

# KAZETARITZA NARRATIBOA, TOKIA EGIN NAHIRIK KALITATEZKO INFORMAZIOAREN ETA TESTU KREATIBOEN IRRIKAZ DAUDEN IRAKURLEEN ARTEAN

## *Slow journalism*<sup>1</sup> edo kazetaritza pausatuari buruzko txostena

[carmen.penafiel@ehu.es](mailto:carmen.penafiel@ehu.es)  
[imanol.murua@ehu.es](mailto:imanol.murua@ehu.es)  
[guillermo.gurrutxaga@ehu.es](mailto:guillermo.gurrutxaga@ehu.es)

### Aldaketak XXI. mendeko kazetaritzan

Kazetaritza etengabe ari da aldatzen, bizikide dituen gizarteak berak ere aldatzen doazen heinean. Halere, hainbat gauzak bere horretan segitzen dute, kazetaritzaren muina baitira. Ogibide horretan, ezinegonak, behaketak, gauzekiko pasioak eta jakin-minak markatzen dute oraindik ere profesionalen jokabidea. Kazetaritzan aritzeak berekin duen esposizio publikoak eskatzen du erantzukizuneko jokatzeko gizartearekin, esposizio horrek berak behartzen baitu gardentasunez aritzera. Herritarrek informazioa eskuratzeko eskubidea dute, eta, aldi berean, gizarteak, bere lege-mekanismoekin, informazioa askatasun osoz baliatzeko modua egin behar du; hori bai, kazetaritza-etika eta -deontologia oinarri hartuta. Informazio-eskubideari erantzuteko, ezinbestekoa da dokumentatzea, alderatzea, zorrotz eta egiazkotasunez informatzea. Eta gizarteak izango da eskubide horren hartzailea.

XXI. mendeko kazetaritzak eraldaketa izugarria izan du, sistema digitalarekin bat. Hori dela eta, berriro asmatu eta formula berriak bilatu behar ditu, hala nola espezializazioa, berrikuntza eta edukien kalitatea. Aro digitalean, ezinbestekoa da desberdin jokatzeko, bestela, nekez lehia baitaiteke komunikazio-plataformak eta sarbide publikoak barra-barra ageri diren ingurune eta merkatu global batean. Kazetaritza digitala sendotu izanak aldaketa nabariak ekarri ditu, bai informazioa emateko moduan, bai jasotzekoan. Ikerketa ugari dioenez, aldaketa horiek informazioaren kalitatea kaskartzea ekarri dute.

Kazetaritzak datozen urteetan izango duen bilakaerak hainbat kontzeptu izango ditu kontuan, hala nola pertsonalizazioa, eguneratzea, ikus-entzuleen segmentuetara egokitzea, teknologia mugikorren potentziala aprobetxatzea eta formatu berriak topatzea. *Iraultza isil* bat garatzen ari gara, non

kazetaritzak edukien transformazioa sustatu baitu. Edonola ere, egia da komunikabide tradizionalak sinesgarritasuna galdu dutela. Hainbat profesionalen aburuz, gaur egungo kazetaritza nolabaiteko «xurgagailu-kazetaritza» da; hau da, *klikak* nahi ditu erraz eta erruz, modu masiboan eta bat-batekoan iritsi nahi du ikus-entzule eta irakurleengana, eta etengabe dei egiten die jarrera emozionaleri ahalik eta inpaktu handiena lortzeko.

*Ingurune digital berrian, ikus-entzuleak eta irakurleak urrunduz joan dira komunikabide konbentzionaletatik, eta haien informatzeko bitartekoak gero eta hurbilago daude sare sozialetatik*

Baina ez dute berdin jarduten ez informazioko profesional guztiak, ez komunikabide guztiak. Kazetaritzan zintzo eta etikoki aritzen direnek kazetaritza ona nahi dute, zeinetan estu loturik baitaude kalitatea eta gardentasuna. Kazetariak eta komunikabideek lanean jarraitu behar dute herritarren konfiantza berreskuratzeko. Nemesio Rodríguez Espainiako Kazetarien Elkartearen Federazioko presidentek honela zioen: «*Herritarrek kalitatezko kazetaritza sustatzen duten komunikabideetan berreskuratu behar dute konfiantza; izan ere, gezurrak mendean hartutako gizarte bat manipulaziora eta zatiketara bideratutako gizarte bat da, intolerantziaren eta elkarrizketa-ezaren mintegi*» (UPV/EHU emandako konferentzia, 2019/03/26).

Ingurune digital berrian, ikus-entzuleak eta irakurleak urrunduz joan dira komunikabide konbentzionaletatik, eta haien informatzeko bitartekoak gero eta hurbilago daude sare sozialetatik. Esaten dutenez, sare sozialetatik sortua da albisteen % 80. Jendea Twitter eta Instagramen sartzen da informatzera. Oxfordeko Unibertsitateak Nafarroako Unibertsitatearekin batera 2019an argitaratutako *Digital News Report* txostenaren arabera, Espainiako internauten % 43 fidatzen da albisteez, eta % 31, berriz, ez da fidatzen. 38 herrialdez osatutako zerrenda batetik, Espainia erdi parean ageri da sineskortasunaren munduko taulan. Bestalde, informazio-iturri gisa gero eta gehiago baliatzen diren arren, gutxienak bakarrik fidatzen dira sare sozialetatik (% 25) edo bilatzaileetatik (% 34) zabalduko albisteez. Kazetaritza-etika eta herritarren informaziorako eskubidea batera joan beharrekoak dira. Kazetariak egia errespetatzearekin du lehendabiziko konpromiso etikoa. Egin behar horrekin bat eginik, kazetariak beti defendatuko du ikertzeko eta informazioa zabaltzeko

askatasunaren printzipioa, baita iruzkinak eta kritika egiteko askatasuna ere.

Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatearen HGH ikertalde egonkorrean, beharrezkotzat jotzen dugu Europako kalitatezko kazetaritzaren garapena komunikazio-ekosistemaren barruan aztertzea. Hori horrela, ikerketa-lerro horretan jardun duten hainbat proiektutan parte hartu dugu. Gaur egun, Zientzia, Berrikuntza eta Unibertsitate Ministerioak Europar Batasuneko FEDER funtsekin finantzatutako proiektu batean dihardugu (CSO2016-76020-R), zeina 2020ko urrian amaituko baita.

### *Slow Journalism* edo kazetaritza narratiboaren gaineko nazioarteko azterketa

Gure ikerketa gaztelaniazko kazetaritza narratibo digitalaren osasunari buruzko nazioarteko azterketa baten barruan dago bilduta, *slow journalism*, kazetaritza pausatua edo sakoneko kazetaritzaren eremuan. Azkeneko hamarkadetan, kazetaritza profesionalak funtsezko aldaketak izan ditu, kazetaritza digitalak izan duen loraldiaren ondorioz. Esan genezake etengabeko trantsizio-eta berrasmate-fasean dagoela kazetaritza, eta etengabe jartzen direla zalantzan gaur egungo aro digitalean izan behar litzuzkeen funtzio sozialak eta produktiboak. Ziklo teknologiko horretantxe egin du kale kazetaritza-albisteen sinesgarritasunak eta kalitateak.

Aktualitate bizienerako kazetaritzak gertakariak aurkeztu baino ez du egiten, eta koiuntura bilatzen du. Kazetaritza pausatua edo narratiboak, berriz, ia-ia kontrajarririk, beste hamaika modutan bilatzen ditu gertakariak, haien aurrekariak eta inguruabarrak, baita albistea agertu eta handik hilabete batzuetara ere. Leila Guerriero kazetari eta idazle argentinarrak dioenez, horren arrazoiak hauxe da: «*Konbentziturik egotea istorioak kontatu egin behar direla, eta ez dela gauza bera kontakizuna nolanahe egitea*».

Kazetaritza hori kontakizunaz harago doa, ez da datuak azaltze hutsa, eta informazioari beharrezko testuingurua ematen dio, herritarrek iritzia osatu ahal izan dezaten. Kazetaritza horrek ihes egiten dio iragankortasunari, eta irakurketa mantsoa eskatzen du, pausatua. Informazio zorrotza, sortzailea eta kalitatezkoa kontsumitzeko behar diren *tempoak* birpentsatzeko gonbita egiten du. Teknologia berrien erabilerak izugarri areagotzen du kazetaritza-jardun horien oihartzuna. Bestalde, herritarrek, gero eta gehiago, nahiago dute informazioa online kontsumitu.

<sup>1</sup> Txosten hau Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatearen (UPV/EHU) «Hedabideak, Gizarteak eta Hezkuntza / Mass-media, Society and Communication» (HGH) ikertaldeak egindako ikerketaren emaitza da. Honako hauek osatzen dute ikertaldea: Carmen Peñafiel (ikertzaile nagusia), Alazne Aiestaran, Beatriz Zabalondo, Imanol Murua, Txema Ramirez de la Piscina, Guillermo Gurrutxaga, Antxoka Agirre, Udane Goikoetxea, Itsaso Manias, Miren Manias (Edinburgoko Unibertsitatea eta

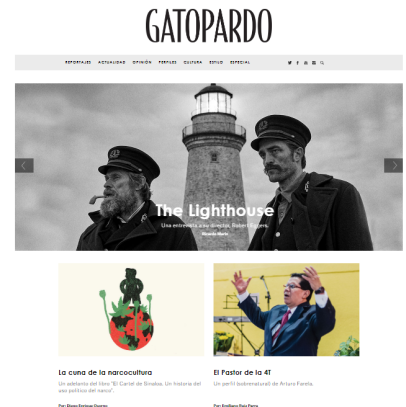
UPV/EHU), Amaia Álvarez (Nafarroako Unibertsitate Publikoa) eta Gabriel Corral (Querétaroko Unibertsitate Autonomoa, Mexiko). Zientzia, Berrikuntza eta Unibertsitate Ministerioak finantzatutako ikerlana. Erreferentzia: CSO2016-76020-R (AEI/FEDER,UE). Modalitatea: Erronkak (B)

Gure ikerketaren oinarrian, nazioarteko azterketa bat dugu. Horretarako, metodologia mistoa baliatu dugu, baita teknika arakatzailak, deskriptiboak eta kuantitatiboak baliatzen dituen triangulazio-metodologia ere: iturri dokumentalak kontsultatzea, kasu-azterketak, sakoneko elkarrizketak, Delphi azterlana (bi txanda) eta inkestak (500 inkesta herrialde bakoitzeko –Argentina, Kolonbia, Espainia eta Mexiko–, hau da, 2.000 orotara). Teknika horiek hamar komunikabide digitaletan aplikatu dira, hamarrak ere lau herrialde iberoamerikarretako kazetaritza narratiboaren inguruneak: *Revista Anfibia* (Argentina), *La silla vacía* (Kolonbia), *Revista Arcadia* (Kolonbia), *Jot Down* (Espainia), *Revista 5W* (Espainia), *CTXT* (Espainia), *Yorokobu* (Espainia), *Panenka* (Espainia), *Letras Libres* (Mexiko) eta *Gatopardo* (Mexiko).

mugarik eta konplexurik gabeko blogariak, testuinguru kontuan hartuta fenomeno sozialen konplexutasuna azaltzen saiatzen direnak.

