

INFORMAZIO BURUJABETZA



LARRUN #243

HEDABIDEEN KUDEAKETA-EREDU NEOLIBERALAREN AURKAKO PROZESUA

EGILEA | **LANDER ARBELAITZ MITXELENA**
AZALA | **JOSEBA LARRATXE JOSEVISKY**

Hedabide hegemonikoak botere faktiko bilakatu dira. “Informazioa boterea da” ideia zaharra ongi ulertu zuten aspaldi komunikazioaren sektoreko administrazio kontseiluetan sartu ziren banku eta multinazionalak. Ez da txantxetako kontua, transbertsala da informazioa, bizitzarako ezinbesteko elementua. Munduko edozein pertsonak, edozein erabaki, daukan informazioaren arabera hartzen du beti.

Eta, zehazki, nork mugitzen du herritarrei iristen zaien informazioaren parterik handiena? Zer rol jokatzten dute hedabide hegemonikoek egun? Gizartearen eraldaketan zer funtzio bete dezake kazetaritza independenteak? Indar harremanak oso desorekatuak diren arren, lau garren boterea deitzen zaion sektore honetan

merkatu logikatik kanpo lanean geroz eta hedabide independente gehiago ari da.

Azken aldian *burujabetzak* –pluralean– kontzeptu politiko gisa indar hartzen ari da hainbat sektoretan: elikadura burujabetza, energia burujabetza, teknologia burujabetza, etxebizitza burujabetza, finantza burujabetza, kultura burujabetza, osasun burujabetza... *Soberanias, una propuesta contra el capitalismo* liburua gaia lantzeko oso erreferentzia ona da. Eguneroko bizitzan, komunitateetan, aipatutako esparru bakoitzean sakonduko duten proiektuei esker, burujabetza politikoa pixkanaka eta kolektiboki eraikitzea proposatzen dute. Eskema horietan, beraz, informazio burujabetzaz hitz egingo dugu, egungo panorama mediatikoaren eraldaketa prozesu gisa ulertuta.

LARRUN HILABETEKARI MONOGRAFIKOA · ARGIAren 2.650 zenbakiarekin banatua.

JABEA: KOMUNIKAZIO BIZIAGOA S.A.L. **HELBIDEA:** ZIRKUITU IBILBIDEA, 15. PABILOIA 20160 LASARTE-ORIA **TELEFONOA:** (00 34) 943 37 15 45
POSTA ELEKTRONIKOA: LARRUN@ARGIA.EUS **INPRIMATEGIA:** ANTZA KOMUNIKAZIO GRAFIKOA **DISEINUA:** MAITANE GARTZIANDIA

2019ko ekainaren 30a



Zerbait berriaren hasiera ote da hau?”, galdetu du batek baino gehiagok. Donostiako Boulevardean 3.000 bat lagun batu dira. Espainiako Auzitegi Nazionalak espetxeratzeko agindu duen zortzi gazte babestera joanak dira. 2013ko apirilaren 18ko ilunabarra da; nekea, urduritasuna eta poza sumatzen dira. Baionan Aurore Martinen atxiloketa saihestu zuen herri harresitik bi urtera, Gipuzkoako hiriburuan bola geroz eta handiagoa da. Hurrengo goizaldean iritsiko dira ehunka ertzain elkartasuna desalojatu eta konpromisoa kolpatzera. Oraindik, kontua nola amaituko den ez daki inork ordea, horregatik arreta gune garrantzitsua bilakatu da Askegunea bataiatu duten plaza.

Protesta honek plaza hartu zuetik, boteretik gertu dauden medioen isiltasuna nabarmena izan da. Astebeteren buruan, sare sozialak sutan eta nazioarteko hedabideak gaiak informatzen ari dira bitartean –Katalunia, Italia, Alemania, Espainiako Estatua, Frantziako Estatua, Grezia, Irlanda eta Errusiako hedabideak–, Euskal Herriko hegemonikoak relebantziarik aitortu gabe jarraitzen dute, amaitzen den arte behintzat. Oraindik sarean aurki daitezke zentsura salatuz jendeak idatzitako mezuak, baita Aritz Galarragak *Berria*-n idatzitako zutabea ere. “Azken egunotako albistegiak antologikoak izaten ari dira, ondo grabatu eta etorkizunean eskola-unibertsitateetan kazetaritza zer ez den

erakusteko modukoak. Eskandaluzkoa da Donostiakoa bezalako gertakari bati ETBko albistegiek egin dioten jarraipena. Hobe esan, jarraipen eza”, zioen erabaki politikoak salatzearekin batera.

Datu, argumentu, gai, albiste, gertakari edo informazio jakin bati buruz jendea ezjakintasunean edo oharkabean mantenezteko ekin-tza edo teknika da desinformazioa –Wikipediako definizioaren arabera–. Teknika honen helburu nagusia, desinformatzailearen aldeko edo mesedekoa ez den informazioa ixilaraztea da. Kontrola eta manipulazioa da maila batetik gorako agintariak eskura duten botere formarik indartsuenetakoa da, eta praktika hau hego-haizea baino zaharragoa da.



NOREN ZERBITZURA DAUDE HEDABIDEAK?

Zer gertatzen da garrantzi maila ertain edo altuko informazioak ez direnean botere faktikoen gustukoak? Iristen al dira herritarrengana? Zer eta nola iristen da? Zergatik daukate askoz ere presentzia handiagoa hedabideetan gizarteko sektore batzuek –jo dezagun, patronalak–, beste herritar talde batzuekin konparatuz gero? Nolako trataera dute informazio horiek? Norenak dira hedabide hegemonikoak, eta batez ere, zeinen interesak defendatzen dituzte, herritarrenak ala gutxiengo elite batzuenak?

“Beti pentsatu dut kazetaritzak etikoa baina gogorra izan behar duela –dio Wikileaks-eko zuzendari Kristinn Hrafnsson islandiarrak, Pello

Zubiriak bere hitzak aipatuz ARGIA-n argitaratu zuen *Kazetari erradikala*



**SANTANDER BANKUAK
ESPAINIAKO
ESTATUKO EGUNKARI
HEGEMONIKOEN
AZALEAN BERE IRAGARKIA
JARRIARAZI ZUEN, BOTERE
ERAKUSTALDI GISA ULERTU
BEHAR DEN ERABAKIAN**

zara edo ez zara kazetaria erreportajearen jaso zuenez-. Gure gazte den-

borako idealak ziurrenik gaur erradikalizat joko lituzkete. Orduan ez zen aipatzen kazetaritzak nolabait neutroa izan behar duenik. Ideal batzuekin konprometitu beharra daukazu ofizio honen ohorea merezitzeko”.

