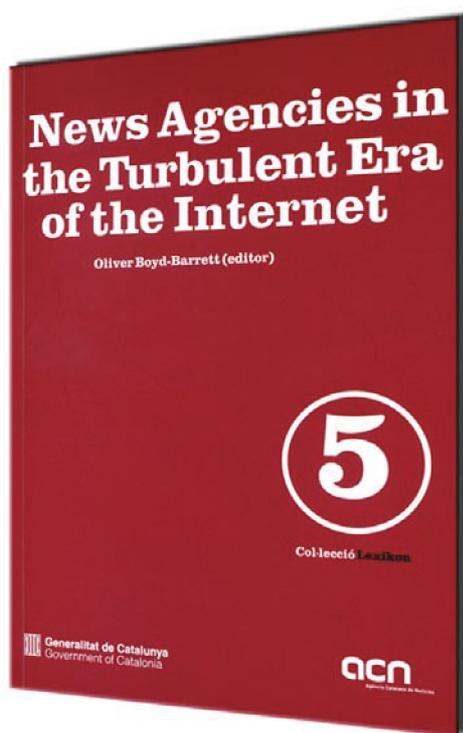


## LIBROS

▼ M<sup>a</sup> del Rocío Cruz Díaz

**News Agencies in the Turbulent Era of the Internet, Oliver Boyd-Barrett (Ed.); Barcelona, Generalitat de Catalunya, 2010; 313 páginas**

estas news agencies. En épocas como las actuales, ante la denominada Turbulenta era de Internet, como se titula el libro, las agencies se estructuran como telar de los nuevos peligros no solo para el negocio de la impresión, sino que también amenazan los medios de comunicación de radio y televisión. Las news agencies, según queda recogido en el documento, están experimentando una profunda metamorfosis para proporcionar nuevos servicios que se dirigen con «firmeza» hacia los usuarios finales. Entre los usuarios de medios y la información, a pesar del impacto directo de las tecnologías en general y de Internet, en particular, en los últimos años se están instalando importantes estructuras de alta-cualificación que controlan los principales puntos de referencia de la información social. De igual modo, destaca el editor, que ante la demanda social a los Estados e instituciones de establecer los principios de una economía de carácter sustentable es fundamental el control del gasto y, en ese sentido, el 85% de las nuevas agencies están condicionadas por los presupuestos públicos. La pregunta que se nos traslada y que esperamos el lector identifique en el interior del texto es la siguiente: ¿significa esto que las democracias se comprometen a apoyar una prensa libre, sin censura, aceptar o no la importancia de una sólida infraestructura de noticias que sirva al interés público?

La misión de las nuevas agencies públicas es garantizar la cobertura de una amplia información, tanto temática como territorial, más allá de consideraciones meramente comerciales para que dicha información esté disponible para el público en general. De esta forma, esas «news agencies» estarán contribuyendo, a la consolidación de la identidad nacional. Identidad propia de cada país, tanto de carácter interno como hacia el exterior. De igual forma, nos argumenta el editor, al ofrecer un soporte estructural para los medios de comunicación de masas, las news agencies estarán llevando a cabo un importante servicio público. Es por esta motivación que los Estados, en todo el mundo, necesitan asegurarse de la existencia de agencies estables, modernas y bien dotadas de recursos. La creación y el mantenimiento de nuevas agencies públicas para Boyd-Barrett es, en ocasiones, la mejor manera de asegurar su existencia. En el documento publicado por la Generalitat de Catalunya en colaboración con Catalonia (Agencia Catalana de Noticias), dieciséis autores, de muy diferentes partes del mundo, analizan los roles de las nuevas agencies en la entrada del nuevo siglo XXI. Estas instituciones, para nuestros investigadores, son las grandes desconocidas en el ámbito de los medios de comunicación. Ellas presentan diversas facetas, consideradas amenazantes y que han de ser superadas por las próximas generaciones. El texto, escrito en lengua inglesa, se estructura en catorce capítulos que recogen las aportaciones de expertos sobre las nuevas agencies y su implantación y desarrollo internacional, presentan el caso de: Cataluña, Francia, Italia, Canadá, Alemania, América latina, Reino Unido, India, Rusia. Son de especial interés el abordaje de temáticas claves como puede ser «la crisis» y su repercusión en