

Llibre d'estil de l'Agència Catalana de Notícies

Model d'agència

1. Identitat
2. Orígens digitals
3. Funció
4. Empresa
5. Serveis

1. IDENTITAT

Missió

L'Agència Catalana de notícies és una entitat pública, imprescindible per articular l'espai català de comunicació, vertebrar el territori, contribuir a la projecció exterior del país i a la normalització lingüística. L'ACN ha de ser un referent periodístic independent, plural i un motor d'innovació.

Visió

L'ACN aspira a ser l'agència de notícies de referència de Catalunya, líder en la publicació de temes propis i d'investigació i model d'innovació tecnològica i de noves narratives periodístiques.

Valors

- Rigor: exigència i pluralitat. Fiabilitat
- Ètica: independència
- Iniciativa: proactivitat, capacitat de resolució, agilitat i flexibilitat
- Esperit crític: inquietud i curiositat

- Equip: empatia i foment de sinergies
- Responsabilitat: sensibilitat social, de gènere i ambiental, i compromís amb el país, la llengua i la cultura

2. ORÍGENS DIGITALS

Internet

L'Agència Catalana de Notícies va néixer el febrer de 1999 a Internet, en una iniciativa pionera a Europa. L'ús de la xarxa evitava les grans inversions que requerien les infraestructures tradicionals per a la transmissió de teletips i permetia arribar amb immediatesa i poc cost a tot tipus de mitjans: una connexió era suficient per rebre les notícies de l'Agència en qualsevol dels formats. Així, el sistema no només ha contribuït a la revolució tecnològica, sinó sobretot a la democràtica, que implica l'ús d'Internet.

Multimèdia

Les noves tecnologies han facilitat, des de la fundació de l'ACN, un plantejament periodístic multimèdia: la tecnologia digital va permetre enregistrar documents d'àudio i imatges i passar-les sense cap dificultat al sistema de distribució. Ja des de l'any 1999 s'oferien talls de veu i fotos, i també estava previst facilitar imatges de vídeo a través del mateix circuit, però aleshores la xarxa encara no estava preparada. Superat

aquest escull tècnic, el format vídeo s'ha incorporat amb tota normalitat al servei.

Polivalència

L'accessibilitat tecnològica va fer possible i natural experimentar la polivalència: un mateix redactor pot elaborar informació en tots els seus formats (text, àudio, foto i vídeo) i ser autor i responsable de tot el procés. La versatilitat dels redactors, però, no es limita només al domini tècnic per afrontar un model multimèdia, sinó que implica també la possibilitat de fer-se càrrec de qualsevol temàtica informativa i tenir capacitat expressiva per adaptar la informació a diferents mitjans i plataformes. Aquesta polivalència no vol dir necessàriament que tots els redactors hagin d'assumir sempre tots els formats ni és incompatible amb l'especialització en formats i àrees temàtiques.

Teletreball

La facilitat per enviar i per rebre informacions va donar opció a posar en pràctica el model de teletreball: el periodista pot estar al circuit des de qualsevol connexió telefònica, fixa o mòbil, i publicar la notícia des del mateix lloc on s'origina. Aquest model de treball garanteix més immediatesa en el lliurament de les informacions i permet que els redactors estiguin despleats pel territori en les mateixes condicions que des d'un centre de treball.

Innovació

La innovació, aplicada a l'entorn de treball, a la difusió mul-

tiformat i multiplataforma i al sistema de distribució, ha estat un dels grans actius de l'ACN des dels seus orígens. El camí recorregut de manera pionera i gairebé en solitari la col·loca en un lloc privilegiat per adaptar-se al dinamisme comunicatiu, per captar les necessitats del mercat i per aprofitar les oportunitats de negoci amb nous productes i estratègies. Internet, l'allau d'informació i els hàbits de consum moderns obliguen a una transformació permanent, perquè el panorama evoluciona constantment i passa per sobre dels que pretenen establir-se amb una fórmula estàtica.

