

Kazetaritza elektroniko multimedia

Javier Díaz Noci

Koldo Meso Ayerdi

Donostia-San Sebastián

2000



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

servicio editorial

argitalpen zerbitzua

Euskal Herriko Unibertsitateko Argitalpen Zerbitzua

I.S.B.N.: 84-7585-714-0

Depósito Legal: BI-2308-00

Aurkibide orokorra

Internet-eko komunikabideen azterketa: Sarrera	5
Informazio telematikoko zerbitzuak	31
Internet-eko kazetaritzaren sorrera eta garapena	43
Informazio digitalaren euskarriak	65
Kazetaritza elektronikoaren ezaugarriak, kontzeptuak eta erretorika	95
Egunkari elektronikoa eta multimedia informazio-diskurtsoa: iturriak, osagarriak eta prestaketa	111
Idazkera digitala: testu elektronikoa idatzi eta egituratzea	133
Telebista eta irratia Interneten	165
Kontrakultura. Komunikabide alternatiboak Interneten (digizineak)	189
Euskal komunikabideak Interneten	219

Internet-eko komunikabideen azterketa: Sarrera

Javier Díaz Noci

Irakasle titularra

Giza eta Komunikazio Zientzien Fakultatea

Euskal Herriko Unibertsitatea

Aurkibidea

Sarrera	9
Helburuak	10
1. Internet eta gizarte komunikabideak	11
2. Kazetaritza elektronikoaren garapena	13
2.1.Kazetaritza elektronikoaren hastapenak	13
2.2.Espainiako kasua	15
3. Zenbait gauza terminologiaz	17
4. Azterketa-ildoak	20
5. Ondorioa	24
Jarduera	25
Autoebaluazio-ariketak	26
Bibliografia	27

Sarrera


Komunikabide elektronikoak, multimedia eta elkarreragileak, errealitate bihurtu dira duela zenbait urte. 1993-1994tik orain arte milaka komunikabide, aldizkari, irrati edo telebisten bertsio birtual asko eta, era berean, zibergunerako berariaz pentsatutako informazio-bide berriak Internet sarean atzitu ahal dira. Bizitza laburra badu ere, kazetaritza elektronikoak komunikabide berriez hitz egitea ahalbidetzen duten joera batzuk agertu ditu dagoeneko. Modulu honen bitartez komunikabide elektronikook garatzen ari diren ezaugarrien eta kazetaritza elektronikoari aplikatu ahal zaizkion eta aplikatzen zaizkion ikerketa-eremu akademikoen berri jakinarazi nahi da soil-soilik; horrez gainera, erreferentzia bibliografiko batzuk (bai fisikoak, liburu eta artikulua inprimatuak, bai birtualak, helbide elektronikoak, informazioa aurkitzeko) emango dira, gaia interesatzen zaienei laguntzeko asmoarekin. Azken batean, ziberguneko kazetaritzaren barrura sartzeko balio digun “aferaren egoera” hutsaz ari gara.

Helburuak

Modulu didaktiko honetan lortu nahi diren helburuak honakook dira:

1. Kazetaritza digital edo elektronikoko ikerketa-lerroak zein diren jakitea.
2. Kazetaritza elektronikoen aferaren egoera zein den jakinaraztea, zein izan den haren garapena eta zein den haren egoera, Espainian batez ere.
3. Kazetaritza elektronikoen azterketan eta ikerketan agertzen diren gai, lerro eta joeretako batzuk zein diren adieraztea.
4. Era guztietako bibliografia eta iturriak eskaintzea, hau da, “tradicionalak” (inprimatuak) zein elektronikoak.

1. Internet eta gizarte komunikabideak

Gaur egun, pertsona gutxi daude sare telematikoen hedadura mundu osoan, edo lehen munduan behintzat, milioika pertsonaren eguneroko bizitza ukitzen duen edo ukitzeko zorian dagoen fenomeno dela esaten dutenen kontra. Horrela, Simon Norak eta Alain Minc-ek *L'informatisation de la société* beren txostenean (La Documentation Française, Paris, 1978) dituela ia hamar urte egindako aurrikuspenak bete dira. Ikusteko dago sare telematikoak, Internet bereziki, sare-sare eta ordenadoreen arteko komunikazioko paradigma nagusi bezala zabaldu eta mundu osoratzea inprentak bere egunean ekarri zuenarekin erka daitekeen iraultza den. Izan ere, hori nahi edo uste dute batzuek. 

Era berean, gai honi gertatzen dira Ekok izen bereko bere liburuan planteatutako dikotomia erabili-erabili eta oso ezagunari (baina nonbait oraindik baliozkoari) jarraitzearen jarrera apokaliptikoak edo integratuak direlakoak. Apokaliptikoak deitzen diegu sarean arriskuak besterik ikusten ez duten pertsoneri eta joerei (ia etengabe egoten dira adibideak prentsan): pornografiaren hedadura bereizi gabea, adinez txikiak galbideratzea, delitu zehatz batzuei jarraitu ezina, legezko kaosa, gaitasun kritikoa galtzea, informazio-asetasuna eta abar. Jakina, itsukeriazko jarreretara erortzen ez diren teknologia berriekiko kritikoak (Postman, 1996: 24-33) daude. Integratuak, aldiz, Internet-en iraultzaren berri ona zabaltzen dutenak dira.

Horri buruz hartzen den jokaera edozer delarik ere, argi dago Internet-hazkundera, eta, hortaz haren bitartez eskaintzen den informazioarena esponentzialki gero eta handiagoa dela. Neurri berean gora doa haren erabiltzaileen kopurua. Espainian ere hori gertatzen da, bertan nagusi den sare telematikoaren erabilerako hazkundera, esate baterako, bost iparramerikarretarik bat Internet-ekin konektatuta dagoen Estatu Batuetan bezain handia ez den arren, Pew Ikerketa-Zentroaren arestiko azterketa baten arabera (*El País*-en aipatutako datuak, Madril, 1997ko urtarrilaren 2a). Kopuru horiek ez datoz bat Komunikabideen Ikerketarako Elkarteak (AIMC-ek) burututako inkestakoekin. Elkarte horren lehengo izena Bideen Azterketa Orokorra zen (Egun zelakoa). Hark ziurtatu duenez,

Gomendatutako irakurketa

Díaz Noci, Javier ;
Meso Ayerdi, Koldo (1999) :
Periodismo en Internet.
Bilbo: Euskal Herriko
Unibertsitatea


Espainiako biztanleen ehuneko 3k baino gutxiagok du Internet-erako sarbidea (<http://www.arroba.es/aimc/html/inter/net.html> AIMC-en helbidean atzitu ahal diren datuak).

Era berean, argi dago Internet-en gizarte komunikabideak ugaltu direla. Bai aurretik dauden bideen bertsio digitalak, bide idatzienak bereziki (izan ere, sarea, bere multimediatasuna gorabehera, funtsean testuala da), hau da, egunkariak eta mota orotako aldizkariak, nahiz eta, era berean, ikusentzunezko bideak dauden (hala ere, oso zaila da onartu ahal diren soinua abiaturaz eta kalitatez transmititzea, eta, batez ere, irudiak, mugimendukoak badira), bai, beste alde batetik, sare telematikoaren ezaugarri berrietarako bereziki pentsatutako eta multimediatasuna, gaitasun hipertestualak, elkarreragiletasuna eta abar bezalako ezaugarriak azpimarratzen dituzten bideak. Hortaz, kazetaritza elektronikoa, "kazetaritza" terminoa aldizka barik etengabe berriztatu ahal den bide batentzat egokia bada, errealitate bat da, garatu eta finkatzeko fasean dagoen errealitate bat baina. Eta, nonbait komunikazio-fenomeno berria edo informazioa eskualdatzeko era berria agertu dela eta, zalantzarik gabe, eremu akademikoan informazioa ikertu eta irakasteaz arduratzen garenok gure begiak bide edo bitarteko berri horiei begira jartzea komenigarria da. Beste era batera esanda: dagoeneko hausnar egiteko gaia den aztergai berri baten aurrean gaude. Izan ere, hausnar egiten hasi gara, era orokorrean, Internet-i eta, zehazki, kazetaritza elektronikoari buruz. Zelanbait, beronen ikerketa sareen sareari buruzko gogoeta den mantu zabalago horretatik askatu da.

2. Kazetaritza elektronikoaren garapena

2.1. Kazetaritza elektronikoaren hasierak

Stricto sensu hartuta, kazetaritza elektronikoak orain gure funtsezko aztergaiak direnen ezberdinak diren erak harturik ditu barnean. Horrela, bideotestua, audiotestua, fax bidezko egunkaria eta dakigun bezala telebistetan jasotzen den teletestua aipa genitzake.

Testuan oinarritutako zerbitzuok baztertu gabe eta elkarreragin-aldea oso mugatuarekin, ari garen kazetaritza elektronikoa sare telematikoen bitartez eta, bereziki, Internet sarean eskualdatzen dena da. Bera beraren funtsezko ezaugarrietako bi oinarri hartuta definiturik dugu: multimediatasuna eta elkarreragiletasuna. Lehenengo ezaugarriaren arabera, alderdi testualak, nahiz eta informazio-zerbitzurik gehienetan oraindik nagusi izan, eskualdaketarako erraztasun teknikoarengatik-eta, diskurtso bakarrean ikus-entzunezko osagarriak integratzeari bide eman dio. Horrela, Jean Cloutier frantsesak "ikus-idatz-entzunezkoa" deitutako erretorika eraikitzen ari gara (Cloutier, 1994: 43). Aipatutako bigarren ezaugarria den elkarreragiletasunaren bitartez gainditu gura dira masen komunikabideen mugak (igorle bakarra, hartzaile bakarra, masiboa eta, hortaz, oso pertsona ezberdinek osatua), eta ahalbidetu gura da, alde batetik, informazio kopuru handiagoa atzitzea, era pertsonalizatuan, eta "entzuleen zuloak" deitutakoak sortzea, talde oso txikien edo, are, norbanako pertsonen interesen arabera. Izan ere, nekez egin ahal zien jaramonik haiei eraginkortasunez tradizioko bideen komunikazio masiboaren eskemak. 

Idiosinkrasia oraindik osorik zehaztuta ez duten komunikabideon gainean jarriko dugu gure arreta. Multimediatasun eta elkarreragiletasun ezaugarriak muturrera eramatea ahalbidetu bai baina geroago aipatuko ditugun besteak (etengabeko berriztapena eta edozein lekutatik informaziorako sarbidea) muturrera eramatea ahalbidetzen ez duten euskarri fisikoko bide elektronikoak (CD-ROM-ekoak) alde batera lagata (hori haien arrakasta oso mugaturako determinatzailea izan da), argi dago 1989an World Wide Web delako asmatzeak markatu duela kazetaritza elektronikorako jauzi koalitatiboa, halaber. Lehenik, hipertestuaren eta, hurrenik, hiper-

Gomendatutako irakurketa

Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier; Meso Ayerdi, Koldo (1996) : *El periodismo electrónico. Información y servicios en la era del ciberespacio.*

Gomendatutako irakurketa

Caridad, Mercedes, y Moscoso, Purificación (1991) : *Los sistemas de hipertexto e hipermedios. Una nueva aplicación en informática documental.* Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

Gomendatutako irakurketa

Cloutier, Jean (1994): "L'audiovisuel et le multimedia", *Communication et langages*, 99. zenbakia, Paris: Éditions Retz, 42-53 orr.

mediaren potentzialtasunak HTML (*Hypertext Markup Language*) lengoiairekin osorik garatzen dira. Hori WWWaren basea da.

90eko hamarkadan sortu dira lehenengo multimedia egunkari elektronikokoak eta elkarreragileak. European foku interesgarriak dauden arren (INES-IFRA-ren proiektuak dira beraietako batzuk), zibergunera jauzi egitea interesatu zaien lehenengo enpresak estatubatuarrek dira. Knight-Ridder bazkunak, aurreko hamarkadan Roger Fidler *Viewtron* izeneko bideotestu-sistemaren gaitasunak ikertzen izan zuenak (porrot egin zuen merkatuan), Kaliforniako Silicon Valleyko *San Jose Mercury News* egunkari txikiaren bertsio bat bultzatu zuen. Horri *San José Mercury Center* deitu zitzaion. Egun oraindik eraginik handienetakoa da egunkari elektronikoko hori. Bide horrek arauak markatu ditu, esate baterako, sarbide libreko zonak (pape-reko edizioak hornitutako informazioaren antzekoak) eta, segmentu espezializatuagoentzat, ordainketakoak elkarrekin bizitzea, biztanleriari zerbitzuak egitea eta ahalbidetzea, iragarki sailkatuak bilatzea eta abartzea. Berauek tradizioko egunkari inprimatuari begira diferentzia markatzen dute. Aipatzea merezi duten beste ekimen estatubatuar bat NandoNet sarea da, mota orotako informazio-zerbitzuen eremu osoa dena, enpresa ertainak abian jarria, *Wall Street Journal* bertsio elektronikoa. Berau ekonomi informazioa eta beste informazio garrantzizkoa berehala eskualdatzearen ahalbideak sakonki aztertzen dituen ordainketapeko informazio-gunea da. Beste ekimen estatubatuar batzuk honakook dira: *CNN Interactive* CNN telebista-katearen zerbitzua (etengabe eguneratu eta berriztatua, eta gero eta multimedia elementu gehiago dituen); edo *Editor & Publisher* aldizkariak 1.530 egunkari elektronikoren arteko onena bezala saritu berria, *New York Times*. Aipatutako aldizkariak 1997an antolatutako Egunkari Elkarreragileen Konferentzian, agerian jarri da gure iritzitan datozen urteetan sendotuko den joera izango dena. Azterketa horrek “erakusten du ezen argitalpen digitalak beren paperezko edizioen Internet bidezko sustapenerako bide bezala balio izateko hasierako prozesua gaintzen hasita daudela, negozio bereziko unitate bihurtzeko” (Ruiz Elvira, 1997). Beste era batera esanda, bertsio inprimatuei begirako autonomia izango da ezaugarri nagusia etorkizunean, produkzio elektronikora zuzenean zuzendutako enpresen eraketa ez bada, albiste inprimatuen enpresekiko aurretik menpekotasunik gabe.

Gauzak horrela, gaur egun hamaika dira mundu osoan Internet-era jauzi egin duten aldizkako argitalpenak (egunkariak, aldizkariak, fanzineak edo, Internet-eko jargoian, digizineak) eta, are, irratiak eta telebistak. Nonbait, material mugagabe hori katalogatu eta artxibatu beharko dateke. Katalogatzeko tradizioko metodoak (esate baterako, gure artean erabili den

metodoa, Jacques Kayserrena), bestelako bideetarako pentsatuak, beren urritasunak agerian uzten hasi dira. Kazetaritza elektronikoaren ikertzailearen lehenengo lanetako bat, bistan denez, azterketa-unitateen errolda egitea da. Nonbait, argitalpen elektronikoen katalogo batek haiek agertzen dituzten joeretarako lehenengo zientzi hurbilketa ahalbide dezake (gaiak, morfologia, aldizkakotasuna, jarraikortasuna, kopurua, informazio testuala, ikustekoa, soinu-informazioa, datutegiak, zerbitzuak eta abar sartzea).


2.2. Espainiako kasua

Espainiako kasuari dagokionez, badugu horrelako katalogo bat. Bertara bilduta daude, komunikazio-era berri honen egitura aldakorrak ezartzen duen zehaztasun osoz, Internet-en 1994az geroztik ageri diren aldizkako argitalpen guztiak. Orduan *El Temps* Valentziako kultur aldizkariak erabaki zuen sarean bertsio elektronikoa jartzea. Katalogo horrek Kayserren eredu hartu du oinarri (erabiliena izateagatik, nonbait onena ez bada ere) aldarazpen batzuekin. Katalogo hori Internet-en atzitu ahal da, Gizarte Zientzien eta Komunikazioaren Fakultateko Kazetaritza II.a Sailaren zerbitzarian (<http://www.pd.lp.ehu.es/Website/Revistas/Propia/index.html> delakoan). Haren arduradunak Koldo Meso Ayerdi irakaslea eta biok gara.

Egin-eginean ere, aipatutako liburukiaren egileok sareko presentziaren lehenengo urteetan (1994-1997) zehar lineako berrehun argitalpen baino gehiago detektatu ditugu. Aitzindariak diren *El Temps*-i eta, berriro ere (historia errepikatzen da), Boletín Oficial del Estado delakoari laster Bartzelonako egunkari batzuk batu zitzaizkien: *Avui*, *La Vanguardia* eta *El Periódico de Catalunya*. Azken hori, beste alde batetik, Europar Batasunaren baitan ikerketan buru da, kontinenteko beste enpresa batzuekin batera, taula eramangarriaren bitartez atzitu ahal den egunkari elektronikoen baten garapenaren gainean. Madrilgoen artean lehenengoa *ABC* izan zen, ordu-rako CD-ROMen bere kultur gehigarria argitaratua zuena. Gainera, diseinu erakargarria, beste egunkari batzuek jarraitu dioten eredu duen aste-roko zerbitzu hemerografiko bat, bilaketa-zerbitzu bat eta hasiera batean informazio inprimatuaren iraulketa digital soilaren balio erantsia ematen dioten beste ekimen batzuk uztartzen jakin du. Hurrenik, gauza bera egin zuten *El Mundok* eta, 20 urte bete zituen egun berean (1996ko maiatzean), *El País Digital*ek. Espainiar egunkari elektronikoen guztietatik sarbide kopururik handiena duenak.

Gomendatutako irakurketa

Díaz Noci, Javier; Meso Ayerdi, Koldo (1997). *Medios de comunicación en Internet*. Madrid: Anaya Multimedia.

Era berean, erregio-prentsa edizio elektronikoaren abantailetara sartu zen. Gehienetan, negozio posiblea ikusi ez eta produktu inprimatuaren bertsio oso edo osotsuak baino ez dira izan ia-ia. Hain zuzen ere, aitzindarietako bat Donostiako egunkari bat izan zen, *Diario Vasco* egunkaria, 1995eko abuztuan asteko edizioa kaleratu eta, geroago, 1996aren hasieran, inprimatutako egunkari ereduaren bertsio laburtua eskaini zuena. Amerikara joandako euskaldunen artean espero ez zen irakurleria aurkitu zuen. *Diario Vasco* sartuta dagoen Correo taldearen egunkaririk boteretsuenak, Bilboko *El Correo*ak, aldiz, denbora luzea behar izan zuen iragarritako bere bertsio elektronikoa ateratzeko, 1997an agertu zena. Inprimatutako egunkariaren albisteen bertsio osotsua da, baina badaude zenbait zerbitzu osagarri, hala nola, soinu-hartzeak testu batzuekin batera sartzea. Berauek Radio Correotikoak dira. Penintsula osoko beste erregio eta toki egunkari batzuek ere Internet-era jauzi egin dute. Espainiar egunkariak ez dira sareara sartu diren bakarrak. HTML-ko edizioaren kostu txikiak direla eta, enpresa asko, beraietarik asko txikiak, aldizkariak, buletinak eta zerbitzuak sarean jartzera ausartu dira. Mota orotakoak daude: tokikoak (esate baterako, Nafarroako *Ttapi-ttapa*, euskaraz osorik idatzia), kulturari lotuak, literaturari lotuak, zientziakoak, denbora pasatzeko beteak, sailkatutako iragarkiz beteak... Haietarik gehienak doakoak dira (hain zuzen ere, irabazi-asmorik gabeko taldeetan ulertuak izateagatik edo, enpresetan ulertuak direnean, produktu inprimatua osatzeko eta, askotan, beronen publizitatea egiteko). Gure iritziz –eta hau mundu osoan gertatzen den joera logikoa da–, hori da produktu elektroniko originalagoak sortzea. Nonbait berauek albistegiok –ez dugu berauek “egunkariak” betiko deitzerik gura, termino horrek gairitu nahi diren ezaugarriak dituen produktu batera eramaten baikaitu– ekoizteaz bakarrik arduratzen diren enpresak eratzetik eta bide berria ezagutzen duten profesionalak prestatzetik etorriko dirateke.  Hala ere, badaude batzuk gure artean: *My News* zerbitzua, ordaindu beharrekoa, beste egunkari batzuen albiste-laburpen pertsonalizatua dena; *Ecoprensa*, aurrekoaren antzekoa baina ekonomiari buruzko informazioari lotua; *Efe-Net*, Efe agentziaren zerbitzua, bilaketa-eragile oso baliagarriak dituena.

Gomendatutako irakurketa

Díaz Noci, Javier; Meso Ayerdi, Koldo (1998). "Tipología de los medios de comunicación en Internet. Génesis y desarrollo de un nuevo paradigma comunicativo. El caso vasco", *XIV Congreso de Estudios Vascos*. Donostia: Eusko Ikaskuntza

Díaz Noci, Javier; Meso Ayerdi, Koldo (1998). "Euskal komunikabideak Interneten". *Uztaro*, 27, 23-32 orr.

3. Zenbait gauza terminologiaz

Gaztelaniaz oraingoz arrakastarik handiena iritsi duen terminoa “kazetaritza elektronikoa” da (berau erabiltzen dute, esate baterako, Armañanza-sek, Díaz Nocik eta Mesok, 1996koa eta gai honi buruzkoa den gaztelaniazko lehenengo liburuaren egileak direnek, eta Armentiak, Elexgarayk eta Pérezek, 1999koa eta oraingoz azkena denaren egileak direnek) eta, era berean, “kazetaritza digitala” terminoa bidea zabaltzen ari da. Izenari buruz ez dago zalantzarik; adjektiboak, ordea, ezbaiak bide dakartza. “Lineako kazetaritza” (ez dut *on line* anglizismoa besterik gabe erabili nahi) izan liteke izeneztatzeke beste era bat. Era berean, “Internet-eko kazetaritza” (izenburuan erabili duguna), “ziberguneko kazetaritza” edo, are, “kazetaritza telematikoa”. Argi dago beraietako ezein ez dela ezin hobea. “Kazetaritza elektronikoa” terminorik ospetsu eta ezagunena da, baina ez da oso homologagarria gure mugetatik kanpo. Internet agertu eta ospetsu egin baino lehen, terminoa telebistako informazio-kazetaritza izeneztatzeke erabiltzen zen. Oraindik erabiltzen da eremu horretan, eta Estatu Batuetan horixe da hark duen adiera bakarra. Gure azterketa-eremua apur batez mugatzearen, adjektiboak pila genitzake. Esate baterako, “Multimedia kazetaritza elektronikoa elkarreragilea”. Horrela, definizioan dauden beharkizun guztiak betetzen ez dituzten beste era batzuetatik bereiz dezakegu hura, esate baterako, teletestutik. Hala ere, terminoa luze-egia da. *Mea culpa*, zeren eta hau idazten ari naizen honek idatziz behin baino gehiagotan erabili baitut.

“Kazetaritza digitala” terminoa ere maiz erabiltzen da. Termino hori ezartzen ari bide da. Hala ere, baditu arazoak. Internet-en sortzen den kazetaritza telebista eta irrati digitalen bitartez hedatzen dena bezain digitala da. Hori dela eta, onartzen badugu, zakua handi samar geratuko zaigu. Are gehiago, ordenadore-pantaila batean “irakurria izateko sortutako kazetaritza” kazetaritza digitala dela esaten badugu, euskarri fisiko informazio-produktuak (esate baterako, CD-ROMekoak) ere kazetaritza digitalari dagozkio eta, publikoaren ikuspuntutik arrakasta urrikoak diren arren, teknikak garapen hobek egitea ahalbidetzen duen bideak dira. Eta hori multimedia da, horrelakoa ez den irratiko eta telebistako kazetaritza digitalaren aldean (ikus-entzunezkoa multimediararen agerpen

beharbada motela dela onartzen ez badugu ez litzateke gehiegi izango hori onartzea).

Orduan, “lineako kazetaritza”ra joan behar dugu, nabarmendu gura duguna hori bada; eta, jakina, hori da ingeleraz hitz egiten den munduko aldeetan ezartzen den terminoa (*online journalism*). Gaztelaniaz “Internet-eko kazetaritza”z ari bide gara, eta hori da, izan ere, sare telematiko ezagun eta ospetsuena, bakarra ez baina. Hori dela eta, beharbada hobe izango litzateke “kazetaritza telematikoa” (txit txirri-porroa, zalantzarik gabe, eta erabiligabea) edo “ziberguneko kazetaritza” (gauza bera: inork ez du erabiltzen). Definizio asko daude, izena (*kazetaritza*) komunean dutenak. Adjektiboa, aldiz, aldatu egiten da. Jakina, bakoitzak nahiena duena edo kome ni zaiona erabiliko du.

Edonola ere den, gaur egun, nire ustez, guztiok dakigu, gutxi gorabehera, zertaz ari garen: orokorrean kazetaritza beren negozio nagusi bihurtu duten enpresek kazetaritzaren ogibideko erregelen arabera landu eta zerbitzatutako egungo informaziorako kazetaritzako informazio-produktuez, Internet-en edo beste sare telematiko batzuetan jartzen direnez.

Horrela bada, gure ustez, ez genuke horrezaz bakarrik egin behar hitz, ezta haiei kazetak deitu ere, nahiz eta beraietarik gehienak oraingoz horrelakoa izan. Kazetaritzaz hitz egingo dugu, jakina, baina ez derrigorrez kazetez¹. Nahiz eta “periodismo” eta “periódico” etimologikoki ahaidetuta egon, kazetaritza kazetagintza baino zerbait gehiago da aspaldidanik. Internet-ek ahalbidetzen duena informazioa etengabe berriztatzea da. Hori ez zen posible inprentarekin, zeinek ezartzen baitu, egia esan, arazo teknikoengatik, aldizkakotasuna. Irratiak eta telebistak ere ez dute hura gainditzen. Izan ere, azkenean, ordu-emisioarengatik, informazio-tarterik gehienak ere aldizkakoak dira. Internet-ek ez du aldizkakotasunaren langa bakarrik gainditzen, baita gunearena eta, are, nahi bada, denborarena ere. Errazkiago esatearren, informazio-produktu bat sarean jarri, albisteak gertatu ahala berriztatu eta zuzenean (era berean, ahal den neurrian, ez dugu “benetako denboran” anglizismoa erabili nahi) eman eta eduki horiek atzitu ahal dira, nondik-eta edozein lekutatik eta noiz-eta edozein unetan.

¹ Eta are gutxiago “egunkari”ez, nahiz eta sarean ageri diren informazio-produktu batzuk egunkariak izan. Gaztelaniaz “periódico” terminoa “aldizkako argitalpenaren baliokidetzat baino gehiago “egunkari” terminoaren baliokidetzat hartu ohi da. “Periodismo” hitzak berak, berriemailearen jarduera definitzeko gaur egun onartuena denak, guregandik hurbileneko hizkuntzarik gehienetan eguneroko aldizkakotasunetik (*periodicidad diaria*) harturik du erroa: galizieraz *xornalismo* da, katalanez *jornalisme*, ingeleraz eta frantsesez *journalism* eta italieraz *giornalismo*. Euskarak salbuespena dakar, *kazetaritza* edo *kazetagintza* hitzaren erroa *kazeta* baita.

Besterik da hori egitea. Oraingoz, Internet-en kazetak ikus ditzakegu gehienbat. Hau da, kazeta inprimatuak produzitzen dituzten eta, beren tradizioko produktuetan oinarriturik, Internet-en gutxi gorabehera informazio bera eskaintzen duten enpresek prestatutako informazio-produktuak. Gauzak horrela, oraingoz, eta gauza zehatz batzuei begira, kazeta elektronikoez hitz egingo dugu, nahiz eta kazeta elektronikoak ez diren beste gauza horren interesgarri edo interesgarriago batzuk egon: CNN Interactive bezalako informazio-produktuak, aldizkako ez den informazio-*continuuma* eskaintzen dutenak.

Hori gorabehera, egunkari elektronikoen ere aldizkakotasunaren langa inoiz apurtu dute. Gogora dezagun Pinochet kasua: britainiar lordek, lehenik, 1998ko azaroan eta, gero, 1999ko martxoan, espainiar epaile instruktoareak eskatutako estradizioa eman edo onartzea erabaki zuten. Espainiako egunkari elektroniko batzuek (hau da esanguratsua, guztiek egin ez baitzuten) albistea berehala plazaratu zuten, beren edizio elektronikoak aldatu zituzten, eta, are, arratsalde erdian erabakiaren testu osoa sartu zuten. Are gehiago, baten bat itzulpena egin ahala irakurleen begietan jartzten joan zen. Espainiako kazetaritza elektronikoaren panorama herabetian ezer aldatzen hasita dagoen seinalea al da hori?

4. Azterketa-ildoak

Ikusi dugunez, kazetaritza elektronikoa produktu berria da, ezaugarri definitzaileak eskaintzen dituen. Ezaugarriok direla eta, ezaugarri berezieki-ko azterketa-eremua da. Ezaugarri horiei buruz luze eta zabal egin daiteke hausnar. Kasurik gehienetan, azterketa-eremuak tradizioko bideek dituztenak dira, baina aztergaiak bere berezitasunak ezartzen ditu. Bide berriei (Armañanzas, Díaz Noci eta Meso, 1996; Guérin, 1996; Champignac, 1995) edo Internet informazio-iturri bezala erabiltzeari (Gach, 1994; Reddick eta King, 1995) buruzko azterketa orokorren lehenengo fasearen ostean kazetaritza elektronikoen alderdi zehatzei buruzko azterketa espezifikoek etorri beharko dute. Bide elektronikoen berriak gazteak izan arren, argi dago beraien historia bat taxutu ahal dela. Argi dagoenez, ez da izenburu-eta data-zerrenda huts bat egin behar, baita azalpena eta interpretazioa ere, informazio eta teknologi fenomeno berriak berekin dakarren iraganari begira (oraingoz iragan hori oso oraintsukoa da). Horri begira oso iradokigarria da Gerhard Schulzeren testua (1996).

Internet inprentarekin erka daitekeen iraultza dela uste dutenek, eta, era berean, tradizioko bideak berehala ordeztzen ez dituelako hura horrelako iraultza ez dela uste dutenek, testu hori eta inprentaren hasierako gizarte historia bikainarekiko haren erkaketa dituzte aztertze eta hausnar egiteko beharrezko zioak. Horrelako historia bat Elizabeth Eisenstein-ena da (*The Printing Revolution in Early Modern Europe*, Cambridge University Press, 1983; gaztelaniazko itzulpena: *La revolución de la imprenta en la edad moderna europea*, Akal, Madril, 1994).

Ondo dator Anthony Smith-ek kazetaritza elektronikoen “iraultza” horren lehenengo faseari buruz egindako lan bikaina berriro irakurtzea, zertarako-eta haren aurrikuspenak zein puntutaraino betetzen doazen egiaztatzeko (Smith, 1980), baita haren ildo bereko ondorengo lanak ere (Smith, 1985 eta 1991).

Albistegi elektronikoen berrion produkzioak (Paul, 1995) irakaskuntzarako eta irakaskuntzarako joalde batzuk eskaintzen ditu, Unibertsitatearen funtzio bietarakoak alegia. Internet-en kazeta elektronikoen argitaratzearen

Gomendatutako irakurketa

Eisenstein, Elizabeth (1994). *La revolución de la imprenta en la edad moderna europea*, Madrid: Akal.

Gomendatutako irakurketa

Smith, Anthony (1980). *Goodbye Gutenberg. La revolución del periodismo electrónico*. Barcelona: Gustavo Gili.

alderdi orokorrak J. Fowlerren artikulu bateko gaiak dira (1996). Produktu berrion diseinua aztertzen hasi dira (esate baterako, Wilson, 1995). Baina, beste alde batetik, web orrialdeen diseinuari buruzko bibliografia oso zabala gehiegi geldi daiteke HTML lengoaia azaltzeko; eta apur batez, estilo-aferetarako. Logikoa denez, alderdi teknikoak nagusi dira lehenengo etapan. Web orrialdeak argitaratzeko azken programa-belaunaldiak, bide inprimatuaren kasuan autoediziorako edo testua tratatzeko programekin gertatu zen bezala, ez dio erabiltzaileari eskatzen pantailan ikusten denaren atzean ezkutaturik dagoen kodea (izan ere, hark ez du berau ikusiko) eta bukaerako emaitza izango dena ezagut ditzan. Hau da, haiek WYSIWYG (*what you see is what you get*, "ikusten duzuna lortuko duzu"). Horrek alderdi tekniko huts-hutsen diseinutik askatzea ahalbidetuko du, eta kontzeptualaren azterketara igotzea. Zalantzarik gabe, hori lehenengo urratsa izango da eta beraren oste-ostean beste bat egin beharko da, orokorreko diseinu elektronikotik ezaugarri bereziekiko kazetaritza-diseinu zehatzera.

Agiri elektronikoetarako testuak idaztea da ikertzen hasi garen beste eremu bat da. Profesional asko (Nelson, 1996) beren buruari bide berrien idazkerako aldaketei buruz galde egiten hasita daude. Lehen hipertestu-kontzeptua aipatu dugu, baita horrek berekin dakartzan sekuentzialtasun-apurketa, estrategia erretoriko berriak eta abar ere. Fase hori, gure ustez, produktu elektroniko berriaren benetako erretorika bezala multimedia (eta hipermedia) diskurtsoaren benetako azterketa izan behar duenera sartzeko maila bat da (Díaz Noci, 1994).

Sarritan gogorarazi da ezen, irratia sortu zenean, albistegiak kazeta-testuak irakurtze hutsak izango zirela esan zela eta, gero, telebista asmatu zenean, "irudiekiko irratia" bat bezala definitu zutenak egon zirela. Horrela bada, logikari jarraiki aurreko bideak oinarri izan ziren lehenengo uneen ostean, laster irratia kazetaritza idatziaren erretorika testualetik askatu zen eta telebista irudiekiko irratia baino zerbait gehiago bihurtu zen. Bide biek beren idiosinkrasia berezia itxuratu zuten eta beren erretorika berezia erai-ki. Askotan kazetaritza inprimatuaren menpean egon arren (enpresa-arrazoiengatik-eta), informazio-produktu elektronikoak eredu testualetik askatzen hasi dira, halaber (Lobiatti, 1996). Badaude bide elektroniko zehatz batzuei buruzko azterketak (Collins eta Berge, 1994), edo diskurtso berriaren alderdiei buruzkoak (Donovan, 1995; Dubie, 1994) kontutan hartuak izatea merezi dutenak. Ezinbestekoa da eremu akademikoan informazio-diskurtso elektronikoaren estrategia erretoriko berriak ikertu eta kazetari-tzaren irakaskuntzarako aplikatzea (Berge eta Collins, 1995; Krause, 1995; Harper, 1996).

Gomendatutako irakurketa

Landow, George P. (1995). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós.

Jakina denez, horrek irakurtzeko aztura berriak ekarriko ditu (Chaptal, 1993; Homolka, 1996: 115-117; Harter eta Kim, 1996). Bide berrien ezau-garri batzuk, berauetako batzuk kaltegarriak, agerian jarri dituzten autoreak daude. Esate baterako, isolamendua (Caldwell eta Taha, 1993). Edozein kasutan, bide berriak irakurleari ezartzen bide dio informazioa bertatik nabigatuz berreskuratzeko metodo berria (Rodríguez de las Heras, 1991). Enpresaren eremuan, eta profesionalaren edo kazetariaren ikuspuntutik, lanaren antolakuntzan eta lanbidean elkarren ostean etorriko diren aldatetetan arreta jarriko duen ikerketa-ildo bat dago. Badaude Borrelena (1995) bezalako hausnarketak, kazetarien eginkizun berriari buruzkoak, eta enpresek bide berrien aurrean hartu beha duten jarrerari buruzkoak (Katz, 1995).

Jakina, kazetaritza elektronikoari buruz zabaltzen diren ikerketa-eremu posibleak agortzen erabat saiatu barik, derrigorrezkoa da Zuzenbidea aipatzea, bai Zuzenbide publikoko eta pribatuko alderdiak. Leku batean sortzen diren eta munduko edozein aldetatik atzitu ahal diren produktu elektronikoak nazioz bestalderatzeak eta lehen azaldutako ezaugarriek (multimediatasunak, zehazki) galdera batzuk planteatu dituzte. Esate baterako, nola egin aurre Internet-en bitartez buru daitezkeen delituei eta neurrigabekeriei. Kazetaritza elektronikoari dagokionez, hitz eta literatura ugari egin diren adierazpen-askatasunaren mugei buruzko arazoak aplikatu ahal dira. Filadelfiako Goren Goreneko Dolores Sloviter epailearen erabakia horri begira esanguratsua da. Hark konstituzioaurkako adierazi zuen Communications Act delakoa. Haren bitartez Estatu Batuetako Kongresuak Internet-eko pornografi edukiak zentsuratu nahi zituen (Estatu Batuetako kazeta-argitarazle eta kazetari-elkarte batzuek eta beste enpresa eta erakunde batzuek aurkeztutako errekurso bati jarraiki). Kazetaritza elektronikoan eragin berezia duten Zuzenbide publikoko beste alderdi bat publizitatearen bitartez egindako ohorearen kontrako delituena da Hori nazioarteko egiten da kasu horretan. Horri legeria batzuetan “libelo” deitzen zaio, eta Espainian irainak eta kalumniak. Egia esan, arazo zaharrak dira, teknologia berri bat etortzeak ideiak zabaltzeko aukera handiagoa ekartzen duen bakoitzean berriztatu diren eta jendaurrera agertzen direnak (eta horri begira, zentsura-eskaerak eta jarrera alarmistak ez dira Gutenbergek inprenta asmatu zuenean dituela bost mende planteatu zirenen oso ezberdinak). Badaude horri buruzko artikulu asko, Espainian ere baten bat bai (e.b., O’Callaghan, 1996).

Zuzenbide pribatuari dagokionez, multimedia obren jabetza intelektuala-
ren eta egilearen eskubideek eta legez kontra kopiatzeko eta aldarazteko
errazak diren teknologia digitalen bitartezko eskubideon babesak eta

Gomendatutako irakurketa

Rodríguez de las Heras, Antonio (1991). *Navegar por la información*. Madrid: Fundesco.

mundu mailako ia berehalako hedakundeetarako eskubideek legelarien gogoeta ekarri dute. Gaiari buruzko halako bibliografia bat dago, batez ere iparramerikarra (Cavazos eta Morin, 1994: 47-66; Hoffman-Riem, 1996) eta frantsesa (Bensoussan, 1996; Demnard-Tellier, 1996; Huet, 1996), baita gai horiei guztiei eztabaidatzen diren nazioarteko gunek ere. WIPO (World Intellectual Property Organization) delakoaren Genevako azken bilerak, 1996ko abendukoak, mahai gainean jarri ditu teknologia berriak etortzearekin jabetza intelektualaren eta egilearen eskubideekin lotutako arazo asko, baita Espainian ere (egile batzuk, 1996: 51-70 y 71-110). Badaude kontuoi buruzko testuak.

Gomendatutako irakurketa

Díaz Noci, Javier (1999). "Derechos de autor en el periodismo electrónico". En Díaz Noci, Javier; Meso Ayerdi, Koldo. *Periodismo en Internet*. Bilbo: Euskal Herriko Unibertsitatea.

Ondorioak

Oraindik hasi berria den kazetaritza elektronikoaren alderdiak errebasatze soil honen bitartez agerian jarri gura izan denez, kazetaritza elektroniko hori aztergai bezala itxuratzen da, jarduera akademikoaren ikuspuntu askotatik aztertu ahal den ikergai bezala. Bai ikerketa-aldean bai irakas-kuntza-aldean beharrezkoak dira daudenei batzen zaizkien eta produktu elektroniko berriak produzitu eta hartzearen alderdiak jorratzen dituzten azterketa gehiago. Ikusten dugun bezala, Komunikazioaren eta Kazetari-tzaren ikertzaileari zabaltzen zaio jarraitu behareko lerro nahikoa. Horre-lako lerroei buruz hausnar egin behar dugu.

Azkenik, kazetaritza elektronikoaren azterketa-alderdiotako edozeinetan sartzea erabakitzen duenarentzako interesgarritzat jotzen ditugun helbide elektronikoen zerrenda eta bibliografi zerrenda eskaini ahal dugu. Horrek ez du izan gura, esan dugun bezala, informazio-fenomeno berri honen ikuspuntu ezberdinekiko interesa agertzen hasteko abiapuntu ona egote-ko zerrenda zehatz baina nahikoa.

Jarduera

1. Hainbat espainiar egunkari nabigatzea, Euskal Herriko Unibertsitateko Kazetaritza II. Sailaren argitalpen elektronikoen datutegitik abiatuta (<http://www.pd.lp.ehu.es/laboratorio>).
2. Bibliografian aipatutako artikuluko elektroniko nagusietako batzuk bilatu eta azaltzea.
3. Testuan aipatutako bibliografiara joz ezagupenak osatzea.

Autoebaluazio-ariketak

1. Zenbat egunkari edo aldizkari elektronikoko ezagutzen dituzue? Zeintzuk? Noiz edo noizero atzitzen dituzue?
2. Zehaztasunez ulertu dituzue aipatutako oinarrizko kontzeptuak? Aipa zenezakete kontsultatutako egunkari elektronikoenetatik lortutako adibideren bat?
3. Espainiako kazeta elektronikoko nagusietatik, zein nabarmenduko zenukete testuan aipatutako ezaugarriak betetzen dituelako?

Bibliografia (iturri inprimatuak)

- ARMAÑANZAS, Emy; DÍAZ NOCI, Javier eta MESO, Koldo (1996): *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Bartzelona: Ariel.
- ASSENATO, Lucilla (1994): "Destinatario, tutto si fa per te", *Problemi dell'in - formazione. La televisione interattiva: scenari e prospettive negli USA e in Europa*, anno XIX, 1 zk., 1994ko martxoa, 63-67 orr.
- BARNES, Sue (1994): "Hypertext Literacy", *IPCT. Interpersonal Computing and Technology*, Volume 2, Number 4, October 1994. Washington DC: Center for Teaching and Technology, Academic Computer Center, Georgetown University, 24-36 orr.
- BELL, H.K. (1996): "The Learned Society, Journals and the Internet", *Lear - ned Publishing*, July 1996, 9 (3), 163-166 orr.
- BENSOUSSAN, Alain (dir.) (1996): *Internet. Aspects juridiques*. Paris: Hermès.
- BERGE, ZANE L.; COLLINS, MAURI P. (1995): *Computer Mediated Communication and the Online Classroom*. Cresskill NJ: Hampton Press.
- BETTETINI, Gianfranco; COLOMBO, Fausto (1995): *Las nuevas tecnologías de la información*. Bartzelona: Paidós.
- BOLTER, J.D. (1991): *Writing Space: The Computer, Hypertext and the History of Writing*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- CALDWELL, BARRETT S.; TAHA, LILAS H. (1993): "Starving at the banquet: Social Isolation in Electronic Communication Media", *IPCT. Interper - sonal Computing and Technology*, Volume 1, Number 1, January 1993. Washington DC: Center for Teaching and Technology, Academic Computer Center, Georgetown University. Caridad, Mercedes, eta Moscoso, Purificación (1991): *Los sistemas de hipertexto e hipermedios. Una nueva aplicación en informática documental*. Madril: Fundazioa Germán Sánchez Ruipérez.
- CAVAZOS, Edward A.; Gavino MORIN (1994): *Cyberspace and the Law. Your Rights and Duties in the On-Line World*. Cambridge (Massachusetts): The MIT Press.

- CERDAN, Michel (1990): "The role of 'Libération' in Minitel, the first interactive mass medium", IFRA. *Newspaper Techniques*, June 1990, Munich, pp.. 44-46.
- CHAMPIGNAC, Pierre (1995): *Préfiguration de la presse électronique: les leçons de la télématique*. París: SJTI/Documentation française.
- CHAPTAL, Alain (1993): "Les habits neufs du multimédia", *Médiaspouvoir*, 31-32 zk., Paris.
- CLOUTIER, Jean (1994): "L'audioscriptovisuel et le multimedia", *Communication et langages*, 99 zbk., Paris: Editions Retz, 42-53 or.
- COLLINS, MAURI P.; BERGE, ZANE L. (1994): "IPCT Journal: A Case Study of an Electronic Journal on the Internet", *Journal of the American Society for Information Science*, December 1994, 45 (10). Calder/Washington D.C.: Penn State University/Georgetown University, 771-776 or.
- DEMNARD-TELLIER, Isabelle (dir.) (1996): *Le multimédia et le droit. Internet, off line, on line*. París: Hermès.
- DÍAZ NOCI, Javier; KOLDO MESO (1997): *Medios de comunicación en Internet*. Madril: Anaya.
- DONOVAN, Deirdre C. (1995): "Computer Mediated Communication and the Basic Speech Course", *IPCT. Interpersonal Computing and Technology*, Volume 3, Number 3, October, 1995. Washington DC: Center for Teaching and Technology, Academic Computer Center, Georgetown University, 32-53 or.
- DUBIE, W. (1994): "Networks: The Impact of Electronic text Processing Utilities on Writing", *Journal of Social and Evolutionary Systems*, 17 zbk. (2). Littleton: Northeastern University, 127-166 or.
- ECHEVERRÍA, Javier (1994): *Telépolis*. Bartzelona: Destino.
- ECHEVERRÍA, Javier (1995): *Cosmopolitas domésticos*. Bartzelona: Anagrama.
- FOWLER, J. (1996): "Publishing and the Internet Journals", *Learned Publishing*, April 1996, 9 (2), 95-97 or.
- GIOVANETTI, Pierangelo (1995): "Il futuro in laboratorio: daily me e flat panel", *Problemi dell'informazione*, anno XX, 2. zenbakia, giugno, 195-203 or.
- GUÉRIN, Serge (1996): *La cyberpresse. La presse et l'écrit off line, on line*. Paris: Hermès. Harter, S.P.; Kim, H.J. (1996): "Accesing Electronic Journals and Other E Publications: An Empirica Study", *College and Research Libraries*, September 1996, 57 (5). Bloomington: Indiana University, 440 or. eta hurrengoak.

- HOFFMANN-RIEM, Wolfgang (1996): "Regulating for Cultural Standards: A Legal Perspective", 92-107 or. Kenneth Dyson eta Walter Homolka (ed.-ak): *Culture First! Promoting Standards in the New Media Age*. London: Cassell.
- HOMOLKA, Walter (1996): "Nothing Can Replace reading", 108-128 orr. Kenneth Dyson eta Walter Homolka (ed.-ak.): *Culture First! Promoting Standards in the New Media Age*. London: Cassell.
- HUET, Pierre (dir.) (1996): *Le droit du multimédia. De la télématique à Internet*. Paris: Les Éditions du Téléphone.
- ITÉANU, Olivier (1996): *Internet et le Droit. Aspects juridiques du commerce électronique*. Paris: Eyrolles.
- LANDOW, George P. (1995): *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós.
- MCADAMS, Melinda (1995): "Inventing an Online Newspaper", *IPCT. Interpersonal Computing and Technology*, Volume 3, Number 3, July 1995. Washington DC: Center for Teaching and Technology, Academic Computer Center, Georgetown University, 64-90 or.
- MCKENNA, Kate (1993): "The future is now. Newspapers are overcoming their fears of technology and launching a wide array of electronic products", *American Journalism Review*, October, pp. 17-20.
- NIELSEN, Jakob (1995): *Multimedia and Hypertext*, AP professional.
- O'CALLAGHAN, Xavier (1996): "La autolimitación de la libertad de expresión", *Revista Jurídica Española La Ley*, 1996, 1. zk., 1605-1606 or.
- OLAECHEA LABAYEN, Juan (1985): "Las publicaciones periódicas científicas y la difusión electrónica", *Anabad-eko Buletina-n*, XXXV, 4. zenbakia, 493-505 or.
- PARASCANDOLO, Renato (1994): "Esperienze e riflessioni di una produzione multimediale", *Problemi dell'informazione. La televisione interattiva: scenari e prospettive negli USA e in Europa*, anno XIX, 1. zk., martxoa, 69-84 or.
- POSTMAN, Neil (1996): "Defending Ourselves Against the Seductions of Eloquence", 24-34 orr. Kenneth Dyson eta Walter Homolka (ed.-ak): *Culture First! Promoting Standards in the New Media Age*. London: Cassell.
- PRESTINARI, Paolo (1994): "Un approccio concettuale", *Problemi dell'informazione. La televisione interattiva: scenari e prospettive negli USA e in Europa*, anno XIX, 1. zk., martxoa, 13-33 or.
- REDDICK, Randy; Elliot KING (1995): *The Online Journalist: Using the Internet and Other Electronic Resources*, London: Harcourt Brace College Publishers.

- RODRÍGUEZ DE LAS HERAS, Antonio (1991): *Navegar por la información*, Madril: Fundesco. Schulze, Gerhard (1996): "On the Thresold of a new media in Media History: What Follows the Period of Technological Innovation?", 35-56 orr. Kenneth Dyson eta Walter Homolka (ed.-ak): *Culture First! Promoting Standards in the New Media Age*. London: Cassell.
- SAMUELSON, Pamela; BROWNING, John (1997): "Confab Clips Copyright cartel. How grab for copyright powers was foiled in Geneva", *Wired*, 5.03, March 1997, 61-64 or.
- SMITH, Anthony (1980): *Goodbye Gutenberg. The Newspaper Revolution of the 1980's*, Oxford-New York: Oxford University Press (gaztelaniazko itzulpena (1983): *Goodbye Gutenberg. La revolución del periodismo electrónico*. Bartzelona: Gustavo Gili).
- SMITH, Anthony (1985): *Informática y comunicación*, Valentzia: Generalitat de Valencia. Smith, Anthony (1991): "Predicciones para una década", 155-162 orr. *Comunicación Social 1991. Tendencias. Informes anuales de Fundesco-n*, Madril: Fundesco. Stodolsky, David S. (1994): "Telematic Journals and Organizational Control: Integrity, Authority, and Self-Regulation", *IPCT. Interpersonal Computing and Technology*, Volume 2, Number 1, January 1994. Washington DC: Center for Teaching and Technology, Academic Computer Center, Georgetown University, 50-63 or.
- EGILE BATZUK (1994a): *Apuntes de la sociedad interactiva. Autopistas inteligentes y negocios multimedia*. Madril: Fundesco, Colección Encuentros, 2.
- EGILE BATZUK. (1994b): *Telecommunications and Interactive newspapers*, Editor & Publisher, zk. berezia, February 12, 1994.
- EGILE BATZUK (1996): *El derecho de propiedad intelectual y las nuevas tecnologías*. Madril: Kultura Ministerioa.
- WILLIAMS, F.; R. RICE.; E. ROGERS (1988): *Research Methods and the New Media*, New York: Free Press.
- WILSON, Stephen (1995): *World Wide Web Design Guide*. Indianapolis: Hayden Books.

