

Què és un blog?

Enric Bruguera i Payà

P08/93012/01567



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu

Índex

Introducció.....	5
1. Elements per a una definició.....	7
2. Elements de caracterització.....	10
4. Tipologies de blogs.....	14
3. Breu història.....	18

Introducció

Un blog, des d'un punt de vista tècnic, no és res més que una pàgina web, en la qual el sistema d'edició i publicació s'ha simplificat fins al punt que l'usuari no necessita coneixements específics del mitjà electrònic ni del format digital per a poder-hi aportar continguts de manera immediata, àgil i constant des de qualsevol punt de connexió a Internet.

Sobre aquest apunt de definició, essencial i bàsica, s'han construït durant els últims anys diverses definicions de blog, que han evolucionat a mesura que el mateix fenomen creixia quantitativament, aprofundia qualitativament les seves possibilitats d'interactivitat i perfilava nous escenaris electrònics d'interactivitat i relació entre usuaris: un còctel explosiu, en el qual la seva extensió exponencial i els nous usos socials esdevenen alhora causes i efectes del mateix fenomen.

Així, des dels primers intents funcionals de definició, que limitaven el blog a una simple pàgina web personal amb enllaços comentats, fins a les últimes definicions del blog, com un espai global d'autoedició i publicació immediata i directa per part del seu autor, s'han apuntat desenes de qualificacions, moltes de les quals només divergeixen segons l'aspecte analitzat en cada cas: diari personal en línia –quan s'examinava l'autoria i l'estil dels continguts–; dietari i relació d'actualització cronològica –quan es posava l'accent en el ritme i el registre de publicació–, o nòdul de recorregut hipertextual de la xarxa –quan se centrava l'interès en la utilització dels enllaços per a crear teranyines d'informació distribuïda–...

Molts usuaris han entès el blog com un sistema de publicació d'informació personal i han bolcat a la xarxa dades i reflexions personals, legítimes però incapaces d'atraure la més mínima atenció, interès o resposta de ningú. Altres usuaris, en canvi, han assumit el blog com un sistema personal de publicació idoni per a vehicular els continguts i les informacions d'interès individual o col·lectiu tradicionalment marginats en els grans mitjans convencionals de comunicació.

La mateixa simplicitat tècnica i facilitat de gestió que han promogut la incorporació ràpida i massiva d'usuaris a la publicació personal electrònica en línia han originat una multiplicitat de definicions i interpretacions del blog en una dinàmica imparable d'adaptació a la mateixa evolució accelerada del fenomen, de manera que, a hores d'ara, més que d'una definició estàndard cal parlar d'elements vertebradors, trets de caracterització, funcions i tipologies diverses, segons les intencions dels autors dels blogs, dels seus lectors i dels analistes del mitjà.

L'apunt: Blog, weblog, bitàcola...

La mateixa nomenclatura entorn d'aquest mitjà de publicació personal electrònica reflecteix la dificultat que encara presenta la definició i etiquetatge dels blogs. El terme **weblog** va ser utilitzat per primera vegada el 1997 per Jorn Barger per a definir els diaris electrònics personals, editats i publicats amb eines informàtiques d'ús molt senzill, que permetien abocar a la xarxa amb periodicitat regular textos breus que s'anaven ordenant cronològicament.

En el seu origen, *weblog* ajuntava la referència al format **web** de publicació electrònica amb el verb anglès *to log* ('anotar') i l'expressió nàutica *log on ship* ('quadern de bitàcola o diari de bord'). Una associació de les accions de registre i navegació que en anglès aviat va evolucionar cap a l'expressió abreviada de *blog*, i que en espanyol va derivar cap a *bitàcola* i *cuaderno de bitàcola*.

L'adaptació en castellà va provocar que inicialment sovint fos traduïda al català per *bitàcola* i *quadern de bitàcola*, fins al punt de ser adoptada oficialment per molts usuaris, diversos estudiosos del fenomen, gran part dels mitjans de comunicació en català i, fins i tot, diversos serveis d'allotjament i gestió de diaris personals.

El Centre de Terminologia Termcat ha fixat *bloc* com l'expressió més adequada en català, mentre atribueix *weblog* i *blog* a l'anglès; *blog* i *bitàcola* a l'espanyol, i *blogue* i *carnetweb* al francès.