3. FUNCIO

Consolidació de l'espai comunicatiu català

Una de les funcions que justifiquen el caràcter públic de l'ACN és la vertebració de l'espai català de comunicació a través de la seva activitat periodística. L'ACN ha de ser una eina que faciliti la transversalitat informativa entre tots els territoris catalans i que afavoreixi el reconeixement extern d'aquest espai diferenciat. A banda d'aportar productes estrictament informatius en català i pensats des de Catalunya, també contribueix a aquesta funció amb col·laboracions molt variades amb el món acadèmic i institucional. Aquests contactes converteixen l'ACN en un motor d'iniciatives en l'àmbit universitari, empresarial i formatiu.

Democratització de la informació

L'ACN, amb una tecnologia accessible per a tot tipus de mitjans, a preus assequibles i amb una visió territorial generosa –atenta a la proximitat i a la realitat nacional–, suposa una contribució innegable a la pluralitat de la informació. Una simple connexió a Internet és suficient per tenir accés a totes

les notícies, i l'abonament s'adequa en relació amb la difusió i amb l'abast de cada mitjà, de manera que ni la tecnologia ni el preu no són obstacles per tenir informació de qualsevol àmbit i en tots els formats que serveix l'Agència. La democratització de la informació es potencia encara més amb la interactivitat que permet la tecnologia.

Equilibri territorial

Els continguts han de reflectir tot allò d'interès informatiu que succeeix al país i garantir que no es produeixin buits temàtics ni territorials. L'ACN fa una atenció especial a la informació de proximitat i la valora en funció del seu interès nacional, per tal que cada aportació territorial contribueixi a configurar la visió informativa de país. Igualment, aborda la informació nacional posant èmfasi en les particularitats territorials i facilita informació internacional d'interès català.

4. EMPRESA

Caràcter públic

L'empresa propietària de l'ACN i del portal www.acn.cat és Intracatalònia SA, societat de capital públic de la Generalitat de Catalunya, amb una participació minoritària de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA).

L'ACN ja va néixer amb capital íntegrament públic, sota el paraigua del Consorci Local i Comarcal de Comunicació, però durant una etapa breu va estar en mans de la iniciativa privada, sota el control de Planeta 2010 i d'Invercartera, i amb una participació minoritària del consorci públic inicial. El 2002 va entrar com a accionista l'empresa pública Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (actualment CCMA), que el 2005 es va convertir en soci únic de la companyia.

El Govern va assumir l'any 2007 el 70% de la propietat, mentre que la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals en va conservar el 30% restant a través de la seva empresa TVC Multimèdia. Una partida pressupostària específica garanteix el funcionament d'Intracatalònia per desplegar la seva activitat com a agència de notícies i consolidar l'espai

comunicatiu català. El finançament es complementa amb els ingressos comercials que s'obtenen del sector, que han anat creixent a mesura que s'ha consolidat l'empresa.

Consell d'Administració

L'ACN té un Consell d'Administració amb àmplies facultats per a la gestió de la societat i per a la seva representació en tots els assumptes que li són propis. També aprova el pressupost de l'empresa, així com l'informe de gestió de cada exercici. Els membres del Consell provenen de diferents departaments del Govern i de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

5. SERVEIS

Perfil dels subscriptors

El perfil del subscriptor de l'ACN és variat i complex. D'una banda, es combinen els mitjans de comunicació dedicats a la premsa local i comarcal amb els grans mitjans de comunicació generalistes, tant públics com privats, i tant d'àmbit català com espanyol. D'altra banda, l'ACN ofereix tots els formats; per tant, comparteixen espai els mitjans impresos, les ràdios, les televisions i els digitals.

A més, aproximadament un 30% del total de subscriptors correspon a institucions, sindicats, empreses, gabinets de comunicació i partits polítics. Tots aquests col·lectius també tenen interès a tenir accés immediat a l'actualitat informativa.

Tarifes i servei públic

L'ús que es fa de la informació servida requereix un tractament diferenciat a l'hora de fixar les tarifes de subscripció. En termes generals, mentre que els mitjans de comunicació difonen públicament les notícies que els proporciona l'Agència i, per tant, en poden treure un potencial rendiment econòmic, les institu-

cions, els partits i les empreses les utilitzen internament. En aquesta línia, no seria proporcionat ni justificable que un petit mitjà de proximitat hagués de fer front al mateix cost que una gran empresa de comunicació d'abast nacional per poder tenir accés als continguts. La tipologia i la cobertura territorial dels subscriptors té una correspondència real en l'aplicació de les tarifes de l'ACN i aquest equilibri és essencial per compatibilitzar el caràcter de servei públic amb la rendibilitat de l'Agència.

