

Torna el llibre amb Internet?

Si finalment resulta que Internet és la causa del pròxim 'boom' anunciat de la publicació convencional, ningú no tornarà a creure en les veus apocalíptiques que amenaçaven de la desaparició de la impremta per culpa de la tecnologia. El periodista britànic Andrew Losowsky, autor d'un diari interactiu sobre Barcelona, és un dels protagonistes d'aquesta nova tendència. Així ho explica a EL TEMPS.

“**M**ireu, un *blog* és això: ‘em vaig despertar a mig matí i he decidit que avui em pelaré la classe d’escacs; i ara vull escriure alguna cosa sobre l’últim episodi de *Friends...*’ El columnista Roger Simon satiritzava amb aquesta descripció el fenomen dels *blogs* (diaris interactius personals) i la seua suposada influència creixent en el món del periodisme nord-americà durant la darrera edició, el gener del 2005, del fòrum Meet the Press (Trobada amb la Premsa). No tothom opinava el mateix, però. Altres conferencians van afirmar que estem davant la revolució del periodisme popular més important des de l’aparició del pamflet polític al segle XVIII.

Si *logbook* és la paraula anglesa per definir llibre de navegació, *weblog* (*blog* n’és l’abreviatura) ho és per als diaris personals que a hores d’ara s’han convertit en una de les activitats més febrils de les que podem trobar en Internet. Al nostre país hi ha, per exemple, www.bitacoles.net, una comunitat de comunitats de *blogs*. N’hi ha de tota mena, i parlen, sempre, sota la perspectiva de l’experiència individual. *Vilaweb*, el diari electrònic català editat per Vicent Partal, hi ha basat una de les seues seccions permanents, a més de portar a terme diverses experiències literàries amb format de diari digital personal.

Temps de 'blogs'. No obstant la seua aparença domèstica, alguns *blogs* han demostrat que, segons com siguem utilitzats, el seu poder és palpable: periodistes com Jayson Blair, enviat a l’Iraq per la revista *Times*, passa a hores d’ara un mal tràngol amb la direcció per culpa del *blog* de Steve Gilliard. Gilliard va

tenir la següent idea: “Podríem seguir el rastre dels reporters [a l’Iraq], paraula per paraula, peça per peça, i imprimir-ne els resultats en la xarxa.” Alguns dels seus lectors empengueren la tasca i la descoberta no ha estat agradable per a molts, entre ells, per exemple, per al corresponsal de *Times*: dades inventades, declaracions usades repetidament com si fossen actuals, retòrica militarista...

Un altre exemple és el del *blogKos*, de Markos Moulitsas, de Chicago, exmilitar i contrari a la guerra a l’Iraq. El seu diari va passar de tenir al voltant de les 20.000 visites diàries fins a superar les 100.000. La seua projecció entre els usuaris nord-americans d’Internet és prou intensa perquè sectors progovernamentals l’hagi arribat a acusar de tenir connexions amb el Partit Demòcrata i de fer “campanya” de manera velada contra el president George Bush.

Tal vegada han estat aquests nivells d’audiència els que han animat les majors companyies de serveis a internautes a oferir la publicació dels *blogs* en llibre de paper real: entre d’altres hi trobem www.Lulu.com, British Company Publish (www.pabd.co.uk) i també la web www.ljbook.com. O fins i tot el diari www.cafepress.com, un portal que compta amb més d’1 milió de socis i que permet la impressió, distribució i venda dels seus llibres per un preu mitjà de 10 euros.

Segons Fred Durham, cofundador, “CafePress aprofita l’esperit creatiu que és inherent a tots nosaltres i permet que els consumidors escriguen els propis llibres: és la democratització del llibre”. És gairebé, podríem dir-ne, la quadratura del cercle.

Victorià Jiménez
(Londres)