Però, malgrat la decisió del centre de terminologia català, en diverses instàncies i cercles lingüístics ha anat guanyant terreny el criteri segons el qual és més adequat emprar *blog* amb *g* final perquè és l'adaptació natural del català d'aquest mot anglès i perquè els arguments a favor de la grafia amb *c* no són prou forts.

1. Elements per a una definició

La mateixa novetat del fenomen dels blogs, la seva efervescència comunicativa i la proliferació exponencial de casos i d'iniciatives concretes arreu del planeta han dificultat, fins ara, establir una definició tancada i definitiva de blog. Però es comença a perfilar un consens força estès sobre alguns dels trets essencials per a definir el que podem entendre per blog.

A. En la presentació:

- Estructuració de continguts en apunts aportats per l'autor o autors del blog i pels seus lectors.
- Ordenació cronològica inversa de publicació, amb presentació prioritària i més visible dels continguts més recents.

The screenshot shows a blog page with the following elements:

- Header:** 'blocat' logo, 'Concurs de blocs (Fesintemet)', and 'Aconsegueix el teu bloc!'.
- Blog Title:** 'txerrades'.
- Image:** A pen nib.
- Post 1 (11 Maí, 2006):**
 - Title:** 'La carta'
 - Category:** 'Actualitat' — Enviat per Txerra @ 10:26
 - Image:** A portrait of a man in a suit.
 - Text:** 'Jo també vaig rebre dimarts, 9, la carta del president Pasqual Maragall...sí, la que porta per data divendres, 12, o sigui, demà. Tot plegat, un embolic, perquè ahir, a primera hora, encara no s'havia aprovat al Senat, i avui, a aquestes hores, encara no s'ha convocat oficialment el referèndum. Dit això, el President ens avisa que rebrem el text complet a casa d'aquí a pocs dies. Ho estic desitjant. Vull saber què he de votar, si finalment decideixo anar-hi. Sense sorolls aliens.'
 - Footer:** 'Comenta-ho | 0 Retroenllaços'
- Post 2 (09 Maí, 2006):**
 - Title:** 'Luis'
 - Category:** 'Cinema i TV' — Enviat per Txerra @ 23:30
 - Image:** A small portrait of a man.
 - Text:** 'Luis era **Luis Polanco**, crític de música clàssica d'*El Periódico*. El coneixia des de fa gairebé 20 anys i va sorgir entre nosaltres un peculiar nexa: havia nascut a Las Arenas, barri elegant de Getxo, en
- Right Sidebar:**
 - Text:** 'xerrar: parlar molt i sense substància, però pel sol gust de parlar... aquest **diari** o **bitàcola** sorgeix tot jugant amb el meu propi nom: **txerra**, xerra, t_xerra que t_xerra... bé, espero que petem la **txerrada**'
 - Cerca:** Search input field.
 - Menú:**
 - Albums
 - Categories:**
 - Actualitat [64]
 - Cinema i TV [13]
 - Sugerències [13]
 - General [21]
 - Llibres [7]
 - Exposicions [4]
 - Viatges [3]
 - Arxius:**
 - Maig 2006
 - Abril 2006
 - Març 2006
 - Febrer 2006
 - Gener 2006

B. En el contingut:

- Actualització freqüent i regular.
- Definició d'un àmbit temàtic més o menys acotat, que en molts casos arriba a l'especialització explícita.
- Estil de redacció, edició i publicació adaptat a la personalitat de l'autor o autors.

C. En la navegació:

- Ús generalitzat d'hipervincles
 - per a recórrer el contingut intern del blog,
 - per a contextualitzar-ne i completar-ne la informació,
 - per a enllaçar amb continguts externs d'altres llocs d'Internet.

D. En la interacció:

- Inclusió d'eines de relació
 - entre usuaris del blog (sistema de comentaris),
 - amb els usuaris d'altres blogs (selecció d'enllaços o *blogroll*, enllaços permanents o *permalinks*, retroenllaços o *trackback*, sindicació de continguts).

