

EUSKAL KOMUNIKABIDEETAKO GENERO INFORMATIBOAREN GAINBEHERA

PELLO URZELAI

Komunikabideetako ezaugarri nagusietako bat aldakortasuna da, komunikabideetako benetako euskarriak (hitza, irudia, lengoaia, mezua, espazioa...) aldakorrek direlako, eta, horrez gain, aurrerapen teknologikoen aurrean oso *sentiberak* direlako.

Mugikortasun eta egongaitzasun horren barruan aldaketak neurtzea edo joera berriak antzematea zaila da zehaztasunez egin nahi bada. Aldi berean, arazo terminologikoak nonnahi agertzen dira. Komunikabideen mundu nahasi honetan azterketa sintomatikoa baliotsua da eta ildo horretan kokatu behar da ponentzia hau.

«Euskal Komunikabideetako genero informatiboaren gainbehera» izenburupean aspaldi honetan handitzen joan zaidan kezka bat kanporatu nahi nuke. Nire gogoeta hau ez da azter-

keta sistematiko eta enpiriko baten ondorio, ezta saiakera teorikoa ere. Esperientziatik abiatutako gogoeta xumea da. Eguneroko jarduera horretatik detektatutako arazo, hutsune edo ahulezia azalduko dut, horren kontzientzia hartzea gainditzeko lehen erremedioa delakoan. Bestalde, ez dut uste gogoeta hau nire buruan bakarrik dagoenik. Lanbide honetan urte batzuk daramatzen askoren kezka ere bada.

Ondoko lerroetan, genero informatiboaren egoera arazo bezala definituko dut. Ondoren arazo horren aurrediagnostikoa egiten saiatuko naiz, hau da, bere neurria, garrantzia eta lokalizazioa azaltzen ahaleginduko naiz. Segidan, egoera honen zioak, o rokorrak eta partikularrak, deskribatuko ditut eta azkenean arazoa gainditzeko iradokizun batzuk proposatuko ditut.

GENERO INFORMATIBOA INDARGE

Euskal komunikabideetan genero informatiboa indarge dago. Aurrera egin ezinik, berritzeko eta garai berrietara egokitzeko gaitasunik gabe. Eta horrek, esparru aldakor honetan, gainbeheran egotea esan nahi du.

Zeri deitzen diot genero informatiboa? Funtsean, telebista eta irratietako albistegiei eta aldizkari eta egunkarietako sekzio informatiboei. *Gaur egun*, asteko saio informatiboak, irratietako ordu eroko buletinak, albistegiak, herri aldizkarietako kronikak, egunkariko sekzio informatiboak (Politika, Gizartea, Ekonomia, Kultura...).

Gainbehera edo aurrera egiteko ezintasuna aipatzen ditudanean, genero informatiboaz soilik ari naiz eta ez komunikabideen egoeraz. Aitzitik, euskarazko komunikabideek aurrera egin dute nabarmen azken urteotan. Jauzi handi bat eman dute homologazio-bidean eta medien munduan berezko tokia egitean (eta horren lekuko *Egunkaria* bera ere bada). Baina aurrera egite honetan, puntu ahulenetako bat eta arlo ahaztuenetako bat, nire ustez, genero informatiboa izan da. Eta gainera, modu orokorrean, medio ezberdinetan gertatzen da salbuespenik gabe (telebista, irratia, prentsa idatzia...).

Pixka bat gehiago zehaztuz, gaitza ez da erabatekoa, mamiari dagokio eta ez azalari. Hau da, aipatutako produktu periodistiko hauen guztien *aurkezteko era*, oro har, nahiko ona da eta etengabe hobetzen ari da. *Formaren* kalitatea hobetu da, baina ez neurri berean *edukia* (informazioaren erabilera eta garapena). Aurrerapen teknologikoak eta diseinu berriak genero informatibora ere iritsi dira, baina gehienbat itxura hobetzeko, merkatu-kuota handitzeari begira.

