

SARRERA. BERRIEN IDAZKERA TELEBISTAN

Bistakoa da telebistako informazio saioak desberdinak direla nazio sozialistetan eta kapitalistetan, tokian-tokikoak eta nazionalak, nazioartekoak eta espezializatuak. Ohikoa izaten da industriak arrakasta ematen duten formatuak bilatzea etengabe. Ohikoa da formulak nahastea, baita informazio saioekin ere. Emaitzak eskasak direnean, luzaro ez dira saio berri horiek parrilan. Hala ere, saio aniztasun hori egon arren, badago egon hasieratik saio multzo bat, mantentzen dena: berriak edo albistegiak.

Telebistako albisteak kateen saio nagusia dira maiz. Eguneko ordu inportantetan emititzen diren informazio saioak gero eta landuagoak dira eta herritarrei aukera ematen diete egunean zehar informaturik egoteko, nahiz eta batzuetan desinformatu ere egiten duten. Telebistek arreta handia jarri dute beti informazio saioetan jakin badakitelako beren sinesgarritasuna saio horietan islatu daitekeela.

Telebistako kateek programazioak erabiltzen dituzte ikusleekin harremanetan jartzeko. Programatzaileak eta edukien sortzaileak beharrezkoak dira telebistetan arrakasta edukitzeko. Programatzaileen lana honetan datza: eduki egileen lanak baldintza onetan agertaraztea parriletan. Telebistako saioak interesgarriak izan daitezke publizitaterako eta telebista pribatuetan bistan da zer gertatzen ari den informazioak eta publizitate mezuak nahastuz. European indartsu sartu da joera hori, informazio saioetan publizitatea sartuz. Ez dezagun ahantz nola EITBn batzuetan albiste bihurtzen dituzten programazioko izar-saioak ere (El Conquistador saioko ikusle kopurua aipatuz, esaterako). Katearen edo telebista kateen parriletako saioak publizitzeko aukera ere ikusi dute eta ondotoxoa profitatu dute telebistetan.

Telebista ikus-entzunezko hedabidea da. Hortaz, irudia eta soinua inportanteak dira gertakizunak kontatzeko momentuan. Soinuak sinesgarritasuna ematen du eta erakartzeko elementu bilakatzen da telebistan.

Telebistan hiru helburu egoten dira parrilak egiteko orduan: entretenitzekoa, formatzekoa eta informatzekoa. Berriak zabaltzen direnean helburu hori onestaz lortu behar da informazio iturri desberdinak kontsultatuz.

Bestalde, telebista asko aldatu da azken urteotan, Interneteko teknologien bitartez. Egun, telebistan, ikusleek atzera egin dezakete berriak berriro ikusteko, edo grabatzeko, edota geroago Interneten bidez ikusi ahal izateko. Youtube eta Twitter ere bilakatu dira telebisten aliatu, eta horrelaxe begiratu behar diogu ikus-entzunezko hedabide honi, orain 70 urte inguru sortu zen hedabideari.

1. GAIA: TELEBISTAREN HISTORIA LABURRA

1927. urtean, Bell Telephone Companyk lehenbiziko esperientzia publikoetako bat egin zuen telebistarekin. Horrelako ekimenak ohikoak izan ziren ondorengo urteetan, irratirako materiala egiten zuten enpresetako tresnak erabilpenik gabe gelditzen ari zirenez, tresna horiek hedabide berri batekin lotu nahi zituztelako. 1929. urtean, uhin luzeen bidez igorritako telebista-saioen emankizuna inauguratu zuen The Daventry Britainia Handiko igorgailuak. Irudiek oso bereizmen maila txikia zuten.

1931. urtean, RCA boteretsuak telebista-instalazio bat jarri zuen Empire State Buildingen, New Yorken. Desordena teknikoak iraun egin zuen, egoera normaltzeko hainbat saio egin arren: 1933an 240 lerrotan igortzen zen; 1935ean 343an; 1939an 441ean eta 1941ean 525ean.

Bigarren Mundu Gerra amaitu zenean, zerotik hasi zen berriro telebista. Irratirako materiala egiten zuten enpresak merkatu berri horretan sartu ziren. Irudien bereizmena eta normalizazioa izan ziren arazorik handienetakoak: AEBetan 525 lerro mantendu zituzten arren, BBC britainiarrek 405 lerrotan igortzen jarraitu zuen. Europako beste herrialdeek, berriz, 625 lerroen alde egin zuten.

Britainia Handian telebistaren garapena apur bat makalagoa izan zen; 1948an 45.000 hargailu zeuden, 1949an 240.000, 1951n 590.000, 1952an 1,5 milioi, 1957an 6,9 eta 1962an 11,8. Frantziako prozesua are makalagoa izan zen, 1953an 60.000 hargailu besterik ez baitzeuden. Mendebaldeko Europan 1951n hasi ziren emanaldiak; Herbehereetan, Belgikan eta Danimarkan, berriz, 1953an. Austriara, Luxemburgera eta Monakora 1955ean iritsi zen, eta Suedia eta Espainiara 1956an.

LEHENENGO EMANALDIAK

1948an, Ameriketako Estatu Batuetan eta Britainia Handian baino ez zeuden telebista-emanaldi erregularrak. Hamarkadaren amaieran publizitate-kanpaina handiak egin ziren Europako beste herrialdeetan, hiritarren artean telebista ezagutzera emateko.

Espainiako Estatura nahiko berandu iritsi zen telebista, Europako eta Latinoamerikako beste herrialdeekin alderatuz gero. Administrazioa ez zegoen prestatuta hiritarren bizimodua aldatuko zuen hedabidearen funtzionamendua bere egiteko. TVEren emanaldi erregularrak 1956ko urriaren 28an hasi ziren Madrilerako.

Inprobisazio handia egon zen hainbat gai inportantetan (sarea garatzean, programak finantzatzean eta TVE zuzenbide, enpresa eta lan mailan antolatzean, besteak beste), baina harrigarriena da Estatuan ez egotea merkatua hornitzeko telebista-lantegirik.

