www.flickr.com>
<http://www.photoblogs.org>
<http://hypertext.rmit.edu.au/vog/manifesto/>
http://hypertext.rmit.edu.au/vog/vog_archive/000082.html
<http://michaelverdi.com>
<http://mefedia.com>
<http://www.vlogdir.com>
<http://www.glowlab.com>
<http://glowlab.blogs.com/blogart>
<http://www.blog-art.com>
http://www.eyebeam.org/reblog/archives/2004/06/art_blogs.html
http://www.mteww.com/mtaaRR/news/twhid/art_blogs.html
<http://www.digitalmediatree.com/tommoody/comment/28037>
<http://blog-art.blogspot.com>
<http://www.no-org.net/blogs>
<http://www.no-org.net/blogs.html>
<http://mujergorda.bitacoras.com/2>
<http://letizia-ortiz.blogspot.com>
<http://donjuan.bitacoras.com>
<http://imaginaryjourney.uiah.fi>
<http://web.archive.org/web/20040919050947/http://ifoundsomeofyourlife.blogspot.com>
<http://www.sankey.ca/caesar>
<http://elcanario.blogspot.com>
<http://americanidolauditiontraining.blogs.com/marisa>
<http://rhizome.org/object.rhiz?29242>
<http://motoamericanidol.textamerica.com>
<http://bb.milnombres.net>
<http://bb.milnombres.net/acerca/reglas.php>
<http://media-diary.net/24/index.html>
http://www.zexe.net/TAXI/taxi/intro.php?qt=0&can_actual=

http://www.zexe.net/TAXI/taxi.php?qt=0&can_actual=29
http://www.zexe.net/LEON/leon/intro.php?qt=0&can_actual=
http://www.zexe.net/INVISIBLE/invisible/intro.php?qt=0&can_actual=
http://www.lafogata.org/medios/med_8-1.htm
http://www.livejournal.com/users/miss_mcdonald
<http://www.teleportacia.org/war/war.html>
<http://myboyfriendcamebackfromthewar.blogspot.com>
<http://www.elhombrequecomiadiccionarios.com>
<http://www.metameat.net/kafka/index.php?en>
<http://www.pepysdiary.com>
[http://selampit.blogspot.com,](http://selampit.blogspot.com)
<http://dew.blogspot.com>
<http://acronimos.blogspot.com>
<http://www.jodi.org>
<http://www.screenfull.net>
<http://www.eyebam.org/reblog/archives/rebloggers/screenfull.html>
[http://544x378.free.fr/\(WebTV?\)/](http://544x378.free.fr/(WebTV?)/)
http://jimpunk.blogspot.com/2003_06_22_jimpunk_archive.html
<http://www.guimp.com/blog.html>
<http://glowlab.blogs.com/muteblog>
<http://glowlab.blogs.com/metabetablog>
<http://postsecret.blogspot.com>
<http://group hug.us>
<http://1001.net.au>
http://www.c71123.com/daily_photo
http://www.c71123.com/daily_photo/faqac-1.php
<http://www.obsessiveconsumption.com>
<http://www.obsessiveconsumption.com/purchases/archives.html>
<http://www.obsessiveconsumption.com/OCV2/survey/survey.html>
<http://www.obsessiveconsumption.com/OCV2/credit%20card%20statements/CREDITCARD.html>
<http://www.trashlog.org>
<http://moblog.findelmundo.com.ar/>
<http://www.minutelibrary.com>
<http://www.maryquits.com>
<http://www.bobquits.com>