Informazio telematikoko zerbitzuak

Javier Díaz Noci

Irakasle titularra

Giza eta Komunikazio Zientzien Fakultatea

Euskal Herriko Unibertsitatea

Aurkibidea

Sarrera	35
1. Posta elektronikoa (e-mail)	37
2. FTP edo fitxategi-transferentzia	38
3. Gopher	39
4. World Wide Web	40
Jarduera	41
Autoebaluazio-ariketak	42

Sarrera

Gaur egun, World Wide Web (WWW) edo, euskaraz *Mundu Zabaleko Ama-rauna* Internet-eko zerbitzu nagusia da. Hala ere, ezagutu behar diren beste batzuk egon dira eta daude. Beraietako bat, posta elektronikoa, Sareko lehenengoa izan zen eta 30 urtetan erabilena izan da, egun, erabiliena izaten dirau. Zerbitzu biokin batera, beste batzuk daude, gaur egun urrikiago erabiliak diren arren Internet-en present daude oraindik.

Oharra: Lezio honen testua honako liburu honen 2. atalean dago osorik, 54-62. orrialdeetan:

Armañanzas, Emy;
Díaz Noci, Javier;
Meso, Koldo (1996).
El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio. Barcelona: Ariel, págs.

Hemen dagoen testua atal horren laburpena baino ez da.

1. Posta elektronikoa

Posta elektronikoa bezala ere ezaguna den sare telematikoen zerbitzu honek sareko leku zehatz batean present dagoen edo ez dagoen edozein erabiltzailereri mezuak bidali eta jasotzea ahalbidetzen du, munduko edozein aldetatik, tradizioko postak baino askoz azkarrago. Posta elektronikoa ez du zuzeneko solaskiderik behar. Izan ere, informazioa postontzira biltzen da eta berau erabiltzaileak edozein unetan ireki dezake. Erabiltzaile horrek helbide elektronikoa du, zeinek Internet osoan identifikatzen baitu.

Informazioa era azkarrean trukutzen da, degradaziorik gabe, benetako denboran. Horrek komunikazioaren munduan ahalbide berriak zabaltzen ditu.

POPeK (Post Office Protocol-ek) ordenadorearen erabiltzaileari posta-programa bat izan ahal izatea ahalbidetzen dio, POP protokoloaren bitartez bere posta-zerbitzariarekin konektatzea eta, bere sARBIDEKO gakoaz eta izenez identifikatu ostean, bere posta bidaltzea. Programa horrek erabiltzailerari ahalbidetzen dio posta elektronikoa bitartez banatzeko zerrendetan (*mailing lists* direlakoetan) parte hartzea ere. Berauek erabiltzaile askori mezu berdina bidaltzea ahalbidetzen dute, gai zehatz bati buruzko informazio eguneratua jasotzea eta abartzea. Dena den, beharrezkoa da aurretik posta-zerrendotan izena emanda egotea. Informazioa berehala eta automatikoki bidaltzen da gure postontzira posta elektronikoz..

Ia kazeta elektronikoa guztiek (eta Internet sareko eta beste sare telematikoetako zerbitzu elektronikoa ia guztiek) kazeton zuzendariei, arduradunei eta erredaktoreei posta elektronikoa bitartez mezuak bidaltzeko aukera sartzen dute.

Aldaera bat posta elektronikoko helbide batera hipertestu-lotura bat izan beharrean web orrialdean formulario bat diseinatzea da, irakurleei buruzkoak diren eta haiei beren bezeroen ahalik eta profil zehatzena prestatzen laguntzen dieten datu zehatz batzuk –adina, enplegua, zaletasunak, jatorria eta abar– ezagutzeko edo benetan denboran eta berehala egungo gai zehatz batzuen gaineko inkestak egin ahal izateko.

Posta elektronikoa publikoaren eta enpresaren arteko elkarreragina sustatzeko ezinbesteko tresna da.

2. FTP edo fitxategi-transferentzia

FTP File Transfer Protocol (Artxiboak Transferitzeko Protokoloa) delakoa-
ren siglei dagokie. Ordenadoreen arteko konexioa eta fitxategi-transferen-
tzia ahalbidetzen duen komunikazio-protokoloa da. Beraren hasierako hel-
burua ikertzaileek azkar eta erraztasunez berreskuratu ahal duten informa-
zioa biltzeko zentro egonkorak sortzea da. Hura ordenadoreak konekta-
tzeko metodoa da, elkarrengandik urrun dauden erabiltzaileei elkarri infor-
mazioa eskualdatzea ahalbidetzen diona. Horrela, FTP delakoa da sarean
dauden ehunka artxibo transferitu eta atzitzeko Internet-en erabilitako
protokoloa. Haietatik herri jabariko agiri eta programa, software, irudi,
soinu edo hots, bideo eta abar asko lor daitezke. Hura Telnet-ekin eta posta
elektronikoarekin batera ezarri zen lehenengo zerbitzuetako bat da.

Internet-en ordenadorera sartzeko beharrezkoa da erregistratuta egotea
eta erabiltzaile-izen (Username) bat eta sarbideko gako (Password) bat iza-
tea. FTP delakoaren bitartez konektatzeko, erabiltzaileak konektatu ahal
izateko sarbideko gakoa den hitz bat izan behar du. Zorionez, FTP zerbi-
tzariak beste sarbide maila bat ahalbidetzen dute, orokorrean *anonymous*
bezala aipatua.

FTPko zerbitzariak ugaltzen ziren neurrian, erabiltzaileei aurre egin behar
zioten arazoa pilatuz joan zitzaien: programa zehatz bat bilatzeko zerbi-
tzari guztietan zehar nabigatu behar zuten behar zuten programa edo agi-
ria aurkitu arte

World Wide Web delakoa agertu arte bi sistema ospetsuenak Wais (eremu
zabaleko informazio-bisorea) eta Archie izan dira.

3. Gopher

Geroxeago, 1991n, Minnesotako Unibertsitateak Gopher delakoa sartu zuen, mota orotako testu- eta irudi-artxiboetara, beste menu batzuetara eta beste *gopher* zerbitzari batzuetara sartzea ahalbidetzen zuena.

Gopher Internet sare osotik banatutako zerbitzuei buruzko informazioa prozesatu eta ematen duen zerbitzaria da. Internet-era sartzea ahalbidetzen duen aplikazioa da, lortu nahi den agiria datutegi zabal batean bilatu eta gaineratik irakurtzea. Era berean, erabiltzailea artxiboekin eta datutegiekin konektatzen du. Bera erabiltzeko gopher programa berezia erabiltzen da, Minnesotako Unibertsitatean bertan kokatuta dagoen gopher zerbitzariarekiko konexioa burutzen duena.

4. World Wide Web eta HTML lengoaia

Gaur egun, zibergunearen mundua, konexio telematikoen mundua, Internet-ek menperatuta dago, zein, gizarte hierarkikoki antolatuari baino gehiago, kontzeptu bati baitagokio, “sare-sare” bati.

World Wide Web tresnak zientzi beharrianak ditu jatorri. 1989an, Tim Berners-Lee eta Robert Callou fisikariek, garai hartan Suitzako Genevako CERN Partikulen Fisikako Zentro Europarreko ikertzaileak zirenek, WWW asmatu zuten, hipertestua eta hipermedia osatzen dituzten aurkezpenak prestatzea ahalbidetzen duen eta, hortaz, testua, irudiak, soinua eta bideoa eskaintzeko gai dena. 1991n, Estatu Batuetako Illinoisko NCSAk (National Center for Supercomputing Applications) eta Massachusetts Institute of Technology-k (MIT ezagunak) proiektuarekin bat egin zuten. Tresna hau nabarmen garatu zen ondorengo urteetan, eta, egin-eginean ere, esan daiteke ezen egun Internet-en estandarra dela, Mosaic eta Netscape bezalako programa nabigatzaileak (zabalduenetako bi bakarrik aipatzearen) agertu zirenetik bereziki.

WWW zerbitzariak hipertestu eta hipermedia loturen bitartez kontzeptu batzuetatik bestetara jauzi egitea ahalbidetzen dute, baita konexio batzuetatik beste batzuetara ere.

Hori guztia hiru tresna estandarren bitartez lortzen da. Horiek honakook dira:

- a) HTTP protokoloa, edo HyperText Transfer Protocol delakoa. Beronen bitartez edonolako agiriak ordenadore batetik beste batera bidal daitezke, ordenadoreen sistema eragilea edozer delarik ere.
- b) URL, edo Uniform Resource Locator delakoa. Beronek sare informatikoetako baliabideak zerrendan jartzea eta lotzea ahalbidetzen du, hots, nabigatzailea lotura batzuen bitartez helbide batzuetatik beste batzuetara zuzentzen duen tresna da.
- c) HTML, edo HyperText Markup Language delakoa. Era berean, beronek ISO SGML (Standard Generalized Markup Language) estandarren espezifikazioak betetzen ditu.

Azken hori bereziki interesatzen zaigu, zeren eta hipertestu eta hipermedia agiriak prestatzea ahalbidetzen duen lengoaia baita, testu baten zati bakoitza beste batzuekin lotzeko beharrezko loturak barnean sartuta.

Jarduera

1. Emandako web orrialdean nabigatzea, eta gopher sistemaren, ftp sistemaren eta beste sistema batzuen bitartez informazioa berreskuratzeko erraztasuna eta antolaera egiaztatzea.
2. Euskal Herriko Unibertsitateak emandako posta elektronikoko helbidea duenak oraingoa du aurretik egin ez badu, dagokion tutorearekin konektatzeko du unea. Halaber, <http://www.ehu.es/correow> orrialdean posta-mezuak irakur daitezkeela egiaztatzea du, halaber.

Autoebaluazio-ariketak

1. Aipatutako web orrialdean proposatutako gopher edo ftp helbide-
etako testuak edo bestelako informazioa berreskuratzea.
2. Berreskuratutako informazioa tutoreari bidaltzea, posta elektroni-
koaren bitartez.
3. Gai-zerrendan aipatuta dauden web kazetaritza-orrialdeetakoren
bateko informazioa (testuala, ikonikoa, soinuena) berreskuratu eta
haiek posta elektronikoaren bitartez bidaltzea.

Internet-eko kazetaritzaren sorrera eta garapena

Javier Díaz Noci

Irakasle titularra

Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea

Euskal Herriko Unibertsitatea

Aurkibidea

Sarrera	47
Helburuak	48
1. Gizartear en informatizazioa eta informazio-zerbitzuen informatizazioa	49
2. Kazetaritza elektr onikoar en garapena Estatu Batuetan	52
3. Kazetaritza elektr onikoar en garapena Eur opan	55
4. Kazetaritza elektr onikoar en garapena Espainian eta Euskal Herrian	56
5. Zientzi aldizkariak eta digizineak	59
6. Agerkariak euskarri magnetikoan edo optikoan	60
Laburpena	61
Jarduera	62
Autoebaluazio-ariketak	63
Bibliografia	64

Sarrera

Ordenadoreak ezagunak dira PC (ordenadore pertsonala) 1980ko hamarkadan heldu zenetik. Era berean, haiek Internet paradigma den sareetan elkarrekin konektatzea dute. Hori guztia dela eta, egunkari elektronikoak ugari sortu dira urte gutxitan, edo zehazkiago esatearren, sareko informazio-produktu digitalak. Lezio honetan kazetaritza-produktu digital edo elektroniko horien lehenengo urratsak errepatatuko ditugu, bai fenomeno hasi den Estatu Batuetakoak bai Europakoak eta Espainiakoak. Euskal Herriak, horri begira aitzindaria ez den arren, baditu Internet-en ageri diren komunikabide elektroniko asko.

Honako testu hau hizpide dugun gaira hurbiltzeko modua besterik ez da. Lezio honetan azpimarratu gura dira, bereziki, Internet-eko kazetaritzaren sorreraren eta munduko lehenen urteen alderdi orokorrak –mendebaldeko mundukoena behintzat– eta kazetaritzaren beste agerpen digital batzuk, lineakoak edo euskarri fisikokoak, eta, nahiz eta Espainiako eta Euskal Herriko kasuen aipamen batzuk egin, beraiek *El periodismo electrónico* Díaz Nociren, Mesoren eta Armañanzasen liburuetako beharrezko kapituluena eta, batez ere, Internet-eko Espainiako kazetaritzaz eta euskal kazetaritzaz ari diren kapitulu bien irakurketarekin osatu behar dira, gai zerrendarekin bat etorririk. Euskarazko testuak atzitu gura dituzten ikasleek *Komunikabideen ereduak* Díaz Nociren eta Mesoren liburuko azken kapitulua kontsulta dezakete. Kapitulu hori euskarazko komunikabideen Internet-eko presentziaz ari da etengabe.

Derrigorrezko irakurketa

Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo (1996). *El periodismo electrónico*. Barcelona: Ariel.

Derrigorrezko irakurketa

Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo (1999). *Periodismo en Internet*. Bilbo: Euskal Herriko Unibertsitatea.

Gomendatutako irakurketa

Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo (1998). *Komunikabideen ereduak*. Bilbo: Euskal Herriko Unibertsitatea.

Helburuak

Modulu didaktiko honen helburuak honakook dira:

1. Gizarteak norberaren ordenadorea ezartzea eta hedatzea eta ordenadoreen arteko sare telematikoetako konexioa zergatik eskatzen duen jakitea.
2. Kazetaritza elektronikoaren Estatu Batuetako eta Europako jatorria zein den ulertzeko datuak ematea.
3. Gure inguru hurbil-hurbileko Internet-eko kazetaritzaren lehenengo urratsak, Espainiakoak eta Euskal Herrikoak, zein diren ulertzea.
4. Euskaldun ikasleen kasuan, euskararen komunikabide digitaletako presentzia norainokoa izan den jakitea.

1. Gizartearen informatizazioa eta informazio-zerbitzuen informatizazioa

Ez da berriz esan behar informatizazioa gaur egun gizarte eremu guztietara zabaldutako fenomeno dela eta, beraren eraginez, nabarmen aldatu dela eguneroko bizitza. Alde batetik, ekipoak tamainaz txikitu dira eta beraien prestazioak gehitu dira, eta, horrezaz ohartzeko, gela handiak harturik zituzten lehenengo ordenadoreak errazki maneiatu ahal diren egungo ordenadore eramangarriekin erkatzea daukagu, besterik gabe. Azken ordenagailuok gauza askoz gehiago denbora askoz laburragoan egiteko gai dira beraien aurreko ikaragarriko ordenagailutzarrak baino. Are gehiago, aurreikus daitekeen bilakaera antzekoa da. Hazkunde hori informazioaren antzekoa da. XIX. mendean, mende erdia behar zuten informazio kopurua bikoizteko. 1950ean, hamar urtero bikoiztua zen hura, eta 2000tik atzera, kalkulaturakoaren arabera, hiru urtero bikoiztuko da. Industria informatikoak oso bizkor hazten diren beharrianoi erantzun behar die, datuak prozesatzeko gero eta gaitasun handiagoarekiko ekipoak eskainiz.


Beste alde batetik, ordenadoreak erakunde edo enpresa handien eta zientzi gizakien ekonomiari eta buruari begirako eskuera tresnak izatetik etxe askotan erabiltzen diren etxetresna elektrikoak ia izatera pasatu dira. Bide batez esan behar dugunez, joera hori gero eta nabarmenagoa da. Izan ere, nonbait oso urte gutxitan telebista, telefonoa eta ordenadorea aparatu bakar bihurtuko dira eta aparatu hori etxerik gehienetan egongo da present.

Espanian, norberaren ordenadoreen salmenta 1983an hasi zen. Orduan, haiek oso garestiak ziren. Hamarkada bakar batean, gure herrian instalatutako norberaren ekipo informatikoen kopurua 134z biderkatu da.

Gizartearen informatizazioari buruzko hausnarketa ezagun eta zorrotzetako bat frantziar agintariak eskatuta Simon Nora eta Alain Minc irakasleek egindakoa da, hain zuzenean ere, horrelako izenburua duena: *La informatización de la sociedad*. Txosten hori iraultza informatikotzakoa den norberaren ordenadorearen sarreratik hurbil prestatu zen, 1980ko hamar-

kadaren hasieran. Hortaz, frantziar irakasle biek beren txostena egin zuten garaian ekipo informatikoak artean erakundeenak eta enpresenak ziren eta ordenadoreak ez zuen iritsia etxe-eremua.

Hala ere, informatikaren gizarte ezarpen ezberdin hori gorabehera, Nora-Minc txostenean planteatzen diren kontuetako asko erabat baliozkoak dira oraindik. Orduan, hura idatzi eta ia hogeitaz geroago oraingoan bezala, txosten horrek aurreikusitakoaren arabera, “iraultza informatikoa” (...) gainerakoak ahalbidetu eta bizkortzen dituen komuneko faktorea da” (Nora-Minc, 1980: 17); izan ere, informazioaren erabilerako elitismotik, informatikaren demokratizazioarekin, biztanle-espektro zabalak (mende-baldeko biztanleriarenak behintzat) informazio-fluxu handiak erabili eta izateko gai izatea. Norberaren ordenadoreak edo mikroordenadoreak, sareek eta telematikak egingo dute jauzi kualitatibo hori, orain murgilduta gaudena. Ordenadoreen erabilerari begirako inbertsio bat gertatu da: dituela bi hamarkada eskas, Nora-Minc txostena idatzi zen garaian, informatika gizarteko sektore gutxiengodun baina boteretsuen ondare eksklusibotsua zen, ekipo handi eta garestiak ordaindu ahal zituztenena; gaur egun industria informatikoa norberaren ekipoak ekoizteari begira jarrita dago bereziki. Ekipo horiek gehiengodunak dira gizartean.

Autoreok adierazi dutenez, informatikaren aurrerapena inprenta hartzeak ekarri zuen iraultzaren eta, are, idazketa asmatzeak ekarri zuenaren antzekoa da: “Antzekotasunak harrigarriak dira”, adierazirik dute Simon Norak eta Alain Mincek, “memoria zabaltzea; informazio-sistemak ugaltzea eta trukitzea; autoritate-ereduen aldarazpen posiblea” (Nora-Minc, 1980: 179). Beharbada egia dateke, eta hori kontutan hartu beharko dugu kazetaritza elektronikoen ezaugarriak aztertzeke orduan, balizko “iraultza informatiko”aren inguruko ideologiak “komunikazioaren prozesu teknikoetan gehiegizko enfasia eta edukian arreta urri-urria jartzen duela”. Izan ere, haien iritziz, “momentuz, teknologia informatikoa edukidun komunikabide berria barik garraibide berria da” (Postman, 1994: 155, 156). 


Tarte berri honetan, ordenadorea, edo eboluzio-eskala informatikoan horren ostean datorren etxetresna elektrikoa, behar bada, lehorreko bidetik (zuntz optikoko kablea) edo aire bidetik (uhinak) konektatutako telebista-, ordenadore- eta telefono-hibrido bat, horixe du berezko lekua kazeta elektronikoa. Eta bere fenomeno informatikoari buruzko ikuspegi oso ezkorra den Neil Postmanek ere J. David Bolterrekin batera onarturik du ezen ordenadoreak bestelako edizioa ekarri ahal duela, edizio elektronikoa, “idazketako teknologien tradizioa zabalduz eta jorituz, eta, are, pentsatzen du ezen, “eskuizkribua ordeztu zuenean inprentak literatur era berriak sortu zituela, gerta daitekeela idazketa elektronikoa

Gomendatutako irakurketa

Nora, Simon; Minc, Alain (1978). *L'informatisation de la société, La Documentation Française*. Paris.
Gaztelaniazko argitalpena: (1980). *La informatización de la sociedad*. México, Madrid, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Gomendatutako irakurketa

Postman, Neil (1992). *Technopoly*. Alfred A. Knopf Inc.
Gaztelaniazko argitalpena: (1994). *Tecnópolis. La rendición de la cultura a la tecnología*. Barcelona: Círculo de Lectores.

gauza bera egitea” (Postman, 1994: 156). Inprenta izan zen egunkaria sortzea ekarri zuena. Hori dela eta, pentsa dezakegu ezen informatikaren garapenak eta hura gizarte egituraz betetzeak kazetaritzan eragina izango duela, edo hobeto esan, baduela eragina, ona edo txarra, nonbait itzulezina baina. 

Gizarte faktore orokor horiek guztiak eta kazetaritzaren munduan bereziki gertatu diren beste batzuk direla eta, azken urteetan abian jarri dira komunikazio elektronikoaren era berriak. Faktore berezi horien artean, bi aipa ditzakegu, bederen: Estatu Batuetan bereziki aldizkako agerkarien irakurleen kopurua gelditzea –gure artean gutxi xeago (Nieto eta Sánchez Tabernero, 1996: 106)-, eta paperaren eta banaketaren goranzko kostua. Gaur egun, milioika aleko tirada duen kazeta batek haiek inprimatu eta banatu behar ditu, fisikoki, eta horrek berekin ekonomi kostua dakar: lehengaiakoa, makinetakoa eta langile-kostua. Banaketako kostuak bereziki handiak dira banaketa-eremu geografiko oso zabala baina ale kopuru erlatiboki txikia duten aldizkako agerkarietan: zientzi agerkarietan, esate baterako. Lineako edizio elektronikoa dela eta, ordenadore baten disko gogorrean kokatuta dagoen ale bakar batera nahi duten erabiltzaile guztiak sar daitezke.

Beste alde batetik, horrela, kazetaritzaren informatizazioak bere bigarren estadioa iritsi du. Lehenengo hirurogeita hamarreko eta laurogeiko hamarkadetan gertatu zen. Esan daiteke ezen laurogeita hamarreko hamarkadan ordenadorez osorik idatzi eta diseinatu dela toki aldizkaririk apalena ere. Produktuak tradizioko erarekin zirauen, hau da, paperean inprimatutako erarekin. Hala ere, bide edo bitarteko informatiko modernoek produktua ere digitala edo informatikoa izatea, euskarri fisikokoa, euskarri magnetikokoa –disketekoa- edo, ohikoagoa denez, euskarri optikokoa –CD-ROMekoa, orokorrean-, edo lineakoa. Formatu batek eta besteak abantailak eta eragozpenak dituzte. Euskarri fisikoak informazio kopuru handia biltzea ahalbidetzen du, gure ordenadorean kargatu ostean berehala atzitu ahal dena (horrek irudiak, mugimendukoak ere, edo soinuak izatea ahalbidetzen du, informazio kopuru handia hartzen dutenak). Lineako formatuek informazioaren berriztapen etengabea ahalbidetzen dute, “benetako denborakoa”. Era berean, formatu fisikoak hura berriztapen hertsiki aldizkako eta tradizioko eran (fisikoki) banatua izatea ditu eragozpen. Lineako formatuak, oraingoz behintzat, soinuak eta, batez ere, mugimenduko irudiak testuak bezain azkar transmititu ezina du oztopo. Izan ere, berauek informazio kopuru handia dakarte aldean. Lineako formatuak, aldiz, ez ditu CD-ROM delakoak dituen estandar-arazoak.

Gomendatutako irakurketa

Nieto, Alfonso; Sánchez Tabernero, Alfonso (1996). *Servicios comerciales de información*. Madrid: Ariel.

2. Kazetaritza elektronikoaren garapena Estatu Batuetan

Gaur egun ezagutzen ditugun bezala, lineako multimedia kazeta elektronikoak Estatu Batuetan sortu ziren 1993an-edo. 1980ko hamarkadaren bukaeran jauzi kualitatiboa egin zen horrelako multimedia kazetaritza elkarreragilerara. 1988ko ekainean, esate baterako, Prodigy-ren agerkari elektronikoaren zerbitzua hasi zen. 1980ko hamarkadaren bukaeran hasi zen, Dow Jones bazkunarenak bezalako zerbitzuei esker (*The Wall Street Journal* bezalako agerkariak harturik zituen barnean bazkun horrek), lineako multimedia kazetaritza elektronikoa garatzen. Aldi berean, beste kazetaritza-enpresa batzuk beren buruari planteatzen ibili ziren produkzio-prozesuaren informatizazio hutsetik produktu bereziaren informatizazioa jauzi egiteko aukera. Enpresa horietako bat Gannet zen, azken aldiko egunkaririk berriztatzaileenetarikoa bat zen *USA Today* egunkariaren editorea.

Beharbada kazetaritza elektronikoaren garapenean lanik handiena egin eta haren alde gehien egin duen enpresa Knight-Ridder da. 1986an Viewtron bere bideotestu-zerbitzua ezeztatu behar izan zuen, hura abian jarri zenetik 50 milioi dolar galdu ostean, 1970eko hamarkadaren bukaeran.

1993rako, Estatu Batuetako enpresa asko ohartu ziren ezen lineako kazetaritza elektronikoak eskaini behar zirela, zertarako-eta erakargarri eta elkarreragileak izateko. Bertsio integrala bultzatu zuen lehenengo egunkaria *The Chicago Tribune* izan zen, hura lehen aldiz 1992an bultzatu zuena. Alderdi honetako beste aitzindari bat Knight-Ridder enpresaren produktu berri bat izan zen, *San Jose Mercury Center*, *San Jose Mercury News* paperean inprimatutako egunkariaren bertsio elektroniko sinplea baino zerbait gehiago. Gaur egun oraindik *San Jose Mercury Center* lineako informazio-edizio-elektronikoaren paradigmatikoa bat da.


Beste zerbitzu aitzindari bat eta, gaur egun, kazetaritza elektronikoak eskaintzen duen produktu osoetako bat dena *Time Online* delakoa da, hasiera batean America On Lineren bitartez eskaini eta, gero, Internet sarera ere pasatu egin zena. Hasiera batetik, *Time* informazio orokorreko

Oharra: Epigrafe hau nahi eta nahi ez osatu behar da honako derrigorrezko irakurketa honekin:

Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo (1996). *El periodismo electrónico*. Barcelona: Ariel.

astekari ezagunaren bertsio elektronikoak egun informazio-zerbitzu elektronikoen gehienetan ohikoa dena eskaini zuen: kazetariekin postatutako elektronikoa mantentzeko aukera, eta posta elektronikoko postontzi berezia, zuzendariarentzako gutunena.

Era berean, aztertzen hasi ziren kazeta elektronikoak hartu, transmititu eta aurkezteko era berriak. Londresko *Evening Standard*-en enpresa editoreak kazetaren edizio elektronikoa jasotzeko bakarrik den ordenadore berezia garatzeko asmoa izan zuen. *Newsbox* delakoa, aparatu-proiektu horrek izena duena 64na orrialdeko hiru edizio jasotzera zihoan. Abantaila nagusia testua eta argazkia biltzeko haren gaitasuna zen.

Aldi berean, Knight Ridder-ek beste proiektu batean lan egin zuen, Roger Fidlerren aginduetara zegoen talde batek 1995era arte garatu zuen tableta elektronikoaren edo *flat panel* delakoaren proiektuan. Antzeko proiektuari ekin zion, Europar Batasunaren programa baten laguntzaz, *El Periódico de Catalunya*, Europako beste bazkun batzuekin batera. Bazkun horien artean Acorn Computer bazkun britainiarra dago. 

Beste kasu paradigmatico bat *Nando* zerbitzuarena da, kazeta elektronikoa baino gehiago, erabiltzailearentzat zabalik edo ordaintzeko dagoen aukera-multzoa. Zerbitzu hori McClatchy Newspapers Inc. enpresak abiarazi zuen. Enpresa hori *New & Observer* paperezko egunkariaren editorea da. Hura Carolina Berriko Raleigh-ekoa da. 1994an jarri zen abian. 1995aren erdialdean 10.000 pertsona eta 2.500 enpresa zeuden harpidetuta, *News & Observer* delakoaren eguneroko 165.000 irakurleen aurrean (200.000 irakurleen aurrean asteburuetan).

Egunkariak argitaratzen dituzten enpresak ez dira ziberguneko informazioaren mundura bete-betean sartu diren bakarrak izan. Era berean, telebista-enpresek, esate baterako, CNN delakoak edo ABC kateak, sare telematikoentzat zerbitzuak jarri dituzte, batzuk America OnLine bezalako merkataritza-zerbitzuen bitartez eta beste batzuk, esate baterako, CNN, Internet-en bitartez. Telebista-kateek egunero eguneratutako informazioa ematen dute.

Era berean, beste informazio-zerbitzu batzuk egunkari-editoreenen ezberdinak diren ekimenetatik abiatzen dira. 1993an, esate baterako, abian jarri zen News In Motion izeneko zerbitzua, New Yorkeko Rochesterko Walk-Soft Corporation enpresak abiarazitako asteroko edizioa, mundu osoko egunkari-sorta zabaletik albisteak bildurik zituena, *The Economist*, *Le Monde*, *International Herald Tribune*, *Financial Times*, *Corriere della Sera*, *Der Spiegel*, *L'Express*, *Asahi Shimbun*, *The New York Times* eta Reuters agentzia barnean sartuta. Zuzenean zerbitzatzen zitzaion, telefono-bidearen bidez,

erabiltzailearen ordenadorearen disko gogorrari.

1994rako, Amerikako eta Europako egunkari asko lineako informazio-zerbitzuetara jauzi eginda zeuden. Urte bitan, kalkulatuakoaren arabera, kazeta elektronikoak hamarrez biderkatuak ziren Estatu Batuetan. Oso kazeta ospetsuak, esate baterako, *The New York Times*, *The Washington Post*, *Los Angeles Times*, *Newsday*, *USA Today*, *The Kansas City Star*, *The Chronicle* eta *The Examiner* linean eskaintzen ziren (Verdú, 1994).

1996an, Amerikako kazetarik gehienek Internet-en zerbitzuak eskaintzearen alde egin zuten. Kasu erakusgarri bat *New York Times* egunkariarena da. Hark edizio elektroniko bat zuen America On Line-n eta, 1996ko urtarilean, bere sare telematikoetako presentzia zabaltzea erabaki zuen, Internet-ekin konektatutako erabiltzaileen eskura beste bertsio bat jarritz, nahi zutenean erabil zezaten.

3. Kazetaritza elektronikoaren garapena Europa

Europan, kazetaritza elektronikoaren garapena Estatu Batuetan baino urrikiago ikusgarria izan da. Faktore batzuek eragina izan dute horretan. Nagusietako bat, gure iritziz, ordenadoreak erabiltzeko aztura maila ezberdina da, eta, beste alde batetik, konexio telematikoen ahalbideena. Hala ere, esperientzia interesgarriak egin dira Europako herri askotan. Zenbait kasutan, gerra-gatazkak ezartzen dituen inguruabar bereziek eta beharrak behartuta. Esate baterako hor dugu *Oslobodenje* egunkari bosniarra, bera argitaratzen den Sarajevo hiriak Serbiako indar militarrengandik jasan zuen setio luze eta mingarria gorabehera une oro argitaratzen iraun zuena. Berak edizio elektronikoa abian jarri zuen.

Esperimentu zehatz batzuk egin diren arren, informazio-zerbitzuak egunkariak argitaratzen dituzten enpresen menpean egoten dira orokorrean. Hori dela eta, zerbitzuotako gehienek inprimatutako bertsioaren menpekotasun handiegia jasaten dute. Oso gutxitan eguneratzen dira, esate baterako, edukiak egun berean.

Sarean lehenengo unean jarri zen Europako informazio-produkturik interesgarrienetako bat Sardiniako *L'Unione Sarda* egunkari italiarraren bertsio elektronikoa da. Hasieratik, 1994ko uztailetik, hipermedia kazeta bezala ulertu zen, bere eskuerako bitarteko testualak edo bisualak oro erabili behar zituen egunkari bezala. Ordurako lortu ahal zen egunkariaren bertsio pertsonalizatua. Horretarako, erabiltzaileak datu batzuk sartu behar zituen. Halaber, *L'Unione Sarda*k, 1995eko otsailean, informazio-zerbitzu berria bultzatu zuen, Video On Line izenekoa, irudiak jasotzea ahalbidetzen zuena.

Oharra: Epigrafe hau nahi eta nahi ez osatu behar da honako derrigorrezko irakurketa honekin:


Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo (1996). *El periodismo electrónico*. Barcelona: Ariel (4. atala, 108-112 orr.).


4. Kazetaritza elektronikoa Espainian eta Euskal Herrian

Espainiako kasua

El Temps Valentziako katalanezko kultur aldizkariari dagokio sare telematikoetan edizio elektronikoa bat izaten Penintsulako lehenengo agerkaria izatearen ohorea. Beti ere, multimedia kazetaritza elektronikoa elkarrengatik ari gara. Ez dugu ardatz hartuko beste teletestu-zerbitzurik edo testu-transmisio hutsean, batez ere ekonomi testuenean, oinarriturik dagoen eta lehen sare telematikoetan eskaintzen zen beste zerbitzurik. Valentziako aldizkari hori 1994an Servicom-en jarri zen; eta, gero, Internet-en ere bai.

Hala ere, multimedia bertsio elektronikoa elkarrengatik jarri zuen lehenengo egunkaria *Boletín Oficial del Estado* izan zen. Horrela, inprimatutako espainiar kazetaritzaren historia errepikatua zuen: ikertzaile guztiek diote ezen Espainiako lehenengo kazeta Fabio Bremundánek, on Joan Austriakoaren konfiantzako gizona izan zenak, lehen aldiz 1662ko urru-neko egun batean *Gazeta de Madrid* izenarekin kaleratu zuena. 1994ko irailaz geroztik kontsulta daitezke testuok Internet-en.

Katalanezko aldizkari bat (Valentziako *El Temps*) izan zen sare telematikoetako Espainiako agerkariaren aitzindaria. Laster beste ekimen batzuk elkar-tu ziren Katalunian. Egin-eginean ere, 1995ean Bartzelonako hiru egun-kari nagusiak, *El Periódico de Catalunya*, *La Vanguardia* eta *Avui* (azken hori katalanez idatzia) egunero kontsultatu ahal izaten ziren Internet sarean. Gauza bera egin zuen *Sport* kirol-egunkariak. 

Bartzelonan gertatu zen aldi bertsuan, Madrilen kazeta elektronikoen ekimen zehatz batzuk sortu ziren. 1994ko azaroan iragarri zen ezen *El Periódico de Catalunya* eta *El Mundo* beren eguneroko edizioak Servicom-en bitartez ordenadoreen erabiltzaileen eskura jartzeko zirela. Beste alde bate-tik, hedapen nazionalerako egunkari beteranoa zen *ABC* ere elektronikoa egin zen. 1995eko irailaz geroztik, erabiltzaileak *ABC* elektronikoa aurki dezake Internet bitartez. Era berean, *El País*, Espainiako hedapenik handieneko paperezko egunkaria Internet-en irakurriena da. *El País Digital* lehen aldiz Internet-en 1996ko maiatzean irakurri ahal izan zen. 


Oharra:
Epigrafe honi dagokion testu gaurkotua eta komunikabide nagusien urlekin aurki daitezke honako derrigorrezko irakurketa honetan:

Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo (1999). *Periodismo en Internet*. Bilbo: Euskal Herriko Unibertsitatea (2. atala).


Espainiako bigarren hiri biztanletsuena den Bartzelonako eta hedapen nazionalako egunkariak ez dira mundu digitaleranzko urratsa ematera ausartu diren bakarrak izan. Era berean, badaude beren edizio elektronikoak atera dituzten probintzietako edo erregioetako egunkari batzuk. Lehenengoetako bat Donostiako *El Diario Vasco* izan zen. Beronek, 1995eko abuztuko hasiera ia harrigarriaren ostean, eta aurretik bertsio inprimatuan argitaratutako albisteen laburpenekin astero ateratako edizioak lortu zuen arrakasta ikusita, eguneroko aldizkakotasunera jauzi egin zuen.

Egunkariak argitaratzen dituzten enpresak ez dira kazetaritza-informazioa Internet-en eskaintzen duten bakarrak, ezta, oraingoz behintzat, zibergunean negozioerik onena egiten dutenak ere. Eguneroko informaziora mugaturik, laburki bada ere, etsenplu batzuk aipatuko ditugu.

Lehenengoa Efe albiste-agentziarena da, gaztelaniazkorik garrantzitsuenarena, zalantzarik gabe. Beste informazio-zerbitzu garrantzitsu bat ekonomiarik buruzko zenbait agerkari argitaratzen dituen Grupo Negocios da. Agerkari horiek bertsio elektronikoan Negocios.com izeneko zerbitzarian aurki daitezke.

Laburki bada ere, sare telematikoetako Espainiako kazetaritza-informazioaren mundutiko ibilaldi soil hau bukatu baino lehen, bestelako zerbitzuak aipatu behar ditugu, egunkariak edo "aldizkako agerkariak ez diren arren kazetaritza-informazioa dutenak. Aldizkari elektroniko gehienak kultur motakoak dira. Munduan gaztelania hedatzen duen Cervantes Institutuak *Cuadernos Cervantes* bere aldizkaria argitaratzen du bai paperean bai Internet sarean. Lehenengo zenbakitik dobletea egin zuen beste zientzia aldizkari bat *Quark* izan zen, 1995eko abenduaz geroztik bai tradizioko era inprimatuan bai Internet-en argitaratzen den zientziari, medikuntzari, komunikazioari eta kulturari buruzko aldizkaria. Bartzelonako Pompeu Fabra Unibertsitateko Zientzi Komunikazioaren Behatokiak argitaratutako hiruhilabetekaria da. Era berean, zenbait literatur aldizkarik beren web bertsioa dute. Beste aldizkari batzuk, ordea, ex profeso sortu dira sare telematikoentzat. Beraien artean *Escuelas de Misterios* dago, literatur edukia duena; edo *Pórtico*. Egunerokoak ez diren Espainiako agerkarien sare telematikoetako panorama toki motako beste batzuekin osatze da. Katalunia da buru, ezbairik gabe, alderdi honetan. 

Internet-en informazio-produktuarekin (beren programazioaren iragarki bat baino zerbait gehiago den batekin) agertzen diren irratiei eta telebistei begira, Radio Teknoland izan zen lehenengoa. Ez zen uhinetatik emititzen, irrati konbentzionalak bezala: bera atzitzeko baliagarria zen gauza

bakarra Internet sarea zen. Inork ez dio etorkizun hurbilean edo urrun-
goan kartako telebista eta irratia guztiek erabiliko ez dituztela. 

Euskal Herriko kasua

Oharra: Epigrafe honi dagokion testua honako derrigorrezko irakurketa
hauetan dago:

Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo (1999). *Periodismo en Internet*. Bilbo: Euskal Herriko
Unibertsitatea (Capítulo 3).

Euskarazko prentsa elektronikoaren hastapenak ezagutzeko:

Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo (1998). *Komunikabideen ereduak*. Bilbo: Euskal
Herriko Unibertsitatea (azken atala).

5. Zientzia aldizkariak eta digizineak

Hitzaldi hau bukatu baino lehen, laburki bada ere, beste eremu bi aipatu gura genituzke. Beraien garapena ere, arrazoi askorengatik, nabarmena izan da kazetaritza elektronikoen elkarreragilearen era berrietarako eransketari dagokionez. Orain arte, batez ere, informazio orokorreko zerbitzuez (kazetaritza-enpresez) eta ekonomi informazioko zerbitzuez (eremu hori oraingo merkatua eta errentagarritasuna ukitzeko moduko errealitateak dituen informazio-eremu bakarra da) mintzatu gara. Era berean, eremurik amateurrena aipatu behar dugu, beren bertsio elektronikoan digizineak deitutako fanzineen eta zientzi aldizkarien ekimenik berezkoenak.

Paperezko fanzineen kasuan (inprimatutakoen, fotokopiatutakoen edo beste edozein eratarik kopiatutakoen kasuan) bezala, digizine edo fanzine digitalak gizabanako bakarraren lanak izan ohi dira. edo gizabanako talde txikiarenak, fanatikoenak (hortik dator izena, “fan” eta “(maga)zine” erroak uztartzen dituenak), kultur espresiorako (zinema, musika, komikiak) era zehatzari buruzkoak, edozeinen eskuerako bitartekoez baliaturik gai horiei buruzko aldizkari batzuk argitaratzen dituztenak. Aldizkari horiek ez dituzte era profesionalean edo industrialean produzitutako aldizkariaren erazkotasuna, banaketa eta baliabideak, baina beraiei iraultza informatikoak onura handia ekarri die. Izan ere, lehenik, tresna informatikoak merkatu eta ezagun egin zirela eta, ordenagailu sinple eta autoedizio-programa batez aldizkaria prestatu eta ordura arte bide handiek ahal zuten alderdiaz hornitu ahal zuten, eta, gainera, diseinu- eta maketazio-kostuak saihestu. Digizine edo digizineotako askok ahalbide ekonomikoagoekiko beste bide batzuek duten freskotasuna eta berezkotasuna dute, behintzat.

Eskualdaketa elektronikorako aukerak onura nabarmena ekarri dien beste-lako agerkariak zientzi aldizkariak dira. Zientzi aldizkari elektronikoek inprimaketa- eta banaketa-kostuaz kezkatu behar ez izatearen abantaila dute eta datutegi handietarako sarbidea eskaini ahal dute (Olaechea, 1985: 502). “Hedapen elektronikoak”, gehitu zuen Olaecheak, “azkartasunaren eta unibertsaltasunaren abantaila handia eskaintzen du. Agiria, onartua eta sisteman sartua denetik, erabiltzaileen eskura geratzen da”.

Oharra: Epigrafe honi dagokion testua honako derrigorrezko irakurketa hauetan dago:

Lecturas obligatorias

Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo (1999).
Periodismo en Internet.
Bilbo: Euskal Herriko Unibertsitatea.
(4. eta 5. atalak)

6. Agerkariak euskarri magnetikoan edo optikoan

Lineako aldizkako agerkariak baino arrakasta urriagoa iritsi dute euskarri fisiko digitalean, era magnetikoan (disketeak) edo magneto-optikoan (CD-ROM) argitaratuek, beharbada paperezko agerkariak ere aurkitzen duten oztopoa dutelako: banaketa fisikoaren beharra. Eta, jakina, inprimatutako kazetekin gertatzen ez den bezala, haiek irakurtzeko makina bat behar da, ordenadorea eta CD-ROM-en irakurgailua. Lineako kazeten aurrean, CD-ROMeko agerkari digitalek kapazitate handiagoa –gehienez 650 megabyte, diskete normalak halako 400; horrek diskete normala baztertu du aldizkari elektronikoen euskarri bezala– eta sarbide hobe eskaintzearen abantaila handia dute. Izan ere, hori ez da konexio telematikoen lineen araberakoa, CD-ROM-en erreproduzitzailaren irakurketa-abiaduraren araberakoa baizik. Horrek benetako multimedia produktuak prestatzea ahalbidetzen du, eta definizio altuko irudi finkoak, mugimenduko irudiekiko bideoak, soinuak eta musika sartzea. Hortaz, esan daiteke ezen horrelako aldizkariak direla multimedia produktua horrela ulertzerik gehien hurbiltzen direnak. Beraien eragozpen nagusia, lineako agerkarien aldean, haiek sistema itxiak izatea da: ez dute norberaren edo inoren beste zerbitzu batzuetara loturen bitartez sartzetik ahalbidetzen. Hori dela eta, kalitatea gorabehera, horrelako agerkariak arrakasta mugatua izan dute. Bilketa-bolumen handia behar duen edizioak CD-ROM du bere aliatu onena. Kazetaritzari dagokionez, honako produktu motak bereizi behar ditugu:

- a) Errepertorio hemerografikoak, esate baterako, Espainian argitaratu dituzte *El Mundok* 1994tik, *El Periódico de Catalunya* edo *ABCk* (kultur gehigarria bakarrik, Espainiako horrelako lehenengo ekimena izan zen).
- b) Almanakak, hala nola, *Time Almanac*, *Timearena*, edo *Washington Times* edo CNNren antzeko CD-ROMak.
- c) Multimedia erreportaje handiak.
- d) Aldizkariak berak.

Laburpena

1970eko hamarkadatik zetozen eta paperean inprimatuta zeuden produktuen inprimaketako eta banaketako kostuarekin lotutako zenbait ekimenez kanpo, kazetaritza elektronikoa bera 1990eko hamarkadan hasi zen Estatu Batuetan Gannet eta Knight-Ridder bezalako enpresa handien eskutik. Geroxeago kazeta elektronikoak sortu ziren Europan ere, non etorkizuneko ekimen oso interesgarriak egon baitira, hala nola, *El Periódico de Catalunya* abiarazitako albiste-xafla elektronikoa. Gaur egun, bai Espainian bai Europako gainerako aldeetan, ia ez dago Internet-en agertzen ez den egunkaririk ez aldizkaririk. Era berean, sarera jauzi egin dute ikus-entzunezko enpresek, nahiz eta beren ikus- edo soinu-produktuen bertsioak gutxitan eskaini.

Euskal Herriari begira, orokorrean Europako eta Espainiako joerei jarraitzen zaien arren, produktu digitalen beranduko presentzia detektatu da.

Jarduera

1. Bilatzaileen bitartez edo material osagarriaren web orrialdeetara joz, lezio honetan aipatutako izenburuak aurkitzea (helbide asko derrigorrezko irakurketa bezala proposatutako liburuetan daude).
2. Espainiako egunkari nagusien bertsio digital eta inprimatuak erkatzea.
3. Euskal egunkari nagusien bertsio digital eta inprimatuak erkatzea.
4. Inprimatutako bertsiorik gabeko euskal informazio-agerkariak bisitatzea, esate baterako, EuskoNews (<http://www.euskoNews.com>). Erabilitako multimedia baliabideen ebaluazio kritikoa egitea.
5. Bertsio inprimaturik ez duten Espainiako eta atzerriko kultur agerkariak bisitatzea eta hipertestuaren eta edizio digitalaren ahalbideak deskribatzea. Helbideak *Periodismo en Internet* aipatu liburuan aurki daitezke.

Autoebaluazio-ariketak

1. a) Estatu Batuetako, b) Europako herri nagusietako, c) Espainiako eta d) Euskal Herriko egunkari digital nagusiak aipatzea. Beraien helbideekiko zerrenda bat prestatzea eta haien atalen eta multimedia zerbitzu elkarreragileen sailkapena egitea.
2. Internet-en agertzen diren zientzi aldizkari nagusiak aipatzea eta beraien atalak eta multimedia zerbitzu elkarreragileak deskribatzea.
3. Euskal Herriko toki komunikabide nagusiak aipatzea eta, egonez gero, beren bertsio inprimatuekin erkatzea.
4. Internet-en agertzen diren eta edozein unetan erreproduzitzeko artxiboak eskainiz edo zuzenean soinua ateratzen duten Espainiako irratia aurkitzea. Beraien ezaugarriak adieraztea, eta zeinek duten tradizioko bertsioa eta zein diren Internet-erako espezifiko ki pentsatutako sorrera berriko produktuak.

Bibliografia

- BURKHARDT, FRIEDRICH W.; PUOTI, Sergio (1995). "INESnet: An electronic distribution system for newspapers", *IFRA*, April, 92-93 or.
- LOGAN, Joe (1989). "2014: A Newspaper Odyssey", *Washington Journalism Review*, May, 37-40 or.
- NIETO, Alfonso; SÁNCHEZ TABERNERO, Alfonso (1996). *Servicios comerciales de información*. Madril: Ariel.
- NORA, Simon; MINC, Alain (1978). *L'informatisation de la société, La Documentation Française*. Paris. Gaztelaniazko edizioa: (1980). *La informatización de la sociedad*. Mexico, Madril, Buenos Aires: Ekonomi Kulturako Fundoa.
- OLAECHEA LABAYEN, Juan (1985). "Las publicaciones periódicas científicas y la difusión electrónica", *Anabad-eko Buletina*, XXXV, 4. zenbakia, 493-505 or.
- POSTMAN, Neil (1992). *Technopoly*. Alfred A. Knopf Inc. (gaztelaniazko itzulpena: (1994). *Tecnópolis. La rendición de la cultura a la tecnología*. Bartzelona: Círculo de Lectores).
- VERDÚ, Vicente (1994). "Expansión de los periódicos electrónicos", *El País*, urriaren 15a.

Informazio digitalaren euskarriak

Koldo Meso Ayerdi

Irakasle elkartua

Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea

Euskal Herriko Unibertsitatea

Javier Díaz Noci

Irakasle titularra

Gizaarte eta Komunikazio Fakultatea

Euskal Herriko Unibertsitatea

Aurkibidea

Sarrera	69
Helburuak	70
Egunkari digitalaren euskarriak	71
1. Egunkariak CD-ROMean	73
2. Xafla elektronikoak	75
2.1. Fidler-en tableta	75
2.2. El Periódico de Catalunya en Newspad	76
2.3. Agenda elektr onikoak	77
3. Paper elektronikoa	80
3.1. Gyricon-en esperientzia	80
3.2. Inmedia-ren esperientzia	82
3.3. Paperezko ordenadorea	82
4. Egunkari pertsonalizatuak	84
4.1. Negroponte-ren egunkari pertsonalizatua	84
4.2. <i>My News</i> -en kasua	85
4.3. Posta elektronikoaren bitarteko prentsa	87
4.4. Kartako egunkarien inprimaketa	87
5. Ondorioa: Kontzeptu berriak eta informazioarentzako onurak	89
Laburpena	91
Jarduera	92
Bibliografia	93

Sarrera

Kazetaritza elektronikoak hemen jakinarazi gura dugun garapenari jarraitu dio WWWera heldu arte. Tradizioko edizioaren oztopoak (banaketa fisikoa, ale kopuru zehatz baten inprimaketa, paperaren industriaren menpekotasuna) gainditu nahirik, tradizioko komunikabideek, egunkariak argitaratzen dituzten enpresek bereziki, 1980ko hamarkadatik alternatiba ezberdinak bilatu dituzte. Egun eztabaidaren ardatza ikusgarriena da, kazetaritza elektronikoa jasoko den aparatua (gero eta lauagoa, eramangarriagoa, multimedia ahalbide gehiagorekikoa), xafla elektronikoa. Paper elektronikoa edo ordenadorearen pantaila, hainbat taxuera eta tamainatakoa.

Helburuak

Lezio honen helburua informazio digitala agertzen den edo ager daitekeen egungo eta etorkizuneko euskarriak (azken euskarriok posible bezala iragarrita daude) zein diren azaltzea da. Neurri handi batean, euskarri bat edo beste aukeratzeak kazetaritza-mezua baldintzatuko du, informazioa agertzen den pantailen ezaugarriengatik, taxuerarengatik eta tamainarengatik.

Egunkari digitalaren euskarriak

Internet kazetaritza elektronikoaren oraina bada eta mota horretako agerakariak ordenagailu eramangarriaren edo mahai gainekoaren bidez irakurtzen badira, etorkizuna datozen hamarkadetan informazioa banatzea hobetzeko era eta kontzeptu berriak bilatzen dituzten esperientzietan datza. Kazetaritza elektronikoaren etorkizuneko era eta edukia aldaraztea bilatzen zuten lau proiektu aipatuko ditugu: Fidler-en xafla, Negroponteren egunkari pertsonalizatua, *El Periódico de Catalunya*ren Newspad delakoa eta posta bidezko prentsa, baita agenda elektronikoek gero eta ahalmen tekniko handiagoz eskaintzen dituzten ahalbideak ere.

