

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

repte al qual ha d'enfrontar-se aquest nou periodista no és el maneig de les noves tecnologies, ja que aquestes segons Esteve són fàcils d'aprendre, sinó que l'autèntica dificultat rau en la mentalitat de com es veuen aquestes tecnologies. Esteve va apuntar un altre fet, aquest de naturalesa econòmica, que influeix també en la concepció del professional del periodisme: «fragmentació de mitjans significa produir més barat».

Antoni Esteve veu la Internet del futur com una Internet audiovisual, molt lluny del que coneixem avui, que per al panelista no és res més que «un gran hipertext» o «un teletext en gran». Però per això es necessita un ample de banda suficient, del qual actualment no disposem. A la vegada, el panelista va manifestar que la característica inherent a la interactivitat de la xarxa, la qual considera fonamental, és «la personalització dels continguts per sobre de la participació directa». També va apostar pel monitor de televisió com l'aparell per a moure'ns en el món d'Internet, «tot i que es tractarà d'uns monitors diferents dels actuals». Per a Esteve aquest escenari futurista que va descriure és tan vàlid com qualsevol altre quan fem especulacions.

Antoni Esteve va finalitzar la seva intervenció anunciant que fenòmens com ara el *webcasting* o el *push* tornaran a Internet, perquè segons ell han estat enterrats abans de temps. Però, per tal que aquests i altres serveis puguin ser incorporats a la xarxa, és necessari que aquesta tingui les característiques i condicions necessàries per a desenvolupar-los; en paraules del panelista: «Necessitem aquell ample de banda suficient».

Víctor Puig

Coordinador de la publicació electrònica Web de La Vanguardia Publicaciones Grupo Godó

Víctor Puig va centrar la seva exposició establint les diferències entre el *periodista digital* i el *periodista tradicional*, aquell que treballa en premsa escrita, ràdio o televisió. Puig defineix el periodista digital com «el periodista que usa mitjans digitals per a obtenir i treballar la informació, i genera continguts que després posarà en mitjans digitals, ja siguin aquests en línia com és ara Internet o fora de línia com per exemple els CD-ROM». El suport, el procés de desenvolupament del treball del periodista, el mercat que l'acull i demana la seva activitat i l'ètica de la seva tasca periodística són els quatre punts que varen dividir la intervenció del panelista per a il·lustrar l'anàlisi comparativa proposada.

Referent al suport, el panelista advoca pel monitor de l'ordinador com a instrument de connexió a Internet, que juntament amb la qualitat de la xarxa telefònica i les tarifes actuals ens porten a parlar dels cibernautes com de *lectors de text*. Per a solucionar la incomoditat que aquest fet suposa, Puig proposa dues opcions: les pastilles de dades i els arxius per a baixar de la