Arazo hau ez da soilik euskal komunikabideena. Fenomeno orokorra da eta erdal komunikabideetan ere nabaritu daiteke. Azken batean, irudiak eta ikuskizunak azken hamarkadetan bereganatu duten indarraren eta nagusitasunaren ondorioetako bat da genero informatiboaren egungo egoera. Ikus-entzuzko hedabideen garapenaren eraginez, ikuskizuna nagusitu zaio informazioari. Irudiak jan du hitza. Nolabait esateko, gaurko gazteek *iruditan pentsatzen* dute, informazioa, oro har, pentsamenduaren eta kontzeptuaren alorrekoa den bitartean. Beraz, informazio landuak espazioa, indarra, garrantzia, eta arreta bereganatzeko gaitasuna galdu ditu. Dena dela, erdal medioetan, egoera honi aurre egiteko eta formula berriak aurkitzeko t r ebetasun handiagoa erakutsi dute, baita Euskal Herrian bertan ere. Jakina da, euskarazko medioek indar eta ahalegin gehiegi bideratzen dituzte soilik irauteko zailtasunak gainditzen eta iturri ekonomikoak bilatzen. Baina ez dut uste bitartekoen arazoa denik bakarrik.

Jakina, deskribatzen ari naizen egoera ez da erabat beltza. Ahaleginak egiten ari dira genero informatiboa gaurkotzeko eta batzuetan emaitza onak lortu dira, baina, tamalez, gutxiegitan genero honek behar lituzkeen indarra eta freskotasuna emateko.

INFORMAZIOAREN AHALMENA ETA TEMPOA

Askotan pentsatu dut nire kolkorako, inertziaren poderioz eta giroaren eraginez, kazetariok gutxietsi egiten dugula informazioaren ahalmena, eta ez, zoritxarrez, informazioaren boterea

(informazio pribilegiatu batzuk izateak ematen duen boterea erabiltzea norberaren burua aurrera ateratzeko edo hobeto kokatzeko lehia profesionalean). Zalantzarik gabe, Interneten arak informazioaren ahalmen aldatzaileari buruz gogoeta eginarazi beharko liguke. Informazioari begi berrieekin begiratzen lagundu beharko liguke.

Kontuz, ahalmen hori ez da murriztu behar errebelazio eskandalugarrietara. Askoz urrutiago iristen da. Albiste entzutetsu horiek *iceberg-aren tontorra* baino ez dira izaten gehienetan. Informazioaren indarra, errealitatea zehatzago eta sakonago eta une egokian ezagutzeko duen balioaren heinekoa izaten da. Ez da ahaztu behar informazioaren (ezagutzaren) *tempoa* ez dela inolaz ere albistegietakoa. Aitzitik, albisteak orduero, eguerdiredo egunero kontatu beharrak zatikatu, eta askotan *txikitu* egiten du informazioaren benetako denbora. Nahi gabe, ulertezin bihurtzen dugu kontatzen ari garena (maltzurren batek nahita egiten dugula esango luke, eta batzuetan ez litzaioke arrazoirik faltako). Horregatik, ez dira nahastu behar informazioa eta albisteak. Informazioa askoz zabalagoa da; albisteak partzialitatea da, askotan, jakintza edo ezagutzaren ikuspuntutik arbitrarioa.

INFORMAZIOAREN ERABILERA MAKURRAK

Irudiak eta ikuskizunak komunikabideetan bereganatu duten indarra eta nagusitasuna aipatu ditut. Fenomeno orokor horrekin batera, informazioaren beraren munduaren transformazioak hartu behar dira kontuan. Azken batean, informazioa, gero eta gehiago, merkantzia gisa (salgai hutsa), propagandarako tresna gisa eta arma politiko gisa erabiltzen da. Hori gertatzen denean, informazio-eskubidearenak eta adierazpen-askatasunarenak ez diren beste arau batzuk nagusitzen dira.

Informazioa merkantzia gisa. Joan den maiatzean, oso epai bitxia izan da Espainian, futbol-emankizunei buruzko komunikabideen arteko borroka dela eta. Epai honen arabera, «*komunikabide batek kontsumitzaileei eskaintzen dien merkantzia*»

da informazioa. A-3 eta Ser-en arteko auzian, «*informazioaren balio ekonomikoa, bere merkantzia-balioa*» jarri du epaile batek informazio-eskubidearen eta adierazpen-askatasunaren gainean.

Komunikabide nagusi gehienak (*La Vanguardia*, *El Pais*, *El Mundo* eta *Abc*) eta zenbait elkarte profesional asaldatu egin ditu epai honek. Ez da harritzekoa horrela aztoratzea, epaia ez-ohikoa baita eta komunikabideen urrezko legeak ukitzen baititu. Baina bi aldiz pentsatuta, ez zaigu bidegabekeria irudituko epailean marrazonamendua, epaia kritikatu duten komunikabideek beraiek erabiltzen baitute informazioa merkantzia gisa. Hau da, etekin ekonomikoak (audientzia handiagoa) lortzeko, edo audientzietan eragiteko ahalmenari gehiago begiratuz, informazioaren kalitateari (egiazkotasunari) baino.