Frantziaren kasuan, erakunde desberdinak izan dira telebista publikoa kudeatzeko orduan. Hastapenean, Frantziako hedabide publikoak «Radiodiffusion Nationale» (RN, 1939-1945) izeneko erakundearen barruan zeuden; geroago, «Radiodiffusion Française» (RDF, 1945-1949) hartu zuen izena erakundeak; eta geroago, «Radiodiffusion Télévision Française» (RTF, 1949-1964) izena erabili zen. Azken aldaketa batzuk egon ziren 1964. urteaz geroztik, «Office de Radiodiffusion Télévision Française» (ORTF, 1964-1975) eta 1998. urtean Lionel Jospin-en kabinetak beste aldaketa bat sortu zuen France Télévisions erakundea sortuz. Azken erakunde horretan France 2, France 3, La Cinquième, Arte France eta RFO erakundeak biltzen dira.

TELEBISTAREN HEDAPENA

Bigarren Mundu Gerran telebistako emanaldiak bi herrialdetan baino ezin izan ziren ikusi: Amerikako Estatu Batuetan eta Alemanian. Ikusle gutxi ukan zuten emanaldi haiek eta behin Alemaniak gerra galdutakoan, britainiarrek eta sobietarrek telebistako instalazioak desmuntatu eta haien herrira eraman zituzten.

Estatu Batuetan, esaterako, behin mundu-gerra amaitu ostean, 7.000 telebista-jasogailu baino ez zeuden. 7.000 familia haiek sei kanalek emititzen zutena segitzen zuten. Gerra amaitu eta hiru urtetara, ekoizleak etengabe

telebista aparailuak egiten hasi ziren eta 1950. urtean jada milaka etxetan zeuden aparatuak eta ehun kate inguru zeuden saioak emititzen. 1953an 139 kanal zeuden AEBetan eta 22 milioi aparatu zeuden irudiak ikusi ahal izateko. 1962. urtean 634 kanal zeuden eta 50 milioi telebistaparailu.

24 ORDUKO INFORMAZIO TELEBISTA

Frantzia eta Espainian, Nafarroan ez bezala, informazio kanalak sortu dira azken urteotan, etengabe informaturik egoteko telebista bidez; baita Katalunian ere. 24 orduz informazioa etengabe ematen duten nazioarteko kanalak dira. Katalunian, esaterako, TV3k nazioarteko kanala du Katalan Herrietatik landa bizi diren katalanak informaturik egon daitezzen. Internet-en bidez segi daitezke informazioak. Espainiako telebistan 24 h deritzon kanalak betetzen du funtzio hori eta zuzenean ikus daiteke Internet-en bidez.

2. GAIA. TELEBISTA INFORMATIBOAREN KALITATEAZ

Ikusentzunezkoak ondo aztertu dituztenek zenbait faktore aipatzen dituzte telebista informatiboan kalitatea non dagoen esan ahal izateko. Horrela, Mariano Cebrián irakasle eta profesionala zenak honako lauak aipatu zituen:

1. Ikusentzugarritasunaren printzipioa: idazgelara heltzen diren irudiak kalitate onekoak izan behar dira. Hala ere, salbuespenak ere badaude; esaterako, John Kennedy tiroz hil zutenean herritar batek zine kamera batez (super 8 formatukoa) grabatu zueneko hor dago eta hainbat pertsonarentzat balio izan du momentua oroitzeko. Beste kasu bat, Taiwanen izandako abioi istripuarena da (2015eko otsailaren 4koa), autobidean herritar batek grabatua. Bideoa kalitate eskasekoa zen arren, informazio zama handia zeraman.

Horrez gain, irudiak eta soinua sinkronizaturik joan behar dira. Tamalez, batzuetan bideoak formatu batetik beste batera pasatzeko orduan sinkronizazioa galdu egiten da.

2. Ulergarritasunaren printzipioa. Telebistatik eskaintzen den informazioa ondo antolaturik joan behar da, deskodetua izan behar da. Antisinkroniari itzuri behar diogu, bestela bi mezu kontrajarri eskainiko baikenituzke. Prentsa idatzian ere gerta daiteke hori irudiak eta mezuak bat ez badatoz. Desinformazioa hasten da egiak erdizka esaten direnean.

Telebista aproposa da zirrara sortzeko, eta horregatik kazetariak ondo atondu behar ditu planoak eta soinuak edota testuak, ulergarritasuna zabaltzekotan.

3. Dentsitatearen printzipioa. Informazio datuen kopurua notiziak deskodetu ahal izateko inportantea da. Datu informatiboen kopurua emendatuz gero, gerta daiteke albisteak nahasgarriak izatea. Datu kazetaritzan gertatu ohi da hori. Telebistako informazioak tratamendu laburrak egitea dakar maiz.

4. Testuinguruak baliatzearen printzipioa. Notiziak atalka antolatu ohi dira. Nazioartekoak nazioarteari dagokion atalean eta abar. Bada albisteak berak erreferentziatzen duen testuingurua ere. Testuinguru hori ondo emateko sarritan irudiez baliatzen gara. Kontua da irudikatzea ahalik eta hobekien notiziaren muina eta zergatia.