Productes

Subscripció

Accés als continguts de l'ACN en qualsevol moment a través del web www.acn.cat.

Línia directa

Enviament i integració dels continguts informatius de l'ACN als repositoris, bases de dades o web del client en temps real de publicació, amb opció de filtratge temàtic i/o territorial.

Compra de continguts per unitat

Accés selectiu a continguts en format text, foto, vídeo i àudio.

Bàners

Espai publicitari als webs de l'ACN i la CNA.

Tíquer

Barra al web del client, alimentada automàticament per l'ACN amb notícies d'actualitat.

Alertes

Enviament automàtic de notícies d'última hora i dels titulars de les portades dels diaris de l'endemà al dispositiu mòbil o al correu electrònic.

Previsions

Cada vespre l'ACN publica les previsions i propostes informatives, és a dir, els actes, les convocatòries i els temes propis que es compromet a cobrir, com també els formats en què ho servirà.

Encàrrecs

Cobertura d'esdeveniments que una institució o empresa sol·liciti a la carta.

Catalan News (www.catalannews.com)

Web en anglès que, a partir de continguts de l'ACN, explica la realitat catalana al món.

Pool (pool.acn.cat)

Web obert a tots els mitjans de comunicació per distribuir determinats continguts als quals ha tingut accés en exclusiva l'ACN.

Comunicats (comunicats.acn.cat)

Espai comercial destinat a la publicació de comunicats d'empreses que contracten aquest servei.

Organització ¶

6. Descentralització i teletreball ¶

7. Sistemes de distribució ¶

8. Gestió de la informació ¶

6. DESCENTRALITZACIÓ I TELETREBALL

L'ús d'Internet i els entorns virtuals ofereixen la possibilitat del teletreball. Gràcies a la redacció virtual, els periodistes no han de ser presents físicament al centre de treball per accedir al procés de creació de les notícies ni per fer ús de les eines pròpies de l'Agència. Poden publicar les informacions en qualsevol dels formats des del mateix lloc on es produeix la notícia i, per tant, poden estar desplegats pel territori sense que aquesta situació impedeixi estar plenament integrats en el circuit professional de l'ACN.

L'organització periodística es basa en la descentralització i en el teletreball, i s'articula a través d'una estructura que facilita i agilita la coordinació amb la xarxa de redactors a partir de la direcció, la redacció en cap i els delegats. Els redactors poden tenir assignada una àrea geogràfica o una de temàtica.

Cada redactor s'edita i s'autopublica les peces, en qualsevol dels formats, per agilitar el procés. Aquesta autonomia l'adquireix gradualment, en funció de la qualitat de la feina que dugui a terme.

Seus

L'empresa té la seu a Barcelona, on hi ha els àmbits de direcció, redacció, organització i sistemes, comercial, administració i recursos humans.

Àmbit territorial

L'ACN cobreix informativament Catalunya, així com els altres territoris de parla catalana. També ofereix informació d'allò que afecta directament Catalunya però que passa a altres centres de decisió, com Madrid i Brussel·les, on l'Agència té delegacions.

Distribució geogràfica

Els redactors de l'ACN estan repartits pel territori, per garantir que tot el que tingui interès del que passi a qualsevol punt arribi al màxim nombre de mitjans de comunicació del país: respon a l'aposta fundacional d'assegurar una cobertura informativa completa per contribuir a l'equilibri territorial.

Barcelona concentra els redactors amb una àrea temàtica assignada, que cobreixen les informacions generades als centres de poder ubicats a la capital. La capillaritat territorial de l'Agència Catalana de Notícies garanteix una àmplia difusió informativa.

Redacció virtual

No només la plataforma de distribució de continguts de l'ACN és a través d'Internet, sinó que l'entorn de treball dels periodistes també és una redacció virtual que inclou les eines i els espais necessaris per al funcionament diari de l'Agència en una dinàmica no presencial.