E. En la gestió:

- Iniciativa de publicació personal de continguts oberta i accessible a qualsevol usuari de la xarxa.
- Accés des de qualsevol punt de connexió a Internet utilitzant qualsevol tipus de navegador web.
- Facilitat i immediatesa de publicació mitjançant l'ús d'eines de gestió de continguts molt senzilles i accessibles en línia.
- Despeses de manteniment mínimes gràcies a la proliferació d'opcions gratuïtes d'allotjament i d'eines de gestió també gratuïtes.

La coincidència de tots aquests elements –o, almenys, d'una part substancial– és el que, avui per avui, permet una primera caracterització del blog:

- Com a mitjà d'informació:
 - atès que facilita l'edició i publicació personal d'informació a la xarxa, sense intermediaris, amb difusió immediata i abast planetari.
- Com a mitjà de comunicació:
 - atès que permet la resposta immediata de l'usuari lector –també sense intermediaris–, l'eventual diàleg electrònic i l'intercanvi de rols entre autor i lector, i la visibilitat d'aquest diàleg per a tercers que, alhora, poden intervenir-hi.
- Com a mitjà de relació:

- des del moment en què la coincidència total o parcial d'aquests elements tecnològics i comunicatius permeten delimitar situacions estables d'intercanvi i circulació d'informació entre usuaris motivats per interessos temàtics definits o relacions interactives continuades.

2. Elements de caracterització

Dins de la definició conceptual genèrica del blog hi ha una sèrie d'elements que, pel damunt de l'heterogeneïtat de continguts, presentacions i dinàmiques de relació, coincideixen en la majoria de casos, cosa que en permet la caracterització estàndard, l'anàlisi mínima de les iniciatives existents i la concepció de noves propostes.

En els seus trets més generals, la caracterització d'un blog la proporcionen els elements següents:

A. Títol i descriptor del blog

- Defineix l'àmbit temàtic del blog, el seu gènere i la intenció del seu autor.
- És important en tant que orienta i, tàcitament, delimita les visites al blog, com també les línies de comunicació i interacció que poden establir-se.

B. Identificació de l'autor

- Sol consistir en una breu referència biogràfica de l'autor del blog i, quan és possible, en enllaços a webs i altres blogs que afegeixen informació personal o professional de l'autor.



The screenshot shows the header of a blog with the title "pjorge.com" and a quote: "I go online sometimes, but everyone's spelling is really bad. It's... depressing." Below the header, there are navigation links for "archivo" (listing months from May 2006 to 2002) and "últimos comentarios" (listing comments by users like "Vota por Lordi"). The main content area is titled "Bio" and features a photo of a man with a beard. The bio text reads: "Nací, lo cual casi debería ser obvio. Tal cosa sucedió en la de Lanzarote allá por 1967 cuando el mundo era joven y dinosaurios caminaban sobre la tierra. Durante mucho tiempo viví en Tenerife, donde estudié la carrera de física, y ahora resido en Santiago de Compostela, en Galicia. No es mal cambio para una persona acostumbrada a que las temperaturas no desciendan a partir de cierto punto y a que el agua sólo caiga desde arriba si alguien se sube al tejado a tirarla. Profesionalmente, me dedico a la informática y especialmente me gusta programar en Java (he descubierto que no es en absoluto un lenguaje de programación sino más bien un orán iueao de aventuras). También hago traducciones."

- Tot i que no és imprescindible, constitueix un element fonamental en la definició del grau de credibilitat de les informacions i intencions de comunicació i relació del blog.

C. Selecció d'enllaços recomanats (*blogroll*)

- Completen i amplien la definició temàtica del blog, el seu grau de credibilitat i l'àmbit de relació temàtica i social en el qual l'autor vol inscriure'l.