David Randall kazetari ingelesak kazetarien arteko hitzarmen bati buruzko aipamen interesgarri batzuk egiten ditu Kazetari Unibertsala izeneko idazlanean. “Berriemaile ona izateko, ez pentsatzea dena egia izan behar denik”. Gero, kalitatea ondoko arauetatik ere etorriko omen da:

1. Aurkitu eta argitaratu informazioa zurrumurru edo aierupenen ordezkoa izan daitekeena
2. Gobernuen kontrolei aurka egin edo zirkin, trabak gainditu ahal izateko egiaren mesedetan
3. Bozkutzen duten herritarrei informazioa helarazi
4. Gobernuaren jarduerari edo ezjarduerari aiduru egon, zerbitzu publikoak kontrolatu behar direlako.
5. Enpresek zer egiten duten kontrolatu; langileak nola tratatzen dituzten, zelako produktuak ematen dituzten.
6. Ahotsa eman herritar xumeei, normalean botere handirik ez dutenei, beren boza entzunarazteko.
7. Jarri ispilua gizartean, gauza onak eta txarrak islatzeko, sineskeriak azalaraziz edo desmitifikatuz.
8. Justiziaren jarduerari trabarik ez ipini, jarduera hori publiko bilakatuz.
9. Ideien elkartrukatzearen alde egin, ahotsik ez duten pertsoneri ere plataforma eskainiz.

Telebistako informazioaren kalitatea balore multzo batetik sortzen da: hedabideko kazetari bakoitzaren lana, hedabidea kontrolatzen duen botere ekonomiko edo politikoaren lana, herrian dagoen kultura periodistikoak dituen baloreak, eta elementu edo osagai guzti horiek herritarrek nola jasotzen dituzten ere kalitatea antzemateko beste faktore inportante bat da.

3. GAIA. GEZURREZKO ALBISTEAK NOLA ANTZEMAN TELEBISTAN

Telebistako albiste edo berriak egiteko unean zenbait galdera ukan behar ditugu gogoan:

1. Zer ari da gertatzen?
2. Nor edo nortzuk daude inplikaturik?
3. Non ari da gertatzen?
4. Noiz ari da jazotzen?
5. Zergatik ari da gertatzen?
6. Zein da informazio iturria?

Galdera horiei erantzundakoan albistea benetan eman behar dugun ala ez jakingo dugu. Sare sozialen garaian, herritar guztiok informazio zabaltzaile garen heinean, errazagoa da albiste faltsuak ibiltzea non-nahi. Iturriak kontsultatu behar ditugu informazioa benetakoa den ala ez jakiteko; eta hala eta guztiz ere batzuetan oso zaila izaten da jakitea zer gertatu den edo benetan gertatu denentz. Telebistan, albisteak hainbat azkarren emateko nahi edo desirak maiz gezurrezko datuak zabaltzea dakarkigu. Eta Twitter sarean kontuz ibili behar dugu gezur asko zabaltzen direlako bertan.

Gogora dezagun egungo teknologia digitalak erraz askoan ematen digula aukera albiste faltsuak sortzeko. Webguneak ere badaude egon langintza hori edonoren esku uzten dutenak The Fake News Generator bezala.

4. GAIA. ELKARRIZKETA TELEBISTAN

Genero dialogiko eta apelatiboen artean, elkarrizketa dugu genero nagusia. Genero horien artean galdetegia, prentsa konferentzia, estudioko gupil informatiboa eta eztabaida saioak sartu daitezke.

Elkarrizketa, telebistaren arloan, prentsatik eratorria da, prentsako kazetariak sartu zuten telebistan. Prentsan elkarrizketa gehiago zen erreportaien osagarri, kazetariari datuak emateko erabilitako azpigeneroa, alegia. Elkarrizketaren bidez, berriemaileak datuak lortzen zituen eta horrela geroago idatzizko erreportaian sartzen zituen. Telebistan, aldiz, elkarrizketak garrantzi handia du, elkarrizketatuak eta elkarrizketagilea agertzen direlako, deklarazioak beren horretan ageri direlako iragazkirik gabe. Elkarrizketa elkarrizketatuaren nortasunaren islada da eta hitzekin batera keinuak eta gogoaren egoera ere ikusten eta entzuten du ikusleak.

Prentsa idatzian elkarrizketak ez dira hainbeste prestatzen. Telebistan, ostera, bai. Prentsa idatzian, elkarrizketatua ez da hain urduri, jakin badaki zenbait hitz elkarrizketagilearekin bakarrik partekatu ahal duela; horregatik batzuetan elkarrizketatuak "hau gure artean gera dadila" esaten du elkarrizketa prentsa idatzirako baldin bada. Formalitate txikiagoa dago prentsa idatziko elkarrizketan, telebistan baino.

Horrez gain, prentsa idatziko elkarrizketan erraza da deklarazioak okertzea, elkarrizketatuak egindako hitzak desitxuratzea, elkarrizketako zati batzuk ezkutatzea eta beste batzuk argitara ematea. Telebistan hori ez da gertatzen. Telebistan elkarrizketatuak ezin du esan manipulatu izan denik. Prentsa idatzian berriemaileak bi aukera ditu: elkarrizketatuaren hitzak boligrafoz apuntatzea edo grabazioa egitea. Azken bolada honetan telefono mobilak erabiltzen dira grabazioak egiteko. Telebistan, aldiz, grabazioa estudioan edo kanpoan egiten da eta hor gertatzen da zuzenean emitituz edo artxiboan gordez behin programaturiko emanaldia bukatutakoan.

Telebistako elkarrizketan oso inportantea izaten da elkarrizketatuaren elementu paralinguistikoak hartzea; horregatik, batzuetan, bi edo hiru kamera erabiltzen dira elkarrizketan parte hartzen duten pertsonen adierazkortasun keinuak ondo harrapatzeko.

Amerikako Estatu Batuetako CBS kateak honako planteamenduak egiten ditu telebistako elkarrizketak ondo burutzeko:

1. Ahalik eta gehien jakin behar du berriemaileak gaiaz.
2. Elkarrizketa zuzenaren eginez gero, berriemaileak birritan pentsatu behar ditu galderak egin baino lehen.
3. Arreta jarri behar diegu elkarrizketatuak egiten dituen deklarazioei, horrela datu interesgarriak edo alde aurretik galdetegian ez zeudenak aterarazteko. Sarritan, elkarrizketatuak norabidea markatzen du eta berriemaileak jarratu egin behar dio, aurretik prestatutako galderak albo batera utzita.
4. Galderak gaiarekin zerikusi dutenak izan behar dira.

