

Kazetaritzaren garabideak: Kalitatea, berrikuntza eta prestakuntza

Txema Ramirez de la Piscina, Alazne Aiestaran, Beatriz Zabalondo, Antxoka Agirre
UPV/EHUko irakasle eta HGH (Hedabideak, Gizartea eta Hezkuntza)
ikertalde finkoko ikertzaileak

Lan honetan, Euskal Herriko eta Europako eskarmentu handiko 73 kazetari egindako inkesta analitiko baten emaitzak aurkezten dira. Kazetaritzaren orainaz, eta, batik bat, etorkizunaz galdetu zaie. Guztira 29 galderaz osatutako inkesta bete zuten, 2013ko azarotik 2014ko martxora bitartean. Galdetegia ikerketarako propio diseinatu zuen EHUko HGH ikertalde finkatuak. Inkestatutako 73 kazetari horietatik 19 Euskal Herrikoak ziren, eta gainerako 54ak Europako bost estatu populatuenetarikoak: Alemania, Erresuma Batua, Espainia, Frantzia eta Italia. Oro har, iritzi-adostasun nabarmena antzeman da, eta, egun lanbideak bizi duen krisia gainditzeko, hiru gako agertzen dira garbi: kalitatea, berrikuntza eta prestakuntza. Adituen esanetan, beraz, ildo horiek markatuko dituzte kazetaritzaren garabideak. Gehientsuenak, halaber, bat datoz esatean kalitatea, azkartasuna eta egiazkotasuna bateragarriak direla. Ez dute uste prentsa idatzia epe laburrean (2020an) desagertuko denik; aldiz, aldaketa oso sakonak egin beharko dituela deritzote. Gehienek uste dute sareko etorkizuneko informazioa hobea, sakonagoa eta interaktiboagoa izango dela.

GAKO-HITZAK: Etorkizuneko kazetaritza · Kalitatezko kazetaritza · Profesional-tasuna · Sareko informazioa.

Journalism in progress: Quality, innovation and training

This work presents the findings of a survey conducted on 73 prominent journalists from the Basque Country and Europe. They were asked about the present and in particular the future of journalism. The survey which was analytical and comprised 29 questions in total was carried out between November 2013 and March 2014. The questionnaire was designed by the HGH research team from the University of the Basque Country. Among the 73 journalists surveyed, 19 were from the Basque Country while the other 54 were from the five most populous states in the European Union: namely Germany, the United Kingdom, Italy, France and Spain. There was a significant degree of shared opinion. Three key solutions were given for the salvation of journalism: quality, innovation and training. The majority also believed quality, speed and accuracy to be compatible. They did not believe that the print press would cease to exist in the short term (by 2020). However, they did believe it would undergo a significant transformation. Most considered that in the future there would be better, more interactive and more in-depth online content.

KEY WORDS: Quality journalism · The future of journalism · Online content · Professionalism.

Jasotze data: 2014-11-08 *Onartze data:* 2015-01-12

1. Sarrera¹

Mudantza-garaiak dira komunikazioaren munduan. Egiturazko aldaketak gertatu dira tarte laburrean: gailu berriak, kontsumo-ohitura berriak, ia ezer ez da berdin. Ukiezinak ziruditen inperio mediatiko ia ahalguztidunak erortzeaz daude, euren oraina eta geroa airean. Publiko berriak agertu dira agertokian. Ohitura eta jarrera oso desberdinak dituzte. Dena hankaz gora dagoela dirudi. Etorkizun laburrean ere antzera gertatuko dela ematen du: fenomeno eta egoera berriak etengabe kateatuko dira komunikazioaren gurgilean (Curran 2010, Franklin and Carlson 2011, Franklin 2012, Willnat and Weaver 2013, eta Willnat, Weaver eta Choi 2014). Martinez Albertos irakasle espainiarra famatu egin zen XX. mendearen amaieran (1999: 35) idatzizko prentsaren amaierari data jartzen ausartu zelako: 2020 izan zen haren apustua. Gerora ere, beste aditu batzuk aritu izan dira horren inguruan, jirabiraka. Izan ere, data hori mugarri edo, gutxienik, erreferentziatzko urte bihurtu da hainbat ikerketa eta saiakeratan. Ikerketa honetan ere horrela hartu da.

Errealitate berria paradoxikoa ere bada. Alde batetik, teknologia berriek ia egunero harritzen gaituzte euren azken orduko abantaila eta gailuekin. Bestetik, eszeptizismoa ere —maila eta arlo guztietara zabaldu den mesfidantza— gero eta agerikoagoa da gizartean. Komunikazioaren kiribilean beste horrenbeste ari da gertatzen. Badirudi herritarrak ez direla hedabide handiez fio (Gabilondo, 2011: 89). Duela ez hainbeste zeukaten sinesgarritasuna galdu egin da; agian, komunikabideek berek ere merituak egin dituztelako konfiantza hori galtzeko.

Kazetaritzaren etorkizunaren diseinuan hainbat faktore ageri dira: berrikuntza teknologikoak, egoera ekonomikoa, audientziaren interesak, komunikabideetako jabeen kalkulua, eta abar; gehienetan, profesionalen ahalmenez gaindi dauden elementuak dira (Strömbäck eta Karlsson, 2011: 653).

Ignacio Ramonet «kazetaritzaren eztaidaz» mintzatu da (2011). Duela gutxi arte, zenbait hedabidek zuten eragin soziala eztabaiaezina zen; eguzkiaren antzera distira egiten zuten. Aparteko iritzi-emaileak ziren, mundu osoan onartuak eta gurtuak. Haatik, gidaritza hori desagertu edo birmoldatzen ari da, ziztu bizian gainera. «Eguzki-hedabideak» (Ramoneten terminologiari jarraiki) lausotzen ari dira. Haien ondoan, ehunka, milaka hedabide txiki-ertain loratzen, sortzen eta birsortzen ari dira tai gabe («hauts-hedabideak»), teknologia berriek eta sare sozialek eraginda.

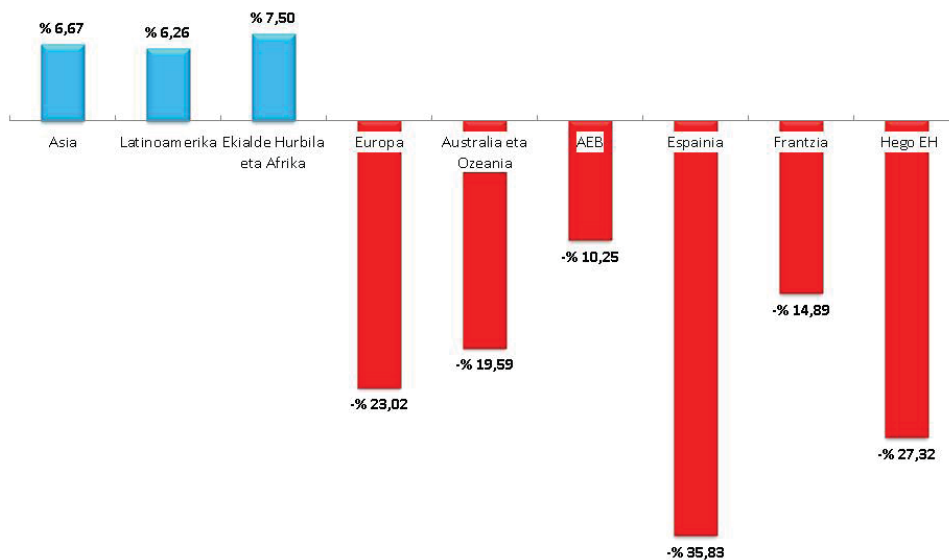
Komunikazioaren demokratizazio hori nahi gabeko efektuak eragiten ari da estatu garatuenetan. Bertan, «kazetaritza tradizionala desintegratzen ari da» (Ramonet, 2011: 25). Baina joera hori ez da orokorra. Izan ere, Europa «kamera geldoan» hiltzen ari da; ekialdean, ostera, kazetaritza bere unerik onena bizitzen ari da (Ballesteros, 2012: 15). Christoph Riess-ek, WAN-IFRA Kazeta eta Albiste Argitaratzaileen Mundu Erakundeko idazkari nagusiak, 2011n Vienan izandako elkarteko batzarrean, ondorengo metaforaren bitartez azaldu zuen egoera: «[Prentsaren]

1. Espainiako Zientzia eta Berrikuntza Ministerioak diruz lagundutako *Evolution of the assessed News Quality in European reference media* (2000-2014) ikerketa-proiektuaren (CSO 2011-23237) zati bat da lan hau. UPV/EHUK ofizialki onartutako (GIU 11/04) HGH (Hedabideak, Gizartea eta Hezkuntza) ikertalde finkatua da lanaren egilea. UPV/EHUK ere proiektua diruz lagundu du.

difusioa eguzkiaren antzekoa da: ekialdean sortu egiten da eta mendebaldean sartu».

Ordutik hona gauzak ez dira aldatu. Hiru urte geroago, WAN-IFRA elkarteak² 2014ko ekainean Torinon egindako bere 66. batzarrean, aurreko urteetako joera berretsi baino ez zuen egin. Larry Kilman orduko idazkari nagusiak batzarkideen aurrean datu orokor hauek zabaldu zituen³: «Paperak eta teknologia digitalek, eskutik helduta, prentsaren irakurleriaren gorakada ahalbidetu dute». Hala ere, prentsaren krisialdiak (estatu garatuenetan, bederen) bere horretan dirau, besteak beste, prentsa digitalaren bidez datozen diru-sarrerak oraindik ttipiak direlako. 2013an, oro har, prentsaren difusioaren datuak onak izan zirela esan badaiteke ere (mundu osoan % 2 hazi zen), portaera hori Asia eta Latinoamerikako zifrei zor zaiela azpimarratu behar da (% 1,45 eta % 2,56 hazi baitzen kontinente horietan, hurrenez hurren). 2013an, WAN-IFRaren arabera, mundu osoan 2.500 milioi pertsonak irakurtzen zuten prentsa paperean, eta 800 milioi plataforma digitaletan. Papereko prentsaren hazkundea bi baldintza hauek betetzen dituzten herrietan ari da ematen bereziki: alde batetik, klase ertainaren protagonismoa gero eta nabarmenagoa da, eta, bestetik, Interneteko banda zabala ez dago oraindik oso zabaldua. Herri garatuenetan, berriz, papereko prentsaren jaitsiera estrukturala da: irakurleak kioskoak utzi eta plataforma digitaletara igarotzen ari dira.

1. grafikoa. Prentsa idatziaren hedapenaren bilakaera 2008-2013.



Iturria: WAN-IFRA eta OJD, 2014. HGH taldeak landua.

2. WAN-IFRA elkarteak urtero *World Press Trends* txostena argitaratzen du. Mundu osoko 70 estatutako datuak batzen dira; sektorearen % 90 ordezkatuta dago datu horietan.

3. Interneten ikusgai: <<http://www.wan-ifra.org/es/press-releases/2014/06/09/world-press-trends-papel-y-tecnologias-digitales-se-dan-la-mano-para-multi>> [Kontsulta: 2014/09/17].

