

els diaris, totes les ràdios i tots els informatius de televisió. ¿Com podia, doncs, un català dir que volia catalanitzar Espanya, si amb l'altra mà catalanitzava Catalunya, a més d'internacionalitzar-la, que és la finalitat de qualsevol agència de notícies?

Ara

En aquesta precisa setmana, la cosa està com segueix —traient-ne tot allò que per paraula donada no és pot dir, i que com sempre passa amb aquesta mena de secretets no és essencial a l'afer:

—L'operació Roca ha fracassat estrepitosament i irremeiablement ja no cal, doncs, fer el be davant de Madrid.

—El govern central, en vista de la pujada del vot autonomista i nacionalista a Catalunya i a Euskadi, ataca autonomismes i nacionalismes: és l'acreditada tàctica de «garrotada allà on fa bot».

—L'Associació de la Premsa Comarcal de Catalunya va decidir, fa unes setmanes, estudiar la creació d'una agència de premsa comarcal.

—Qui pot ser decisiu en aquest afer és el client; concretament, els mitjans de comunicació del territori de llengua catalana interessats a rebre informació en català, l'opinió d'alguns dels quals vesteix aquest diguem-ne informe. □

diatesa, sovint, poder donar la informació a temps passa per davant de tot. Aleshores et trobes amb la dificultat que ho has de traduir sobre la marxa i es cometen inevitablement errors, per més que la gent s'hi esforçi».

Josep Ramon Correal és director de *La Marjana* de Lleida. Té entre mans un projecte. Fer un diari en català. De moment, ha fet el número zero. «En un diari petit no hi ha infraestructura per elaborar la informació, cal una agència en català. El tèlex s'utilitza sovint tal com raja, i aleshores et trobes amb la feina de traducció. Per a nosaltres representaria un abaratiment de costos. Amb un esquema de redacció més reduït, es podria fer el diari. Per a la normalització lingüística dels mitjans de comunicació és vital. La traducció duplica la feina i els costos per dos».

Des de febrer de 1979 a Girona es publica el *Punt Diari*, periòdic fet

TOTS COINCIDEIXEN EN LA UTOPIA

Catalana, bona i professional

Ràdio, premsa i televisió. La unanimitat és total: cal una agència de notícies del país.

Els matisos particulars fan atractiu, encara més, el repte, a partir de qüestions tan claus com ara institucionalitzar el projecte.

A. Maresma i F. Nicolàs

Tots diuen que sí, i hi afegeixen «en català, bona i professional». Bon símptoma, això que tots hagin pensat amb la professionalitat com a imprescindible. Són uns quants dels possibles futurs clients d'una possible futura agència de notícies en català. És un sondeig entre els que treballen en català. Els que fa temps que s'han mutat o estan intentant fer-ho.

¿En tenen prou amb el servei d'agència de notícies actual? ¿Els és útil? ¿Quins canvis els representaria la creació d'una agència nacional catalana quant a infraestructura i a continguts? Abans de donar pas a les respostes, una evidència captada a través de les trucades telefòniques: els que estan més a l'aguait, més inquiets, més interessats, amb més idees, són els professionals que, des de les comarques, intenten fer —i alguns ho han aconseguit— empreses periodístiques que siguin rendibles en català.

Montserrat Nebot, una de les poques dones que mana en aquest país



Jordi Daroca, director de Catalunya Ràdio i de Ràdio Associació.

en matèria de mitjans de comunicació, és cap dels Serveis Informatius de TVE a Catalunya, està contenta del servei actual que li ofereixen les agències, però al mateix temps afirma: «Si fos una agència ben muntada que cobris tots els àmbits: Catalunya, Espanya, Internacional, tindria bona acollida. Seria interessant que tingués l'abast d'Efe, o Europa Press, però que ho fessin en català».

Enric Frigola, només dir-li quin és el tema, s'entusiasma. Ell és director de Cadena 13. No té cap mena de dilema. Des del punt de vista d'una empresa privada, on s'han de reduir despeses, estalviar-se la feina de traduir li sembla fantàstic. «La ràdio és imme-

clusivament en català. El diari ha trobat l'estabilitat i tot indica que funciona. **Carles Revés**, el director, no es limita a trobar-hi avantatges tècnics o econòmics, sinó que es planteja el tema en profunditat. «Permetria un plantejament informatiu d'àmbit dels Països Catalans, des d'una perspectiva catalana. Posem-ne un cas: la informació que t'arriba sobre el debat de la nació està feta des d'una visió de Madrid. Seria bo tenir la informació de l'estat i internacional des d'una visió catalana, sense frenar per res l'aspecte universal que pot tenir la informació».