1. Egunkariak CD-ROMean

Aldizkako agerkari batzuek, beraien artean zenbait egunkarik, 1990eko hamarkadan hainbat multimedia formula probatu dituzte, orduan beren ahalmen osoan euskarri masiboetan bakarrik (CD-ROM) buru zitezkeenak. Horrela, merkataritza-zori eta zori tekniko oso askotarikoa izan duten “aldizkari elektroniko” batzuk sortu ziren. Formula horien artean, *Newsweek Interactive*-ren zenbaki biak nabarmendu behar ditugu multimedia lengoia berriaren ikerketaren aldetik. *Newsweek Interactive* delakoa *Newsweek* informazio orokorreko estatubatuar astekari ospetsuaren bertsio elektronikoa da. CD-ROMetan eskaini zen seihileko batean paperean agertutako zenbakien ia eduki osoa, baita CD-ROMeko edizio elektronikorako bereziki prestatutako bi erreportaia eta astekariak duen irratitik bertatik hartutako soinu-artxibo batzuk ere. Era berean, publizitatea elkarreragilea da. Publizitatean eta erreportaia berezietan erakutsiak ziren bai irudi finkoak bai mugimendukoak, soinuak eta testua. Hori dela eta, produktu hori ez dute gainditu (aldez Internet-ek oraindik agertzen dituen muga teknikoengatik) lineako edizioek.

Halako jarraikortasun bat izan zuen CD-ROMeko beste aldizkari bat *Nautilus* izan zen, batez ere kulturaren munduaz arduratzen zena. Espainian euskarri horretako beste aldizkari bat egon zen, zenbaki bi argitaratzea lortu zuena eta kultur edukiekikoa eta gazte jendearentzako zena: *CD-Magazine*.

Esperientzia horiek guztiek merkataritza-arrakasta oso erlatiboa eta bizi labur samarra izan zuten kasurik gehienetan. Tradizioko euskarriek berdindu ezin zituzten multimedia ahalmenak eskaini arren (baina gaur egun Internet sarearen bitartez behar bezain azkar ezin transmiti daitezke), lineako bideekin lehian aritzea eragozten dien muga garrantzitsu bat zuten: banaketa era fisikoan egin behar zen; produktuaren elaboraziorako denbora behar zen eta, kasurik gehienetan, tradizioko bide baten artxiboen zordunak ziren. Prezioa paperezko aldizkari batena baino askoz altua goa zen. Horrek aldizkari horren aldean eragozpen nabarmena zekarren, halaber. Eta, azkenik, gailu tekniko osoa (multimedia ordenadorea, CD-ROM irakurgailua, sistema eragile zehatza) behar da. Hori zela eta, horre-

lako makina zutenek bakarrik irits zezaketen haren irakurketa (orduan, multimedia ordenadoreen multzoa ez zen gaur egun bezain zabala).

Euskarria hitz lauz komunikabide elektroniko bezala sailkatu ahal diren baina, egia esan, aurretik dauden bideen informazioko artxiboak diren bestelako produktuentzat mantendu da. Urtebetez edo seihileko batean zehar argitaratutako egunkariak dituzten CD-ROM-*ez ari gara*. Besteak beste, gure herrian *El Mundo*, *ABC*, *El Periódico de Catalunya* eta *El País* egunkariak horrelako produktuak eskaintzen dituzte, epealdi zehatz batean zehar paperean argitaratutako informazioa biltzen dutenak. Egia da bilaketa-eragile oso baliagarriak eta beste ahalbide batzuk eskaintzen dituztela, baina informazioa aurretik paperean argitaratutakoa da. Hori dela eta, beraren berritasuna oso erlatiboa da eta euskarriari bakarrik dagokio. Gainera, inori ez zaio bururatu egunkari horien bertsioen artxiboak Internet-en argitaratzea.

2. Tableta elektronikoak

2.1. Fidler-en tableta

Roger Fidlerrek, *Detroit Free Press*-eko editore grafikoak, 1979tik 1983ra arte Viewtron garatzen lagundu zuen. Horrek galera eskandalagarriak izan zituen azkenean. Hark 1984tik 1988ra arte egunkarientzako lineako irudi grafikoen lehenengo sarea abiarazi zuen.

Laurogeita hamarreko hamarkadan zehar, Information Desing Laboratoryk xafla elektronikoaren edo *flat panel* delakoaren proiektua egin zuen. Hori Knight-Ridder enpresa argitaratzaileak abiarazi zuen Boulderren, Coloradon. Haren buru bezala Roger Fidler irakaslea jarri zen.

Tableta hau 20 x 30 zentimetrokoa da, gutxi gorabehera zentimetro bateko lodiera duena, kilogramo-bat-edo pisatzen duena, 1996an merkatura bultzatu zela pentsatzen zena. Xafla lau honek lineako konexioa, lehorreko bidetikoa eta aire bidezkoa ahalbidetu behar zuen, eta, multimedia egunkari elektroniko elkarreragilea irakurtzearekin batera, gainera, banku-eragiketak eta hegazkin-, zinema- eta ikuskizun-txartelen erreserbak egitea eta posta elektronikoa irakurtzea eta bidaltzea ahalbidetu behar zuen, baita urrutiko bidejolasak ere. Elkarreraginak lapitz elektronikoaren bitartez gertatu behar du, definizio altukoa eta paperarenaren antzekoa den pantaila baten gaineko kontaktuz, edo hitzaren bitartez, ahotsa ezagutze-ko teknologia posible eta eraginkorra izan ostean.

Gakoa eramangarritasuna da. Horrek inprimatutako kazetaren benetako alternatiba izatea ahalbidetu behar zuen, erabiltzeko erraztasuna eta tradi-zioko egunkariarenak baino hobeak diren prestazioak.

Igurikapenak gorabehera, proiektua Knight-Ridderrek ezeztatu zuen 1995eko uztailaren 31n, Internet-i eta *San Jose Mercury Center*-en arrakastaren aurrean, *lineako* edizioari begira ahalegin guztiak (giza ahaleginak, teknikoak eta ekonomikoak), baina etorkizuneko xafla digitaleko argital-penerako atea edo bidea zabalik utzi zuen.

2.2. El Periódico de Catalunya-ren Newspad

1992ko urrian, *El Periódico de Catalunya* argitaratzen zuen enpresak, teknologiaren aurrerapenak komunikabideen gainean izango zuten eragin garrantzitsuaren berri zekielerik, ikerketa-proiektu bat egitea erabaki zuen. Proiektu horren helburu nagusia bazkuna aro digitaleko bere kazetaritza-eginkizunerako prestatzea zen.

Proiektuaren funtsezko zati bat teknologia digitalak bultzatuko zuen kazetaritza berria aurkitu eta ulertzea zen, eta entzuleekin komunikazioa lortzeko lengoia berriak zehaztea. Egin-eginean ere, sustatzaileek bazekiten ezen informazio-enpresek informazioa paperaren eta beste bide batzuen bitartez zabaldu beharko zutelara, dena delako sistemaren bidez.

Ikasteko prozesu horretarako mugaegun bat finkatu zen: hurrengo hamar-kadaren hasiera, “game boy” delakoaren belaunaldia entzuleria nagusi bihurtzen denekoa.

El Periódico de Catalunya egituratu zuen aipatutako proiektua, Europako Elkartearen aldetik beraren diru-laguntzaren onespeneren ostean 1994ko martxoan hasi zena. Haren bukaerako data 1997ko martxoa izango zen. Egunkari hori Acorn Risc Technologies enpresa britainiarrarekin, CARAT enpresa aholkulariarekin, Edinburgoko Unibertsitatearekin eta l’Institut Catalá de Tecnología (ICT) delakoarekin elkartu zen. Newspad izeneko tabletan kazeta elektronikoa begietaratzea ahalbidetuko zuen software-eta hardware-prototipo berezia garatzea proiektatu zen. Bide berri honen bitartez irakurleari eskaini gura zaio interesatzen zaion informazioa, nahi duen lekuan eta unean.

Newspad izeneko xafla aitzindaria zen, lehen aldiz erakutsi baitzuen nola den posible inprimatutako tradizioko egunkariei alternatiba elektronikoa eskaintzeko teknologia berriak aplikatzea.

Egunkari elektroniko horren zuzendari tekniko den Mario Santinoliren iritzitan, Newspad poltsikoko tableta da, informazioa satelite bidez edo sarean bitartez jaso eta askoz intuitiboa den informaziotiko nabigazioa egiteko behar den multimedia potentzial osoa erabiliko lukeena.

Multimedia egunkari horrek honako ezaugarriok ditu: joritasun grafiko handia eta albiste-eskaintza zabal eta erakargarriko animazioen, argazkiaren, testuaren, audioaren eta bideoaren uztarketa, denbora-pasa, publizitatea eta zerbitzuak. Proiektuaren xedea erabiltzaileari informazioa berehala eskaintzea zen, edozein lekutan eta edozein unetan, itxaron beharrik gabe, eta irudi- eta soinu-kalitate bikainarekin.

Edukiak ukimenarekiko sentikorra eta tamaina ertaineko ohar-blokaren antzekoa den definizio altuko pantaila eramangarriaren bitartez jasotzen dira. Erabiltzaileak bere eremu interesgarriak aukera ditzake, eta beraiek aurkezteko era zehaztu ahal du. Newspad tabletak eskaintzen duen informazio guztia elkarreragilea da. Oinarrizko informazioa multimedia informazio gehigarriarekin zabaltzen da, infografia animatuen, erreportaien eta glosategien bitartez. Infografia animatuaren helburua hasierako albistearen beste alderdi batzuk zehaztasunez eta era bisualean azaltzea da. Zalantzarik gabe, hura proiektuak eskaintzen zuen elementurik erakargarrienetako bat zen. Erreportaiei dagokienez, berauek albistea zuzenean zabaltzen duten bigarren mailako informazioak dituzte. Glosategiari begira, albistean sartu ahal diren arlo zehatz bateko termino espezifikoaren ororen berri jakinarazi gura da. Arlo hori teknologia, zientzia, ekonomia eta abar izan daiteke.

Laburki bilduta, informazioarekiko lehenengo kontaktua karrusel baten bitartez ezartzen da. Bertan albistea aurkezten dira, irudiekin, audioarekin eta bideoarekin, eta laburpen laburra. Testuinguru-laguntzarako sistema batek erabiltzaileari gida bezala balio dio.

Newspad proiektuak 10 prototipo izan zituen. Ereduzko esperientzien bitartez jakin zen ezen erabiltzaileentzako oso bide erakargarria zela. Era berean, egiaztatu ahal izan zen ezen, hasiera batean, zeudenen osagarria zen bidea izango zela. Teknologia bisore arin, eroso eta merkeak produzitzea ahalbidetzen duenean, multimedia egunkari hori beste bide batzuen gainetik erabiltzaile-ehuneko bati interesatuko zaion alternatiba bihurtuko da.

Bere ezaugarri jarraiki, bide berri hau berez integratuko da telebista eta irrati digitalekin, berauek osatu eta bultzatuko dituelarik. Merkataritza-planen arabera, aurreikusita dago ezen haren merkataritza-garapena 2002 eta 2005 bitartean gertatuko dela. Hala ere, 2010era arte itxaron beharko dugu hura merkatura era masiboan zabal dadin.

2.3. Agenda elektronikoa

Lehen aipatutako tabletak, esate baterako, iragartzen diren liburu elektronikoa, funtzio bakarra duten aparatuak dira: gure kasuan, kazeta elektronikoa irakurtzea. Eta edozein kazeta elektronikoa ez, enpresak aparatu zehatz horren alde egin duen goi-burua baizik. Orduan, ulertuko da zergatik ia ez diren pasatu aparatuok fase esperimentaletik edo prototipotik, orain arte beraietako ezein merkaturatu ez delarik.

Hala ere, badaude merkatuan beste “xafla” batzuk, denboraren poderioz areago sartuko direnak (egia esan, benetako esku-ordenadoreak, agenda elektronikoko hutsak baino askoz gehiago direnak). Beraien ahalmen teknikoak direla eta, lineako informazio-produktuak (kazeta edo liburu elektronikokoak, esate baterako) jaso daitezke, mota orotako multimedia prestazioekin. Poltsikoan errazki garraiatu ahal dira, ordenadore eramangarrien autonomia oso mugatua gainditzen duen autonomia dute, mugimenduko irudiak eta soinuak erreproduzitzea ahalbidetzen dute eta Internet-ekin konektatzen dira. Antolatzaile digitalak ari gara, PDA edo PalmPC direlako.

Poltsikoko ordenadoreak *laptop*-ak baino txikiagoak dira, baina, oraindik pantaila eta teklatura dituzte. Beraien autonomia mugatua da, sare elektrikoarekin konektatzen ez badira. PC ordenadoreak dira, berauen prestazio guztiak, prezio orokorrean askoz garestiagoak eta tamaina txikiagoa dituztenak. Hortaz, beraien ezaugarriak PCenak bezalakoak dira.

Besterik dira PDAk, edo antolatzaile digitalak. Xafla angeluzuzenak dira, zuri eta beltzeko edo koloreko kristal likidoko pantailarekikoak (azken aukera honek produktuaren prezioa bikoizten du, logikoa den bezala). Teklaturik gabekoak dira, ukipen-pantailarekikoak. Appleren Newton (eredu hori merkatutik desagertu da, gezurra badirudi ere) izan zen aitzindaria, baina hainbat bazkunen beste eredu asko etorri dira beraren atzetik. Sistema eragile berezia erabili ahal dute (hori dela eta, aukera “itxi” bihurtzen dira) edo, gero eta era orokorragoan, Microsoft-en CE Windows delakoa, marka horretako sistema eragile ezagunaren bertsio txikitua, norberaren ordenadorerik gehienetan agertzen dena. Programa batzuk dituzte: agenda elektronikokoak, testu-prozesadoreak, datutegiak, irudi-erreproduzitzailak, soinu-erreproduzitzailak, bideokonferentzia-aplikazioak eta abar. Gaur egun, tabletakoren edo PDA direlakoetakoren batek gehienez informazioari dagokion 240 Mb bildu ahal du arbuiatu ezin den kopurua (gutxi gorabehera, CD-ROM batean kabitzen denaren erdia). Beste programa batzuk sar daitezke. Horrek haiek sistema ireki bihurtzen ditu. Esate baterako, badaude Acrobat Readerren sistema eragile horrentzako bertsioak. Horrek agiriak pdf formatuan irakurtzea ahalbidetzen du (esate baterako, *El Periódico de Catalunya* erabiltzen duena), edo Microsoft bera agiri elektronikozko estandar bezala sartzen saiatzen ari den formatuan, eBook-Reader delakoan. Era berean, Internet-erako programa bistaragarriak eskaintzen dituzte. Hori dela eta, edozein web orrialde motatara sartu ahal gara, eta, jakina, komunikabide digitaletara. Haien autonomia, orokorrean, zenbait astetakoa izaten da eta haiek eramatea eta erabiltzea erabat erraza da. Hori dela eta, beste ordenadore batzuen arazoak gaindi-

tzen dira eskuarki. Internet-ekiko konexioa, esate baterako, telefono mugikorraren bitartez egin daiteke, eta badaude aparatu bion arteko konexiorako kablerik ez duten ereduak (konexioa izpi infragorrien bitartez egiten da).

Halaber, badaude Internet-ekin konektatzeko bakarrik balio duten baina eramangarriak diren beste aparatu batzuk. 2000an “multimedia arbela” delakoa agertu da, liburu baten tamainako tableta, laua, web orrialdeak kablerik gabe ikusteko pentsatua. Koloretako pantaila da, 8 hazbetekoa, beste edozein prozesadoreekin bezalako eragiketak egikaritzea ahalbidetzen duena, energia gutxiago kontsumitzen duena baina. Ez du inolako tekларik, eta nabigazioa ukipen-lapitzarekin egiten da. Arbel elektronikoa horri Web Slate deitzen zaio, eta Ideo enpresak merkaturatzen du.

Bi ekimenok ez dira pantaila lau txikiagoarekiko ordenadore txikiagoak baino. Pantaila horrek ordenadore handiagoarekin ikusiko liratekeen web orrialdeak ikustea ahalbidetzen du. Hala ere, kontutan hartu behar da, gure web orrialdeak produzitzeko orduan, ezen berauek oso aparatu ezberdinekin bistara daitezkeela: ez da berdin irakurriko 17”ko pantaila batean eta agenda elektronikoa batean. Arazo horiek ez dira agertuko monitore laurik erabiliz gero, koadroak horman hartzen duen zati berdina hartzen duen plasmako telebistarik erabiliz gero. Era berean, berau ordenadore batekin konekta daiteke. Uste izatekoa denez, multimedia kapazitateak eta berauek linean azkartasunez eta fidagarritasunez transmititzeko aukera garatzen diren neurrian, etxeko pantaila horiek ezarriko dira. Beste muga prezioa da: gaur egun, gama ertain-altuko kotxe batek duen kostua dute pantailok.

3. Paper elektronikoa

Bi enpresa-proiektu iparramerikar dirua, denbora eta ahaleginak eman eta egiten dabilta, zertarako-eta informazioa kable bidez edo uhin elektromagnetikoen bitartez jasotzen duten paperezko orri lodiek osatutako produktu berri bat fabrikatzeko. Ideiaren sustatzaileen aburutan, ekimen horren bitartez, laster jarriko da egunkarien fabrikazioak gaur egun ezauzgarri duen zelulosa euskarriaren ordeztu beste sistema bat, zeinen ezaugarri nagusia honakoa baita: nahi bestetan berriro erabili ahal den materiala erabiltzea.

Irakurlearen borondatez edukiak aldatzen zaizkien liburuak, beren albistak irudi bizidunez, merkataritza-kartelez eta abarrez berriztatzen dituzten kazetak... Paper elektronikoaren berehalako aplikazioetako batzuk dira. Paper elektronikoaren bitartez zelulosa –lehen aipatu dugun bezala– eta kristal likidoko pantailak ordeztu gura dira informazioaren euskarri bezala.

Paper elektronikoak informazioa sistema eramangarri eta erabilerrazten bitartez konpartitzeko beste era bat dakar, gailu txikian mundu bakoitzeko onena aprobetxatuz. Izan ere, paperaren erosotasuna, mehetasuna eta malgutasuna komunikazio digitalaren dinamismoarekin uztarraraziko lituzke.

Aipatu dugun bi ekimenenotako bata Xerox eta 3M-en arteko hitzarmenak bultzatuta dago: Gyricon. Bestea E Ink enpresak sustatuta sortu da: Inmedia.

3.1. Gyricon

Gyro (biratu) grekotik eta e *iconotik* dator hitza. Nicholas Sheridonek asmatutako proiektu teknologia baten izena da. 1999ko uda baino lehentxoago, Xerox multinazionalak 3M-erekiko akordio bat iragarri zuen, berriro erabili ahal den beraren paper-bertsioa masiboki fabrikatu eta saltzeko: Gyricon.

Paper elektronikoa erabiltzen Massachusettsko denda batzuetan hasi ziren beren eskaintzak iragartzeko. Hiru milimetro lodi zen xafla batean, iragarrietako testua aldiro-aldiro aldatzen zen. Erantzuna hiriaren beste aldean zegoen: dendetako arduradunak panel elektronikoetan agertu behar zuen testua *bilatzekotik* bidaltzen zuen.

Dirudienez, etorkizunean kazetak irrati bidez jasoko dira paper elektronikozko koadernoetan. Azken orduko albisteak helduko dira gertatu ahala. Gainera, gaur egun idatzizko prentsaren ezaugarriak diren argazkien ordeztu irudi bizidunak jarriko dira.

Horiek eta beste aplikazio oso iraultzaile batzuk izan ziren Xerox-eko ingeniariak Gyricon garatzeko izan zituzten zioak. Sistema hori sortzen 1978an hasi zen PARCen (Palo Alto Research Center-en). PARC Xerox-ek Palo Alto (Kalifornia) duen ikerketa-zentroa da. Hala ere, zentro horretan, paper elektronikoa kopuru txikitik produzitu zen. Xerox-en 3M-rekiko lankidetzak Gyricon delakoa eskala handian fabrikatu eta saltzea ahalbidetuko du, merkatuaren eskarien aurrean erantzuteko eta ekimen berri-tzaile hau merkataritzari begira bideratu ahal den errealitate egiten duten aplikazio asko garatzeko. Izan ere, PARCeko hardware-laborategiko kudeatzailea den Bob Spraguek adierazi duen bezala, "paper elektronikoak mundu digitalaren eta paperaren arteko lerroa ezabatuko du"¹.

Arrazoia oso sinplea da: Gyricon-ek informazio digitala onartzen du, baina, funtsean, paper-orez fabrikatzen da. Elastometro-xafla mehe bat du, ile bat bezain lodia dena. Beronek milioika pilotatxo mikroskopiko ditu. Berauen erdiak zuriz pintatuta daude; eta beste erdiak, beltzez. Pilotatxo horiek likido mehez (likatasun txikiko olio) betetako barrunbeen gainean dabilta, eta eremu elektromagnetikoari erantzunez-edo biraka. Tinta-puntuek laser inprimagailuen paperean bezala, eremuaren aldakuntza baten aurrean irudiak, letrak eta formak eratu ahal dituzte. Pinturaren bereizgarri bezala esan daiteke ezen bolatxook etengabe berriro itxuratu ahal direla eremu magnetikoaren beste aldakuntzarik aplikatzen bada.

Buruaren lehenengo bueltan prozesu honek zaila irudi dezakeen arren, pertsonak paperean lapitz berezi batez idatzi edo marraztu bakarrik egin behar du. Berehala ikusiko du emaitza. Idazten den bezala, ezabatu egiten da.

Paperak ordenadore batetik edo Internet-etik heltzen zaigun irudi bat erakutsi ahal izan diezagun nahikoa izango da hura kable edo irrati bidez transmititzea. PARC-eko ikertzaileek paper elektronikoan hazbeteko

¹. *Ciberp@ais*, 1999-6-17; 6 or.

4000x600 puntuko bereizmena lortu zuten, laser inprimagailuarenaren antzeko kalitatea. Ikusmen-angelua oso zabala da eta aurreikuspenen arabera hori koloretan egin behar da. Esku-koaderno batek gutxi gorabehera sei hilabete iraun dezake pila alkalino berekin. Orri bakoitzaren kostua 40 pezeta ingurukoa izan daiteke.

3.2. Inmedia

Gyricon-en garapenarekin batera, E Ink enpresak bere paper digitalezko bertsio berezia sortu zuen. Inmedia laborategitik 1997an irten zen. Bi urte geroago hasi zen merkaturatzen.

J.C. Penney denda-kateak jarri zituen lehenengo panelak. Gaur egun, E Ink-en paper eskuragarriak 7,6x10 zentimetroko karaktereak agertzen ditu. Pantailaren prezioak 77.500 eta 775.000 pezeta bitartean aldatzen dira, tamainaren arabera. Hala ere, dirudienez, preziook laster jaitsiko dira. Aurreikuspen horien arabera, 2000an koloretako eta tamaina aldakorrekiko paper elektronikozko lehenengo orriak ikusi ahalko ditugu. E Ink-en zuzendariaren aburuz, 2000an hasiko gara agenden eta telefono mugikorren pantailetan eskumuturreko erlojuetan Inmedia erabiltzen. Urtebete eskas geroago, botoi bati sakatuta egunean jarriko diren liburu elektronikoak eta kazetak helduko dira.

3.3. Paperezko ordenadorea

Oraindik hirugarren esperientzia azaldu behar da, oraindik oso hasierakoa eta merkaturatu gabe dagoena. Beraren bitartez ohiko pantailen alternatiba informatiko bat eskaini gura da. Paperezko ordenadorea da, beharrezko funtzioak (adibidez, zerga-formulario bat betetzea) egitea ahalbidetzen duen txip bat duena, oso merkea eta erabili eta botatzekoa. Kazetaritzaren kasuan, egunkaria kioskoan erostea bezala izango litzateke, baina orrialde batzuk barik orri bakarra izango luke, egia esan, pantaila mehe-mehea, txip batean eguneko egunkaria izango lukeena. Behin irakurrita, kazeta elektroniko edo paperezko ordenadore hau botako genuke, egun paper inprimatuarekin egiten dugun bezala.

Jim Willard delako batek izan du Estatu Batuetan ideia, eta berau garatu eta patentatzen saiatzen ari da. Ordenagailu hau dolar bat edo bi (150-300 pezeta) kostatuko litzateke eta behin erabili eta gero bota ahal da, edo

datuak jasotzeko telefono-linea batekin konektatu. Ordenadore horrek sistema eragile oso sinplea izango luke, komando kopuru bat erabiltzeko. Ez luke Internet-eko TCP/IP protokoloa erabiliko (bistan denez, hori oztopo bat da). Hori dela eta, konektatzeko eskuz markatu beharko litzateke telefono-zenbaki bat saretik nabigatu ahal izateko.

Willarden ideia ez da oraingoz hortik pasatu, baina badakigu IBM bere proiektuan lanean dabilela. Lee Greenek, prototipoaz arduratzen baita, egunkari elektroniko batean pentsatzen du batez ere.

4. Egunkari pertsonalizatuak

4.1. Negroponte-ren egunkari pertsonalizatua

Nicholas Negropontek pertsonalizaziorako aukera ezaugarri nagusi duen kazeta elektronikoa proposatu du.

1993ko udaberrian, Estatu Batuetako hemeretzi komunikazio-enpresak eta, geroago, Europako batzuek *News in the Future* proiektua abiarazi zuten. Proiektu horretarako urtean bi milioi pezeta inguru ematea aurreikusita zuten, bosturteko batean zehar. Hori teknologia berezia garatzeko egin zuten, zertarako-eta irakurleak bere egunkaria kartan eta erabat pertsonalizatuta prestatu ahal izateko. Negroponte jarri zen proiektuko buru MITen baitan (Massachusetts Institute of Technology-ren baitan). Knight-Ridderrek berak, Roger Fidlerren proiekturako laguntza ematen baitzuen, *News in the Future*-n parte hartu zuen, halaber..

Irakurleak, bere lehentasunak sartu ostean, bere beharizanen neurrirako kazeta pertsonalizatua goizero lotzea nahi da. Horri Negropontek *daily me* deitzen dio.

Berau izan daiteke “kartako egunkaria” deitu ahal diogunaren lehenengo definizioa, kazeta pertsonalizatuak eta abar.

Negropontek berak baieztatu zuenez, “idatzizko argitalpenen tradizioko ereduaren eta Internet ereduaren arteko aurkakotasuna ezin saihestuzkoa eta berehalakoa da”. Adierazpenok 1994/5/10eko *Le Mondetik* hartu ditugu.

Le Monde egunkarian aipatu zen MITek emandako izena, eta beraren definizioa: *daily me*, egunkari erabat pertsonalizatua, irakurlearen gustuetara eta interesetara egokitua.

Proiektua tradizioko kazeta inprimatuek publiko oso orokorraren profilari erantzuten diotelako premisatik abiatzen da; hala ere, publiko hori oso interes ezberdinekiko gizabanakoek osatuta dago. Ordenadorea erabiliz, eta irakurle horrentzako hautaketa eta egokitzapen prozesu baten ostean, irakurleak beharrezko duen informazioa bakarrik berreskuratzen du. Kazetaritza-informazioarekin batera, aurreikusita dago ezen egunkari pertso-

nalizatua informazio pribatua, posta elektronikoa eta erabiltzailea harpidetuta dagoen eztabaidaguneetako ere emateko gai izango dela.

Negropontek une horretan definitu zuen etorkizuneko irakurlea editore bezala. Izan ere, berau izango litzateke bere beharizanen eta interesen arabera bere kazeta argitaratzen joango litzatekeena, aurretik adierazi dugun bezala. Irakurle horrek lan hori era oso automatizatuan egiteko beharrezko tresnak izango lituzke. Hori dela eta, informazioa eskuz bilatzeko lanaren ordeztuak sistema adituak jarri ahalko dira, informazio-iturriak miatu ahal dituzten eta bakoitzak behar duen informazioa egunero bildu ahal dutenak.

4.2. My News-en kasua

Internet sarea agertzeak informazioa aurkitzeko eta berau era teknikoki errazean atzitzeko zerbitzu berri asko bultzatu zituen. Hiru zerbitzu-tipologiaz hitz egin daiteke.

- Ohiko bilagailuak, informazio bat aurkitzen laguntzeko sortutako zerbitzuak, harekiko hiperlotura eskaintzen dutenak. Hiperlotura horren bitartez web orrialde berrira sar gaitezke.
- Hiperloturaren iturriarekiko konexioa mantenduz, aurkitutako informazioa "bidaiatzeko" nabigatzaile berria sortzen dutenak.
- Web-a utzi barik eta leiho bat erabiliz, aurkitutako informazioa eskaintzen dutenak.

Errazki ikus ditzakegu informazioaren jabeak sortutako sistemak, hala nola, Internet-eko kazetak sortzen dituztenak, esate baterako, *La Vanguardia*-ren Mail News delakoa.

Dena den, era berean, badaude kazeta talde bati buruzko informazioaren gaineko zerbitzua ematen duten sistemak. Hala ere, beraien barruan, kazeta taldea jabetza baten pean multzokatuta dutenak eta akordioetara banan-banan heldu behar izan dugun hainbat jaberri dagozkienak.

Gaur egun, kartarako egunkarien zerbitzu gutxi argitalpen-talde ezberdinei dagozkien hainbat bideren munduan eskaintzen dira. Estatu Batuetan ekimen garrantzitsu batzuk daude; eta gure herrian, bi ekimen: Microsoft-ek garatu dituen kanal aktiboak eta *My News* sistema.

Carlos Guillem eta José Mompín ingeniari kataluniarrek Bartzelonan *My News* prentsa-zerbitzua aurkeztu zuten, hasieran gutxienez hamar egunka-

ri espainiarren albisteak formatu elektronikoan banatzen zituena². Gero, bide kopuru hori igo zen eta 17koa izan zen, egunkari eta buletin ofizialen artean.

My News-ek sistema bat garatu zuen. Sistema horren bitartez, erabiltzaileak aurretik zehazten ditu aurkitzea interesatzen zaionaren profilak eta bideak eta era, eta informazioa egunero lehenengo ordura heltzen zaio bere ordenadorera.

My News-en bultzatzaileek zuzenean biltzen zuten, goizeko 1etatik 3etara, egunkari bakoitzak argitaratzeko zuen informazioa, gaika indexatzen zuten eta, bide telematikoz, harpidedunei helarazten zieten. Berauek hura goizeko zortziak baino lehen jasotzen zuten, beren eskaeren arabera.

Hasiera batean, harpidedunak 30.000 pezetako alta-kuota ordaintzen zuen, softwarea (ordenadorean instalatzeko espezifikoa, jaso nahi zen informazioa zehazten laguntzen zuena), hileko 3.000 pezetako kuota tin-koa, eta 20 pezeta lehenengo kontsultarengatik eta egunarengatik, 10 bigarrenarengatik, eta beste 5 bidalitako artikuluko. Kalkulatu zenaren arabera, erabiltzaileak, zazpi kazeta hautatu, kontsulta bat egin eta egunero bakoitzetik bi artikuluko jasotzen bazituen, hilean gutxienez 10.000 peze- ta ordaindu behar zituen.

Austrian beste antzeko zerbitzu bat sortu zen, herri horretako prentsaren elkarteak bultzatua; gure Espainian esperientzia hori berria zen eta ez zuen horrelako erreferenterik. *My News*-en sortzaileen iritziz, hori zen Europako lehenengo kazeta elektronikoa pertsonalizatua, eta denbora- eta diru-aurrezte garrantzitsua zekarren prentsa- txostena edo press clipping direlakoak egiteko tradizioko sistemen aldean.

Berezitasuna zelako esan behar dugu ezen harpidedunek hiru aukera zituztela: etorkizunari begirako kontsultak egin ahal zituzten, zeren eta beren eskaerak aldatu ahal baitzituzten: “data horrez geroztik, gai horiek gura ditut; iraganari begirako kontsultak egin zitzaketen, zeren eta pasatuak ziren egunetako albisteak eman ahal baitzitzazkien; eta, gainera, beren agiri-base berezia sor zezaketen, sailkatuta zuten informazioa kontzeptu berriekin aukeratuz.

My News kazeta elektronikoa pertsonalizatuak, beste sari batzuen artean, Informazioaren Teknologien eremuko beren ekarpen teknologikoa ezau- garri izan duten Kataluniako enpresa eta erakundeen artean *PCWeek* aste- kari espezializatuak urtero ematen duen sarietako bat jaso zuen.

². Hamar egunkari espainiar horiek honakook ziren: *El País*, *ABC*, *El Mundo*, *Diario 16*, *Expan- sión*, *Marca*, *Cinco Días*, *Avui*, *Diario de Cádiz* eta *Diario de Jerez*.

Sistema honek, erakusketa honetan zehar aipatu diren sistema batzuek bezala, abantaila handiak eskaintzen ditu, informazioa erraztasun osoz eskuztatu, artxibatu, berreskuratu, banatu eta abartu ahal baita. Hala ere, era berean, erabiltzaileak aztura batzuk aldatu behar dituela dakusa. Informazioa, ordenadoreratu ostean, pantaila baten bitartez begietaraten da. Hori dela eta, berak bere alderdietako biren zatia galtzen du: bere orrialdeko jarrera eta aurkezpeneko itxura.

4.3. Posta elektronikoen bitarteko prentsa

Baina, era berean, Internet-ek kazetaritza elektronikoko beste era batzuk garatzen lagundu du. Egin-eginean, era berean, sarearen erabiltzaileek *posta bidezko albiste-zerbitzua* lupertu ahal dute, argitalpenik gehienek doan eskainia. *Canarias 7*, *El Correo Español* eta *La Gaceta de los Negocios* egunkariak laburpena bidaltzen dute egunero beren irakurleen postontzira. *La Vanguardiak*, bere aldetik, postaz bidaltzen ditu, goizeko 8ak baino lehen, eguneko tituluak, formulario bat aurretik bete bada.

*Expansión*ek ere kazeta posta elektronikoz jasotzeko aukera ematen du. Ekonomiari buruzko egunkari horrek honakook ditu: informazio-zerbitzu askotarikoak, Europar Batasuneko enpresenganako laguntzekiko txostenak eta Espainiako ekonomiaren aurrekari historikoak aurki daitezkeen datu-bankua.

4.4. Kartako kazeten inprimaketa

Era zabalean kazetaritza elektronikoa deitu ahal diogunarekin lotuta dauden beste ekimen batzuek ez dakarte aldean papera uztea, kazeta inprimatuek orain arte izan dituzten arazoak bai baina: ale askoren produkzio fisikoa eta banaketa. Bezeroak eskatuta liburuak bat minutu gutxitan prestatzea ahalbidetzen duten "kartako liburuak" direlakoan kasuan bezala, kartarako kazetak agertu dira dagoeneko.

2000an, Xerox enpresak (www.xerox.com) eta *The Guardian* egunkari britainiarraren (www.guardianunlimited.co.uk) argitaratzaileek Danimarkan eta Grezian egunkariaren toki edizioak goizeko lehenengo orduetan produzitzeko programa abiarazi dute. Egunkaria prestatuta eta maketatuta bide elektronikoz Alemaniara bidali eta bertan inprimatu eta gero Europa osora aire bidez banatu beharrean, *The Guardian* bezeroak eskatzen due-

nean inprimatu ahalko da. Horrek Internet-ekin lehian aritzea ahalbidetuko du. Izan ere, kartara inprimatu beharreko kazeta hori egun osoan zehar berriztatuz joan ahal da. Horrela, bezeroak beti jasoko ditu berririk berrienak. Halaber, inprimatutako tradizioko kazetan sartzen den baino askoz zabalagoa den albiste-*stock* bat izan ahal da. Hortaz, berriak aukeratu ahal dira bezeroaren interesen arabera (programa badago) eta hari minutu gutxitan egunkari pertsonalizatua inprimatu ahal zaio, irakurri, ostera, tradizioko bat bezala irakurtzen dena. Berau paperean inprimatzen da. Horrela, “lehenengo inprimatu, gero saldu” tradiziokotik “lehenengo saldu, gero inprimatze”ra pasatzen da.

5. Ondorioa: Kontzeptu berriak eta informazioarentzako onurak

- Gaur egun, edizio digitalen erronka ugarien artean enpresek menderatzen ikasi behar duten bi kontu daude, Internet-eko egunkarien onura eta ezaugarri nagusiak direnak: espazioa eta denbora.
- Irakurleek inprimatua erabilpenik gabeko faktoretzat harturik dute. Ideia horren aurrean, argitaratzaileek ez dute etsi gura oraindik, zeren eta, Juan Carlos Marcos Recio dioen bezala, "inprimatu negozioa urte askoan errentagarria izan baita eta oraindik beste hamarkada batean errentagarria izan daitekeela uste baitute.
- Hala ere, kazetaritza elektronikoaren garaipena berehalakoa da. Horren erakusgarria delako esan behar dugu ezen argitaratzaile horiek beste produktu bat egin dutela, hasieran inprimatuaren eduki berekoa baina, gero, ezberdinekoa. Horrela, izen berarekin, edo era generikoan aldarazita, kazeta berriak eratu dira.
- Inprimatutakoak indarra galdu du, horrelako kazeta bat egiteko prozesua kostu handiagokoa da eta denborarekin informazio-tratamendu txarragoa eskainiko du.
- Albisteak hautatzeko tradizioko prozesua ezabatu nahi da. Egin-eginean ere, egunkari baten erredakzioan albiste iturrietatik eta agentzietatik jasotako informazioek beti zabal gainditzen dituzte albisteak argitaratzeko gaitasuna. Era berean, kazetaritza-talde berak agindutako ikerketetan, orokorrean, ezin beti argitara daitezkeen eta kontuz hautatu behar diren datu eta txostenen kopuru handia lortzen da. Argitaratzailearen irizpidearen eta inprimatu beharreko orrietan dagoen leku fisikoaren arabera, enpresa bakoitzak zein informazio ezagutaraziko duen hautatuko du, zein neurritan, eta zein ez.

Tradizioko arazo horrek ez dakar buruko minik kazeta elektronikoen berrien argitaratzaileentzat. Leku falta edo gaindikina edizio digitaletan konpontzen da. Artikuluak ez dira moztu beharko orrialdeetan sartzeko.

Gomendatutako irakurketa

Marcos Recio, Juan Carlos : "Aproximación al tratamiento gráfico y visual de las nuevas tecnologías: la imagen en los periódicos electrónicos", *Cuadernos de Documentación Multimedia*-n.

- Aipatu ditugun leku-abantailen barruan, argitaratutako aurreko edizioen artxiboak bisitatzeko aukera dago. Aukera hori oso onuragarria da edozein zioengatik albisteen bertsio elektronikoen eguneroko ikustaldia egin ezin izan duten irakurleentzat. Bit-etako informazioa oso artxibaeraza da, leku handiegirik betetzen ez baitu, denboraren poderioz higatu edo horiskatzen ez baita eta, are, albistek azkartasunez, txukuntasunez eta eraginkortasunez bilatzea ahalbidetzen baitu.
- Batez ere, banaketa-prozesua ezabatzen da. Izan ere, ia ez dago edizioaren eta argitalpenaren arteko denbora-diferentzia txiki-txiki bat besterik. Norbait *El País* edo *ABC*-n mezu bat igortzen ari den aldi berean, norbait munduko edozein lekutan hori jasotzen dabil.
- Oinarri urriagoko beste alderdi batzuk daude, kontutan hartu behar dira baina, hala nola, ekologikoa, paper kopuru handia aurreztuko baita eta, ondorioz, zuhaitz gutxiago moztuko baita. Izan ere, kazeta elektronikoak ez ohi dira inprimatu.
- Kontutan hartu behar da ezen, paperean inprimatuta dagoen eta testua irudiarekin batzen den bertsioaren aurrean, kazeta elektronikoetan ezin hobeto batzen direla dagoeneko multimedia, ahotsa, musika, kalitatezko irudiak, animazioa eta bideoa.
- Teknologia berriak aplikatuta, inprimatutako berriak ordu batzuetan zahartzen dira. Horrexegatik eman diete orain arte irakurleek garrantzi handiagoa irratitari eta telebistari, berauek informazioa etengabe eguneratzen baitute, prentsaren "Akilesen orpazurda" zein den dakitelarik. Transmisioa gustura eta gogoz kontra moztu ahal da, berrien edukia ordubeteetan alda daitezke eta gertaeren lekuan zuzeneran hartutako irudi berriek edo informazio argitaratu gabeek edozein ohiko programazio eten ahal dute.

Horixe da prentsa digitalak hartu eta bultzatu gura duen bidea. Gaur egun, lineako informazioa kazeten web orrialdeetan berehalako eran ageri da eta kazetok telebista baino are azkarragoak izan daitezke. Berriak egunean zehar batzuetan eguneratu ahal dira, irudi-aldaketak barnean sartuta.

- Horrelako kazeta elektronikoek beren informazioa byte-itxuran saltzen dute, batzuetan egunkarientzako beste salbide bat osatzen dutelarik.
- Prentsa elektronikoa informazioaren balioaren jakitun diren pertsonen zuzenduta dago. Lehen ematen bazaie, boterea ematen zaie.
- Informazioa gero eta ezagupen-egarriago den gizartean kontsumo-ondasun bihurtu da.

Laburpena

Egunkari elektronikoa hainbat euskarritan eta pantailatan eta beste gailu elektronikoen batzuetan moldatu da. Haiek, neurri handi batean, multimedia diskurtsoa baldintzatu eta baldintzatzen dute. Bilakaera bi aldetan garatzen da. Alde batetik, papereko tradizioko produktuaren transmisioa eta produkzioa dago. Hark fax bidezko egunkaria bezalako alternatibak eskaintzen ditu, edo, egun, kartarako inprimaketako entseguak, egia esan, bertsio sofistikuagoak edo urrikiago sofistikuak, oztopo batzuk (tradizioko kazeta inprimatuaren banaketa, zehazki) saihesten dituztenak. Beste alde batetik, pantailarako pentsatutako kazeta dago. Azken kategoria horretan antzinako teletestu mugatutik Internet-eko egungo kazeta elektronikoetarainokoak sartu behar ditugu. Hainbat aparatuk (tabletak, gehienbat) eta pantailak, tamaina batekoek edo bestekoek eta formatu batekoek eta bestekoek, helburu zehatza duten produktuak eskaintzen dituzte: produktu pertsonalizatua. Paper elektronikoa edo papereko ordenadorea bezalako promesak aurkituko lirateke kontzeptu bien artean, baina tradizioko kazetatik hurbilago. Beronek banaketaren eta inprimaketaren alternatiba bat eskainiko luke.

Jarduera

Lezio honetarako ariketa bakarra proposatu da: lezioan aipatutako egunkari elektronikoaren eredu ezberdinak biltzea eta hiru liburu-eredu klasikoekin lotzea: tabletarekin, erroiluarekin eta kodizearekin edo liburuarekin berarekin, gaur egun ezagutzen dugun bezala. Zein dira aparatu, formatu eta euskarri bakoitzaren ezaugarri berriak, abantailak eta eragozpenak? Idatzi entsegu laburra, hiru-bost orrikoa.

Bibliografia

ARMAÑANZAS, E., DÍAZ NOCI, J. eta MESO, K. (1996). *El periodismo electrónico*, Ariel: Bartzelona.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (1985). "El teletexto en el ecosistema comunicativo español", *Telos*, 1. zk. Madril.

SMITH, Anthony (1983). *Goodbye Gutenberg. La revolución del periodismo electrónico*. Bartzelona: Gustavo Gili.

Kazetaritza elektronikoaren ezaugarriak, kontzeptuak eta erretorika

Javier Díaz Noci

Irakasle titularra

Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea

Euskal Herriko Unibertsitatea

Aurkibidea

Sarrera	99
1. Multimediatasuna	101
2. Sekuentzialtasuna apurtzea (hipertestua eta hipermedia)	102
3. Aldizkakotasuna apurtzea	103
4. Elkarreragiketa	104
5. Irakurgarritasuna	106
6. Teoriatik praktikara: loturak sartzeara	107
Jarduera	108
Autoebaluazio-ariketak	109
Bibliografia	110

Sarrera

Gure aztergaia egunkari edo, hobeto esan, multimedia albistegi elektronikoko elkarreragile bezala definitzean, produktu honen zati diren eta, nonbait, etorkizunean finkatuz joango diren ezaugarri eta kontzeptu batzuez ari gara. Kapitulu honetan, oso laburki, kontzeptu horiek aipatuko ditugu, “kazeta elektronikoak edo digitalak” deitutakoen burutzapen praktikoan edo analisi teorikoan moldatzeko funtsezkoak direnak.

Gomendatutako irakurketa

Gomendatutako irakurketa lezio honetarako gomendatzen dugun irakurketa honako liburu honen 6 atala da

Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo (1996). *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona: Ariel.

1. Multimediatasuna

Multimediatasuna zenbait motatako informazioaren diskurtso-unitate bereko integrazio bezala definituta dago. Informazio horren barruan honakook daude: testua, irudiak (finkoak edo mugimendukoak), soinuak eta, are, datutegiak edo egikaritu ahal diren programak (Java *applets*, esate baterako). Multimediatasun honek, edo zenbait baterako lanetako lan bateko integrazioak, kazetaritza-lanaren egilearen tradizioko eskubideko doikuntzak ekarri beharko ditu.

Kazetaritza-lanaren izaera bera, informazioa eskualdatzeko era bera, bilakatzen ari da. Ikus-entzunezko lanaren kontzeptuak multimedia lanarena dakar. World Wide Web delakoaren estandarreko aurrerapenak gertatu dira. HTML lengoia kontutan hartu behar da. Beste baliabide batzuk agertu dira, hala nola, VRML (*Virtual Reality Modelling Language*) delakoaren bitarteko errealitate birtuala eta Java multiplataforma programaziolengoaia (erabiltzaileak erabiltzen duen sistema eragilea zein den kontutan hartu gabe egikaritu ahal diren programak sartzea ahalbidetzen duena). Horrek guztiak erretorika berria ekartzen duten beste espresio-era batzuk ahalbidetzen ditu. Egungo umeek, bideojolasak erabili ohi dituzten eta, hortaz, informazioa era ez testualean (liburu- edo egunkari-irakurketan heziak garen belaunaldion kasuan bezala) edo era ez pasiboan edo ikus-entzunezkoan ere (irratia entzun edo telebista ikusten ohituta daudenen kasuan bezala) jasotzen ohituta daudenek, laster eskatuko dituzte informazioa antolatu eta aurkezteko beste era batzuk. Jean Cloutierrek esan du ezen 1970eko hamarkadan ikus-entzunezko bidea nagusitu zela (gogoan izan dezagun telebistaren eta bideoaren gorakada handia), 1980koan ikus-idatzizkoa nagusitu dela eta 1990ekoan "ikus-idatz-entzunezkoa" nagusi dela (Cloutier, 1994: 43). Zelanbait, beste produktu bat asmatu behar da (McAdams, 1995; McKenna, 1993).

2. Sekuentzialtasuna apurtzea (hipertestua eta hipermedia)

Hipertestu-kontzeptua Vannevar Bush kanadarrari zor zaio, zeinek 1945an Memex delakoa proposatu baitzuen, informazio kopuru itzelak bildu ahal zituen makina kontzeptuala. Informazio kopuru horiek berreskuratzeko, erabiltzaileak haiek alde batzuetatik beste batzuetara eramateko bideak edo loturak sortzeko trebetasuna izateko aukera izan behar zuten. Horri Ted Nelsonnek “hipertestua” deitu zion hogeit hamar urte geroago.

Hipermedia edo “hiperbideen sistemak” “sistemaren barruan lotutako informazioaren arteko elkarketak sortzen dituzten loturen bitarteko informazio testual, bisual, grafiko eta soinuak antolatuta” bezala definitu ahal dira (Caridad eta Moscoso, 1991: 48). Lotura batek informazio testual bi edo gehiago batzen baditu, dakigun bezala, hipertestuaren aurrean gaude; eta hark informazio bisual bi edo gehiago batzen baditu, hiperbisualaren aurrean. Baina ohikoena da informazio motak (testuala, soinuak eta bisuala) multzo edo egitura batean integratuta egotea, sistema batean; eta, hortaz, loturak haiek uztartuz ezartzea. Horixe da hipermedia. Horrela, giza pentsamenduaren sistema hipertestuarekin baino era are fidelagoan islatu gura da. Giza pentsamendua ez da hitzekoa bakarrik, eta ezin da testura bakarrik mugatu.

Beraz, bide berriek teoriarik behintzat gure buruaren pentsamendua fidelagoki erreproduzitzeko aukera ematen dute. Jean Cloutierrek esan duen bezala, lengoia “polisintetiko eta integratzaile”rako aukera zabaltzen da. Lengoia hori polisintetikoa da zeren eta hainbat elementu biltzen baititu, zentzua multzoaren barruan bakarrik hartzen dutenak. Sinkretikoa da, eta hiru leku-dimentsioetarako eta denbora-dimentsiorako sarbidea ematen du (Cloutier, 1994: 51).

3. Aldizkakotasuna apurtzea

Hipertestuak eta hipermediak sekuentzialtasuna apurtzen dute, mende-baldeko gizartean kultura eskualdatzeko era bezala errotuenik dagoen metodoetako bat, eta bide elektronikoek aldizkakotasuna apurtzeko aukera gehitzen dute. Baldintza teknikoak direla eta, egunera arte informazioa denbora-tarte zehatzetan zerbitzatu behar izan da. Egia da berauek gero eta txikiagoak izan direla, baina, informazio testualaren kasuan, inprimatutakoarenean, lortu den aldizkakotasunik laburrena egunekoa izan da. Horrek zailtasun edo oztopo asko izan ditu: tirada handiko kazeta batek, gune geografiko oso zabalean banatzen denak (esate baterako, Estatu Batuetako nazio-hedapeneko egunkari batek) fisikoki fabrikatu behar ditu milioika ale, gero salguneetara edo harpidedunen etxeetara fisikoki eramane behar direnak. Produktu elektronikoak baldintza horiek guztiak bazter uzten ditu. Are gehiago, inprimatutako aldizkako argitalpenak albistekak egun batetik bestera eskaini behar ditu, hogeita lau orduro, eta kazeta elektronikoa etengabe berriztatu ahal da.

Hori ikus-entzunezko bideentzat gordeta zegoen ezaugarria zen, irratia-entzate eta telebistarentzat gordeta zegoena. Guztiarekin ere, era berean, bideok, salbuespen batzuk alde batera utzita (esate baterako, "albiste"-emisoreak edo aparteko garrantzia duten gertaerak), beren edukiak aldizka eskaintzen dituzte; ez dira bestelakoak irati- eta telebista-albistegiak.