Islandiako kasuaz mintzo, “finantzei buruzko gai guztiak alor horretako kazetari espezialisten esku” utzi zituztela dio, eta hauek sarritan bankariekin eta eliteko adituekin elkar hartuta daudela. “Huts egin dugu. Ez diegu kasurik egin alarma zeinuei, kazetari garenez bagenuen zer aztertu gure lanaz”, dio Hrafnssonek.

Internet bidez ikus daitekeen Fort Apache saioan, *Nork kontrolatzen ditu albiste agentziak* eztabaidan emandako datuak dira hurrengoak: Espainiako Estatuan RTVE, Mediaset eta Atresmedia komuni-

kazio taldeek estatuko ikus-entzuzko merkatuaren %90 inguruko kuota eskuratzen dute, eta audientziak ikusten duenaren hiru laurden kontrolatzen dute egunero. Irratien kasuan, SER, Cope eta Onda Cero-k erabakitzen dute estatu mailan audientziaren %80k zer entzungo duen, eta merkatuaren %90etik gora kontrolatzen dute. Nahiz eta hedabideen kontzentrazioari eta independentziari dagokion azterketetan Espainiako Estatuak izan notarik txarrenetakoa, arazoa mundu mailakoa da. Europar Batasuna osatzen duten estatuen bi herenetan, lau komunikazio talderen esku dago herrialdeko hedabideen jabetzaren %80. Gainera, hedabideek argitaratzen duten albisteen parte handi bat berri agentziek ekoitzia da. Honi gehitu hedabide eta herritar gehienek sare sozial zentralizatuak erabiltzen dituztela informatzeko eta hauek multinazional pribatu batzuenak direla. Inoiz ez zen hain handia izan hainbeste herritarren informazioa baldintzatzeko boterea, eta aldi berean, sekula ez zen hain esku gutxitan egon. Eta horrek ondorioak ditu.

Manipulazio mediatikoak bonba atomikoak baino min handiagoa egiten duela dio Noam Chomskyk, “garunak suntsitzen baititu”. Hizkuntzalari eta pentsalari estatubatuarrak dioenez, “hedabide masiboen helburua ez da gertatzen denari buruz informatzea, baizik eta, botere korporatiboak duen agendaren arabera iritzi publikoari forma ematea”.

Azken batean, zer den albiste eta zer ez erabakitzea botere handia da eta batez ere, bi eragilek daukate: nazioarteko berri agentziek eta hedabideek.

MUNDUA AGENTZIEN ERRITMORA DANTZAN

Informazioaren transnazionalak dira. Egundero mundu osoan zabalitzen diren albiste gehienak hiru be-

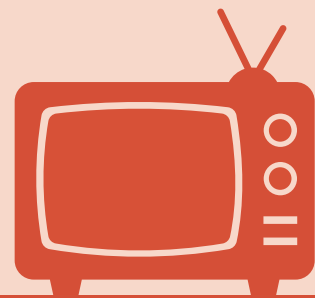
rri agentziak sortzen dituzte: nagusia AEBetako Associated Press da. 3.200 kazetari ditu mundu osoan banatuta. Bateko eta besteko 1.300 hedabide inguruk argitaratzen dituzte beren edukiak. Bigarrena Agence France-Press (AFP) da eta iaz 2.400 kazetari zeuzkan nominan. Egundero 3.000 albiste, 2.500 argazki eta 200 telebista albiste bidaltzen dizkiete mundu osoko hedabideei. Reuters sortzez ingelesa da hirugarrena, 2.500 kazetari eta 600 fotokazetaritik gora ditu. 2008an munduko 25 pertsona aberatsenetako batek erosi zuen. Munduan eragiteko makinak dira, eta azken honek adibidez, ondorengo hizkuntzetan informatzen du: ingelesez, frantsesez, alemanez, italieraz, gaztelaniaz, portugesez, errusieraz, urduz, arabieraz, japonieraz, koreeraz eta txineraz. Kazetariak dauden herrialdeetako eguneko albiste garrantzitsuenak jorratzen dituzte gehienetan, eta esklusibak salbu, herrialde horretako hedabideen agendaren arabera egiten dute lan. Adibidez, gaur egun, Euskal Herriko gai politikoei buruzko albisteak Madrilen edo Parisen idatzi ohi dituzte atzerrikoak diren berriemaileek, artikuluen hasieran adierazten dutenez.

1850.eko bueltan, kapitalismoaren zabalkunde garaian, kolonialismoaren aparretan zabaldu ziren mundura berri agentziak. Komunikazioaren esparruan aplikatutako teknologiaren aurrerapenak, telefonoaren edo sateliteen sorrerak adibidez, informazioaren zirkulazioa azkartu zuen. Interes kolonialak zituzten estatuak izan ziren lehenak, beren artean eragin eremuak banatu eta errespetatzea adostuz. Gerora estatu gehienek berenak sortu dituzte. Funtsean, agentziotan milaka kazetari on eta serio lanean ari badira ere, ukaezina da guztiak direla herrialde horien kultura eta baloreen transmisiorako tresna. Horrez gain, badira balore

askatzaileetatik lan egiten duten bestelako agentziak ere, Hegoamerikako aktualitatea jorratzen duen Prensa Latina kubatarra, Afrikako eta Asiako albisteak gertatzen diren kontinenteetako ikuspegiaren arabera zabaltzen saiatzen direnak, edo Inter Press Service (IPS) kasu. Azken honen leloa ondorengoa da: “aldaketa globalerako kazetaritza eta komunikazioa”.

Euskal Herriari dagokionez, Ipar Euskal Herrian gertatzen diren eta nazioarteko proiektioa izan dezaketan albisteen berri-jo dezagun, laster, G7a Biarritzen- aipatu dugun

Ba al zenekien?



Euskal Herrian batez beste 2,5 telebista ordu ikusten ditu herritar bakoitzak egunean. Araba, Bizkaia eta Gipuzkoan 2,5; Nafarroan 2,4, eta Lapurdi, Behe Nafarroa eta Zuberoan 3,8.

NORK FINANTZATZEN DITU EGUNKARI HAUEK?



ITURRIA: Café Amb Llet. *La prensa está en manos de los bancos.*

AFPk ziur jorratuko duela. Hego Euskal Herriko gertaera nagusiak EFE espainiarrak jorratu ohi ditu. Agentzia Burgosen sortu zuten 1939an. Fundatzailea Ramón Serrano Suñez izan zen, Francisco Franco diktadorearen koinata eta erregimeneko barne ministroa. Historiarako argazki batean, Hitlerri eskua ematen azaltzen da. 2011n 1.300 langile baino gehiago zituen eta publikoa den azken datuaren arabera, 5 milioi euroko zuloa egin zuen. Gerora, kazetariak kaleratzeak eta baldintza prekarioak salatu izan dituzte bateko eta besteko delegazioetan. Akziodun nagusia Espainiako Estatua da, baina Santander eta Caixa bankuek ere, besteren artean, jabetzaren parte bat dute.