Planeta osoa kontuan hartuta, krisi ekonomikoa lehertu zenetik —2008-2013 urtealdian— papereko prentsaren salmentak % 2 jaitsi dira. Kontinenteka aztertuta, zifra oso desberdinak dira. Aipatu urtealdian, egunkarien salmenta % 6,67 hazi zen Asian; % 6,26, Latinoamerikan; eta % 7,5, Ekialde Hurbilean eta Afrikan. Gainerako kontinenteetan, berriz, zifrak bestelakoak ziren: European, % 23,02ko jaitsiera izan zen; Australian eta Ozeanian, % 19,59koa; eta AEBn, % 10,25ekoa. Kontuan izan behar da prentsaren merkatuaren gehiena Asian dagoela: kuota osoaren % 36, hain zuzen.

Hego Euskal Herrian, urtealdi horretan (2008-2013), prentsa % 27,32 gutxiago hedatu zen. 2008an, 350.396 kazeta-ale saldu zirela egiaztatu zuen OJDk. 2013an, berriz, 254.634. Beraz, ia 100.000 aletan jaitsi da bost urteren buruan; inoizko galerarik handiena, zalantzarik gabe. Gainbehera hori nabarmenagoa izan zen Euskal Autonomia Erkidegoan (% 28,44) Nafarroan baino (% 23,92). Espainian, jaitsiera hori askoz nabarmenagoa izan zen (% 35,83) eta Frantzia dezente motelagoa (% 14,89)⁴.

Europako panoramari dagokionez, bereziki kezkarriak dira Espainiak eskaintzen dituen datuak. 2008-2013 urtealdian, salmenten jaitsiera handiaz gain⁵ (% 35,83), komunikazioaren sektoreak 11.151 lanpostu galdu zituen —SEPE Espainiako Estatuko Enplegu Zerbitzu Publikoak emandako datuen arabera (APM, 2013)—. Soilik 2013. urtean, 4.434 enplegu desagertu ziren. Kopuru horretan, kazetariez gain, komunikabideetako beste langile batzuk ere baziren. Bitarte horretan, halaber, aipatu erakundeak 284 hedabideren itxiera egiaztatu zuen. Soilik 2013. urtean, 73 komunikabidek itxi behar izan zituzten atak.

2014ko irailean, Hego Euskal Herriko enplegu-bulegoetan 1.093 pertsonak emana zuten izena komunikazioarekin lotutako titulazioetan⁶. 2008ko abenduan, titulazio berberetan, 486 pertsona zeuden langabeziaren zerrendetan izena emanda. Horrek esan nahi du sektorean % 124,9 hazi dela langabezia, krisialdiaren garaian; hots, bikoiztu baino gehiago egin da. Euskal Herri osorako proiektzioa eginez (Iparraldeko datu ofizialik ez dago), esan daiteke 2014ko amaieran 1.200 kazetari inguru zeudela langabezian. Bitarte horretan, hedabideak ere desagertu dira Euskal Herrian, ez komunikabide handiak; bai, ordea, agerkari komunitario txiki eta, normalean, euskaldunak. Izan ere, HEKA ikertaldearen arabera, 2009an Euskal Herrian 118 euskal hedabide zeuden. 2013an, berriz, 109 (Zabaleta, 2014). Komunikabide horietan galdutako kazetari kopurua ez da oso handia izango (15 inguru), tokian tokiko oso hedabide txikiak baitziren. Enplegu gehiago galdu da gaztelaniaz edo frantsesez editatzen diren egunkari, irrati eta telebistetan. Hedabide

4. Espainiako eta Frantziako OJD [www.introl.es eta www.ojd.com, hurrenez hurren] Hedapenen Ikuskaritzaren Bulegoek emandako datuetatik aterako portzentajeak dira. Ipar Euskal Herriko datu fidagarriak lortzea zaila da, Frantziako OJD (Office de Justification de la Diffusion) bulegoak ez baititu datu horiek eskaintzen. Espainiako OJDren ikuskaritzan ez dira agertzen *Gara* eta *Berria* kazetari dagozkien datuak, egunkariok erakunde horretan egoteari uko egin ziotelako. Hala eta guztiz ere, pentsa daiteke bi kazeta horiek ere joera berbera erakutsi dutela urtealdi horretan.

5. Espainian, 2008an, 3.707.337 paperezko ale saldu ziren. 2013an, berriz, 2.378.833 ale.

6. Datuak Lanbidek eman ditu Euskal Autonomia Erkidegoan, eta Nafarroako Enplegu Zerbitzuko Behategiak, Nafarroan. 2013an, Euskal Herri osoan, 3.127.994 pertsona bizi ziren (Gaindegia behategiaren arabera).

guztietan enplegu-galera nabarmenak gertatu baitira 2008-2014 urtealdian, nahiz eta oraingoz komunikabide garrantzitsurik ez den desagertu.

Datu kezkarriok ezagututa, lan honek argi pittin bat ekarri nahi du, bai gure inguruko komunikazioaz, baita sektoreak bizi duen memento aldakorrari dagokienez ere. Orainari begiratzea ezinbestezkoa bada ere, geroari erreparatzea askoz eraginkorragoa dela iruditu zaigu. Kontuan izanda profesionalak direla sektore honen motorra eta arima, ikertaldeak haiengana jo du argi, konponbide eta gako bila. Profesional kualifikatuak aukeratu ditugu, eskarmentu handikoak; bai hemen —Euskal Herrian—, zein Europan. Egindako inkestetan, kazetaritzaren etorkizuna izan dugu ardatz eta helburu.

2. Marko teorikoa

Azken urteotan gogoeta eta artikulua franko agertu dira bai kazetaritzaren krisiaz, baita haren balizko konponbideez ere. Autore emankorrenetako bat Bob Franklin irakaslea izan da. Haren ustez, komunikazioaren munduan gertatzen ari diren aldaketak ondorengo joera hauetan labur litezke:

The continuing innovations in communication technologies; the harshly competitive and fragmenting markets for audiences and advertising revenues; dramatic reductions in the entry costs of some online outlets for news; the collapse of the traditional business model to resource journalism; an expansive role for social media as sources and drivers of news; dynamic changes in government media policy; as well as shifting audience requirements for news, the ways in which it is presented and, given the expansive number of (increasingly mobile) devices on which it is received, even the places and spaces where news is produced and consumed (Bob Franklin, 2012: 663).

Egile horren ustez, 2007-2008az geroztik bizi dugun krisi ekonomikoak areagotu egin ditu joera horiek. Egungo informazioaren gizarteak saturazio informatiboa ere ekarri du. Azken urteotan, dezente gizendu da, esaterako, larrialdi egoeretako kazetaritza. Egoera horietan, presak agintzen du. Datuak, sarritan, ez dira behar bezala egiaztatzen. Alde horretatik, oso baliagarriak dira Silvermanek (2014) kaleratu duen *Verification Handbook* liburuan ematen dituen aholkuak eta erreferentziak.

Beste ikerketa batzuek komunikabideak kudeatzeko ereduak aztertu dituzte, baita *management* berriak proposatu ere. Andersonek, Bellek eta Shirkyk (2013), esaterako, garbi uzten dute kazetaritzak beste erakunde mota bat behar duela. Franklinek eta Carlsonen (2011), berriz, aztertu dute teknologia berriak nola ari diren aldatzen kazetari eta informazio-iturrien arteko harremanak. Franklinen ustez (2011), kazetaritzaren etorkizunaren gakoa prestakuntzan dago, lanbidean inplikaturik dauden alderdi guztien trebakuntza egokian, alegia. John V. Pavlikek (2013), berriz, berrikuntzan pausatzen du bere soa, betiere muga etiko eta profesionalak aintzat hartzen dituen hobekuntzan, hain zuzen ere.

To insure long-term success, innovation in news media should be guided by four principles: intelligence or research, a commitment to freedom of speech, a dedication to the pursuit of truth and accuracy in reporting, and ethics. Evidence is presented

that early innovation by news media leaders that adhere to the principles outlined here are finding success in both building audience and generating digital revenue (John V. Pavlik, 2013: 181).

Curranek dienez (2011), funtsezkoa da estrategia egokiak aurkitzea azken urteotan prentsak galdu dituen iragarleen konfiantza berreskuratzeko. Campos Freirek (2010), ordea, uste du gakoa gizarte-erantzukizunean dagoela eta horrela aholkatzen die komunikazio-taldeei. Halaber, kudeaketa-eredu berri bat proposatzen du, konfiantza sendotzea helburu duen eredu; jokamolde berri horretan sormena, berrikuntza, kalitatea eta sinesgarritasuna oinarritzko elementuak izango lirarteke. Casero-Ripollések (2010) garbi ikusten du eredu berri horrek eragozpen handiak gainditu beharko dituela, besteak beste, Internet sarean zabaldu den doako kultura, kontsumitzaileen artean hedatu diren ohitura berriak edota *online*ko zerbitzuetan dagoen lehiakortasuna. Izan ere, egilearen aburuz, gaur egun komunikazio-konpainiak gehiago kezkatzen dira gastuak nola edo hala murrizteaz, berrikuntzak diseinatzeaz baino. Egile horrek AEBn hainbat kazetak darabilen *freemium* formula (hau da, ordainpeko eta doako edukiak eskaintzea) balioesten du alternatiba egoki gisa. Kayek eta Quinnek (2010) beste nonbait paratu dituzte fokuek: babesle-sare, filantropo, finantzaketa-formula berri edota mezenazgoa bezalako aterabideetan, alegia. Haatik, AEBko Pew Research Center institutuak garbi utzi du (Holcomb eta Mitchell, 2014) finantzaketa-formula berri horiek garrantzitsuak badira ere, gaur egun, estatu horretako prentsaren diru-sarrera nagusiak ohikoak direla oraindik ere; hau da, kioskoetako salmenta, harpidetza bidezko sarrerak eta prentsako edizioetan iragartzen den publizitatea. Edozein kasutan, WAN-IFRAren azken txostenak garbi uzten du ordainpeko prentsa digitalak gero eta onarpen handiagoa duela gizartean. 2013. urtean eta mundu osoa kontuan hartuta, % 60ko igoera izan zuen aurreko urtearekin alderatuta. 2008-2013 urtealdia aintzat hartuta, hazkundera % 2.000koa izan da (kontuan izan behar da 2008an abiapuntuko datuak oso baxuak zirela). Izan ere, aipatu erakundearen esanetan, prentsako editoreek erronka honetan jarria dute beren soa: nola engaiatu irakurleak sareko edukiak ordain ditzaten.

Beste autore batzuek kanpoko faktoreetan jartzen dute arreta. Strömbäckek eta Karlssonek (2011: 653), esaterako, uste dute konponbidea profesionalen harago dagoela. Haien ustez, kazetaritzaren etorkizuna ardaztuko da, batik bat, albisteen edukiak inguratzen dituzten interes ekonomiko eta teknologikoen inguruan. Ildo beretik, Arroyok (2011) eta beste hainbat egilek ere azpimarratu dute etorkizuneko profesionalak etengabeko prestakuntza teknologiko eta humanistikoetan trebatu beharko duela, baldin eta gizarte aldakor eta konplexu hau interpretatu nahi badu. Era berean, Mahugok ere (2010) gogoeta egin du kontu hauen inguruan, eta hauxe ondorioztatu du: kazetaritzaren salbazioak nahitaez inplikatzeko du lanbidearen alderdi humanistiko eta soziala errekonstruatu behar. Andersonek (2013) pentsatzen du kazetariak funtzio editorialak bereganatu beharko dituztela aurrerantzean. Oso beharrezkoa ikusten du gai hauen inguruan eztabaida publikoa sortzea, baita sare sozialetan ere. Era horretan, lanbideari balio erantsia emango litzaioke eta kalitatezko kazetaritzaren helburua gertuago legoke.