5. GAIA: TELEBISTALARIEN INFORMAZIO ITURRIAK

Azken urteotan asko aldatu da panorama telebistako informazio saioen idazgeletan erabilitako iturrien esparruan. Batez ere Web 2.0 zerbitzuak eta Twitter sortu zirenetik, iturriak bestela ikusten dira. Garai batean informazio iturriak Efe, Vasco Press, France-Presse eta antzekoak ziren nagusi. Gaur egun, nahiz eta informazio agentzia profesionalak ere baliatzen diren, sarritan sare sozialak ere erabiltzen dira azken uneko albisteak emateko. Iturriak desberdinak izan daitezke hainbat faktoreren arabera. Horrela, kokapen geografikoa, joera ideologikoa edota telebistak darabilen hizkuntzaren arabera aski diferentek izan daitezke telebistek darabiltzaten iturriak.

Informazio saioetan erabiltzen diren iturri nagusiak:

5.1. ALBISTE AGENTZIAK

Ohiko informazio agentziak hedabideak albistez hornitzeko ziren XIX. mendeko bigarren erdialdean. Beren lana burutu ahal izateko, korrenpentsal edo berriemaileak dituzte. Berriemaile horiek notiziak jaso eta berehala bidaltzen dituzte egoitza zentralera, geroxeago informazio hori ahalik eta lasterren igortzeko hedabide edo enpresei. Albisteak uneoro bidaltzen dituzten agentziak asko dira munduan. Nazio bakoitzak albiste nazionala edukitzen du. Horrela, Frantziak *France-Presse* edo AFP izeneko agentzia du, Espainian Efe deritzona dago, Errusiar Federazioan Sputnik, Estatu Batuetan AP eta UPI, Britainia Handian Reuters, edo Txinan Xinhua izenekoa.

Nafarroako komunitate autonomoetan *Vasco Press* izeneko albiste agentzia existitu zen 1982. urtetik, baina 2015ean atek itxi behar izan zituen krisiagatik.

Informazio agentziek bidaltzen duten materiala abiapuntua izan behar dela telebistalariak informazioa burutzeko, geroago informazioan sakontzeko. Berridatzi egin behar da agentzietatik heltzen zaigun informazioa datu gehiago lortuz eta informazioa egiaztatuz.

5.2. TELEBISTAKO BERRIEMAILEAK

Telebistako berriemaileek albisteak hautatzen dituzte lehenik, informazio saioko arduradunekin kontsultatuz. Albiste unitateak telebistalariak beraiek sortuak edo aurretik emandakoak izan daitezke. Bigarren kasu honetan, telebistako berriemaileak ez dira iturriak edo sorburuak; lehenengoan, aldiz, informazioak berriemaileek beraiek landuak eta hastapenetik eginak direnean, iturri bilakatzen dira. Horrexegatik dira inportanteak telebistek nazioarte mailan dituzten berriemaileak.

Kanpoko berriemaileak edo korresponentsalak bidaltzen duen informazioak errealitatearekiko duen harremana zuzenagoa da, eta ondorioz, sinesgarritasun handiagoa ematen digute.

5.3. ENTZUNALDIAK ETA IKUSTALDIAK

Beste hedabide batzuek esaten dutena ere kontutan hartu behar dugu albisteak eman baino lehen, eta iturri moduan erabili.

Entzunaldiak irrati edo telefono bidez egin ditzakegu, eta ikustaldiak beste telebista kanalak ikuskatuz. Horrela, ETB 1eko berriemaileak ez du ikusiko ETB 2ko informazio saio batean ematen dutena, baina bai Frantziako telebistetan edo Espainiakoetan zer-nolako albisteak ematen dituzten. Nazioarteko kanalak ikuskatzea ere ona da; hala nola, Russian Today, Txinako nazioarteko telebista, Aljazeera telebista, DW alemana, CNN, BBC eta abar.

5.4. ALDIZKARI, ARGITALPEN ETA KAZETAK

Prentsa idatzia eta aldizkariak ere informazio iturri bilaka daitezke telebistalariarentzat informazioak jasotzeko unean. Argia, Anboto, Berria eta enparauak gure idazgeletan eduki behar ditugun baliabideak dira iturri moduan. Lokalak, eskualdekoak edo nazionalak beti dira informazio ekai edo iturri, gure albisteak osatzeko orduan. Paperezko beste iturri batzuk entziklopediak izan daitezke, non datu interesgarriak topa ditzakegun.

5.5. ARTXIBOAK

Artxiboetan datu interesgarriak aurkitu daitezke. Politikariek noizbait esandako xeblekeriak edo kontraesanak topatu ahal ditugu. Artxiboak garai batean paperak gordetzeko egiten ziren; gaur egun, disko gogorretan edo Blockchainen gorde daitezke datu horiek.

5.6. INTERNETEKO BALIABIDEAK

Interneteko baliabideen artean Twitter eta Youtube izan daitezke kanal nagusiak informazio interesgarriak edo datu berriak eskuratzeko, baina gainerako sare sozialak eta Blockchaineko hedabideak ere kontsultatu ditzakegu informazio saioak profesionalago bihurtzeko.

Twitter mikroblogging sareari esker beste inon topatuko ez ditugun datuak eskuratu ahal ditugu. Gainera, gogora dezagun sare sozial horretan bideoak ere agertzen direla, oso adierazgarriak diren datuak dituztelarik.

Wikipedia eta Wikinews ere ohiko beste iturri batzuk izan daitezke. Hala ere, gogora dezagun Wikipediako datuak ere ondo txekeatu behar ditugula guztion entziklopedian ere datu okerrak agertzen direlako.

5.7. GAINERAKOAK: KOMUNIKAZIO KABINETEAK ETA IKUSLEAK

Komunikazio kabineteak, enpresetan daudenak edo erakunde pribatu eta publikoetan egon daitezkeenak. Kabineteen zeregina oso loturik dago errepresentatzen duten enpresa edo erakundeekin; hortaz, inportantea da kabineteek ematen dituzten datuak kontuz tratatzea.