La tasca de creació de les peces informatives, en tots els formats, es fa a partir del web de producció, el mateix lloc des d'on es controla l'edició o s'accedeix als recursos i als documents interns. També el consell de redacció entre la redacció en cap i els delegats temàtics i territorials queda reflectit diàriament en un web intern de previsions.

El correu electrònic, el xat i l'*smartphone* també vehiculen bona part de les consultes i les comunicacions del dia a dia.

7. SISTEMES DE DISTRIBUCIÓ

L'ACN va néixer en l'entorn digital i amb caràcter multimèdia: va ser pionera en l'aplicació de les tecnologies de la informació i la comunicació. S'ha adaptat a les millores que han permès l'evolució tecnològica, i atén els requeriments d'un públic que vol estar informat a través de suports i aparadors diversos.

Web

El principal aparador de l'ACN és el web www.acn.cat, que inclou tots els continguts que elabora l'Agència, amb accés restringit segons el perfil de l'usuari. El perfil "Subscriber" permet l'accés als continguts contractats per cada client i el "Registrat", una consulta limitada a la informació de l'Agència. El web també inclou informació corporativa, d'accés lliure.

L'Agència té altres webs actius on ofereix serveis, com pool.acn.cat i www.catalannews.com.

Línia directa

L'ACN ofereix un servei d'enviament directe de continguts, que s'integren als sistemes de distribució dels seus clients.

Aquests continguts s'envien complint l'estàndard News ML, impulsat per l'organisme internacional IPTC.

Dispositius mòbils

A través dels dispositius mòbils, es pot visitar el web i descarregar l'aplicació de l'Agència per consultar les notícies o rebre alertes.

Correu electrònic

Serveis com les previsions també es distribueixen per correu electrònic.

Xarxes socials

L'ACN té presència a les xarxes socials amb comptes a Twitter (general, territorials i servei en anglès), Facebook i Instagram.

Streaming

L'ACN distribueix, a través d'Internet, alguns actes en directe, com ara les rodes de premsa que organitza amb motiu de convocatòries electorals.

8. GESTIÓ DE LA INFORMACIÓ

El tractament de la producció documental facilita l'accés als continguts de l'ACN i a tota la informació que formarà part de la memòria corporativa; és a dir, la que genera i rep l'Agència en l'exercici de les seves funcions i que es pot convertir en un actiu intel·lectual per compartir. És un element estratègic clau que contribueix a una eficiència més gran en l'organització. L'objectiu és facilitar l'intercanvi d'informació i de coneixements entre els treballadors de l'Agència Catalana de Notícies, i garantir que tota la producció sigui recuperable i reutilitzable a llarg termini, amb estalvi de despeses i de temps.

Tractament de la informació

Per facilitar l'accés als documents, independentment de qui els ha rebut o generat, haurem de fixar criteris i pautes comunes d'organització i de gestió de la informació.

Caldrà identificar inequívocament els documents amb dades que representin el text, les imatges i els àudios que els componen.

Paraules clau

Ens caldran paraules o conjunts de paraules que descriguin els documents, amb l'objectiu d'identificar-ne el contingut principal i facilitar la localització de la informació. Les paraules clau podran constituir una entitat amb significat propi i respectarem les majúscules en els noms propis.

També hem de tenir en compte que els diversos formats d'una mateixa notícia poden incloure paraules clau diferents.

Hem d'escriure els termes que defineixin més bé el document i usar les formes més comunes. No hem d'utilitzar conceptes que siguin excessivament generals, ja que a l'hora de fer la cerca s'obtidrien massa resultats, i cal que evitem paraules buides de contingut com ara articles, adverbis o preposicions.

Tampoc no és recomanable la utilització d'homògrafs i paraules polisèmiques, per no generar confusions:

Residència per a persones amb malaltia mental del Vendrell

Sí: residència, malalt mental

No: places, Vendrell

Vídeos de Sant Jordi

Sí: Sant Jordi, parada, rosa, llibre, festa popular

No: Sant Jordi, crisi

Fotografia d'uns obrers que estan construint una residència d'avis

Sí: obra, operari, maó, construcció, residència

No: gent gran, servei, jubilat, llar, serveis, activitats

Tall de veu amb el títol: La platja de la Savinosa de Tarragona ja està a punt per a l'estiu amb accessos nous i la millora de l'entorn mediambiental

Sí: platja, accessos, Teresa Pallarés, Josep Fèlix Ballesteros
(noms de les persones que fan declaracions)

Codificació

La codificació és el sistema per classificar i distribuir les informacions. Les peces han d'estar codificades tant des del punt de vista temàtic (seccions i subseccions) com territorial (zones, comarques i municipis), perquè es difonguin pels canals adients i arribin als subscriptors en condicions òptimes. Aquesta exigència s'ha d'aplicar a tots els formats: text, àudio, fotografia i vídeo.