Azken finean, orain arte prentsa-agentziak (berauek izan ziren, beste alde batetik, beren helburuen zerbitzurako abantaila tekniko itzelez konturatu ziren lehenengoak, hau da, informazioa ahalik eta azkarren eskualdatzea kontutan hartu zuten lehenengoak) bezalako bideentzat gordetako ezaugarri bat albistegi elektroniko berrietara intsuldatu ahal da. Definizio estankoez (prentsa hausnarketa da eta ikus-entzunezko bideek berehalakotasuna dakarte, azkartasuna) ez dute zentzurik bide berriekin.

4. Elkarreragiketa

Neurri handiagoan edo txikiagoan, bide guztiak elkarreragileak dira, baina ezaugarri hori nabarmendu da, eta etorkizunean are nabarmenagotuko da, bide elektronikoen berrietan. Erabiltzaileak sistemari galdetzeko eta, horrela, informazioa nahi duen erantzeratzeko oinarriak finkatzeko duen gaitasuna bezala definituta dago. Igorleak ez du norabide bakarrekotuzko mezurik bidali behar, erantzun-gaitasunik gabekotuzko, hartzaileak onartu edo ez onartzeko gaitasuna bakarrik duenik. Zelanbait, masa-komunikatibidearen kontzeptua apurtzen da, aurretik azaldu denez. Horrela, hartzaileak erabakiak hartzeko ahalgo osoa du, eta, muga zabalaren barruan, bere mezua itxuratzeko, baita, era batera edo bestera, igorlearekin elkarrizketan aritzeko ere. Lucilla Assenattok zioenez, dena erabiltzailearentzat egiten da (Assenatto, 1994).

Egin-eginean ere, sarritan egiten da hitz-hori egiten du Nicholas Negropontek, "iraultza" digitaleko gurutetako batek-kazeta pertsonalizatuaz edo *daily me* delakoaz (Giovanetti, 1995), News of the Future atalean Massachusetts Institute of Technology-ko Media Lab (<http://nif.www.media.mit.edu>) aztiak ikertzen duen kontzeptuetako batez, (horri buruz, Hapgood: 1995). Are, dagoeneko entseiu batzuk egin dira, hala nola, *Fishwrap* (arrain-bildukia, "atzoko egunkariak gaur arraina biltzeko bakarrik balio baitu") ironiaz deitua. Beraren prototipoa hemen ikus daiteke: <http://fishwrap.mit.edu> (Chesnais, Pascal R.; Mucklo, Matthew J.; Sheena, Jonathan A., 1995). Laburki esanda, erabiltzaileak interesatzen zaizkion gaiak zein diren zehaztu behar du, haien profila zein den, eta, horrela, erabat interesatzen zaion produktu bat jaso behar du, non ez baitago ez doakion informazioa botatzen denbora galtzera behartuta. Argi dagoenez, hori, multimediatzen eta hipertestuetzen kasuan bezala, aurrerapen teknikoaren baina gehiago, kontzeptua da. Bide konbentzionalek ez dute jasotzen duten materialaren ehuneko 80 baino gehiagotuzko jakinarazi behar, leku-arazoengatik, eta informazio kopuru hori hartzailearentzat ezin irentsizkoa delako. Bide elektronikotuzko, aldiz, informazio-kopuru handiak eskaintzea ahalbidetzen dute, erabiltzaileak etengabe ikusi ezin dituen eta behar bezala

hierarkizatuta dauden informazio kopuruak. Horrela, erabiltzaileak interesatzen zaiona bakarrik atzitzeko aukera du, eta gai zehatz horiei buruz, elkarreragiletasuna edo erabiltzaileak sistemari eskatzeko duen eta beronek eskatzen zaiona emanez erantzuteko duen gaitasuna garrantuz, nahi duen informazio guztia lortzekoa.

5. Irakurgarritasuna

Ordenagailuaren pantaila modernoek irakurgarritasuna eta bereizmena egunetik egunera hobetzen doa, baina ez da egunkariena bezalako, ezta hurrenik ere, nahiz eta haiek inprimaketaren ontasunen gaindiak ez izan. Are urrunago dago kalitatezko aldizkarienetik. Irudi finkoak eta, neurri handiagoan, soinuak eta mugimenduko irudiak oso geldiro eskualdatzen dira. Hori dela eta, formatu fisikoko eta, bereziki, CD-ROMeko edizioari bakarrik dei dakioke zuzen multimedia. Mahai gaineko ordenagailuaren pantailek, izpi katodikoek, keinada eragiten dute giza begiak etengabe fokatzera behartzen dituenak. Hori dela eta, begiak nekatu egiten dira eta irakurleak inprimatutako kazeta irakurtzen ari balitz baino ahalegin handiagoak egin behar ditu. Kontu honetan zerikusi handia dute azturek, esate baterako, Luis Buceta irakasle espainiarrak eta Melvin Le Fleur amerikarrak beren herrietan burutu zuten erkapenezko azterketa batek erakutsi duen bezala. Baina, hala ere, objektiboki askoz nekagarriagoa da ordenadorean irakurtzea paperean irakurtzea baino. Keinadarik gabeko pantailak daude, ordenagailu eramangarriek erabiltzen dituzten kristal likidoak. Alabaina, beraien bereizmena txikiagoa da; eta beraien kostua, koloretako ereduaren kasuan bereziki, oso altua.

Hori dela eta, hobe da testuak laburrak izatea, irakurleari testuaren beste zati batzuetara sartzea ahalbidetzen dion hipertestu (edo hipermedia) loturaz beteta egon arren. Hortaz, testua “zabal” baino “sakon”agoa izan daiteke, eta irakurri ahal diren eta elkarri lotuta (era sekuentzian beharrez ez) dauden zati labur batzuetan zatikatu ahal da.

6. Teoriatik praktikara: loturak sartzea

Lotura hauek helburu ezberdinekin sortzen dira eta mota ezberdinetakoa izan daitezke. Lotura testuala izan daiteke: hitzak edo esaldiak, beste hitz, esaldi edo testu batzuetara eramaten gaituztenak.

Bestelako loturak ikonoak dira, saguz edo, are, atzamarrez (ukipen-pantailen kasuan) sakatu ahal diegunak. Lotura-testua kolorearen, letra motaren edo azpimarraketaren bitartez nabarmenduta ageri da. Ikonoak, ostera, lotura bezala askoz errazkiago identifikatua izatearen abantaila eskaintzen du. Gainera, kasu askotan, ikonoei botoi- edo agente-itxura ematen zaie. Esate baterako, film edo ahostun pasarte bat aktiba daiteke bideo edo magnetofono batek dituenen antzeko botoien sistema baten bitartez. Baina botoi horiek birtualak dira, hau da, ez daude pantailan baino. Ez dute izaki fisikorik. Beste kasu batzuetan, prozedura are sinpleagoa da eta irudi finkoa bihurtzeko nahikoa da irudi horren gainean sakatzea.

Beste elementu edo ezaugarri bat informazioa hiru bideri jarraituz berreskuratu ahal izateko aukera da. Hiru bide horiek honakook dira:

- a) Loturei jarraitu eta leihoak irekitzea, informaziora sartzeko.
- b) Gakoak diren hitzen edo deskribatzaileen bitartez bilaketak egitea.
- c) Bistaratzaile edo “browser” bat erabiltzea, jargoi informatikoan zabaldutako ingelerazko terminoa (Caridad eta Moscoso, 1991: 45-46).

Jarduera

1. Internet-en ageri diren kazeta eta irrati espainiar nagusietatik nabigatzea, Díaz Nociren eta Mesoren *Periodismo en Internet* lanaren 2. kapituluan aipatuta dauden helbideetatik abiatuta, hipermedia eta hipertestu loturak ahalik eta gehienetan erabiliz.
2. Bilagailurik onenetatik abiatuta, Vannevar Bushen *As we may think* artikulua aurkitu, ordenagailura ekarri eta irakurtzea. Funtsezko ideiak laburbildu eta sintetizatzea.

Autoebaluazio-ariketak

1. Web-gune bat bilatzea, ahal dela Euskal Herrikoa edo Espainiakoa, multimedia eta hipermedia kazetaritza-informazioa eskaintzen duena. Beraren multimediatasun eta elkarreragiletasun maila zehaztea, lezio honetako kontzeptu teorikoak aplikatuz.
2. Internet-en present dauden kazetaritza-produktu espainiar nagusien linealtasun edo sekuentzialtasun maila zein den zehaztea.
3. *Argia*-n (www.argia.com) eta *Euskonews*-en (www.euskonews.com) nabigatu eta beraren elkarreragiletasun, hipermediatasun eta irakurgarritasun maila zein den zehaztea. Ikaslearen iritziz, berauek al dira aipatutako ezaugarriei begira aurreratuenik dauden euskal kazetaritza webguneak? Erka itzazu biok eskaintzen dituzten ahaltaldeak Internet-en present dauden euskal egunkari nagusiekin, eta berauek beren bertsio inprimatuekin.

Bibliografia

- ASSENNATO, Lucilla, "Destinatario, tutto si fa per te", *Problemi dell'informazione. La televisione interattiva: scenari e prospettive negli USA e in Europa*, anno XIX, 1. zk., 1994ko martxoa, 63-67 or.
- CARIDAD, Mercedes, eta MOSCOSO, Purificación, *Los sistemas de hipertexto e hipermedios. Una nueva aplicación en informática documental*, Germán Sánchez Ruipérez Fundazioa, Madril, 1991.
- CHAPTAL, Alian, "Les habits neufs du multimédia", *Médiaspouvoir*, 31-32 zk., 1993.
- CLOUTIER, Jean, "L'audioscriptovisuel et le multimedia", *Communication et langages*, Paris, Editions Retz, 99 zk., 1994, 42-53 or.
- HERAS, Antonio R. DE LAS, *Navegar por la información*, Fundesco, Madril, 1991.
- LANDOW, George P., *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*, Paidós, Bartzelona, 1995.

Egunkari elektronikoa eta multimedia
informazio-diskurtsoa: iturriak,
osagarriak eta prestaketa

Javier Díaz Noci

Irakasle titularra

Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea

EHU/UPV

Aurkibidea

Sarrera	115
Helburuak	117
1. Internet sarea kazetaritza-iturri bezala	119
2. Nola eraiki kazetaritza elektronikoa	121
2.1. HTML kodea eta WYSIWYG programak	121
2.2. Multimedia diskurtsoaren osagarriak	122
2.2.1. Testua (hipertestua)	122
2.2.2. Soinuak	123
2.2.3. Irudiak	124
2.2.4. Beste osagarri grafiko batzuk	124
2.2.5. Datutegiak	124
2.2.6. Programa autoexekutagarriak (Java <i>appletak</i> , zehazki)	125
2.2.7. Elkarreragiketa	125
Laburpena	128
Jarduera	129
Bibliografia	130

Sarrera

Azken bost urteetan Internet sarearen zerbitzu nagusia den World Wide Web delakoak gora egin du. Hori dela eta, egunkari elektronikoko asko sortu dira mundu osoan. Edo, hobeto esanda, informazio produktu eta zerbitzu elektronikoko asko sortu dira, aldizkakotasun hertsiaz eraginak izan zertan ez dutenak, multimedia eta elkarreragileak, zeren eta horiek baitira bide berriak ezaugarri nagusiak. Oraindik beren erretorika eta beren nortasuna bilatzen dute, inprimatutako edo ikus-entzunezko beren "guraso" engandik askatzea.

Zalantza barik, datozen urteetan informazio-produktu horien kopurua eta, batez ere, kalitatea handiagotu eta hobetuko dira. Teknikak aurrera egin eta ezagun egin ahala, ordenagailua edo berau ordeztu duen aparatua irratia eta telebista egun diren bezain ohikoa den etxetresna elektriko bihurtzen den neurrian, egun errealitate bihurtuak diren baina, neurri handi batean, beren lehenengo urrats zezelak egiten dituzten eta, kasurik gehienetan, negozioak barik aurretik dagoen negozio baten osagarriak diren bide berriok beren adinez nagusitasuna iritsiko dute.

Internet inprentak bere egunean ekarri zuenarekin erka daitekeen iraultza denentz aztertu behar dugu hemen. Gogora ekarri behar da, bide berriaren kontrako amorratuentzat edo defendatzaile porrokatuentzat, ezen inprentak ez zituela eskuz idatzitako liburuak bat-batean ezabatu eta egunkari elektronikoko ez dituztela inprimatutako produktuak edo tradizioko ikus-entzunezko bideak besterik gabe ordeztuko. Edozein aurrerapen teknikoekin (eta aurrerapen teknikoak dira Internet eta hipermedia, zalantzarik gabe) gertatzen den bezala, aurretik ikus daiteke ezen tradizioko bideen eginkizuna berriz zehaztuko dela, batez ere zeren eta bide berriek berena onduko baitute.

Gaur honakoa azaltzera etorri gara: zein diren bide berriok gaur egun agertzen dituzten eta kazetaritza-mezuaren aurkezpena baldintzatzen duten ezaugarriak. Zalantzarik gabe, ezaugarriok datozen urteetan nabarmenduko dira, erretorika berria itxuratu arte. Profesional asko (esate baterako, Nelson, 1996) dagoeneko hasita daude beren buruari bide berriak

idazketako aldaketei buruz galde egiten. Gure ustez, fase hori maila bat da bertatik sartu behar dugu multimedia (eta hipermedia) diskurtsoaren benetako azterketara. Izan ere, hura produktu elektronikoko berriaren benetako erretorikatzat hartu behar da (Díaz Noci, 1994). Sarritan gogoratu da ezen, irratia sortu zenean, albistegiak kazeta-testuen irakurketa hutsak izango zirela esan zela eta, gero, telebista asmatu zenean, “irudiekiko irratia” bat bezala definitu zutenak egon zirela. Horrela bada, logikari jarraiki aurreko bideak oinarri izan ziren lehenengo uneen ostean, laster irratia kazetaritza idatziaren erretorika testualetik askatu zen eta telebista irudiekiko irratia baino zerbait gehiago bihurtu zen. Bide biek beren idiosinkrasia berezia itxuratu zuten eta beren erretorika berezia eraiki. Askotan kazetaritza inprimatuaren menpean egon arren (enpresa-arrazoiengatik-eta), informazio-produktu elektronikokoak eredu testualetik askatzen hasi dira, halaber (Lobiatti, 1996).

Helburuak

Lezio honen helburua agiri elektroniko batean sartzen diren elementu teorikoak eta teknikoak zein diren ulertzea da.

1. Internet sarea kazetaritza-iturri bezala erabiltzea. Jakin behar da informazio bat prestatzerako orduan erabili ahal den zein baliabide dagoen sarean.
2. Agiri elektroniko baten ezaugarriak erreparatzea: multimediatasuna, hipertestualtasuna eta abar.
3. Web orrialde batean sartzen diren informazio motak eta lengoaiak aztertzea.

1. Internet sarea kazetaritza-iturri bezala

Kazetari batek Internet sareari ikusi behar din lehenengo baliagarritasuna hura informazio-iturri bikain eta azkarra izatearena da, fidatzeko moduko iturria, iturri guztien kasuan bezala kritikoki etengabe berrikusi behar dena.

Ezinezkoa da kazetariei une jakin batean interesa dakizkiekeen iturri guztiak aipatzea. Badaude kazetaritza-ogibideari buruzko informazioa lortu ahal den webgune asko. Ez dugu zehatzak izan gura, baina, adibidez, honakook aipa daitezke: *Ethics on the World Wide Web* (<http://www5.fullerton.edu/les/media.html>) eta *European codes of journalism ethics (Europa)* (<http://www.uta.fi/laitokset/tiedotus/ethicnet/index.html>), kazetaritzaren alderdi deontologikoen gaineko informazioa eta kode etikoak dituztenak.. Beste zerbitzari batzuk kazetarientzako informazioan espezializatuta daude: *FACSN*et (<http://www.facsnet.org>), *Media Source* (<http://www.mediasource.com>), *Newslink* (<http://www.newslink.org/report.html>), *Planetary News* (<http://www.media-info.com/edpub/e-papers.essays.html>) eta *Wired Sources (Journalism)* (<http://www.wiredsource.com/wiredsource>) dira beraietako batzuk. Ikus dezakegunez, guztiz nagusi dira anglosaxoi-iturriak, Estatu Batuetakoak batez ere.

Erakunde-iturriak ere ugari dira. Gobernuaren Presidentziak web zerbitzaria du, La Moncloa (<http://www.la-moncloa.es>). Eusko Jaurlaritzak ere berea du: (http://www.fend.es/es_gv_web/gvweb.html). Kultura-, kirol- eta politika-elkarteek beren web orrialdeak dituzte eduki eta fidagarritasun ezberdinekoak. Era berean, enpresa-iturriak daude, komunikazio-bulego birtualak, urrutira joan barik, Microsoft ahalguztidunarena (<http://198.105.232.5:80/corpinfo>). Era berean, biblioteka birtual handiak atzitu ahal ditugu, esate baterako, Estatu Batuetako Kongresuko Biblioteka izugarri handia (<http://lcweb.loc.gov>) edo Espainiako Biblioteka Nazionala (<http://www.bne.es>). Ezin ditugu ahaztu edozein bideren informazio-iturri nagusietako batzuk: beste bideak. Esate baterako, erregio-egunkari baten zein nazioarteko ataletan ez da jotzen agentzia-informaziora eta atzerriko kazetek emandako informaziora?. Bai iturri bat bai bestea atzitu ahal dira Internet-en bidez. Agentzien artean, hortxe dugu

Efe agentzia (<http://www.efe.es>), edo nazioartekoak diren Associated Press, Reuter, France Press eta abar. Eta egunkariei eta aldizkariari dago-kienez, eskurik handienekoetako gehienek edizio elektronikoa dute. Ber-tan honako hau nabarmendu behar da: *The New York Times* (<http://www.nytimes.com>), egunkari digital onenaren saria lortu berria.

Badaude bide elektronikoen katalogo oso edo osotsuak. Munduan, esate baterako Daily News Link (<http://www.cs.vu.nl/~gerben/news.html>), Elec-tronic Newsstand (<http://www.eneews.com>), MADD (<http://www.lib.auburn.edu/madd/docs/newspapers.html>) eta Newslink (<http://www.newslink.org>) daude. Espainian, osoena Gizarte Zientzien eta Komu-nikazioaren Fakultateko Kazetaritza II.a Sailean eskaintzen duguna (<http://www.pd.lp.ehu.es/Website/Revistas/Propia/index.html>) dateke beharbada.

Edozein kasutan, gai zehatz bati buruzko informazioa behar denean, onena da Internet-en dauden zerbitzu bilatzaileetako edozeinetara jotzea, bai globaletara bai gaztelaniazkoetara. Lehenengo zerbitzuen artean ezagunenak Yahoo (<http://www.yahoo.com>), Altavista, Metacrawler edo Lycos dira. Gaztelaniazkoen artean, Ozú (<http://www.ozu.com>) aipatu behar dugu, egun Terra-n (<http://www.terra.com>) integratuta dagoena; eta Olé (<http://www.ole.es>). Gakoak diren bilaketa-hitzak sartzea nahikoa da handik segundu batzuetara gai zehatz horri buruzko web orrialde guztie-tara sartu ahal izateko.

2. Nola eraiki kazetaritza elektronikoa

2.1. HTML kodea eta WYSIWYG programak

Hipertestuari eta hipermediari buruz hitz egitean esan dugun bezala, berau HTML lengoaiari esker egin ahal da. Bertan marka edo *tag* batzuk daude, web orrialdeko alde zehatz batzuen aurrean eta atzean kokatuta funtzio batzuk lortzen dituztenak, esate baterako, letra handiagoko gorputza, edo irudi bat sartzea, edo atzeko ehundura bat, mosaiko bat. Kode horiek guztiak isilean geratzen dira web orrialdea programa bistaratzaile batekin ikusten denean. Hasiera batean, testu-editore normal eta arrunta nahikoa da web orrialde bat egiteko, HTML kodea eskuz tekleatzen bada. Hori gogaikarria eta arriskutsua da, zeren eta prozesuan akatsak egitea erraz samarra baita. Horrek marka edo kode zehatz hori batere balio ez duen zerbait bihurtuko luke.

Beste mota bateko ordenagailu-programekin gertatu zen bezala, testu-editoreekin gertatu zen bezala zehazki, guztiz WYSIWIG (*what you see is what you get*) diren web orrialdeen editoreak sortu dira dagoeneko. Berauekin ez da HTML lengoaiako lerro bakar bat ere ezagutu behar. Hortaz, kazetariak, erredaktoreak edo diseinatzaileak errazki erabiltzen diren eta ezagupen tekniko informatikoetatik askatzen dituen tresna batzuk ditu. Hori gora-behera, hurrengo puntuan ikusiko dugun bezala, web orrialde batean elementu batzuk agertu ahal dira, ikusi ezin diren elementuak izan eta beraien kanpoko aldea bakarrik agerturik ere. Osagarri horietarako programazioa jakin behar da (CGI programak, esate baterako, datutegiak eta bilaketa-eragileak kudeatzeko, edo Java *appletak*). Hala ere, kazetariak ez du informatika zertan ikasi: kazetaritza-diskurtsoa diseinatu behar du, kasu horretan multimedia, zeinen elementuak –beraietako batzuk behintzat– teknikari informatikoek garatu ahal baitituzte. Horrela, multimedia lana, *ad hoc* definizio bati jarraituz, zenbait baterako lanek osatutako lana izango litzateke.

2.2. Multimedia diskurtsoaren elementuak

Ikus dezagun orain zein elementu agertu ahal diren multimedia diskurtso batean eta zein diren bakoitzaren ezaugarriak eta lan osoko integratzioko bakoitzaren eginkizuna. Diskurtsoaz hitz egitea nahiago dugu testuaz baino, zeren eta berau haren zatia –oraingoz behintzat, garrantzitsuena– baita.

2.2.1. Testua (*hipertestua*)

Idatzizko testuak web orrialdearen eta Internet bidez eskualdatzen den multimedia diskurtsoaren zatirik garrantzitsuena izaten dirau. Horretarako bi arrazoi daude: lehenengoa bide elektronikoen berrien bide inprimatuekiko menpekotasuna da, enpresa-kontuengatikoa (kazetak eta aldizkariak argitaratzen dituzten enpresak dira, gehienbat, ziberguneratu direnak); eta bigarrenak, arrazoi teknikoak, testua soinuak eta irudiak baino denbora laburragoan jasotzen baitugu.

Hala ere, testu hori, esan dugun bezala, hertsiki sekuentziala da edo izan daiteke. Teknikoki hipertestuaren bitartez, lotura anitzetako haren sistemarekin, sekuentzialtasuna gainditu ahal den arren, egia da kontzeptu hori Mendebaldeko kultur eskualdaketa modernoan oso errotuta dagoena dela eta halako galtzapen edo orientaziorik ez bat egon barik irakurtzeko era honetan ohitzea kostatzen dela. Beste alde batetik, gutxiengoa osatzen dute oraindik Internet-erako bereziki pentsatutako komunikabideek; eta multzoa, aurretik dauden eta, orokorrean, inprimatuak diren bideen bertsi digitalak edo iraulketa hutsak direnek.

Era sinplean esatearren, hipertestuan oinarritutako testuak luze baino sakonagoak dira eta oso zatikatuta daude edo egon daitezke. Horrek, alde batetik, haien irakurketa errazten du, baina, beste alde batetik, gaztigatu gabe dagoen eta hartzailearen erabakia erabakigarria den mezu bat barik mezu bakar eta aldaezin bat jasotzea espero duen irakurlea nahas dezake. Haiek sakonak dira, hain zuzen ere, zeren eta lotura ugariak elkarren osteko mailetara eraman ahal baikaituzte, eta, hortaz, testu konbentzionaletan pentsaezina den informazio kopuru batean nabigatzera.

Gauzak horrela, tituluaren eta sarreraren kontzeptuak hipertestu-diskurtsoan indarberritu dira. Hain zuzen ere, beraiek dira azalean dauden elementuak, ondoenik ikus daitezkeen eta lehenengo atzitu ahal direnak, beste maila sakonago batzuei bide emango dieten jatorrizko mailak, bar-

neko eta, are, kanpoko adar posible batzuen gailurrak (batzuetan, jatorrizko iturrira jo beharra dago, esate baterako, Meteosat satelitera, *El País Digital*-en eguraldiari buruzko informazioa eskatzen dugunean). Hurrengo mailek informaziorik garrantzitsuena eman beharko dute, eta xehetasunak geroko utziko dituzte, informazioaren pilaketa mota batean. Hau da, piramide-egitura baten aurrean gaude, baina testu konbentzionalaren piramide egiturekiko ezberdintasuna adarkapena da: informazioa bide ezberdinetatik berreskuratzeko aukera. Bide horiek beti egon behar izaten dute erabiltzailearen esku; horrela, neurri handi batean, testuaren bukarako eraikuntza nolakoa izango den erabakitzen du. Hori dela eta, kazetariak gai izan behar du informazioa hierarkizatzeko, eta jasotzailearen esku-harmenarengatik eta edukiak etengabe (ez aldizka) berriztatzeko eta eguneratzeko aukerarengatik aldakorra eta poliedrikoa den eta adiera bakarrekoa ez den diskurtsoa egituratzeko.

2.2.2. Soinuak

Web orrialde batek soinuak har ditzake barnean. Nahiko ohikoa da Internet-en present dauden irratiek Internet-en uhin hertziarren bitartez eskualdatutako beren edukien zati bat edo osotasuna eskaintzea. Haiek jasotzeko beharrezkoa da soinuak erreproduzitzeko programa bat izatea (gaur egun zabalduena RealAudio da). Horrela, web orrialdearen ikono batean sakatzean, soinuak erreproduzitzeko programa irekiko da eta soinu hori entzungo dugu, aurretik grabatu eta orrialdean sartu dena. Programazio osoa emititzen duten emisoreen kasuan, grabazioa aire bidezko jatorrizko emisioa baino segundo batzuk geroago.

Web orrialde batean soinuak sartzearen oztopo nagusia erabiltzaile guztiek soinuak erreproduzitzeko programa bana ez izatea da. Hori doan lor daiteke sarean bertan, baina mundu guztiak ez du hura erabili ahal izateko beharrezko potentzia duen ordenagailurik. Horrela, soinuari beste osagai batzuen gainean, batez ere testuaren gainean, funtsezko eginkizuna ematea arriskutsua izan daiteke. Alabaina, *El Correo*-k eta beste hedabide batzuek beren Internet-eko bertsioan soinuak sartzen dituzte, Radio Correo-tik hartuak.

2.2.3. Irudiak

Egunkari konbentzionalekin gertatzen den bezala, irudiak sartu ahal dira multimedia informazio-diskurtsoan. Haiek ez bezala, egunkari elektronikoa irudi finkoak eta mugimenduko irudiak izan daitezke, bideo-pasarteak azken batean. Azkenon arazoa informazio kopuru handia ekartzea da. Hori dela eta, informazio hori eskualdatu eta jasotzeak arazo larriak ekarri ahal ditu eta denbora luzean zehar luzatzea du. Irudi finkoek ez dute beraiek sartuta dauden web orrialdeak ikusteko erabiltzen duguna beste bistarapenerako programarik eskatzen; mugitzen diren irudiek, ostera, bai.

Horregatik, web orrialderik gehienetan sartuta irudi finkoak daude, argazki digitalizatuak, oro har, erabiltzaileak beraiek onartzeko moduko epean jasoko dituela bermatzen duen bereizmen txikia dutenak baina. Kontutan hartu behar da ezen irudiok izan daitezkeela hipertestu-loturak ere, beste irudi, testu edo soinu batera eramaten gaituztenak (irudika dezagun, esate baterako, ezen pertsonaia publiko baten argazkiari sakaturik haren ahotsa entzun dezakegula).

2.2.4. Beste elementu grafiko batzuk

Sar daitezke beste elementu grafiko batzuk ere: botoi sentikorrak, zuriunebarrak, grafikoak eta abar. Oro har, tamaina txikiko ikonoak dira (byte-takoak), web orrialdea era erosoan jasotzea oztokatzen ez dutenak. Guk haiek orrialde horretan sartuta ikusten ditugula ere, egia esan, HTML lengoaiak irudi zehatz batzuetara bidaltzen gaitu; web orrialde bateko irudi bakoitza, oso txikia izan arren, konexio berri bat da. Hortaz, ez da komeni orrialdeak beharrezkoak ez diren irudiez zamatzea.

2.2.5. Datutegiak

Sistema digitalek informazioa emateko ahalbide handi-handiak direla eta, web orrialdeetan datutegi itzelak sartu ahal dira. Datutegi horiek ezin ikus daitezke eta ezkutaturik daude, maila sakonago batean, galdekatuak izateko zain. Goreneko mailan ageri den maila formularioa da, zeinen bitartez erabiltzaileak bilaketa-patroiak sartzten baititu. Bilatzeko programa batek, "eragile" batek, erabiltzaileak gura duena aurkituko du. Sistema horren atzean CGI programa bat dago, informatikari batek diseinatu behar duena; baina programa hori multimedia kazetaritza-diskurtsoaren disei-

nuan buru denak eskatuta diseinatu ahal da. Informatikari horrek kudeatzen ditu, batzuetan, informazio kopuru itzelak.

Baliabide hau bereziki baliozkoa da kazetaritza-enpresentzat, agentzientzat eta kazetentzat, esate baterako. Izan ere, horrela, haiek bilaketa hemo-rografikoko aparteko baliabide eroso, merke eta erabilerrazagoa eskaini ahal dute, edo sailkatutako iragarkietako bilaketa. Hori tradizioko bideek nekez eskaini ahal duten balio erantsia da.

2.2.6. Programa autoexekugarriak (Java appletak, zehazki)

Azkenik, azkenaldi honetan agertu da web orrialdeen barruan beren burua egikaritu ahal duten programa txikiak sartzeko ahalbidea. Horretarako berdin da erabiltzen den sistema eragilea eta plataforma zein diren. Java izeneko programazio-lengoaiaz ari gara, zeinek *applet* izeneko programa txikiok sortzea ahalbidetzen baitu. Berriro ere, oraingoz eta ordenagailuak behar beste berriztatu arte programotako bat sartzek arazo bat dakar: mundu guztiak ez du haiek egikaritu ahal izateko beharrezko den potentzia duen makinarik. Izan ere, horretarako memoriari eta prozesatzeko gaitasunari begirako beharkizun batzuk behar dira. Edozein kasutan, argi bide dago horrelako txertapenek datozen urteetan arrakasta izango dutela.

2.2.7. Elementu elkarreragileak

Era heterogeneo-heterogeneoan, Carole Rich irakasle iparramerikarrak (1998: 281), zehatza ez den eran, kazetaritza-informazio batean agertu ahal diren elementuak aipatu ditu, hura osatzen duten baina hertsiki informazio-elementuak ez direnak. Beraren funtsezko xedea erabiltzaileen elkarreragiletasuna edo partaidetza handiagotzea da. Esate baterako, haiek honakook dira:

- 1) Kalkulagailuak eta formularioak: esate baterako, zergei buruzko erreportaian kalkulagailu birtual bat eta formulario elkarreragile bat diseinatu ahal dira, legeria berriak gure patriketan nolako eragina izango duen azkar kalkulatzea ahalbidetzen digutenak.
- 2) Eztabaidaguneak: informazioaren bukaeran irakurleen iritzia eskatu behar da, zertarako-eta eztabaidagune bat sortzeko, komunikabideko norbaitek moderatua noski. Formula hori kazetaritza digi-

talean oso erabilia da haren hasieratik. Espainian, aitzindaria, 1995-1996koa, *Heraldo de Aragón* izan zen.

- 3) Inkestak: genero hau ez da oso zientifikoa (haiek ez dute zerikusirik, noski, bideek agindu ohi dituzten soziologi inkestekin, berauei buruzko informazioak argitaratzen dituzte), baina beti gehitzen du kazetaritza-idazketarako eskuliburuetan “kolorea” deitutakoa, oso zehaztugabea dena. Ideia baten alde edo kontra ehuneko zenbat erabiltzaile dagoen jakitea Internet-en ezezik irratian eta telebistan ere publikoari parte harrarazteko erabili ohi den metodoa da.
- 4) Galdera eta erantzunen lehiaketak eta galdera-sortak.
- 5) FAQ (*Frequently Asked Questions*) Internet-en (eztabaidaguneetan bereziki) oso erabilia den sistema da. Bertan era azkar eta errazean argitzen dira ohiko galderak, eta elkarreragiletasuna sustatzen da.
- 6) Jolasak: kazetaritzak aspaldian utzi dio informazioa bakarrik eskaintzeari, eta *infotainment* (*information* edo “informazio”tik eta *entertainment* edo “entretanimendu”tik datorren nahaste faltsua) delakoaren kontzeptua eta ingelerazko “hitz pottoka” ezarri da. Hori dela eta, alderdi ludikoak zaintzeak publikoaren fideltasun handiagoa bermatzen bide du.
- 7) Eztabaida-taldeak: gai eta gertaera puntual baten inguruan sortzen diren eta, hortaz, iraupen mugatua izan ohi duten eztabaidagunetak baino egonkorragoak diren eztabaida-taldeak interes eta gai zabalagoak biltzen dituzten erkidego birtualak dira: osasuna, erkidegoaren futbol-taldea eta abar.

Beste baliabide elkarreragile batzuk gehi litezke: lezio honetan aztertze gaia ez den eta gai-zerrendaren beste zati batean garatzen den publizitateaz gain, zerbitzuak, esate baterako, kazetaritzaren etorkizuneko bidaideak bide dira, halaber. Adibidez: ikuskizun bati buruzko informazio edo kritika bat eman ostean, komunikabide digitalak ikuskizun horretarako sarre-txartelak eskuratu edo erreserbatzeko aukera eman dezake. Orokorrean, informazioetan aipatutako produktu zehatz batzuk urrutitik saltzeak, informazioaren eta publizitatearen arteko mugak itxuragabetzen dituen arren, erabiltzaileari ahalbide gehiago eta erosotasun handiagoa ematen dizkio, zalantzarik gabe; eta komunikabideari, ekonomi mozkinen bat.. Lehen aipatutako iragarki sailkatuak –eta informazioa inprimatutako kazetan haiek banan-banan egiaztatuz baino era azkar eta zehatzagoan berreskuratu eta iragazteko aukera– dira komunikabide batzuei mozkinak ekarri dizkieten beste baliabide batzuk (esate baterako, formula arrakastaz

entseatu zen Kaliforniako *San Jose Mercury Center*-en). Irakurleek, posta edo hizketaldi elektronikoaren bitartez (ez dugu *e-mail* edo *chat* bezalako terminorik erabili gura, horrelakoak oso ondo euskaratu baitaitezke), pertsona ezaguna elkarrizketatzeko edo, ordenagailuaren bitartez, pertsona horrekin eta gainerako irakurleekin elkarrizketan aritzeko duten aukera halako maiztasun batez erabilitako beste baliabide bat da, eta, era berean, elkarreragiletasuna handiagotzen du.

Laburpena

Nafarroako Unibertsitateko irakasle den Giner-i eta *Periódico de Catalunya*-ko Mario Santinoli irakasleari behin baino gehiagotan entzundako bi etsenpluk proposatzen dugun bezalako hausnarketarako abiapuntu bezala balio izan dezakete. Lehenengo etsenpluak gogora zekarrenez, denak kontrakoa adierazten zuen arren, ez ziren zalgurdiak egiten zituzten enpresak izan azkenik automobilak fabrikatzeaz arduratu ziren eta horretatik bizibidea atera zutenak, asmakuntza berria ekoizteko berariaz sortutako enpresa berriak baizik. Izan ere, automobila motoredun zaldi-kotxea edo zaldirik gabekoa baino zerbait gehiago da, hasieran hori bakarrik zen arren. Era berean, egunkari elektronikoak ez du inprimatutako egunkari digitalizatua bakarrik izan behar, gaur egun sarean dauden informazio-produktuetariko asko funtsean horrelakoak izan arren.

Gogora ekarri gura dugun bigarren etsenplua delako esan behar dugu ezen etorkizun hurbileko egunkari elektronikoaren irakurlea (etorkizun hurbil-hurbilekoa, ez dezagun ahaz) egun haurra dela eta bideojolas-makinak helduok goresgarri deritzogun trebetasunaz eta maiztasunez erabiltzen dituela. Haur horrek, eta ez bestek, informazioa jasotzeko era bat eskatuko du, bera hogeita hamar urtetik gorakook liburuan eta egunkarian, hau da, testuzko eta idatzizko informazioan eta belaunaldi gazteagoak irratian eta telebistan, hau da, ikus-entzunezkoa, agrafoa nahi bada kasu askotan eta pasiboa den kulturizazio-era batean bezain ohituta dagoena. Horrekin ez dugu adierazi gura informazio-era bat eta bestea baztertzaille edo bata bestea baino hobe direnik, baina egia da “irakurtzeko” azturak (edo, hobeto esanda, informazioa jasotzekoak) aldatzen direla. Nola eskatuko du gure etorkizuneko irakurleak, gaur egun, esate baterako, zazpi urte dituen eta makinekin (ordenagailuekin, azken finean) jolas egiten duen horrek, informazioa eskain dakion? Galdera horri irudimenez erantzun beharko diote Informazioaren Zientzien karrera bukatu ostean kazetaritza aktiboan jardun gura dutenek.

Bistan denez, kazetaritzak eduki-negozioa izaten iraungo du. Edukiak eskualdatzeko erak, neurri handi batean, enpresa edo ekintzaren arrakasta edo porrota zehaztuko du. Eta, kazetariak kazetari bezala bizirik irauteko egokitu beharko duen prozesu horretan, haren eginkizunak funtsezkoa izaten iraungo du. Hark eta jasotzaileak komunikazioaren mundu erakar-garrian protagonista izaten iraungo dute.

Jarduera

Idatziz aurkeztu behar da kazetaritza-proiektu baten zirriborroa. Bertan zehaztu behar dira hark izango dituen atalak, lengoaiak eta erabilitako baliabideak. Geroago, web orrialde bat diseinatu beharko da, merkatuan atzitu ahal den edozein programa eta ahalik eta baliabide tekniko gehien erabiliz.

Bibliografia

- ARMAÑANZAS, Emy; Javier DÍAZ NOCI eta Koldo MESO (1996): *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona: Ariel.
- ASSENATO, Lucilla (1994): "Destinatario, tutto si fa per te", *Problemi dell'informazione. La televisione interattiva: scenari e prospettive negli USA e in Europa*, anno XIX, 1. zk., 1994ko martxoa, 63-67 or.
- BARNES, Sue (1994): "Hypertext Literacy", *IPCT. Interpersonal Computing and Technology*, Volume 2, Number 4, October 1994. Washington DC: Center for Teaching and Technology, Academic Computer Center, Georgetown University, 24-36 or.
- BOLTER, J.D. (1991): *Writing Space: The Computer, Hypertext and the History of Writing*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- CARIDAD, Mercedes, eta MOSCOSO, Purificación (1991): *Los sistemas de hipertexto e hipermedios. Una nueva aplicación en informática documental*. Madrid: Germán Sánchez Ruipérez Fundazioa.
- CHESNAIS, Pascal R.; MUCKLO, Matthew J.; SHEENA, Jonathan A. (1995): "The Fishwrap Personalized news System", Massachusetts Institute of Technology-n (<http://nif.www.media.mit.edu>) atzitu ahal den artikulua. Egunkari pertsonalizatu honen etsenplu bat hemen ikus daiteke: <http://fishwrap.mit.edu>
- CLOUTIER, Jean (1994): "L'audioscriptovisuel et le multimedia", *Communication et langages*, 99. zk., Paris: Editions Retz, 42-53 or.
- HAPGOOD, Fred (1995): "The Media Lab at 10. Beyond the technology it has imagined, the thinkers it has encouraged, the students it has attracted and seeded, the greatest achievement of the MIT Media Laboratory may be the invention of itself", *HotWired* (<http://www.hot-wired.com>).
- GIOVANETTI, Pierangelo (1995): "Il futuro in laboratorio: *daily me e flat panel*", *Problemi dell'informazione*, anno XX, 2. zenbakia, giugno, 195-203 or.
- GUÉRIN, Serge (1996): *La cyberpresse. La presse et l'écrit off line, on line*. Paris: Hermès.

- KAPLAN, Nancy (1995): "Politexts, Hypertexts, and Other Cultural Formations in the Late Age of Print", *CMC Computer-Mediated Communication Magazine*, volume 2, number 3, March 1995, p. 3 (<http://www.december.com/cmc/mag/archive/title.html> helbidean atzitu ahal dena).
- LANDOW, George P. (1995): *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica con - temporánea y la tecnología*. Bartzelona: Paidós.
- MCADAMS, Melinda (1995): "Inventing an Online Newspaper", *IPCT. Inter - personal Computing and Technology*, Volume 3, Number 3, July 1995. Washington DC: Center for Teaching and Technology, Academic Computer Center, Georgetown University, 64-90. or.
- McKENNA, Kate (1993): "The future is now. Newspapers are overcoming their fears of technology and launching a wide array of electronic products", *American Journalism Review*, October, 17-20 or.
- DÍAZ NOCI, Javier (1994): "El nuevo periódico electrónico: redefinición del mensaje periodístico tradicional como producto interactivo y multimedia", Nafarroako Iruñeko Unibertsitatean Informazioaren Zientzien IX. Nazioarteko Jardunaldietan aurkeztutako komunikazioa helbide honetan atzitu ahal da:
(<http://www.pd.lp.ehu.es/Website/Memoria/Docentes/Díaz%20Noci/Textos/Conferencias/perelec>)
- LOBIETTI, Marco (1996): *Lo spettacolo della scrittura ipertestuale. Strategie narrative nelle interfacce*, Bolognako Unibertsitatean Umberto Eco 1995-1996 ikasturtean testuaren semiotikari buruz zuzendutako ikastarorako egindako tesina (<http://www.dsc.unibo.it/studenti/lobietti/index.htm> helbidean atzitu ahal dena).
- NELSON, Wade H. (1996): "Writing for Internet. An E-Style Guide?". wadnelson@frontier.net posta elektronikoko helbidean autoreari berari eskaturik atzitu ahal dena.

Idazkera digitala: testu elektronikoa idatzi eta egituratzea

Javier Díaz Noci

Irakasle titularra

Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea

Euskal Herriko Unibertsitatea

Aurkibidea

Helburuak	137
1. Kazetaritza-generoak eta diskurtso digitala	139
2. Informazio-idazkera digitalerako proposamenak	144
2.1. Informazio-testu digitala: idazteko arau orokorrak	144
2.2. Informazio-testu digitalaren egitura	149
2.2.1. Luzeratik sakonerara	151
2.2.2. Diskurtsoaren irekitasun erlatiboa: hipertestuaren ahalbideak	154
2.2.3. Sarreraren itzulera?	157
Laburpena	160
Jarduera	161
Bibliografia	162

Sarrera

Kazetaritza-testu digitalaren berezitasunak, ezaugarriak, egitura eta erretorika zein diren jakitea da lezio honen helburu nagusia. Bistan denez, kazetaritza-idazkuntza bide berrietara egokitu behar da: prentsari begira irratiarekin gertatu zen, eta irratitari begira telebistarekin. Internet-en hori gertatzen ari da aipatutako bideei begira. Egin-eginean ere, idazteko era berria garatzen ari gara, “idazkera digitala” deitu dioguna. Egunetik egunera jazotzen ez den prozesu batez ari gara, zeinek apurkako egokitzapen-eta emantzipazio-prozesu bat jasaten baitu. Lezio honetan, kazetaritza-testu digitalari buruz egin diren hausnarketak berrikusiko ditugu eta ikusmolde praktikoa bilatu, zertarako-eta ikasleek zibergunerako informazio-testuaren espezifikotasunak ulertzeko.

1. Kazetaritza-generoak eta testu elektronikoa

Zibergunerako egokiak al dira egungo informazio-generoak? Edo, galdera beste era batera azalduz, Internet-eko kazetaritzara pasatuko dira, besterik gabe, egungo kazetaritza-generoak?

Orain arte, Internet-eko "egunkari" gehienak inprimatua tokiz aldatze hutsetik etorri direla eta, esan behar da ezen kazetaritza-generoak bide batetik beste batera pasatu direla besterik gabe. Hala ere, zerbait galdu da askotan: irudia, edo argazki bat edo irudi infografiko bat, inprimatutako jatorrizko informazioarekin batera zihoazen baina gero, kontu teknikoengatik edo leku-kontuengatik, bertsio digitalean desagertzen zirenak. Beste eragozpen bat delako esan behar da ezen jatorrizko informazioarekin batera zihoazen eta horrela era argian tipografikoki nabarmentzen ziren leihoak edo zatidurak, egunkari elektronikora pasatzean, ezberdin makeztatzen direla, testu nagusiaren eta menpekoaren arteko hierarkia zein den argi beti geratu gabe. Bigarrenaren idazketak lehenengoarena osatzen duela eta, hortaz, berez testu lokabea ez dela eta, errazki ulertu ahalko da despieze hori bera menperatzen duen testutik isolatzeak dakarren arazoa.

Mota bateko kazetaritza-testuak ere, inprimatutako aurreko argitalpenaren menpean azaldu gabe, ez dira aldatu eta ez bide dira nabarmen aldatuko berehalako etorkizunean. Pertsona baten edo argitalpenaren (argitaltearen kasuan) ahotsak izateagatik era "itxian" azaldu ohi diren iritzigeneroez ari gara. Berauetan ez dira hipertestuaren abantailak erabiltzen. Edozein kasutan, irakurlea haietara lekualdatu ahal da hipertestu-agirian kokatuta dagoen lotura batetik abiatuta. Bertan, iritzi-testuak glosatu edo iruzkintzen duen informazioa ematen da, eta, edozein kasutan, testu horretatik, informazio-testura itzultzeko lotura bat eskaini ahal da, baina oso gutxitan joaten da harago. Iritzi-testua hori izaten da, testu bat, hasieratik bukaeraraino irakurtzen dena, eta horrela dago azalduta, baterako bloke bat bezala: oso gutxitan eskaintzen ditu inorako inolako loturak. Esan dugunaren erakusgarriak dira *La libertad digital* argitalpen elektronikoren zatirik handiena osatzen duten testuak. Hura, inprimatutako aurretiko bertsiorik gabekoa, Federico Jiménez Losantosek eta Espainiako beste iritzi-egunkari ezagun batzuek 2000ko martxoan abiarazia da

(www.libertaddigital.com). Zuzendariarenganako gutunak ere ez dira nabarmen aldatzen; baina, bide digitalean leku-mugarik ez dutela eta, gehiago eta osoak argitaratu ahal dira, laburtu barik.

Epigrafe honetan aztertu gura dugun gai espezifikoak, egungo kazetaritza-generoek Internet-en iraungo dutenentz, oso urriki aztertu da hausnarketa akademikotik, Espainian ere, zein Unibertsitatean Kazetaritzaren karrera horrela dagoen herri bakanetako bat da. Estatu Batuetan eta Espainian gaiari buruzko bibliografia kopurik handiena sortzen da. Egia esan, lerrook idatzi arte, eta guk dakigula, *El Mundo* egunkariaren edizio elektronikoaren arduraduna eta infografoa eta Unibertsitateko irakaslea den Mario Tascónen “Nuevas tecnologías y géneros periodísticos” artikuluko puntuetako bakarra ari da gai honi buruz ikus Bibliografia. Tascónek abiapuntu interesgarritzat jo ditugun puntu batzuk azaldu ditu.

Lehenik, inprimatutako generoa ez bezala, genero elektronikoa aldatu ahal da eta idazketa aldatzen da. Hortaz, ezin da ziur jakin zein den argitaratzeko unea. Baina, aldi berean, testu mota askoren Sareko iraupena eta eskuragarritasuna (erreportaiena, profilen, txostenena, taulena, sailkapena eta abarrena) askoz luzeagoa izan daiteke egunkari iragankorrekoa baino. Beraz, denbora-kontuok oso kontutan hartu behar dira kazetaritza-testu bat prestatzerakoan.


Era berean, lekuak muga izateari utzi dio. Horrek mesede egiten die informazio kopuru handiagoa eta idazketa askotarikoagoa behar duten generoei: interpretazio-generoei, erreportaiari zehazki, on egiten die bide digitalen ezaugarri berri horrek. Leku-mugarik ez dagoela eta (argi dagoenez, horrek ez du esan nahi informazioa laburtu behar denik) baina pantailaren egungo bereizmenak testu askoren irakurketa ahalbidetzen ez duela eta, bistan da erreportaia zatikatu eta erreportaiaren zatiak argitasunez eta trebetasunez hierarkizatu eta lotu behar direla.

Genero horri lehen aipatu dugun beste kontu tekniko batek mesede egite dio; izan ere, testua ezezik, sar ditzakegu bestelako informazioa, soinuak, irudi finkoak eta mugimendukoak, grafikoak, eta hiru dimentsiotako animazioak ere. Infografiak, egungoa (bi dimentsiotatik hirutara pasatzen da, urrutirago joan barik) baino zabalagoa den zentzuan ulertuta, Internet-en gehiago garatuta egon beharko luke.

Seguraski aldaraziko den beste genero handia elkarrizketa da, beste interpretazio-genero handia. Mario Tascónek zenbait aukeraren artean aukeratzeko aukera azaldu du. Aukera horiek honakook dira: galdera-erantzun bezala idatzitako elkarrizketa bera, erreportaiaztatua edo, are, berau entzutea. Eta, noski, guk beste bat gehituko genuke: hura ikustea. Baina, gaine-

ra, genero horri profilak ikus-entzunezkoak ere izateko dagoen aukerak egingo dio mesede.

Gainera, elkarrizketak beste eraldaketa bat jasan du eta kazetariak ezezik erabiltzaileek ere galde egiten duten genero bihurtu da. Pertsona famatu, publiko eta ezagun bat ordu zehatz batean delako bidearen erredakzioko ordenagailu baten atzetik kokatzen da eta denbora zehatz batean erantzuten die, *chat* baten bitartez, une horretan berarengana zuzentzen diren internauten galderei. Ia egunkari ezagun guztiek egin dute horrelako elkarrizketaren bat. *El Mundo*-n, urrutirago joan barik, “Topaketa digitalak” deitzen zaie. Kazetariak, elkarrizketa-modalitate horretan, artekari-eginkizuna hartzen du, pertsona ospetsuarentzat diren galderak iragaziz jakina: egiten diren galdera guztiak ez dira elkarrizketa batean sartzen, eta galdera guztiak ez dira egokiak. Gero, horrela egindako elkarrizketa aldi batez bidearen “edizioan” dago. Eta, batzuetan, biharamunean egunkari horren edizio inprimaturako osorik edo partzialki erabiltzen da. Hori dela eta, alderantzizko berrelikadura gertatzen da. Egia esan, ikus-entzunezko bideek horrelakoak entseatu dituzte: guztiok gogoan ditugu entzuleei edo ikusleei elkarrizketatuari nahi dituzten galderak egiteko telefonoz deitzea eta, azkenik, beren mezuak zuzentzea onartzen zaien irrati- edo telebista-elkarrizketa horiek. Esan gabe doa galdera horiek ere iragazi egiten direla, zertarako-eta ustekabe ezatseginak saihesteko. Izan ere, horrelakoak gertatu dira noizbait.

