

Komunikabideen etorkizuneko erronkak

Puntako berrikuntza teknologikoak, aldaketa kultural sakona eta baldintza ekonomiko zailak dakartza etorkizunak. Nola eragingo die horrek guztiak hedabideei, hedabideetako eredu, lan molde eta edukiei? Horretaz guztiaz aritu dira Hekimenek antolaturiko *Euskal komunikabideak berrikuntzaren bidean* jardunaldietan.

 MIKEL EIZAGIRRE

Kontsumo ohituren eboluzioa, 5G-a, itzulpen bizkorrak, kazetaritza negozio eredu birmoldaketak... Ekosistema berri bat gainera datorkigu hurrengo hamarkadetan. Hedabideek, Euskal Herrian zein nazioartean, bertara egokitzeko beharri zana izango dute, biziraun nahi badute. Horra hor erronka: nola prestatu euskal hedabideak etorkizun horren aurrean?

Medioen korporazio handiak informazioaren merkatuan jaun eta jabe diren honetan, euskal hedabideak txiki eta administrazio publikoekiko dependentzian aurkitzen dira. Nola eutsi diezaiekete joera homogeneizatzaila eta muturreko lehiakortasunari? Zein baldintza aurkituko dituzte arlo digital, profesional zein komertzialean? Carmina Crusafon, Jordi Font i Morató eta Genís Roca aditu katalanek auzion inguruko gako batzuk eskaini dituzte, aipatu jardunaldietan.

CARMINA CRUSAFON: GERTUKO KAZETARITZAREN BOST ERRONKAK

Informazioaren zientzietan aditua da Carmina Crusafon, eta Bartzelonako Unibertsitate Autonomoko irakaslea da. *Gertuko kazetaritzarentzako bost erronka* hitzaldia eman zuen. Hedabide lokalek lauzpabost urte barru ondo-

ko desafioak izango dituztela uste du: ekosistema digitalean posizionatzea, negozio ereduaren formula birdefinitzea, kazetari digitalak heztea, komunitatea zaintzea eta desinformazioa borrokatzea.

Carmina Crusafon

“Egiaztatu gabeko edukirik ez partekatzerara ohitu behar ginateke. Horretarako daude egiaztatzaile profesionalak. Baina nork egiaztatuko ditu egiaztatzaileak?”



Garapen teknologikoari helduta, 5G sistemaren hedapena aipatu zuen adituak. Zertarako balioko du eta zein ondorio izanen ditu bizitza sozialean? “Telefonoa asmatu zenean, aurreikusituzten jendeak telefonoa erabiliko zuela opera urrutitik entzuteko”. 5G-ak,

oraingoz dakigunagatik, “interneteko begi eta belarriak izateko” balioko omen du. Entretanimendua autoan, ibilgailu autonomoak, banda zabala etxean zein telebistan, hobetutako bitarteko mugikorrek, ukimen-teknologia aurreratua, errealtate areagotu eta birtuala, jokoak hodeian... Eguneroko ogia izango dira hemendik urte gutxira.

Negozio ereduaren formula birdefinitzea apur bat konplexuagoa izango dela uste du. Oroitarazi zuenez, negozio berrien %80ak lau urteren buruan porrot egiten du gaur egun. Komunikabideen funts ekonomikoak, finantzazio ereduaren dibertsifikazioa, publizitatearen garapena, promoziodun edukiak, harpidetzak, merkataritza digitala, ordainketa txikiak, dohaintzak, *crowdfunding*-ak eta fundazioak aipatu zituen. Crusafonen iritziz, “komunitate bakoitzak bere eredu propioa” eskatzen du.

Kazetari digitalak hezteari ere garrantzia eman zion. Kazetari gazteak oso emozionalak direla azpimarratu zuen, eta ez dutela euren ibilbide profesionala hiru urtetik harago proiektatzen, baina ez zituen aipatu gazteen lan-gabezia tasak eta behin-behineko lan kontratuak. Belaunaldi berriek “merkatu-hobietarako” mesedegarriak izango diren teknikak, kodeak eta sormen-ohi-

turak barneratuta ekarriko dituztela aurreikusten du Crusafonek.