Mahugok berak (2010) uste du datorkigun gizartea libreago eta demokratikoagoa izango dela, neurri handi batean teknologia berriei eta informazio-sareei esker; izan ere, plataforma horiek erabili ahal izan dituzte orain arte hedabideetatik baztertuta egon diren sektoreek. McChesneyk eta Pickardek (2011) planteatzen dituzten proposamenak gobernuei zuzenduta daude, gehienbat. Besteak beste, neurri hauek proposatu dituzte: informazio-korporazioei zergak arintzea, *copyright* eta jabetza-legeen berraztertzea eta inbertsio publikoen gehitzea komunikabideetan. Andersonen aurreikuspenak (2013) ez dira oso baikorrak AEBko kazetaritzaren kalitateari buruz; are gehiago, okertu egingo dela uste du. Jonesek eta Salterrek (2012) ere uste dute, etorkizunean, profesionalen benetako balioaren adierazlea haien idazlanen kalitate-maila izango dela.

Pérez-Latre eta Sánchez-Tabernero (2012: 17-18) irakasleek garbi uzten dute doakotasunak eta Interneten garapenak «edukien balioaren gainbehera dramatiko» ekarri dutela; izan ere, «kontsumitzaileek informazioa eta entretenimendua edonon topa ditzakete, kosturik gabe. Horregatik, hedabide tradizionaletatik aldentzen hasi ziren, gaiak antzekoegiak eta tratatzeko moduak ere iragarriegiak zirelako». Horrek guztiak, jakina, markaren beraren gainbehera ekarri du.

Ramoneten planteamendua oso garbia da:

¿Qué garantía de supervivencia tiene el periodismo de calidad? ¿No le queda acaso más remedio, para seguir existiendo, que recurrir a las subvenciones de mecenaz, de fundaciones o del Estado? (Ramonet, 2011: 15).

Orain eta hemen. Filosofia hori komunikabideen mundura iritsi da. Azkar dabil informazioa, azkarregi, sarritan, kalitatezko edukiak bermatzeko. Kontua da: prest al daude herritarrak egiazkotasunari uko egiteko, azkartasunaren mesedetan? Horixe bera galdetu die ikerketa-taldeak inkestan parte hartu duten profesionali. Horretaz eta baita lanbidearekin zerikusia duten beste hainbat kontuz ere.

3. Helburuak, hipotesiak eta iker-galderak

Idazlan honen helburu nagusia bikoitza da. Alde batetik, Euskal Herrian esperientzia dezente duten kazetarien aburuak ezagutzea, batik bat, lanbidearen egoerari eta etorkizunari buruz. Beste alde batetik, iritzi horiek Europako beste profesional batzuek dituzten aburuekin alderatu dira. Kazetaritza idatziaren balizko amaieraz mintzatzen garen garai honetan, ikertalde honi beharrezkoa iruditu zaio krisiaz gain, lanbidearen balizko aterabideez ere eztabaidatzea.

Abiapuntuko hipotesia hau izan da:

H. Euskal Herriko eta Europako kazetari esperientziadunek antzeko aburuak dituzte lanbidearen diagnostikoa eta pronostikoa egitean, kazetaritzari dagozkion arazoak oso globalizatuta daudelako, eta, gainera, eremu geografiko zabal berebean (kontinente zaharrea) jarduten dutelako.

Aipatu hipotesi horri ondorengo iker-galderak edo *Research Questions* (RQ) esleitu zitzaizkion:

1. RQ. Ba al dago alde nabarmenik Euskal Herriko eta Europako profesionalen iritzien artean?

2. RQ. Zer iritzi dute profesionalak sareko kazeta elektronikoek eskaintzen duten doako informazioaren kalitateari buruz? Eta ordainpeko informazioari buruz? Profesionalak uste dute herritarrak prest daudela kalitatezko edukiengatik ordaintzeko?

3. RQ. Nortzuek bermatzen dituzte hobeto informazio-eskubidea eta adierazpen-askatasuna: hedabide tradizionalak (prentsa, irratia eta telebista) edo digitalek?

4. RQ. Nola aldatu da lanbidea azken urteotan teknologia berriei edota *Facebook* eta *Twitter* bezalako sare sozialen hazkundeari esker?

5. RQ. Zeintzuk dira, profesionalen ustez, prentsak Europan bizi duen krisi-egoeratik irteteko aterabide posibleak?

6. RQ. Informazioaren munduan berehalakotasuna arau bilakatu da. Testuinguru horretan, profesionalentzat kalitatea, azkartasuna eta egiazkotasuna bateragarriak al dira?

7. RQ. Nola baloratzen dute profesionalak doako hedabide digitalek eskaintzen duten interaktibotasun-gradua?

8. RQ. Bizirik iraungo al du prentsa idatziak 2020. urtean? Nola irudikatzen dute 2020an informazioaren gizartea?

4. Metodologia

Aipatu helburuak lortze aldera eta ezarritako hipotesia eta iker-galderak argitzeko asmoz, ikerketa honetan teknika kuantitatibo eta kualitatiboak erabili dira. Horretarako, ikertaldeak 29 galdera zituen inkesta analitikoa diseinatu zuen. Itaun horietatik bost kode irekikoak ziren; hots, egituratu gabeko erantzunak onartzen zituzten. Galde-sorta horretan profesionalak hainbat konturen inguruan itaundu zitzairen. Besteak besteak, honako gai hauek landu ziren: teknologia berrien eragina, lanbidearen bilakaera, konbergentzia digitala, krisitik irteteko gakoak, edizio digitalen kalitatea, informazio- eta adierazpen-askatasunak, doako eta ordainpeko informazioaren kalitatea, etorkizuneko informazioaren ezaugarriak eta 2020ko informazioaren gizartea.

Azterketari ahalik eta homogeneotasun handiena emateko eta ondorio garbiak ateratzeko asmoz, zundaketa hau inkesta analitikoaren irizpideei jarraiki diseinatu zen; hots, galderen bitartez arazoaren deskribapena egiteaz gain, zenbait egoeraren zergatiak ere bilatzen dira. Era horretan, ikerketako hipotesia, gutxienez, bi aldagairekin alderatzen da, faktore desberdinen arteko erlazioen eta inferentzien ezarpena ahalbidetuz (Wimmer eta Dominick, 1996: 113-115).

Inkesta 2013ko abendutik 2014ko martxora bitartean burutu zen. Elkarrizketatuaren profila berdina izan zen Euskal Herrian eta Europan: kazetari

esperientziadunak eta, aldi berean, kasu gehienetan, hedabideetan edizio-ardurak zizutenak. Euskal Herrian, ikertaldeak 30 profesionalengana jo zuen. Horietatik 19k bete zuten inkesta. Joera eta eremu geografiko guztietako profesionalak izan ziren⁷. Batez beste, profesionalen adina 47,3 urtekoa zen eta 25,3 urte zeramatzen lanbidean. Elkarrizketatuei aukeran eman zitzaizen beren izena eta aburuak publiko egitea edo ez. Hamarrek (% 52,6k) ez zuten erreparorik beren izenak argitaratzeko, beste bostek (% 26,3k) identitateaz gain aburua kaleratzeko arazorik ez zuten erakutsi, eta beste lauk (% 21,1ek) nahiago zuten dena gordean mantentzea.

Aldi berean, Europako kazetarien artean burutu zen inkesta. Kasu horretan, ikertaldeak kanpoko enpresa baten laguntza behar izan zuen. Hobeto esanda, enpresa-talde baten lankidetzatza: TRA The Research Alliance institutu-sare europarrarena, hain zuzen ere⁸. Taldeak zuen aurrekontu ekonomiko mugatua zela medio, inkesta Europar Batasuneko bost estatutik populatuenera mugatu zen, Alemania, Erresuma Batua, Frantzia, Italia eta Espainiara, alegia. Eremu horretan, 316 milioi pertsona bizi ziren 2014. urtean, hots, Europar Batasuneko biztanleen % 62,4, Eurostatek emandako datuen arabera⁹. Bost estatuetako 250 kazetariko zerrenda batetik, azkenean 54k onartu zuten ikertaldearen proposamena: denak ziren esperientzia handikoak eta prentsa, zein irrati, telebista edota hedabide digitaletako profesionalak¹⁰, guztiak audientzia handiko hedabideetakoak. Europako

7. Inkesta hau ikerketa-taldeko irakasleek burutu zuten. Lehenengo, telefonoz hitz egin zuten profesionalekin, eta, gero, proposamena onartzen bazuten, inkesta igorri zitzaizen e-mailez. Inkestatuek bide bera erabili zuten erantzuteko. Profesionalak espektro zabala islatzen zuten. Denak ziren zuzendari, zuzendariorde edo ondoko, webmaster, erredaktoreburu edo esperientzia handiko berriemaileak. Bina ordezkari hautatu ziren ondorengo hedabideetatik: *El Correo*, *Diario Vasco*, eta *Deiatik*. Beste bi ikerkuntzan diharduten profesionalak ziren; bat, Nafarroako Unibertsitatean, eta, bestea, Renoko Unibertsitatean. Ordezkari bana zegoen ondorengo komunikabideetatik: *Gara*, *Berria*, *Argia*, *Diario de Navarra*, *El País*, EITB, Euskalerrria irrati, Euskal Irratiak, *Baleike* aldizkaria eta Tokitan TV. Hemeretzigarrena komunikazio-aholkulari ezaguna zen. Eremu geografikoari dagokionez, zortzik Gipuzkoan zuten lantokia; zazpik, Bizkaian; hiruk, Nafarroan, eta, azkenak, Lapurdin. Inkestatuen artean, lauk nahiago izan zuten euren izena ez argitaratu. Besteen izenak hauek izan ziren: Juan Carlos Martínez eta Cesar Coca (*El Correo*ren zuzendaria eta zuzendariordea, hurrenez hurren); Bingen Zupiria eta Jose Antonio Rodríguez (*Deiaren* zuzendaria eta webmasterra, hurrenez hurren); Juan Mari Gastaca *El País-Vasco* kazetaren zuzendaria; Nerea Azurmendi *Diario Vascon* 31 urte erredaktore diharduena; Iñaki Soto, *Gararen* zuzendaria; Iban Arregi, *Berriaren* kontseilari ordezkaria; Pilar Kaltzada, komunikazio-aholkularia; Gorka Zabaleta, *Baleike* aldizkariaren zuzendaria; Jose Luis Aizpurua, Euskal Irratiak kateko erredaktoreburua; Juan Kruz Lakasta, Euskalerrria irratiako erredaktore historikoa (22 urteko esperientzia); Haritz Rodríguez, Tokitan TVren zuzendaria; Alfonso Sánchez-Taberner, Nafarroako Unibertsitateko errektorea eta komunikazioan aditua; Imanol Murua, Renoko Unibertsitateko Center for Basque Studies-eko ikertzailea eta esperientzia handiko kazetaria.