Egun *La Marea* eta *The New York Times*-en kolaboratzaile den José Bautistak honela kontatu zuen aurrez aipatu dugun Fort Apacheko eztabaida saioan EFEn bekadun gisa ikusitakoa. “Eguneko albiste nagusia idazten nuen Brasildik. Albiste hori kontinente mailako mahaira joaten zen Kolonbiara, handik Ma-

drilgo egoitza nagusira, eta nik albistea bidali eta hamar minutura titulua Googlen bilatu eta mundu osoko 20-30 hedabidetan argitaratuta aurkitzen nuen nik idatzitakoa, albistea bere horretan hitzez hitz sartuta. Hori boterea da”.

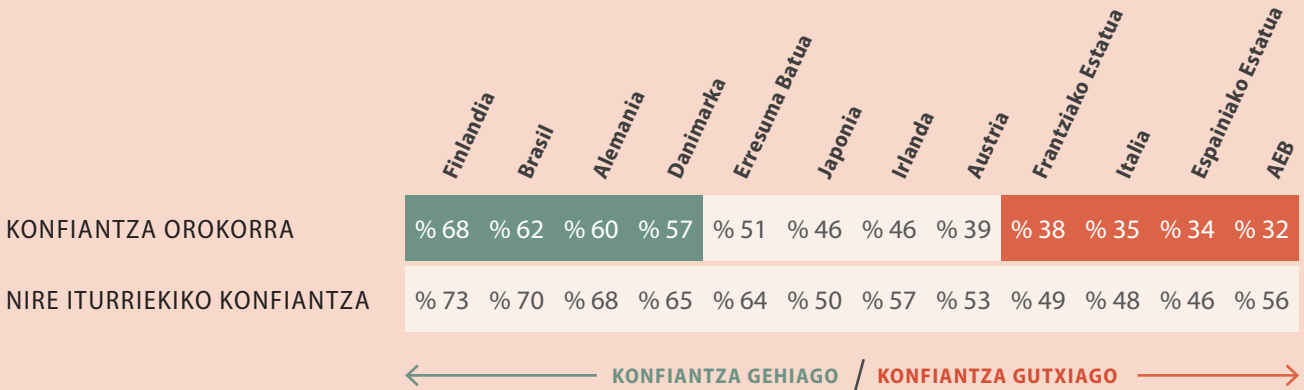
HEDABIDEEK DAUKATE AZKEN HITZA

Komunikabideek bestelako boterea dute: egunero herritarrei aurkeztea munduan gertatzen ari denaren lagin bat. Horretarako, egunero milaka albisteren artean hautaketa egiten da eta garrantziaren arabera erabaki, eskainiko zaion posizioa eta espazioa. Tradizioa pixkana aldatzen ari bada ere, hedabideak normalean oso egitura hierarkikoak dira, eta botere postu nagusiak gizonek betetzen dituzte. Ez dira gutxi ofizioaren prekarizazioa salatzen duten ahotsak, hedabide publikoen erabilera alderdikoia, edo prentsa eta adierazpen askatasunen aurkako legeek dakartzaten eskubide urraketak.

Informazio eskubidearen kaltean, munduan jaun eta jabe diren

hedabide asko negozio bilakatuak dira. Inpaktu handiena duen telebista piztu besterik ez dago ikusteko aisialdia eskainiz diru irabaziak egin eta balore hegemonikoak transmititzeko makina erraldoien nagusitasuna. Inguruko egunkari hegemonikoei begiratzuz gero, mundu osoan errepikatzen den joera identifika daiteke: urtero dirutza galdu arren, akziodun handiei eta diru publikoari esker, kalean jarraitzen duten hedabideak, iritzi publikoan eragiteko tresna eraginkorrak. “Hedabide hegemonikoak bankuek kontrolatzen dituzte, hiru tekla erabakiorrak eskura dituzten bakarrak baitira: akzionistak dira, diru kredituak negoziatzen dituzte eta publizitatea jartzen dute”. Pere Rusiñol kazetariak ondorengoa galdetu du *Papel mojado* liburuaren sarreran: “Inork uste al du bankaren jabetza diren hedabideek independentziaz informa dezaketela etxe kaleratzeei, pentsioei, preferenteei edo bankaren erreskateari buruz?”. Horrez gain, lotsarik gabe boterearen alde desinformatzen duten sasi-hedabi-

HEDABIDEKIKO KONFIANTZA



deek –eta informazio hauei leku egiten dietenen– praktikak ofizioaren lotsa dira. Ez dute kazetaritzaren kode deontologikoa errespetatzen. Honela dio lehen puntuak berak: Egiari eta publikoak egiazko informazioa jasotzeko duen eskubideari errespetua izatea da kazetari ororen lehen zeregina.

Norabide honetan, Oxford Institutuak Espainiako Estaturian egindako inkesta baten arabera, galdezkatutakoen %25ek esan zuen albisteez “paso” egiten duela, “albiste negatiboak” direlako edo ez dituztelako hedabideak sinesten.

Esan beharrik ez dago, hedabide hegemonikoek aipatzen ari garen rol politiko-kultural hori bete arren, badaudela aktualitatearen kontaketa propioa egiten duten proiektuak ere. Iraganean, aurretik ere izan ziren hedabideen panoramaz kezkatu eta hedabide horizontalak sortu zituzten herritarrak. Egun, hedabide asko eta aniztasun gutxiko panorama honetan, badira beren agendari eutsi eta kontakizun hegemonikoa nolabaitz pitzatzen duten informazioak zabaltzen dituzten hedabi-

deak ere. Eldiario.es agerkari digitaletako zuzendari Ignacio Escolarrek dioen bezala, pluraltasuna badago, herritar bakoitzak aurki dezake bere iritzia politikoa nolabait ordezkatzeko duen hedabideren bat. Arzoa da komunikabideen joko-zelaia ez dela ekitatiboa edo berdinzalea: instituzioek hedabide pribatu zehatzetxei ematen diete diru publikoaren parterik handiena, gainera, datuek erakusten dutenez, dirua banatzeko irizpide gardenik gabe. Adibide bat jartzearen, 2017an Cadena 100 irratiak 95.000 entzule izan zituen EAEn CIESen arabera, eta 24.000 euro jaso zituen. Iturri beraren arabera, Noticias taldeko Onda Vasca 35.000 lagunek entzuten zuten, baina honi 200.000 euro publiko eman zizkioten. Internetek, ordea, egia nagusia kontatzeko hedabide bartzuen pribilegioa pitzatu eta gertara bati buruzko erreferentzia anitzak izatea erraztu du, hedabideen bitartekaritza gabe informatzeko bideak emanez herritarrei.

