

Agències de notícies, la clau de la informació

Són les que generen més informacions.

Les agències

de notícies

són una de les claus

en els processos de producció de notícies

en els mitjans

de comunicació.

Intra-ACN ha estat

el primer intent seriós

de crear una agència catalana.

Avui, aquest projecte

es troba en un moment

d'impàs, a l'espera

de veure si la CCRTV

fa una aposta decidida

pel seu futur.

Aquesta setmana, concretament dimarts, 26 de febrer, el consell d'administració de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) haurà de decidir si dona el vistiplau a la compra de l'agència catalana de notícies IntraCatalònia (Intra-ACN), quan farà poc més de quinze dies que la direcció de l'agència ha executat una regulació de plantilla.

Intra-ACN va néixer el 1999, com un projecte per a dotar de continguts informatius la premsa comarcal, des d'una perspectiva de proximitat i des d'un punt de vista informatiu català. A banda de ser una novetat en el mapa comunicatiu català per aquests objectius, el projecte s'ha significat per apostar per les noves tecnologies, ja que la difusió dels seus continguts (textos, fotografies i arxius d'àudio) es fa a través d'Internet.

I van ser les diputacions de Lleida, Girona i Tarragona (totes tres governades per CiU) les que van constituir un consorci per a finançar el projecte, semblant al que la Diputació de Barcelona (governada pel PSC) creà per a finançar COMRàdio. El setembre del 1999, començava a funcionar Intra-ACN. Però la poca convicció de les tres diputacions en el projecte ben aviat es fa palesa. El gener del 2000, decideixen retirar les subvencions destinades a l'agència de notícies. Quan només porta tres mesos de funcionament al·leguen que és un projecte deficitari.

Aquesta marxa enrere de les diputacions fa que la direcció de l'agència

busqui sortides de viabilitat per al projecte. Després de llargues negociacions, el Grup Planeta i Caixa de Catalunya adquireixen el 75% de les accions (Planeta passa a ser l'accionista majoritari amb el 51% d'accions).

Les restriccions de Planeta. Aquella operació s'afegia a d'altres que el Grup Planeta havia fet en el sector de l'audiovisual i de la comunicació. Una estratègia que la multinacional editorial aparcaria després i que deixava el rastre dels fracassos del tancament de Ràdio Espanya, la venda de l'emissora RKOR al grup Intereconomia i a Ona Catalana, o, més recentment, la venda del portal Viasalus a la Generalitat.

En aquest context, doncs, és fàcil endevinar que la política de Planeta respecte Intra-ACN va ser de restricció pressupostària, per comptes de la inversió decidida en un projecte informatiu innovador. Fins i tot es va plantejar la possibilitat que aquesta nova agència

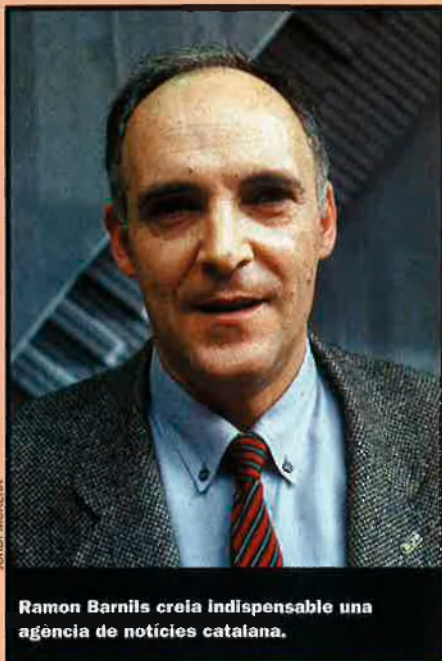


Barnils i l'agència de notícies

Un dels defensors més aferrissats de la necessitat de crear una veritable agència de notícies catalana va ser el periodista Ramon Barnils, mort aviat farà un any. El juliol del 1986, publicava un reportatge (EL TEMPS, 107) sobre el paper de les agències de notícies i les desventures d'un projecte d'agència catalana que finalment no arribà a port. Les indecisions –o decisions– polítiques van marcar, en aquella ocasió, el destí d'aquella iniciativa. Heus ací alguns fragments d'aquell text que, quinze anys després, són absoluta actualitat.

“Les agències de notícies, avui, són un dels poders fàctics a tot el món: proporcionen la part més important, més gran i més cara de les notícies a tots els diaris, totes les ràdios i totes les televisions: no ha d'estranyar, doncs, que totes les agències de notícies estiguin controlades pels respectius governs. I que cada govern del món tingui la pròpia agència de notícies, que proporciona “informació” a preus ridículs, a tothom que s'hi abona, i sovint fins i tot a qui no s'hi abona: *gratis et amore* [...]”. “Pel desembre de 1985, es produeix un curiós incident al telenotícies de TV3: El Tribunal Constitucional emet sentència sobre un cas d'apel·lació per una llei catalana. El text de la sentència pot tenir dues interpretacions: l'una, que diu que és favorable a la posició del govern de la Generalitat –el que controla TV3. L'altra, que diu que és favorable al Govern de Madrid. Els periodistes de TV3, explícitament bons lectors d'*El País*, que és com Efe però més astut, interpreten la sentència d'acord amb *El País*: no dona la raó a la Generalitat. El fet que la Generalitat interpretés la sentència com a favorable resultava inoperant: la Generalitat no disposa d'un *País*, ni tan sols d'una Efe, que arribi regularment als seus periodistes de TV3. Resultat: que el telenotícies de la televisió catalana interpretava la notícia d'acord amb *El País*, i en desacord amb la Generalitat.