Bestalde, ikusleak ditugu, idazgeletako berriemalleekin harremanetan jartzen diren ikusleak, informazio kontrastatuak eta ezkontrastatuak bidaltzen dituztenak. Datu horiekin ere kontuz ibili behar dugu.

6. GAIA: PUNTUAZIOA, IZENAK ETA KARGUAK

6.1. PUNTUAZIOA, TELEBISTARAKO INFORMAZIO TESTUETAN

Telebistarako informazio testuak idazteko orduan, ohiko errakuntza da prentsa idatzirako idazten diren testuak bezalakoxeak egitea. Telebistako hizkuntza ahozko mintzairatik hurbilago dago idatzizko hizkeratik baino. Hortaz, puntuazioa ahozko mintzairari egokitu behar zaio.

Hitz egiteko testuak idazten ditugula pentsatu behar dugu. Emilio Pradok gogorarazten digun bezala "puntuazioak azaldutako ideia bere soinu unitatearekin erlazionatzeko balio du; beraz, unitate fonikoak adierazteko eta ez unitate gramatikalak adierazteko, kultura idatzizkoan egin ohi den bezala". Prado irakasleak pentsatzen du ikusentzunezko hedabideetan aski eduki behar genukeela koma eta puntuarekin. Etenaldi labur eta logikoak egiteko koma baliatu behar, eta puntua (apartekoa edo segidakoa) unitate fonikoak bereizteko edo amaitzeko. Hala ere, puntu eta koma jartzea ere lagungarria da etenaldi laburtxoak egiteko eta ondoren lotura jartzeko.

Gidoiek eta makoek gogoeta eragiten digute diskurtso orokorraren barruan, informazioan komenigarria ez den dramatizazioa, alegia. Telebistako albisteak idazteko unean komenigarria da aparteko bi esaldi egitea, perpaus bakoitza bere balioarekin doalarik. Beste erremediorik ez badago zenbat eta hitz gutxiago, hobeto.

Komatxoak ezin erabil daitezke. Telebistan, letra mota ezin alda daiteke, ezta kurtsibaz edo beltzean ipini ere. Hala ere, badugu zerbait hoberik: ebakiak edo lekukotzak. Hauek ez baleude, gure errekurtsua zeharkako estiloa litzateke. Adibidez: "... (e)la esan du". Esaldi oso ezagunak badira, bestela: "basoa baso da eta platera plater" esan du Rajoy presidente espainiarrak. Hortaz, esaldiak oso laburrak edo esamoldeak direnean eta herritarrek ongi ezagutzen dituztenean posible da ahotsa apur bat bortxatuz esaldi ulergarriak esatea.

Beste pertsona baten zerbait aipatzen dugunean, aipuaren hasiera eta amaiera argiki uzten dituzten hitzeko errekurtsuak erabili behar ditugu. Esaterako: "... hau guzti hau izan da Urkullu lehendakariak prentsaurrekoan esandakoa".

Irakurketa ondo taxutzeko arnasketa-ahalbideak hartu behar ditugu aintzakotzat eta baita irakurketari eman nahi diogun intentzioa ere. Hiru aholku jarriko ditugu:

1. Sarritan mekanikoki irakurtzen duguna, bestela irakurtzeko, beste intentzio bat emateko edo ondo ahoskatzeko, testuan ebakiak egin ditzakegu, horrela irakurtzea komeni zaiguneko esaldiak edo hitzak hobeto errateko. Hau egiteko, honako marra hauek erabil ditzakegu: /.../ edo //...//.
2. Erranahi berezia duten hitzak azpimarratzea. Esaldian eragin komunikatibo gehien duten hitzak azpimarratu ahal ditugu.
3. Esaldi laburrak eta luzeak egin, irakurtzerakoan arritmia sortzen laguntzeko. Era horretan testuak errazago heltzen dira ikusentzulearengana.

6.2. IZENAK ETA KARGUAK

Protagonisten izen-deiturak notziaren parte garrantzitsua dira. Izenek pertsonalizatu egiten dute gertaera, eta sinesgarritasuna ematen diote albisteari. Protagonista oso ezaguna ez denean, izen-deiturak esatea komeni da. Protagonistak ezagunak direnean, hasieran aipatzea komeni da, entzuleen arreta lehen unetik gurekin edukitzeko.

Izen-deiturak ebakitzeko zailak direnean, mako edo parentesi artean ebakera zuzena jartzea komeni da, edo gutxienez, lehen aipatutako marra makurtuak ipini erne ibil gaitezen ahoskatzeko momentuan. Esaterako, Karol Józef Wojtyła (Boitila)"

Bestalde, protagonistak kargu bat baldin badu, kargua aipatu behar dugu izena baino lehenago. Pertsonaia oso ezaguna denean, ez da beharrezkoa kargua aipatzea, ezta izena ere, deiturarekin nahikoa baitugu. Izena ahoskatzeko zaila izanez gero eta pertsonaiak kargu bat badu, hobe da kargua aipatzea izena baino.

Batzuetan izengoitia erabil dezakegu, baina beti protagonistak ere erabili ohi duenean.

7. GAIA. HITZ-LABURTZAPENAK, ZENBAKIAK ETA KOPURUAK TELEBISTAKO INFORMAZIO TESTUETAN

7.1. HITZ-LABURTZAPENAK

Laburdurek izaera grafikoa dute; siglak ahoskatu egiten dira.

jn. : jauna adierazten duen **laburdura** da

Renfe: **sigla** edo akronimoa da (Red Nacional de Ferrocarriles Españoles)

Telebistan eta irratan siglak orokorki ezin dira erabili, salbuespenak salbuespen. Laburdurak ere saihestu egin behar ditugu, gidoitik edo testuetatik kenduz, laburdurak ez baitira ahoskatzen.