8. Fitxa teknikoa. Europako inkestak TRA The Research Alliance institutu soziologikoen sareak egin zituen. Landa-lana enpresa hauen ardura izan zen: CIES SL, Espainian; Cohesium, Frantzian; Marketing Sciences, Erresuma Batuan; Opinión, Alemanian; eta Art, Italian. Europako profesionalen telefono bidez egin zitzaizen inkesta. Zenbait kasutan nahiago izan zuten e-mailez erantzun. 54 profesionaletatik 12 Frantziakoak ziren; 11na, Espainia eta Italiakoak; eta, 10na, Alemania eta Erresuma Batukoak.

9. Iturria: Eurostat. <http://europa.eu/about-eu/facts-figures/living/index_es.htm> [Kontsulta: 2014/05/14].

10. Inkestari erantzun zioten Espainiako kazetariak, besteak beste, honako hedabide hauetakoak izan ziren: *El País*, *Abc*, *Eldiario.es*, *Infolibre*, *As*, *El Mundo deportivo*, *Faro de Vigo*, *Periódico de Cataluña* eta *Vilaweb* agerkerietakoak. Erresuma Batukoak honako lantoki hauetan aritzen ziren: *The Times*, *The Guardian*, *The Independent*, *Sunday Mirror*, *The Daily Telegraph*, *Daily Express Online*, *Sky Sport News* eta *The Mirror* hedabideetan. Alemaniako artean hauek zeuden, besteak beste: *Spiegel*

elkarrizketatuen batez besteko adina 44,6 urtekoa zen, eta batez besteko lan-esperientzia, berriz, 19,6 urtekoa. Inkestatuetatik 38 pertsonak (% 74,4k) nahiago zuten ez argitaratu, ez beren identitatea, ez beren aburuak. Gainerako 16 profesionalak (% 29,6k) ez zuten arazorik adierazi izenak eta iritziak argitara emateko.

5. Emaidza orokorrak

Jarraian, inkesta horretatik ateratako ondorio aipagarrienak azalduko dira. Euskal Herriko eta Europako profesionalen erantzunak alderatuz, honako bost multzo handi hauean bildu dira emaitzak:

- Teknologia berriek lanbidean eragindako aldaketak.
- Prentsaren krisia eta balizko irtenbideak.
- Egungo edizio digitalen kalitatea.
- Kalitatezko kazetaritzaren betebeharrak.
- 2020: etorkizuneko kazetaritzaren ezaugarriak.

5.1. Teknologia berriek lanbidean eragindako aldaketak

YouTube, *Facebook* eta *Twitter* 2006-2007 urteetan hasi ziren abiada hartzen. Orditik hona, kazetaritzaren mundua dezente aldatu da. Sare sozialek beste jokaleku batean kokatu dituzte kazetariak eta komunikabideak; berdin dio zein motatakoak diren: prentsa, irratia, telebista edo agerkari digitala.

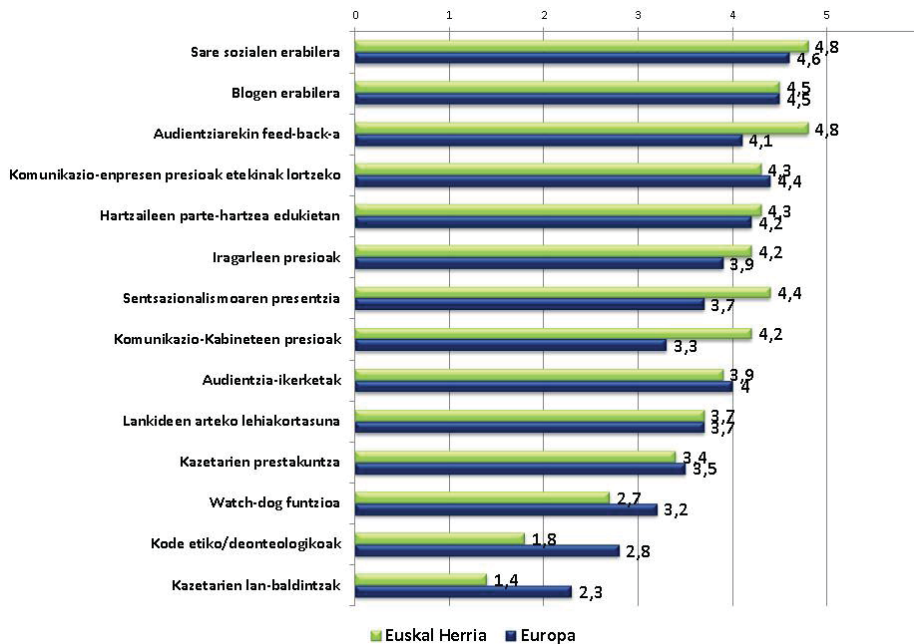
Inkesta honetan, profesionalak adostasun handia erakutsi dute teknologia berriek lanbidean izan duten eragina balioestean; antzeko iritzia eman dute Euskal Herrikoek eta Europako gainerakoek. Galdetu zaienean teknologia berriek erraztu edo zaildu egin ote duten kazetaritza ona egiteko bidea, aukerarik hautatuena «erabileraren arabera» izan da (% 53 Euskal Herriko profesionalen artean eta % 59 europarren artean). Profesional esperientziadunak kritiko samar agertu dira erredakzioetara ailegatzen ari diren berriemaile gazteen aurrean. Gehientsuenek uste dute trebakuntza hobearekin datozela, baina espiritu kritikoa falta zaiela. Aburu hori nabarmenagoa da Euskal Herriko profesionalen artean (% 74), Europako profesionalen artean baino (% 56). Horrezaz gain, profesionalak diote teknologia berriek askatasun handiagoa eman dietela albisteak hautatzeko orduan (Euskal Herrian, % 58k horrela uste du; Europan, % 63k).

Kazetaritzarekin zerikusia duten faktore batzuk aldatuz joan dira, denborak aurrera egin ahala. Hala, inkestatuek beren errealtateari erreparatu behar zioten eta 2006tik hona aldaketarik sumatu duten adierazi behar zuten. Hainbat aldagairi

Online, BR-TV, NDR-TV, *Tageszeitung TAZ*, *Möller Neue Medien Verlags GmbH*, Radio Bielefeld eta Radio Teddy. Frantziako artean, hauek: *TF1* eta *TF1-LCI*, *TV Grandes Chaines* telebista-kateak, eta *Le Point*, *Le Figaro* eta *Sud-Ouest* egunkariak. Azkenik, Italiako inkestatuek ondorengo hedabide hauean ziharduten lanean: *Grupo Mondadori*, *La República*, *Corriere della Sera*, *Il Fatto Quotidiano*, *Il Matino* eta *Il Messaggero*.

buruzko iritzia emateko eskatu zitzaaien. Erantzunetan, 1etik 5era kuantifikatu behar zuten dena delako garapena. Jasotako erantzunak 2. grafikoa agertzen dira.

2. grafikoa. Nola aldatu da lanbidea azken urteotan? (2007-2014)
5 = Asko indartu da, 1= Asko ahuldu da.

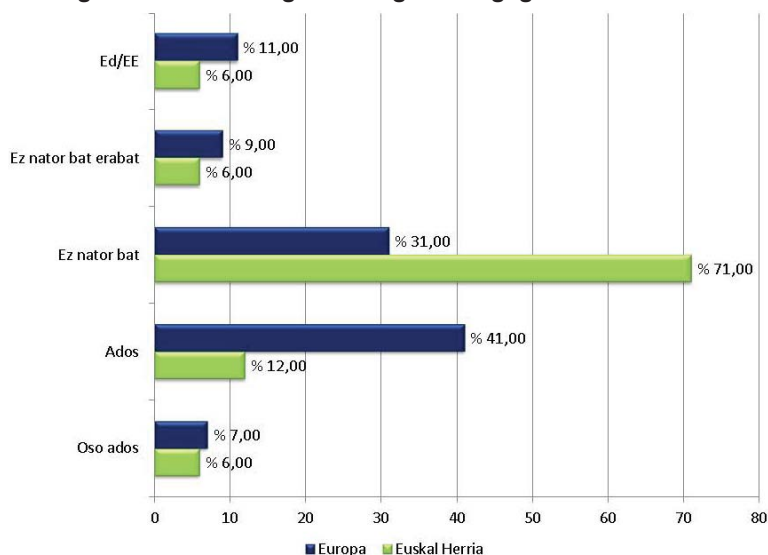


Iturria: *The Research Alliance* institutu-sareak burututako inkesta (2014). HGH ikertaldeak landua.

Profesionalen artean adostasun handia dago aspektu honetan. Gehientsuenak bat datoz esatean teknologia berriek eragin handia izan dutela ondorengo faktore hauetan: *Twitter*, *Facebook* eta gisako sare sozialen erabilera; *blog* eta gisako eduki sortzaileen erabilera; audientziarekin *feed-back*a handitu egin dela onartzean; hartzaileen parte-hartzea edukien sorreran; audientzia-ikerketen ugaritzean, eta kazetarien prestakuntza hobetzean. Beste faktore batzuk ere nabarmen aldatu dira profesional gehientsuenen ustetan, baina elementu horiek ez dira hain neutroak; esaterako, lankideen arteko lehiakortasuna, edota iragarle, komunikazio-kabinete eta komunikazio-enpresen presioak. Izan ere, egoera ekonomikoak hauspotuta seguru asko, presio horiek dezente handitu dira azken urteotan. Era berean, profesionalak pentsatzen dute teknologia berriek areagotu egin dutela sentsazionalismorako joera komunikabideetan (nabarmenagoa da aburu hori Euskal Herrikoen artean), kode etiko eta deontologikoen ahultzea gertatu dela, baita *watch-dog* funtzioaren gainbehera ere. Bereziki azpimarragarria da Euskal Herriko profesionalak kazetarien lan-baldintzei ematen dieten garrantzia. Oro har, inkestatu gehientsuenek lanbidearen egoera ahuldu egin dela uste badute ere, sentsazio hori askoz nabarmenagoa da Euskal Herriko profesionalen artean (Euskal Herrian, balioa 1,4koa da; European, berriz, 2,3koa).

Konbergentzia digitalak eztabaida asko piztu ditu erredakzioetan. Gai horren inguruan ere nabarmena da Europako eta Euskal Herriko profesionalen artean dagoen desadostasuna; izan ere, europar ia erdiek ongi egiten ari dela uste badute ere, Euskal Herriko gehienek guztiz bestelako aburua dute (ik. 3. grafiko¹¹).

3. grafikoa. «Konbergentzia digitala ongi gauzaten ari da».



Iturria: *The Research Alliance* institutu-sareak burututako inkesta (2014). HGH ikertaldeak landua.

Etorkizuneko profesionalen eredu edo ezaugarriak zehazteko eskatu zaienean, teknologia berrien eragina ere presente dago. Gai horretan, ez dago profesional batzuen eta besteen arteko alde handirik. Euskal Herrikoek, esaterako, hurrenkera honetan nabarmendu dituzte ondorengo ezaugarriok: prestakuntza zabala (bereziki hizkuntzetan) 14 aldiz hautatu duten aukera da; teknologia berrietan eta bereziki multimedia-formatuetan iaioak izatea (13 aldiz), espiritu kritikoa, independente eta analisirako gaitasuna izatea (9 aldiz), jakin-mina edukitzea (7 aldiz), egiarekin konpromisoa (5 aldiz), komunikatzeko gaitasuna (5 aldiz), anbizioa eta ausardia (3 aldiz), audientziarekiko enpatia (2 aldiz) eta lanbidean sinestea (2 aldiz).