Hori ere erabakiorra izan da hedabide hegemonikoen sinesgarritasun krisi sakona ulertzeko –nahiz

eta batzuek “kazetaritzaren krisia” bataiatzen saiatu-. Panoramaren argazki orokorra egitea ezinezko denez, esan dezakegu, herrigintza eta balore eraldatzaileak ardatz, boterearekin kritiko diren hedabide berrien sorrera gertatzen ari dela pixkana, horietako asko digitalak.

Frantziako Estaturian gauza jakina da herrialdeko hedabide nagusietan bertako fortuna handienak sartuta daudela. *Basta* aldizkariak ondorengo izenburuarekin laburtu zuen erreportajea: *Frantziako prentsaren jabe diren hamar multimilioidunen eldarniozko boterea*. Julia Cagé ekonomialariak argitaratu duen *Sauver les médias* liburuan Hexagonoko hedabideen datu gordinak ematen ditu: 2012an *France-Soir* eta *La Tribune* egunkariak itxi zituzten. 2014an *Libération* konkurtso-administratzaile egoeratik justuan salbatu zen, eta 2015ean langileen herena kalerratu zuten. *Le Figaro*-k “borondatezko bajak” biderkatu ditu eta *Sud Ouest*-ek ere lantaldea txikitu du. Mundu osoan gertatzen ari den fenomenoaren lagin bat da.

POLITIKARIEN ESKU LUZEA

Egungo hedabideen ekosistema ez da zerutik eroria, boterea politikoak bere hariak mugitzen ditu. Urteetako lege eta finantzazio publikoek ondorio zuzenak dituzte. Adibide bat jartzearren, EAEko instituzioek euskarara hedabideetan sustatzeko diru-laguntzak ematen dituzte (2017an 4.875.000 euro), baina aldi berean, publizitate instituzionalaren bidez, gaztelaniazko hedabideei diru gehiago ematen die (2017an 5.749.974 euro). Horri gehitu behar zaio, gaztelaniaz izan arren, euskaraz albiste batzuk argitaratzearen truke, sarean euskarara sustatzeko poltsatik hauek jasotzen dutela dirurik gehiena. Galizian PPko agintariak gauza bera egiten dute, duela urte askotik: Galegoa sarean sustatzeko diru-partidatik parte handiena gaztelaniaz diren hedabideei eman, albiste batzuk itzultzearen truke.

Ia milioi bat, 963.957 euro eman zizkion Eusko Jaurlaritzak *El Diario Vasco*-ri 2017an, eta Gipuzkoako Aldundiak beste 399.000. Horri gehitu Donostiako Udaletik hasi eta udaletxez udaletxe jarritako iragarkiak, Espainiako Gobernuako ministerioetatik jasotakoa, edo Euskotren edo Reala gisako erakundeek emandakoa. Urtero hainbat milioi euro publiko, zeini eta bankuen jabetzakoa den informazioaren erraldoiari. Iberdrolari diru laguntzak ematea bezala. Gauza bera Bizkaian eta Araban *El Correo*-rekin, Ipar Euskal Herrian *Sud Ouest*-ekin. Mundu osoan errepikatzen den joera da, hedabide hegemonikoak, besteren artean, jasotzen duten dirutza publikoari esker nagusitzen dira produktuan.

Publizitate instituzionalaren banaketa ez dela irizpide gardenekin egiten salatzen duten ahotsak gero eta gehiago dira. Diru partida hau herritarren informazio eskubidearen alde erabiliko balitz guztien artean modu ekitatiboan banatuz, bezerokeria arriskuetatik ihes egingo lukete alde

biek eta baliabide gutxiagorekin ari diren proiektu komunikatiboak nabarmen indartuko lirakeke. Hala ere, agertoki hori aldaketa erradikala da, dagoeneko zenbaki gorritan dauden hedabide pribilegiatuek urtero ehunka mila euro jasotzeari utziko bailio-kete. Horratz egoera alda dezakeen indar politikoren bat instituzioetan agintzera iristen denean hedabide hauek hartzen duten kontrabotere jarrera ulertzeko beste gako bat.

Horrez gain, gobernuak telebistaren eta irratiaren frekuentzia eta baimenak banatzen dituzte. Iruñeko Euskalerrria irratia historia paradigmatikoa da zentzu honetan, Bilbo Hiria irratia bihurtzen ari den bezala. Bi irratia lizentziarik gabe lan egitera kondenatuak egon dira urte luzez -Euskalerrria irratia aurreko lege-gintzaldian lortu zuen aldaketaren gobernuarekin-, lurralde horretako herritarrei Madrildik ekotzitako -gaztelaniazko- irratia kateek pisu handia dutelako uhinetan.

Azkenik, ez da gutxietsi behar eskuinaren praktika pribatizatzailea. Mexikon, 1992an herrialdeko telebista publikoa saldu zuten, eta Argentinan Mauricio Macri horretan ari dela salatzen ari dira langileak. Brasilen Jaír Bolsonaro bere egitasmoen artean sartu du multinazionalen esku uztea estatuaren jabetza diren 147 enpresa, tartean telebista publikoa, estatuari eragiten dion gastua aitzakia hartuta. Espainiako

Estatuan onartua dago telebista autonomikoak pribatizatze dion legea, eta Murtzian jada egin zuten.

INFORMAZIO BURUJABETZA HELBURU

“Kazetaritza orok bilatzen du independentearen etiketa. Hala ere, botereguneekin eta beren publizitatearekin izan beharreko harremanak ongi definitu behar dira, baita alderdi politikoekikoak ere; kazetaritzaren independentzia apurtzeko botereak erabiltzen dituen formulekin adi ibili behar da. Garrantzitsua da internetek irekitako aro berri honetarako”, dio *El Salto*-ko Pablo Elorduy kazetariak”.