Codificació temàtica

Els camps de la base de dades permeten identificar el material informatiu en tots els formats i vincular-lo a una temàtica a través de les seccions i subseccions.

En total hi ha set seccions i cinquanta-set subseccions, relacionades en aquesta classificació:

- a) Comunicació (sense subseccions)
- b) Cultura: Arts, Castells, Cinema, Equipaments i patrimoni, Festa i cultura popular, Gastronomia, Llengua, Lletres, Música i teatre, Dansa i circ
- c) Economia: Agroalimentació, Comerç, Comptes públics, Empresa, Energia, Finances, Habitatge, Hisenda, Innovació, Indústria, Infraestructures, Logística, Mobilitat, Moda, Noves tecnologies, Treball, Turisme, Urbanisme

- d) Política: Congrés i Senat, Parlament, Govern, Govern espanyol, Partits, Entitats, Exteriors, Política municipal
- e) Societat: Judicial, Policial, Successos, Trànsit, Religió, Memòria històrica, Educació, Universitats, Serveis socials, Salut, Recerca, Medi ambient, Immigració, Cooperació, Esports, Meteorologia, Moviments socials
- f) Unió Europea: Parlament Europeu, Comissió Europea, Consell Europeu, Tribunals europeus
- g) Món (sense subseccions)

La majoria de notícies no generen dubtes a l'hora de codificar-les en una secció o una altra: la reunió de l'executiva d'un partit és Política; els resultats d'una entitat bancària són Economia; la investigació de l'activitat d'unes clíniques abortives és una notícia de Societat, i una exposició sobre el romànic al MNAC és una peça de Cultura, per exemple. Amb tot, hi ha casos més discutibles, d'informacions que encaixen clarament en més d'una secció. En aquesta situació, podem fer més d'una codificació.

La Guàrdia Civil entra al Museu de Lleida per endur-se les obres d'art reclamades per l'Aragó (Cultura i Política)

Codificació territorial

L'ACN publica les notícies amb filtres territorials. Cada notícia ha d'estar codificada en una o més zones, en funció d'on s'ha produït i de l'àmbit en què repercuteix informativament.

Les notícies que tenen una dimensió nacional es codifiquen a Catalunya. Una notícia pot estar en dues edicions ter-

ritorials diferents si té repercussió en aquestes dues zones. Les notícies que es produeixen en un àmbit territorial concret però que tenen una repercussió nacional s'han de codificar amb totes dues etiquetes (per exemple, Ponent i Catalunya).

Fem les codificacions segons aquesta divisió territorial:

- Alt Pirineu i Aran (Alt Urgell, Alta Ribagorça, Cerdanya, Pallars Jussà, Pallars Sobirà i Val d'Aran)
- Àmbit metropolità (Baix Llobregat, Barcelonès, Maresme, Vallès Occidental i Vallès Oriental)
- Camp de Tarragona (Alt Camp, Baix Camp, Conca de Barberà, Priorat i Tarragonès)
- Comarques centrals (Bages, Berguedà, Osona, Solsonès i Moianès)
- Comarques gironines (Alt Empordà, Baix Empordà, Garrotxa, Gironès, Pla de l'Estany, Ripollès i Selva)
- Penedès (Alt Penedès, Baix Penedès, Garraf i Anoia)
- Ponent (Garrigues, Noguera, Pla d'Urgell, Segarra, Segrià i Urgell)
- Terres de l'Ebre (Baix Ebre, Montsià, Ribera d'Ebre i Terra Alta)
- Catalunya del Nord
- Andorra
- Franja de Ponent
- País Valencià
- Illes Balears
- Estat espanyol
- Europa
- Internacional

La localització de la notícia és el municipi on s'ha produït.