### Kazetaritza berrasmatzea ekosistema digitaletan

Aztertutako argitalpenak hainbat arrazoiengatik sortuak dira, baina informazioaren kalitatea bilatzearekin motibatutak, istorioak kontatzeko modua berritzeko egitekoagatik eta kazetaritza sortutako krisialdi sakonari aurre egitekoagatik –krisi horrek, komunikabideei ez ezik, kazetari askoren lan-egoerari ere eragiten baitie–. Aztertutako komunikabide batzuek badute papereko edizia ere, bertsio digitalaz gainera. Edizio edo euskarri bakoitza helburu eta eduki desberdinekin hornitzen dute, osagarriak dena den. Komunikabideon ezaugarria da ez dituztela oso erredakzio jendetsuak, baina bai



Gatopardo aldizkariaren hasierako orria, 2020ko urtarrilaren 21eko.

Komunikabide horiek gehien bereizten dituen alderdia enpresa-eredua da: batzuk beste argitalpen handi batzuen barruan sortuak dira (*Arcadia*, *Letras Libres* eta *Gatopardo*); beste batzuk, berriz, *ex professo* eratuak, sortzaileek merkatuan bilatzen ez zuten argitalpen mota bat merkatuzatuzko (*Jot Down* eta *Yorokobu*). Beste bereizgarri bat da langile-talde txikiak izan ohi dituztela. Nolanahi ere, lantalde mugatuak bai, baina kolaboratzaile adituz osaturiko sare zabal bat edukitzen dute. Korronte digital berritzaile honen erronkarik handienetako bat da kazetaritza-komunitate eta -enpresa iraunkorrak sortzea sarean; izan ere, korronte digital pausatua honetako komunikabide guztien ezaugarri komuna da ez dutela negozio-eredu garbi eta bideragarriak, ezta kontsumo sustengagarriak ere.

Kazetaritza pausatua, ageri dituen ezaugarri nabarmenak aintzat harturik, honela defini genezake:

Kazetaritza narratiboa formatu luzeko kazetaritza da, estilo jantzikoa, eta informazio-genero guztiak jorratzen ditu. Ez dago 5W galderen eta piramide alderantzikatuaren mende. Ikus-entzule espezializatuetara zuzendua da, zeinak kazetaritza-harrera pausatua eskatzen baitu. Kazetaritza narratiboa literatura- eta murgilketa-kazetaritzarekin lotuta dago, bere erretorikak ikerketatik edaten baitu. Kazetaritza narratiboak zehatz-mehatz informatzeko konpromisoa du, istorioak modu sortzailean eta sakonetik kontatzeko, hainbat teknika eta baliabidetara joz. Literaturaren alderdi formalak ditu, eta, alderdi horiekin batera, ageri izaten dira nolabaiteko freskotasuna, askatasuna eta irakurlearenganako gertutasuna ere.

1. taula: Gaztelaniazko kazetaritza narratiboaren webguneak

| Revista       | Web  | País      | Ambito temático        | Fundación | Director/a           |
|---------------|--|-----------|------------------------|-----------|----------------------|
| JOT DOWN      | <a href="http://jotdown.es">jotdown.es</a>                 | España    | Cultura                | 2011      | Maria Jesús Mahuenda |
| LETRAS LIBRES | <a href="http://letraslibres.com">letraslibres.com</a>     | México    | Cultura                | 1999      | Enrique Krauze       |
| 5W            | <a href="http://revista5w.com">revista5w.com</a>           | España    | Política internacional | 2015      | Agus Morales         |
| GATOPARDO     | <a href="http://gatopardo.com">gatopardo.com</a>           | México    | Cultura                | 2000      | Felipe Restrepo      |
| ctxt          | <a href="http://cxt.es">cxt.es</a>                         | España    | Generalista            | 2015      | Miguel Mora          |
| Anfibia       | <a href="http://revistaanfibia.com">revistaanfibia.com</a> | Argentina | Generalista            | 2012      | Cristian Alarcón     |
| LASILLAVACIA  | <a href="http://lasillavacia.com">lasillavacia.com</a>     | Colombia  | Política               | 2009      | Juanita León         |
| ARCADIA       | <a href="http://revistaarcadia.com">revistaarcadia.com</a> | Colombia  | Cultura                | 2005      | Camilo Jiménez       |
| YOROKOBU      | <a href="http://yorokobu.es">yorokobu.es</a>               | España    | Cultura                | 2009      | Juanjo Moreno        |
| Panenka       | <a href="http://panenka.org">panenka.org</a>               | España    | Fútbol                 | 2011      | Aitor Lagunas        |

Iturria: geuk egina.

Honako hipotesi honetatik abiatuko gara: kalitatezko kazetaritza pausatua Interneten aurrera egiten ari dela egunegun. Gaur egun kuantitatiboki bigarren mailakoa eta geografikoki periferikoa dena baliteke esanguratsu bilakatzea etorkizun hurbilean. Kasu batzuetan, gerta liteke hegemonian lehiatzea orain arte erreferente izan diren komunikabide jakin batzuekin. Kazetaritza pausatua izan liteke aurrera begira izango diren disrupzio lehen urratsa, orain dela gutxira arte betiko zirudiena igarokor bilakatuko duena.