Gainera, Mario Tascónek beste gauza bat azpimarratu du, tradizioko bideetan zegoen baina, bide digitalean generoen luzera (edo sakonera) zabaldu direla eta, Internet-en nabarmendu dena: egilekidetasuna; izan ere, informazio gehiagok osatuta egon ahal dela eta, esate baterako, erreportaiaren baten prestaketan esku gehiagok hartu ahal du esku. 

Informazio- eta interpretazio-genero guztiei egiten die mesede beraien arteko hainbat motatako zuzeneko loturak sartzeko aukerak, aipatutako iturriekikoak. Hori gertatzen da berririk labur eta sinpleenekin ere: esate baterako, trafikoari buruzko albiste bat dagokion polizi kidegoaren prentsa-oharretako zerbitzura eraman daiteke. Besterik da merezi duenentz erabakitzea. Bistan denez, merezi du, baldin eta dokumentazioa, lehen-gaia, irakurlearentzat bereziki interesgarria izan ahal bada: esate baterako, polizi ebazpenaren kasuan. Gogoan izan dezagun benetako kasu bat: 1998ko azaroan lord britainiarrek txiletar Augusto Pinochet jeneral ohia Espainiara estraditatzera erabaki zutenean (hala ere, urtebete geroxeago Erresuma Batuko barne ministroak erabakia ezeztatzea erabaki zuen) Espainiako zenbait kazetarik berria Internet-en berehala eman zuten eta, uste izatekoa zenez epailearen erabakiaren testua ordenagailuz sortu zenez

gero, bai ingelerazko erabaki horrekiko lotura bai gaztelaniazko itzulpenarekikoa egin ziren: azken hau, egiten joan ahala. Beste adibide bat, Internet-en benetako iraultza eragin omen zuena, urte hartakoa izan zen: urte hartan Internet-en jarri zen Bill Clinton Estatu Batuetako presidentek bere Monica Lewinskyrekiko harremanei buruz emandako lekukotzaren testu osoa, ia 400 orrikoa. Sarea gelditu egin zen. Hori zela eta, munduko biderik gehienek kopia bat lortu, albiste eman eta adierazpen oso horrekiko lotura burutzea erabaki zuten. “Egunkari hobekak izango dira beren artikulua hobeto dokumentatzen dituztenak”, ziurtatu du Mario Tascónnek (1998: 65).

Autore horren ondorioztapena irmoa da: “Kazetaritza-genero berriak agertuko dira aldaketa teknologikoengatik eta gure irakurleak indarrez sartuko direlako eta bideen errealizazioan protagonismo askoz handiagoa hartuko dutelako” (Tascón, 1998: 65). Hala ere, oraingoz badirudi egungo generoen berregokitzapena gertatzen ari dela, eta, hori bai, testuzko eta ikusentzunezko sinbiosi bat. Sinbiosi horretan, oraingoz, muga teknikoen kontuengatik, testua da garaile. Alabaina, zentzu horretan aurrerapen handia gertatuko dateke nonbait. “Idazketa”, testu-zentzu hutsean barik zentzu zabalean ulertuta, guztiz aldatuko da kazetaritza digitalean; baina, oraingoz, kazetaritza-generoen molde dagoeneko ezarriak denbora luzean mantenduko bide dira.

Iritzi-generoei dagokienez, esperientzia informazio-testuei dagokiena baino askoz mugatua da. Kasurik gehienetan, haiek aurretik edo, kasurik hoberenean, aldi berean paperean argitaratutakoa beste alde batera eramaten direnak dira, besterik gabe. Testu laburrak dira (are, laburrak dira informazio-testuen batezbesteko luzeraren aldean, beren jatorrizko bertsio inprimatuan). Izan ere, azaldutako ideiak trinkoak izatea nahi dute. Ezauzgarri hori kazetaritza digitalean are nabarmenagotzen da. Espainian esperientzia batzuk ditugu: aipatutako *Libertad Digital*, Federico Jiménez Losantosena (zibergunean bakarrik ageri dena, inprimatutako bertsiorik gabekoa); eta *La Ilustración Liberal* (bertsio inprimatua duena), autore berak parte hartzen duen proiektua. Esperientziaren orientazio ideologikoa kontutan hartu barik, hura, zelanbait, iritziko kazetaritza-testuak beren eraikuntza erretoriko digitalaren ikuspuntutik aztertzekeo abiapuntu interesgarria da. Utz diezaiozun azaltzen haren egileari, Federico Jiménez Losantosi berari. Horri buruz galdetu zitzaion; *Libertad Digitaleko* zuzendariak ziurtatu zuenez, “lehenengo gakoa Internetera egokitutako testu oso laburra eta bizkorra eta pantailan irakurtzeko sortzea zen” (Recio, 2000: 12). Araua frogatzeko 12 lerroko informazio oso laburra eta albiste horri buruzko 10 lerroko iritzi-testu laburra eskaintzea da. Egunkari digi-

tal horren egileen iritziz, “normala ez den prentsa mota baterako publiko bat dagoela frogatu dugu”. Beren buruari azaldua zioten hurrengo urratsa soinua sartzea zen, hitza (kasu horretan, ahozkoa) nagusi izaki beti ere. Abiapuntua delako esan behar dugu ezen egunkariko zutabegilerik gehienak direla COPE kateako irati-tertulianoak ere.

Azken batean, Jiménez Losantosek berak aitortu duenez, ez da hain eredu berria, alderdi teknikoan baizik, logikoa denez. Funtsean argumentu eta iritzikoa den egunkari mota hori bere erredaktoreek bermatuta dago eta plantila laburra (*Libertad Digital*-en kasuan, 15 erredaktore eta 5 teknikari, nahiz eta beren iritzi-testuak maiztasun handi edo txikiagoz bidaltzen dituzten 50-70 lankide izan) eta oso publikoa zehatza ditu. Publiko horrek bere ideien idatzizko berrespena bilatzen du. Beste alde batetik oso latindarra dugun kazetaritza-eredu hori nagusi zen XIX. mende osoan zehar (eta lehenago izan zen, XVIII.ean); hori dela eta, “berpiztu” bakarrik egin da Internet-ekin. Hala ere, lanean urte asko daramatzaten kazetariak bide digitala beren bizitza osoko lana egiteko bidetzat hartzen dutela ikustea interesatzen zaigu hemen; bertan testuak, sekuetzialak, itxiak eta tradizioak iritzi-generoentzat nagusi izaten jarraituko du: “Ogibidean 30 urte eman dituen prentsa-jendea hitza guztiz menperatzea eskatzen duen formatu labur horretara birziklatzeko gauza da”, ondorioztatu du Jiménez Losantosek, aipatutako elkarrizketan.

2. Informazio-idazkera digitalerako proposamenak

Jarraian azalduko ditugu orokorrean testu digitalari eta, zehazki, kazetari-tza-testuari buruzko teoria batzuk, orain arte agertu direnak. Gehienak esperientzia enpirikotik abiatzen dira, eta ia guztiek ikusmolde praktikoa agertzen dute, gainera. Horregatik, bertan azalduko ditugu baina ez dira, jakina, behin-betikoak: gure premisa delako esan behar dugu, lezio honetan zehar ikusi datekeen bezala, ezen komunikabide digitalak, lehen ikus-entzunezkoak bezala, beren aurrekoetatik (kasu honetan, prentsa idatzitik bereziki) askatuko direla. Prozesu hori, gure iritziz jadanik gertatzen ari dena (bestela ezin gerta daiteke), ez dago oraindik bukatuta, ezta hurrik ere. Hori dela eta, “tradizioko” bideekiko menpekotasuna oraindik nabarmena da. Hala ere, askatzeko eta erretorika berezia bilatzeko prozesua dagoeneko hasi da. Berauek zantzu batzuk dira.

2.1. Informazio-testu digitala: idazteko arau orokorrak

Hasiera batean, pantaila batean irakur dezaten idazten dugu. Hala ere, bertsio elektronikoa bakarrik duten egunkariak daude, hala nola, *La Estrella Digital*, zeinen helmuga papera baita, argi eta garbi. Egunkari hori horrela diseinatuta dago, guztian inprimatutako egunkari konbentzionalarren modura. Baina, hasiera batean, testua pantaila batean irakur dezaten egituratzen dugu. Hori dela eta, testu horren idazkera paperean irakurtzeko testuarenaren ezberdina da. Horrek bistakoa irudi dezake; baina ez da hain bistakoa, Internet-eko informazio-testu asko inprimatua izateko pentsatu eta beste testu batzuekin paper-orrialde batean diseinatutako testutik zuzenean datozela kontutan hartzen badugu.


Hasteko, irakurgarritasuna ez da berdina euskarri batean eta beste batean. Testu digitalaren kalitatea eta kontrastea, gutxienez, inprimatutako testuarena baino 35 aldiz txikiagoa da. Gainera, egun zabalduenik dauden pantailak, tutu katodikodunek, giza begiak etengabe fokatzera behartzen dituen keinada dute eta, hortaz, begiak nekatu egiten dira. Pantailako irakurgarritasunari buruzko asmo oneko azterketek hainbat motatako emai-

tzak badituzte ere, beti kontutan hartzen da ezen pantailakoa irakurtzeko abiadura paperekoa irakurtzekoa baino %25 geldoagoa dela (Nielsen, 1997). Hori dela eta, testu elektronikoen irakurleak, horrelako euskarrian ohituta ez badago bereziki, hitzen gainetik jauzi egiteko joera du (Fernández-Coca, 1998: 261). Beste datu bat, egiaztagaitza dena baina, sare osotik hedatu da: irakurle konbentzionalak inprimatutako egunkarian ematen duen batezbesteko denbora 20 minutukoa bada, egunkari elektronikorako batezbestekoa denbora horren herena da, zazpi minutukoa. !

Datuekin jarraitzearen, Carole Rich irakasle iparramerikarraren azterlan batek erakutsi du ezen –Estatu Batuetan behintzat, zeren eta uste izatekoa baita kultur ohiturek eragina izango dutela, halaber– egunkari konbentzionalaren irakurleen %21ek beti bukatzen duela irakurtzen hasten den informazioa. Ohitura hori ikusten duten egunkari digitalaren irakurleen ehunekoa %11koa da. Lantzean behin hori egiten du irakurle digitalen %25ek, eta tradizioko irakurleen %12k. Maiz bukatzen du irakurtzen hasten den testua tradizioko irakurleen %62k, eta irakurle digitalen %60k.

Jakina denez, datu horiek guztiak oso erlatiboak dira: egungo irakurleen hezkuntza, adin ertaineko jendearena, oro har, inprimatutako testu sekuentzialen gainean burutu da. Hori dela eta, pantaila ez da, honela esan dezagun, “berezko” bidea haientzat. Nonbait, bideojolasetan ohituta dauden belaunaldi berriek bestelako joerak agertuko dituzkete. Baina, gaur egun, argi samar bide dago Internet-erako sortzen diren testuek laburragoak izan behar dutela (gehieneko 25 bat lerroz hitz egiten da). Hala ere, hipertestuaren bitartez, informazio handiagoa zatikatu ahal da, eta erabiltzailearen borondatez sakontzeko ahalbidea eskaintzea dago. ! Beraz, testuen luzeraz baino gehiago haien sakoneraz egin beharko litzateke hitz. Bideokontsolak erabiltzen dituzten eta “jolas mailez” naturaltasun osoz hitz egiten duten haurrek badakite, zalantzarik gabe, zertaz ari garen.

Beste muga garrantzitsu bat diseinuak berak ezarritakoa da. Etengabe aukeratu behar izaten dira pantailaren ingeradetara doitutako testuak (dena delakoa pantaila) edo erabiltzaileak *scroll* direlakoan bitartez lekualdatu behar duen testu luzeagoak. Uste izatekoa dena baino eztabaida klasikoagoa dugu aurrean: funtsean, egungo liburua asmatzeak, hau da, idatzi eta elkarri lotuta dauden eta egitura oso edo osotsua (berau *liburu*, *zati*, *atal* eta *epigrafitan* zatituta dago, eta beste zati batzuk ditu, hala nola, *azala*, *hitz-atzea*, *orrialde-oineko*, *alboko edo agiri bukaerako oharra*, eta abar; oso antzekoak diren kontzeptuak agertzen dira agiri elektronikoen) duen gauzaki bakarra osatzen duten azal angeluzuzenen multzo bat asmatzeak, aurreko kontzeptu biren bilakaera dakar berekin. Bi kontzeptu horiek

honakook dira. edukiak mugarik gabe idatzi eta ezabatzen ziren *xafra* eta *erroilua*. Euskarriei buruzko lezioan egiaztatu ahal den bezala, sarritan berriro hitz egiten da haiek bistaratu eta ezabatzen diren eta beste liburu edo egunkari elektronikoko batzuei bidea ematen dieten *tabletez*, *scroll* direlakoez edo, hitzez hitz, *erroiluez* eta liburu edo egunkari elektronikoez. Euskarrien eta pantailen askotarikotasuna (xaflak, agenda elektronikoa, plasma-pantailak, tutu katodikodunak kristal likidokoak) eta formatuen ugaritasuna dela eta, pentsa dezakegu ezen egun euskarriotako edozeinetan irakur daitekeen produktu horrek espezializatuz joan beharko duela. Edozein kasutan, paperetik eta pantailatik pasatzean ageri zaigun funtsezko kontzeptua enkoadraketarena da: alternatiba testua pantailaren mugen artean txertatzea da, erabiltzaileak testu hori gero irakurriko duen pantailen formatua askotarikoa izan ahal bada ere, edo hura “erroilu” luze edo luzetxoaren modura izatea. Erroilu horretan zehar ibiliko da gure irakurle digitala. Esatekoa Carole Richen hitzez (Ingalaterrakoez, Internet-eko moda zaharraren haritik, edo, hobeto esanda, Amerikakoez) esatearren, aukera *clicking versus scrolling* da: sakatzea edo lekuz aldatzea (Rich, 1998: 275). Edo, beste era batera esanda, diferentzia informazioa era linealean edo ez linealean nagusiki egituratzea da. 

Inprimatutako egunkariari dagokionez, Niemwegenek, Van Oostendorpek eta beste autore batzuek adierazi dute ezen inprimatutako testua beste testu batzuek inguratuta dagoela eta, hortaz, multzo baten zatia dela baina sentsazio hori testu digitalarekin galtzen dela. Egia da berau ere multzo baten zati dela (atal baten, titulu baten, lotura baten eta abarren bitartez heltzen gara testu horretara), baina, bistara, isolatuta agertzen zaigu. Are gehiago, informazio bakarraren zatiak isolatuta agertzen zaizkigu, halaber. Hortik dator egunkari elektronikoa askok egin zuten akatsa (oraindik, batzuek hori egiten dute), *sarrera* isolatuta aurkeztearena, testuinguru falta. Hori dela eta, irakurleak ez daki oso ondo zer etorriko den gero, ezer etortzekotan. Akatsa sarrera bera tipografikoki nabarmenduta eta informazioaren beste elementuez inguratuta ageri den informazio inprimatutik bera beste sarrera era berean isolatu batzuek inguratuta edo isolatuta ageri den web orrialde batera lekuz aldatzea da. Testu baten eta bestearen izaera ezberdinak azaltzen du disfuntzio hori, eta testu digitala jatorriz bide elektronikorako sortu behar delako eta berekin inprimatutako bidetik zibergunerako lekualdaketa hutsik ekarri behar ez duelako ideia sendotzen du.

Testu-isolamenduaren sentsazio horrekin lotuta azaltzen den beste arazo bat irakurriko den informazioaren luzera da. Oro har, inprimatutako bidean oso bistan dago zein den testuaren luze-laburra, baina hori ez da argi

geratzen bide digitalean. Zalantzarik gabe, hori bide batetik beste baterako lekuz aldatutako kontzeptua da. Zibergunean informazioek ez dute luzeak zertan izan, baizik eta sakonak, elkarrekin lotutako informazioek osatuak, eta berauen berreskurabideak eta mailak erabiltzaileak berak ezarri behar ditu hipertestua erabiliz; baina horrek ez luke arazoa izan behar. Hori arazoa da, baldin eta lehenengo mailatik erabiltzaileak eskaintzen zaion luzera eta sakonera zein den ez badaki. Azken buruan, erabiltzaileak hasieratik eduki beharko luke diskurtso digital horretan zeharkako bere nabigazioan noraino hel daitekeen jakitea ahalbidetzen dion “mapa”.



Beste edozein testutan bezala, aditu guztiek ematen duten lehenengo aholkua edozein gehiegikeriatatik ihes egitea. Horrek, jakina denez gertatu behar ez duten gehiegikeriak ezezik, hipertestu-elementuen erabilerako neurritasuna ere barnean harturik du: behar diren loturak egin behar dira, testua beraiekin zamatatu behar ez delarik. Joera hori, WWW delakoaren lehenengo garaietan oso ohikoa zena, azkar urritu da: hobe izaten da gure orrialdera itzultzeko loturarik eskaintzen ez duen eta gure hasierako asmotik urrun dauden beste web orrialde askotariko batzuekiko lotura eskaini ahal duen beste webgune bat destino duen loturarik ez eskaintzea. Bestela, irakurlearen galera eta orientaziorik ezeko sentsazioa areagotzen da, besterik gabe. Dena dela, loturetan “sakatu hemen”, “klik egin” eta horrelako esaldiak idaztea saihestu behar da. Loturek horrela argi agertu behar dute eta irakurleari beharrezko adierazpena ekarri behar diote.

Informazio-testu digitala idazteko arau asko tradizioko informazio-testuan aplikatzen direnak dira (eta, egia esan, Aristotelek aipatutako bertuteekin bat datoz). Zehazki, sinpletasuna, zuzentasuna eta laburtasuna urrezko erregelak dira, testuak txartoago irakurtzen diren mundu digitalean askoz gehiago. Aristotelek bere *Erretorika*-n nabarmendu zuen beste aholku bat gehitu ahal dugu: norik bere hizkuntza ondo erabiltzea (hark, bere grekorako, *hellenizein* deitutakoa). Beharrezkoak ez diren maileguak (*hardware*, *software*, *chat*, *e-mail* eta *link*, *erreminta*, *programa*, *hizketaldi* eta *posta elektronikoa*ren ordez) edo sortutako zentzugabekeriak (**e-merkataritza*, **rese-teatzea*, **klikatzea*, **txateatzea*, **download bat egitea* edo, are txartoago, **downloadeatzea*, esate baterako, honakook erabili ahal badira ere: *merkataritza elektronikoa*, *sakatzea*, *elkarrizketan aritzea*, *deskargatzea* edo *ekartzea*) erabiltzeko moda (geldiezina ez dena, espero izan dezagun) une oro saihestu behar du kazetariak, oso digitala izan arren ere. Termino kaskar horiek erabiltzeak ez du hura modernoago bihurtuko, baizik eta txirriporro eta ulertezinago. Zibergunean edo mundu fisikoan gure helburua beti izaten da ahalik eta pertsona gehienek ulertzea.

Hortaz, esaldi laburrak (ez telegrafikoak baina) idatzi behar dira, ulertu ahal direnak. Gogoan izan dezagun ezen, nabigatzaile bakoitzaren itxuraketa pertsonal ezberdinaren arabera, lerroak eta ahapaldiak luze edo laburragok izango direla; hori dela eta, alderdi hori gure kontroletik kanpo geratzen da. Hitz luze eta konposatuak saihestu behar dira bereziki. Era berean, beharrezkoak ez diren preposizioak saihestu behar dira: “hala ere”, “beste alde batetik”, “azken buruan” eta abar. Izan ere, horiek esaldia zamatuta besterik ez dute egiten.

Gauza berak balio du ahapaldiari begira: laburra, idatz-zati bakoitzeko ideia bat. Prentsan gertatzen ez den bezala, hobe dira zerrendak, pantailan argiagoak dira eta. Prentsa-aurkibideak ordez ditzakete.

Titulua ezinbestekoa da, eta, gainera, albistearen testu-gunearekiko lotura bezala balio du. Hobe izaten da beti azpтитulu bat idaztea, titulukoak baino txikiagoak diren karaktereetan (bistan denez) eta loturarik gabe (tituluak bakarrik balio izan behar du lotura bezala). Informazioa ahalik eta gehien testuingururatu behar da.

Testua da albiste digitalaren funtsezko zatia bitetan askoz leku handiagoa hartzen duten soinu eta irudien aurrean (mugimenduko aurrean bereziki) deskargatzeko duten erraztasun teknikoarengatik, eta zibergunera segurtasun handiagoz pasatu direnak aldizkariak eta egunkariak ekoizten dituzten enpresak izan direlako. Irudiak deskarga ahalbidetzeko kalitate erlatibokoak, behar-beharrezko izanez gero bakarrik sartu behar dira: grafiko azaltzaile bat, esate baterako. Testuaren barruan irudi txiki bat sartu ahal da, eta bertan lotura bat, hura zabalduta ikustea ahalbidetzen duena, erabiltzaileak hori nahi badu. Bestelako elementuak (mugimenduko irudiak, soinuak) behar bezala dosifikatu behar dira kontaketa-beharri zanen arabera eta beti aukerakoak izan behar dute erabiltzailearentzat. Izan ere, beste programa bat, bistaratzekoa eta haren ordenagailuak beti izaten ez dituen baldintza tekniko zehatz batzuk eskatzen ditu.

Era berean, loturak dosifikatu behar dira. Jakina denez, zenbat eta lotura gehiago sartzen diren, hainbat eta informazio handiagoa eskainiko zaio erabiltzaileari, eta indar handiagoa emango zaie hipertestu-ahalbideei, baina gehiago oztopatuko da zati bakoitzaren irakurketa. Egin-eginean ere, gehiegi dibertsifikatuko dira irakurleari ematen zaizkion ahalbideak. Bistan denez, kontakizunak behar dituen loturak izan behar ditu eta berauek berari eman gura dizkiogun mailekin lotuta egon behar dute. Loturek testualak izan behar dute eta ahalik eta gehien saihestu behar dira (esan dugun bezala eskaintzen dena irudi bat zabaltzeko aukera ez bada) bestelako hipermedia loturak. Hobe da hipertestu-loturak testuaren hasie-

ran edo bukaeran joatea, bereizita. Jakina denez, horrela gertatuko da kontakizunari era sekuentzialean edo linealean jarraitzea ahalbidetzen duten loturen kasuan (“aurrera”, “atzera”, “lehen orrialdea”, “hurrengo orrialdea”, “aurreko orrialdea”...). Hortaz, testuan zehar sartutako loturak ezinbestekoak bakarrik izango dira.

2.2. Informazio-testu digitalaren egitura

Informazio-testu digital bat hasteko orduan, prozesua honakoa da (Rich, 1998, 285 orr.):

- 1) Fokua zehaztea: beste edozein albistetan, fokapenak zehaztuko du informazioaren egitura.
- 2) Material guztia biltzea. Beste bide baterako aurretik idatzitako informazio baten kasuan, hobe da informazio edo testu hori bakarrik ez biltzea, baita honakook ere: lekuarengatik, denbora faltarengatik edo informazio-hautaketarengatik tradizioko bidearentzat baztertu diren beste material batzuk. Multimedia (irradi, prentsa, telebista) batean bagaude, testuak, irudiak, grafikoak, soinuak eta abar bildu ahal ditugu eta, are, gure informatikariei beste elementu batzuk agindu ahal dizkiegu (lezio honetako 2. puntua).
- 3) Ditugun elementu testualak, ikonikoak, soinu-elementuak eta multimedia elementuak sartzen diren plan orokorra egitea. Berau ikus-entzunezko albistegien gidoia prestatzera gehiago hurbiltzen da prentsan idaztera baino. Beti kontutan hartu behar izaten da ezen azkartasuna eta eraginkortasuna nagusitu behar dela orrialdea deskargatzeko denbora luzea behar duten elementu ikusgarriez kargatzearen gainetik. Hori dela eta, testu-informazioa nagusi da.
- 4) Titulu bat idaztea. Elementu horri komunikabide guztien informazio-testu guztietan eutsi zaio. Testua “saldu” egin behar da. Horrela bada, prentsan, irradian eta telebistan bezala, albistea “saldu” egin behar zaio erabiltzaileari.
- 5) Hogei bat orriko laburpen bat idaztea, gero azken testutik baztertua bada ere. Carole Richen iritziz, horrelako laburpenak informazioaren fokapena eta egitura hobeto identifikatzeko lagungarriak dira.
- 6) Albisteak irakurleengan nolako eragina izango duen azaltzeko ahalpaldi bat idaztea. Hori lagungarria izango da erabiltzaileari infor-


Gomendatutako irakurketa

Rich, C. *Creating on line media*. Boston eta abar: McGraw Hill, 1998.

mazioa ulertzen eta bertan parte hartzen laguntzeko zein multimedia elementu elkarreragile sartu behar diren argiago ikusteko.

- 7) Elementu elkarregileak antolatzea, berauek planean sartzea. Elementu horien ideia kazetariari dagokio, baina haiek beste sail batzuek (oro har, informatikariek) diseinatu eta garatuko dituzte.
- 8) Edukiak ezartzea: hori bereziki baliozkoa da informazioak izango dituen zatiak egituratzeko orduan; honakook hartu behar dira kontutan:
 - 8.1) Informazio horretatik zer nahi dugun jendeak gogoan izatea
 - 8.2) Zein diren nabarmendu gura ditugun funtsezko puntuak.
 - 8.3) Zein den gure informazioa publikoarentzako baliozkoa izateko erarik onena.
 - 8.4) Beste zein baliabide (loturak, esate baterako) sartu behar ditugun publikoari informazioa nahi duen bezain era oso eta jorian ulertzen laguntzeko. Jakina denez, baliabide hori ez da gehiegi erabili behar, eta ezinbestekoak diren loturak bakarrik sartuko dira.
 - 8.5) Guneen, eztabaida-taldeen, zerbitzuen eta abarren bitartez erkidego-zentzu bat sortzeko ahalbidea.
 - 8.6) Jokoan dauden alderdi etikoak eta moralak.
- 9) Diskurtsoa zatitzea, edo berau elkarri lotutako zatitan egituratzea.
- 10) Gidoi bat idaztea: web orrialdeen kopurua, orrialde bakoitzean txertatutako irudiak, informazioaren egitura eta zatien arteko loturak...
- 11) Informazioa idaztea.

Berauek oso aholku orokorrak dira. Hala ere, gehitxoago zehaztearren, kontutan hartu behar da ezen bide digitalarentzako testua, lehenik, elkar osatzen duten zati batzuetan zatituta dagoela, nahiz eta zati guztiek erabiltzaileak berriro osatzea erabakiko duen diskurtsoaren zati bat beharrez osatuko ez duten. Hau da, erabiltzaileari zati batzuetan zatitu eta jarraitu behar zaion sekuentzia itxi eta linealean eskainitako testu bat eskaini ahal zaio (horri jarraitu behar zaio, irakurleak gura duen neurriraino behintzat, hark, beste edozein bidetan bezala, irakurtzeari edo hartzeari beti utzi ahal izaten baitio), edo publikoari sekuentzia posible batzuk eskaini ahal zaizkio. Era berean, diskurtsoa sekuentziek zati guztiak eta berdinak beharrez integratzeko antolatu ahal da (hau da, aldatzen den gauza bakarra zati

horiek berreskuratu ahal diren ordena da, baina ez da haien kopurua aldatzen), edo erabiltzaileak sekuentzia bakoitzean zati batzuk edo beste batzuk hartzeko, jarraitzea erabakitzen duen bidearen arabera. Hark, beharrez adarkatzen diren bideen multzo horretako bide batetik edo beste batetik sartzen bada, alde batera utziko ditu beste informazio-elementu batzuk. Zelanbait, testu digitala luze baino sakonagoa da, eta askotarikotasun maila aldakorra du (beraren egilearentzat, erabiltzailearentzat ez, jakina), sekuentziaren irekitasun maila deitu ahal diogunaren arabera.  Ezein kasutan ez da askotarikotasuna zailtasunarekin nahastu behar, eta, askoz gutxiago, ulertezintasunarekin; beste edozein kazetaritza-produktuk bezala, testu digitalak publikoarentzat ulerterraza izatea izan behar du funtsezko helburu, bere egituratik hasita, noski.

2.2.1. Luzeratik sakonerara

Testuaren “sakonera” deitu ahal diogunari begira, proposamen interesgarrietako bat Robert Darnton historialariak egin du jatorriz *The New York Review of Books*-en 1999an argitaratutako artikulua batean. Akademiko horrek “liburu elektronikoa” deitutakoan pentsatu du. Horri “liburu elektronikoa” oso era zehaztugabea deitu zaio. Izan ere, horrek hainbat gauzaki, agiri elektronikoen mota batzuk eta zenbait kontzeptu harturik ditu barnean. Izen hori eman zaie, zehazki, mota akademikokoei, baina, orokorrean, edozein diskurtso motarentzat balio du.

Hasteko, Darnton testu elektronikoak letra inprimatua hilko ez duela uste duenetakoa da, eta, egin-eginean ere, Marshall McLuhanek 1962an egin zituen auresanak, hiltze hori ziurtatu zutenak, ez dira bete. Hala ere, aitortu du ezen inprimatutako agiriaren leku txikiak (liburu edo kazetenak, esate baterako) eskaini ezin dituen eta publikoari interesatzen zaizkion materialak daudela. Arazoak ez dira lekuari begirakoak bakarrik, baita denborari begirakoak ere. Bide elektronikoak, aurretik esan dugun bezala, idatzizko berriak azkartasunez ematea ahalbidetzen du. Komunikabide guztietan eragin handi-handia izan zuen gaiarekin lotutako hurbileko adibide bat proposatu du: Bill Clinton Estatu Batuetako orduko presidentek Monica Lewinsky Etxe Zuriko bekadunarekin izan zuen sexu-eskandaluaren kasua. Lehen berria, Robert Darntonek gogora ekarri duenez, Matt Drudge kazetariak eman zuen Internet-en, albisteak kazetetara jauzi egin baino lehen. Geroago, bide digitalek sarean agiri zabala eman zuten, inprimatutako egunkari konbentzionalek (eta, askoz gutxiago, telebistak eta irratiak) nekez eskaini ahal zutena: Kenneth Starr fiskalaren aferari

Gomendatutako irakurketa

Darnton, R. La nueva era del libro. *Letra Internacional* 62 zenb., maiatza-ekaina. Madrid: ARCE. 1999. 21-26 or.

buruzko txostena. 24 ordutan, Internet ia gelditu egin zen. Eta, alabaina, Microsoft ahalguztiduneko burua eta papera iraungiko dela iragarri duen gurutako bat den Bill Gatesek ere aitortu egin du ezen paperak oraingoz testu zabalak irakurtzeko abantaila handia duela pantailaren aldean.

Datu horiek kontutan harturik, Robert Darntonek ez dio uko egin gura Internet testu akademikoak eta beste testu luze eta trinko batzuk argitaratzeko bide egokitzat ikusteari. Gauza bera esan daiteke informazio zehatz batzuei buruz. Informaziotariko batzuk oso espezializatuak dira; eta beste batzuk, oso zabal eta askotarikoak, erabiltzaileari eskaintzeko adarrak eta hark atzitu ahal dituen informazio maila ezberdinak dituztenak: material osagarria, grafikoak, lotutako agiriak, aurretiko informazioak, adierazpenak eta abar.

Horrela, historialari horrek –eta hau da lezio honetan interesatzen zaiguna– agiri digitala, diskurtso elektronikoa, “piramide bat osatuko duten” geruzetan egituratzea proposatu du (Darnton, 1999: 26). Piramidearen erkaketa ez da ezezaguna kazetaritza-eskuliburuetan, beste kontu batzuetarako aplikatzen da baina. Darntonek bide digitalean eskainiko dugun informazioa zatitzeko proposamenean aipatu dituen geruzak honakook dira:

- 1) Gaiaren laburpen laburra.
- 2) Bertsio zabalduagoa, argumentu-elementuekikoa. Geruza honi begira, Robert Darntonek sekuentzia batera edo kontaketa konbentzional edo linealera ez mugatzea proposatu du, “adar bezala istorio nagusiratuko diren unitate lokabeek” osatutako egitura bat izatea.
- 3) Informazioaren gai nagusiarekin lotutako dokumentazioa izango litzateke hirugarren geruza, Darntonek ohartarazi duen bezala hainbat motatakoa izan ahalko den dokumentazioa, digitaleko bat eta zeroetara txikitu ahal diren mota orotakoa (gehitu gura dugu guk): soinuak, irudi finkoak edo mugimendukoak, grafikoak, errealitate birtuala eta abar. Jakina denez, era berean, geruza honek ez du bloke bakarrak osatuta egon behar: erabiltzaileari eskaintzen zaizkion hainbat aukeratan pentsatzen da.
- 4) Laugarren geruza teorikoa izango litzateke, “aurretiko ikerlanak eta material horri buruzko eztabaidak aukeratuko liratekeelarik”. Lehen esan dugun bezala, Darntonek dokumentu elektronikoa akademikoetan pentsatzen du, hala nola, doktoretzako tesietan. Baina geruza hau aplikatu ahal da kazetaritza-testu digitalean ere: eztabaida akademikoaren ordez kazetaritza-analisisa jarri bakarrik egin

behar da, iritzi-generoen edo txostenen itxurakoa. Edozein kasutan, zergatik ez eskaini, kasu zehatz batzuetan, kazetaritza-informazioari gehitzeko informazio akademikoa? Pentsa dezagun zientzi dibulgazioko gai zehatz batzuetan, erabiltzaileak ahal duen neurrian eta duen prestakuntzaren arabera sakontasunez aztertu ahal dituen gai zehatz batzuetan.

- 5) Darntonen proposameneko bosgarren geruza pedagogikoa da, eztabaidatu beharreko gaiak osatua. Berrero jarri ahal dira beraren ordezkari elektroniko batzuek hau egin dute dagoeneko) inkestak, gai zehatz batzuei begirako eztabaidaguneak eta abar. Elkarreragiletasuna, lehen azaldu dugun bezala, indartu egiten da horrela. Hori ezin egin dezake inprimatutako tradizioko bideak.
- 6) Seigarren geruza “irakurleen txostenek, egilearen eta argitaratzailearen arteko informazio-trukeek eta irakurleen gutunek” osatuta egongo litzateke. Horrek azken informazio maila ekarriko luke, publikoa barik txikiagoa (irakurleen gutunak izan ezik, beharbada, eta haiek besteek irakurtzeko modukotzat hartzen dituztenak bakarrik).

Darntonek oso agiri zabala proposatu du, zenbait mailak osatua eta, hortaz, irakurleari hainbat sekuentzia posible eskaintzen dizkiona. Irakurleak erabakiko du zein punturaino eta zein bidetatik helduko den. Autoreak proposatu eta irakurleak antolatzen du, esan genezake. Sormena orain ez dago autorearen aldetik bakarrik, baita erabiltzailearen aldetik ere. Egitura itxiaz ari gara. Egitura hori ez da lineala. Baina, era berean, inoren beste agiri batzuk kanpoko loturen bitartez atzitzeko aukera eskaini ahal du, gure diskurtso-erakuntzatik abiatzen dena.

Tradizioko irakurketa sekuentzial, lineal eta itxitik abiatzen da, Robert Darntonek eta beste batzuek agerian jarri dutenera heltzeko. Haiek agerian jarri dutena honako hau da: irakurketa berrirako idazketa berria, horizontala barik bertikala, testuan zeharkakoa barik

“gai batzuei jarraituzkoa eta geruzetan gehiago eta gehiago sakondukoa (...). Beste batzuek, beharbada, aurreikusi gabeko bideetarantz nabigatu nahi dukete, beraien interesetara egokitzen diren konexioak bilatuz, edo bere erakuntzak sortu arte materiala berrero landuz.”

Ez dago hobeto eta argiago adierazterik. 

2.2.2. Diskurtsoaren irekitasun erlatiboa: hipertestuaren ahalbideak

Darntonon ereduak nahikoa azaltzen du agiri elektronikoaren sakonerearen kontzeptua, eta erdizka erakusten ditu haren nabigazioko ahalbideak, baina ez dagokio era sakonean haren egiturari. Egitura hori azaltzeko, lezio honen hasieran aipatu dugun kontzeptu batera jo behar dugu. Bertan oinarritzeko elementu bitatik abiatzen da. Bi elementu horiek honakoak dira: nodoa, edo informazio-unitatea (lehen aipatu dugun zati bakoi-tza) eta haien arteko loturak. Nodoak norberak sortutako unitateak izan daitezke, gure webgunearen barnekoak (esate baterako, idatzi dugun berri baten testua, zenbait unitatetan zatitua) edo kanpokoak, beste batzuek sortuak (esate baterako, irakurlea hipertestu-lotura baten bitartez bidaltzen dugun albiste horri buruzko dokumentazioa). Nodoak loturen bitartez lotzen zaizkio elkarri. Loturak dira hipertestu-diskurtsoaren beste funtsezko elementuak. Horrela, benetako “idazkera digitala” osatzen duen testu-egitura bat osatzen dugu.

José Luis Orihuelari eta María Luisa Santosi (1999: 39-42) jarraiki, zazpi ereduzko hipertestu-egitura daude: lineala, adarkatua, parekoa, zentrokidea, hierarkikoa, sare-formakoa eta mistoa. Bistan denez beste egituretako batzuen uztarketa dakarren hipertestu-egituraren azken mota alde batera lagata, egia esan, egitura horiek guztiak bi motatakoak dira: itxiak eta irekiak. Itxiak dira hasiera bakarra eta bukaera bakarra badituzte, nodo bakar batetik sartu eta beste nodo bakar batean bukatzen bada (irakurketa gelditzen ez bada). Ezberdina bidetik pasatzen dena da, eta puntu biren arteko ibilbide plural edo pluraltsua prestatzen den era. Hipertestu-egitura irekiak, osotara, sarrera bat edo batzuk (baina dagokiona bakarra izatea da) eta bukaerako nodo ezberdinak eskaintzen ditu. Hori dela eta, ez da ibilbidea bakarrik aldatzen, baita helmuga ere.

Egitura itxien barruan honakook daude:

- a) Lineala egitura erabat itxia da, ohiko eran antolatua. Bertan diskurtsoaren zatiak edo nodoak era sekuentzialean lotuta daude elkarri. Hori dela eta, hura liburu batekin egiten den bezala bakarrik irakur daiteke, bata bestearen atzetik edota aurreko “orrialdera” itzuliz. Egitura honek ohiko eran eskaintzen du hurrengo orrialde eta pantailarekiko lotura bat, eta aurrekoarekikoa, aurreko batekikoa eta atzeko beste batekikoa. Gehienez ere, “lehen orrialde” (betiko terminologia hori da erabiliena) edo lehenengo nodora itzultzeko aukera eskaintzen du, eta nodo horretatik berriro has gaitezke. Beste aukera bat delako esan behar dugu ezen lehen orrialdetik bakarrik eskaintzen dela nodoetarako sarbidea, beraue-

Gomendatutako irakurketa

Orihuela, J.L.; Santos, M.L.
Introducción al diseño digital.
Madrid: Anaya, 1999.

tatik besteetarako sarbiderik ematen ez dela. Hau da, nodo batera aurrekotik, atzekotik edo lehen nodotik edo “lehen orrialdetik edo aurkibide”tik bakarrik sartu ahal gara. Hortaz, informazioa berreskuratzeko modua, “irakurtzekoa” (ezin hobeto esanda), inprimatutako liburu batekin baliatzen dugunaren berdina da.

- b) Bigarren eredia ere lineala da, adarkatua, nodo batzuetatik nodo osagarrietara sartzeko aukera ematen da baina. Berauen irakurketa agortu ostean, haiek datozen nodora itzuli behar dugu bukaeraraino irakurtzen jarraitzeko.
- c) Pareko egitura batek sarrera bat eta irteera bakarra ditu, aurreko guztiek bezala, baina, erdian, pareko sekuentzia linealetan antolatutako nodo batzuk ditu. Guztiak irteeraratzen dira beharrez, itzultzeko aukerarik gabe. Egitura horizontala beste sare bertikal batez osatu ahal da, nodoak pareko lerroko beren kideekin lotzen badira. Horrelakoetan, sareko egitura zehatz samarraren aurrean egongo ginateke. Nodoak edozein norabidetan nodo guztiekin lotzen direnean, sare-formako egitura garbiaren aurrean gaude, eta beronek egiturari eta kontaktari begirako konplexutasun maila bat agertzen du.
- d) Egitura zentrokideak irteera-nodoratu barik berriro sarrera-nodortzen diren sekuentzia lineal batzuk ezarririk ditu eta ez du beste sekuentzia bateko nodoekiko loturarik ezartzen. Hortaz, sekuentzia bakoitza lokabea da: istorio bat azaltzen da, lerro erabat ezberdinetan garatzen da beste argumentu-lerro batera sartzeko aukerarik gabe, eta, logikoa denez, lehenengo nodora itzuli beharra dago, hots, azalpena, eta bukaeraratzen da, azken nodo bakarrera joaten da. Argumentu-lerro bakoitza guztiz ezberdin eta lokabea dela eta, ez da beste erremediorik geratzen egitura itxirik bilatzen bada. Bestela, sekuentzia bakoitzak irteera ezberdineko azken nodo batean bukatu beharko luke. Kasu horretan, bestelako egitura baten aurrean egongo ginateke, egitura irekiaren aurrean alegia.

Egitura irekiaren kasu paradigmaticoa zuhaitz-egiturakoa edo hierarkikoa da. Nodo batzuetara abiatzen den sarrera bakarretik abiatzen da. Horrela, zenbait sekuentzia ezberdin irekitzen dira. Halaber, bigarren mailako nodo bakoitzak beste azpinodo batzuei bide ematen die, sekuentzia berriak irekiz; horrela, beste nodo batzuei eta beste sekuentzia batzuei bide ematen zaie. Metafora, oso erabilia eta arrazoizkoa dena, adarkatzen diren bidexken lorategi borgestiarra da. Maila bakoitzak erabiltzailearentzat ahalbide gehiago irekitzea dakar. Erabiltzaileak zein bide hartu

erabaki beharko du. Beste bide bat probatu ahal du, hartu duena interesatzen ez bazaio; horretarako, mailatik “igo” behar du, hau da, aurreko nodora itzuli, non jarraitzeko bide posibleak irekiko baitira. Horrela, berriro has daiteke. Egitura honen aldaera bat aukera hori saihestea da. Horrela, erabiltzailea maila bereko nodo ezberdinen artetik lekualdatu ahal da, era “bertikalean” edo beheantz bakarri ez, baita era “horizontalean” edo alboetarantz ere. Edozein kasutan, beti eman behar izaten zaio beheragoko maila batera eta goragoko maila batera joateko aukera. Beheragoko mailaren kasuan, aukera bakarra da; eta goragoko mailaren kasuan, lehen azaldu dugun bezala, sekuentzia batzuk irekitzen dira.

Eredu honetan sekuentzia bakoitza irteera lokabe batean bukatzen da. Hala ere, irteera-nodoen kopurua muga daiteke eta sekuentzia batzuk bildu ahal dira, gero eta irekitzeko aukera txikiagoak eskainiz: hurrengo mailan nodo gehiago eskaini beharrean, nodo kopurua txikitzen da. Hasiera batean irekia den sistema honen muturreko kasua, gezurra badi-rudi ere, sistema itxia da, sekuentzia guztiak irteera bakarrean bukatuz joanez gerozkoa. Erronboide-egitura bat izango litzateke: esate baterako, bi sekuentzia-nodo lokabetarako sarbidea eskaintzen duen sarrera bakarra; berauek nodoetarako bina irteera (bina sekuentzia berri) eskaintzen dituzte. Horrela, lau ibilbide izango genituzke, eta horrela ondoz ondo (logikoa denez, maila bakoitzeko sekuentzia-nodoen kopuru bera ezartzen bada, zelanbait derrigorrezkoa den bezala). Une jakin batean, nodo batzuek nodo bakar bererako irteera eskaintzen dute, eta horrela elkarren segidan, hau da, ibilbideak txikituz doaz irteera bakarrean bukatu arte. Egia esan, horrela, zuhaitz-egituraz barik pareko egituraz ari gara. Hortaz, erraza da ulertzea ezen, eredu garbiak erabili beharrean, egileak bere helburuen eta gaiaren arabera zehaztu behar duela (hau da, funtsean, estrategia eretorikoak eta diskurtsiboak erabiliz) zein diren informazioa zatituko duen elementuak, nola lotuko dituen eta nola gidatuko duen erabiltzailea ibilbide horietatik guztietatik. Nolabait, testu digitala irakurtzekoa barik gure nabigaziorakoa delarik, egileak (kazetariak, kasu honetan) izan behar du informazioaren kartografoa ere. Horregatik, hobe da, funtsean egunkari baten lehenengo orrialdea bezala, informazio baten sarrera-nodoa mapa izatea, edo informazioa berreskuratzekeko ibilbide horien irudikapen grafikoa.

2.2.3. Sarreraren itzulera?


Azken hausnarketa bezala, gure buruari azaldu behar diogu zein puntutara ino aplika dakizkiokeen “tradizioko” kazetaritzaren diskurtso-egiturak kazetaritza digitalari. Esaten da –lerrook idazten ari naizen honek ere idatzi dut–bide digitala bere “anaia nagusietatik” askatuko dela, bide orain arte ezagunetatik: prentsatik, irratitik, telebistatik. Irrati-albistegiak hasieran egunkarirako idatzitako albisteak irakurtzen ziren “ahozko egunkariak” ziren, baina, gero, noski, beren erretorika berezia bilatu zuten; eta esaten zen ezen telebista ez zela irudiekiko irratia besterik, eta denborarekin erakutsi da ezen telebistak bere bideak bilatu dituela. Horrela bada, uste izatekoa da kazetaritza digitalak ere bere diskurtso-praktika eraikiko duela.

Hala ere, oraingoz (lehen aipatutako bideen hasieran gertatu zen bezala) ezagunean oinarritu eta estrategia erretorikoon egokitzapena burutuz joan beharra dago. Ezein egokitzapen ez dago alderantzizko piramidea eta leada bezain kritikaturik. Izan ere, berau etorkizuneko profesionalei irakasten zaien kazetaritza-informazio bat hasteko (eta, funtsean, egituratzeko) era bakarra omen da. Hori egia da. Era berean, egia da beste egitura baliozko batzuk daudela eta burutzen direla, baina egia da alderantzizko piramideak, eta bost w ospetsuetarako erantzunetikiko beraren leadak (egia esan, hori gutxienez Quintilianoren erregela erretorikoa da), erabilia izaten dirau, kazetaritza digitalean ere.

Sarrera eta iraulitako piramidea Amerikako Sezesio-gerra betean asmatu omen ziren (hobe izango litzateke berriro asmatu zirela esatea), bataila bakoitzaren ostean kazetariak beren informazioa bidaltzeko hurbileneko telegrafora jauzi egiten zutenean. Komunikazioa gutxien espero zen unean moztzen zen (teknikak horrelako gauzak ditu, ordenagailuen erabiltzaileek eta internautek oso ondo dakiten bezala). Horrexegatik erabaki zen daturik garrantzitsuenak lehenengo ahapaldira biltzea, informazio osoa helarazi ezinean ere. Horrela, informazioa behearantzko garrantziko ahapaldi edo bloke batzuetan zatitzen da. Bloke horiek ez dute kronologikoak zertan izan. Baina kazetaritza-testu askotarikoagoetan, esate baterako, erreportaietan, beste aldaera batzuk eta eredu mistoak onartzen dira. Egitura horri “iraulitako piramidea” deitu izan zaio. Egia esan, teknika literatur testu klasikoetan erabiltzen da; gainera, eredu honi “nestortiarra” deitu zaio: Homeroren heroiak bezala, diskurtso-estrategia hau erabiltzen duen kazetariak bere gauzarik onenak, daturik mamitsuenak, hasieran ipintzen ditu.

Irakurleak igarriko zuenez, informazioa bloketan zatitzea da informazio-testu digitalarentzat gomendatu dena (eta orokorrean egiten dena).

Horraino, ez dago gauza berririk. Hiru gauza ezberdin dira. Alde batetik, inprimatutako, irratiko edo telebistako kazetaritzaren egitura idatzia beti izaten da lineala eta itxia, beharrez eta baldintza teknikoengatik, baina testu digitala sekuentzia askotakoa izan daiteke. Horrela, hainbat motatako informazio-sakonerako mailen edo estadioen aurrean gaude. Eta, bigarrenik, beste ezberdintasuna delako esan behar da ezen inprimatutako testua, bere ahapaldiekin, blokeekin, tartekiekin, leadekin, tituluekin argazkiekin eta grafikoekin, hau da, bere elementu guztiekin irakurlearen begien aurrean geratzen dela osorik, eta mapa bezala zabaltzen dela (horrezaz normalean ez da irakurlea ohartzen, zein diskurtso linealaren jakitun hutsa baita; baina, aldi berean, nabigazio-karta delakoaren aurrean dago). Testu digitalean, aldiz, nodo zehatz batean bakarrik murgilduta gaude, eta badakigu goragoko mailetan daudenen berri (uste izatekoa denez, haietatik ibili gara egungo mailara sartzeko) eta ondoko mailak daudela, baina orokorrean ez dakigu zehaztasunez zein den nodo- eta lotura-mapa osoa, ez dakigu norainoko zabal, sakon edo askotarikotasuna duen esku artean dugun informazio horrek. Badakigu nondik sartu garen eta non gauden, baina ez dakigu zeinen zabal den gure aurretik edo ingurutik dugun informazio-multzoa.

Horregatik, garrantzitsua da sarrera, edo lehenengo nodoa.  Egin-eginan ere, testu digitaletik zuzentasunez ibiltzeko ezinbestekoa den lehenengo orientazio-aurrerapena eskaintzen du. Horregatik (Salaverria, 1999), ahaleginak egin behar dira inprimatutako egunkaririk datorren sarrera edo titular bat besterik gabe denbora-erreferentziak desagertzen diren eta beste gauza batzuk gertatzen diren egunkari digitalera ez iraultzeko (eta are gutxiago era isolatuan, harago zer dagoen jakin barik). Inprimatutako egunkaria behin-behinekotasunaren era da, 24 orduoro argitaratzen baita. Paperean, argi dago zeri buruz ari garen “gaur” eta beste esamolde batzuk erabiltzen ditugunean. Informazio-produktu digitalak ez du aldizkakoa zertan izan, ezta, hortaz, denbora-tarte zehatzetan banatuta zertan egon ere. Oso ondo berrizta daiteke informazioa datu berriak ezagutu ahala, eta beste berri batzuk sartu ahal dira gertatu bezain fite, irratian bezala, esate baterako. Beraz, informazioen testuingururape-na ezinbestekoa da testu digitaletan.