Telebistako testuetan maiz esaten ditugu siglak: CIA, FSB, ELA, LAB, NATO, LSD, TNT, Unesco, Unicef.... Esangura oso zabaldua dagoenez, ez dugu bakoitzaren esanahia jarri beharrik. Ezagunak ez diren siglen kasuan akronimoaren esangura erran behar dugu, ondoko kasu honetan bezala:

ABE delakoak, hots, Afrikar Batasunaren Erakundeak, bakea lortzeko negoziaren alde egin

Behin akronimo ezezagunen azalpena entzun eta gero, sigla hutsa esan daiteke albistea segitu ahal izatea.

Gaur egun munduan dauden estatu batzuek laburkina daramate. Amerikako Estatu Batuek prentsa idatzian AEB laburtzapena sortzen dute. Telebistan ezin dugu erabili AEB laburdura, izen osoa idatziko dugu, *Amerikako Estatu Batuak*. Gainontzeko herrialdeekin ere berdin jokatu behar dugu. Bestalde, siglak edo akronimoak silabikoak edo letraz letrakoak izan daitezke. Esaterako, PSOE sigla ahoskatu ahal dugula letraz letra edo silabikoa ere izan daiteke ahoskera; bi modu desberdin sigla hori ebakitzeko, onargarriak diren bi molde (psoe edo pesoe).

Zenbakien ordinalak egiteko euskaraz "garren" atzikia erabiltzen da eta normalean .gn laburdurarekin ordezkutzen da. *Zortzigarren* adierazteko 8. edo 8gn. Bi formak alboratu behar ditugu telebistan (zortzigarren).

7.2. ZENBAKIAK ETA KOPURUAK

Zenbakiak edo kopuruak baliatu behar ditugunean, aintzat hartu beharreko arauak telebistan zein irratan:

1. Ez erabili zenbaki-zerrendarik. ahalik eta zenbaki gutxien idatzi. Albiste baten barruan kopuru batzuk badaude, guztiak pilatu eta esan, baina beren arteko diferentzia emanez edo batuketa aipatuz.
2. Albistea ez da hasi behar inoiz zenbaki edo kopuru zehatz batekin, batez ere kopurua hiru zifra baino gehiagokoa bada. Albistearen mamia kopuruan badatza, biribiltzeko joerarekin eman behar da zenbakia
3. Kopuruen biribiltze hori hiru zifra baino gehiago dituzten zenbakiekin gertatzen da. Hori egiteko orduan, honako esamolde hauek erabil ditzakegu: ... *inguru*, ... *gutxi gorabehera*, *-(r)en bat*.
4. Zifra bat edo bi dituzten zenbakiak zifrak erabiliz idatz daitezke. Hiru zifra baino gehiagokoak badira, letraz edo hizkiz idaztea komeni da. 1 eta 11 zenbakiak letraz idatzi ohi dira, baita pasartearen hasieran agertzen den edozein zenbaki ere.
5. Frankzioak edo zatikiak idatzi egiten dira. Ezin daiteke zeinu aritmetikorik erabil: 1/6, 3/8, etab.
6. Ez da komeni % zeinua erabiltzea, horren ordez *ehuneko* hitza jarri behar dugu.
7. Orduak jartzeko orduan, letrak erabili behar ditugu: *arratsaldeko bost térdietan*
8. Datak zenbakiz edo zifraz jarri behar dira, dagozkien deklinabide kasuak ipiniz. *1988ko otsailaren 12an...*
9. Zenbaki ordinalak letraz idatzi behar dira: *lehenengo*, *zortzigarren*, *hogeita zazpigarren...*
10. Telefono zenbakiak banan-banan edo binaka/hirunake jarri behar ditugu (zifrak erabiliz), baita horrelaxe ahoskatu ere (euskaraz aipatzean, hobe da banan-banan adieraztea).
Adibidez: 9-4-6-0-1-2-0-0-0 edo 94.601.2000
11. Milioi eta bilioi hitzekin nahastea gerta ez dadin *bilioi* hitza idazten dugunean, komenigarria da "b-z, bai" errepika ipintzea, geroago mikrofonoz esateko. Adibidez: *Bi bilioikoa da, b-z bai, aurrekontua*.
12. Hau guztia horrela idatzi behar da, albistearen mamia edo gakoa kopuruan ez badago. Esaterako, Everest tontorraren altuera edo loteriaren zenbakia denean salbu.

Datu kazetaritzan oinarriturik, telebistatik gero eta notizia gehiago ematen ditugu, kopuruz beteta daudenak.

Eta hori dela-eta, komeni da, ahal delarik, infografiak jartzea kopuruak ulergarriago egitearren.

8. GAIA. HITZAK ETA TESTUAK AUKERATZEN TELEBISTAKO INFORMAZIOA BURUTZEKO

Bistan denez, telebistan badugu eduki printzipio bat, beti aplikatzen duguna telebistako informazio saioetan: ulergarritasunik handiena lortu behar da. Horrek ahozko estiloa sortzen du, hau da, istorioak ahoz kontatzen ditugun bezalaxe kontatu behar dira telebistan ere. Erraz irakurri ahal izateko estilo idatzia erabili behar dugu telebistako idazgelan. Testu argiak eta xeheak izan behar dira. Informazio saioetan literaturan erabiltzen diren hitzak albo batera utzi behar ditugu.

Berriemaileak, hots, hizlariak argi eta garbi kontatu behar dio gertakaria teleikusleari, estilo kolokiala baliatuz. Estilo edo molde hori, hala ere, ez da inprobisatua izan behar, ezta erredundantea edo zatarra ere. Testu ulergarriak egin behar ditugu, ahoz esateko direnak.