D. Apunts o anotacions (*posts*)

- Són les aportacions de contingut, tant les que fa l'autor o autors del blog com les que fan els lectors en resposta o amb relació a les aportacions precedents.
- Generalment apareixen ordenades en ordre cronològic invers (les més recents damunt de les anteriors).
- Cadascuna de les anotacions acostuma a presentar un hipervincle permanent (*permalink*), cosa que permet que es puguin arxivar individualment amb una adreça URL pròpia, i ser enllaçades, així, des de webs i blogs externs. Aquests hipervincles permanents faciliten el trànsit cap al blog des d'altres llocs.
- El sistema d'arxiu d'apunts en el blog sol ser cronològic, ordenat per mesos i per anys. En alguns casos, els servidors que donen servei d'allotjament al blog també permeten arxivar apunts per temes o categories. I determinades eines de gestió inclouen, fins i tot, cercadors interns d'informació en el mateix blog.
- Cada apunt o anotació consta dels elements següents:
 - 1) Títol.
 - 2) Cos (text, imatge, so o vídeo) amb enllaços d'hipertext.
 - 3) Adreça permanent, acompanyada per la data i l'hora de l'anotació.
 - 4) Sistema de redacció i publicació de comentaris afegits per altres lectors.
 - 5) Firma o referència imprescindible per a identificar-ne l'autor.

De la utilització que es faci d'aquests elements i del contingut que s'hi porti dependrà la definició que l'usuari vulgui fer del seu blog com a autor, i l'anàlisi que cada usuari faci d'un blog determinat com a visitant, lector o col·laborador actiu.

Així, les senyes d'identitat d'un blog les proporcionen les variables següents:

A. Autoria

- A més de la identitat concreta de l'autor, cal definir si es tracta d'una iniciativa individual o col·lectiva; si és una publicació d'intenció i contingut

personal o professional; si se sustenta sobre l'acció particular d'una persona o està vinculat a una organització, empresa o entitat corporativa.

B. Actualització

- L'arxiu i les dates de les anotacions indiquen l'antiguitat i la freqüència en la incorporació de les aportacions. Això evidencia el ritme d'activitat del blog, tant per part de l'autor, com del flux de visitants i lectors.

C. Tipologia

- El descriptor del blog ha d'establir clarament el gènere, l'àmbit temàtic i la intenció. Però convé comprovar en les anotacions –de l'autor i dels lectors– si els seus continguts són coherents amb el títol i el descriptor, o si el contradiuen, i en quina mesura.

D. Política d'enllaços

- Els enllaços constitueixen un dels indicadors més consistents i reveladors de la identitat d'un blog i de la seva vitalitat comunicativa.

E. El grau d'inclusió d'hipervincles en les anotacions és important en tant que permet enllaçar amb informacions externes al blog i contribueix a donar credibilitat a la informació i a les dades internes.

- La selecció d'enllaços recomanats (*blogroll*) i el tipus de llocs a on dirigeixen també denoten el tipus de comunitat en la qual el blog es vol inscriure, i permet, per tant, veure el grau de coherència entre el propòsit del blog i la seva realitat.



F. Tipus d'audiència

- Les anotacions o *posts* dels lectors permeten rastrejar elements definitoris de l'audiència d'un blog:
 - Les firmes evidencien si es tracta d'una audiència àmplia o reduïda, tancada i formada per seguidors constants, o oberta, amb varietat de lectors. També permeten observar amb quins ritmes es renoven els conjunts d'usuaris.
 - Els continguts permeten mesurar el grau de debat que hi ha en el blog, o constatar si la seva orientació és més aviat vertical i centrada en les aportacions de l'autor.
 - Les anotacions –de l'autor i dels lectors– també mostren un estil de redacció i una qualitat d'escriptura que acaben incidint en la caracterització del blog i en la percepció que el visitant té de la seva identitat.

4. Tipologies de blogs

El caràcter obert del fenomen dels blogs, la seva evolució accelerada i l'heterogeneïtat de les seves diferents concrecions compliquen força l'establiment de tipologies definides i estables per a classificar-los. Així, fins ara s'han anat perfilant diverses tipologies complementàries que inventarien i caracteritzen els tipus de blog segons els diferents elements adoptats com a referència bàsica d'anàlisi.

A. Per autoria

a) Quantitativa

- Blog individual: el cas més clàssic de diari personal en línia.

- Blog col·lectiu: l'autoria correspon a un conjunt de persones particulars que s'identifiquen explícitament, o que mantenen una identitat simbòlica com a conjunt.

b) Qualitativa

- Blog personal: en el sentit d'autoria lliure i independent per part d'usuaris particulars, individuals o col·lectius, identificats o amb un pseudònim grupal.