Si a Lleida l'índex de lectura és baix, a Osona deu ser on l'índex és més alt. Una bona prova n'és la tra-

jectòria del *Nou 9*. Surt dues vegades a la setmana i, entre dilluns i divendres, en venen 18.000 exemplars. La seva àrea d'influència arriba a 140.000 persones.

Jordi Maulet, el director, comenta com veu la futura agència: «Que fos en català, que fes informació d'arreu i que tractés en profunditat les notícies catalanes. Aquesta agència hauria de conèixer molt bé les nostres comarques i veure com afecten totes les decisions que, per exemple, es prenen a Madrid».

«La majoria de publicacions com la nostra —continua dient— creu en la unitat nacional dels Països Catalans. Sempre hem treballat en català. Aquesta agència hauria de tenir plantejament nacional».

Tornem a Barcelona, on les respostes són més breus. Deu ser perquè es viu més de pressa. **Jordi Daroca**, director de Catalunya Ràdio i Ràdio Associació, troba que les agències d'aquest país no tenen color amb les informacions de les agències estrangeres: «Cobreixen els mínims. No sorprenen amb informació interessant». Insisteix en la necessitat que l'agència sigui molt professional: «Si és bona, tindrà subscriptors».

El director de l'*Avui*, **Josep Faulí**, ha respost amb la concisió que el caracteritza. No el satisfà el servei de notícies d'agència que rep actualment. El Servei català d'EFE tampoc no el satisfia. Pensa que el projecte de la creació d'una agència comarcal de notícies «pot ser bo i la base d'un futur projecte més ampli». Per a ell, l'agència hauria de ser «la millor del món i hauria de pensar en català».

I de València, a Barcelona. Per a **Jesús Montesinos**, director de la delegació d'EFE en aquesta capital: «Aquesta agència que dius tindria un parell de problemes considerables. El primer seria el problema tècnic, sobretot pel que fa a la distribució i, és clar, a les despeses. La producció a través de mitjans informàtics complica molt la distribució, i crea un problema tècnic molt costós. Pensa que tan sols una línia telefònica per a transmetre teletip de València a Alacant ja costa, al mitjà de comunicació que la contracta, entre 25.000 i 30.000 pessetes al mes, a banda del lloguer del servei a l'agència i pel lloguer del teletip pròpiament dit.»

«D'altra banda, hi ha la dificultat de penetració d'aquesta agència en el mercat valencià. Deixant a un costat qüestions polítiques, cal assenyalar que ací els oients i els lectors encara no estan acostumats a llegir o sentir



DOMENEC UMBERT



Dalt, Enric Frigola. A l'esquerra, Jesús Montesinos.

serialment parlant, no sé quin sistema seria el més positiu, si una agència oficial —i no sé quina institució se'n faria càrrec i amb quina finalitat, caldria veure-ho— o una empresa privada, que potser seria millor». **Amadeu Fabregat**, director del centre regional TVE a València, al seu torn, comenta: «Em sembla perfecte que es faça una agència catalana de notícies, com si se'n fa una de polonesa. Tot el que siga augmentar els canals d'informació és positiu. Com més informació, més confusió, i la confusió és bona sempre, perquè estimula la imaginació. I si, a més d'això, hi ha confusió de llengües, encara millor».

Tot el que siga donar facilitats als mitjans perquè facen informació en català està bé. Això anirà especialment bé per als mitjans «ràpids», com la ràdio, que així no hauran de perdre el temps traduint les informacions, cas que ho facen, o elaborant-les, que sempre és un poquet llarg encara que els locutors o els periodistes siguen catalanoparlans. I si parla de mi, millor».

Finalment, per a **Enric Canals**, director de TV3, un dels mitjans més decisius en la iniciativa, «seria molt positiu, de cara a la normalització lingüística, el fet que existís una agència catalana d'informació. Que fos útil als mitjans de comunicació dependria, sobretot, del fet que donés un servei professional al màxim. Això és el que més compta, que siga una agència bona i competitiva, ja que hauria de competir amb EFE i Europa Press. Per a mi, la fórmula òptima seria una agència totalment privada, però, és clar, no sé si s'aguantaria.» □

en valencià informacions «normals». L'agència, si vol tenir èxit, ha de poder competir, donar més i millor informació, a banda de la llengua, perquè resulta un servei molt car».

Per a **Jaume Millas**, director de Radiocadena al País Valencià, «fer una agència de notícies en català suposaria un nivell més en la lluita per la normalització de la llengua. Pense que, pel que fa a la informació que podria subministrar, si és una agència «normal», no hi hauria tanta diferència amb les que ja funcionen a l'estat. Crec que l'aspecte més interessant serà precisament aquest, possibilitar que es publicàs o es radiàs més informació en català, perquè hi ha molts mitjans que tindrien molt interès a fer-se bilingües, o fins i tot monolingües en català, però que encara no tenen prou gent capaç de redactar la informació en aquesta llengua. Empre-