Telebistako informazio saioetan dabilzan berriemaileek hitz laburrak eta xeheak edo arruntak erabili behar dituzte. Horren zioa oso sinplea da: silaba bakarreko hitzak edota arruntak hobesten baditugu, ulergarritasuna handiagoa izango da hitz ez-erabiliak eta luzeak (hiru silabakoak, kasurako) erabiltzen baditugu baino. Adibideak asko izan daitezke. Ekar ditzagun hona zenbait:

antzina/aurrera: kasu honetan aurrera hitza hedatuago dagoenez, horixe hobetsiko dugu

deitu/hots egin: beste kasu honetan deitu aditza hobetsiko dugu usuago erabiltzen dugulako

heldu/ailegatu: bi aukera hauen artean, heldu aditza da hobetsiko dena, ailegatu aditza literaturarako utziz.

lehenengoz/estrainekoz: hemen ere bistan da estrainekoz hitza literaturarako utzi behar dugula.

Batzuetan neologismoak idatzi eta esan beharko ditugu gure informazio testuetan ulergarritasuna handitzeko xedez.

Adjektiboen kasuan, lehenengo eta behin esan dezadan maiz ez direla beharrezkoak informazio testuetan. Adjektiboek zama ideologiko handia dute. Adjektiboz betetako estiloa edo estilo loretutzat ezagutzen duguna, telebistako informazio zerbitzuetan erabili behar den moldearen aurka doa. Adjektiboek bazter uzten dute berriemaileek ukan behar duten objektibitatea. Zuzenak izateko oztopoak jartzen dituzte adjektiboek. Adjektiboak behar-beharrezkoak direnean eta albistea zehazten laguntzen dutenean soil-soilik idatz daitezke; osterantzean, hobe da ez baliatzea. Adibideak: *deklarazio higuigarriak egin ditu Europar Batasuneko agintariak, hilketa nazkagarria egin dute soldaduek...* Adibide horietan, esaterako, bistan da adjektiboak soberan daudela.

Aditzondoei dagokienez, adjektiboekin gertatzen den bezala, zerbait argitzeko edo adierazteko edo notizia hobeto ulertzeko balio badute, orduan bai, erabil daitezke; bestela, hobe da ez erabiltzea. Adibideak: *Polito egin dute langileek lana ospitala horren arin eraikitzeko.* Adibide horretan, polito edo poliki hitza soberan dago, zeren eta aditzondo horrek gainera bi esangura baititu: ederki eta astiro.

Ondoren, aditzak aipatu behar ditugu. Aditzak oso funtzio inportantea dauka esaldi orotan. Esaldiak eliptiko eraman ahal du aditza, prentsa idatziko titular edo lerroburretan batzuetan ikusten den bezala, baina telebistako informazio testuetan ezin dugu eliptiko utzi aditza. Telebistan esan egin behar dugu aditza ezinbestez. Bestalde, aditzen denboraz luze mintza liteke.

Telebistako informazio testuetan orainaldia eta geroaldia oso inportanteak dira iraganaldiaren kaltetan. Bistan da horren zio edo zergatia. Oraintxe edo berriki gertatu direnak kontatu behar ditugu, edota geroaldian jazoko direnak, bistan denez. Lehentxoagoa ere denbora interesgarria da zeren eta orain dela gutxi izandako gertakariak gaurkotasan zama handia baitute. Kazetaritzan esan ohi den bezala: "*albistek egun bakar batean zahartzen dira prentsan, zenbait ordutan telebistan eta minututan irratian*". Hortaz, telebistan ia irratian bezalatsu jokatu behar dugu gaurkotasanari behin eta berriz erreferentzia eginez, are gehiago gure aroan, zeinetan tokian-tokiko kanal asko baitaude. Halarik ere, gogora dezagun batzuetan iraganeko gertakariak ere gaurkotasunezkoak izan ahal direla, horrelako kasuetan aditzen iraganaldia erabiltzen dugularik.

Telebistako informazio saioetan, bada aditz bat sarritan aipatu behar duguna: esan/erran. Hori dela-eta, komenigarria da kontutan hartzea nafar hizkuntzan modu askotara esan ahal dela honako adibidean ikusi ahal dugun bezala:

Parlamentuko presidentek erran duenez (aditzera eman duenez, azaldu duenez, aipatu duenez, agertu duenez, aditzera eman duenez, aditzen eman duenez).

Juntaginei dagokienez, esan behar da partikula edo hitz horiek esaldiak luzatzea eragiten dutela, hau da, eta/baina/nahiz eta/baldin eta/zeren eta... bi esaldi batzeko aukera ematen digute. Beraz, telebistako informazio testuetan, modu kolokiala erabili behar dugunez, ez dirudi juntaginak behin eta berriz erabili behar ditugunik. Argi dago, erabili ahal ditugula, baina kontuz ibili behar dugu esaldiak ez luzatzearen. Gogora dezagun 18 hitzeko muga dugula perpausak burutzeko. Askotan hobe da juntagina kentzea eta bereiztutako bi esaldi egitea.

Interjekzioen inguruan zerbait esan behar bada, hitz horien erabilieraren debekua dagoela esatea aski da. Harridurazko esaldiek animo edo gogoaren egoera adierazten dutenez, tamalgarria litzateke albistegietan erabiltzea, objektibitateari eta neutraltasunari on gutxi egingo bailiekete.

Telebistako informazio testuetan esaldiek gehienez 18 hitz eraman ditzakete (bi lerro). Luzeagoak izanez gero, ahalegin handia eraginen ligukete gogo edo oroimenean gordetzeko, eta beraz ulergarritasuna bazter utziko genuke. Telebistan, esaldi laburrak eta egitura gramatikal arruntak dituztenak egin behar ditugu, gehienetan "subjektua-osagarria-aditza" egitura daramaten esaldiak hain zuzen ere.