Komunitatearen auzia ere jorratu zuen, “audientziak behar digitalak hierarkizatzeke duen modua identifikatzearen garrantzia” nabarmenduz, hau da, irakurleek zein ikus-entzuleek lehenesten dituzten edukiak zeintzuk diren jakitea. “Teknologiak informazio hori ezagutzeko tresnak ematen dizkigu”.

Desinformazioa borrokatzea ezinbestekotzat jo zuen, hedabideen erronken artean. Gaur egun, albiste faltsuek berehalako hedapen masiborako baldintzak dituzte. Horregatik, jendeak gehiago sinesten omen du tokiko hedabideetan. Tokiko hedabideen kontzeptua zehazteke dagoen zerbait da, hain zuzen ere, izatez horietako asko komunikazio talde erraldoien sukurtsalak baitira. Bestalde, informazioaren egiaztapenaren garrantziaz mintzatu zen, “egiaz-

tatu gabeko edukirik ez partekatzerara” ohitu behar ginatekeela. Horretarako omen daude egiaztatzaile profesionalak. Baina nork egiaztatuko ditu egiaztatzaileak?

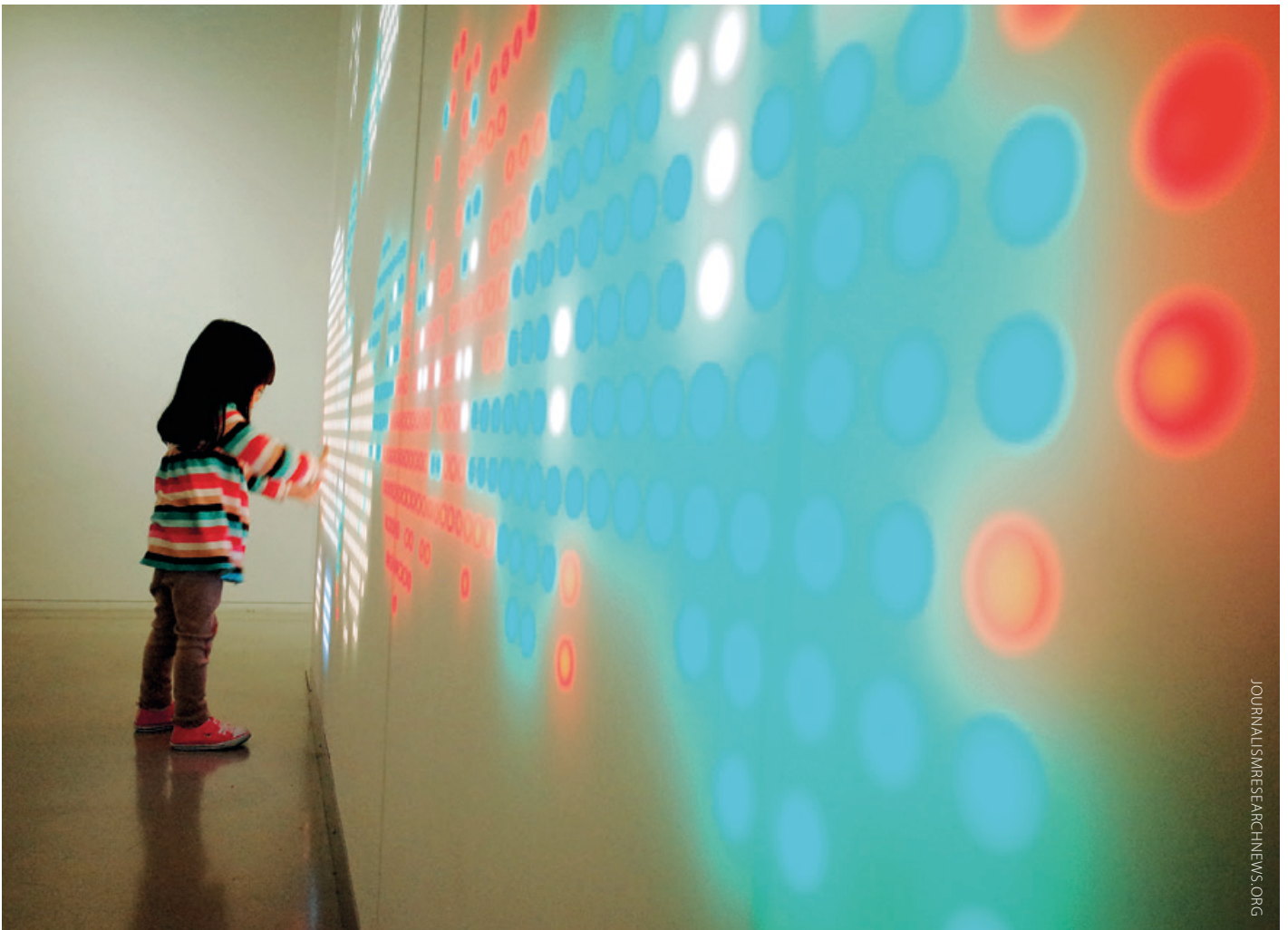
Jordi Font i Morató

“Kazetari ospetsu zein beterano ugarik lanbidearen eta negozioaren gaineko beren ikuspuntua inposatzen du”



JORDI FONT I MORATÓ: EGITEN DUGUNAREN BALIOA

Nació Digital hedabideko estrategia digitalaren diseinuan aritzen da Jordi Font i Morató, eta *Komunikabideetako berrikuntzaren kudeaketa* izan zuen hizpide. “Beharrezkoak dira egunkariak gaur egun? Zer da hedabide bat 2021ean?”, galdetu zuen erretorikoki. Hedabideak “egunkariak baino askoz gehiago” direla dio. Fenomeno horren baitako joera ugari identifikatzen lagundu zizun Fontek. Egunkarietako edukien eta alderdi pertsonalen arteko balantzan, esaterako, arazo sakona ikusten du: “Kazetaritzako aristokraziarekin bakarrik sor al daiteke berrikuntzarik?”. Kazetari ospetsu zein beterano ugarik “lanbidearen eta negozioaren gaineko beren ikuspuntua inposatzen” duela ohartarazi zuen. Hari bereetik tiraka, “kazetari asko eta aditu gutxi” ikusten ditu ofizioan. Hedabideek egin