Albistearen produkzio-erritmoak bizkortu izanak eta eguneko 24 orduetan sare sozialetan konektatuta egoteko sortutako premiak antsietatea sortzen dute herritar-sektore gero eta zabalagoen artean.

Kazetaritza pausatuko protagonisten artean, hainbat eratako igorle topa ditzahegu: krisiak sakrifikatutako kazetari beteranoak; narratiborako dohaina duten literaturazaleak; datu- eta ikerketa-kazetaritza jarduten dutenak; sarean sortu diren eredu editorial berriei txundituriko berritzaile kulturalak; formatu luzea atsegin duten erreportari eta analistak –paper-euskarritik baztertuak–; eta

kolaboratzaile-sare mardul bat, eskuarki profesional espezializatuz osatua. Komunikabideotan ageri diren profirik nabarmenenak hauek dira: zuzendaria, zuzendari edo editore komertziala, editorea, editore digitala eta zenbait alorretan adituak diren *freelance* kazetariak.

*Aztertutako argitalpenak informazioaren kalitatea bilatzearekin motibatuta sortuak dira, istorioak kontatzeko modua berritzeko egitekoagatik eta kazetaritza sortutako krisialdi sakonari aurre egitekoagatik*

Aztertutako hamar komunikabide digitaletatik, nabarmenezkoa da edukiei ematen dieten tratamendu zorrotza, estilo zaindua; elkarrizketek eta erreportajeek garrantzi handia hartzen dute. Konpromiso handia dute zehaztasunarekin, sormenarekin eta hainbat eratako teknikak eta baliabideak erabiltzearekin; narratiba berriak aplikatzen dituzte teknologia berriei esker, eta nabarmenezkoak izaten dira haietako berrikuntza eta diseinua, eta abar.

## PERIODISMO CULTURAL



### CRÓNICA

#### El genio que cazaba mariposas: un recorrido por el Museo Nabokov

En la casa número 47 de la calle Bolshaya Morskaya en San Petersburgo descansan restos de la vida y obra del autor de 'Invitación a una fiesta' en modestas vitrinas de cristal y cuartos vacíos. Crónica de una visita al lugar donde Nabokov vivió durante diecisiete años y que hoy archiva fotografías, redes para cazar mariposas, documentales y copias de sus libros.



### LIBROS

#### Arquitectura, fotografía y diseño: los libros de

Arcadia aldizkariaren hasierako orria, 2018ko urriaren 19koa.

### Inkestari erantzun diotenen irakurtzeko ohiturak

2019ko uztailean inoiz prentsa digitala kontsumitu duten 18 eta 65 urte bitartekoek aldetik bildutako datuen arabera, inkestaturien % 36k adierazi du inoiz edo behin irakurtzen duela prentsa narratiboa, galdetegian bertan eskaintako definizioa eta marken adibide batzuk irakurri ostean. Proportzio hori nabarmen handiagoa da Kolonbian.

Aztertutako herrialde horietako populazioaren % 78k prentsa digitala baliatu ohi du aktualitateko kontuen berri izateko. Populazioak proportzio berean baliatzen ditu sare sozialak informatzeko, eta, neurri txikiagoan (% 73), telebista. Inkesta egindako pertsonen ia erdiek irratia kontsumitu ohi dute informatzeko; laurdenek, berriz, prentsa inprimatua, baina horiek ez dituzte bitarteko lehenetsitatu. Prentsa digitala eta sare sozialak ageri dira lehenetsitako informazio-bidetzat; prentsa digitalak Espainian du intzidentzia handiena (% 42), baita Argentinan ere (% 38), eta sare sozialek, berriz, Mexikon (lehendabiziko informazio-bidea dira % 52rentzat), eta Kolonbian (% 36).



Letras libres aldizkariaren hasierako orria, 2020ko urtarrilaren 21ekoa.

Prentsa digitala da lehenetsitako informazio-bidea gizonezkoen % 41entzat; emakumeen % 40rentzat, berriz, sare sozialak. 18 eta 34 urte

bitarteko herritarrek, batez ere, sare sozialen bidez informatzen dira (% 53, eta tarte horretako % 90ek ohikotasunez baliatzen ditu, gainera). Aldiz, 50 eta 65 urte bitartekoetan, gutxi batzuek baino ez dute lehenesten bitarteko hori. Irratia eta prentsa idatzia gutxi baliatzen dituzte gazteek.

Prentsa digitalak lehenetsun handiagoa du, nabarmen, graduondoko unibertsitate-ikasketak dituzten pertsonen artean. Telebista da, halaber, derrigorrezko hezkuntza duten pertsonen % 36rentzat; gainerako herritarrentzat baino proportzio handiagoan, gainera. Sare sozialak lanbide-heziketa edo batxilergo ikasi dituztenentzat dira lehenetsunekoak; graduondoko unibertsitate-ikasketak dituzten pertsonen artean, aldiz, askoz proportzio txikiagoan dute lehenetsun sare sozialek.