- Blog corporatiu: impulsat individualment o col·lectivament des del si d'empreses, institucions o altres tipus d'organització, com a complement més o menys informal de les seves estratègies comunicatives.
 - En l'àmbit intern, de comunicació i circulació d'informació i relació entre persones de l'interior de l'organització.

 - En l'àmbit extern, de projecció de continguts i flux comunicatiu cap a àmbits i escenaris aliens a l'organització.

B. Per tipus de contingut

- Direcció d'enllaços: el tipus de blog originari, en el qual l'autor se centrava sobretot a proposar i comentar enllaços a altres llocs que considerava interessants, de manera que plantejava el seu blog com un directori comentat d'hipervincles.

- Informació personal: el blog personal clàssic, centrat en els continguts i les reflexions que l'autor considera d'interès publicar en cada moment des del seu punt de vista subjectiu.

a) Circulació de notícies:

- Blog centrat en la recomanació, ampliació i comentari de fets noticiables des del punt de vista de l'autor i de les respostes dels lectors.



- És el tipus de blog que ha anat guanyant visibilitat mediàtica des dels atemptats de l'11 de setembre de l'any 2001 a Nova York i que ha anat afermant aquest mitjà electrònic com a canal d'informació alternatiu o complementari als grans mitjans convencionals de comunicació. La invasió nord-americana de l'Iraq l'any 2003, els atemptats de Madrid i Londres els anys 2004 i 2005, les successives campanyes electorals als EUA o el tsunami al sud-est asiàtic l'any 2005, entre altres esdeveniments informatius, han consolidat aquest tipus de blog en dues modalitats informatives contraposades i, alhora, complementàries:
 - Com a canal per a fer circular informació diferent i alternativa a la dels grans conglomerats mediàtics convencionals, donant veu i visibilitat a les fonts informatives generalment obviades o ignorades per aquests mitjans.
 - Com a element d'informació complementària per part dels grans mitjans, la majoria dels quals han creat i promogut blogs vinculats a les seves pròpies estructures empresarials per fer arribar la seva informació més enllà de les seves audiències convencionals.
- Temàtiques especialitzades: amb diferents modalitats híbrides de les categories anteriors –recomanació d'enllaços, reflexió personal, comentari de notícies...–, els blogs també es poden classificar segons el seu àmbit temàtic de referència o especialització. I, així, alguns analistes parlen de blogs de tecnologia, religió, ecologia, política, economia, literatura...

C. Per format

- a) Basats en text: el que, en sentit estricte, entenem ara per blog. Són els blogs basats en la publicació, la circulació i l'intercanvi d'anotacions textuais redactades. Constitueixen la major part de l'univers de blogs que inventaria el cercador de referència Technorati.
- b) Basats en imatge:

- Fotografia
 - En els anomenats fotoblogs, la circulació d'informació es basa en fotografies i imatges digitals, no en el text redactat.
 - Llocs com Fotolog (anglès) i Fotoblog (castellà) n'indexen abundants exemples.



- La mida digital de les fotografies obliga encara els servidors de fotoblogs –sobretot els que ofereixen serveis gratuïts d'allotjament– a ser força restrictius en l'emmagatzematge d'imatges. Per això els anomenats àlbums fotogràfics en línia, com Flickr, ofereixen alternatives d'allotjament de fotos en línia, amb més capacitat d'allotjament, però amb menys prestacions comunicatives que les que caldria demanar a un blog.

- Vídeo
 - En el videoblog –o *vblog*–, el flux comunicatiu es basa en el vídeo i la imatge en moviment. La mida de les seqüències digitals encara origina més problemes d'allotjament que les fotografies, per la qual cosa cal buscar la circulació comunicativa sobre vídeo en llocs com YouTube, Google Video, Yahoo!Video o MSN Video, superfícies virtuals d'intercanvi comunicatiu que, sense generar ben bé videoblogs, obren un engrescat fenomen de comunicació entre usuaris a partir de la imatge en moviment.

c) Basats en so: els audioblogs o *podcasts* són blogs en els quals s'intercanvien fitxers de so i àudio, tant els gravats originalment pels usuaris, com els talls de so capturats d'altres mitjans que els usuaris es reenvien entre ells. El lloc Podcast.es n'ofereix abundants exemples, a més d'indicacions detallades sobre com s'elaboren.