5.2. Prentsaren krisia eta balizko irtenbideak

Mendebaldeko herrialdeetan prentsa idatziak egun bizi duen egoera kritikoari irtenbideak bilatzeko orduan ere, adostasun handia erakutsi dute Europako eta Euskal Herriko profesionalak. Aterabide posibleen zerrenda eman zitzairen, 1etik

11. Alderaketak egitean, kontuan hartu behar da Euskal Herrian eta Europan elkarrizketatutako «n» profesionalak desberdinak direla (19 eta 54, hurrenez hurren). Proporzioan, Euskal Herriko «n» handiagoa da gainerako estatuetakoa baino. Arrazoiak: ikertaldeak, Euskal Herrikoa izanda, sakonago jakin nahi zuen bere herriko profesional esperientziadunen aburu orokorra. Beste bost estatuetan 54 inkestatuen iritziak baliagarriak izan dira joera eta aburu orokorrak jakiteko, estatuz estatuko azterketa zehatzetan gehiegi sakontzeko aukera ematen ez bazuten ere.

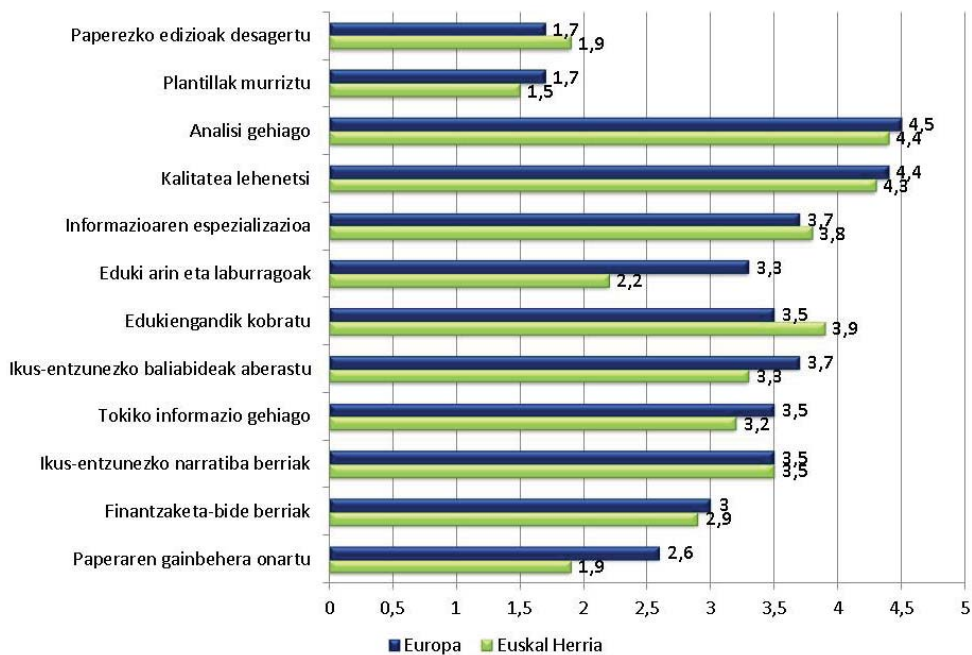
5era puntua zitzaten: 1 markatuz gero «inolako garrantzirik» ez ziotela ematen esan nahi zuen, eta 5 hautatuz gero, berriz, «garrantzi handia».

Oro har, garbi asko azaltzen da profesional gehientsuenek analisia, kalitatea, espezializazioa eta sakontasuna lehenesten dituztela beste faktore batzuen aldean (ik. 4. grafikoa). Era berean, edukiengatik kobratzen hasi edo jarraitu beharra dagoela azpimarratzen dute (Euskal Herriko profesionalak nabarmenago). Aterabide hori bat dator komunikazio-enpresak egun burutzen ari diren praxiarekin.

Maila apalagoan bada ere, profesionalak ongi baloratu dituzte inkestan proposatu ziren beste aterabide hauek ere: ikus-entzunezko narratiba eta baliabide berriak erabiltzea, tokiko informazio gehiago lantzea, eta finantzaketa-bide berriak bilatzea. Hala ere, aldeak nabari dira europarren eta euskal herritarren artean. Eduki arin eta laburragoen aldeko apustuaren inguruan ez datoz bat: Europakoek nahiko garrantzia ematen diote (5eko eskalan, 3,3 puntu); Euskal Herrikoek, berriz, erditik behera (2,2). Oraindik garrantzi txikiagoa eman zitzaien antzekoak ziren beste bi aterabideri ere (paperaren gainbehera onartu eta paperezko edizioak desagertu). Paradoxikoa bada ere, profesionalen aldetik okerren baloratua izan zen aterabidea —lan-taldeak murriztea— komunikazio-enpresak lehenesten ari diren praktika da, egun.

4. grafikoa. Krisia gainditzeko gakoak.

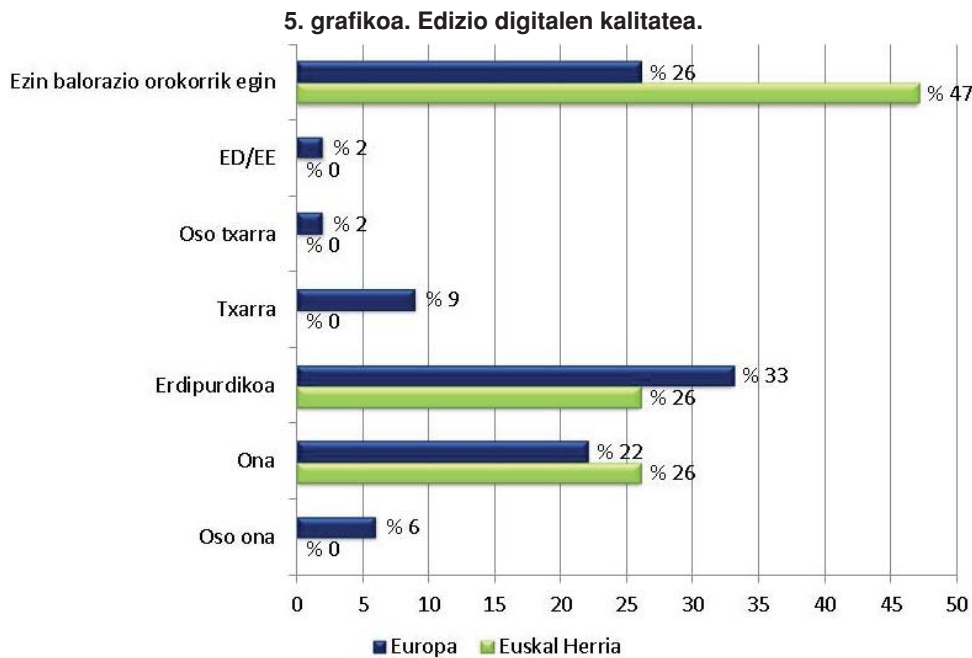
5 = Garrantzi handia, 1= Inolako garrantzirik ez.



Iturria: *The Research Alliance* institutu-sareak burututako inkesta (2014). HGH ikertaldeak landua.

5.3. Egungo edizio digitalen kalitatea

Sarean gaur egun egunkariek eskaintzen dituzten edizio digitalen kalitatearen inguruan, profesionalak ez daukate iritzi biribilik (ik. 5. grafikoa). Askori zail egiten zaie balorazio orokorrik egitea, webguneen artean alde handiak baitaude. Izatez, hori izan da erantzun posibleen artean hautatuena euskal profesionalen artean (% 47). Beste askok uste dute erdipurdikoa dela (europarren % 33k eta euskal herritarren % 26k), eta ontzat kalifikatzen dutenak are gutxiago dira (Europar % 23, eta Euskal Herrian % 26).



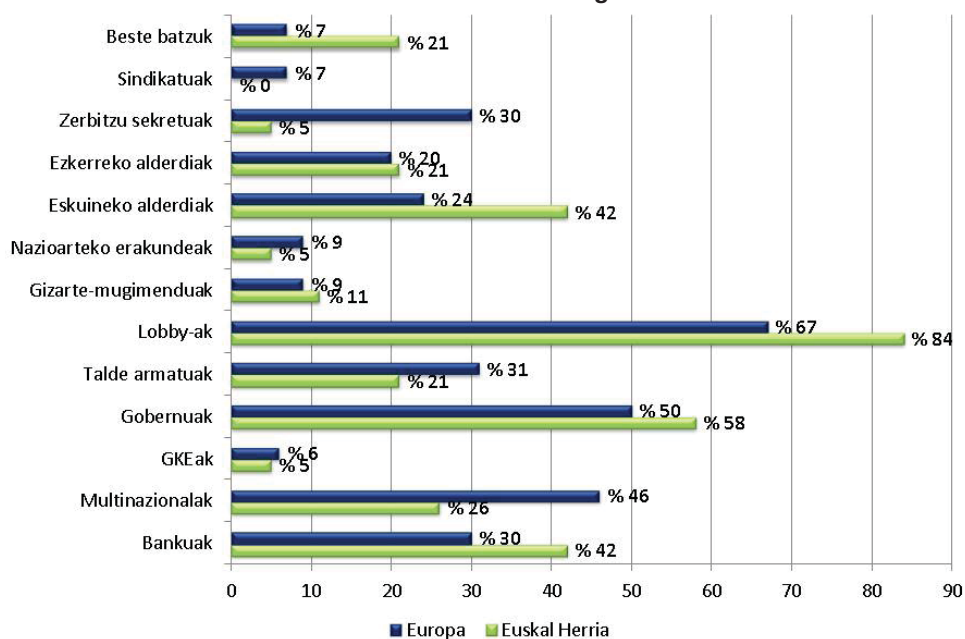
Iturria: *The Research Alliance* institutu-sareak burututako inkesta (2014). HGH ikertaldeak landua.

Europarren iritziak komunikabide digitalek tradizionalak baino hobeto bermatzen dute adierazpen-askatasuna —% 52k—, eta euskal herritarren iritziak, berriz, «biek antzera» jotzen dute. Informazio-eskubideari dagokionez, Euskal Herrikoek komunikabide tradizionalakiko konfiantza gehiago erakutsi dute (% 57,9k); aldiz, europarrek uste dute komunikabide tradizionalak eta digitalek antzera jarduten dutela (% 50ek).