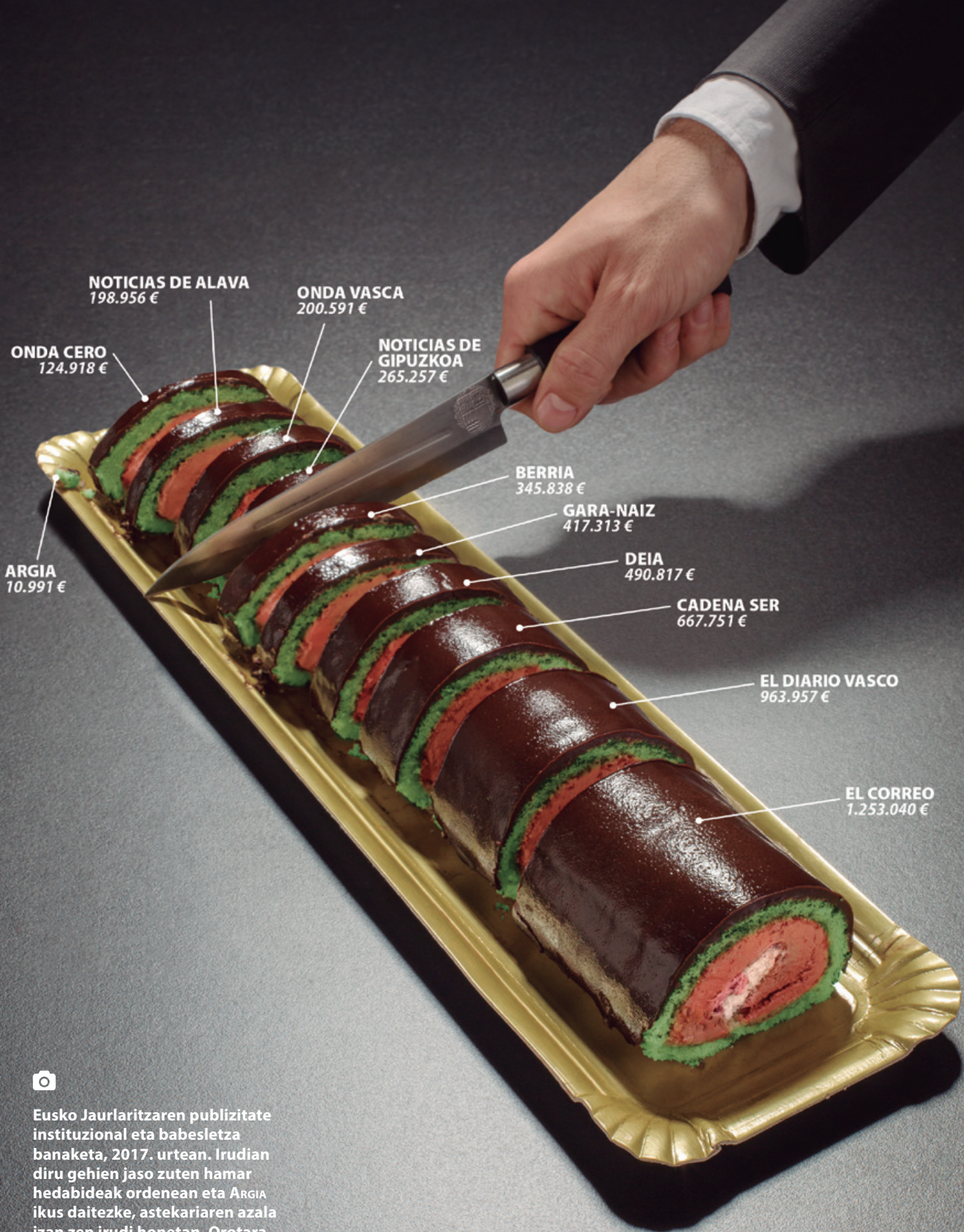
Bere hitzetan, hedabide independenteek “zirikatzaile” rolari utzi eta beste prozesu batzuei bultzada informatibo emateko funtzioa dute. “Adibidez, aberastasunaren birbanaketa helburu duten oinarritzko prozesuak;

abian diren azpiegitura ustel handien salaketa; eta herritarrei bestelako mundu, gizarte eta auzo posibleak erakustea. Erabat politikoa da rola”.

Lan horretarako, paretan irekitako leiho erraldoia da internet. Informazioaren oligopolioen dependentziari iskin egin eta mundu osoko

informazio iturrietara zuzenean heltzeko aukera izatea pentsaezina izan da orain gutxi arte. Sareak, dena den, negozio erdua hankaz gora jarri du, eta publizitate pribatuaren gainbeherak oso ukituta utzi ditu hedabide asko eta asko. Horri gehitu komunika-





Eusko Jaurlaritzaren publizitate instituzional eta babesletza banaketa, 2017. urtean. Irudian diru gehien jaso zuten hamar hedabideak ordenean eta ARGIA ikus daitezke, astekariaren azala izan zen irudi honetan. Orotara zortzi milioi euro banatu zituzten.

bide hegemonikoekiko zabaltzen ari den mesfidantza, edo informazioak sortzeko eta kazetarien independen-
tzia mantentzeko beharrezko inber-
tsioen errentagarritasuna zail da-
goela. Ekaitzaren erdian daude egun
informazioaren ekosisteman pisu
handia duten hedabideetako asko.

“Xehetasun garrantzitsu bat: ez
da krisi berria. Ez da interneten edo
2008ko krisiaren ondorioa. Ahazte-
ko joera dugu, baina teknologiaren
berrikuntza bakoitzarekin, prentsa
idatziak lehenik, eta lehiakide dituen
beste komunikabideek gerora, beti
protestatu, alerta jo eta heriotza ziu-
rra iragarri izan dute. Hala ere, egia

da azken urteetan krisia erradikalki
azkartu dela. Hedabide tradizionalak
mehatxupearan daude, desesperatu-
ta. Informazioa jaso, transmititu eta
biderkatu egiten da, baina informa-
zio hori ordaindu gabe errepikatzen
da. Beren herio banketea, hedabi-
deak balantzaka, zerraldo erortzen
ari dira”. Julia Cagé ekonomilariaren
analisi zorrotza da.

Hedabide hegemoniko horien
gainbehera oso irmoa da datutan.
Adibide gisa hartuz Gipuzkoako Vo-
centoren El *Diario Vasco* egunkaria,
paperean 2004an 94.000 ale saltze-
tik, 2017an 48.949 saltzera igaro da,
ia erdia galduz. Ez dute joera geraraz-

tea lortu, OJD agentziak eman dituen
datuetan ikus daitekeenez.

*La prensa ha muerto, ¡viva la
prensa!* liburuan Pascual Serrano
kazetari beteranoak ondorengoa
dio: “Prentsa ez dago krisian, bai-
zik eta kazetaritza egiteko zenbait
forma. Horren froga dira hedabide
kooperatiboak, egungo atzeraldia
proposamenekin eta indar berritue-
kin gainditzen ari direnak”.