Agian erabilera honek ez du oihartzun handirik gure artean, euskarazko komunikabideen artean. Merkatuaren neurria, hartzaileen ezaugarriak, kazetarien tradizio positiboa... eta audientzia lortzeko, informazioa baino egokiagoak diren beste bide batzuk (ikus-kizunak, kirol-emankizunak, promozioak, etab.) daudelako.

Beste bi erabilerak, ordea, ezagunagoak dira euskarazko komunikabideen artean eta badute eragina genero informatiboaren egoera kezkarrian. Komunikabideen ahalmen propagandistikoa/publizitarioa ikaragarria da eta hori informazioaren erabilera zuzenaren kaltetan joan da. Fenomeno hau nabarmenagoa da telebistan. Batzuetan, albistegietan benetako bideo-klipak, edo beste era batera esanda, benetako publi-erreportaiak ikusten dira. Duela gutxiko adibide bat jarriko dut: Jaurlaritzaren goi-ordezkaritzak Asiarara egin beharreko bidaiaren alde aurretiko kronika (hango eta hemengo irudiak, mapa mundia bidaiaren ibilbidea marrazteko, aireportuan egindako adierazpenak... denetarik).

Bitartean, intereseko informazioa transmititzeko orduan trakets lotutako irudiak eta gutxi landutako testuak dira nagusi eta ez dira erabiltzen ikus-entzunezko medioek dituzten errekurtsuak.

Beste medioetan ez dira hain ikusgarriak tarte propagandistikoak baina egon badaude. Agian, gehien erabiltzen den formula *kartara egindako* edo *enkarguzko* elkarrizketak dira. Hala ere, irratian izan ezik, elkarrizketak ez nituzke sartuko genero informatibo hutsaren barruan. Prentsa idatzian, erreportaia propagandistikoak faborezko tratuarekin lotuta egoten dira, hau da, primizia diren heinean egiten ohi dira.

Informazioa arma politiko gisa. Begi-bistakoa da. Bizi dugun gatazka-egoeran inon baino ageriago. Noiz gertatzen da erabilera hau? Batik bat, albistearen helburu nagusia agente politikoak eragitea bihurtzen denean (gehienetan agente horiek kaltetzeko asmoz), edo agente politikoen gizarteratzea eragozten denean (isiltasuna edo distortsioa). Orduan, kode deontologiko guztiek ez dute deus balio.

Informazioaren erabilera oker hauek, oro har, debalatu egin dute dudarik gabe genero informatiboa, eta geldiarazi egin dute bere garapena. Azken batean, indarrak bide okerre-ra bideratu baitira.

KAZETARIEI LOTUTAKO ERAGOZPENAK

Faktore hauei, kazetariekin zuzenago lotuta dauden hiru arazo gehitu nahi nizkieke: kontestualizazio eza, estilo narratiboaren narraskeria eta kazetariak gaia ez menperatzea.

Kontestualizazio eza. Albisteen eta telepipoen sindromea da. Berritasunaren izenean, azken orduko flashak balio du bakarrik. Baina horren atzetik beste bat dator, aurrekoarekin zerikusirik ez daukana, eta ondoren beste bat, eta abar. Azkenean, albistegiak edo egunkarietako orrialdeak albiste-pilaketa baino ez dira. Batzuetan, koherentzia pixka batekin ordenatuta; beste batzuetan, edozein modutan. Gehienetan, kontesturik gabe, albistearen atzean dagoen arazoari edo interesguneari begiratu gabe. Puntu distiratsuenei bakarrik erreparatzen diegu, paisaia nolakoa den ikusi gabe eta, jakina, gure ikusle, entzule eta irakurleei kontatu gabe.

Estilo narratiboa. Ez du behar beste aurrera egiten. Batetik, itzulpenaren zama. Egunerokotasunean lanean dihardugun komunikabideetan itzulpenak izugarritzko pisua du eta oztopo handia da estilo propioa garatzeko. Bestetik, teletipoen hizkeraren menpekotasuna. Agentzietako teletipoak ez daude pentsatuta irakurriak izateko (eta askotan horixe gertatzen da irrati-albistegietan) ezta egunkarietako albisteak idazteko ere (laburrak egiteko ez bada). Eta, gainera, askotan gure artikuluen osagai nagusia dira. Hirugarrenik, artikuluak edo kronikak ordenatzeko modua ez da egokiena izaten.