Idazketa digitalak bere buruari gauza batzuk berriro azal diezazkioke. Ramón Salaverriari jarraiki, inprimatutako informazio klasikoek testuinguru-datu dokumentalen orde oso ondo jar daiteke dokumentazio osorako sarbidea, Robert Darntonek bere bigarren informazio-geruzaz hitz egingdako erakoa. Hortaz, erdiko informazio-testua laburragoa izan daiteke, informazio osagarria hipertestu-lotura izan baitaiteke. Egia esan, elkarrekin loturen bitartez lotuta dauden bloke, nodo edo geruzatako zatiketak dakarrenez, kazetariak tradizioko bidekoak baino informazio handiagoa

Gomendatutako irakurketa

Salaverria, R. De la pirámide invertida al hipertexto.
<http://web8.cti.unav.es/fcom/mmlab/investig/piram.htm>

darabil eta eskaintzen ari zaio erabiltzaileari. Hori dela eta, informazio hori argi antolatu eta hierarkizatzea beharrezkoa eta ezinbestekoa da agiri eraginkorra lortzeko.

Informazio-elementuei buruz, argi bide dago sarrerak (sarrera-nodoak, nahiago bada, testu digitalean) ezin hobeto jarraitu ahal diela kazetari-tza-patroiei. Hor hasten dira desadostasunak. Testu digitalak, hasteko, informazio-egunerapenentarako zabalik egon beharko luke. Informazioak edo datuek osatu behar dute, hasierako nodoaren ostean, testu digitalaren lehenengo maila. Kontaketa-teknikak maila horretan aplikatuko dira, nahiz eta diskurtsoa elkarren ostekoak diren eta elkarrekin lotuta (orokorrean egongo dira) edo lotu barik dauden blokeetan azpibanatu ahal den, askotarikotasunaren arabera. *Action story* delakoa bezalako teknikak guztiz baliozkoak dira. *Action story* teknika, funtsean, gertaera berria datuak eta xehetasunak gehituz doazen elkarren osteko ahapaldietan zatitzean datza. Beste datu osagarri batzuek, testuingurukoek (txostenek, estatistika-datuek, artxiboko datuek eta abarrek), hirugarren maila osatuko lukete. Era berean, informazioa argumentu-testuen edo iritzi-genero klasikoen bitartez osatu ahal da. Lehen ikusi dugun bezala, testu horiek, orokorrean, itxiak izaten dira eta gure diskurtso-egituraren laugarren maila osatuko lukete. Argumentu-blokeok bloke elkarreragilei bide eman ahal diete. Bloke elkarreragileetan irakurleari iritzi-guneak proposatzen zaizkio lehen aipatu ditugunen erakoak. Gerta daitezke beste ahalbide batzuk ere: jolasak, lehiaketak edo zerbitzuak, bosgarren maila osatuko luketenak. Azkenik, aztertutako kanporako loturen edozein mailatatik eman daiteke hura. Hala ere, kontutan har bedi ezen erabiltzailea, gure ingurutik irten ostean, ez dela bertara beti itzultzen. Hori dela eta, beharrezkoak ez diren ihesaldiak eta irekialdiak kontrolatu behar ditugu. Horregatik, horrelako loturak, horrelakorik eskaintzen bada, beheko mailetarako gordetzen dira, aurreratuenentarako, eta ez lehenengoentarako: irakurleak atxikitzen dira (eta hori, hasiera batean, haien fideltasunerako lagungarria da).

Ikusi dugun bezala, azaldutako guztiak ez dakar hasi baino egin ez diren teknika batzuei buruz orain arte jakin eta sumatutakoa azaltzea besterik. Etorkizuneko irakurleei dagokie, egun haurrak diren eta bideojolasetako pantailaren, kontsolaren edo *gameboy* delakoaren aurre-aurrean informazioa berreskuratzeke jolasean dabiltzanei, ezagunagoak zaizkien diskurtso egiturak komunikazioaren profesionalei eskatzea. Eta egungo kazetariak eta etorkizuneko kazetari izan gura dutenek ikasi behar dute zein diren etorkizuneko irakurleak eskatuko dizkien modu horiek.

Laburpena

Testu edo diskurtso digitalak ohiko au ez dituen ezaugarri batzuk ditu: hipertestuala da, multimedia da eta elkarreragilea da. Inprimatutako testuari datxekion sekuentzialtasuna gainditzen du, edo gaindi dezake, eta gaindi ditzake gaur egun ezagutzen ditugun bideak diren behin-behinekotasunaren erak ere.

Ezaugarri horietatik, ahalbide teknikoetatik eta kazetaritza digitalean orain arte egindakotik abiatuta, diskurtso elektronikorako proposatzen diren egitura batzuk aurreratu ahal ditugu, idazketa digitalaren estrategia erretoriko batzuk. Berauetariko bat geruza edo mailakako egituraketa da: tradizioko testuaren luzera barik sakonera-kontzeptua ezartzea. Egitura hipertestual ezberdinak, itxiak edo irekiak, sare-formakoak edo linealak, ideia horren agerpideak dira. Kazetaritzara lekualdatuta, “sarrera” edo hasiera nodo batetik abiatuta hipertestu-mapa baten arabera jarritako bloketan zatitzea jarraitu beharreko lehenengo urratsa da. Informazioa egituratu eta hierarkizatzea da, orain arte izan den bezala, kazetariaren oinarritzko funtzioa. Hala ere, bide digitalak tradizioko bideek teknikoki eskaini ezin dituzten ahalbideak dakartza. Ahalbide horiek ezagutu eta behar bezala erabili behar ditu kazetari digitalak.

Jarduera

Hiru dira lezio honetarako proposatutako ariketak:

- 1.) Albiste bera erkatzea, Internet-eko komunikabide batzuetan, bertsio digitalarekikoetan eta bertsio digitalik gabekoetan: *El País*, *ABC*, *La Vanguardia*, *El Mundo*, *El Periódico de Catalunya*-n... Ahal bada, testu hori inprimatutako bere bertsioarekin (horrelakorik badago) erkatu behar da, bertsio digitalarekin eta inprimatutakoarekin bideetan agertutako berri digital eta inprimatu horien idazketa inprimatutako bertsiorik gabeko egunkari elektroniko batean agertutako testuarekin: esate baterako, *La Estrella Digital* eta *Liber - tad Digital*-en.

Aholku bat: bilatu inprimatutako ereduari zehazki jarraitzen ez zaion albisteak. Esate baterako, kirol-berri batzuek datuak, dokumentazio osagarria eta bertsio inprimatuan ezin sar daitezkeen ikus-entzunezko baliabideak eranstean dituzte.

- 2.) Albiste bera idaztea, inprimatutako bertsiorik gabeko balizko bide digital batentzat, lezio honetan azaldutako kontzeptuak kontutan hartuz.
- 3.) Ikaslea, euskaraz badaki, *Euskal kazetaritzaren historia* liburu elektronikoa irakurtzen saia daiteke. Beronen egilea lezio honen egilea da eta hura Eusko Ikaskuntza Elkartearen biblioteka digitalean dago: <http://suse00.su.ehu.es>. Era berean, ikasleak testu horretan proposatzen den hipertestu-egituraren mota zein den azaldu ahal du.

Bibliografia

- ARMAÑANZAS, Emy; DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo. *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Bartzelona: Ariel, 1996.
- BARRETT, Edward; REDMOND, Marie (biltzaileak). *Medios contextuales en la práctica cultural. La construcción social del conocimiento*. Bartzelona: Paidós, 1997.
- BUSH, Vannevar. As we may think. En: *The Atlantic Monthly*, July 1945.
- CANTOS GÓMEZ, Pascual; MARTÍNEZ MÉNDEZ, Francisco Javier; MOYA MARTÍNEZ, Gregorio. *Hipertexto y documentación*. Murtzia: Murtziako Unibertsitateko Argitalpen Idazkaritza, 1994.
- CARIDAD, Mercedes; MOSCOSO, Purificación. *Los sistemas de hipertexto e hipermedios. Una nueva aplicación en informática documental*. Madril: Germán Sánchez Ruipérez Fundazioa, 1991.
- CLOUTIER, Jean. "L'audioscripto-visuel et le multimedia", *Communication et Langages*, 99. zenbakia, 1994. Paris: Éditions Retz, 42-53 orr.
- CHESNAIS, Pascal R.; MUCKLO, Matthew J.; SHEENA, Jonathan A. "The Fishwrap Personalized News System". Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology, 1995 (Internet-en atzitu ahal da: <http://nif.www.media.mit.edu>).
- DARNTON, Robert. La nueva era del libro. *Letra Internacional*-en, 62. zk., maiatz-ekaina. Madril: ARCE, 1999, 21-26 orr.
- DÍAZ NOCI, Javier. El periódico electrónico y el discurso multimedia. *Periódicas del siglo XXI*-n. Bilbo: Euskal Herriko Unibertsitateko Argitaratze-zerbitzua 1997, 49-61 orr.
- DÍAZ NOCI, Javier. La biblioteca virtual, ¿de la biblioteca de Alejandría a la biblioteca de Babel? Producción, transmisión y almacenamiento de la información en la era digital. *Simposio 800 años de historia de Bilbao, Bilbao, Biblioteca Municipal Bidebarrieta, marzo 1999*. Bilbo: Bidebarrieta Udal Biblioteka, 1999.

- DÍAZ NOCI, Javier. La edición electrónica en Internet. Libros, revistas académicas y periódicos digitales. *Euskonews & Media*-n. 33. zk., mayo. Donostia: Eusko Ikaskuntza, 1999. (ISSN 1139-3629. Internet-en atzitu ahal da, <http://www.euskonews.com> helbidean; eta *Euskonews & Media* CD-ROMean, 98-99, 1-44).
- DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo. *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa en Internet*. Bilbo: Euskal Herriko Unibertsitateko Argitaratze-zerbitzua, 1999.
- FERNÁNDEZ-COCA, Antonio. *Producción y diseño gráfico para la World Wide Web*. Bartzelona, Buenos Aires: Paidós, 1998.
- GARCÍA GARCÍA, Francisco. Estructuras narrativas y nuevas tecnologías de la información. En. LÓPEZ, Xosé; SOENGAS, Xosé (edak.). *A comunicación audiovisual na era dixital*. Donejakue: Unibertsitateko Inprimategia, 1999, 90-92 orr.
- KAPLAN, Nancy. "Politexts, Hypertexts, and Other Cultural Formations in the Late Age of Print". En: *CMC Computer-Mediated Communication Magazine*, volume 2, number 3, March 1995, 3 orr. (Internet-en atzitu ahal da: <http://www.december.com/cmc/mag/archive/title.html>).
- LANDOW, George P. (bildumaria). *Teoría del hipertexto*. Bartzelona: Paidós, 1997.
- LÉVY, Pierre. *¿Qué es lo virtual?*. Bartzelona: Paidós, 1999.
- LLEDÓ, Emilio. *El silencio de la escritura*. Madril: Austral, 1998.
- LOBIETTI, Marco. *Lo spettacolo della scrittura ipertestuale. Strategie narrative nelle interfacce* Bolognako Unibertsitatean 1995-1996 ikasturtean tesuaren semiotikari buruzko ikastarorako egindako tesina. (1996an Internet-en atzitu ahal da: <http://www.dsc.unibo.it/studenti/lobietti/index.htm>).
- MCADAMS, Melinda. Inventing an Online Newspaper. En: *IPCT. Interpersonal Computing and Technology*, volume 3, number 3, July 1995. Washington DC: Center for teaching and Technology, Academic Computer Center, Georgetown University, 64-90 orrialdeak.
- MURRAY, Janet H. *Hamlet en la holocubieta. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Bartzelona, Buenos Aires: Paidós, 1999 (jatorrizko izenburua: *Hamlet on the holodeck*. New York: The Free Press, 1997).
- MUSGRAVE, James Ray. *The digital scribe. A writer's guide to electronic media*. Boston eta abar.: AP Professional, 1996.
- NIELSEN, Jakob. *Inverted pyramids in cyberspace*. <http://www.useit.com/alert-box/9606.html>

- NIELSEN, Jakob. *Be succinct! Writing for the Web*. <http://www.useit.com/alert-box/9703b.html>
- NUNBERG, Geoffrey (bildumaria). *El futuro del libro. ¿Esto matará eso?* Barcelona: Paidós, 1998.
- NIEMWEGEN, C. van; OOSTENDROP, H. van. *Locating information in an online newspaper*. Helbidea: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol4/issue1/oostendorp.html>.
- ORIHUELA, José Luis; SANTOS, María Luisa. *Introducción al diseño digital*. Madril: Anaya Multimedia, 1999.
- PAUL, Nora. *Computer Assisted Research: A Guide to tapping Online Information*. St. Petersburg, Florida: The Poynter Institute for Media Studies, 1996.
- PETRALLI, Alessio. *Neologismi e nuovi media. Verso la "globalizzazione multimediale" della comunicazione?* Bologna: Cooperativa Libreria Universitaria Editrice Bologna (CLUEN), 1996.
- PISCITELLI, Alejandro. Noticias e información a medida: ¿sueño o ilusión?. El advenimiento del *singlecasting*. ENTEL, Alicia (bild.). *Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo*. Buenos Aires; Barcelona; Mexiko: Paidós, 1997, 233-257 orrialdeak.
- RICH, Carole. *Creating online media. A guide to research, writing and design on the Internet*. Boston eta abar: McGraw Hill, 1998.
- RICH, Carole. *Newsriting for the Web*. <http://members.aol.com/crich13>, 1999.
- SALAVERRÍA, Ramón (1999). De la pirámide invertida al hipertexto. MMLab, Laboratorio de Comunicación Multimedia. Iruñea: Nafarroako Unibertsitatea, <http://web8.cti.unav.es/fcom/mmlab/investig/piram.htm> helbidean atzitu ahal da.
- SIEGEL, David. *Diseño de páginas web*. Madril: Anaya Multimedia, 1997.
- TASCÓN, Mario. Nuevas tecnologías y géneros periodísticos. *Comunicación y Estudios Universitarios. Revista de Ciències de la Informació*, 8. zk. Valentzia: CEU-San Pablo, 1998, 61-66 orrialdeak.

Telebista eta irratia Interneten

Koldo Meso Ayerdi

Irakasle laguna

Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea

Euskal Herriko Unibertsitatea


Aurkibidea

Sarrera	169
Helburuak	172
1. Telebista Interneten	173
2. Irratia Interneten	178
2.1. Elkarreragiketa irratian	181
2.2. Uhin hertziarretatik web-sarera: World Wide Radio proiektua	183
Laburpena	185
Jarduerak	187
Bibliografia	188

Sarrera

Egun ia jende guztia ziur dago Internet sarea masa- komunikabide berri bihurtu dela. Espainian, milioi bat erabiltzailek baino gehiagok ziurtatzen du hori. Miguel Angel Díezek (1998: 32) adierazi duen bezala, “Internet sarea beste bide bat da, prentsa, irratia eta telebista bezala”. Dena dela, zer egin dute bide klasiko horiek egoera berri honetara egokitzeko, lehiaketa-ri berriak dakarren arriskua uxatzeko? Lehenik, horrek bide klasiko horiek guztiak informazio-gunean jarrera berriz hartzera behartu ditu. Internet bide sendotuaren errealitatea nagusitu da, eta prentsak, telebistak eta irratia-ki egoerara ahalik eta ondoen egokitu behar izan dute, Sarearekin aliatuz. Horrela, eta ia nahi gabe, Internet sarea masen benetako komunika- bide bezala behin betiko ezartzen eta Sarearentzako lengoia berezia sor- tzen lagundu dute. Oraingoz, guztiak esperientziak dira.

Irratia asmatzeak ekarri zuenez, asko kazetaritza idatziak bizirik iraungo ote zuen beldur ziren; era berean, zirudienez, telebista agertzeak irratia-ri begirako beldur bera ekarri zuen; hala ere, errealitateak erakutsi duenez, hura inoiz baino gehiago entzun zen. Eremu horretan teorizatzaile askok esan dute ezen Interneteko prentsak ere ez duela egunkariak edo kazeta-riak ezabatzea lortuko: hura beste bideekin biziko da. Gertatuko dena izango da informazioaren profesionalek teknologia berrietara egokitu beharko dutela.

Marshall McLuhanek *La Galaxia Gutenberg* lanean adierazi duen bezala, bide berri guztiek, lehenik, aurreko bideak hartu gura dituzte eta beraiei begira jarri. Hori oso argia da Internet sarearen kasuan. Izan ere, bai irratia bai telebista (prentsaren kasuan, ez dago zalantzarik, ikusitakoa ikusi- ta) sarean kokatuz doaz, eta beren egoitza telematikoak irekiz. 

Dena den, irratien eta telebisten merkatua egunkarien eta aldizkarien merkatua baino askoz motelago garatu da. Bistan denez, zergatietako bat egungo telefono-kableen bitartez mugimenduko irudiak eta soinuak eskualdatzeko zailtasuna da. Dakigunez, mugimenduko irudiek eta soi- nuek, aro berriko musika-aparatuek, irratiek eta telebistek izan ohi duten kalitatea badute bereziki, informazio kopuru handia dakarte, zeinen

eskualdaketa geldo eta zailtasunez betea da. Hori gorabehera, informazioaren autobideak benetan agintzen dutenaren modukoak izan ostean, argi bide dago soinu- edo ikus-edukien aukerako harrera merkatu lehiatsua izango dela.

Hala ere, susmatu ahal den bezala, Internet sareak aurreko komunikabideenaren oso ezberdina den barneko egitura du, alde beraren jatorritik eta alde beraren ondorengo eboluziotik datorrena.

Nolanahi ere den, Internet-ek formatu digitalean komunikabide asko eta asko eskaintzen ditu. Egunkariak *zibergune*aren mundura lehenik eta errazkien sartu direnak. Hala ere, telebistak eta irratiak ez dute sarera jauzi egiteko aukera galdu gura izan.

Laurogeita hamarreko hamarkadaren erdialdean, Internet-en ia ez dago irratia- eta telebista-estaziorik. Aitzitik, 1996an, telebisten 500 web orrialde baino gehiago eta irratien 1.900 bat web orrialde kontabilizatu ziren. Gaur egun, hori praktika orokortua da.

Bilakaera horren lehenengo faseak *on line* produktu bat garatzea izan du ezaugarri, zertarako-eta korporazio-irudia indartzeko batez ere, programazioa iragarri eta protagonisten ospea ustiatuz. Fase horretan, bisitariari “prime time”ko informazio eguneratu osoa eskaintzen zaio eta pertsonaien bizitza pribatuaren alderdi batzuez edo lanbide bizitzaz limurtzen dira. E. Pradok eta Rosa Franquetek (1998) adierazi duten bezala, “*broad-caster* direlakoaren trebetasuna, milioi askoko audientziak liluratu edo harrapatzekoa, bide berrira ekarri gura da: zibernautei beren *star system*aren menpekotasun-lotura indartzeko beren idolo nahienekiko konexio birtuala eskaini gura zaie”.

Baina, aldi berean, *on line* konexioa “feed-back”-erako baliozko tresna bezala aprobetxatzen da, “news group” direlakoaren, posta elektronikoaren eta eztabaida-taldearen bitartez. Askok dira fidelizazio-estrategia bezala chat-en bitartez erkidego birtualak sortzea erabiltzen duten kateak, baina eztabaidak eta *feed-back* delakoak produzitzaileei bestelako informazioa sortu ahal diete.

Edozelan ere, fase hori laster gainditu zuen alderdi informatiboago batek. Telebista-kateak, beste enpresa batzuk bezala, konturatu ziren *on line* agerikarien eskaintza hazkorrak eta ulermen digitalak mugimenduko irudien eskualdaketa sartzeko ahalbidetuko diela eta horrek lehen aipatu dugun korporazio-funtzioa gaindituko zuten helburuak zituzten produktu berriak garatzera bultzatuko zituela.

Alde batetik, sakontasunean informazio-programak (erreportaiak, eztabaidak, magazineak) zabaltzen ziren eta, beste alde batetik, katearen informazio-zerbitzuetan zeuden baliabideetan oinarritutako informazio-eskaintza egituratzen zen. Berri-orrialdea ataletan egituratzen zen eta, oro har, kateak emandako informazioekiko aurkibide bat eskaintzen zen.

Zenbait kateak zerbitzu publikoaren kategoriaren barruan sartuta zeuden atalak eskaintzen zituzten. Izan ere, berauek zirkulazio-istripuez herri garraio nagusietako gorabeheretz, meteorologi baldintzez eta abarrez arduratzen ziren. Horrelako zerbitzuentzat, prentsaren, irratia eta telebistaren lehenengo garaietatik present egondakoentzat, *on line* sarbidea kanal berria eta azkarragoa zen, marka den denborako egunerapena ahalbidetzen zuena. Erabiltzaileak horrelakoak edozein unetan atzitu ahal izaten zituen.

Telebisten webguneen informazio-funtzioa bereziki indartuta geratzen da interes handi-handiko uneetan, esate baterako, Diana printzesa hil zenean, web orrialde batzuek audientzi markak kontabilizatu zituztenean (CNNrean kontsultatutako 10 milioi orrialde baino gehiago). Kopuruak berriro oso gora joan ziren Monica Lewinskyren kasuarekin. Bertan CNNk CNN Interactive-n eskandalurako kontsulta-linea espezifikoko bat sortzearen alde egin zuen.

Dena dela, telebista-enpresek *site* direlakoek beren trebetasuna erakutsi zuten, informazioa beste *on line* agerkariak baino era askoz bisualagoan zabaltzekoa. Hala ere, sarearen geldotasunak eta mugek, onartu ahal ziren irudi bideografikoak lortzekoek, errealitate birtualaren aukera testigantza hutsezko formula bezala utzia zuten.

Helburuak

Lezio honen helburua telebista eta irratia konbentzionalen Internet-eko presentziatik ibiltzea da, baita sareak batez ere soinu-eskualdaketari begira eskaintzen dituen ezaugarri berriak eta sistema tekniko nagusiak zein diren azaltzea ere.

1. Telebista Interneten

Zoritxarrez, oraindik ezin da telebista banda-zabalerekin eta egungo modem-ekin aldi berean jasotzeko behar bezain on den teknologiarik teknikoki izan. Nahiz eta Real Player delakoaz bideoak soinu-emisioekin egiten denaren antzeko eran ikusi ahal diren, horrek oraindik ez du kalitatezko telebista emititzeko beharrezko kalitaterik.

Edozelan ere, telebistaren aliatua da Internet sarea. Ez du jarraitzaileak beren saiorik nahienei buruzko informazio osagarriaz “elikatze” eta bertan haren programazio-gidak argitaratzeko bakarrik balio. Egin-eginean ere, Internet telebistarentzat beronen audientziaren gida eta euskarri gisako bide egokia da, telebistazaleei begirakoa bereziki.

Horrela, kateek teleikusleekin harremanak izateko beste era bat aurkitu dute. Haiengandik milaka iradokizun jaso ahal dituzte posta elektronikoren bitartez. Bi adibide: *Expediente X* sailaren gidoilariak teleikusleak gidoi-iradokizunak bidaltzera bultzatzen zituzten; eta *Urgencias*-en teleikusleei inspiratzen lagunduko zieten benetako kasu klinikoak bidaltzeko eskatzen zieten.

Hortik benetako informazio-zerbitzua eskaintzera pasatu zen, sail arrakastatsuen gidoiaren zati batzuekin, aktoreen argazkiekin, jarraitzaileen arteko *chat* zerbitzuarekin eta abarrekin. Eztabaidaguneek, esate baterako, erabiltzaileei beren sailik gogokoenei buruzko eztabaidarako taldeak eratzea ahalbidetzen diete eta, horrela, zeharka, produktuei beren etorkizuneko kapituluaren edo aktoreen destinoa zehazten lagundu.

Horrela bada, telebistek beren web orrialdeak publizitate-plataforma bezala erabiltzea aukeratu dute. Baina, aldi berean, era berean, informazioa eskualdatzeko hautazko konponbideak hartu dituzte. Antena 3 Televisiónek (<http://www.antena3tv.es>), esate baterako, albisteen testu-laburpena eskaintzen du bere web orrialdearen bitartez. Baina, lehen esan dugun bezala, normalena haiek kateari buruzko informazioa bakarrik eskaintzea da.

Gure herrian, telebistari begira, web orrialdeen mota handi bi bereiz litezke: ofizialak, kateek edo produkzio-etxeek eutsiak; eta ofizialak ez direnak,

telebistako edo zineko izarrak edo saioak beneratzeko ahaleginak egin eta beren baliabideak erabiltzen dituzten jarraitzaileek sortuak.

Baina, lehenengok, nagusi izan arren, ez dute Internet-i onura osoa ateratzen jakin. *Web* aldizkariko José Angel Martosek egin eta Armengol Torresek bildutako baieztapenaren arabera, “Estatu Batuetatik telebista-saio zehatz batzuen zaleen eta jarraitzaileen mugimendua indartu da, eta produkziookin lotutako produktuen merkaturapena; eta, bitartean, Espainian telebistek aurkezteko web-ak sortzen dituzte, oraindik zer egin gura duten oso ondo jakin barik”.

Internet-ekin konektatu zen Espainiako lehenengo telebista Televisió de Catalunya (<http://www.tvc.es>) izan zen. Gaur egun, telebista horretako saiorik garrantzitsuenek beren orrialdeak dituzte. Hura egunean zenbait aldiz eguneratzen da azken berriak eman ahal izateko. Era berean, asteko garrantzitsuena kontsulta daiteke, baita albisteon bide bat ere.

Apurka-apurka, erabiltzailea bere saio edo katearik nahiena ondo pasatzeko edo asetzeko iturri garrantzitsutzat hartzen hasita dago. Izan ere, bertan pilaturik dago harekin lotutako informazio guztia, eta, era berean, antzeko gustuekiko beste pertsona batzuekin harremanetan jar daiteke.

Itxuraz, Internet-eko telebistaren fenomeno hau ez da entzuleria bat bide berri baten bitartez fidelizatzen saiatu baino egiten, hari erantsitako balore berriak emanaz. Oraingoz, teleikusleak oraindik telebistaren aurrean eseri beharko du bere saiorik nahienaren emisio egunean eta orduan. Izan ere, sarearen mugek ordenagailuaren pantailaren bitartez saioak behar besteko kalitateaz ikustea eragozten dute. Edonola ere den, telebista-kateak lanean jarri dira oztopo horiek gainditzen saiatzeko. Eta, zenbait kasutan, lortzen ari dira.

Dituela bi urte eskas, Santa Clara CA VDOnet enpresak iragarri zuen ezen Internet bidez bideoa benetako denboran emititzeko zerbitzariak banaka eta korporazioan erabiltzeko prest zeudela ordurako. Hori zen sarearen erabiltzaileek Internet bidez zuzenean bideoa jaso ahal zuten lehenengo aldia. Espainian, Ran Internet VDOnet-en lizentziataria da. Horrela, Europako Internet bidezko lehenengo telebista-katea aurkeztu zuen. Horrela, beren web-etan VDO sistema erabiltzen duten enpresa handiekin elkartu zen esate baterako, CBS News-ekin, Paramount Digital Entertainment-ekin eta NBC Pro-rekin.

Ran Internet-ek bere World Wide Television-eko programazioa Jorge Esteban Blein zuzendari berriaren *Días de Tormenta* film laburra emitituz inauguratu zuen. Dena den, hori ez zen guztia izan. Izan ere, era berean,

Internet-en erabiltzaileei informazioa etengabe emateko asmoz, Ran TVk hauteskunde-kanpainari estaldura eman zion eta hauteskunde-informazioa ematen zuen munduko lehenengo Internet Telebista bihurtu zen. Ranek alderdi politiko nagusiekin akordio bat egin zuen, haien sustapen-bideoak ematekoa.

Geroxeago, ATV-Mediapolis aukerako programazioa eskaintzen hasi zen, internautek menuen bitartez hauta zitzaketen gai ezberdinetako 20tik gora bideotan (kultura, informazioa, publizitatea eta abar) oinarritua (Lavinia TV 1997ko maiatzaren 22an emititzen hasi zen). ATV-Mediapolis-ek onartu ahal zen bideo-kalitatea eta audio-kalitate bikaina ahalbidetzen duen Real Video-ren estandarra erabiliz emititzen zuen. Beharbada, Internet bidezko lehenengo telebista horren ezaugarri nagusia emititzea lortzeko zeuden mugak gainditzea lortzeko era zen.

Antoni Esteve LaviniaTVko zuzendariaren iritziz (izen hori jarri zitzaion telebista-kanalari) “egungo mugak direla eta, Internet bidezko bistarape-nerako beharrezkoa da bide horretarako zuzenean produzitzea, emisioak lekuz aldatzea baino gehiago alegia” (*Noticias Intercom*, 1997-5-22).

Gaur egun, apurka-apurka, era berean, telebistak Internet-en “emititzen” hasita daude (“emititzea” barik terminorik zuzenena “argitaratzea” izango litzateke baina). Televisión Gallegak (<http://www.crtvg.es>), esate baterako, Real Video delakoarekin, telebista eta irratia gailegoak benetako denboran entzun eta ikustea ahalbidetzen du. Saio batzuk artxibora biltzen dira eta edozein unetan kontsultatu ahal dira.

Hala ere, beste telebista batzuk aspaldidanik egiten dabiltzana lortzetik oso urrun gaude oraindik. CNN (<http://www.cnn.com>) delakoaren kasua da. Hori da sareko emisorerik aktiboenetako bat. Katea iparramerikar horrek minutu oro eguneratutako albisteak banatzen ditu, batzuetan argazkien eta bideoen lagun etortzen direnak. Saio berezi asko daude. Beraien artean gertaerarik garrantzitsuenen jarraipenak nabarmentzen dira. Kateak barnean hartzen ditu almanaka bat, benetako denborako hizketaldiak, estudiorako bisitak eta gure ordenagailuan hautatzen ditugun berriak automatikoki eguneratzen dituen *softwarea* ere. Gainera, beronek ehunka aldizkaritako dokumentazioa bidaltzen digu posta elektronikoa-ren bitartez. Hark gaztelaniazko albiste-zerbitzu bat du.

Edozelan ere, muga nagusiak sarean egun lortzen diren abiadura txikiak dira oraindik. Baina, telebista Internet bidez ikustearen kontrakoentzat, pisu handiagoko beste arrazoi bat dago, sareko telebistaren alkantzuak eta mugak agerian jartzen dituen: hark oraindik ez du telebistaren emozio-espereintzia eragiten duen irudi bisuala ematea lortu. Robert Maxwell

HBOko ikerketa-zuzendariak egin Garrick Utleyk bildutako adierazpenen arabera, “telebistak emozioak erakusten dizkigu, Internet-ek ez dituenak [...] Aurpegi batzuetan emozioak ikus ditzaket, negar egiten dabiltzan pertsonen begiak ikusten ditut. Hori ezin Internet-en ikus dezaket. Uste dut ezen telebistaren etorkizunari begirako abantailarik handi eta lehiatsuen dela” (Utley, 1997).

Baieztape hori berresteko, albiste-hornitzaile britainiar batek 1999ko Aste Santua baino lehen abian jarri duen proiektua nabarmendu ahal da. Oso emakume erakargarria da eta Ananova du izena (<http://www.ananova.com>), eta aurkezle birtuala da.

Baina, nolakoa da benetan kazetari zibernetiko hori? Beraren garapenaren arduradunek Ananovari eman diote, giza itxuraz ezezik, emakume-nortasuna ere. Hura fisikoki erakargarria da eta emakumeen keinuak egiten ditu, eta, gainera, ahots iradokitzaile eta komunikatiboa du. Enpresa argitaratzailearen arabera, ezaugarri horiek telebista-katea handiek beraien albistegiak aurkezteko pertsona hautatu behar dutenean jarraitzen dieten egungo irizpideekin bat datoz. Pertsona horrek ikusleek sinestu behar dutena izan behar du.

Ananovaren web orrialdearen arduradunek ziurtatukoaren arabera, zuzeneko albiste-zerbitzuarekin batera, eduki ezberdinak (esate baterako, kirolak edo ikuskizunak) dituzten datu-baseak atzitu ahalko dira. Eta, nahiz eta, oraingoz, informazio-kanal berri horri Internet bidez bakarrik jarraitu ahalko zaion, enpresaren helburua telebista-aparatuen, telefono mugikorren eta, are, pantaila txikiekiko erlojuen bitartez Ananova ikusi ahal izatea da.

Argi bide dago pertsonaia birtualak gero eta protagonismo handiagoa hartzen doazela Internet-i eta teknologia berriei esker. Arestian, Hollywooden, gizakiarentzat ezin pentsatuzkoak diren eszenak egiteko aktore birtualak sortzeaz hitz egiten zen. Gainera, aktore horiek askoz merkeagoak izango lirateke zine-estudioentzat.

Era berean, 1999an, Elite maniki-agentziak gizartean Webbie Tookay (<http://www.illusion2k.com>) aurkeztu zuen, mundu osoko ibiltokietatik *on line* desfilatzeko prestatutako neurri ezin hobeekeko emakumezko modelo birtuala.

Pertsonaia horiek guztiek lan handia egiten dute, ez dute ezer kobratzen eta agintzen zaien guztia egiten dute. Eta, gainera, ez dira inoiz kexatzen eta, dirudienez, pozik daude.

Bitxikeria gisa Chema de la Peña zine-zuzendari gaztearen *Shacky Carmine* azken filmari Internet bidez jarraitu ahal izan zitzaion. Sarearen bitartez

filmaketa zuzenean ikuskatzeko nahikoa zen ordenagailua, modem-a, Internet-ekiko konexioa eta Explorer 4.1 delakoa izatea.

Hura, bere aurreko laburmetraia bietan, Internet-en informazioa emateko web orrialdea sortzera ausartu zen. Azkenekoan, de la Peña urrutirago joan zen, bere filmaketa saretik emititutako Espainiako zinearen historia-ko lehenengo bihurtuz.

Egunean 1.500 bisitari baino gehiago izaten zituen *Shacky carmine* filmaren webgune ofizialak (<http://www.s-carmine.com>). Haien egunero atzitu ahal izan zuten “story board” delakoa (filmaren planoen bozetoa), webcam batek filmaketa zehar zuzenean hartutako irudi batzuekin batera.

Horrek entzuleria bati jakin-mina eragin zion eta entzuleria hori zuzendariari posta elektronikoaren bitartez etengabe zuzendu zitzaion berari sekuentzia zehatz baten amaierari edo pertsonaien destinoari buruz galdetzeko.

Gainera, orrialdeak aktoreei eta talde teknikoari buruzko informazio jakina ematen zuen, eta *Dover*, *Undershakers* eta beste talde batzuk dituen soinu-banda baten gaiak entzuteko aukera.

Sustapen-esperientzia hori eraberritzailea zen Espainian, baina Hollywood aspaldi hasi zen Sarea bere produkzioak zabaltzeko bide bezala erabiltzen.

Horrela, *The Blair Witch Project* (<http://www.blairwitch.com>), *Izarretako gerra* filmaren lehenengo emanaldiari Estatu Batuetako ikusleen lehentasuna kendu zion film oso arrakastatsua, Sarerapen ikaragarriaz baliatu zen narratzen dituen ustezko “benetako” gertaeren gainean igurikapena sortzeko.

Eta ez zen lehenengoa izan. Izan ere, George Lucasek berak leku askotako ikusleei jakingura eragin zien, laster hexalogia izango zenaren web orrialde ofizialean (<http://www.starwars.com>) sartuz joan zen bere saga galaktikoaren lehenengo zatiaren aurrerakinez. Metodo horrek eraginkortasuna izan zuen: 1999ko uda pasatu orduko, 25 milioi internautak baino gehiagok “deskargatua” zuten beren ordenagailuetan filmaren trailer ofiziala.

2. Irratia Interneten

Irratiak Sarera egokitzeko arazo gehiago izan ditu. Beraren lan-euskarria soinua izatea hura Internet-era agertzeko oztopo handia zen. Zorionez, arazoa konponduta geratu zen. Izan ere, soinuaren konpresiorako teknikak aurrera egin zuten eta multimedia fitxategiak ordenagailuan jasotzen ziren aldi berean entzun edo/eta ikustea ahalbidetuko zuten “fluxu”-teknologiak agertu ziren.

Egin-eginean ere, gaur egun ia ezinezkoa izango litzateke artxiboa disko gogorrean kargatu arte itxaron beharrik izan gabe kontsultatu ahal diren milaka audio-artxibo benetako denboran emititzen dituzten irrati-emisoreen kopurua zehaztea. Meritu handia Real Audiok (orain Real Player denak) du. Programa horrek eman zuen lehen aldiz soinua benetako denboran (uhin hertziarren bitartezko emisio klasikoaren aldean segundo batzuk bakarrik atzeratuta) Internet bidez, eta, gainera, dohainik. Real Audio bere egoitza Seattlen duen Progressive Networks enpresa iparramerikarraren produktua da. Beraren lehenengo *softwarea* 1995eko apirilean agertu zen, baina, handik gutxira, konpresio-algoritmoa hobetzea lortu zuen eta bere bigarren bertsioa eskaini zuen laster. Gaur egun, bertsio eguneratuagoak ditu. Egun, hainbat irrati-saioren web orrialdeetara sartu ahal gara haiek gure ordenagailuaren disko gogorrera bildu eta entzuteko, hori interesatzen zaigunean.

Zoritxarrez, haren kalitatea, lehen esan dugun bezala, ez da onena, ezta hurrik ere, eta hark musika-edukiekin arazo asko ditu. Hori dela eta, ia formula irrati-kateetako ezeinek ez du Internet bidez benetako denboran emititzen.

Radio Teknoland izan zen lehenengoa. Irrati konbentzionalaren modura uhinetatik emititu beharrean Internet bidez bakarrik atzitu ahal zen Real Time Team enpresaren proiektua zen. Beraren lehenengo urratsa Luz Casal rock-kantariaren errezitaldiaren 1995eko urriaren 5eko transmisioa izan zen, Rolling Stones taldekoek eta beste atzerritar artista batzuek duela hainbat urte probatua zutenaren modukoa. Luz Casalen Internet-eko kontzertua Espainiako historian oso gertaeratzko gogoangarria da: orduko hartan, kan-

tari asturiarra lehen aldiz Sareratu zen orrialdean 73 irudi eta 23 soinu-sekuentzia jarriz joan ziren Real Audio formatuan. Urte horretako SIMO azoka informatikoan, Radio Teknoland-ek, bere aurreko ekimenean lortutako bultzadari esker, disc-jockey batekin beste esperientzia bat probatu zuen.

Lehenengo urratsa irrati-difusioa iristea zen. Hori Rambla Bit saioarekin egin ahal izan zen, zein bertsio konbentzionalean 19995ean transmititzen baitzuen Onda Rambla emisore lleidarrak. Esperientzia Lleida Net Serveis Telemáticos-eko Sisco Sapenak eta Jordi Murgók abiarazi zuten, Robert Pubillekin eta Francisco Arroyorekin batera. Saio horren edukia mundu informatikoa zela eta, bertsio elektronikoa uhinetan aurretik emititutakoren grabazio hutsean eta Internet sarerapenean zetzan. Horrela, saioa beranduago entzun gura zuten erabiltzaileek soinu-artxiboak (True Speech eta Internet Wave formatuetara moldatuak) berreskuratu bakarrik egin beharra zuten, beharrezko tresna informatikoak bazituzten. Konturatu barik, proiektuaren bultzatzaileek toki emisore baten estaldura planeta osora zabaltzea lortua zuten eta horrek hasierako “hemeroteca” proiektu hori hobetzera bultzatu zituen.

Irrati-modalitate horrekin beste audientzia-kontzeptu bat sortua zen. Izan ere, entzuleek saioa nahi zutenean entzun ahal zuten, Saretik nabigatzen zuten bitartean.

Horrela, bai Radio Teknoland-ek bai Rambla Bit-ek Espainian irrati/Internet binomioa bultzatu nahirik aitzindaritzat hartuak izatea merezi zuten, beraietako ezeinek bere emisioa abian jartzerakoan aurretiko adibide askorik begiz jo ezin izan zuela kontutan hartzen bada bereziki. Egin-eginean ere, Espainia hasi berria zen, Atlantikoaren beste aldean garatuta zeuden ekimen kontaezinekin erkatzen bazen. Apurka-apurka, irratia gero eta gehiagotan ageri zen Internet-era.

Gaur egun, Espainiako ia irrati guztiak Internet-en daude. Halako erregulartasun batekiko aitzindaria Catalunya Rádio (<http://www.catradio.es>) izan zen, zerbitzurik gehien eskaintzen duena izaten dirauena. Generalista eta informaziorakoa bakarrik den bere emisorearen benetako denborako emisioa eskaintzen du eta, gainera, saioen eta berauen atalen katalogo zabalera sartzeari ahalbidetzen du.

Bitxikeria gisa adierazi ahal da ezen lineak Barçaren partiduak ematen diren egunetan blokeatzen direla. Barçaren Amerikako eta Asiako zale askok zuzenean jakin gura dute zer egiten duen beraien taldeak.

Era berean, eskaintzen duen zerbitzuarengatik, Ser-en (<http://www.cadenaser.es>) Cadena 40 (<http://www.cadena40.es>) nabarmendu behar da. Beraren bitartez, emisore horren arrakastarik handieneko 40 abestiak kon-

tsulta daitezke. Real Audiorik izaten bada, abesti osoak entzun daitezke, halaber, baita taldearen biografi edo diskografia ere. Era berean, benetako denboran ikus daitezke esatariak bideo-kameraren bitartez.

Kostuak altuak ez direla eta, toki emisore askok erabaki dute Internet-era jauzi egitea, tradizioko emisoreek egin zuten bezala, eta, horrela, “munduko” entzuleria izatea.

Oro har, Pedro Carreñok (1996:59) adierazi duenez, “ez dugu zoritxarigarleak izan gura, baina Internet-eratzten diren Espainiako irratia-emisoreen panorama benetan apala da, kezkarria ez esatearren”.

Edozelan ere, nonbait ekimenik onenak Estatu Batuetan ditugu. Ehuneko ia 13 estatubatuarrek entzun dute dagoeneko irratia Internet bidez, Edison Emdis Research eta Arbitron Companyren azterketa baten arabera. 1998ko martxoan, azterketa horren arabera, Estatu Batuetako ehuneko 6 biztanlek bakarrik erabilia zuten sarea denbora pasatzeko. Datuak Atlantan “Radio Advertising Bureau Marketing Leadership” hitzaldian zehar aurkeztu ziren. Enpresaren arabera, ehuneko 23 *on line* irratia-erabiltzailek esan zuten ezen *online* musika erostea gustatuko zitzaieela. Arbitronen azterketen arabera, ehuneko 41 estatubatuarrek beren etxeetan edo lantokietan Internet-erako sarbidea dute eta batez beste 7,4 orduz nabigatzen dute astean. Han, duela zenbait urtetatik aurrera daitezke sarean bakarrik emititzen duten irratia-emisoreak. Espainian ere badago antzeko proiekturen bat, esate baterako, Radiocable delakoarena (<http://www.xpress.es/radiocable>).

Hasieratik, beraren sustatzailea den Fernando González Berlínen asmoa Internet-en kultur emisore bat sortzekoa zen. Proiektua abian jartzea ez zen batere erraza izan, Internet-eko komunikazioen geldotasunarengatik eta beste gauza batzuegatik. Proiektua diseinatzen urtebete eman ostean, Radiocable 1997ko maiatzaren 14an hasi zen emititzen, uhin hertzian bitarteko lehenengo transmisioaren 100. urteurrenarekin batera heldu zelarik. Gaur egun, zenbait arlotan (musika-arloan, informazio-arloan, kultur arloan...) banatutako programazioa du eta Latinoamerikako entzuleek eta atzerrian bizi diren espainiarrek entzuten dute, askok.

Ekonomi arazo ugarien ondorioz irratia asko itxi behar izan diren garaian, sareko txanda heldu da. Internet-en emisore guztiak planetakoak dira eta horrek munduko maiztasun berria ahalbidetzen du. Planetako txokorik gordeenetik edo beste edozeinetara heldu ahal gara, kosturik gehitu barik.

Legezko markoa gainezkatu duen beste irratia bat sortu da. Izan ere, bat-batean, potentzia eta maiztasun arazoak desagertu dira. Orain arte, irratia-emisore bat abian jartzeak gune irratia-elektroaren urritasunarengatik

justifikatuta zegoen emakidetakako legezko marko hertsia- ren kontra jotzen zuen. Internet-en, telefono-linea baten, modem baten eta ordena- gailu baten bitartez edozein emisore planetako bihurtzen da. Egin-egine- an ere, sarean guztiontzako lekua dago.

2.1. Elkarreragiketa irratian

Internet-eko irratiaz hitz egitean, komenigarria da elkarreragiketaren kon- zzeptua ere apur batez aipatzea. Sarearen bitartez, programak emititzen direnean entzuten dira, eta, gainera, entzun gura direnean. Berriz entzun ahal dira, eta interesatzen ez zaiguna entzun gabe utzi ahal dugu. Era berean, irratia entzuteko era berri horrek hurrengo orduetan edo egunero entzun gura dugunarekin menu bat prestatu eta programazioa bere osota- sunean pertsonalizatzea ahalbidetzen digu.

Irratiko elkarreragiketaren fenomenoaren adibide bat ekartzeko, Pilar Socorro RNE-Radio 1en (<http://www.rtve.es/rne>) burututako ekimena nabarmendu behar da. Duela zenbait hilabete bururatu zitzaion hari irra- tia eta Internet sarea “nahastea”.

Iazko udan ikusi zuen kazetari horrek Sarea entzuleekiko elkarreragileta- suna sustatzeko tresnarik egokiena izan zitekeela, Carlos Herrera RNE- Radio 1eko goizetan ordeztzen ari zelarik.

Lehenengo “esperimentuetan”, aurkezleak berehalako mezularitza-zerbi- tzuarekiko doako posta-kontu bat egin zuen. Hasieratik, ideia-aren susta- tzailea konturatu zen bi bideen nahasketa oso ondo zebilela. Baina posta elektronikoa ez zen nahikoa.

“Zeu zara izar nagusia” lemapean, emisore publikoak 1999ko irailean *Cita con Pilar* (<http://www.pilarsocorro.com>) bultzatu zuen, entzuleek web orrialde baten bitartez zuzenean parte har dezaketen saioa dena.

Chat baten bitartez, irradi-saioaren jarraitzaileek egunero galderak egiten dizkiete gonbidatuei, eta estudioetan dauden adituei kontsultak egiten dizkiete.

Elkarreragiketaren gehikuntza hori dela eta, Pilar Socorro bere publikoa- rekin oso harreman berezia du. Oraingoan, komunikatzailea bere entzule- engandik bereizten duen langa apurtu bide da.

Era berean, Sareak ematen duen bapetekotasunak eragina du *Cita con Pilar* saioaren garapenean (hura asteartetik larunbatera ematen da, 1:00ean, RNE-Radio 1en), adituenganako kontsultetan batez ere. Antza

denez, hori bereziki nabaritzen da emakumezko sexologoarenganako galderetan. Gauzak ahoz zuzenean kontatzeak apur batez lotsarazten zaitu, baina, mezu baten bitartez, nahi baduzu bakarrik esaten duzu nor zaren.

Gauero, *Citas con Pilar*-en entzuleak elkar ezagutuz joan dira, eta programaren eta Internet-en zale talde sendoa osatuz.

Baten batek bere buruari honakoa galdetzen dioke: Zergatik konektatu behar dut Internet-ekin irratia entzuteko, mahaiaren gainean dudan transistorea piztea nahikoa badut?

Erantzuna lehen aurreratu dugu. Irrati-entzule batek bere aparatuan beraren hirigunean hartzen diren dialak bakarrik ditu. Sarea dela bide, mundu osotik banatuta dauden milaka emisoreren irrati-emisioekin gozamina hartu ahal dugu.

Baina, zertatik biziko da Internet-eko irratia? Bada, uhinen bitartezko irratia bizi izan den gauza beretik, publizitateetik. Antoni Estevek adierazi duen bezala, “enpresek iragarkietarako dirua entzulea nor duten jakin barik botatzen duten garaia bukatu da. Egungo publizitatea gerra-garaiko airetiko elikagai-jaurtiketa bezalakoa da: asko galtzen da bidetik, berezko hartzaileengana heldu barik. Orain, iragarkiak jartzen dituztenek entzulea bereizi ahal dute” (Esteve: 78).

Dena den, Sarean, publizitateak aldatu beharko du, halaber. Iragarki informatibo eta azkarragoak egin beharko dira, aldi berean elkarreragiletasunaren baliabide guztiak ondo aprobetxatzen dituztenak. Gainera, entzuleriaren neurketarako egungo sistemak konbentzio hutsak dira, baina Internet-en eragina zehatz-mehatz egiaztatu ahal da.

Internet-eko publizitatearen gaiari begira, Nike kirol-jantzien marka ezagunak (<http://www.nike.com>) Estatu Batuetan urtearen hasieran iragarki bat estreinatu zuen, telebistan hasi eta beraren web orrialdean bukatzen zena. Jakimena, emozioa eta kirola elkarrekin oso lotuta zeuden bi bideetan nahasten ziren, Sarean eta telebistan alegia. Berauek publizitate-iragarkiak egiteko alternatiba berria eskaintzen dute.

30 segundotan Nikek, Futbol Amerikarraren Ligako partiduen emankizunaren atsedendian zapatila-gama berria eskaini zuen: «Air Cross Trainer II». Hiru protagonistak honakook dira: Marion Jones, momentuko korrikalaririk onena; Mark McGwire beisbol-jokalaria eta Rob Kinswill snowboard-eskiatzailea.

Iragarkiak ikuslea protagonista bihurtzen zuen eta Santa Monicako kaleetan zehar Jonesekin lehiari aritzera gonbidatu: “www.nike.com helbidean jarraituko du”.

Web orrialdearen barrura sartu eta publizitatea zuzenean atzitu ahal zen pantaila batera joan behar zuten internautek.

Enpresa ziur zegoen Internet-ek produktu bat sustatzeko aukera handiagoa ematen duela bere ezaugarriak erakutsiz, entzuleei ondo pasaraziz eta internautei galderak egiteko eta erantzunak berehala jasotzeko aukera emanez.