Serranok aipatzen dituen hedabi-
deen adibide gisa ARGIA jartzea atre-
bentzia handia ez bada, aipatzekoa
da mendeurrena ospatzen ari dela
ehunka kide berri proiektua babeste-
ra sartzen ari diren garaietan. Euskal

NORENAK DIRA FRANTZIAKO HEDABIDEAK?



BERNARD ARNAULT

FRANTZIAKO 2. ABERATSENA

HEDABIDEAK: LE PARISIEN, LES ECHOS,
AUJOURD'HUI EN FRANCE,
INVESTIR, RADIO CLASSIQUE.



DASSAULT SENDIA

FRANTZIAKO 5. ABERATSENA

HEDABIDEAK:
LE FIGARO, LE PARTICULIER.



FRANÇOIS PINAULT

FRANTZIAKO 7. ABERATSENA

HEDABIDEAK:
LE POINT, L'AGEFI.



PATRICK DRAHI

FRANTZIAKO 9. ABERATSENA

HEDABIDEAK: LIBÉRATION, L'EXPRESS, L'EXPANSION
LIRE. ETA %49AREKIN: BFM-TV, BFM BUSINESS, RMC.



VICENT BOLLORÉ

FRANTZIAKO 10. ABERATSENA

HEDABIDEAK:
CANAL+, CNEWS, C8, CSTAR.



MARTIN BOUYGUES

FRANTZIAKO 30. ABERATSENA

HEDABIDEAK:
TF1, LCI, TMC, NT1, HD1.



XAVIER NIEL

FRANTZIAKO 11. ABERATSENA

HEDABIDEAK: LE MONDE, LE MONDE DES
RELIGIONS, TÉLÉRAMA, PRIER, L'OBS, COURRIER
INTERNATIONAL, HUFFINGTON POST, LA VIE.



MARIE-ODILE AMAURY

FRANTZIAKO 230. ABERATSENA

HEDABIDEAK:
L'EQUIPE, FRANCE FOOTBALL,
VÉLO MAGAZINE.



ARNAUD LAGARDÈRE

FRANTZIAKO 305. ABERATSENA

HEDABIDEAK:
EUROPE1, PARIS MATCH,
LE JDD, RFM, VIRGIN RADIO, GULLI, ELLE.

Herrian argitalpen dekanoa da, men-dea betetzera bizirik iritsi den bakarra euskara hutsezko kazetagaritza-ren historian. Elixabete Garmendiak *Argiaren mendeurrena* artikuluan oroitu bezala, soilik bi hedabidek hartzen diote aurre: 1903an sortu zuten Diario de Navarrak eta gerora El Correo Español bilakatuko zen El Pueblo Vasco. Beste guztiak ibilbide laburragoa dute. Munduan bakana den harpidetza eredu jarri zuen lantaldeak indarrean 2016an, herritar ororen informatzeko eskubidea aldarrikatzeaz gain, posible egiteko asmoz sortua. Egoera ekonomikoa inorentzat oztopo izan ez dadin. Dena salgai jarri duten garaiotan, informazioa ez dezaten pribilegio bihurtu. Horregatik edonork ARGIAren alde ahal duen eta egoki ikusten duen diru ekarpena egin dezake, eta bueltan nahi duena jaso: astekaria astero, bi astean behin, hilero, internetez jarraitu eta paperean ez hartu... Elkartasuna ardatz hartuta, komunitateak elkar eusten du hemen. Proiektuaren independentzia bermatzeaz gain, ordaindu ezin dutenentzat ere informazio eskubidea bermatzen lagundu nahi duen planteamentua da.

Eta zein izan daitezke informazio burujabetzara bidean kazetaritza independentea egiteko oinarri eraldatzaileak? Kazetaritza lan zintzoa egiten saiatzea, herritarren informazio eskubidea bestelako interesei lehenestea, agenda propioa lantzea, proiektua eusten duen komunitatearekiko hartu-emanaren erdigunean jartzea, barne antolaketa horizontalak eta feministak bilatzea, elkartasuna gisako baloreak sustatzea, multinazionalerako dependentzia txikitzeko teknologia burujabetza jorratzea, hedabidearen arrasto ekologikoa murrizteko neurriak hartzea, ekonomia sozial eraldatzailea bultzatzea, hedabide independenteen arteko sarea elikatzea, kultura libre sustatzea, eta azken batean, beste burujabetza prozesu guztien oinarri gisa uler-

tzea informazio burujabetza. Beraz, boterearen fiskalizazioa egiteaz gain, bizitza beste modu batean egiteko sortzen ari diren ekimen eta alternatiben berri herritarrei ematea. Eta guzti hori hizkuntza zapaldu batean egiteak, administrazioa ofizialarentzat ikusezina den mapa kultural bat elikatzea da.

Ondorengo orrietan langileak jabe edo kooperatiba gisa eratu-tako hainbat hedabidek panorama nola ikusten duten topatuko du irakurleak.

Nola laburtuko genuke beraz zer den informazio burujabetza? *Soberanía, una propuesta contra el Capitalismo* liburuan elikadura

burujabetzaz egiten duten definizioa komunikazioaren esparrura ekarrita: hedabideen kudeaketa-eredu neoliberalaren aurkako borroka prozesua da informazio burujabetza.

Gizartearen eraldaketa prozesu zabalago baten barnean kokatua, ezinezkoa da informazio eredu aldatzeko saiatzea, adibidez, kultur eredu zalantzan jarri gabe. Informazio askatasun unibertsalaren alde, manipulazioaren eta desinformazioaren kontra, botere kontzentrazioa pluralismotik eta aukera berdintasunetik lehiatzen da. Bide oso bat dago, inori baimenik eskatu gabe, herritarren burujabetzaren alde egiteko. ●



Eraldaketarako kazetaritza independentea

Herri hedabide batek, ez du *de facto*, eraldaketa bultzatzen. Eraldaketa soziala ipar hartuta, bidea bera egitea helburu duten proiektuak ez dira gutxi. Hala ere, eraldaketa hain termino lausoa izaki, analisi politikoa zehaztasunez egitea komeni da: jorratzen den edukiaz gain, hedabideen harreman sozial zehatzak aztertu behar dira, informazioa ekoiztea ahalbidetzen duen prozesu ekonomikoari eta barne antolaketa egiturei begiratu.

Larrun honek ez du balio unibertsalik mahai gainean jartzeko bokaziorik, ezinezkoa da hori. Agerikoa da ez dagoe-la kazetaritza independentea egiteko modu bakarra. Komunitate eta proiektu bakoitzak bere bidea egiten du. Hala ere, badira garrantzia duten faktoreak, eta hauek identifikatzen laguntzeko ondorengo hedabideei laguntza eskatu diegu: *Aiaraldea*, *Pikara Magazine*, *La Directa* eta *El Salto*. Hedabideotan langileak dira jabe edo kooperatiba gisa antolatuta daude eta eraldaketa sozialaren aldeko hedabide gisa aurkezten dira.

