

xarxa. Les pastilles de dades obliguen el periodista a presentar una informació clara i concisa, que es llegeixi ràpidament i sense massa esforç, mentre que organitzar la informació en arxius permet aprofundir en la matèria i oferir una informació més detallada i extensa ja que el cibernauta la llegirà fora de línia i sense preocupar-se del temps que empri en aquesta tasca.

«Al periodista digital se li paga pel temps que ocupa a resseguir aquesta xarxa tan feixuga per localitzar la informació, per la seva capacitat de treballar aquella informació, i així es conserva la concepció originària del periodisme». Amb aquestes paraules justificava Puig la funció del periodista digital, que ha de fer front a l'inconvenient que suposa la diversificació de fonts d'informació a Internet i al fet que qualsevol usuari també pot accedir-hi amb la mateixa facilitat. Però aquest periodista digital hauria de tenir a més coneixements d'informàtica per a adaptar el producte a les necessitats del lector.

Un dels condicionants del mercat és la no-existència de distàncies ni fronteres a la xarxa; pots treballar per a qualsevol lloc del món des de qualsevol país. Puig considera que el treball del periodista digital està mal pagat i la situació s'agreuja quan es tracta d'un periodista *freelance*. «El mercat de l'audiència és encara molt petit i el mercat dels empresaris disposats a anunciar-se també és molt petit»; aquestes són les dues excuses que tenen les empreses per a malpagar aquest treball, segons el panelista.

Víctor Puig acabà la seva exposició fent referència a l'ètica periodística en el món digital, que considera que hauria de ser la mateixa que en d'altres suports. Tot i que va reconèixer que la facilitat de generar informació a Internet ajuda al fet que qualsevol s'atreveixi a fer-ho sense tenir en compte els codis deontològics.

Ángel Cortés

Director de Noticias Intercom

«Si avui podem presentar el que som en el món *on line* és gràcies que ens hem hagut de crear les nostres pàgines web, els nostres propis sistemes de programació, les nostres pròpies bases de dades... i a poc a poc som un viu exemple del que seria no només un periodista autodidacta, sinó d'una editorial autodidacta que ha d'utilitzar noves tecnologies que desconeix i que, per a arribar a aquell públic, ha de dominar-les si no vol deixar de comunicar». Així va resumir la seva experiència professional Ángel Cortés, una persona originàriament desvinculada del món del periodisme i de la comunicació i que, gràcies a les possibilitats que li ofereix Internet, actualment dirigeix el que anomena *una editorial digital*, la qual edita setmanalment deu publicacions en tres llengües (català, castellà i portuguès) amb un equip de nou persones.

Cortés, amb un discurs molt optimista, animà els assistents a aprofitar les

possibilitats que ofereix la xarxa de llençar nous projectes cap a bon port sense la necessitat de recórrer als grans mitjans tradicionals. «Per això, només necessites trobar un gestor que cregui en el teu projecte i que t'alleugui dels problemes d'abocar els continguts a la xarxa, mentre tu et preocupes de crear aquells continguts», manifestà Cortés.

Una altra opció per a integrar-se al món laboral digital és buscar socis, socis que tinguin prestigi. Perquè, segons el panelista, «avui en dia a Internet val el que val el teu nom. Si no val el teu nom, no val res». A aquesta afirmació cal sumar el fet curiós i paradoxal, segons Cortés, de l'existència de grans empreses que valen molts milions, però que perden molt més del que valen. En aquest sentit, trobaríem el cas de la gran llibreria virtual *Amazon.com*. «Hi ha un paradigma a Internet que és cert: digues-me el que perds i et diré el que val», manifestà el panelista.

Àngel Cortés acabà la seva exposició advocant per un valor indispensable en el món digital: ser independent. El seu missatge final, a tall de consell per als assistents, fou el següent: «Crea un bon contingut, crea molta audiència i llavors vindran els diners».