Prentsa idatzia irakurtzeko maiztasunak oso desberdinak dira: ia laurdenek egunero irakurtzen dute, eta bostenek, berriz, sekula ere ez. Prentsa idatzia gizonezkoek eta 34 urtetik gorakoek irakurtzen dute maiztasun handienez. Mexikon, beste herrialdeetan baino gutxiago irakurtzen da. Prentsa digitala askoz maizago kontsumitzen da idatzia baino. Edonola ere, paperarekin gertatzen den moduan, alde handiak ageri dira adinaren eta sexuaren arabera. Prentsa digitala ere maiztasun handiagoz irakurtzen dute gizonezkoek eta 34 urtetik gorakoek.

Komunikabidearekin duten konfiantza da kontsumitzeko arrazoi nagusia (% 61), hori neurri handiagoan gertatzen da kolonbiarren artean (% 65). Bigarren tokian, kontsumitzaileek gai espezifikoak bilatzen dituzte (% 43). Kolonia aldean ere maizago gertatzen da hori (% 52), baita Mexikon (% 50) eta 35 urtetik beherakoetan ere (% 48). Komunikabideen kontsumitzaileen bosten batek gai bat bilatzen du zehazki. Inkestari erantzundako % 17k lerro editorialari jarraikiz egiten du hautua; gizonezkoek gehiago (% 21)

emakumeek baino (% 13). Azkenik, Argentinan % 16k komunitate bateko parte sentitu nahi du, gainerako herrialdeetan baino proportzio handiagoan.

*Kazetaritza narratiboa balioesten da, bereziki, iritzi kritikoak (% 61), gogoeta (% 52) eta analisisirako gaitasuna (% 52) eskaintzen dituelako*

Handiagoa da komunikabide inprimatu bateko harpidetza eduki duten edo daukaten pertsonen proportzioa (% 34), komunikabide digitalekin dutena baino (% 24). Herrialdez herrialde, Kolonia nabarmentzen da, eta, adin-tartean arabera, 50 eta 65 urte bitartekoak.



La Silla Vacía aldizkariaren hasierako orria, 2020ko urtarrilaren 21ekoa.

### Irakurleen apustua kazetaritza narratiboaren alde

Prentsa narratibo digitala irakurri dutenen artean (718), kontsumitutako markak aldatu egiten dira herrialde batetik bestera. Kolonbian, hauek dira gehien irakurtzen diren markak: *La Silla Vacía* (% 66), *Soho* (% 52), *Gatopardo* (% 40) eta *Malpensante* (% 43); Argentinan: *Orsai* (% 31), *Anfibia* (% 25) eta *Etiqueta Negra* (% 25); Espainian: *Jot Down* (% 44) eta *La Marea* (% 33), eta Mexikon: *Gatopardo* (% 38), *La Silla Vacía* (% 31) eta *Contexto* (% 25).

Prentsa narratiboa irakurtzen dutenen erdiek baino gehiagok gutxienez astean behin egiten dute, eta % 52k 15 eta 30 minutu eskaintzen dizkio aldiko. Haietatik % 40k, aste barruan zein asteburuetan berdin-berdin irakurtzen dute, eta herenek, berriz, asteburuetan (Espainiaren kasuan, % 45era iristen da hori). % 91k ere baliatzen du euskarri digital bat, gehienek Interneteko datuak eskuragarri dituen telefono mugikorra (% 80). Euskarri hori proportzio txikiagoan baliatzen da Espainian (% 64) eta 50 urtetik gorakoetan (% 69). Aldiz, gazteek huraxe erabiltzen dute gehien (% 90) prentsa narratibo digitala irakurtzeko. Tankera horretako prentsa eskuratzeko plataforma nagusia sare sozialak dira (% 71). Ehuneko hori nabarmen apalagoa da Espainian (% 61).





Jot Down aldizkariaren hasierako orria, 2018ko uztailearen 10ekoak.

Prentsa narratiboaren kontsumitzaile gehienek honako gai hauei buruzko informazioa bilatzen dute: politika (% 56), kultura (% 55) eta zientzia eta teknologia (% 50). Kolonbian (% 58) eta graduondoko unibertsitate-ikasketak dauzkaten pertsonen artean (% 66) iritziak ere bilatzen dira; gazteen artean, ordea, gizartegaiek (% 50) izaten dute eskari handiena.

Kazetaritza narratiboa balioesten da, bereziki, iritzi kritikoak (% 61), gogoeta (% 52) eta analisirako gaitasuna (% 52) eskaintzen dituelako. Genero gogokoena analisisia (% 30) eta kronika (% 23) dira. Espainian, erreportajeak ere gogoko dira (% 33).

Kazetaritza narratiboa kontsumitzen dutenen % 15 tankera horretako komunikabideren bateko harpidedun da. Proportzio hori nabarmen handiagoa da gazteen artean (% 20) eta hiri handietan (% 19), eta txikiagoa Espainian (% 11).

Kazetaritza narratiboak balioesten ona du kontsumitzaileen artean (5 puntutik 4). Halaber, berdin balioesten dira kalitatea eta etorkizunerako aukerak (3,9). Emakumeen artean, puntuazioak handixeagoak dira, gizonezkoen artean baino.

Beste emaitza batzuen artean, inkestari erantzundako pertsonen % 63 ez dago ordaintzeko prest kazetaritza narratiboaren kalitatearen truke. Ordaintzeko prestasun handiagoa dute Kolonbian (% 49) eta Mexikon (% 47). Ia erdiek diotenez (% 47), kazetaritza narratiborako bideari heldu beharko lioke kazetaritzak Interneten. Kazetaritza ez dela bideratu behar pentsatzen dutenek (% 21) argudiatzen dutenez, bi eratako kazetaritzak izan behar dira, edo are estilo-aniztasun bat.