<http://www.americanlegacy.org>
<http://showdown.contagiousmedia.org>
<http://www.contagiousmedia.org>
<http://www.microsiervos.com/archivo/musica/meme-musical-5.html>
<http://www.minid.net/2004/04/18/meme-235>
<http://www.mizdos.com/100things.htm>
<http://blogday.wikispaces.org>
<http://www.flickr.com/photos/tags/whatsinyourbag>
<http://flickr.com/groups/transparentscreens/pool>
<http://www.thegoodrumor.com/rumor.htm>
<http://www.awacate.com/amigo>
http://www.blogpocket.com/blog/?category_name=amigo-invisible
http://www.ecuaderno.com/archives/cat_beers_blogs.php
<http://www.wibsite.com/wiblog/dull>
<http://www.wibsite.com/wiblog/dull/read.php?2237>
<http://www.autoblogger.net>
<http://www.autoblogger.net/stories.htm>
<http://www.bitacoras.com/top500>
<http://www.bloggies.com>
<http://thebobs.de/thebobs05/bob.php>
<http://2004weblogawards.com>
http://www.20minutos.es/premios_20_blogs/
<http://www.wannabegirl.org/awards>
<http://www.coyoteyip.com/readingclass>
<http://www.playinggrounds.net>
[http://art.teleportacia.org/1000\\$/page2.html](http://art.teleportacia.org/1000$/page2.html)
<http://www.uiowa.edu/~iareview/tirweb/feature/amerika/markamerikablogsoz.htm>
<http://hypertext.rmit.edu.au/essays/vot/mark/html/ozblog.html>
<http://www.uiowa.edu/~iareview/tirweb/feature/amerika/markamerikablogsoz.htm>
<http://weblogs.media.mit.edu/SIMPLICITY>
http://www.culturekitchen.com/potatoland/archives/cat_art.html
<http://www.stunned.org/cmng.htm>
<http://www.freewayblogger.com/weblog.htm>
<http://www.we-make-money-not-art.com>
<http://www.woostercollective.com>
<http://turbulence.org/blog>

<http://blogs.walkerart.org/newmedia/index.php?cat=7>
<http://www.eyebam.org/reblog>
<http://www.dunadigital.com/adee/noticias>
<http://agenciacritica.net>
<http://www.futurotopias.net>
<http://w3art.es/reblog>
<http://www.ambientdevices.com>
<http://www.ambientdevices.com/cat/dashboard/index.html>
<http://www.artima.com/weblogs/viewpost.jsp?thread=67492>
<http://www.technorati.com>
<http://www.vanderwal.net/random/category.php?cat=153>
<http://es.wikipedia.org/wiki/Folcsonom%C3%ADa>
<http://del.icio.us>
<http://del.icio.us/doc/about>
<http://www.flickr.com>
<http://www.43things.com>
<http://www.softcinema.net>
<http://www.flickr.com/photos/tags>
<http://www.technorati.com/tags>
<http://www.43things.com>
<http://www.flickr.com/photos/brevity/sets/164195/>
<http://www.salavon.com/LateNite/LateNight.shtml>
<http://www.flickr.com/photos/brevity/6633597/in/set-164195>
<http://www.flickr.com/photos/brevity/6638675/in/set-164195>
<http://www.flickr.com/photos/brevity/6582569/in/set-164195>
<http://www.flickr.com/groups/longline/>
<http://www.flickr.com/photos/genista/4748899>
<http://www.netomer.de/flickrtagfight/fight>
<http://www.netomer.de/flickrtagfight/madrid.barcelona.fight>
<http://netomer.de/flickrtagfight/cat.dog.fight>
http://nuthinking.com/did/tagged_colors_03
<http://krazydad.com/colrpickr>
http://www.airtightinteractive.com/projects/related_tag_browser/app
<http://www.marumushi.com/apps/flickrgraph>
<http://krazydad.com/gustavog/poster/finder.html>
<http://www.flickr.com/photos/bees/8593204>

<http://www.mediamatic.net/artefact-200.9770.html>
<http://www.flickr.com/photos/tags/physicalmetadata>
<http://www.londonbloggers.co.uk>
<http://www.nycbloggers.com/>
<http://www.reenhead.com/map/metroblogmap.html>
<http://phoenity.com/mybloggermap>
<http://wordpress.de/blogmap>
<http://www.blogwise.com/blogmaps>
<http://geourl.org>
<http://www.marumushi.com/apps/newsmap/index.cfm>
<http://www.tenbyten.org>
<http://www.buzztracker.org>

Anna Fuster Fabre. Setembre de 2005.