Kazetaria eta gaia. Oso ohikoa da, gure artean, kazetariak ez menperatzea azaldu beharreko gaia. Gure errealitatea konplexua, korapilotsua eta askotarikoa da, denbora eta ahalegin dexente behar da gai bat duintasunez menperatzeko eta kazetaria erlea bezala dabil (edo bidaltzen dute) gaitik gaira. Baina, bestalde, nik sumatu dut kazetarien artean nolabaiteko utzikeria gaiak ulertzen saiatzeko, eta batzuetan lotsa gutxi ezer ulertu gabe gai bat azaltzea tokatzen denean.

Laburbilduz. Euskal komunikabideek eta euskal kazetariok alboratua dugu genero informatiboa, berritzeko eta garatzeko beharko lukeen arretarik gabe. Arazoa mahaigaineratu, eta bere dimentsioa eta faktoreak azaltzea izan da nire orain arteko lana. Arazoari aurre egiteko, azterketa sakonago eta xeheagoa beharko litzateke, komunikabide bakoitzaren berezitasunak kontuan hartuz. Azterketa sistematiko horrek nahi izanez gero, doktore-tesi baten tamaina har lezake.

Dena dela, nondik norako batzuk aipatuko ditut. Komunikabide mota bakoitzak bere erantzun bereziak bilatu beharko ditu. Telebistak bereak, irratiak bereak, aldizkako prentsak bereak eta eguneroko prentsak bereak.

Telebistaren erronka nagusia, genero informatiboa garatzekotan, irudien erabilera egokian datza. Batetik, zerbait gehiago egitea irudiak beraiek izateko informazioa eta ez egun maizegi gertatzen den bezala informazioaren apaingarri. Bestetik, hari narratiboa gehiago zaintzen duen irudi-uztarketa lantzea.

Euskarazko irratigintza gehiago arduratu beharko litzateke lengoaiaz, komunikazioa hobetzeko, estereotipoetatik eta idazkuntzaren moldeetatik aldentzeko. Eta aldi berean bitarteko teknikoan erabileraz, batik bat zuzeneko konexioei begira. Ahaztu gabe memoria, dokumentazioa, informazioen arteko lotura eta hariak, irratiaaren abiaduran azkarregi lurperatzen baitira gaiak.

Aldizkariak berezko daukaten abantailak gehiagotan eta egokiago erabiltzea kontuan hartu beharko lukete: gaiak sakontzeko denbora eta osotasunez eskaintzeko aukera. Herri aldizkariak umezurtz daukate genero informatiboa, kronika sozialaren mesedetan, eta ez legoke gaizki kasu gehiago egitea, aukera sobera baitago.

Egunorako prentsak borroka-fronte asko ditu gai honetan. Hizkera askatu eta freskatu egin behar du. Teletipoen kutsaduratik aldentu egin behar du. Narrazioaren tonua berreskuratzea egin behar du. Informazioaren balioaz jabetu egin behar du. Informazioaren zatikatze zentzubakoa gainditu behar du. Baliabideak dibertsifikatzera jo behar du, hau da, informazio bat osatzen duten testu-mota diferenteak erabili eta irudi eta grafikoen hornitzea gehiagotan eta txukunago egin behar du. Idatzizko iturriak edo jatorrizko agiriak gehiago estimatu behar ditu. Eta beste hainbat gauza.

Zeregin neketsu honetan unibertstatetik laguntza paregabea etor liteke, baina tamalez irakaskuntzaren eta kazetaritza praktikoa ren munduak oso urruti daude, ia inkomunikaturik.

Nire ustez bada garaia elkarlanean aritzeko, eta unibertstatetan egiten diren ikerketek komunikabideen eta kazetarien arazoei erantzuteko balio dezaten eta beren jarduera garatzeko eta hobetzeko bidera daitezen.

Horrez gain eta aparte, lehenago aipatutako basamortuko espejismoetan erori gabe, oso ongi etorriko litzaioke euskal komunikabideetako genero informatiboari albiste eksklusiboak eta garrantzizkoak maiztasun handiagoz eskuratzea, izan ere, dohain hori ez baita gure ezaugarrietako bat. Baina hau beste ixtorio bat da.