

te, Ribas mostrarà les seves seccions més importants, com ara *Hot line*, *Xarxa*, *Agenda* o *Fòrum*, l'espai de debat per als seus lectors. Segons la directora de la publicació, totes les seccions tenen un element comú i indispensable per causa de l'entorn en el qual es generen: «Sempre incorporem la pròpia essència de tenir una publicació digital que són els enllaços a la xarxa. Hi ha un treball del periodista buscant aquells enllaços que complementen la informació sia a través de documentació que tinguin altres pàgines d'Internet o a través de fonts directes d'informació». Un dels reptes que es proposa aquesta publicació electrònica és la consecució efectiva de la síntesi de mitjans i per a aconseguir-ho «el periodista ha de pensar quin és el suport més adequat en funció de la informació que està donant», manifestà Ribas.

Per a Cristina Ribas és inqüestionable que les noves tecnologies de la informació permeten fer un periodisme diferent, on el periodista pot aportar un aspecte afegit que no és fer pàgines web, sinó seleccionar i interpretar la informació. La diversificació de les fonts que ens ofereix Internet permet «basar la teva selecció d'informació a través de manifestacions de comunicació que es produeixen a la xarxa, i evitar la tirania de les previsions oficials de cada dia o dels dictats d'agències», segons Ribas. Aquest fet agreuja de vegades les recriminacions ètiques que es fan a les publicacions electròniques. Tot i que per a la panelista aquest problema no és d'ara, sinó que ha existit sempre en el periodisme. Per a finalitzar, Cristina Ribas reivindicà la necessitat de reconeixement per part dels mitjans tradicionals cap a les publicacions que operen a la xarxa. Ribas ho resumí com a «col·laboració enfront de la competitivitat».

### **Virgili Broch**

*Director de Canal C: de Canal Satélite Digital*

Canal C: és un canal de televisió temàtica sobre les tecnologies digitals que emet setze hores diàries. Segons Broch, aquesta experiència ha arribat al grau màxim d'especialització quant a la comunicació que es pugui donar amb les tecnologies actuals. Canal C: «es basa en la tecnologia *push* i amb un model clàssic de funcionament som nosaltres els que intentem donar bons continguts a la gent i no esperem que ells ens busquin». Com que emet des d'una plataforma digital, el canal competeix amb cent serveis de programació més. Aquest fet obliga que els seus continguts siguin actuals i de qualitat, valors que regeixen la seva programació. Per a definir aquest projecte, Broch el compara al que seria un programa de cuina fet per cuiners, ja que segons el panelista «el cor del nostre contingut són les tecnologies digitals i usem tecnologies digitals tant per a produir aquest contingut com per a distribuir-lo».

L'objectiu del canal és difondre i apropar les tecnologies a la gent, però

ometent la complexitat de l'enginyeria per a mostrar el que Broch denomina *la societat de la tecnologia*, les persones que estan al seu voltant i com aquestes tecnologies influeixen en ells. Dos grups diferenciats formen el perfil d'audiència del canal. Segons el seu director, trobaríem els *experts* i els *prospectes*. Els primers són joves d'edats compreses entre dotze i trenta anys que tenen un coneixement real de la matèria i que són molt crítics. Els segons, tal com els defineix Broch, són un públic que sent parlar de les tecnologies però que té certes pors en aquesta matèria.

El canal basat en un model clàssic de televisió ofereix, segons el panelista, un contingut interessant, amè, didàctic i participatiu amb un 60 % de producció local. Però Canal C: pretén arribar més enllà de les pantalles i «es concep com un dinamitzador del sector participant en diferents esdeveniments i oferint programació internacional». En aquest sentit, el canal inclou un servei de transmissió de dades a través del satèl·lit, iniciativa que Virgili Broch defineix com «un canalet a banda en què distribuïm dades informàtiques en el més estricte sentit, programari bàsicament, als nostres abonats o els el venem, igual que a Internet».

Referent a l'aspecte periodístic, Broch creu en el *videoreporter*, un periodista multidisciplinari que significa per a l'empresa una reducció de despeses en l'elaboració del producte. Broch finalitzà la seva intervenció mostrant el vídeo demostratiu de la programació de Canal C: realitzat per un equip de joves d'edats compreses entre divuit i vint anys.

### **Antoni Esteve**

*President del Grup de Periodistes Digitals i director de la productora Lavínia Televisió*

«El que ha canviat no és ni el periodisme ni els periodistes, sinó la societat que necessita una altra forma de ser informada, de rebre la informació i de comunicar-se. El canvi del món és el que comporta el canvi del periodisme». Amb aquestes paraules, començà Antoni Esteve la seva exposició. Per a Esteve, la xarxa significa un canvi generacional i l'assentament de la comunicació de les properes dècades. Es tracta d'una tecnologia molt més potent i revolucionària que la televisió, a la qual considera una tecnologia menor al costat d'Internet. Els usos, les formes i la manera d'entendre la comunicació seran alterats per les possibilitats que ofereix la xarxa i els efectes de la qual creu que no poden ser descrits.

L'ús de les noves tecnologies pot quedar fora de l'abast de la gent major de trenta anys i dels periodistes que no es reciclin, segons el panelista. Mentre que a la generació de periodistes que treballen en el nou context comunicatiu els defineix com «un petit Leonardo, un periodista electrònic polivalent que opera en la nova societat, el que en televisió s'anomena PEP». El