Directa

Herrialde Katalanak, 2006

JABETZA: Kooperatiba formula dabilite egitura juridiko gisa, beren baloreetara gehien hurbiltzen delako. Hedabidearen jabeak berau egin eta kontsumitzen dutenak dira. *Kontsumo kooperatiba* bat dira, hau da, asanbladetan botoen %51 harpidedunenak dira. Hedabide handietako akzionista edo jabeek sortzen dituzten botere harremanen kontrakoa praktikatzan dute, "persona bat, boto bat" filosofiarekin jabetza kolektiboa sustatuz.

ANTOLAKETA: Tradizio asanblearriotik datoz, ez dute ez nagusi ez sekzio bururik. Horizontaltasunetik lan egiten saiatzen diren koordinatzaileen figurak erabiltzen dituzte, sekzio eta espazioak dinamizatzeke. Hiru asanblada nagusi dituzte: asterokoa edukiez, hilerokoa antolaketaz eta urtean hiru aldiz kooperatibaren Asanblada Orokorrek, epe ertain-luzerako estrategiaz.

EDUKIA: Agenda propioa mantentzen saiatzen dira. "Hedabide tradizionaletan ahotsik ez dutenei ahotsa ematea" dute beren funtzio nagusietako bat. Beren hitzetan, botere politikoak eta ekonomikoak eragin handia dute hedabideen agendetan, batzuetan zer den publikagarria eta zer ez zehaztuz. Kazetaritza behetik egiten dutela aldarrikatzen dute, zorroztasuna, datuen kontrastea



eta lan periodistiko zintzoa eginez.

PUBLIZITATEA: Hedabideek ez diote koskarik egiten jaten ematen dien eskuari. Zaila da hedabide batek zalantzan jartzea iragarle handi baten praktikak, oso garrantzizkoak zaizkion baliabideak ematen baititu. Ekonomia kooperatiboa eta ekimen sozialak dira iragarle nagusiak.

FINANTZAKETA: Diru sarreren %75 harpidetzen bidez lortzen dute. Estatutuetan jasota dute publizitatearen sarrerak ezin duela %15 gaintitu –egun %7 da–. Hedabide honetan ezin da edonor iragarri, era kolektiboan adostu dituzten kriterio etikoak bete behar dituzte iragarleek. Horrek dakar harpidetzen garrantzia ongi azaldu beharra.

ZABALKUNDEA: Nahiz eta zarata handia izan, sare sozialekin kazetaritza kontra-hegemonikoak jende askorengana heltzeko aukera du. Dena den, adi ibili behar da sare sozialak esku gutxitan daudelako. Aldizkariaren banaketarako bolondresen sistema propioa antolatuta daukate.

Pikara

Espainiako Estatu, 2010

JABETZA: Irakurleak hedabidearen jabe izatea baino, kontsumo taldeen eredia gustatzen zaie: kontsumitzailer taldeak agroekologian ari den produktore bati produktuengatik eta lanagatik ordaintzen dio, baina ez da horregatik bere lurraren edo enpresaren jabe. "Pikararen laguna" figura darabilte, urteko donazioa egitera konprometitzen diren irakurle taldea.

ANTOLAKETA: Hasieran egitura hierarkiko tradizionala ezarri bazuten ere, aldatzea erabaki zuten. Proiektua aurrera ateratzen ari ziren langileak koordinatzaile izango zirela erabaki zuten, denak maila eta soldata berekin. Orain taldea hazten ari da eta galdera berriei erantzuna bilatzen ari dira. Erabakigune nagusia erredakzioa izango den eredu batera aldaketa egiten ari dira. Hedabide feminista gisa, hedabide batean zaintza erdigunean jartzea zer den lantzen ari dira, eta kideek egiten dituzten lan ikusezinak orekatzeko rolak sortu dituzte.

EDUKIA: Agenda propioaren arabera lan egiten saiatzen dira, mugimendu feministari eta beste eragile sozial batzuei begira. Aktualitateko albisteak jorratzen badituzte ere, bestelako begirada bat eskaini asmoz egiten dute, baita gogoeta sustatzen duen kazetaritza patxadatsuagoa ere. Hedabide hegemonikoek biolentziaz egin duten normalizazioa, banalizazioa eta

espektakularizazioaren aurrean, erresistentzia historiak eta bizitza alternatibak kontatzen dituzte.

PUBLIZITATEA: Uko egin diote enpresa handien publizitateari, publizitate inbasiboari, publiekurreportajei, dirua zuritzeko sortutako fundazioen finantzaketari, edo espekulatzaile handiei.

FINANTZAKETA: Kapital propioirik edo inbertsore pribaturik ez dutenek, dirua jarriko duen komunitatea behar dute. Webgunea diseinatzeke erabili ziren 3.000 euroekin eta mailegurik eskatu gabe sortu zuten hedabidea. Lehen lau urteetan militantziaz atera zuten aurrera, lortzen zituzten diru sarrerak kolaboratzailei ordaintzeko baliatuz. Lan ez asalariatua normalizatuz, publikoki dirua eskatzeko zailtasunak mahai gainean jarri nahi izan dituzte. Kazetari gizonak errazagoa dute botere eta eragin guneetara heltzea, eta beren proiektuetarako babes ekonomikoa lortzea. *Pikara Magazine*-ko langileak hitzaldiak, tailerrak eta beste ematen ere ibiltzen dira, dirua lortzeko.

PARTE-HARTZEA: Artikuluen iruzkinetan jendeak idazten zuen hasieran, baina gorroto mezuak eta spamagaatik kendu egin zuten. Orain



foroa daukate, arrakasta handia du eta moderazioa errazagoa da. Espainiako Estatuko eta Hego Amerika mailako proiektu gisa jaio zenez, gaztelania da hizkuntza nagusia. Ondorengo hizkuntzetan ere informatzen dute: euskara, galegoa, katalana, noizbehinka aragoiera eta asturiera, zeinuen hizkuntza eta Irakurketa Erraza. Irakurleek artikulua bidaltzean, hizkuntza horietan egin dezaketela iradokitzen diete.