CTXT aldizkariaren hasierako orria, 2020ko urtarrilaren 21ekoak.

## Apustu estrategiko bat, informazio-ugaritasun handiegia nagusi den garaian bereizteko

Aztertutako komunikabideetako profesionali egindako elkarrizketetatik ateratako datuen arabera (kazetariak, editoreak, arduradun teknologikoak...), komunikabide digital horiek eztabanda informatiboaren aroan bizirik irauteagatik nabarmentzen dira, berritzen jakin dutelako eta bereizi egin direlako kazetaritza-eta ekonomia-krisi bete-betean.

Elementu estrategikoetako bat kazetaritza pausatua aldeko apustua da: ondo pentsatzen dira edukiak, eta epe ertain eta luzean planifikatzen. Kolaboratzaile eta freelance adituei esker, sakontasunez jorratzen dituzte gaiak.

Zenbait komunikabide narratibotan –Jot Down aldizkariaren kasuan, adibidez–, umorez aztertzen dituzte kontu serioak. Ikuspegi dibertigarriak eta erakargarriak sustatzen dituzte, eta bestelako modu batean aurkezten dira protagonistak jorratzen dituzten gai ugarietan: kultura, kirola, politika, zientzia, sexua eta nazioarteko gatazkak.

Aztertutako komunikabide guztiek lortu dute beren nortasun-zigilu propioa edukitzea, gainerakoetatik bereizten dituen irudi korporatibo bat. Komunikabide horien erredakzioetan, kazetaritzako eta publizitateko profesionalak ageri dira, baina baita bi mundu horietatik kanpora sortuak ere, hala nola politologoak, soziologoak, abokatuak, ekonomialariak eta abar. Eskuarki, langelatalde txikiak izan ohi dituzte, baina ohiko kolaboratzaile ugari (100, 400 edo 1.600, Anfibia aldizkariaren kasuan, kazetariak, akademikoak, argazkilarik eta ilustratzaileak aintzat harturik).



Yorokobu aldizkariaren hasierako orria, 2020ko urtarrilaren 21ekoak.

Komunikabide batzuek estiloak nahastearen aldeko apustua egiten dute, pentsamendua eta kultura lantzekoa, ahots desberdinak eta joera alternatiboak erakutsiz; horixe da, konparazio batera, Yorokobu aldizkariaren kasua. Agerkari horretan, modu horizontalean eta hierarkiarik gabe lan egiten saiatzen dira. Honela zioen Juanjo Moreno zuzendariak 2019ko maiatzean: «Yorokobu ez da aktualitateetik bizi, lantzen dituen edukiak aktualitatekoak badira ere. Gure edukietako bat bera ere ez dago irteera-

data batek markatuta, eta ez dauka iraungitze-egunik ere. Ez gaude hemen albisteetatik bizi diren beste komunikabide batzuekin lehiatzeko». Yorokoburen bazkide sortzaileek uste osoa dute informazioa edonoren esku egon beharreko ondasuna dela: «Informazio gehiegitxo dagoen mundu batean bizi gara, baina pentsatzen dugu informazioak mundu guztiaren eskura egon behar duela, ez diogu inori mugarik ipini nahi. Ez dugu uste ordainpeko informazioak etorkizun handirik izango duenik» (Abella, 2018).

*Komunikabide pausatuetan elkarrizketa eta erreportajea lantzen dute gehien, eta, ondoren, kronika; betiere, oso urrundurik aktualitate berrietatik eta 5 W delakoetatik*

Gatopardo, hasiera-hasieratik, Mexiko aldean askorik landu gabeko merkatu-nitxo batean kokatu zen: hainbat interes-gunetan ardaiztatutako kazetaritza narratiboa, ez kazetaritza-agendaren berehalakotasunean, baina gaurkotasunari eutsiz. Hona hemen 2018ko uztailean Felipe Restrepo aldizkari orduko zuzendariaren hitzak: «Ez zaigu axola asteko albistea ez argitaratzea, baina, sei hilabeteren buruan kontakizun bat pentsatzen badugu eta istorio ona baldin bada, orduan argitaratu egingo dugu. Gaurkotasunaren gainean gaude, baina ez konturaren gainean». Gatopardo istorioak kontatuz eta herrialdeko errealitatearen berri emanez ogibidea birplanteatzen ari ziren kazetari latinoamerikarrak lotzen saiatu zen.



Anfibia aldizkariaren hasierako orria, 2020ko urriaren 22koa.

Zenbait komunikabide digital tradizio handiko beste batzuen itzalpean jaioko dira, hala nola Letras libres aldizkaria, zeina hilean behin argitaratzen den, eta kritika eta sorkuntza jorratzen dituen. 1999an sortu zen, eta Octavio Paz-ek sorturiko Vuelta aldizkariaren oinordekoa da. Bi argitalpen ditu, bata Mexikon eta bestea Espainian, elkarren artean alde txiki batzuekin (baina ez atal nagusietan). Anfibia ere aipa dezakegu, zeinak erredakzioa partekatzen baitu (nahiz eta produktu desberdinak izan) Cosecha roja aldizkari digitalarekin, biak ere Cristian Alarcónek zuzenduko. Baita Arcadia ere, zeina 2005ean sortu baitzen Semana aktualitate-aldizkari kultural itzaltsuaren gehigarri gisa. 2012an, banandu egin zen hartatik, baina, gaur egun ere, baliabideak partekatzen dituzte. Aldiz, zerrendan badira komunikabide digital natiboak ere, hala nola La Silla Vacía Kolonbiakoa, 2009an sortua.

