

Euskal Informazio Agentzia Agencia Vasca de Información



INTERVENCIÓN OSKAR BAÑUELOS

La pregunta



- ¿Necesita Euskal Herria una agencia vasca de noticias propia?

SI.

¿Por qué?



- Porque existe una comunidad comunicativa vasca...diferenciada
- Una comunidad que comparte intereses, necesidades y visiones propias
- Necesitamos una opinión pública específica y endógena
- Viene a cubrir un vacío

¿Para qué?



- Como instrumento de generación y difusión de noticias hacia el interior y al exterior
- Para reordenar el Marco Comunicativo e Informativo vasco

Tres grandes objetivos



- Configurar opinión pública propia y de comunidad
- Cubrir la información interna de manera distinta, plural y no sesgada. Atención información local...vertebración del país
- Herramienta hacia el exterior. Soporte de marca de país

Espacio comunicativo vasco (1)



- Prima la información local y regional +80%
- Relevancia de la prensa escrita
- Se oye más la radio
- Internet: Audiencia similar a la española
- Digitales. 2 de cada 3 hogares acceso a Internet.
Participación en redes sociales

Espacio comunicativo vasco (2)



- ETB el 13%: ETB2 el 9,7% ; ETB1 el 2,3%. Tercera opción empatada con Antena3
- Liderazgo informativos
- TDT. Más oferta, menos pluralidad. El fin de las TV locales

Espacio comunicativo vasco (3)



- Prensa escrita. Dominio de Vocento (67%) y Diario de Navarra (60%). Grupo Noticias. Gara (Le Journal). Berria. Diarios con sede en Madrid. Económicos y deportivos. Sud-Quest en Iparralde.

Espacio comunicativo vasco (4)



- Radio. Liderazgo de las emisoras públicas y privadas estatales: La Ser. EITB como grupo es líder de audiencia. Poca incidencia en Nafarroa. Grupo Noticias (Onda Vasca). Info 7
- Radios libres, con incidencia cuantitativamente limitada, pero con peso cualitativo en determinados grupos.

Espacio comunicativo vasco (5)



- Euskara: 5% lee prensa diaria; 10% escucha radio; 4% ve TV (6% si se incluye público infantil). Muy por debajo del 37% de euskaldunes y 22% de semieuskaldunes.
- Bajan las inversiones en publicidad. En 2011 se perdió el 5,2%. Ahora será más alto.

Caracterización (1)



- Identidad: Pluralidad, independencia y profesionalidad
- Cobertura: comunidad relacional de Euskal Herria
- Eje transversal. Unir los territorios a través de la información. Desde la especificidad de cada uno y desde el (re)conocimiento mutuo.

Caracterización (2)



- Encaje informativo: suministrador de noticias hacia el interior y hacia el exterior
- Evolución por fases. Evolución continua
- Idiomas: euskara, como vehicular; español y francés; inglés. Excluido el monolingüismo.

Caracterización (3)



- Integral. Mutiformato y multitemática
- Multiformato: texto, audio, fotografía y vídeo.
- Multitemática: agenda, Información, reportajes, entrevistas, artículos de opinión e investigación, crítica (crítica de medios, revista de prensa, crítica cultural, social...).

Caracterización (4)



- Página web. Gratuita y de pago. Escaparate, efecto llamada. Contenidos multimedia. Redes sociales y bloggers.
- Marcar una agenda propia. El principio de todo. Llegar a los centros de decisión
- La importancia de lo local. Con corresponsales y con un sistema radial de información. Descentralizado
- Información en bruto o elaborada

Caracterización (5)



- Actualización descentralizada en la toma de decisiones y en la forma de trabajo. Cada profesional desarrolla el trabajo multimedia a través de la digitalización.
- Establecimiento de una memoria corporativa
- Vocación de servicio de país (sea pública o privada)

Tratamiento de la información



- Calidad, innovación tecnológica e información diferenciada
- El cuidado por la estética. Hacer la información más atractiva
- Dinámica, adaptada al entorno y con visión de conjunto (EH)

La marca



- EHKomunikazioa. BasqueNews. Es necesario crear la marca EH también en comunicación y que sirva para mostrar nuestra realidad al mundo.

Pluralidad. Deontología profesional



- Responder a la pluralidad política y social de Euskal Herria
- Separar lo que es información de lo que es opinión.

Secciones



- Territoriales: locales, nacionales, internacionales (que tengan que ver con Euskal Herria)
- Temáticas: política, sociedad y ciudadanos (ocio, juventud, medio ambiente, universidad, investigación, ciencia y tecnología), economía, cultura y euskera. No se prevé una sección de Deportes. Excepcionalidad por trascendencia.
- Opinión

Método de trabajo



- Socialización/integración. Equipos de trabajo.
- Relación con la empresa sobre el acuerdo Derechos laborales. Eficiencia
- Redacción central (previsiones y coordinación) y delegaciones. Importancia de los eskualdes
- Trabajo en red
- Los corresponsales. No hay diferencia de status y están en plantilla. Dedicación plena

Perfil profesional periodistas



- Polivalencia. Organización descentralizada (teletrabajo). Multiformato/multiplataforma. No rigidez
- Periodistas polivalentes (casi), multitecnológicos (casi) y multilingües. Todoterreno

Cientes



- Televisiones, radios, webs, periódicos.
- Instituciones (gobiernos, diputaciones, ayuntamientos, mancomunidades...), empresas, partidos
- Todos

Sinergias



- Entre agencias como la catalana u otras parecidas no sólo estatales. También con Efe o France Press.
- En el caso de formar parte de EiTB, optimizar recursos (racionalizar la utilización de productoras).
Crear sinergias

Formato empresarial



- Cooperativa de profesionales
- Formando parte del Ente EiTB
- Crear una nueva empresa de información
- Unión de empresas de información y comunicación

El papel de la Universidad



- Colaboración. Estudios de postgrado de periodismo multimedia

Crisis de los Mass Media en EH



- Reconociendo la crisis económica y sin entrar en casuísticas individuales, lo cierto es que la creación de una Agencia Vasca de Información vendría a minorar sus consecuencias
- Medios locales. La reducción de plantilla impide llegar a informaciones (cercanas) a las que antes llegaban. Abarataría costes. Ayudaría a su supervivencia.

EiTB



- Sería un nuevo servicio dentro del Ente.
- La sinergia abarataría el producto.
- Recolocación periodistas. Aprendizaje

Escenarios presupuestarios



- En otro apartado se han estudiado los diferentes escenarios presupuestarios según la fórmula empresarial. Además del económico, influyen otras cuestiones:
 - Vertebración y proyección de país.
 - Su viabilidad (más si es pública) sujeta a la existencia de un consenso político y social amplio.

La pregunta



- ¿Necesita Euskal Herria una agencia vasca de noticias propia?

SI.