Edizio digitalen kalitatean hainbat faktorek eragiten dute. Asko eta asko alderdi profesional hutsak dira, baina beste batzuk profesionalen eskuetatik at daude; adibidez, informazioaren mundua mehatxatzen duten eragileak. Alderdi horretan, Euskal Herriko profesionalak zorrotzagoak izan dira europarrak baino, hainbat erantzunetan. Gaur egun informazio-eskubidea eta adierazpen-askatasuna

mehatxatzen dituzten eragileen inguruan galdetu zitzairen. Erantzun anizkoitza onartzen zuen itauna zen. Zerrenda luzea eskaini zitzairen. Mehatxuak identifikatzean adostasun zabala zegoen (ik. 6. grafikoa). Mehatxu handiena eragiten duten aktoreak identifikatzeko eskatzean, hurrenkera honetan eman zituzten: *lobby* politiko, sozial eta ekonomikoak; gobernuak; bankuak; multinazionalak; eskuineko alderdiak eta talde armatuak. *Lobby*, gobernu, banku eta eskuineko alderdiekiko jarrera kritikoa Euskal Herriko profesionalen artean nahiko nabarmena da; aldiz, kontrakoa gertatzen da multinazional eta talde armatuekiko, profesional europarren artean. «Beste batzuk» atalean, euskal kazetariak zorrotz ibili dira. Eman zitzairen zerrendatik at beste eragile hauek ere identifikatu zituzten mehatxu edo arrisku modura lanbidearentzat: komunikazio-kabineteen itzala, komunikazio-taldeak jabe apur batzuen esku geratzea, eta kazetariak sindikatutan afiliatuta ez egotea.

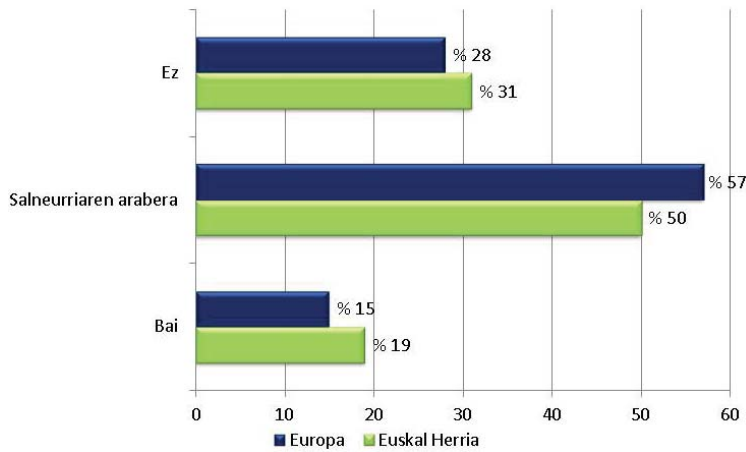
6. grafikoa. Informazio- eta adierazpen-askatasunak mehatxatzen dituzten eragileak.



Iturria: *The Research Alliance* institutu-sareak burututako inkesta (2014). HGH ikertaldeak landua.

Mehatxuak mehatxu, gaur egun profesionali eta, oro har, komunikazioaren munduan dabilen eragile orori, kezka handia sortzen die idatzizko edizioen gainbeherak. Kalitatearen hutsuneari aurre egiteko, urterik urte, gero eta editore gehiagok ekin diote edukiak kobratzeari. Bada, horretaz ere galdetu zitzairen profesionali; ea uste zuten irakurleak, kontsumitzaileak alegia, prest ote dauden edukiak ordaintzeko. Europako zein Euskal Herriko profesional gehientsuenek pentsatzen dute herritarrak horretarako prest egon daitezkeela, baldin eta trukean eskaintzen zaien produktua kalitatezkoa bada, noski (ik. 7. grafikoa).

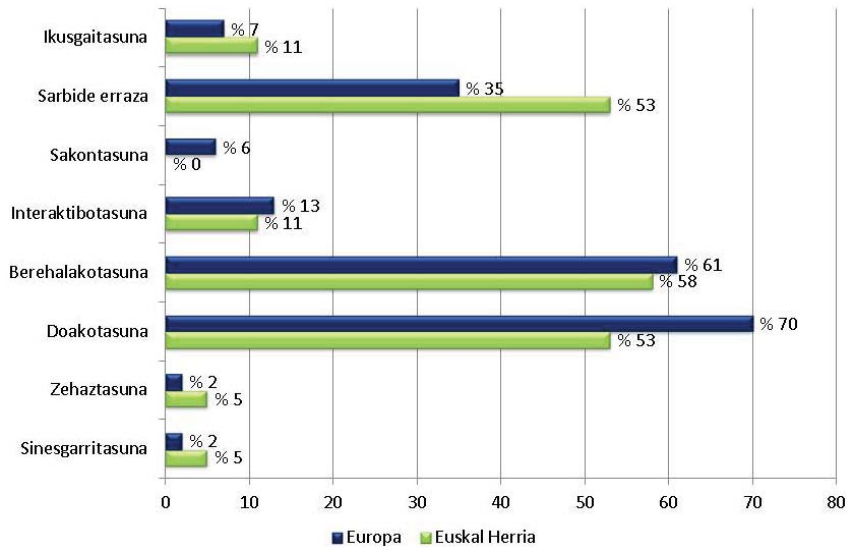
7. grafikoa. Sarean, kalitatezko edukiengatik ordaintzeko prest al daude herritarrak?



Iturria: *The Research Alliance* institutu-sareak burututako inkesta (2014). HGH ikertaldeak landua.

Sarean, ordainpeko informazioa gero eta ugariagoa da. Hala ere, irakurle gehientsuenek doako informazioa kontsultatzen dute. Profesionalei doako eta ordainpeko informazioaren indarguneez galdetu zitzairen. Batzuen eta besteen artean aldeak badaude ere, profesional gehientsuenak bat datoz esatean doako informazioaren balio nagusiak hauek direla: doakotasuna, berehalakotasuna eta duen sarbide erraza (ik. 8. grafikoa).

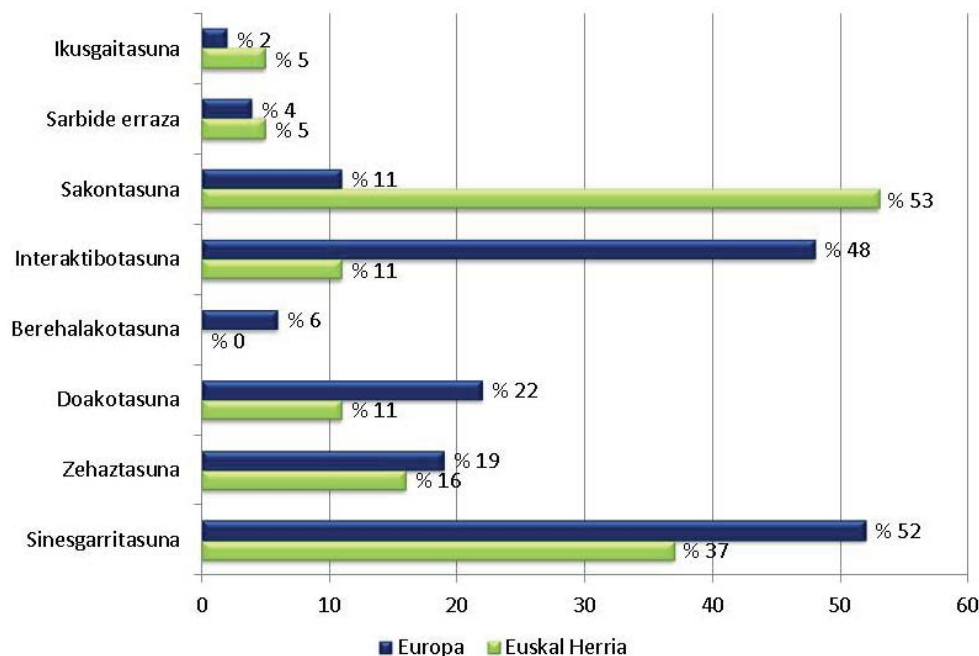
8. grafikoa. Sarean dagoen doako informazioaren indarguneak.



Iturria: *The Research Alliance* institutu-sareak burututako inkesta (2014). HGH ikertaldeak landua.

Ordainpeko informazioaren indarguneak identifikatzean, Europako eta Euskal Herriko profesionalak ez daude oso ados. Lehenengoan aburuz, informazio horrek sinesgarritasuna eta interaktibotasuna ditu bere baliorik preziatuenak; Euskal Herrikoen iritziz, ostera, ordainpeko agerkariek duten sakontasuna da faktorerik gogoangarriena eta, jarraian, sinesgarritasuna.

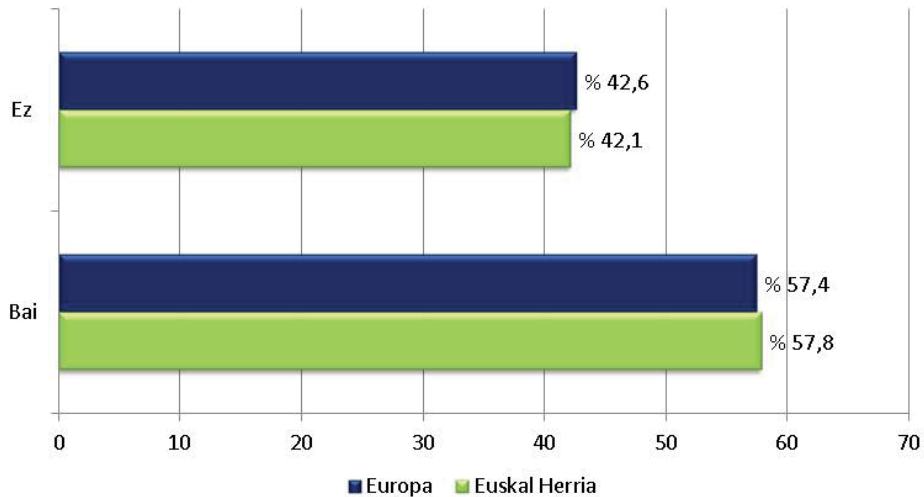
9. grafikoa. Sarean dagoen ordainpeko informazioaren indarguneak.



Iturria: *The Research Alliance* institutu-sareak burututako inkesta (2014). HGH ikertaldeak landua.

Ikerketa hau burutu duen taldearentzat ondorengo galderak garrantzi berezia zuen: «Esperientzia zabaleko profesional gisa, egun, kalitatea, azkartasuna eta egiazkotasuna bateragarriak direla iruditzen zaizu?». Kode irekiko galdera zen. Inkestatuek hiru lerro zeuzkaten erantzuteko. Kasu gehienetan erantzunek ñabardura dezente zituzten. Ez ziren baiezko biribilak edo ezezko gordinak. Dena den, bi aukera horien artean multzokatu dira erantzunak. 10. grafikoa bi elementu dira gogoangarriak: adostasuna alde batetik (Europako eta Euskal Herrikoen artean) eta zatiketa, bestetik (baiezko eta ezezkoen artean).

10. grafikoa. Kalitatea, azkartasuna eta egiazkotasuna bateragarriak al dira?



Iturria: *The Research Alliance* institutu-sareak burututako inkesta (2014). HGH ikertaldeak landua.

Inkestan beren iritziak eta nortasuna agertzeko arazorik ez duten euskal kazetarien artean, ondorengo hauek azpimarra daitezke. Lehenengoa baietzaren aldekoa da, bigarrena «*bai, baina...*»-ren kategoriakoa eta hirugarrena ezetzaren taldekoa:

- Iñaki Soto, *Gararen* zuzendaria: «Baietz esango nuke; hain zuzen ere, teknologia berriek eta sare sozialek etengabeko kontrastea ahalbidetzen dutelako».
- Juan Carlos Martínez, *El Correoren* zuzendaria: «Azkartasuna ezinbestekoa da, baina, aldi berean, kalitate-egiazkotasuna binomioaren arerio nagusia».
- Juan Mari Gastaca, *El País* (País Vasco) edizioaren zuzendaria: «Ez, eta demostratuta dago. Informazioak zorrotasuna behar du ezinbestean, nahiz eta bost minutu gehiago behar izan».