D. Per fórmula de gestió

- Pròpia: inclou els blogs, la gestió de continguts dels quals es fa des d'eines i programes instal·lats en l'ordinador de l'autor. L'allotjament del blog, en aquests casos, sol fer-se en un servidor corporatiu o contractat directament per l'usuari particular.

- En línia
 - Quan l'autor del blog utilitza un dels nombrosos serveis gratuïts que ofereixen de manera conjunta allotjament i eines de manteniment i gestió del blog. És l'opció més utilitzada per part d'usuaris particulars atès el seu cost econòmic pràcticament nul i l'extremada facilitat de publicació i gestió del blog. Aquesta opció incorpora serveis molt estandarditzats, amb poca varietat formal i de presentació, però amb la majoria d'eines i possibilitats comunicatives del mitjà.

 - Quan l'autor del blog pot gestionar, mantenir i actualitzar els continguts des de dispositius portàtils com els telèfons mòbils, les PDA (*Personal Digital Assistant*) o els PocketPC o ordinadors de butxaca. Es coneix com a blog mòbil o *moblog*.

3. Breu història

La publicació personal de continguts a Internet es remunta als mateixos orígens de la xarxa, però fins al final dels anys vuitanta les opcions d'accés a la publicació electrònica estaven força limitades per la necessitat que l'usuari tingués coneixements d'un cert nivell de codificació en HTML i d'ús de les seves aplicacions d'edició, nocions de composició gràfica amb programes específics de disseny i accés, aleshores gens generalitzat, a sistemes d'allotjament i transferència de fitxers al servidor.

Durant tota la dècada dels noranta, la progressiva simplificació dels sistemes d'edició electrònica va afavorir la proliferació de pàgines web personals, algunes de les quals adopten criteris regulars i periòdics d'actualització, fins al punt que és al final de l'any 1997 quan Jorn Barger comença a parlar de "weblog" per a referir-se a pàgines personals com la seva (Robot Wisdom).

El terme evoluciona ràpidament cap a l'abreviatura *blog*, però és l'any 1999 quan salten les guspies que encendran el fenomen blog: es crea Eatonweb Portal, considerat el primer portal de blogs; es llança a la xarxa Pitas, la primera eina web de publicació electrònica, i finalment apareix Blogger, el servei gratuït d'edició, gestió i allotjament de publicacions personals.

A partir de l'any 2000, l'eclosió del fenomen blog presenta el ritme frenètic que recull Technorati, el principal cercador de blogs, en les seves actualitzacions permanents: l'octubre de l'any 2004 indexa 4,5 milions de blogs; el gener del 2005, ja en recull més de 6,5 milions, amb prop de 800 milions d'enllaços, i el maig del 2006, presenta 39,1 milions de blogs indexats, amb gairebé 2,5 bilions d'enllaços. Alguns dels directius del cercador, que rastreja bàsicament la blogosfera en llengua anglesa, asseguren que registren un blog nou cada minut i cinquanta mil noves anotacions cada dia.

Blogalia

Últimas historias

Tocando las nubes	Ventanas	12 Mayo 15:30
Los virus y la evolución y el ser...	Evolucionarios	12 Mayo 13:30
Desorientadas	Cambalache v.3.14 - La vidier...	12 Mayo 13:19
O meo como... ¡vaya trapallada!	días estranhos	12 Mayo 13:16
Muertes abundas	El forastero	12 Mayo 11:14
uno de cada diez...	El Laberinto	12 Mayo 10:22
Cajón: Pelado la rabia al fabricar de l...	Distúrbia	12 Mayo 08:48
Maldad more, seres al corao	Yopur griego	12 Mayo 08:19
Rutinas y business	Una cuestión personal	12 Mayo 00:16
¿Como es quita más?	Desbarrazas de Akín	12 Mayo 00:04
Volar	La guardia del mapache	11 Mayo 22:59
Supercheria de alto nivel	Éthica more cybemetic	11 Mayo 21:00
CJA DE PLAZA	Crizei	11 Mayo 17:58
Junco de palabras... Ofra de mof@bles...	Festina lenta	11 Mayo 17:20
SCLPI PERDIA	VELOCIDAD DE ESCAPE	11 Mayo 16:55

Últimas 100 historias | Últimos 100 comentarios

Nuevas bitácoras

BioMaxi	BioMaxi	10 Mayo 2006
Los minutos de la basura	x@reus	04 Abril 2006

Sobre Blogalia

- [¿Qué es Blogalia?](#)
- [Novedades sobre el desarrollo](#)
- [Lista en Yahoo! Groups](#)

Directorio

Lista completa de las bitácoras alojadas en Blogalia.