Dena den, oraingoz soinuaren kalitatea ez da espero bezain ona eta, kasurik onenean, 14.400 bp-tako musika-entzuketak uhin motzeko irrati-emisioekin pareka daitekeen kalitatea du. Sistema berrien garapenarekin eta modem bizkorragoen erabilerarekin, hilabete gutxi barru, kalitate hobea lortu ahalko da, egungo Frekuentzia Modulatuarenaren antzekoa.

2.2. Uhin hertziarretatik web-sarera: World Wide Radio proiektua

Arestian jakinarazi zen kazetari talde bat ziurtatu zutenaren arabera Internet-etik bakarrik eta bost hizkuntzatan emitituko zuen Europako lehenengo irrati-emisore profesionala izango zena bultzatzeko prestaketan zebilelako berria.

Proiektua, World Wide Radio (WWR) izenekoa, joan den azaroan hasi zen ibiltzen, Bartzelonatik, Josep Adolf Estrader irrati-kazetariaren zuzendaritzapean.

Profesionalok ziur daude esperientzia hori European aitzindaria dela. Beronen helburua eskatutako informazioa era erraz eta zehatzean jasotzeko tresna izatea da.

Dirudienez hasierako ideia WWR-k lehenengo unetik aukerako programazio osoa eskaintzea da, baina, era berean, merkataritza elektronikoaren arlo batera, informazio agentzia birtual batera eta nork bere buruari urrutitik ikasteko zentro batera sartzeko programazioa.

Emisore hau, plantilan sei kazetari eta hamar lankide dituena, 1998ko uztailean hasi zen kudeatzen, eta, probatzen urtebete eman ostean, bere emisioak hasieran katalanez eta gaztelaniaz hasi zituen. Gero, aurreikusi duenaren arabera, frantsesa, ingelesa eta alemaniera erantsiko ditu.

Ez da emisore konbentzionala: emisorera sartzen diren erabiltzaileek nahi duen haren programazioko saioa entzun ahal du. Programazio hori, funtsean, informazio ugarian eta kiroletan oinarrituta dago.

Asmoa web orrialdean kazetarietzako prestakuntza espezializatuko atal bat sartzea da, Kataluniako Kazetarien Elkargoarekiko lankidetzan. Halaber, mediatekak komunikabideei argazki eta soinu agiriak eskaintzen dizkie.

Real Audio delakoan eta MP3 formatu ezagunean emititzea ahalbidetzen duen emisorearen azpiegituran 15 milioi pezeta baino gehiago inbertitu dira orain arte.

WWR delakoaren irradi-edukiek honakook hartzen dituzte barnean, besteak beste: albistegiak, gaurkotasunaren analisiko kronikak, norbere produktio elkarrizketak, kirol-emankizunak eta interes orokorreko gertaerak zuzenean hedatzea.

Haren saioen artean honakook daude: asteko monografiko bat, egungo gaiei buruzko eztabaidak eta iritzi atal bat. Saio horiek emititzen direnean eta entzun gura direnean entzun ahal dira. Hori dela eta, erabiltzaileak aukerako programazioa du.

Emisore hau muntatzeko ideia egoitza Bartzelonan zuen Kazetaritza Ikasketen Zentroak ikasleek beren praktikak egiteko komunikabide bat izan beharretik sortu zen.

Hasieran, ideiarene sustatzaileek irradi-emisore konbentzional bat muntatzeko aukeran eta, gero, toki telebista batean pentsatu zuten. Azkenean, Internet sarea erabiltzea erabaki zen, beraren produktio-kostu txikiarengatik eta nazioarteko zabalkundearengatik eta, nolabait, berau etorkizuneko bidea izan daitekeelako.

Laburpena

- Oro har, esan daiteke ezen bide orokorrek Sarearen lengoaia berri-
ra ondo egokitzen jakin dutela. Hala ere, oraindik asko dute egite-
ko. Oraindik edizio digitalik gabeko bide asko daude, eta dauden
edizioetariko asko zenbait alderditan hobetu ahal dira.
- Ia derrigorrezkoa da Sarean egotea, Internet-ek informazio-gaian
ekar dezakeen lehia saihesteko. Gainera, marka-irudiaren kontua
da. Internet-en present ez dagoen bide batek zaharkiturik geratu-
tako bidea izatea izango du zama, eta bertan daudenek teknologia
berriekiko beren interesa erakutsiko dute, beren entzuleriaren
aurrean irudia hobetuz.
- Gaur egun, halako garrantzi bat duten bide klasiko gehienak
Sarean present daude, eta, oro har, beraien web-ek kalitate handia
dute eta informazio on-on eta ugaria eskaintzen dute. Egin-egi-
nean, Sareari begira egokitutako bideotako batzuk benetako erre-
ferentzi toki bihurtu dira eta Internet-eko gunerik bisitatuenak
dira.
- Saioen babesak eta publizitateak erabateko aldaketa jasango dute
estreinatzen den irrati-difusioaren aro berria. Internet-eko irrati eta
telebista emisoreek iragarkiak jartzen dituztenei beren entzule
kopuru zehatzak eta beraien saioei jarraitzen dieten ziberikusleen
eskakizunak eskaini ahalko dizkiete. Hori dela eta, haiek erakarga-
rriak dira enpresentzat.
- Dirudienez, Internet-ekin konektatutako ordenagailuen bidez «on
demand» irratia eta telebista eduki daiteke, hau da, kartarakoa:
emisore batek edo batzuek eskaintzen dizkigu(te)n saioen artean
hautatu ahal dugu eta nork bere programazioa egin ahal du.
- Irrati-difusoreentzat, Internet-ek abantaila handia du: haien emi-
soreak munduko entzuleria izan dezake eta kostua txikia da.
- Emisioen alkantzu unibertsalaz gain, irratien kasuan, Sareak kon-
tsumoari begira onartzen duen beste balio bat aipatu behar da:

aldiberekotasuna. Hortaz, internautak, soinu-seinalea jasotzen duen aldi berean, esate baterako, egunkari baten edo beste zerbitzu baten edizio digitala kontsulta dezake.

- Dena dela, hasiera batean, guztia ez da esaten duten bezain ederra. Dirudenez, gaur egun gutxik irabazten du dirua bide klasikoan edizio digitalez. Errentagarritasunik ez horrengatik, sarean dauden bide klasikoan kopurua atzera egiten dabil, eta dagoeneko edizio digital batzuk itxi dira. Miguel A. Díez Ferreiraren ustez (1998), “horrek ez du web gunea mantentzearen errentagarritasunik eza erakusten, ekonomia hutsezko datuetan edo sarrera- eta gastukontuan bakarrik oinarritzen diren eta beste faktore garrantzitsu batzuk kontutan hartzen ez dituzten argitaratzaile askoren itsukeria baizik”.

Argitaratzaile guztiek kontutan hartu behar dute hori epe ertain edo luzerako inbertsioa dela. Bistan denez, Internet sarearen erabiltzaileen kopurua gehitzen den neurrian, haien webguneetarako sarbideak gehituko dira. Hori dela eta, publizitatearengatik gehiago kobratu ahalko da eta sarrera handiagoak sorrarazi, oraingo gastuekin.

- Hori irratia eta telebista-kateentzako benetako erakustokia da, eta haien bezeroen fidelizazioari begira are gehiago eraikitzeko alantzu mugagabeko tresna elkarreragilea.

Jarduera

Aipatutako saioetatik, irratietatik, telebistetatik eta programetatik nabigatzea, zeinen helbide elektronikoak parentesi artean ageri baitira. Azaldu, lezio honetan eta aurreko beste batzuetan aipatutako ezaugarriak ikusita, zein den webguneon maila teknikoa eta informatiboa.

Nola sortuko zenuke zuk, beste alde batetik, irradi edo telebista batentzako webgunea, urrutirago joan barik, Euskal Herriko toki irradi edo telebista batentzako? Proiektu txiki hori (bost bat orri) zehazteko, oinarri hartu beharko dituzu aurreko lezioetan hartutako ezagupenak ere.

Bibliografia

CARREÑO, PEDRO (1996), "Aqui Radio Internet", *Net Conexión*, 4. zk., otsaila.

DÍEZ FERREIRA, MIGUEL A. (1998), "Medios de comunicación. La información del futuro ya está en la red", *World*, II. urtea, 3. zk., martxo.

ESTEVE, ANTONI "Las audiopistas de la información", *Net Conexión*, 77-80 or.

TORRES SABATÉ, ARMENGOL (1996), *El Acceso a la Información Electrónica Difundida y Publicada, según perfiles de Usuario Definidos*, artikulua; hemen lor daiteke: http://www.ictnet.es/+atorres/filtering/capitulo_iv.htm.

UTLEY, GARRICK (1997), *Internet vs. Televisión: Cuál nos da más emoción*, artikulua; hemen lor daiteke: <http://www.altavista.com/cgi-bin/query?pg=q&kl/es&q=television+en+Internet>.

Kontrakultura. Komunikabide alternatiboak Interneten (digizineak)

Koldo Meso Ayerdi

Irakasle laguna

Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea

Euskal Herriko Unibertsitatea

Aurkibidea

Sarrera	193
1. Fanzinea: definizioa	195
2. Fanzineen garapena Interneten	197
3. Internet-en agertzen diren Espainiako fanzineen analisi	202
3.1. Antolakuntza	202
3.2. Idazketa- eta ekoizpen- prozesuen elementuak	203
3.2.1. Hizkera	203
3.2.2. Hizkuntza	203
3.2.3. Iturriak	204
3.2.4. Edukien jabetza	205
3.2.5. Estetika	205
3.2.6. Atalak	206
3.2.7. Aldizkakotasuna	207
3.3. Gaiak eta edukiak	208
3.4. Jatorria eta publikoa	210
3.5. Finantzaketa	211
4. Azken ondorioak	213
Jarduera	215
Bibliografia	216

Sarrera

Lezio honetan Internet-eko digizineen Espainiako presentziaz arituko gara. Haiei teorizatzaileek komunikabide alternatiboak deitu diete. Digizineok ez dira gelditu: izan ere, Espainian etengabe mugitzen ari dira, beren jatorrizko borroka-gogoarekin bat etorririk.

Gure asmoa ez da ezarritako komunikazio-sistematik at kokatuta eta fanzine terminoari orokorrean lotuta dauden agerkari horiei buruz hitz egitekoa, haien Internet-eko presentziaz aritzekoa baizik. Gainera, adierazi gura dugu ezen haietako batzuek sare telematikoez eta informazioaren autobideak direlakoez baliatzen jakin dutela harturik duten bazterreko gune horretatik irteteko eta gizarte arlo zabalagoei informazioaren munda bideratzeko era ezberdinak bilatu eta aztertzeko egiten dutena helarazteko.

Internet itsaso zurrunbilotsutik nabigatzea kulturaren agerpen periferikoenen zaleak ziren gazte askorentzako denbora-pasa menpekotasun-sortzaile bihurtu zen laster. Batzuetan lagun taldeek eta, bestetan, norbanakoek informazioaren autobideak direlakoetara indarrez sartzea erabaki zuten, zertarako-eta Internet-en bitartez argitaratzen diren agerkari alternatiboak sortzeko edo horrelako agerkarien eduki inprimatuak sarera agerrarazteko.

Komunikazioaren handikien botere zapaltzailearen aurrean (esate baterako, Polancorenaren aurrean), komunikabide alternatibo bakan batzuek tinko jarraitzen dute masen komunikazioaren inperioen hitza bakarrik entzun ez dadin ahaleginetan. Merkataritza-eremutik kanpo sortutako taldeak dira, autokudeaketan oinarritutako adierazpide berriak aurkitu dituzten eta komunikazio ofizialaren kontrako joera argia dutenak.

Webzineak World Wide Web (WWW) jendetsuaren bitartez hedatzen diren fanzineak dira. Bertan erreportaiak, elkarrizketak, iritzi-artikuluak eta abar aurki daitezke. Webzineek bokazio didaktibo argia dute (batzuek ausartasunez esaten duten bezala). Izan ere, errazki atzitzen ez diren edo banaketa murriz-murrizta duten gai eta informazioak garatzen saiatzen dira: musika, komikiak, abangoardiako antzerkia, literatura eta abar.

1. Fanzinea: definizioa

Hasieratik zalantza bat izan genuen. Zer da fanzinea? Esan daiteke, huts egiteko beldurrik gabe, ezen beraren esangura zehazten saiatzen diren pertsona beste definizio daudela.

Fanzinea paperezko, diskoko edo, are, HTML lengoiako aldizkaria da, amateurrek lan-metodo urriekin astia dagoen aldi urrietan eginda dagoena. Bera egiteko, batzuetan, berau jasotzen dutenen lankidetzat dute. Horrelako aldizkariak ez dira profesionalak eta ez dute beraiekin lehian aritu gura, zeren eta oso hartzaile gutxi baitituzte.

Pablo Oliveirak eta Melisa Tuyak adierazi duten bezala:

“Fanzinea jende askok bere idazkiak argitaratuta ikusteko eta gai eta ikusmolde zehatz batzuei begira argitaratze-merkatuan dauden zuloak estaltzeko duen beharra asetzen duen fenomeno da. Kasu askotan fanzineak irten eta berehala bukatzen dira, zenbaki batzuk bakarrik kaleratzen direlarik. Baina, beste batzuetan, agerkari landuagoak sortzearen benetako bultzatzaile bezala balio dute. Hori gorabehera, orokorrean, opuskuluok agerkari utziak omen dira, zuri-beltzean fotokopiatuak, logikoa denez amateurrek eginak, eta beraietarako pape - ra kalitate txarrekoa ei da” (<http://www.planetac.com/1998/03/31/01.htm>).

Antzeko zentzuan adierazten dute adieraztekoa *Bajo Tierra* agerkariaren bultzatzaileek (<http://members.xoom.com/bajot/>).

“Fanzine bat sortzeko ideia zerbait adierazi, agertu eta komunikatu nahitik sortzen da eta beraren helburua erantzun bat jasotzea da. Guk gazte guztien pentsamenduak eta sentimenduak idatziz adierazteko bide bezala balio izate - ko asmoa dugu”.

Teorikotxoagoa da Carlos Egiaren eta Javier Bayónen definizioa (Egia eta Bayón, 1997:88):

“Agerkariok interes politiko eta sozialeko hainbat gairen gaineko eztabaida, analisia eta hausnarketa sakontzea dute ardatz nagusia. Bigarrenik, era berean, bestelako edukiak (musika, literatura, komikiak eta abar) sartzen dituzte. Nolabait, esan daiteke ezen kioskoetan aurki daitezkeen informazio orokorreko aldizkarien eremu kontraintformatiborako lekualdaketa ekartzen dutela”.

Haien izaera gehixeago zehaztu ahal da. Carlos Egiak eta Javier Bayónek (Egia eta Bayón, 1997:9) adierazi duten bezala:

“Komunikazio-esperientziok beren dialektika ezarritako ordenarenaren kontra jartzen ahalegintzen dira eta beren adierazpideak sortzen dituzte. Bide handiek eta txikiek gizarte pentsamenduaren eta errealitatearen zati handi bat ezkututzen dutela eta beroni betoa jartzen diotela ikusten duten taldeen benetako adierazpen- eta komunikazio-organoak (talde bezala formalizatutako taldeenak edo formalizatu gabeenak) dira eta, gainera, bidea bera bere egituran eta ibileran alternatibo bezala itxuratzen da”.

Fanzine batzuekin gozamina hartzen dute haiek begiztatzen dituztenek. Baina, zer da garrantzitsuagoa horrelako agerkari batentzat: irakurgarritasuna ala ikusgarritasuna? Erantzuna fanzine batzuetatik beste batzuetara aldatzen da. Esate baterako, elkarrizketa batzuk sartzen dituen agerkari batek, batez ere, argia izan beharko du. Beste alde batetik, Denbora pasatzea bilatzen duen agerkari batek luxuzko eta deigarri egiten duten apaingarriak sartu behar ditu.

Edozelan ere, egia da fanzineetan utzikeria da nagusi. Hala ere, utzikeria hori ez dago originaltasunik gabe. Hori dela eta, fanzineak tradizioko komunikazio-sistemetatik urrun dauden gizabanakoen kultur armatzat har daitezke.

Edonola ere den, gaur egun, fanzineen kalitatea hobetu da, oso prezio eskuragarriko ekipo informatikoen eta softwarearen eskuragarritasunari esker. Fanzinea osatzeko lana azkartu eta errazten duten testuak maketatze eta argitaratzeko programa asko agertu dira merkatura. Halaber, argazkiekin benetako fantasiak sortzea ahalbidetzen duten argazki-ukiperako programak daude.

Dena den, hori gorabehera, pertsonen sormena izango da bideon existentzia ahalbidetuko duena gero ere.

Azkenaren azkena Internet-eko fanzinea da. Horrelako agerkarien sustatzaileek, berenez kezkatuak direnek, Internet sarea dute “zeuk egin”en, “adierazi adieraztekoa, ahal duzu eta”ren, “zeuk egin bizibidea”ren, “oihu egin”en eta abarren aliatua.

2. Fanzineen garapena Interneten

Espainian, kazetaritza elektronikoa, nahiz eta 1994an hasi zen (urte hartan jarri zen lehen aldiz Servicom-en, eta, gero, Internet-en, *El Temps* Valentziako kultur aldizkaria), ez da Europako gainerako aldeetan bezain ikusgarria izan, eta Estatu Batuetan izan duen gorakadatik oso urrun dago. Gure iritzitan, bertan eragina izan duten faktoreen artean, konexio telematikoen ahalbideen eta ordenagailuen erabilerarako azturaren maila ezberdina aipa daiteke.

“Bistan denez, aztura horiek, herri bakoitzak dituen ordenagailuekin oso lotuta daudenak, eta eguneroko bizitzan informatika sartzekoa, ezberdinak dira herri batetik beste batera” (Armañanzas, Díaz eta Meso, 1996:108).

Eztabaida dezakegu paperaren aldean irakurleek ohitura txikiagoa duten irakurgarritasun urriagoa duen ordenagailu baten pantailak eta linea telematikoek, oraindik abiadura eta kapazitate oso mugatukoak direnek, idatzizko eta ikus-entzunezko bideen benetako alternatiba dakarten.

Hala ere, modulu honen izenburuan islatuta geratzen den bezala, kazetaritza elektronikoaren barruko eremu bakarra hartu gura genuke ardatz. Beraren garapena, arrazoi askorengatik, oso nabarmena izan da kazetaritza elektroniko elkarreragilearen era berrien eransketari begira. Orain arte informazio orokorreko zerbitzuez (horrelako zerbitzurik gehienak egunkariak argitaratzen dituzten enpresa nagusien menpekoak dira) eta informazio ekonomikoko zerbitzuak (eremu hori egungo merkatua eta errentagarritasuna dagoeneko gauzatu zaizkion informazio-eremu bakarra da) hitz egin dugu. Era berean, eremurik *amateurrena* aipatu behar da, fanzineen ekimenik berezkoenak, beren bertsio elektronikoan *digizineak* deitutakoak.

Fanzineak lehen, aurretik esan dugun bezala, eduki iraultzaileak adierazteko bide bakarrak ziren. Utziak eta zantarrak ziren, diseinuaren ikuspuntutik. Gaur egun, Internet-era heldu eta sarean garatu dira, eta interesgarriak, luxu handikoak eta sormenezkoak dira. “Zeuk egin ezazu” delakoaren oinarriak dira.

Zaila da jakitea zein izan zen sare telematikoetako fanzine espainiarren aitzindaria egungo panorama gauzatu arte. Lehenengoak 1996koak dira eta agertu diren azkenak duela hilabete gutxitakoak dira.

Batzuk oraindik pentsatzen ari dira, esate baterako, *Ajoblancoren* sustatzaileak. Bertako plantilak erabaki gogorra hartu behar izan du: ixtea edo motel ibiliz bizirik irautea, sasi artean. Ibilera homek produktuaren kalitatean eragina izango zuen. Ixtea erabaki zen. Horrela bakarrik egin ahalko zen egoera berriaren diagnostiko eraginkorra, eta, nonbait, indarra hartu ahalko zen etapa berrian hasteko, zeinetan aldizkariak *Ajoblanco.com* izena hartuko baitzuen eta Internet-en aurkituko baitzen, zertarako-eta paperari eta publizitateari ohorerik ez egiteko.

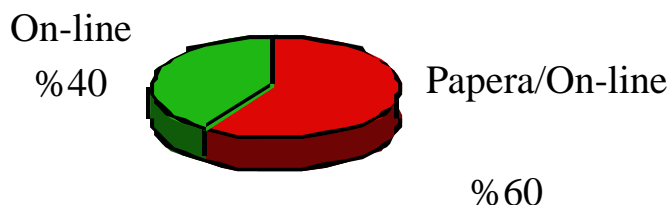
Dena den, horiek guztiek berretsi dute ezen ezin dela Internet alboratu, mundu osoan milioika ordenagailu goranzko eran biltzen dituen sare-sarea. Izan ere, komunikabide horren eragin globala itzela zen. Horixe izan zen fanzineak World Wide Web (WWW) delakoan present egotera bultzatu zituen arrazoietakoa bat. *Hip Hop A2Velas* agerkariaren arduraduna den Aitor Colladoren ustez, "Internet jendearekin harremanetan jartzeko tresna eroso eta azkar bihurtu zen laster, beste metodo batzuk baino eroso eta azkarrago".

Agerkariotariko gehienak, oro har, patroi berari jarraituz zebiltzan: material pilo bat (fanzinearen bultzatzaileen uztakoa edo gaia interesatzen zaien uztakoa edo beraiek harremanetan jarriak zirenenekoa) zutenean, guztia, oinarri-oinarrizko eran maketatzen zuten, tinta-injekzioko inprimagailu zahar batez inprimatzen zuten, fotokopiatzen zuten eta irakurtzeko astia izan zezaketenei ematen zioten.

Orain, Internet-ekin, ez dute fotokopiarik egin behar. Abantaila simple horrek beraiek beren agerkariak sarean jartzera bultzatu ditu.

Hala ere, apurka-apurka agertuz joan ziren Internet sarea erabiltzeko beste arrazoi indartsu batzuk. Horrela, arreta berezia jarri behar da zibergunearen erabilerak gizarte aldaketa nahi zuten zenbait gizarte talderentzat komunikazio-, koordinazio- eta borroka-era bizkor, merke eta eraginkorra ekarri ahal zuela uste zutenen baieztapen orokortuen gainean. Teoria horren adibide bezala Ejerzitu Zapatietaren kasua jarri ohi da. Haren mezua bost kontinenteetara hedatu zen, salaketa eta mobilizazioa mundu mailan ahalbidetuz.

Komunikabide



Iturria: Geuk egina
Papera/On-line (34); On-line (23)

Garaiek erokeria dela aurreratu dutenez gero, agerkariotariko askok aspaldiko paper formatura mugatu ezin zirela pentsatu eta beren webguneak sortzea erabaki zuten. Ideia nagusia irakurleek fanzineotan 1 zenbaki historikoetatik argitaratu izan duten material guztiaren aurkibide osorako sarbidea izan ahal izatea da. Horrela, zaleak edo amateurak, gai zehatz batzuei buruzko materialak lortu gura dituenak, haiek aurkitu ahal dituela jakin dezake.

Gainera, webguneek haiei beren irakurleekin harremanetan jartzeko balioko zieten. Ideia irakurleek beraiei mota orotako lankidetzak, iruzkinak eta iradokizunak bidaltzea zen. Kontutan hartu behar da ezen agerkariotako batzuek zenbakirik zenbaki hobetzeko duten era bakarra haiei gustatu ez diren gauzak adieraztea da. Hala ere, era berean, iruzkin positiboak eskertzen dituzte, azken buruan arima sentikorak baitira.

Oro har, lehenengo unean, Internet-eko agerkariotariko gehienek edukien edizio inprimatuan agertzen ziren edukion "iraulketa" bakarrik osatu zuten. *NEO2* fanzinean aipatuta dagoen bezala (<http://www.neo2.net>):

"Gure benetako bidea paperean inprimatutakoa da. Internet sarea laguntzara -ko eta gure agerkaria bizirik mantentzeko tresna bezala erabiltzen dugu, inprimatutako aldizkakotasuna irregularregia baitzen".

Kastelloren webgunean ere aipatuta dagoen ideia bat: "Internet sarea aukeratu genuen bi aldetan paperezko edizioa osatzeko. Bi alde horiek irakurleekiko, lankideekiko eta beste fanzine batzuekiko komunikazioa eta sustapena dira".

Hala ere, eraginkortasunaren eta kostu txikien gaia da arrazoirik hedatuenetako bat. Horrela, *PointBlank Magazine* delakoaren webgunea mantentzearen arduradunentzat, "Etorkizuna eta ia oraina da: azkarra, eraginko-

rra, berehalakoa, bitartekorik eta kostu handirik gabekoa". *Miracles For Sale*-n ere aipatuta dagoen iritzi bat:

"Fanzinea paperean (fotokopiatua) egiten genuen, baina uste dut ezen Internet sarea hura argitaratzeko era azkar, erraz eta merkeagoa dela. Gainera, gure ustez, oso etorkizun interesgarria du eta, hortaz, ezin ginen atzean gelditu".

Kontua da egun Internet-en tokia hartu duten gizarte mugimendu eta talde asko daudela Espainian. Zibergune honetara sartu dira, beste gauza batzuen artean, zertarako-eta berau beren ideien, planteamenduen, teoriaren edo edukien plataforma bezala erabiltzeko, WWE delakoaren bitartez, jatorria ahaztu barik, jakina, eta beren fanzineen bertsio inprimatuak mantenduz. Edozelan ere, era berean, azkenean kasurik gehienetan paper euskarria erabiltzeari utzi zioten komunikabide alternatiboak agertu ziren.

Paperezko fanzineen kasuan (inprimatutakoen, fotokopiatutakoen edo edozelan erreproduzitutakoen kasuan) bezala, digizine edo fanzine digitalak gizabanako bakarraren edo kultur adierazpide zehatz bateko (zinea, musika, komikiak...) gizabanakoz edo fanatikoz (hortik dator izena "fan" eta "[maga]zine" erroak uztarturik dituen) osatutako talde txiki baten lanak izaten dira. Taldeko kideek, edo gizabanakoak, edonoren eskuetako bitartekoez baliaturik, gai horiei buruzko aldizkari batzuk argitaratzen dituzte, lanbide edo industri eran produzitutako aldizkarien erazkotasuna, banaketa eta baliabideak ez dituzten baina iraultza informatikoa oso ondo etorri zaienak. Izan ere, lehenik, tresna informatikoak merkatu eta ezagun egiteak haiei ahalbidetu zien ordenagailu sinple batez eta autoedizio-programa batez aldizkaria prestatu eta ordura arte bide handiek bakarrik izan zezaketen itxura batez hornitzea, eta, gainera, diseinu- eta maketazio-kostuak saihestea. Ordura arte prozesu gehienbat eskuzkoa zenak, norberaren ordenagailuen gorakadarekin, urtebete batzuk lehenago pentsatzera oso gutxi ausartzen ziren maila iritsi zuen.

Baina horrekin kalitatezko original bat bakarrik lortzen zen. Gero, kopiak egin behar ziren, inprimatuak edo multikopiatuak, eta fisikoki banatu behar ziren. Bistan dagoenez, horrek prozesua zaildu eta kostuak garestitzen zituen. Arazo hori haiek sare telematikoen bitartez (batez ere, Internet bidez) eskualdatzeko aukerarekin saihesten da.

Horrelako agerkarien ia aitzindari guztiek beren fanzineei dimentsio berria ematea bilatu zuten. Jatorriz, taldeek eta gizabanakoek (erakunde bateko kideak zirenek edo ez zirenek) antolatuta zeuden. Haiek beren herrietako albisteen laburpenak sortzen zituzten, era labur eta itzulerrazean, beste talde batzuei helarazteko, horrela harremanak errazkiago izan eta informazioa eragingarritasun handiagoz hedatzea lortuz.

Hala ere, laster egin gura izan zitzairen ongi etorria agerkariak aldarrikatutakoen antzeko ikuspuntuak islatuko zituzten irakurle berriei, laguntzaile berriei,

WWW delakoak errotiko aldaketa garrantzitsua ekarri zuen. Izan ere, fanzineon sortzaileei azkartasuna ekarria zuen hedapen elektronikoari eta unibertsaltasunari onura ateratzea ahalbidetu zien: erabiltzaile guztiei nahi zutenean edo baimena zutenean alea atzitu ahal izatea ahalbidetzen zien zerbitzari batean sartutako ale bakarra. Gainera, hark inprimaketa-eta banaketa-kostuengatik kezkatu beharrik ez izatearen abantaila zuen.

Hala ere, oraindik bide luzea geratzen da lineako transmisioak eta edizio elektronikoak papera osorik ordeztuz. Oraingoz, formatu elektronikoa bakarrik edo bereziki sortzen diren fanzineen ehuneko oso txikia da. Dena dela, zerbitzu elektroniko osagarria aukeratu duten ekimenak asko dira, eta gero eta gehiago.

3. Internet-en agertzen diren Espainiako fanzineen analisia

Agerkariren bat ahazteko arriskuarekin, Espainiako multimedia kazetaritza elektronikoaren barruan fanzineek izan duten garapena ahalik eta fidelen aztertzen saiatu gara, nahiz eta honakoa dakigun: ezen, nonbait, lerrook idazteko orduan, aztertu diren 57 izenburuetariko batzuk desagertu edo erari eta edukiei begira aldatu diratekeela eta beste batzuk, ordea, agertu diratekeela.

3.1. Antolakuntza

Fanzineetan erregela orokorra da hierarkiazko antolakuntza-egiturarik eza da, masen bideen ezaugarria dena. Oro har, ez dago zuzendariaren irudia, ezta erredaktore-buruarena edo antzeko beste kargu batzuenak. Hori, neurri handi batean, agerkariaren kideen ez profesionaltasunarengatikoa da. Kasu askotan ere, fanzineon erredakzio-taldearen kideak ikasleak (bai Institutuetakoak bai Unibertsitateetakoak) dira, agerkariarentzat beste bete-beharrek uzten dieten denbora bakarrik eman ahal dutenak.

Sareko fanzinerik gehienak norberaren ahalegin laudagarrien ondorio dira. Baina norberaren proiektuak desagiten diren izaerako ia legea da: esfortzua gogorra da, azkenean saria urria da eta, azkenean, erantzukizun berriak direla eta, autoreak proiektua utzi behar du.

Edozein kasutan, gainerako taldeek gaitasuna aintzatesten dieten gizabakoak daude. Hori gertatzen zaie baliabide teknikoan erabilerari (webgunea sortzea, HTML lengoaia...) eta beste jakintza-arlo batzuei begira gainerakoak baino prestatu eta espezializatuago dauden kideei.

3.2. Idazketa- eta ekoizpen- prozesuen elementuak

3.2.1. Hizkera

Edukiak baloratzen jarri gabe, eta fanzineon hasierako webguneetatik buelta azkarra emanez, ikus daiteke ezen testuak idazteko erabilitako elementu batzuk alternatibotzat hartu ahal direla, bide ofizialetan aurkitzen ez baitira. Esate batera, arroba: (@).

Ortografia- eta puntuazio-akatsak alde batera utzirik, benetako mekanismo estetikoak diren idatzizko era zehatz batzuk daude. Berauetako bakoi-tza gehienetan izaera ihardukitzaileko testu baten alboan dagoen osagai grafiko bezala erabiltzen da. Internet-en agertzen diren fanzineotarik batzuetan, hori agerikoa da goi-buruan. Esate baterako, hor ditugu *The Sorden*, *Corpore Insepulto*, *Margen*, *Kasa de la Muntanya*, *Dinamita Krisis*, *Aktivitat On-line* eta abar.

Adierazi behar denez, batzuetan, fanzineei ez zaie izen arruntik jarri gura izaten, eta berezitasuna bilatzen da: *Paté de Marrano*, *Caspa de Rata*, *Molo - tov* eta abar.

3.2.2. Hizkuntza

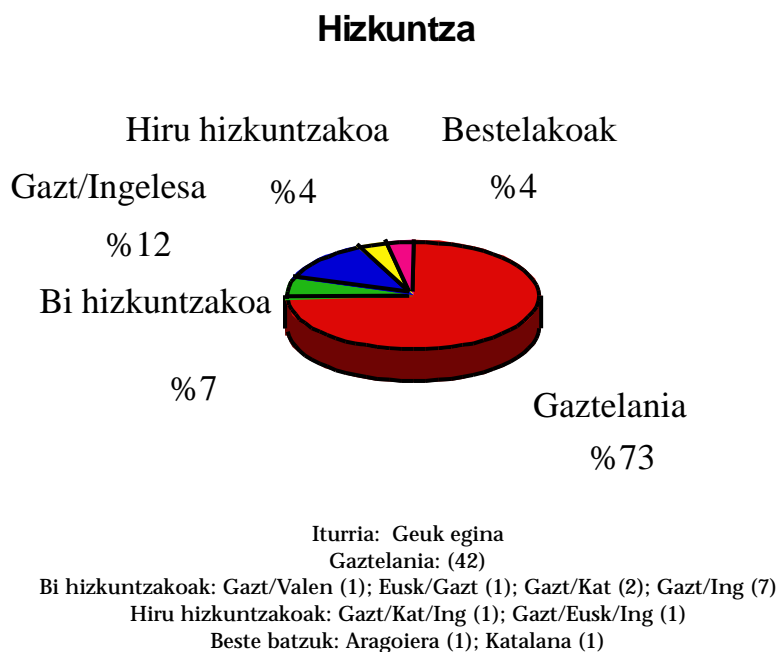
Zalantzarik gabe, gaztelania fanzineotariko askoren zati handian sartzen dira, eta beste hizkuntza batzuen presentzia (katalanarena, ingelerarena eta abarrena) lekukotza hutsekoak dira.

Era berean, fanzine batzuen lehen zenbakia hizkuntza batez baino gehiagoz egin zen, baina, eskariarengatik, bigarren aletik aurrerakoak gaztelaniaz bakarrik egin ziren jende gehiagorengana heltzeko asmotan. Hala ere, agerkariok ez dute bazterten berehalako etorkizunean beren webguneetan hizkuntza bat baino gehiago berriro erabiltzeko aukera.

Ingeleraren erabilerari begira, fanzineotariko gutxik ikusi bide dute beraien edukiak gure mugetatik harago interesgarriak eta Internetek ematen dien unibertsaltasunarengatik begiztatuak izateko ahalbidea. Horrela, bokazio lokalistatik ihes egiten dute eta nazioarteko agerkariak izan gura dute.

Edozelan ere, era berean, badaude testuak aldizkarira bidali diren jatorrizko hizkuntza errespetatzen duten Internet-eko fanzineak. Berauek, ahal dutenean, hizkuntza batean baino gehiagotan eskaintzen dira.

Nabarmentzeko moduko kasu bat *Crica: Aragonésismo alternatibo*-rena da. Hark ia bere eduki guztiak aragoieraz adierazirik ditu.



3.2.3. Iturriak

Hasiera batean, fanzineen iturriak komunikazio-prozesua sortzen den abiapuntu guztiak dira. Horrela, ekarpen bereziak eta beren lanak bidaltzen dituzten gizarte mugimenduenak eta taldeenak daude, baita agerkiaren idaz- taldeko kideena beraiena ere.

Horrelako agerkiaren guztiek parte har dezakete beren iritziak askatasun osoz adieraziz eta beraiek mundu horretan dauden beste pertsona batzuei interesatzen zaizkien gai zehatz batzuei buruzko artikulu interesgarriak idatziz.

Adibide gisa, nahikoa da *Bitniks* delakoaren bultzatzaileek egiten duten deia:

“Berripaper hau, Internet-eko zati handi bat bezala, zerbait ireki eta malgua da. Senti zaitez beraren zati eta erabil ezazu hau irakurtzeko eta, gainera, lan-tzeko. Ziberkulturekin lotutako edozein ekarpen zurea izan daiteke. Ekartze-

ko ezer duzula uste duzun inor bazara, hori eskaintzen ari gatzaizkizu: bidal ezazu edozein lankidetzaren posta elektronikoko helbideotariko batera”.

Oro har, Iturrien bidearekiko lotura edo harremana ezarri edo izaten den era berezko lankidetzaren edo gonbidapena da, bideak pertsonari edo taldeei parte har dezaten egiten diena. Adibide bezala, *Ska Ska Ska* fanzinearen webgunean honako hau irakur daiteke.

“Orrialdeari izenburu hori jartzea erabaki dugu, baina, egia esan, askoz harago joan gura dugu. Hori zuen araberakoa da. Beharrezko dugu “page” hau egunean mantentzeko zuen laguntza; bidaliezazkidazue midiak, argazkiak, artikulak, albisteak, nahi duzuen guztia, zuena edo zibergunetik aurkitu duzuenena. Eta bidaliezazkidazue gauzatxoak, ezer dudanean lanean jarriko naiz eta. Guztion arte@n egingo dugu”.

Ikusten den bezala, beste agerkari batzuetatik edukiak biltzeko praktika komunekoa da bere komunikazio-prozesuan. Fanzineak beraien arteko komunikazio-iturri bihurtzen dira.

Hortaz, Internet sarearen beraren unibertsalizazioari esker, harremana toki, nazio eta nazioarte mailan gertatzen da. Bertan sartuta daude agerkariak.

3.2.4. Edukien jabetza

Horrelako agerkari ia guztietan atzitu ahal diren edukien jabetza intelektuala ez da errespetatzen. Ildo horretatik, fanzineon hasierako webguneetan irakur daitekeena hedatzen diren edukien gaineko jabetzarako ukoa da, egia esan; hala ere, mezuaren jatorria aintzatestea eskatzen da. Adibide gisa, nahikoa da *Ekintza Zuzena* fanzinearen webgunean aipatuta dagoena: “Orrialdearen eduki guztiek ez dute copyright-ik, eta askatasunez kopia daitezke, ahal dela beraien jatorria aipatuz”. Hori ez da egilearenak diren eta, beste alde batetik, uko egin ezin zaien eskubide moralak baliatzea besterik.

Horrela bada, edukien kopiaketa eta banaketa onartuta dago, baldin eta merkataritza-helbururik badu eta iturria aipatzen bada. Beste erabilera batzuetarako beharrezkoa da iturria kontsultatzea.

3.2.5. Estetika

Estetikoki, Internet-eko fanzineek akabera konbentzional samarra dute ezaugarri. Ezaugarri hori masen beste agerkari batzuk definitzen dituzten

kanonetatik hurbil dago. Hori estetika “kaotikoago” bezala defini daitekeenaren ezberdina da. Estetika hori bideon edizio inprimatuetan islatzen da eta zuzenekoagoa den eran lotuta dago agerkariaren eskuzko produktioarekin eta maketazioan jarraitu beharreko araurik ez egotearekin.

Akabera konbentzional hori Internet-ek benetako diseinu deigarriagoak egiteko uzten duen maniobretarako aukera urriarengatikoa da, neurri handi batean. Izan ere, askotan, baliabide tekniko mugatuekin konformatu beharra egoten da. Egin-eginean, berauek taldeko kideetariko batzuk dituzte jabe, edo beraiek atzitu ahal dituzte. Ohikoena izaten da ordenagailu batez eta inprimagailu batez osatutako ekipoa. Hala ere, progresiboki sartu dira baliabide (eskanerrak...) eta programa berriak. Horrek nolabait eskuzko edo artisautzako maketazioa apurtzea dakar.

Edonola ere, fanzineon webguneari begiratzuz gero, hiru elementu aurkituko ditugu, zeinen erabilera, haiek orrialdeak bisitatzan dituen ordenagailuraino informazioa heltzeko dakarten geldotasunak mugatuta dagoen arren, indarrean baitago: argazkia, argigarria eta ez informatiboa (horrelako argazkiak batzuetan ez dira fanzinearen jabetzakoak, eta beste agerkari batzuegandik “maileguan” hartzen dira); marrazkiak; eta komikiak (berauek elementu grafiko bezala erabiltzea oso hedatuta dago).

3.2.6. Atalak

Internet-en agertzen diren fanzineetako edukien antolakuntza atal-egitura zehaztu samarrari dagokio. Hori dela eta, haiek horrelako agerkarien edizio inprimatuen ezberdinak dira. Berauetako artikulua gaiei begirako orientazio-bereizgarriarik egon beharrik izan gabe elkarren atzetik etortzen dira.

Dena dela, era berean, edukien antolamendu hori ez dagoen fanzineak sare telematikoetan ageri direla adierazi behar da.

Oro har, fanzine elektronikoetan jorratzen diren gaien banaketa “geografikoa” beste edozein motatako agerkari elektronikoetan (egunkarietan, aldizkarietan eta abarretan) ikus daitekeenaren oso antzekoa da. Bertan atal finkoak daude: agenda, albisteak, beste esteka batzuk, hemeroteka eta abar.

Funtsean, bertsio inprimatua duten bideen kasuan zuzenduta eta handiagotuta bertsio inprimatu horretan agertutako eduki guztiak sartzen dira.

Izan ere, ez dago inprentaren aurrean web-sareak ahalbidetzen dien lekumugarik, eta irakurleek bidaltzen dituzten zuzenketetan elkareragiletasuna dago. Beroni buruz aurretik hitz egin dugu.

3.2.7. Aldizkakotasuna

Aldizkakotasun hertsia ez da funtsezkoa horrelako agerkarietan. Egin-eginean ere, “aldizkako” en kontzeptua beheraka hasi da informatikaren eta sare telematikoen hedapenarekin. Izan ere, teknika ez da aresti-arestiko albiste etengabe eguneratuak ia berehala eskualdatu ahal izateko oztopo. Egin-eginean ere, aztertutako fanzineetariko askok edukiak etengabe berriztatzen dituzte gizarte mugimenduen kaleetako dinamikei erantzun eta dinamikotan parte hartu edo ikusmolde eta gai berriei begira ireki nahirik.

Baina guztiek ez diote dinamika horri erantzuten. Adibide bezala balio izan beza *Ezttanda* aldizkariak bere buruaz ematen duen definizioak:

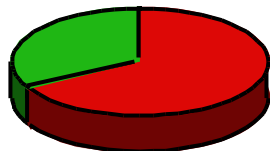
“Denboraz kanpokoa eta une zehatz honetan kokatua. Badakigu ezen berehalakotasuna oso garrantzitsua dela kontrainformazioaren barruan; baina, gure lan militantziagabearen iragankortasunarengatik, ahal duguna egiten dugu, eta gure ustez, hori garrantzitsua da oraindik”.

Ildo horretatik, pentsa daiteke ezen bitarteko urriak dituen eta boluntarismoan oinarritzen den lana garatzen duen talde batentzat ez dela erraza denbora-tarte labur eta irregularrean kalera irtetea.

Aldizkakotasuna

Aldizkakotasuna

%33

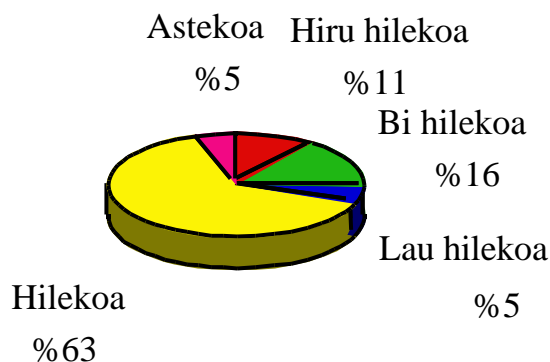


Aldizkakotasunik ez

%67

Iturria: Geuk egina

Aldizkakotasuna



Iturria: Geuk egina

Aldizkakoak (19):

Hilekoak (12); Bi hilekoak (3); Hiru hilekoak (2); Lau hilekoak (1); Astekoak (1)

Aldizkakoak ez direnak (38)

3.3. Gaiak eta edukiak

Normalean, Internet-en agertzen diren fanzineotariko gehienek mota orotako gaiak jorratzen dituzte. Hala ere, oso bakanduta egon ohi dira. Gai asko daude, esate baterako, kultura, musika, rola, manga¹, ordenagailuak, jolasak..., zezenak, “okupa” problematika, intsumisioa, ekologia eta komunikazio eta adierazpen libertario eta ihardukitzailerako hainbat era. Batzuetan, zenbaki bakoitzaren edukiak gai bakarrekoak izaten dira. Hala ere, gai asko barnean hartzen dituztenak daude, halaber; egin-eginean, irakurle gehiagorengana heldu gura da.

Kulturatzat hartuko dira bertan mota orotako kultur edo arte agerpenak: literatura, musika, poesia eta abar. Baina kultura hori kultura alternatibo gisa ulertuko da. Edukiak prentsan inoiz jorratu ez direnak izango dira, gainerako komunikabide konbentzional eta generikoagoetan sartzen ez direnak.

Argi dago irekitasun-gaindosi horrek batzuetan polemika arriskutsua pizten duela.

Aztertutako fanzineetan gehienetan agertzen den kultur espresioa musika

¹ Manga esaten zaie Japoniako komikiei; Europako edo Amerikako tradizioko komikien aldean oso ezberdina da, bai estiloaz bai eraz. Mota orotako gaiak jorratu ohi ditu, gidoietan eta pertsonaieetan oso sakonduz. Hala ere, bereizgarri bagusiak honakook dira: marrazteko estiloa, bilbe asko, trazu xumea, aurpegi itxuraz berdinak eta garapeneko azkartasun handia. Hura ez da Anime-arekin nahastu behar. Izan ere, berau mangaren filme bizidunetarako egokitzapena da, bai zinerakoa bai telebistarakoa.

da. Musika hori merkataritza-zirkuituetatik urrun dago (punk-a, hard core-a, metal-a eta abar).

Dena dela, horrelako agerkarietan gehienetan agertzen den kultur elementua izan arren, ez da bakarra. Izan ere, literaturak, komikiek eta abarrek beren lekua dute, halaber.

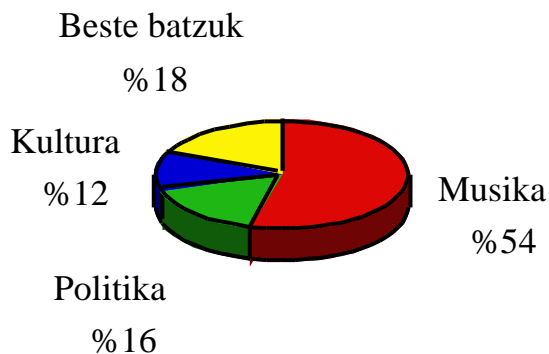
Era berean, mezu politiko edo ideologiko zehatz bati begirako fanzineak aurki daitezke.

Dena den, adierazi behar da ezen badaudela arreta berezia jartzen den beste gai batzuk ere: rol-jokoak eta manga.

Atal hau bukatzeko, beste gai batzuek lekukotza gisakoagoa den presentzia dute. Gai horiek honakook dira: rol-jokoak, manga, ordenagailuak, zezenak eta abar. Beraien existentzia beharbada jorratutako gaiak fanzineok sortzen direnaren ingurutik hurbil ez dauden metodorik konbentzionalenetatik urrunduz sustatu nahitik dator.

Haietako komuneko ohar bat umorea da, beharbada fanzineak definitzen dituen elementuetako bat. Izan ere, gizarte kritikarako oso baliozkoa den tresnatzat hartzen da.

Edukiak



Iturria: Geuk egina

Musika (31); Kultura (7); Politika (9); Beste batzuk (10); Zezenak (1); Komikiak (3); Literatura (1); Teknologia Berriak (2); Rol-jokoak (3)

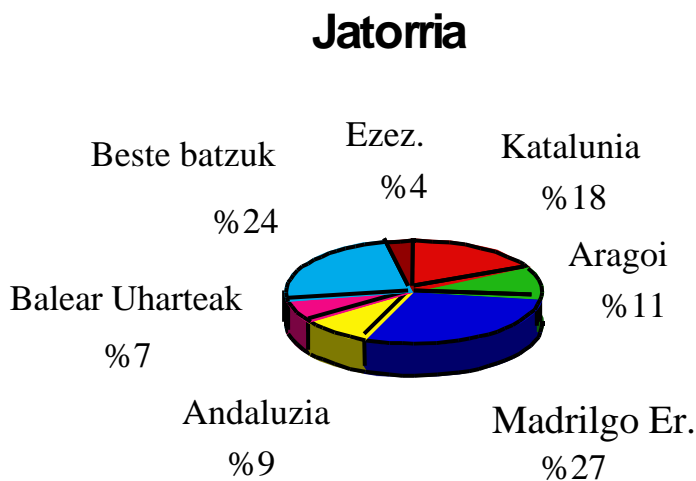
3.4. Jatorria eta publikoa

Madrilgo Erkidegoa da azterketa honetarako fanzinerik gehien ekartzen dituen. Ondoren, Katalunia, Aragoi, Andaluzia eta Balear Uharteak daude. Dena dela, ia autonomia erkidego guztien presentzia berrets daiteke: salbuespenen bat dago.

Fanzineen publikoari begira, berau “gutxiengoduna” da. Carlos Egiak eta Javier Bayónek (Egia eta Bayón, 1997:75) gogora dakartenez, “gutxiengoduntzat baino gehiago kuantitatiboki bazterrekotzat eta, are, hondakin-publikotzat hartu ahal da komunikabide alternatiboen publikoa.

Gizarteari begira, fanzineon webguneetara sartzen den “irakurlea” pertsona orokorrean taldeen inguruan antolatua edo berauetatik kanpo sentibilizazio maila altua duena da.

Dena dela, publiko honen inplikazioa ez da bere ohiko salgunean fanzinea erostera mugatzen, edo hark Internet-en duen webgunea bisitatzeraz. Izan ere, batzuetan, aurretik aipatu dugun bezala, fanzineek dituzten ezaugarriekiko agerkerientzat oso garrantzitsua den prozesu batean parte hartzen du, hala nola, berriak bilatu eta idaztekoan, berriemaile moduko bihurtzen delarik.



Iturria: Geuk egina

Madrilgo E. (16); Katalunia (10); Aragoi (6); Andaluzia (5); Balear Uharteak (4); Euskal Herria (3); Kanariak (3); Asturiasko Printzerria (2); Valentziako E. (2); eta Gaztela-Mancha, Gaztela eta Leon; Galizia eta Errioxa (1); Ezez. (2)

3.5. Finantzaketa

Fanzinerik gehienek beren filosofiarekin bat etorririk diraute, eta ez dute ekonomi errentagarritasunik bilatzen, eta, hortaz, beraien dinamika ez doa norabide horretan. Haiek beren buruari erreproduktzio-gastuak ordaintzen dizkiote inolako ekonomi ekarpenik gabe, besteren ekonomi ekarpenik gabe eta ekarpen ofizialik gabe. Bistan denez, horrek beraiek are aske eta burujabeago egiten ditu.

El Aficionado-n hobeto definitu gura da politika hau: “Ez dugu publizitaterik eraman nahi. Horretan apur batez burujabetasuna dagoela pentsatzen dugu”. Dena den, horren ondorioz zuzenekoena horrelako agerkiak mugitu ohi diren ekonomi urritasuna da.