ZABALKUNDEA: Kezkutzen ditu Facebook eta Google gisako enpresetikiko hedabideek duten dependentzia ia totalak. Nola hitz egin informazio burujabetzaz eta bere algoritmoen menpe izan? Zilegi da hedabide alternatibo batek Facebooki ordaintzea bere edukiak susta ditzan? Frustrantea da beti gai bertsuak biralizatzen direla ikustea, bestelako erresistentzia historioen aurrean. Email bidezko *newsletter*ra sustatzen ari gara. Ikusgarritasuna lortu eta edukiak zabaltzeko, beste hedabideekin kolaborazioak dituzte. Blog bat dute eldiario.es-en, orri batzuk *El Salto*-n, telebista kate nagusietan informazio iturri gisa parte hartzen dute diskurtso feminista baliatuz.

S

EL SALTO



Espainiako Estatu, 2017

JABETZA: Hedabidea bazkide eta harpidedunena da. Espainiako Estatuan sakabanatutako 20 herri komunikabidek indarrak batuta sortu zuten. Enpresa handien finantzaziorik ez dute onartzen. Langileek beraiek jarri dituzte arauak, eta soldata bera dute denek. Horrelako erabakiekin eraldaketa soziala bultzatzen duten pertsonen ondoan egongo diren hedabideak nolakoak izan daitezkeen irudikatu nahi dute.

PUBLIZITATEA: Ibex35eko iragarlerik ez dute onartzen. Eraldaketa nahi duten hedabideetan Telefónica iragar daitezkeen galdetzen dute. Posible dela diote, baina hura gabe eginez gero, boteretik kanpo antolatzeko jendearen mugak non dauden aztertzen direla, baita kazetarien mugak non dauden ere, botere horren aurka informatzeko.

ANTOLAKETA: Informazio burujabetza bestelako lan harremanen eraldaketarekin lotua dago, edo egon behar luke. Beren hedabidean ezinbestekoa da berdin baloratzea bazkideen fidelizazioan ari diren lankideak, administraziokoak edo erreportajeetan sinadura jartzen dutenak, eta erredakzioetan na-

gusitu den klasiismoari aurre egin nahi diote. Lurraldeka ere antolatuta daude eta Hego Euskal Herriko edizioak Hordago du izena.

EDUKIA: Hedabideek zabaltzen duten informazioa ezinbestekoa da boterean daudenak hor mantentzeko. Gizartea antolatzeko balio du, narratiba eta problematika berriak sartzeko balio du, batzuetan problema errealak desbideratuz. Bezerokeriaren logikatik banatzen duten publizitate instituzionalak eragotzi egiten du hedabideen arteko kompetentzia librean.

INFORMAZIO BURUJABETZA: Facebook, Atresmedia edo Google-en morroi ez izatea eta datu propioak kudeatzea da helburua. Azken hauteskundeetan okupazioaren aurkako diskurtsoa gailendu da etxe kaleratzeen aurkakoaren aurrean. Badakigu nor ateratzen den garaile horrela. Inposatu dizkiguten pentsamendu markoei uko egitea ere bada informazio burujabetza. Etxekaleratzeez egunkarietan ez bada asko hitz egiten, ez ahaztu, bankuenak dira.



Aiaraldea, 2010

JABETZA: Kooperatiba da. Langile eta bazkide diren komunitateko ki-deena da.

FINANTZAKETA: Jabego komunitario edo kooperatiboa bada ere, erakunde eta enpresen dirua jasotzen dutenez publizitate edo babesletza bidez, lan kritikoaren eta eragile hauekin izan daitezkeen gatazken artean marra non jarri neurtzen ibiltzen dira. Hala ere, hedabidea ahalik eta askeen izaten saiatzen da arlo ekonomikoan eta informazioa jorratzeko orduan.

ANTOLAKETA: Nahiko horizontala da eta kazetariak zuzendariaren, gainerako lankideen eta komunitatearen aurrean erantzuten dute. Kazetarien lanaz gain, boluntario sarea daukate hedabidearen inguruan antolatuta, bai banaketarako edo informazio iturri gisa erabiliz.

EDUKIA: Tokiko hedabide dira. Euskaltzetasuna, feminismoa, eraldaketa eta kulturartekotasuna bultzatzen dituen ildo editoriala dute. Gai horiek jorratzen dituzten eragileek jarraipena egiten dute, baina balore horiek beren informazioetan ere transbertsalki islatzen saiatzen dira.



ARGIA



Euskal Herria, 1919

JABETZA: SAL enpresa egitura du eta langileak –eta Ametzagaiña taldeko enpresak ehuneko txikian– dira enpresaren jabe. Hedabide gisa zer ildo jarraitu, zertan inbertitu, egoera jakinetan nola jokatu erabakitzeko, bazkideen artean hartzen dira erabakiak. “Pertsona bat, boto bat” da filosofia, baina kontsentsua bilatzen da erabakietarako.

ANTOLAKETA: Barne egiturak horizontaltzeko prozesuan sakondu da azken urteetan. Soldata bera ezarri zen, ardua banaketarekin batera. Langileak sekzioka antolatuta egoteaz gain –erredakzioa, salmenta, administrazioa–, enpresa guztiari dagozkion lanak egiteko lantaldeka ere antolatuta daude. Lantalde bakoitzean hiru sekzioak daude, ikuspegi osoa izan dezan espazio bakoitzak. Lana bizimoduan integratuta ulertzen dute. Praktikan bizitza eta zaintza erdigunean jartzeko moduak bilatzen ari dira, sexuaren arabera lan banaketari aurre egiteko. Ildo editoriala ez dela soilik hedabide batek zer kontatzen duen sinetsita, lanaren esparruko praktiken gan arreta handia jartzen da.

EDUKIA: Baloreei loturiko ildo du, ez alderdi politiko, eragile edo bestelako botereguneen arabera. Agenda propioa izaten saiatzen da, iturri propioekin eta gizarte honen eraldaketan lanean ari diren eragile sozial eta kulturekin harremanetan.

LIZENTZIA LIBREA: Sortutako guztia lizentzia libreekin zabaltzen du, helburua edukien zabalkundea baita. Herri hedabideen artean edukiak partekatu eta hizkuntz komunitate gisa indarrak biderkatzeko aukera Copyleft lizentziek ematen dutela defendatzen du.

FINANTZAKETA: Komunitatearen babes ekonomikoa da sarrera nagusia. Proiektua ekonomikoki eusteko, produktuak ateratzen dira, dibertsifikazioa landuz etengabe. Euskararen normalizazioan egiten duen lanagatik legez dagozkion diru-laguntzak jasotzen ditu, eta horrez gain, publizitate instituzionalari dagokionez, Euskal Herriko erakundeek egiten duten banaketak kaltetuetako bat da.



Bizi nahi duen herria!

Jende gehiagori
ahotsa emateko,
lagun gehiagorengana
heltzeko eta
eragiten jarraitzeko
EGIN ARGIAKOA!