Paneka Aitor Lagunas historialari eta kazetariaren ekimen gisa sortua da, zeinak hainbat argazkilarik, kazetari, ilustratzaile eta diseinatzaile gonbidatzen baititu, eta haiekin

saiatzen baita Espainian orain arte landu gabeko proiektu baten oinarriak irimotzen: futbol-kulturari buruzko lehendabiziko aldizkaria argitaratzea, Europako beste herrialde batzuetan egiten duten bezala – *SoFoot* Frantzia edo *11Freunde* Alemanian–. 2011ko ekainean kaleratu zuten lehendabiziko zenbaki digitala, eta zenbait futbolari eta entrenatzailek ere parte hartu zuten. *Panenka* ikuspegi politikoak, sozialak, historikoak eta kulturalak kontuan harturik lantzen du futbolaren kultura, genero bati ere uko egin gabe eta kirol-egunkari handietatik aldendurik.

Espainian aktualitatea filosofia pausatu batean oinarrituta lantzen duten komunikabide jeneralisten artean, *CTXT* nabarmentzen da, 2015ean agertua. Komunikabide handietako kazetaritza-jardunarekin nahigabeturik zeuden kazetari entzutetsuek jarri zuten martxan, eta aldarrikatzen dute harro daudela «albisteetara berandu iristez». *5W* aldizkaria, nazioarteko politikan espezializatua, 2015ean sortu zen, bederlatzi berriemaile eta fotokazetari itzaltsuk bultzaturik, nahi baitzuten komunikabide digital bat eduki eskura distantzia luzeko kronikak eta sakoneko narrazioak argitaratzeko, kalitatezko argazkiek lagundurik.



*5W* aldizkariaren hasierako orria, 2018ko urriaren lekoa.

Testu horiek guztiak Interneti etengabe egotzi izan diogun lan-ildotik oso aldendurik daude, alegia, «sareko testuek arinak, laburrak eta erraz digeritzeko modukoak» izan behar dutela. Ideia horretatik urrundurik, kazetaritza narrazio digitalak testu luze eta sakonak argitaratzen ditu. Askotan, literatura-narrazioaren teknikak baliatzen ditu, baina fikzioan sartu gabe (kontakizun erotikoa izan ezik). Elkarrizketa eta erreportajea lantzen ditu gehien, eta, ondoren, kronika; betiere, oso urrundurik aktualitate berrietatik eta *5W* delakoetatik. Pertsona ezagun garrantzitsuen zein gizarteko pertsona arrunten lekukotasunek, etikak, diseinuak eta edukiek janzen dituzte formatu luzeko testuak, testigantza edo elkarrizketen bidez.

Komunikabide horien ildo estrategikoan dago, era berean, pentsamendu kritikoa garatzen laguntzeko planteamendua eta bizitzako beste alderdi batzuez hitz egitea –komunikabide jeneralistetan eta informazio-agendan ageri ez direnak–. Sorkuntza eta originaltasuna bilatzen saiatzen dira beti. Inspirazioa eta motibazioa sustatzen dituzte beti, espiritu kritikoa jorratuz. Papereko edizioen eta digitalaren arteko artikulazioari dagokionez, bi euskarrietan ere lan-filosofia eta kontzeptu berberak baliatzen dira: saiatzen dira aldizkariko artikulak

denboragabeak eta iraunkoragoak izaten, pentsatzen lagunduko duten edukiak sortzen.

artean: 28 adituk osatu zuten lehendabiziko txanda, eta 25ek bigarrena.



### El editorial del #Panenka77: Un Mediterráneo feliz

REDACCIÓN

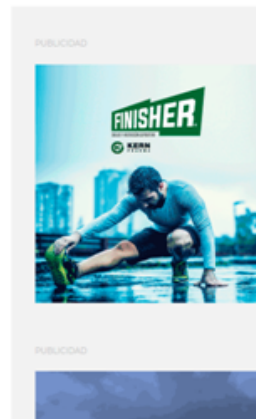
Rescatamos íntegro el editorial del



### Arroz con curry

MARCEL BELTRAN

Obsesionarnos con la personalidad de Kanté podría inducirnos al error de perder la referencia de su juego.



*Panenka* aldizkariaren hasierako orria, 2020ko urriaren 23koa.

### Adituen iritzia

Delphi azterlanean parte hartu zuten adituak –azterlan hori ere ikerketa honetako parte da– kezkatu agertu ziren maila kaskartu izanarekin, infoentrenimendurako joerak baldintzaturik. Edonola ere, adierazten dute ezin dela orokortu, polarizazio handia ikusten baitute kalitate handiko eta kaskarreko komunikabideen artean. Hain justu, ikusten dute baikortasunerako aukerarik ere, kazetaritza digitalak eskaintako kalitatea areagotzeko erremintak garatzeko dauden aukerak direla-eta, hala nola egiaztatzaileak, edo komunikabide berriak agertu izana, handiek markaturiko informazio-agendaren baldintzapenari aurre egiteko.