Zentzu horretan mugitzen da *Ekintza Zuzena*, honela itxuratzen dena: “talde-agerkaria, merkataritzakoa ez dena, publizitaterik sartzetik nahi ez duena eta diru-laguntzarik ez duena”. Finantzaketa bertsio inprimatuaren harpidetzez, salmentez, norberaren ekarpenez, kontzertuez, hainbat materialen salmentaz eta abarrez egiten da.

Horrela bada, ez dago publizitaterik. Dena dela, egia da fanzineak edo horrelako agerkarien sustatzaileek antolatzen dituzten gertakizunetarako sarrera-txartelak saltzen laguntzen duten establezimenduak (tabernak, dendak eta abar) aipatzeko joera orokortua dagoela. Hala ere, berauek ez dira inoiz babesletzakoa izaten eta ez dute ezer ordaintzen.

Oro har, publizitatea, horrelako agerkariak erabat baztertuta, ez zegoen bisitatutako fanzineon ezein webguneetan. Alabaina, ez zen falta horrelako orrialdeetan iragarkiak txertatzera bultzatzen zuena.

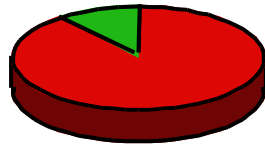
Orduan, norbaitek bere buruari honakoa galdetuko dio: eta nola eduki ditzakete sare telematikoa present egon ahal izateko ekonomi bitartekoak?

Eragin-eremuan eta Espainiako gainerako aldeetan eta haren mugetatik kanpo fanzineok banatzeko hautazko eta ekonomiazko bideak bilatu dira. Hori dela eta, haietako askok Internet sarean doako tokia eta posta elektronikoa ematen dizkieten zerbitzarietara (esate baterako, Geocities-era) jo dute. Dena den, era berean, badaude Internet-en egon ahal izateko beste batzuek eskaintzen dizkieten bitartekoei onura ateratzen dietenak. *Psycho/Rockabilly Hispano II* fanzineari hori gertatzen zaio. Pedro Ferriol haren arduradunak bitartekoak (ordenagailua, konexioa eta abar) Unibertsitatearen bitartez baliatu zituen, alde horretatik gasturik ez izateko.

Publizitatea

Publizitatea

% 11



Publizitaterik gabe

% 89

Iturria: Geuk egina
Publizitaterik gabe (51); Publizitatea (6)

4. Azken ondorioak

Aurreko orrialdeek egun Espainiako Internet-eko fanzineen presentzia denari buruzko panorama laburra azaltzeko balio izan dute. Batzuen araberako komunikazioaren benetako iraultza izango den ziberguneko kazetaritzaren era berri horren funtsezko ezaugarriak zein diren deskribatu gura izan da.

Baina, egia esan, horren berria al da kazetaritza-era hau, ala itxura berriarekiko produktu berak dakartza? Kazetaritza egiteko modu berrietarako bide berriak irekitzen ari dira, ala paperetik pantailara pasatu gara besterik gabe, mezua eta edukia batere ezberdin izan gabe?

Internet-en agertzen diren fanzineen panoramak hartuko dituen bideak zein izango diren zehaztea zaila da. Hala ere, abantaila batzuk iragar daitezke dagoeneko.

1. Gaur egun, belaunaldi-txandaketa dugu aurrean. Belaunaldi digitala dator, zeinen kultura teknologia berrietan oinarritzen baita bereziki, zeren eta haiekin hazi baita eta kostu txikiekin argitaratu ahal baita: Internet-en aldizkariak egitea, CD-ROMeko argitaraketa...
2. Edukiak askoz azkartasun handiagoz atzitu ahal dira, edizio inprimatua bere harpidetza-lekura heldu arte itxaron beharrik izan gabe. Izan ere, bertara heltze horrek egun batzuetako atzerapena ekarri ahal du.
3. Edozeinek lehenengo menua eskaintzen den webguneok atzitu ahal ditu. Menu horretako item bakoitza informazio zabalago batera bidaltzen gaituen hipertestu lotura da. Gainera, hura zuzenduta dagoen kanpoko publiko objektiboak, oso espezifikoak denak, ez du edukia atzitzeak ekartzen duen zailtasuna izango. Hori azaltzen da inprimatutako balizko bertsiorik lortu gura bada. Hau da, hark ez du mugarik.
4. Internet-i esker, fanzineen sortzaileak zalearengandik hurbilago egon ahal dira, edukia etengabe eguneratu/aldarazi ahal dituzte (hori ezin da egin inprimatutako ediziotik), prestatzen ari diren

gauza guztien berri jakinarazi ahal dute eta posta elektronikoaren bitartez zaleekin harremanetan jarri ahal dira.

5. Oro har, ia fanzine elektroniko guztiek paperezko edizioan aurkitzen ez diren beste zerbitzu batzuk eskaintzen dituzte, beste lotura batzuk, agerkariaren aurreko zenbakiak ikuskatzeko aukera, bilaketa espezifikoak, testuaren egilearekin edo orrialdearen arduradunarekin harremanetan jartzea...
6. Gaur egun, fanzinerik gehienek ordenagailua erabiltzen dute inprimatutako agerkaria prestatzeko (Hala ere, oraindik salbuespenak daude eta lan hori eskuz bakarrik egiten dutenak badaude). Hori dela eta, maketazio- eta digitalizazio- prozesuaren ostean hura sare telematikoan berehala eta automatikoki koka daiteke.
7. Bide hau inprimatutako edizioa baino askoz merkeagoa da, ez du banaketa- eta langile-arazorik ekartzen. Berari esker, edozein gai jorra daiteke. Sortzeko muga bakarra irudimena bera da. Gainera, hura berau zuzenduta dagoenen arteko komunikaziorako funtsezko tresna bezala erabili ahal da.
8. Pantailako informazio hori paperaren gainean era erosoagoan irakurtzeko inprimatu ahal da, edo euskarri informatikoan (disketean edo disko gogorrean) gorde.

Jarduerak

- 1.) Bila eta azter ezazu digizine bat lezio honetan azalduta dauden irizpideen arabera. Egin ezazu fanzine digitalaren ezaugarrien kritika bat eta azal itzazu “enpresakoak” deitutakoetariko beste bide bati begirako haren ezberdintasunak, mugak, aurkikuntza posibleak eta originaltasunak.
- 2.) Jarraian, azal ezazu, era laburrean (bi bat orri), zentzuz, nola eta zertarako diseinatuko zenukeen digizine bat.

Bibliografia

- ARMAÑANZAS, E., DÍAZ, J., eta MESO, K. (1996). *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Bartzelona: Ariel Comunicación.
- DÍAZ NOCI, J. eta MESO AYERDI, K. (1997). *Guía de Navegación. Medios de comunicación en Internet*. Madril: Anaya Multimedia.
- DÍAZ NOCI, J. eta MESO AYERDI, K. (1998). Desarrollo del periodismo electrónico. *IWE-n*, abendua. Madril, 4-11 or.
- DÍAZ NOCI, J. eta MESO AYERDI, K. (1999). *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*. Bilbo: EHU.
- EGIA, Carlos eta BAYÓN, Javier (1997). *Contrainformación. Alternativas de comunicación escrita en Euskal Herria*. Bilbo: Likiniano Elkartea.
- MESO AYERDI, Koldo (2000). Internet, una nueva herramienta de trabajo en Periodismo. Posibilidades presentes y futuras. *La generación del 99*. Bilbo: EHU, 39-67 or.

Testuan aipatutako digizineak

- BITNIKS**. www.web.sitio.net/faq/cibercultura/anterior/cibercultura_0005.txt. 2000ko apirilaren 12an atzitu.
- EKINTZA ZUZENA**. <http://personal.redestb.es/cbarona/enlaces.html>. 2000ko ekainaren 21ean atzitu.
- EL AFICIONADO**. <http://www.redestb.es/elaficionado>. 2000ko ekainaren 21ean atzitu.
- EZZTANDA**. <http://www.geocities.com/CapitolHill/3793>. 2000ko ekainaren 21ean atzitu.
- HIP HOP A2 VELAS**. <http://www.uco.es/~i42cocoa>. 2000ko ekainaren 21ean atzitu.
- KASTELLÓ**. <http://www.geocities.com/SoHo/Gallery/6217/index.html>. 2000ko ekainaren 21ean atzitu.

MIRACLES. <http://www.arrakis.es/~miracles>. 2000ko ekainaren 21ean atzitu.

POINT BLANK. <http://www.buffalomail.com/pb/pb.htm>. 2000ko ekainaren 21ean atzitu.

SKA SKA SKA. <http://www.geocities.com/BourbonStreet/7955>. 2000ko ekainaren 21ean atzitu.

Euskal komunikabideak Interneten

Koldo Meso Ayerdi

Irakasle laguna

Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea

Euskal Herriko Unibertsitatea

Aurkibidea

Sarrera	223
Helburuak	224
1. Sarrera	225
2. Jatorria	226
3. Espezializazioa	230
4. Hizkuntza	234
5. Aldizkakotasuna eta egunerapena	236
6. Kazetaritza digitala, doako kazetaritza	239
7. Ondorioak	241
Laburpena	243
Jarduerak	244
Bibliografia	245

Sarrera

Denok dakigu kazetaritza elektronikoak Espainian azken urteetan zehar izan duen garapenaren berri. Euskal Herriaren kasua ez da ezohikoa, eta, beste erkidego batzuetan bezala, sarean dauden bideek beren “gunea” zehazten eta bertan garatzen eta hazten jakin dute.

Modulu honetan finkatu dugun helburu nagusia zuek euskal kasura hurbiltzea da, zuek komunikabideek Internet-en nolako bilakaera izan duten jakitea, egoera hau Espainiako beste leku askotan agertu ahal dela kontutan harturik.

Helburuak

Modulu didaktiko hau ikasiz iritsi behar diren oinarrizko helburuak honakook dira:

- Euskal komunikabideak sarean nola garatu diren eta nora begira jarri diren jakitea.
- Honako hau jakitea: nolako ezaugarriak agertzen dituzten jatorriaren, espezializazioaren, hizkuntzaren, aldizkakotasunaren eta egunerapenaren eta doakotasunaren ikuspuntutik.
- Haiek Internet-en beren bide-kontzeptu berezia garatzeko erabiltzen dituzten erak eta estiloak ezagutzea.

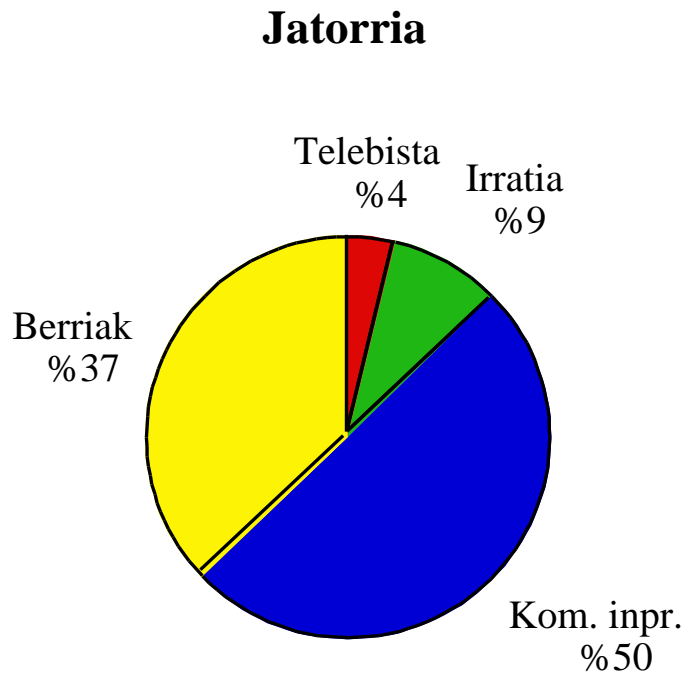
1. Sarrera

Internet-en ageri diren euskal komunikabideen bilakaerak munduko gainerako aldeetan gertatutakoaren antzeko garapena izan du. Oro har, esan dezakegu ezen euskal komunikabide asko beren informazio-lana sarea den euskarri berri honetara ondo edo ahal duten moduan doitzen duten beste bide batzuetatik datozela.

Oker ibiltzeko arrisku edo beldurrik gabe adieraz dezakegu ezen, irratiak eta telebistak present dauden arren, kazetaritza elektronikoak bide inprimatuak dituela lagunik handienak; eta berauek euskarri digitala. Euskarri horrek haiei paperaren beharrik gabe, gutxieneko banaketa-kostuekin, edukiei begirako mugarik gabe eta inprimatzeko beharrezko inbertsio barik zabaltzeko aukera ematen die.

Internet-en ageri diren euskal komunikabideen jatorriari buruz bildutako datuek bideen euskarri berriko bilakaera orokorra erakusten dute.

2. Jatorria



Iturria: Geuk egina.

Aurreko grafikatik erantzuna eman diezaikegu kontu edo galdera batzuei:

- A) Bide inprimatuek nagusiak izaten dira. Azterketara bildutako 125 bideetatik, 63, %50 baino gehitxoago, bai informazio orokorreko bai ezpezializatutako aldizkako agerkarietatik datoz.

Inprimatutako bertsioaren aurrean bertsio digitalak izan duen garapena oso ezberdina da kasu bakoitzean. Horrela, badaude bide batzuk, edukiak konpartiturik ere ezaugarri bereizgarri batzuk agertzen dituztenak: beren aldizkakotasuna aldatzen dute –kasu batzuetan, edukiak berritzen dira ekartzeko beste informazioen bat dagoenean–; irakurleek parte hartzea sustatzen da neurri handiago batean –posta elektronikoaren, “chat”, gune eta abarren bitartez–, euskarri berriaren izaeratiko ondorio bezala barik horretarako pentsatutako estrategia bezala baina...

Azken batean, bertsio biok, inprimatutakoa eta lineakoa, ezberdinak dira. Izan ere, hasiera batean sarekoa inprimatuaren iraulketa hutsera mugatzen den arren, denborarekin ikus dezakegu ezen elkarretarik urruntzen direla eta nortasun-ezaugarri zehatz batzuk dituzten bide guztiz ezberdin bihurtu arte. Dena den, era berean ikus dezakegu Internet sarea beren informazio-produktua banatzeko sistema egokia duten goiburuen kasua. Horrela, haiek bi euskarri ezberdinetatik sartu ahal garen bide bakarra osatzen dute.

- B) Ikus-entzunezkoen sareko presentzia txikiagoa da: bost telebista (%4) eta 11 irrati-emisore (%8,8) bakarrik ausartu dira Internet-era jauzia egitera. Emili Pradok kontu honi begira Estatu Batuetako panoramaz egindako deskribapenak neurri handi batean balio izango liguke Euskal Herrian zer gertatzen den azaltzeko: “Amerikako telebista osoak egin duena seguru Internet-eratzea izan da. 1994an ia ez zegoen Internet-en irrati- edo telebista-estaziorik, ezta web-ik ere; aitzitik, 1996an 500 telebista baino gehiago eta 1.900 bat irrati kontabilitzatu ziren. Gaur egun, hori praktika orokorra da. Bilakaera honen lehenengo faseak *on line* produktu baten garapena izan du ezaugarri, zertarako-eta korporazio-irudi berezia bultzatzeko, programazioa iragarritz eta protagonisten ospea ustiatuz. Halaber, *on line* konexioa *feed-back* delakorako baliozko tresna gisa aprobetxatzen da *newsgroup* taldeen, posta elektronikoen edo eztabaida-taldeen bitartez. Fase hori gainditu da. Horretarako, informazio-alderdia segurtasunez gehitu da” (Prado, 1998).

Gure kasuan, Emili Prado mintzatzen zaigun lehenengo fase horretan gaude. Internet-en irratiek eta telebistek publizitate-funtzio edo funtzio elkarreragile hutsa betetzen dute, informazio-alderdia alde batera lagata. Hala ere, alderdi hori epe laburrera garatzen hasiko da. Ezin da horrenbesteko ziurtasunaz aurretik ikusi informazio-alderdi horrek ezer berririk ekarriko digunik, satellite bidez heltzen zaigun programazio digitalarekin gertatzen dena kontutan hartuta: bide berriek gauza beretik gehiago eskaintzen dute eta berresten dute ezen kanalak ugaltzea ez dela eskaintza dibertsifikatzearen sinonimoa.

- C) Gero eta handiagoa da sarean eta sarearentzat sortzen diren komunikabideen proportzioa: gure kasuan, %36,8. Hau da, komunikabideen herenak baino gehiago. Nabarmendu behar denez, haiek beren edukiak aurkezteko erari eta egiteko moduei begira gainerako eragina jasaten dute, prentsarena bereziki. Izan ere, multi-

mediatasuna oraindik oso mugatua da eta testua komunikazio-baliabiderik erabiliena da.

- D) Espezializazioa, bai geografikoa bai gaietarako, eta zerbitzuak dira komunikabideen sareko aukera nagusiak. Egin-eginean ere, ia Internet-eko irrati eta telebista guztiak tokikoak dira.

Bide inprimatuaren edizio digitalen kasuan, ikus dezakegu ezen gaiei begira espezializatutako informazio-bide batera jotzen dutela. Informazio orokorreko bideetarik 6k (%9,5ek) eta toki informazioak (11 bidek, %17,5ek) presentzia garrantzitsua izan arren, gainerakoak (%73) agerkari espezializatuak dira. Ardatz nagusiak honakook dira:

- Zientzi agerkariak edo hezkuntza-helburudunak (%12,7). Horrelako bideek gehikuntza esanguratsua izan dute Díaz Noci eta Meso irakasleek 1997an egindako baieztapenak kontutan hartzen baditugu: "Ohar gisa, harritzekoa da euskal panorama digital osoan bi zientzi agerkari bakarrik egotea, nahiz eta eremu hori lineako ediziorako finkatuta zela uste izatekoa zen, edizio inprimatuaren aurreko kostu txikiagoarengatik, edizioaren aldakortasun eta azkartasun handiagorengatik eta tiradak txikiak diren mundu batean zabaltzeko azkartasunarengatik. Izan ere, mutur oso altuak iristen dituen eta Internet sarearen erabileran aitzindari den unibertsitate-mundua duen zientzi erkidego geografikoki oso sakabanatua komunikazioak eta berriak behar dira" (Díaz Noci eta Meso, 1999)
- Kulturari 6 agerkari dagozkio, %9,5.
- Prentsa alternatiboak eta prentsa underground-ek ere presentzia esanguratsua dute. Lehenengoan sartuta dago bere finantzaketa-sistemarengatik, bere komunikazio-planteamendu orokorrarengatik, irakurleekiko bere harremanarengatik edo, are, bere banaketarengatik konbentzionala ez den edozein kazetari-tza-eredu. Oro har, prentsa alternatiboaz hitz egiten dugunean, tirada urrikoak eta eragin txikiak edo eraginik gabekoak diren eta oso eremu zehatzetan sortu eta kontsumitzen diren agerkariez ari gara. Underground prentsak, bere aldetik, guri errealitateari buruzko ikuspegi partziala eta ikusmolde berezia ematea du ezaugarri, baina, aldi berean, beti izan gura izaten du bertsio ofizialaren kontrako bertsioa.

Merezi duelako adierazi behar dugu ezen beste ezein bidetatik ez datozen bideak Internet-ek eta kazetaritza espezializatuak osatzen duten bikote bikainera are gehiago doitzen direla. Bernardo Díaz Nostyk uste duenez, “ustiapen digitaleko estrategiak eskaintza aldizkaritzeko joera du, edukien espezializaziorakoa, publiko berezienganako hurbilketarako soziologi arau batzuekin bat etorririk. Erreferentzi unibertsoen segmentazioen edo mikrosegmentazioen bitartez tematizazioaren bidez zehaztutako beharrianak kontutan hartzen dira” (Díaz Nosty, 1998).

Beste ezeinetatik sortzen ez diren 46 bideetatik bakarra sortu da bokazio generalistarekin; hiru toki informazioaren bitartez geografikoki espezializatzen dira; eta gainerako 42ak informazio espezializatuaren artean banatzen dira bereziki: kultur informazioa (%10,9), teknologia berriei buruzko informazioa (%10,9), hezkuntza eta zientziari buruzkoa (%8,7) eta informazio baliagarria edo zerbitzu-kazetaritza (%21,7).

3. Espezializazioa

Komunikabide-mota	Kopurua	%
Orokorra	8	6,4
Kultura	11	8,8
Ekonomia	4	3,2
Tokikoa	25	20
Umorea	3	2,4
Kirolak	4	3,2
Teknologia	6	4,8
Erlijioa	2	1,6
Sexua	1	0,8
Iragarkiak	1	0,8
Alternatiboa	7	5,6
Kontsumoa	1	0,8
Hezkuntza/Uniberts.	12	9,6
Geografia	1	0,8
Higiezin enpr.	1	0,8
Instituzionala	11	8,8
Politika	3	2,4
Zerbitzuak	10	8
Beste batzuk	14	11,2

Iturria: Geuk egina.

Internet-en ageri diren euskal komunikabideen %6,4k bakarrik eskaintzen du informazio orokorra. Gainerakoa era ezberdin eta aurrikusgarrian banatzen da geografi eta gai espezializazioaren inguruan. Lehenengoari begira, ikus dezakegu ezen sarean bideek mugitzen garen globalaren eta tokikoaren artean zabuka parte hartzen dutela.

Sarean dauden euskal bideen %20 bakarrik arduratzen da tokiko informazioaz: udalerrri edo eskualde bati buruzko informazio orokorra ematen du. Hura da haren edizio inprimatuko zabalkunderako eremua, gezurra badi-rudi ere, baldin eta badago. Internet-en eremu horrek tokikoa izateari uzten dio, toki bideen oinarrizko abiaburuetako bat hankaz gora jarriz. Hala ere, beraren oinarrizko helburuak eremu geografikoki eta biztanleria-ri begira txikian interesa pizten duten gertaera edo iritzien kontaketa izaten dirau.

25 bide horiek toki prentsari esleitutako funtzioak betetzen dituzte: informatzea, kultur jaraunspena eskualdatzea eta erkidego-zentzua eta partaidetza demokratikoa sustatzea. Praktikan, horrek ez du horrela zertan izan, baina, edozein kasutan, funtzio horietatik abiatuta, ezaugarri orokorrak ezarri ahal ditugu, era berean sareko bideek betetzen dituztenak. Horiek, laburki esanda, honakook dira:

- Tokiko informazio-merkatu bat.
- Tokiko publizitate-merkatu bat.
- Profesionalizazio falta.
- Zerbitzu-kazetaritzarekiko arreta berezia.
- Irakurlearen partaidetza informazio orokorreko egunkariak baino neurri handiagoan sustatzen da.
- Iritziak adierazteko orduan zorrotzagoa izaten da.
- Bere existentzia justifikatzen du gainerako bideen interes faltarengatik edo haiek erkidegoarentzat garrantzitsuak diren gerta-kizunak estali ezinarenengatik. Hau da, haiek ustez dagoen eta informazio orokorreko bideek jaramonik egiten ez dioten informazio-hutsunea betetzea dute funtzio.

Sareak ahalbidetzen duenez, tokiko bideok funtsezkotzat jo ditzakegun lau alderdiri aurre egin diezaiekete. Lehenik, zerbitzu-kazetaritza zabalduta dago, gune-mugarik gabe, eta hobetuta. Izan ere, beste webgune batzuekiko loturak sartu ahal ditugu. Bigarrenik, elkarreragiletasunak, tokiko bideek eta elektronikoen konpartitzen duten ezaugarriak, ahalegina dakar lehenengoen kasuan; eta gertaera da bigarrenen kasuan. Hirugarrenik, toki prentsak beti aurre egin behar izan dio ekonomi baliabideen faltari. Falta hori ez dago lineako bideen kasuan, bi gastu nagusiak merkatuak baitira: inprimaketatik eta banaketatik datozenak. Azkenik, kultur jaraunspena eskualdatzeko funtzioa, lehen aipatu duguna, bereziki garrantzitsua da bide elektronikoetan.

Horri begira, Euskal Herrian, toki prentsaren zati handi batek hizkuntz arazoarekiko bere kezka agertzen du euskararen normalizaziorako proze-

suan parte hartuz, haren erabilera aldeztuz eta bultzatuz, hura uko egingo ez dioten kultur jaraunspenaren zati baita. Bide elektronikoak funtsezkoak dira kultur jaraunspen hori ezagutzen pertsonengana eta taldeengana (asko dira arrazoi ezberdinengatik planetako puntu ezberdinetan bizi diren euskal emigratzaileak) eta ezagutzen ez gaituztenengana hel dadin.

Era berean, horrek gainerako bideei dagokien %80 hori ukiturik du. Beraiek gai-espezializazioa aukeratua dute, intentsitate ezberdinarekin baina. Izan ere, kulturaz arduratzen diren bideek (%8,8k) bokazio unibertsalagoa izan ohi dute, zientziaren eta hezkuntzaren atalean sartuta daudenek (%9,6k) eta, orokorrean, gai-aukera osoak bezala. Egin-eginean ere, komuneko interesarekiko hartzaileak batzen dituzte, haien hurbiltasun geografikoa kontutan hartu gabe. Hori indartzen da haiek Internet sarea euskarri dutenean.

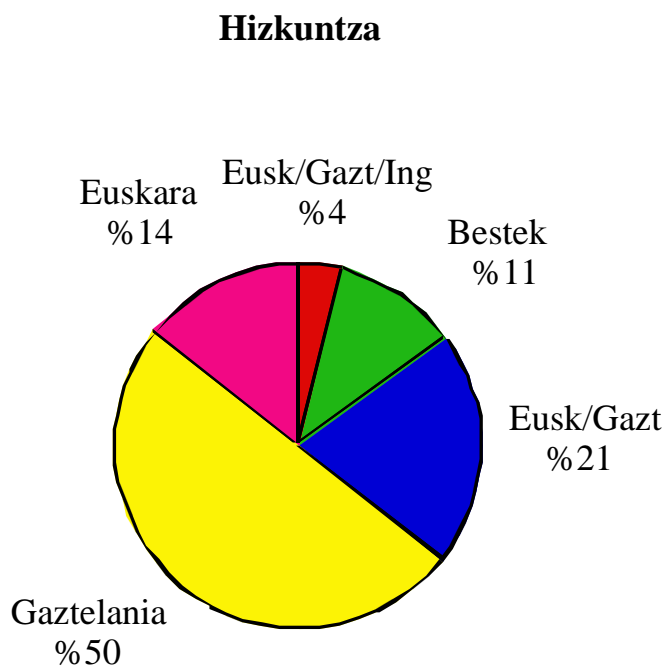
Merezi duelako nabarmendu ahal dugu enpresa eta erakunde agerkarien sareko presentzia. Erakunde-agerkariak %8,8 dira. Internet sarea haientzat euskarri oso baliagarria da hainbat gauzari begira eskaintzen dituen abantaila ugariengatik. Gauza horiek honakook dira: banaketa, edukiak eguneratzeko aukera, dokumentazioa biltzea eta hartzailearen aldetiko erantzunerako aukera. Haien helburua erakundearen ontasunak berriro sortu eta hiritarrarentzat onuragarria eta baliagarria den informazioa eta dokumentazioa ematea.

Enpresa-agerkariari dagokienez, berauen presentzia nabarmentzen da: 4 edo, gauza bera dena, %3,2. Dituela zenbait urtetatik, enpresek, erakundeek bezala, argitaratzen dituzte, beren enplegatuei bakarrik zuzendutako barneko agerkariak ezezik, kanpokoak ere, "beren bezeroei bereziki zuzendutak. Nekez produktu-katalogoak eta haien bertuteen eta arrakasten erakusketak dira", César Cocak eta José Luis Peñalvak adierazi duten bezala (Coca eta Peñalva, 1998). Arau orokor bezala, haiek ia ez dute kazetaritza-produktu gisako baliorik: publizitate-lan hori artikulu interesgarriekin uztartzen dituztenek bakarrik dute balio hori. Artikulu horiek gero eta ohikoagoak dira. Beren sareko presentziari esker, informazio mota guztiak hartzen dituzte barnean, mugarik gabe (gainerako publizitate-moduekin gertatzen ez dena) eta beren bezero potentzialekiko komunikaziorako sistema azkar eta eraginkorra ematen dute posta elektronikoaren bitartez.

Laburki bada ere, aipatu behar ditugu zerbitzu-bokazioarekiko bideak, 10 (%8). María Pilar Diezhandinok zerbitzu-kazetaritzaren 14 estilo-ezaugarri orokor ezarririk ditu (Diezhandino, 1994). Hala ere, ari garen kasuan, bide horiek ez dute zerbitzu-perspektibarekin tratatutako kazetaritza-produkturik eskaintzen. Kasurik gehienetan, zerrendak osatzen dituzte, gidak (kul-

turalak, gastronomikoak, ikuskizunetakoak) eta abar. Informazio aurkigarrria eta identifikagarria ematen dute, eta Diezhandinok berak informazio taktiko bezala definitzen duena. Beronek gure eskuetan jartzen ditu jokatibide-eredu esplizituak eta implizituak: sukaldaritzako errezetak, gure astialdia erabiltzeko iradokizunak...

4. Hizkuntza



Iturria: Geuk egina.

Martxelo Otamendik, *Euskaldunon Egunkaria* egunkariko zuzendariak, baieztapenak egin zituen Euskal Prentsaren II. Jardunaldien kariaz. Baieztapen horiek Mercedes del Hoyok eta José Luis Peñalvak bildu dituzte: “Gure aitona-amona euskaldunak inprenta baino ehun urte geroago heldu ziren. Era berean, egunkarira berandu heldu ziren gure aitona-amonak. Pasatu den mendetik egunkariak daude, *The New York Times*-ek ehun urte bete ditu. Euskaraz, *Eguna* (Espainiako Gerra Zibilean argitaratua, 1937ko zazpi hilabetetan zehar) ez da egunkaririk egon 1990ean *Euskaldunon Egunkaria* sortu arte. Irratira ere berandu heldu ginen, gure aitona-amonez gain, gu geu. Baina gauza onak ere guri gertatu zaizkigu. Garaiz-edo heltzen ari dira komunikazioaren eremuko teknologiaren azken aldaketak. Posta elektronikoa, Internet sarea, CD-ROMa, zerbitzaria eta beste

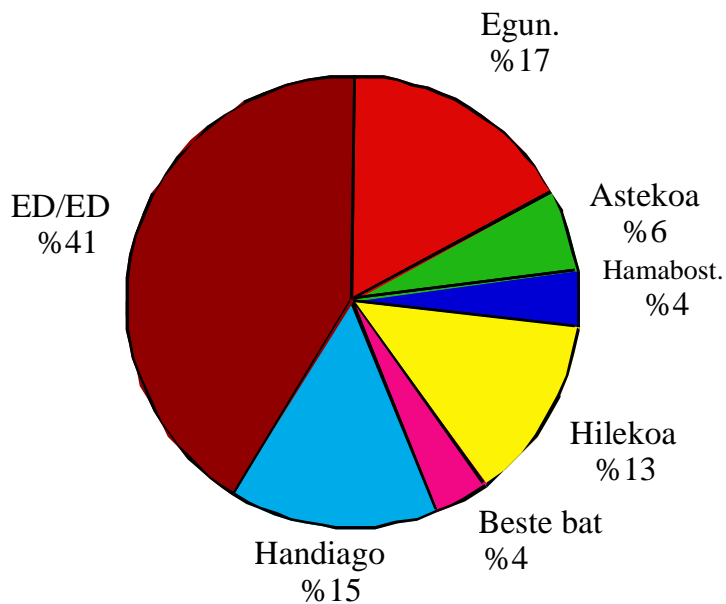
batzuk gero eta euskaldun gehiagoren kontzeptuak dira. Astelehen batez *e-mail* esaten ikasi genuen, handik 24 orduara *correo electrónico* esaten ikasi genuen eta asteazkenean, ez mende bat geroago, *posta elektronikoa* esaten ikasi genuen” (Hoyo eta Peñalva, 1997).

Otamendiren hitzak gure datuetan argi islatuta daude: sarean dauden euskal bideen %50ek baino gehiagok gaztelania du bere adierazteko modu bakarra. Hala ere, %14k euskara du. Eta %21ek hizkuntza biok uztartzen ditu. Hala ere, merezi duelako nabarmendu behar dugu globalaren eta tokikoaren arteko konpentsazio-bultzada bikoitz horren isla, lehen aipatu duguna. Egin-eginean ere, bideen %85ek euskarara eta gaztelaniara jotzen dute soilik, baina nonbait handituko datekeen ehunekoa den %15 dago, bere hizkuntzari (euskarari edo/eta gaztelaniari) uko egin barik beste batzuetan ere agertzen dena. Izan ere, berau beste batzuetan agertzen da, zertarako-eta produktuaren kontsumitzaile posiblerik ez galtzeko. Produktu hori, sarearen bitartez, planetako edozein aldetatik atzi daiteke. Informazio-produktua hizkuntza ezberdinetan eskaintze hori lineako bideek agertzen duten ezaugarria da. Izan ere, beste batzuetatik datozen bideen kasuan, ez dago korrelaziorik beraien homonimo inprimatu eta ikusentzunezkoetan.

Hizkuntzaren eta bide motaren arteko loturarik ezartzen badugu, ikus dezakegu ezen informazio orokorreko bideak gaztelaniaz ehuneko 62,5 kasutan egiten direla; eta hizkuntza bitan, %25etan. Euskaraz *Euskaldunon Egunkaria* bakarrik dugu. Toki informazioko bideak dira, beren aldetik, zalantzarik gabe, euskara gehien erabiltzen dutenak.

5. Aldizkakotasuna eta egunerapena

Komunikabide konbentzionalen aldizkakotasuna



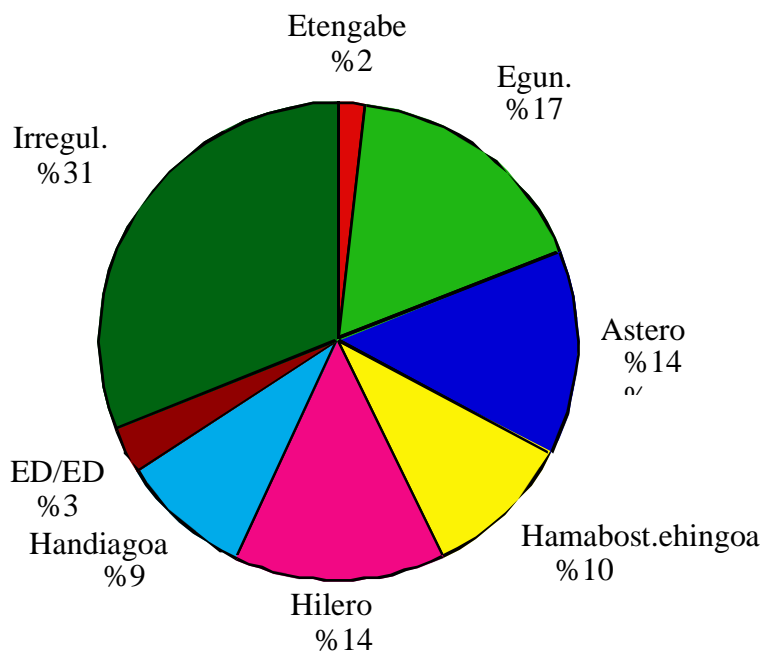
Iturria: Geuk egina.

Aldizkakotasunak sakonki baldintzatzen du komunikabideetako lana. Jarrera ezberdina dago kazetariaren eta hartzailearen aldetik informazio-produktuen aurrean haiek orduorokoak, egunerokoak, asterokoak, hamabost egunean behingoak... diren kontu. Sareko bideak definitzen dituen ezaugarrietako bat edukiak etengabe eguneratzeko aukera da.

Hala ere, sarean agertzen diren bideen ezaugarritasuna erregulartasunik eza da edukien egunerapenari begira. %31k ez ditu haiek aldarazten edo era erabat bidegabean aldarazten ditu, batzuetan hilabeteak pasaturik. Batzuetan, orain arte pentsatu ezin zena gertatzen da, besterik gabe: bidea desagertu barik hiltzen da. Hau da, orrialdeari eusten zaio, egin ez dakigu noiz egin diren edukiekin.

Gainerako bideen egunerapena honelakoa da: egunerokoa (%16,8), asterokoa (%13,6), hamabost egunez behingoa (%9,6), hilerokoa (%14,4) eta hilerokoa baino zabalagoa (%8,8). Bi bidek (%1,6k) bakarrik eguneratzen dituzte etengabe beren edukiak, hau da, egunerokoa baino txikiagoa den aldizkakotasunarekin. Horrek pentsarazten digu ezen euskarri berriari onura txikia ateratzen zaiola. Ezohikoena delako esan behar dugu ezen beste batzuetatik datozen bideetan haien sortzaileen artean aldizkakotasunik ohikoena egunerokoa da, %17ko ehunekoarekin.

Bide elektronikoen egunerapena



Iturria: Geuk egina.

Bide elektronikoen aldizkakotasun- eta egunerapen-aldagaiak gurutzatzen baditugu, honako ondoriook aterako ditugu:

- Orokorrean, sareko bertsioarekiko bide inprimatuek bertan beren aldizkakotasuna mantentzen dute. Hala ere, agerikoa zaigu euskarri berri honek lineako bideei eskaintzen dien abantaila. Irratia agertu zen unetik, bide inprimatuek eta telebistak (azken horrek neurri txikiagoan) abiaduraren bataila galdu zuten. Egia da albistearen kazetariak debora hartu behar duela hura idazteko. Hala ere, Internet-ek bide inprimatuek edukiak eguneratzeari begira ikus-entzunezkoei aurre egin diezaieten balio izan du.

- Sareko ikus-entzunezko bideek ezaugarri duten berehalakotasuna galtzen dute. Irratiaren kasuan, esate baterako, edukiak ehuneko 60 kasutan era guztiz irregularrean eguneratzen dira, eta, are, batzuetan, ez da egunerapenik gertatzen. Lehen azaldu dugunez, ikus-entzunezkoentzat (eta hau ohiko praktika da Espainia osoan) sarea leku ona da sustatzeko eta entzule-teleikuslearekin elkarreraginean aritzeko. Era berean, telebistek beren webguneetako mezuak berritzen dituzte denborazkotasun-irizpiderik gabe ehuneko 80 kasutan.
- Ez dago loturarik edukien egunerapenaren maiztasunaren eta bide motaren artean. Eguneroko aldizkakotasuna mantendu eta, are, batzuetan gainditzen duten informazio orokorreko egunkari digitalak izan ezik, toki bide inprimatuak eta gaietara espezializatutakoak ehuneko txikitik egunerapen-maiztasun hori neurtzeko erabili ziren kategorietan banatu ziren. Izan ere, hortik ondoriozta daiteke ezen ez dagoela zentzu horretan ikusi ahal den joerarik.
- Azkenik, Internet sarean ageri diren bide askok ez dute aldizkakotasun luzerik bilatzen hori eskatzen duen informazio-tratamenduaren bila. Kontrakoa bilatzen dute. Orrialde bat sarean “zintzilikatzea” zein erraza den islatzen dute, zein zaila den, aldean dakarren lanaren ikuspuntutik, eduki interesgarriak eta eguneratuak eskaintzea eta lortzea, baita kasuetako askotan enpresa edo lanbide planteamendurik ez dagoela ere.

6. Kazetaritza digitala, doako kazetaritza

Prezioa



Iturria: Geuk egina.

Bide digitalen %97 doakoa da. Oro har, oker ibiltzeko beldurrik gabe esan dezakegu ezen Internet-en ageri diren bideak internauten denboraren eta arretaren trukean eskaintzen direla. Egia da eredu mistorako joera dagoela. Eredu horrek eduki zehatz batzuk doan eta besteren ordainketan atzitzeko aukera ematen du.

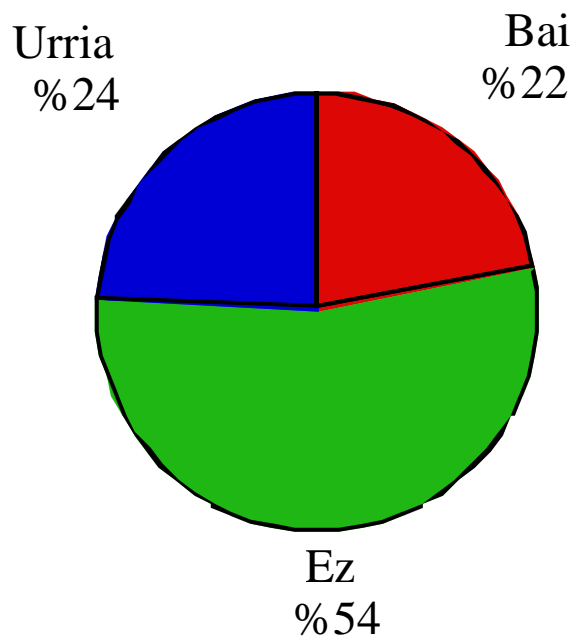
Era berean, aurretik ikusteko moduko da sarean bideok duten publizitate falta: %54k ez du publizitaterik; eta %22k, bai. %24k publizitate urria sartuta du, webgunea hartzen duen zerbitzariarena edo/eta hura egin duen enpresarena bereziki (horrelako zerbitzariak edukiak beren publizitateare-

kin jartzearen trukean webgune bat “zintzilikatzeko” gunea ahalbidetzen dute).

Horrela bada, Internet-en doakotasuna konstante bat da, publizitate faltarekin batzen dena. Are, beren benetako modalitateko iragarki kopuru handia duten bideek iragarkiak ez dituzte Internet-era lekuz aldatzen.

Beste alde batetik, ezin dugu bide motaren eta publizitatea sartu edo ez sartzearen arteko zuzeneko loturarik ikusi. Soilik esan daiteke ezen sarean toki informazioa emateko 25 bideetarik bik bakarrik dutela publizitatea eta beste bederatzik hartzen dituen zerbitzariaren publizitatea dutela.

Ba al duzue publizitaterik?



Iturria: Geuk egina.

7. Ondorioak

Modulu honi bukaera emateko, ondorio batzuk atera ditzakegu. Berauek oro har agerian uzten dutenez, sareko euskal komunikabideek espero zen bilakaerari jarraitzen diote, beste erregio batzuetan eta beste herri batzuetan gertatzen ari denari. Bilakaera hori gure informazio-merkatuaren ezaugarrien eta bide digital berrien garapen orokorraren bilakaeraren ondorio da.

- Sarean present dauden bideen kopurua etengabe doa gora. 1987an miatutako kopurua 55ekoa izan zen. Egungo lanean 125 bide izan ditugu. Adierazi behar da ezen balitekeela berauetarik batzuk modulua hau egiten gabiltzanerako ez egotea. Era berean, aurretik ikus daiteke batzuek lehen aldiz sarera jauzi egin dutela.
- Tradizioko bideen menpekotasuna gero eta txikiagoa da. Hori ikus daiteke batzuek eta besteek era progresiboan eta ezberdinean agertzen duten eskaintza ezberdinean, alde batetik; eta sarean eta sarearentzat sortzen diren bideen kopuru gero eta handiagoan, beste alde batetik.
- Bide inprimatuen eta digitalen arteko doikuntza berauen eta ikus-entzunezkoen artekoa baino xume eta azkarragoa da. Azkenok publizitate-eta elkarreragin-helburuekin sareratzen dira bereziki, oraingoz.
- Sareko bideek espezializazioa, bai geografikoa bai gaiari begirakoa, eta zerbitzu-kazetaritza aukeratzen dituzte. Izan ere, porrot egin du erkidego-kontzeptuak. Kontzeptu hori leku-zentzuan bakarrik ulertuta zegoen, eta, orain, lanbidearekin, norberarekin, kulturarekin, erlijioarekin eta abarrekin lotuta dauden zioengatik interes-kidetasunean berमतuta dago. Teknologiak elementuotan oinarritutako erkidegoak sortzea ahalbidetzen du, lotura geografikorik gabe. Hala ere, horrek ez du esan nahi tradizioko erkidegoa desagertu denik, besteekin bizi dela baizik. Horren erakusgarria da informazio orokorreko bideetan toki albisteei egindako jaramona eta toki bide, inprimatu, ikus-entzunezko eta digitalen goranzko

kopurua. Bideok globalaren eta tokikoaren arteko konpentsazio-bultzada bikoitza deitzen diogunaren zati aktiboak dira.

- Sareko bide askok ez diote adieraztekoak adierazteko euskarari uko egiten. Hala ere, euskaldun erkidegoa txikia dela eta planetako alde guztietara heldu behar dela dakitelarik, jotzen dute gaztelaniara eta ingelerara ere. Internet-eko hizkuntzen ugaritasuna globalizazioa eta tokikotasuna elkarrekin bizi direla eta elkarrekin bizitzea dutela erakusten duen adibide erakargarria da.
- Internet-ek eduki batzuk denbora mugagabeen mantendu eta etengabe eguneratzeko aukera eskaintzen du. Hala ere, orain arte euskal bideek lehenengo aukerara gehiago jo dute, zalantzaren ondorioz bereziki. Aurretik ikus daiteke ezen alderdi hori epe laburrera aldatuko dela.
- Doakotasuna gure bide digitalak definitzen dituen ezaugarria da, bide bakoitzaren interesen eta bideek beren Internet-eko presentziaren bitartez lortu gura dituzten helburuen arabera bilakaera ezberdina izango duen ezaugarria. Kasu batzuetan, ez dago haiek aldatzeko asmorik ez aldatu beharrik. Beste batzuetan, oraindik ez da hori egiteko modurik aurkitu.
- Publizitate falta beste konstante bat da. Aurreko kasuan bezala, batzuetan ez da nahi, ezaugarri orokorra ez da baina. Enpresa eta lanbide planteamendurik ezari dagokio gehiago. Izan ere, publizitaterik eza eta haren doakotasuna urriki landu eta eguneratutako edukiekin lotuta daude. Sarean bide bat abian jartzea erraz samarra da. Baina bide ona eta erakargarriak eta baliagarriak diren eta ondo pentsatuta edo idatzita dauden edukiak izatea ez da lan erraza.

Laburpena

Euskal komunikabideek berandu eta herabetasunez egin zuten Internet-era jauzi. Lehenengoa Donostiako *Diario Vasco* izan zen eta 1995ean egin zuen jauzi. Gainerako egunkariak beren bertsio digitalak askoz berandua egin dituzte. Egunkari horien artean honakook daude: *El Correo* (2000ra arte bertsio duinik izan ez duena), *Euskaldunon Egunkaria*, *Deia* eta *Gara*.

Ikus-entzunezko bideek, beren aldetik, ez dituzte oraingoz aprobetxatu edizio elektronikoaren ahalbide guztiak. Hala ere, irrati batzuk soinu-informazioa eskaintzen hasi dira.

Beste bide batzuek zibergunera jauzi egin dute bidearen kostu urriak aprobetxatuz, nahiz eta beraientzat haren birtualtasuna urria izan: toki bideen kasua da.

Garapenik handiena *Argia* euskarazko aldizkariarena bezalako ekimenen edo *Bitniks* bezalako ekimen gazteen eskutik etorri da.

Jarduerak

Modulu honetako aurreko lezioetan bezala, lezio honetarako proposatutako jarduerak bi dira:

- 1.) Mota ezberdinetako lau edo bost bide hautatzea (adibidez: informazio orokorreko egunkari bat, aldizkari espezializatu bat, ikus-entzunezko bide bat –irratia edo telebista– toki bide bat, digizine bat...), eta, beste lezio batzuetan (2. modulukoetan bereziki) ikasitakoari jarraiki, beraien ezaugarriak eta planteamendua erkatzea.
- 2.) Proiektu txiki bat (gehienez bost orrikoa) planteatzea, bertan Euskal Autonomia Erkidegoko udal edo edonolako erakunde (kultur erakunde, erakunde politiko, kirol erakunde...) bati Internet-erako toki bide bat nola proposatuko zeniokeen azalduz. Nolako ezaugarriak izan behar ditu bide horrek?

Bibliografia

- ARMAÑANZAS, E., DÍAZ NOCI, J. ETA MESO, K. (1996). *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Bartzelona: Ariel.
- CANGA, J. COCA, C. MARTÍNEZ, E. CANTALAPIEDRA, M.J. ETA MARTÍNEZ, L. (1999). *Diarios digitales. Apuntes sobre un nuevo medio*. Bilbo: EHU.
- CANTALAPIEDRA, M.J. ETA HOYO, MERCEDES DEL (1998). "El futuro está en la interactividad". *Eusko Ikaskuntzen XIV. Biltzarra: Informazioaren gizarte-n*. Donostia: Eusko Ikaskuntza, 73-76 or.
- COCA, CÉSAR ETA PEÑALVA, JOSÉ LUIS (1998). *Modelos de los medios de comunicación social*. Bilbo: EHU, 165 or.
- DÍAZ NOCI, J. ETA MESO AYERDI, K. (1997). *Medios de comunicación en Internet*. Madril: Anaya Multimedia.
- DÍAZ NOCI, J. Y MESO AYERDI, K. (1998). "Desarrollo del periodismo electrónico". *El profesional de la información-en*, 7. lib., 12 zk., abendua, 4-11 or.
- DÍAZ NOCI, J. ETA MESO AYERDI, K. (1998). "Tipología de los medios de comunicación en Internet. Génesis y desarrollo de un nuevo paradigma comunicativo. El caso vasco". *Eusko Ikaskuntzen XIV. Biltzarra: Informazioaren gizarte-n*. Donostia: Eusko Ikaskuntza, 77-83 or.
- DÍAZ NOCI, JAVIER (1997). "Tendencias del periodismo electrónico. Una aproximación a la investigación sobre medios de comunicación en Internet". *Zer*, 2 zk. Bilbo: EHU, 33-54 or.
- DÍAZ NOCI, JAVIER, MESO, KOLDO (1999). *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*. Bilbo: EHU, 52 or.
- DÍAZ NOSTY, BERNARDO (1998). *Informe anual de la comunicación 1997-1998*. Bartzelona: Grupo Zeta, 145 or.
- DIEZHANDINO, MARÍA PILAR (1994). *Periodismo de servicio. La utilidad como complemento informativo en Times, Newsweek, y U.S. News and World Report, y unos apuntes del caso español*. Bartzelona: Bosch.

GARCÍA DE TORRES, ELVIRA (1997). “Estructura comunicativa y organización de contenidos en Internet”. *Comunicación y Estudios Universitarios. Revista de Ciéncies de la Informació*, 7 zk.

HOYO, MERCEDES DEL ETA PEÑALVA, JOSÉ LUIS (Arg.) (1997). *De la prensa tradicional al desafío cibernético*. Bilbo: EHU.

PRADO, EMILI (1998). “Televisión digital: a las puertas de la revolución”. *Cinevideo*, 151 zk., 40-44 or.