beharreko hausnarketa jaurti zuen: "Egiten dugun produktuak ba al du baliorik?".

Oro har, erredakzioetan produktuaren kontzeptualizazioaz gutxi hitz egiten delakoan dago. Bistan denez, komunikabide handiek kazetaritza klasikoa baino baliabide gehiago landu dituzte, eta txikiak, aldiz, ez dira horraino iristen. Ondorioz, hedabide txikiak "espezializazioa" bilatu beharko dutela aurreikusten du.

Diglosia egoeran dauden hizkuntzen eta kazetaritzaren arteko harremana ere problematizatu zuen Fontek: "Denek salbatu nahi dute hizkuntza, bai, baina euren proiektu partikularrekin". Zentzu horretan, hizkuntza berean aritzen diren hedabideen atzean asmo kontrajarriak egon daitezkeela utzi zuen agerian, eta inork ez diola "hizkuntzagatik" bereari uko egiten.

GENÍS ROCA: IRITZIEN INTERNETETIK DATUEN INTERNETERA

Arkeologoa eta interneten aditua da Genís Roca. Bere hitzetan, aipatutako arazo ugari ez dagozkio kazetaritzari soilik, denok ari gara aldaketa sakonak bizitzen, eta ildo horretan, gogoratu zigun beste sektore batzuetatik asko ikas daitekeela.

Iritzien internetetik datuen internera igaro gara. Hala, datozen urteetan erabiltzaileen eta erosleen iritziek garrantzia galduko dutela ohartarazi zuen. Inkesta, foro, iruzkin-kutxa eta abarrak ez omen dira hain inportanteak izango, iritzia subjektiboa delako, eta errealtatean modu eraginkorrean esku hartu nahi duten enpresentzat interesgarriagoa delako datuen kudeaketa. "Horrek lanpetuta mantenduko gaitu datozen hamar urteetan, negozio ereduak erabat aldatzen dituelako". Telebistari lotutako adibide batekin azaldu zuen: "Telebistako programatzaileek inkestak egiten

zituztenean, gustuko programen inguruan galdetzen zuten. Jende gehienak erantzuten zuen dokumentalak eta zinema serioa dituela gustuko, baina orain, plataforma digitalen algoritmoen esker zehazki dakite audientziak zer ikusten duen, eta fidagarriagoa da".