Delphi azterlana metodo prospektibo bat da, eta aditu-talde baten iritzi adostu bat lortzeko erabiltzen da, betiere aditu horien anonimotasuna gorderik. Horretarako, adituek hainbat txandatan erantzuten diete galdetegiei, harik eta ikertzaileen taldeak ondorioztatu arte txanda osagarri batek ere ez duela jakintza berririk emango. Kazetaritza pausatuari buruzko Delphi azterlana bi txandatan egin zen, 2018ko maiatzaren eta 2019ko ekainaren

Kazetaritza narrazioaren funtzioei eta betetzen duen tokiari dagokionez, Delphi azterlanean kontsultaturiko adituek uste dute kalitatea sustatzen duela; gogoeta erantzen duela; irakurleak hezteko gaitasuna duela, albisteetan gehiago inplikaraziz, eta irakurleari aukera ematen diola informazioa hobeto gogoratzeko eta ulertzeko. Nolanahi ere, adierazten dute merkatua oraindik ere nahiko mugatua dela salmentari eta irakurleei dagokienez, kazetaritza tradizionalen baino txikiagoa. Hori bai, gehienek uste dute tankera honetako kazetaritza sekula baino beharrezkoagoa dela, desinformazioari eta informazio-saturazioari hartzak erakusteko. Ezaugarriei dagokienez, nabarmentzekoak dira analisirako denbora eta distantzia, sakontasuna, testuingurua eta informazio-independentsia, kontakizunen giza balioa, sormena eta hartzaileen partaidetza. Arrakastarako gako gisa, hauek nabarmendu behar dira: espezializazioa, lerro editorial propioa garatzea, eta komunikabideek batzuetan alboratuta uzten dituzten gaiak baina publikoaren zati batentzat garrantzitsuak izan daitezkeenak jorratzea. Alde horretatik, ikerketa-kazetaritza jotzen dute sakontasun handienekotzat. Hain zuzen, azpimarratzen dute kazetaritza narrazioak aukera onak

eskaintzen dituela informazio-iturrien aukera ugartzeko.

---

*Adituak baikor ageri dira kazetaritza narratiboaren etorkizunari buruz, ikusten baitute gero eta toki handiagoa dagoela berehalakotasuna ardatz dutenetatik bereizteko*

---

Generoei dagokienez, azterlanean parte hartu dutenek, batez ere, sakoneko erreportajeak, elkarrizketak eta kronikak aipatzen dituzte konplexutasuna eta analisia uztartzen dituzten formatu gisa. Hori horrela, nahiz eta onartzen duten ikus-entzunezko euskarriek potentzial handia dutela narratibari laguntzeko, adierazten dute ez direla baliatu behar testu idatzia ordeztzeko. Era berean, aditzera ematen dutenez, ikus-entzunezkoak pantaila txikian kontsumitzeko bidean egiten du aurrera teknologiak, eta, horrenbestez, eduki pausatua ekoizten dituzten erakundeek zenbait euskarritarako sortu behar dituzte edukioak, eta formatu eta estilo desberdinekin probatu.

Alor horretan aritzen diren pertsonen profilari dagokionez, nolabaiteko hibrido bat ikusten dute: esparruren batean espezializatutako prestakuntza izatea, ondo idazten jakitea eta kazetaritzaren funtsak menderatzea, hau da, zorrotza izatea eta kalitatea, gardentasuna eta independentzia ziurtatzea. Halaber, ekimen propioa eta sormena ere aipatzen dituzte. Irakurleei dagokienez, kalitateaz gehiago arduratzen diren pertsonen profila da nagusi, eta ez albisteak bizkor kontsumitzeaz arduratzen direnena. Hau da, profil landuagoa eta sentikortasun-maila handiagoa duena, jakin-min eta kontzientzia kultural handiagoko jendea, irakurtzeko denbora duena eta kontakizunen nabarduran eta sakontasuna aztertzeko aukera duena. Hori horrela, adituek nabarmentzen dute garrantzitsua dela kazetaritza narratiboaren aldeko apustua egiten duten komunikabideek irakurleen feedbackari eustea, horrek komunitatea sortu eta komunikabidearen bideragarritasunari laguntzen baitio.

Hain zuzen ere, komunikabidearen iraunkortasunarekin loturik, gomendatzen dute komunikabideak koherentziari eustea finantzaketa-iturriak topatzean, eta kazetaritzalanaren independentzia, gardentasuna eta legitimitatea bermatzea. Komunikabide pausatuen eredu ideala, haien aburuz, komunikabidetik kanpoko bitartekorik behar ez izatea da. Horri dagokionez, uste dute gobernuak hobeto erregula lezaketela komunikazio-sistema; hala, baldintza hobeetan jardun ahalko lukete, kazetaritza pausatua egin ahal izateko. Bestalde, ez dago adostasun garbirik enpresa-egitura juridikoa finkatzeko orduan komunikabide narratiboetarako. Edonola ere, zenbait parte-hartzailek diote langile-kooperatiben, sozietate mugatuena, kazetari-fundazioen edo GKEen aldekoak direla, eredu hibridoak edo mistoak baliatuz, guztia ere kontuak ordaintzeko premia eta irabazi-asmorik eza uztartuz.

Inkestatutako pertsonen galdetu zaie zer-nola ikusten duten papereko kazetaritzaren etorkizuna. Uste dute oraindik ere sortuko direla argitalpen espezializatuak, publiko zehatzagoetarako, eta, ziurrenik, herrialde bakoitzeko informazio orokorreko egunkari nagusiek jarraitu egingo dutela. Azkenik, kazetaritza narratiboaren etorkizunari buruz, baikor ageri dira, ikusten baitute gero eta toki handiagoa dagoela berehalakotasuna ardatz dutenetatik bereizteko.

---

Carmen Peñafiel  
Imanol Murua  
Guillermo Gurrutxaga

---