Entrar

Usuario:

Clave:

L'ona expansiva de l'explosió de blogs ha generat també l'esclat de serveis d'allotjament –el primer originari en espanyol va ser Blogalia, el gener de l'any 2002–, sistemes i serveis de gestió, portals verticals i horitzontals, i multiplicat de cercadors especialitzats, en una dinàmica accelerada de característiques contradictòries: mentre que les dades de creixement apunten que el volum de la blogosfera ara ja es duplica cada cinc mesos, els diversos estudis de seguiment indiquen que prop d'un 40% dels usuaris abandonen o deixen d'actualitzar el seu blog abans de quatre mesos després de la seva creació.

Al costat de moltes iniciatives personals fallides, en la cresta de l'ona de publicació personal a la xarxa es desencadenen fenòmens socials que impulsen i popularitzen el fenomen blog en àmbits tan decisius com els de la comunicació mediàtica, la política o el món econòmic i empresarial.

En el camp de la comunicació global, probablement el més significatiu, el fenomen blog evidencia el seu creixement i la seva evolució al ritme dels grans esdeveniments que sotraguen el món:

- Durant els atemptats de l'11 de setembre del 2001 a Nova York i després, els blogs vehiculen informació entre afectats, familiars i audiència planetària, fins al punt que els grans conglomerats mediàtics convencionals comencen a valorar i incorporar informació i dades publicades per usuaris personals.
- Immediatament després dels atemptats de l'11 de març de l'any 2004 a Madrid, pels blogs circula informació obertament contradictòria respecte de les versions oficials del govern espanyol, en una dinàmica de difusió alternativa en la qual convergeixen molts dels mitjans convencionals de comunicació, i que propicia l'anomenada mobilització dels SMS –amb el lema *Pásalo*– en vigílies de les últimes eleccions generals.
- Després dels atemptats del 7 de juliol del 2005 a Londres, els mitjans convencionals dediquen els majors volums de les seves edicions a les informacions, imatges i vídeos –captats amb els telèfons mòbils– proporcionats per usuaris particulars, testimonis directes dels fets, i vehiculats en gran part per la blogosfera.

Al ritme d'esdeveniments informatius com la invasió nord-americana d'Iraq l'any 2003, l'última campanya presidencial als Estats Units l'any 2004, el tsunami del sud-est asiàtic l'any 2005 i centenars d'altres episodis noticiables, des dels més locals fins als de ressò internacional, els blogs han contribuït decisivament a impulsar, dins de l'àmbit de la infoesfera global, l'anomenat *periodisme ciutadà*, un sistema de generació, publicació i circulació d'informació directa des d'usuaris particulars –i entre aquests mateixos usuaris–, que escapa del control i el filtre dels grans mitjans convencionals de comunicació, i que té una doble incidència: com a canal comunicatiu alternatiu i com a vigilant

que obliga els grans mitjans i els seus professionals a fer un exercici més directe i contrastat de les tasques i responsabilitats informatives que tenen encomanades.

Així, han esdevingut un poder de comunicació i d'interacció que en els àmbits polítics de tots els nivells també ha implicat la creació i publicació de blogs per a intentar establir canals de comunicació amb el ciutadà, més planers i independents de les jerarquies institucionalitzades; i que, en paral·lel, també ha facilitat la creació de xarxes alternatives de debat i activitat política directa dels ciutadans al marge dels canals establerts de participació.

El mateix poder, ja més interactiu que simplement comunicatiu, en àmbits econòmics i empresarials també ha anat desfermant una notable proliferació d'activitat bloguista, tant per a dinamitzar la circulació desencarada d'informació dins de les corporacions, com per a difondre a l'exterior una imatge corporativa més informal i de complicitat amb mercats, clients i consumidors.