Kazetari europarren artean ere antzeko zatiketa sumatu da. Hona hiru iritzi, aurreko hurrenkera eta tenore berari jarraiki:

- Paul Salter Erresuma Batuko *Sky Sport Newsen* zuzendariordea: «Posible da hiru ezaugarri horiek bateragarri egitea. Jendeak informazio zehatza eta azkarra nahi du».
- Louis Olivier Frantziako TF1eko erredaktoreburua eta erreportari ezaguna: «Posible da, baldin eta kazetariak joko-arau berriak onartzen badituzte (soldata apalak, lan-ordutegi zabalak...). Orduan, kalitatea, azkartasuna eta zehaztasuna ez dira bateraezinak. Horrek konpromiso profesional handia eskatzen du eta informazio-sare oso zabala».

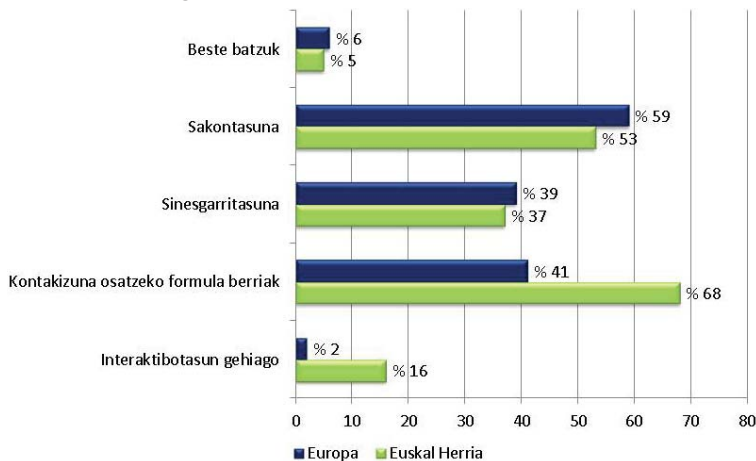
- Paolo Gobbi *freelance* aritzen den kazetaria, Italiako *Il Messaggero* eta *Il Mattino* kazetarako kolaboratzailea, besteak beste: «Ez da posible; kalitatea eta azkartasuna nekez uztartzen dira. Horrek denbora eta baliabideak eskatzen ditu. Egia beste guztiaz aparte dagoen aldagaia da. Zurrumurrua egia bada... horixe, egia da; baina, batzuetan, sakon aritzeak soilik ematen dizu egiera iristeko aukera».

5.4. Kalitatezko kazetaritzaren betebeharrak

Kazetaritza digitalak epe laburrean egin duen bidea benetan emankorra izan da. Londresko *The Daily Telegraph* kazetarako 1994an webarako prestatutako lehen edizio elektronikoa kaleratu zuenetik (Armentia, 2009: 161), bi hamarkada baino gehiago igaro dira, eta, harrezkero, etengabe aldatu da. Hasierako edizio digital zurrun haieratik oraingo webgune dinamikoetara oso jauzi handia egin da. Alde batetik, Interneten eta sare sozialen garapenak, eta, bestetik, multimedia baliabideen etengabeko berrikuntzak abiada zorabiagarrian murgildu dituzte lanbidea, kazetariak eta idazteko modua bera ere. Izan ere, berehalakotasuna ezinbesteko baldintza bihurtu da hedabide modernoetan. Profesionalei galdetu zitzaientzen, beren ustez, herritarrek zeri ematen dioten lehentasuna. Europakoak eta Euskal Herrikoak —multzo bietarik % 89— bat etorri dira esatean sakontasunaren aurrean kontsumitzaileek berehalakotasuna lehenesten dutela.

Kalitatezko kazetaritza ardatz izan da inkestan. Alde horretatik, egun hedabide digitaletan faltan sumatzen zituzten elementuez galdetu zitzaientzen profesionalei (ik. 11. grafikoa). Kontakizuna osatzeko modu berrietan pausatu dute foku nagusia Euskal Herrikoek, eta europarrek, berriz, sakontasunean. Sinesgarritasun handiagoa ere faltan sumatu dute batzuek eta besteek, ia proportzio berean. Beste elementu bereizlea interaktibotasunarena izan da. Euskal Herrikoek gehiago azpimarratu dute elementu hori, europarrek baino.

11. grafikoa. Hedabide digitaletan, zeintzuk dira faltan sumatzen dituzun ezaugarriak?

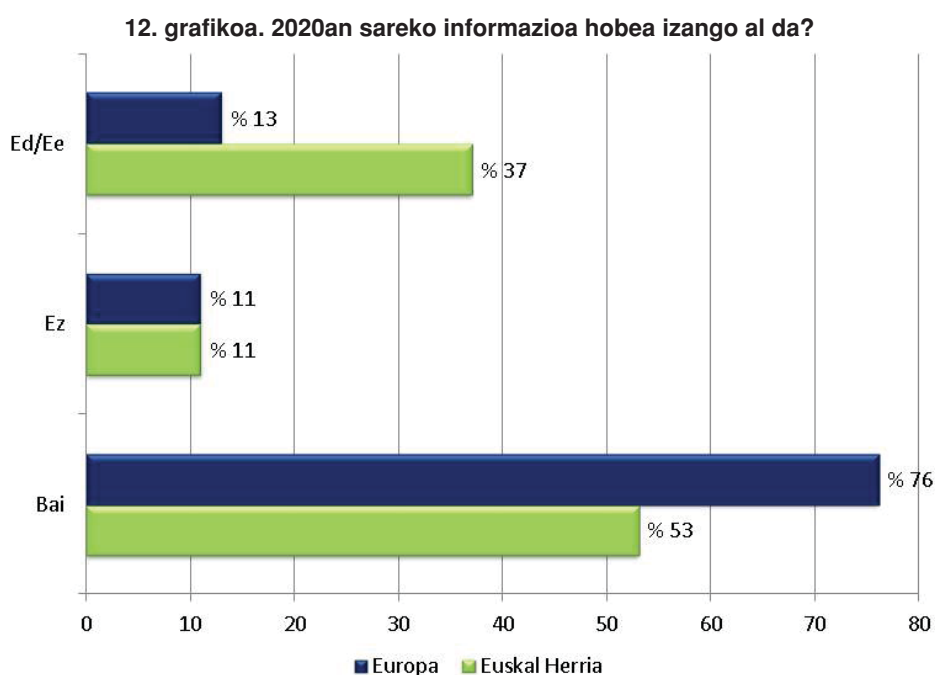


Iturria: *The Research Alliance* institutu-sareak burututako inkesta (2014). HGH ikertaldeak landua.

Kazetarietara beste galdera hauek ere egin zitzaizkien: «Demagun zure pantailan 1.500/2.000 karaktere dituen informazio bat duzula (orrialde bat baino zerbait gutxiago). Zenbat *link* onar ditzake, kontakizuna egoki ulertzeko oztopo ez izateko?» Hurrengoan gauza bera galdetu zitzaion baina, *link*en ordez, ikus-entzunezko baliabide kopuru egokiaz. Kasu guztietan, profesionalak neurriko baliabide kopuruaren alde egin dute apustu; izan ere, europarrek zein euskal herritarrek uste dute neurri horretako informazio batek aski dituela bizpahiru esteka eta ikus-entzunezko bi baliabide izanda.

5.5. 2020: etorkizuneko kazetaritzaren ezaugarriak

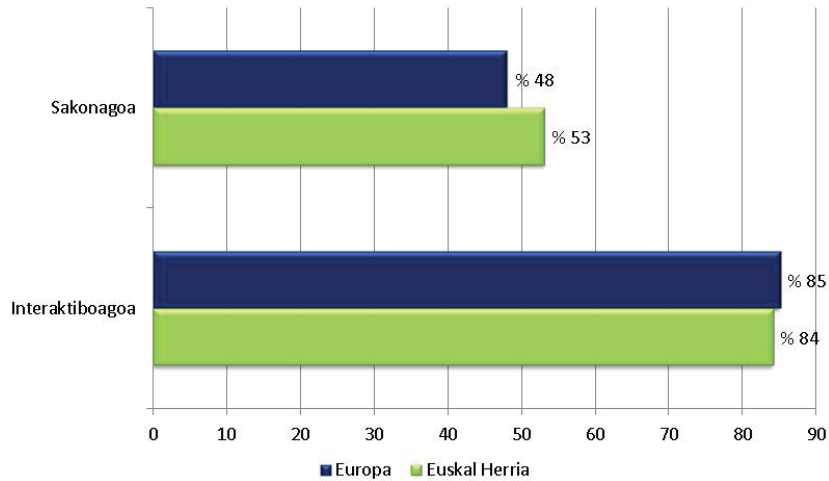
Etorkizunari begira jartzean ere, adostasun handia erakutsi dute profesionalak. 2020an sareko informazioa hobea izango dela deritzote gehienek, batik bat europarrek (% 76k). Euskal Herrikoen % 53k ere hala erantzun du, baina beste multzo esanguratsu batek zalantza gehiago erakutsi du: % 37k ez du iritzi garbirik (ik. 12. grafikoa).



Iturria: *The Research Alliance* institutu-sareak burututako inkesta (2014). HGH ikertaldeak landua.

Galdera horri tiraka beste bat egin zen. Eskatu zitzaion gehiago zehatz zitzatela sareko informazio horren ezaugarriak. Batzuek zein besteek aurreikusten dute informazio digitala interaktiboagoa eta sakonagoa izango dela; inondik ere ez azalekoagoa (ik. 13. grafikoa).

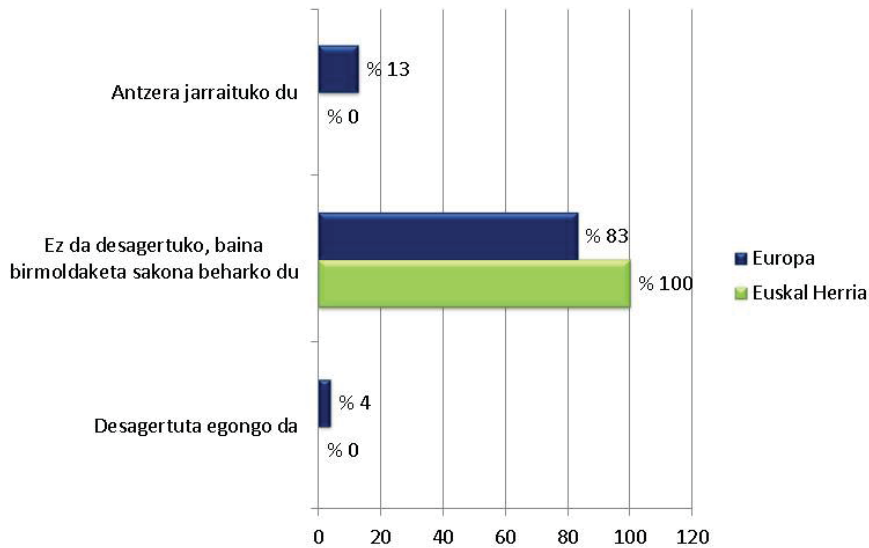
13. grafikoa. 2020an sareko informazioa izango da...