Genís Roca

"Mugikorrek txertatu du berehala eta modu pertsonalizatuan artatuak izatearen espektatiba. Elkarrekintza digitalari erantzuna denbora errealean ez emateak zerbitzu txarraren sentsazioa eragiten du"



Mugikorrek kulturalki txertatu duen fenomeno esanguratsu bat ere kontatu zuen Rocak: "Berehala eta modu pertsonalizatuan artatuak izatearen espektatiba". Elkarrekintza digital bat dagoen bakoitzean, eta erantzuna denbora errealean ematen ez bada, "zerbitzu txarraren" sentsazioa eragiten duela dio: "Duela bost urte, bikotekidearekin asteburupasa joan nahi nuenean eta ostegun gau batean hotelera mezu elektronikoa bidali eta hurrengo goizean erantzuten zidatenean, zerbitzu bikaina iruditzen zitzaidan". Bost urte geroago, gauzak sobera aldatu dira ordea: "Hotel baten bila nabilenean, gustatu zaidana pulsatzen dut, eta ha-

tza altxatzen dudana bitartean baieztapenaren zain nago. Eta ez badu berehala baieztatzen, berritri sakatzen dut, eta ez badabil, beste baten bila noa". Joera hori nagusituko dela uste du adituak.

Datu prozesagarrien inguruko xehetasun gehiago eskaini zituen. "Beldurgarria da zenbat gauza ari diren datu bilakatzen, baina egia da". Medikuntzarekin lotutako adibide xeblea jarri zuen. Lehen, medikuntzan "eredu erreaktiboa" nagusitzen zen: "Ez naiz ongi sentitzen, medikuari deituko diot". Bada, "eredu proaktiboa" ezarriko da bere aurreikuspenen arabera: "Medikuak deitu dit, gaizki sentituko naizela esan dit". Adibidez, erlojuak medikuari bidalitako datuek diotelako bihotzekoak emango didala -teknikoki, konstante biometrikoak *Iwatch*-arekin aztertuta, bihotzeko bat ordu erdi lehenago aurreikusi ahal izango omen da-, eta anbulantzia bidean dela ohartarazteko deituko didate. Datu pribatuak emateak kontrako jarrerak sor ditzakeen arren, jokoan dagoena esaterako osasuna denean, jendeak pixkanaka onartu egingo du.

Datuak, datuak eta datuak behar dituen etorkizunean, horiek eskuratzeko bidea erabiltzailearen konfiantza lortzea izango da. Baimenik gabe lortutako datuekin eskaintako zerbitzuak sortzeak bezeroaren mesfidantza sortzen duela ohartarazi du. Borondatez emandako informazioarekin zerbitzua sortzeak, aldiz, "erosotasuna eta asebetetzea" dakartela.

Zerbitzu pertsonalizatuetara iritsi ahal izateko, "prozesu eskalagarriak" behar direla dio, "negozioaren antolaketaren eredu bat, aldaketa sakonak onartzen dituen". Halere, hori guztia komunikabide bakarrarentzako gehiegi da. Bere hitzetan, gakoa beste sektore batzuekin hitz egitea litzateke. ●



XXXIII.
RIKARDO
ARREGI
KAZETARITZA
SARIA

Eguna: **Azaroak 19, ostirala**
Ordua: **19:00**
Lekua: **Andoain, Bastero Kulturgunea**

Ekitaldian Martin Ugalde izango dugu gogoan, aurtien bere jaiotzaren mendeurrena ospatzen ari gara eta. Bertaratuko zaretenek izena eman beharko duzue:

labur.eus/RAKS_izen-ematea
943 300 831
raks@andoain.eus



web
irratia
prentsa
kurriak
kazetaritza



ANDOAINGO UDALA



EUSKO JAURLARITZA
GOBERNUA VASCO