

Comunicació



En Jaume, ingressat i molt greu, a 'Ventdelplà'

En Jaume protagonitza el capítol (TV3, 22.20 h), en què la Isabel el vetlla preocupada i sense valor per explicar-li la veritat

Cobrir la informació territorial va ser la base de l'Agència Catalana de Notícies; l'aposta d'ara, una dècada després, és esdevenir una agència de país i integral

Deu anys de l'ACN

Gemma Busquets
BARCELONA

El 1999, els periodistes eren predigitals, a les redaccions hi havia faxos i bobines de teletips i pocs ordinadors amb connexió a internet, que no era com la internet d'ara. En aquest entorn va néixer a Girona, impulsada pel periodista Carles Puigdemont, l'Agència Catalana de Notícies (ACN) amb un model que ha resultat ser "visionari", explica Saül Gordillo, director de l'ACN des del març del 2007. "Visionaris pel model de teletreball —els periodistes que cobreixen el territori elaborant notícies, fent fotografies i prenent declaracions treballen des de casa amb un portàtil— per l'aposta per les noves tecnologies i per la informació territorial".

La base de l'ACN i el seu fet diferencial va ser la informació comarcal; una agència molt arrelada al territori: "L'agència cobria el territori fora de l'àmbit metropolità, omplint un buit que altres agències no cuidaven". En aquesta última etapa, però, l'ACN ha posat l'accent a esdevenir



La seu de l'Agència Catalana de Notícies a Barcelona ■ ACN

L'actual director, Saül Gordillo, destaca com la crisi ha beneficiat les agències

l'agència nacional del país que serveix les informacions en clau catalana, i en aquest sentit ha reforçat les seccions temàtiques, "però sense abandonar la pota territorial", insisteix Saül Gordillo. Aquesta aposta més nacional ha estat possible pel creixement que ha experimentat l'agència, que ha

triplicat la facturació.

L'ACN, que és de titularitat pública, té un finançament públic que li dona "estabilitat" i l'objectiu és arribar al 50% de finançament públic i privat. Gordillo destaca com la crisi ha beneficiat les agències: "Fa deu anys hi havia una gran incertesa sobre el futur de les agències per l'impacte

d'internet, però internet el que ha fet ha estat donar més força i facilitar que els continguts d'agència circulin". En aquest context d'aprofitament de recursos i austeritat, Gordillo també assenyala que els mitjans "són menys reticents a usar els serveis d'agència i han prestigiat l'ACN". Pel que fa a les ei-

Xifres

Clients

- Més de 300 entre ràdios, televisions, premsa escrita, en línia, digitals, empreses, institucions i entitats

Productes i serveis

- 4.000 fotos (producció mitjana al mes)
- 3.000 audios
- 1.000 vídeos no editats
- 350 vídeos editats
- 190 alertes SMS

Plantilla

- Prop de 90 persones.
- Delegacions a les comarques catalanes, les Illes i el País Valencià
- Delegacions a Madrid, Brussel·les, Nova York, París, Londres i Berlín

nes 2.0, Saül Gordillo matixa el *periodisme ciutadà*: "El 80% de la informació que circula per les xarxes socials provés d'agències. I els ciutadans no estan generant continguts, el que fan és comentar tot allò que surt publicat. La conversa sí que és ciutadana, però la producció periodística, no". ■

Catalan News Agency, el servei en anglès

Coincidint amb el desè aniversari, l'agència endega un servei en anglès

G.B.
BARCELONA

Per explicar Catalunya al món en el procés d'internacionalització de l'agència, l'Agència Catalana de Notícies, l'ACN, ha endegat un servei nou, la Catalan News Agency (CNA).

Amb aquesta agència, es pretén explicar Catalunya a l'estranger des d'una òptica catalana, "que la premsa estrangera no s'informi només a través dels mitjans de Madrid". El director, Saül Gordillo, va detallar que no es tracta de cap traducció automàtica de la versió catalana, sinó que els periodistes de l'ACN escriguin la informació i la contextualitzin pensant en els mitjans de

comunicació internacionals i pensant en què els pot interessar de Catalunya: afers d'economia, investigació, recerca, política, gastronomia... "És una manera d'ajudar a entendre la realitat catalana", explica Gordillo, i hi afegeix que aquest servei nou és una aposta estratègica de futur, "per obrir-nos". El servei de notícies en anglès www.catalannewsagency.com conté tres

parts: un diari digital que recull les notícies principals del dia, un bloc d'opinió, el *Catalan Views*, i un butlletí electrònic quinzenal.

A més, hi ha hagut accions amb relació al procés d'internacionalització de l'agència i l'ACN ha establert convenis i acords amb altres agències, com la italiana Ansa, l'estatal EFE, l'anglosaxona Reuters i la francesa France-

Press, a més de la cadena balear IB3 i de l'Axencia Galega de Noticias. Enguany l'ACN va potenciar la informació internacional amb les delegacions de Nova York, París, Londres i Berlín, que s'afegien a la de Brussel·les i Madrid.

Web i llibre d'estil nous

A més, amb motiu del desè aniversari, l'ACN ha renovat el lloc web www.acn.cat. Segons

l'agència, amb la versió nova es millora l'ús, s'agilita la navegació, es guanya transparència i es facilita el servei als mitjans abonats. L'ACN també ha presentat el llibre d'estil, elaborat per la subdirectora de l'ACN, Anna Nogué, i la professora de l'Incom, Carme Farré. És un manual que recull la identitat i les normes ètiques que defineixen el model i la filosofia de l'agència. ■