Iturria: *The Research Alliance* institutu-sareak burututako inkesta (2014). HGH ikertaldeak landua.

Epe laburrean prentsa desagertuko ote den galdetuta, euskal kazetarien artean adostasuna erabatekoa da. Inkestari erantzun zioten 19 lagunek (% 100ek, beraz) uste dute prentsa idatzia ez dela hilko, baina bai birmoldaketa sakona jasan beharko duela aurrerantzean. Europarrak ere iritzi horretakoak dira (ik. 14. grafikoa).

14. grafikoa. 2020an zer gertatutako da paperezko prentsarekin?



Iturria: *The Research Alliance* institutu-sareak burututako inkesta (2014). HGH ikertaldeak landua.

Nolanahi ere den, 2020ko data horren inguruan, bada beste iritzirik ere. Hain zuzen, bestelako iritzi horien adierazle da Milagros Perez Oliva Katalunian *El País* egunkariak duen erredaktoreburuak egindako ondorengo gogoeta hau¹²: «Prentsa idatzia desagertuko ote den? Ez dakit. Dena den, guk uste dugu *El País* kazeta bost urte barru desagertu daitekeela. Noski, guk ez dugu hiltzen lagunduko, baina, hori gertatuko balitz, guk prest egon behar dugu, badaezpada ere».

6. Ondorio nagusiak

Europar bezala Euskal Herrian ere, prentsa idatziak astindu latza jasan du 2008tik hona. Hegoaldean hedapenak izan duen jaitsiera Espainian jazotakoa baino txikiagoa bada ere (% 8,5 gutxiago), Europakoaren batez bestekoaren dezente gainetik dago (% 3,4). Hala eta guztiz ere, epe laburrera, inkestatutako profesional gehientsuenak baikor dira; izan ere, eskarmentu handiko kazetariak ez dute irudikatzen prentsa idatzia 2020an desagertuko denik; baina, edozelan ere, sektoreak, oraindik, aldaketa sakonak egin beharko dituela deritzote. Enbataren indarra ez da apaldu. Edozein kasutan, bai Euskal Herriko zein Europako profesionalak sareko informazioa hobetuko dela uste dute, besteak beste, interaktiboagoa eta sakonagoa izango delakoan.

Euskal Herriko zein Europako profesionalak nahiko ados agertu dira egoera kritiko horri aterabideak proposatzeko orduan: kazetariak kalitatea, analisia, sakontasuna eta espezializazioa eskatzen ari dira; baita berrikuntza ere maila guztietan: teknologian, profesional berrien prestakuntzan, finantzaketan, kontakizuna eskaintzeko formatan eta audientziarekiko hartu-emanetan. Euskal Herriko kazetariak europarrek baino diagnosi zorrotzagoa egin dute hainbat fenomenoren aurrean; esate baterako, kode etiko eta deontologikoak ahuldu dira, lan-baldintzak okertu, sensazionalismorako joerak indartu, edota konbergentzia digitala areagotu. Euskal iritzia gordinagoa da Europakoa baino, seguru asko sektorearen egoera bera ere kritikoagoa delako.

Kalitatea, egiazkotasuna eta azkartasuna bateragarriak egitea: horretan datza profesionalak aurreikusten duten erronka handienetako bat, gaur egun. Gehientsuenek koktel hori posible dela esaten dute, baina, hori lortzeko, gainditu beharreko langa eta hesi ugari ikusten dituzte: eragozpen ekonomikoak, batez ere. *Orain eta hemen. Azkar eta ongi*; asmo ederregia errealtate bihurtzeko beti.

Kalitatezko edukiengatik kobratu egin behar da. Horretan ere ados daude profesionalak; baita editoreak ere. Gaur egun, ordainpeko prentsa digitala errealtate da. Azken urteotan sortu dituen diru-sarrerak esponentzialki hazi dira eta ez dirudi joera hori epe laburrean aldatuko denik. Doako Interneten mitoa desagertzen ari da: informazioa kobratzearen aukera, hautu baino gehiago, beharra bilakatu da. Kalitatezko edukiak zeintzuk diren zehaztea da kontua eta norentzat diren eskuragarri informazio horiek.

12. Iritzi hori SEP Espainiako Periodistika Elkartearen izandako kongresuan azaldu zuen, Bartzelonan, 2014ko ekainean.

Lan honetan deskribatu den inkestan, profesionalak kalitatezko kazetaritzaren aldeko hautua egin dute, baina joera hori ez dator bat komunikazioaren handiak hartzen ari diren neurri murriztaileekin. Salmenten eta publizitatearen jaitsierari aurre egiteko neurri traumatikoak hartu dituzte: lan-taldeak murriztu eta komunikabideak itxi, bereziki. Kalitatea ez da irizpidea izan. Ez da erabakigarria izan haien planteamendu estrategikoetan. Gehienetan, berrikuntzak alor teknologikoan aplikatu dira, ez kazetarien trebakuntzan, ezta edukietan ere. Etorkizunari aurre egiteko, bestelako pentsamolde eta baliabideak behar dira. Makina berriari olio zaharra botatzea alferrikako jardunbidea da. Kazetaritzak badu etorkizunik: kontalari onak eta baliabide aproposak behar dira; istorio interesgarriak jende interesgarriarentzat.

Erreferentziak

- Adler, P. A. eta Adler, P. (1994): «Observation techniques», in N. Denzin eta I. Lincoln (arg.), *Handbook of Qualitative Research*, Sage, Thousand Oaks, 377-392.
- Anderson, CW.; Bell E. eta Shirky C. (2013): *Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present*, Columbia Journalism School, Tow Center for Digital Journalism, New York.
- APM, Asociación de la Prensa de Madrid. (2013): *Informe de la Profesión Periodística*, Interneten eskuragarri: <<http://www.apmadrid.es/noticias/generales/informe-de-la-profesion-periodistica-2013-11151-empleos-perdidos-y-284-medios-cerrados-desde-2008?Itemid=209>> [Kontsulta: 2014/09/29].
- Armentia, J. I. (2009): «Hedabide elektronikoak eta diskurtso berriak», in Tx. Ramirez de la Piscina (ed.), *Kazetari aditua unibertso digitalean*, Udako Euskal Unibertsitatea, Bilbo, 159-181.
- Arroyo, M. (2011): «Aproximación al perfil del periodista en la postmodernidad», *Razón y Palabra*, **76**. Interneten eskuragarri: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N76/varia/2a%20entrega/25_Arroyo_V76.pdf>.
- Ballesteros, C. (2012): «Los ojos de la historia (reciente)», in M. Ayestaran, *et al.*, *Queremos saber. Cómo y por qué la crisis del periodismo nos afecta a todos*, Debate, Bartzelona, 9-17.
- Campos Freire F. (2010): «Los nuevos modelos de gestión de las empresas mediáticas», *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, **13**, 13-30, Interneten eskuragarri: <<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP1010110013A/11317>> [Kontsulta: 2014/09/29].
- Casero-Ripollés, A. (2010): «Prensa en Internet: nuevos modelos de negocio en el escenario de la convergencia», *El profesional de la información*, **19 (6)**, 595-601, DOI: 10.3145/epi.2010.nov05.
- Curran, J. (2010): «The Future of Journalism», *Journalism Studies*, **11 (4)**, 464-476, DOI: 10.1080/14616701003722444.
- Curran, J. (2011): *Media and Democracy*, Routledge, Londres.
- Franklin, B. (2011): *The Future of Journalism*, Cardiff University, Cardiff.
- , (2012): «The Future of Journalism. Developments and Debates», *Journalism Studies*, **13 (5-6)**, 663-681, DOI: 10.1080/1461670X.2012.712301.
- Franklin, B. and Carlson, M. (2011): *Journalists, Sources, and Credibility: New Perspectives*, Routledge, New York.
- Gabilondo, I., (2011): *El fin de una época. Sobre el oficio de contar cosas*, Barril & Barril, Bartzelona.

- Holcomb, J. eta Mitchell, A. (2014): *The revenue picture for American journalism, and how it is changing*, Whashington, Pew Research Center, Interneten eskuragarri: <<http://www.journalism.org/2014/03/26/the-revenue-picture-for-american-journalism-and-how-it-is-changing/>> [Kontsulta: 2014/09/29].
- Jones, J. eta Salter L. (2012): *Digital Journalism*, Sage, Los Angeles.
- Kaye, J. eta Quinn S. (2010): *Funding journalism in the digital age*, Peter Lang, New York.
- Mahugo, S. M. (2010): «Reinventar el periodismo: medios necesariamente más participativos para una sociedad más democrática», *Razón y Palabra*, **73**, Interneten eskuragarri: <<http://www.razonypalabra.org.mx/N/N73/MonotematicoN73/13-M73Mahugo.pdf>> [Kontsulta: 2014/09/29].
- Martínez-Albertos, J. L. (1999): «El periodismo en el siglo XXI: más allá del rumor y por encima del caos», *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, **5**, 15-35.
- Mcchesney, R. eta Pickard V. (2011): *Will the Last Reporter Please Turn out the Lights: The Collapse of Journalism and What can be Done to Fix it*, New Press, New York.
- Pavlik, J. V. (2013): «Innovation and the Future of Journalism», *Digital Journalism*, **1 (2)**, 181-193, DOI: 10.1080/21670811.2012.756666.
- Pérez-Latre, F. J. eta Sánchez-Taberner, A. (2012): *Innovación en los medios. La ruta del cambio*, Eunsa, Iruñea.
- Ramonet, I. (2011): *La explosión del periodismo. De los medios de masas a la masa de medios*, Clave intelectual, Madril.
- Silverman, C. (2014): *Verification Handbook. A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage*, European Journalism Centre, Maastricht. Interneten eskuragarri: <<http://verificationhandbook.com/>>.
- Strömbäck, J. eta Karlsson. M. (2011): «Who's Got the Power?», *Journalism Practice*, **5 (6)**, 643-656, DOI: 10.1080/17512786.2011.592348.
- WAN-IFRA World Association of Newspapers and News Publishers (2013): *World Press Trends Report 2013*. Interneten eskuragarri: <<http://www.wan-ifra.org/reports/2013/08/16/world-press-trends-report-2013>> [Kontsulta: 2014/09/29].
- Willnat, L., Weaver, D. H. (2014): *The American Journalist in the Digital Age. Key Findings*, School of Journalism, Indiana University, Bloomington Indiana.
- Willnat, L.; Weaver, D. H. eta Choi J. (2013): «The Global Journalist in the Twenty-First Century. A Cross-National Study of Journalistic Competencies», *Journalism Practice*, **7 (2)**, 163-183, DOI: 10.1080/17512786.2012.753210.
- Wimmer, R. D. eta Dominick J. R. (1996): *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*, Bosch, Barcelona.
- Zabaleta I. et al. (2014): «Realidad y efectos de la doble crisis en los medios en lengua vasca, gallega y catalana», *Espacios de comunicación*, AE-ICren Kongresua, Bilbo.