“La qualitat de confidencial del projecte impedeix de donar-ne massa detalls, juntament la paraula donada de callar al mà-



Ramon Barnils creia indispensable una agència de notícies catalana.

xim. Tot el que se'n pot dir és que, segons aquest projecte, la Generalitat de Catalunya pot disposar d'una agència de notícies prou decent. Que proporcionaria informació Catalunya endins i Catalunya enfora. Que, pesseta més, pesseta menys, li vindria a costar una desena part del que li costa anualment TV3. Que, previsiblement, una agència de notícies catalana, i per tant en català, faria augmentar les publicacions i emissores catalanes i en català en una proporció espectacular –tan espectacular com espectacularment vergonyós és ara el nombre de mitjans de comunicació en espanyol. I que, del punt de vista legal, constitucional, estatutari i etcètera, la situació és incomparablement més fàcil que muntar una televisió o una emissora de ràdio municipal: és legalment tan fàcil com muntar un diari.

“El projecte, acollit amb tant d'entusiasme mercès a les excessives lectures dels periodistes de TV3, va patir una frenada igualment entusiasta i sobtada.

Va ser entre Nadal i Cap d'Any de l'any passat, i coincidint, dia per dia, amb l'envol de l'Operació Roca.

Si d'un punt de vista estrictament estratègic, frenar una agència de notícies sembla tan poc intel·ligent com haver frenat TV3 amb l'excusa que era al·legal, del punt de vista estretament tàctic, és a dir del punt de vista de la catalanització d'Espanya, era ben explicable: si un català volia arribar a manar a Madrid, Catalunya havia de fer bondat, no cridar, i no espantar Madrid amb una agència de notícies; perquè a Madrid, on els Luis María Ansón sobren tant com a nosaltres ens falta, saben molt bé que si TV3 els fa tan mal com a nosaltres bé, una agència de notícies és pitjor: és molt més barata, és molt més legal, i és molt més influent –influeix tots 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?”

acabés associant-se amb el diari electrònic conservador espanyol *La Estrella Digital*, una opció que s'allunyava molt de la idea inicial del projecte.

A finals de l'any passat, es comença a parlar de la possibilitat que la CCRTV adquirís Intra-ACN. Inicialment, les converses anaven encarrilades fins que, segons fonts pròximes als treballadors

d'Intra-ACN, es van estancar. Persones vinculades al procés de negociació atribueixen els entrebancs a les pressions exercides per les agències de notícies espanyoles ja existents, especialment Efe, al Govern català o el temor de l'executiu català a una campanya de pressió d'aquestes agències, a un any del nou cicle electoral.

En aquesta situació d'ofec en què s'havia deixat el projecte d'Intra-ACN, la CCRTV rep, finalment, l'encàrrec del Departament de Presidència de la Generalitat de Catalunya d'adquirir Intra-ACN, tal com va reconèixer el director general de la Corporació, Miquel Puig, en la seva compareixença al Parlament de Catalunya del 15 de febrer.



JORDI PLAY

Miquel Puig, director general de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió.

La compra havia d'anar condicionada a una prèvia reestructuració de l'empresa i una venda a un preu competitiu, és a dir, un preu "sense tenir en compte la

valoració inicial o les expectatives de negoci que es produeixin després d'una reestructuració de l'empresa". La reestructuració va consistir, com acostuma

a passar en aquestes ocasions, en l'acomiadament de pràcticament mitja plantilla de la redacció de l'agència.

Inicialment, Puig plantejava adquirir l'agència catalana i aprofitar la "sinergia entre la Corporació i el que fa l'ACN", que es plasmaria en el portal multimèdia que prepara aquest organisme públic, amb els continguts generats per les empreses de la Corporació. La idea, en la pràctica, significava la dissolució definitiva de l'Agència Catalana de Notícies.

És en aquest punt que arribem al moment inicial d'aquest text: l'aprovació per part del consell d'administració de la CCRTV de l'operació. Posats en contacte amb membres d'aquest organisme, consideren que pot ser una compra interessant, sempre que no es dilueixi l'Agència Catalana de Notícies en el nou portal interactiu de la Corporació.

Objectiu necessari. De la mateixa manera que ningú qüestiona la importància de l'existència de mitjans de comunicació per a la normalització política, cultural i social d'un país, les agències de notícies són un element clau d'aquesta normalitat comunicativa. Per tant, clau en el procés de generació de continguts informatius.

De fet, el contracte programa signat entre el Govern català i la CCRTV recull objectius que, per la seva naturalesa, són els que desenvoluparia una agència nacional de notícies. Són els de l'apartat 2.2, sobre la Corporació i les seves funcions com a servei públic. Per exemple: proporcionar informació que "possibiliti el coneixement entre la població de Catalunya i de la resta de les terres i comunitats de parla catalana", contribuir a la normalització lingüística, promoure l'intercanvi informatiu entre els territoris de parla catalana, consolidar un espai comunicatiu català. Però potser un dels objectius més clars és el de "promoure la incorporació de Catalunya a la Societat de la Informació. És a dir un objectiu que requereix la difusió exterior d'informacions.

Són objectius, que de fet, coincideixen amb les línies que el Consell de l'Audiovisual de Catalunya va definir com les funcions dels serveis públics.

EDICIONS DEL PAÍS VALENCIÀ, S.A.

busca
Promotor/a

per a Catalunya, País Valencià i les Illes Balears

(Envieu el currículum a EL TEMPS, Av. Baró de Càrcer, 40-13a.
46001 València. Referència S.M.)

El CAC ha instat el Parlament a elaborar la Llei de l'Audiovisual per ordenar aquest sector a Catalunya

Precisament, en pocs dies, el CAC presentarà un document d'estudi sobre la viabilitat de la creació d'una agència catalana de comunicació. L'informe és el resultat d'un encàrrec del Parlament. El grup parlamentari d'ERC ha demanat repetidament la creació d'una agència de notícies catalana. Finalment, aquesta petició es va concretar en l'encàrrec al CAC.

La Llei de l'Audiovisual. Sobre el sector audiovisual, els representants del CAC deien en la seva darrera compareixença al Parlament català que "és evident que es tracta d'un sector determinant, que comença a obrir i tancar les opcions estratègiques de futur. Sense un projecte nacional clar i definit en aquest àmbit és difícil –per no dir impossible– comptar amb un bon projecte global de país. Un projecte de vertebració de l'audiovisual català necessita abordar el debat sobre el model audiovisual."

El CAC instava així el Parlament a abordar l'elaboració de la Llei de l'Audiovisual que ordeni aquest sector a Catalunya, abans no sigui massa tard. És a dir, abans que no sigui l'estat el qui reguli el sector amb unes normatives que només deixin un estret marge de simple desplaçament.

El futur de l'Agència Catalana de Notícies serà una de les pistes de quin serà el model audiovisual català, la seva fortalesa i la seva credibilitat.

Enric Rimbau



La seu de Televisió de Catalunya. La CCRTV podria servir per a reforçar el projecte que es proposava desde l'Agència Catalana de Notícies.

Intra-ACN i AragonPress

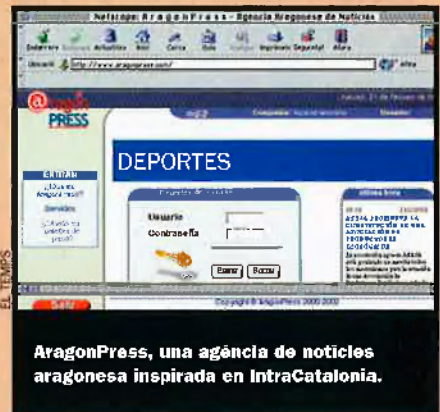
"Per què aquest país, si volia ser normal, si volia competir amb veu pròpia en el cada cop més important món de la comunicació, no disposava d'un instrument bàsic en l'arquitectura de qual-sevol espai comunicacional?" Aquesta era la qüestió que servia al director d'Intra-ACN, Carles Puigdemont, per explicar el naixement de la iniciativa periodística, en l'acte de presentació de l'agència catalana de notícies, a les Comarques de Ponent, el setembre de 1999.

Malgrat que el projecte mai no ha tingut un suport decidit, ni de les institucions que la van posar en marxa, ni del grup que després el va adquirir, l'esforç dels professionals que hi ha treballat ha permès obtenir uns resultats força considerables. El 2001, malgrat les poques inversions inicials i les retallades pressupostàries, l'agència facturava prop de 40 milions de pessetes, una xifra que pot semblar menor, però que és més que respectable si es té present que es tracta d'una empresa jove, que ven continguts per Internet a un sector com el local i el comarcal, bàsicament. El mateix any, ACN va generar més de 43.000 notícies, 10.000 documents sonors i unes 6.500 fotografies.

A més a més, el fet de transmetre la informació per Internet ha afavorit que molts mitjans de comunicació locals optessin per la modernització tecnològica per adaptar-se a les noves tecnologies.

Intra-ACN és un projecte modern que no ha trobat fins ara el suport ferm de ningú que se'l cregués.

A l'Aragó, de moment, funciona l'Agència Aragonesa de Notícies, AragonPress, una iniciativa que, amb algunes diferències, reproduïx els plantejaments inicials d'Intra-ACN. I funciona bé. Allà, sembla, se l'han creguda des del primer dia. **E. R.**



AragonPress, una agència de notícies aragonesa inspirada en IntraCatalonia.