Bukatzeko, aipa dezagun zalantza bat telebistako berriemaile guztiek noizbait beti eduki dutena: batzuetan informatzeko unean ez dakigu singularreko lehen pertsona edo pluralekoa zer erabili zerbaitetaz enteratzen garenean norbaitek esanda. Adibide honen bi posibilitate ikusiz hobeto ulertuko dugu:

Gurezte Gorrikoek esan berri didatenez (niri)

Gurutze Gorrikoek esan berri digutenez.... (guri)

Telebistako informazio testuetan bigarrena hobesten da, nahiz eta berriemailearen lan egoera ere kontutan hartu behar den, zeren eta desberdina baita telebistako langile finkoa izan ala zure kabuz lan egitea. Bigarren kasu horretan, zilegi izan behar da singularreko lehen pertsona erabiltzea, jakina.

9. GAIA. INFORMAZIO SAIO NAGUSIA: TELEBERRI

Telebistetako informazio saioak asko dira: notizia-aurreratzeak, orduoroko buletinak, saio bereziak eta abar. Adibide polita ikustearren, horra hor RT (Russia Today) kateak dituenak: denetariakoak eta Interneten ere argitaratutakoak. Hala ere, guztien artean bat nagusitzen da telebista kanal gehienetan: teleberri edo tele-egunkaria. Teleberriek informazioa nolabait jantzita presentatzen dute, ordenaturik edo nolabait antolaturik, albiste nagusiak eta bigarren mailakoak bereiztuz teleikusleari atsegin zaion moldea, telebista sortu zenetik ikusi dugun bezala. Hala ere aldaketak egon dira teleberriak burutzeko garai desberdinetan.

Telebistako informazio saio nagusiak edo teleberriak dira telebista estazioetako saio nagusiak maiz, eta gainontzeko saioak egituratzeko ardatzak. Denborak markatzen dituzte, goizetik arratsaldera pasatzeko marka uzten dute edota arratsaldetik gauera igarutzeko. Kanalek beti zaindu dute saio hau. Beraietan oinarritzen da gizarteari eman nahi dioten irudia, enpresarekin azkar identifikatzen dena. Bere buruari eman nahi dion irudia identifikatzen dute. Lerro ideologiko batekin lotzen da, baita negozio politika mota batekin, nolabaiteko profesionaltasunarekin, gaitasun teknikoarekin edo are zailagoa den zerbaitekin: gizarteari emaniko zerbitzuarekin (1). Eta epidemia edo gerra garaian berebiziko audientzia dute, Covid-19 birusaren garaian ikusi den bezala.

Telebistaren historian ikusi den bezala, hedabide honetako informazio saioek asko zor diote irratitari, irratitik jasotzen baitzuten informazioa telebistako lehen informazio saioetako berriemaile eta aurkezleek. Gogora dezagun Espainiar Estatuan esaterako 1952ko udako lehenbiziko teleberrietan aurkezleek irratiak entzuten zituztela geroago aurkeztu egiteko. Horren sinpleak ziren lehenbiziko teleberriak. Hastapen haietan irudiak oraindik ez ziren inportanteak. Garrantzitsuena aurkezle ona edukitzea zen, albisteak irakurtzeko ahots ona zeukan berriemailea hain zuzen ere. Dena den, orduko esperientziak haiek agerian jarri zuten telebistaren gaitasuna informatzeko eta etorkizunean bideoak erakusteko. Eta denbora joan ahala, ikusi zen beharra zegoela albisteak ondo antolatzeko eta zenbait ordu zehatzetan irratian lez eskaintzeko. Espainiar estatuan hasieran, kamerak kalera atera zirenean gaurkotasuna grabatzeko, NO-DOren ereduari segitzen zaitzaion. Zinema egiteko kamerak erabiltzen ziren kaleko irudiak grabatzeko. Hortaz, telebistako informazio saioek zinema eta irratitik zuten nolabaiteko menpekotasuna.

1960ko hamarkadaren amaieran tele-egunkariak irudia aldatu zuten frankismoaren garaian eta Europako ereduak elkarri kopiatzen hasi ziren nahiz eta zuri-beltzez eta zinemaren euskarriekin izan. Gogora dezagun lehenbiziko bideogailu portatitak 70eko hamarkadaren amaieran agertu zirela. Orduantxe ikusi ziren ordu erdiko teleberriak, albisteak sailakturik zeramatzatenak. 1990eko hamarkadara arte Espainian ez ziren aireratzen ordubeteko teleberriak, Latinamerikan eta Estatu Batuetan jada egiten ziren bezala. Gizarteak nola, horrelakoak teleberrien iraupenak ere.

Bestalde, 2020ra etorritik, teknologia aldetik, gauza berriak sartu dira teleberriak ikusgarriago egiteko, horietako bat Espainiako telebistan gauzatu dute 4k sisteman pantailak kontrolatzeko ondorengo irudian ikusten den bezala. Sistemak TDCControl du izena:

EITBk ere aldaketa garaia bultzatu du albisteak aurkezteko eran 2019eko irailean, denboraldi berrian. Hauxe da itxura aldaketa hori *Gaur Egun* albistegi nagusian, Xabier Usabiaga aurkezlea izanik. Teleberri-rena ere ikus daiteke (ETB2):

Espainiako telebistan *Telediario* deritzon informazio saio nagusiak zenbait emanaldi ditu: astelehenetik igandera bitartean: goizeko 6.30etan, eguerdiko 15.00etan eta gaueko 21.00etan. Informazio saio horien atalak honakoak dira: estatala edo nazionala, nazioartekoa, soziala, kirolezkoa eta meteorologikoa. Audientzietan dagokienez, bistan da telebista pribatuak aprobata zituztenean politikariek arras aldatu zirela Espainiako Telebista publikoaren kaltetan, Wikipedian agertzen den bezala:

Telebistetako informazio saioen panorama erabat aldatu zen telebista pribatuak sortu zirenean, boterean zeuden alderdi nagusiek prebendak edo lizentziak emanda talde ekonomiko batzuei. Teleberrietan publizitatea sartzen hasi ziren, ordura arte praktika txarra zena. Eta horrela, egunkari horiak bezala, telebista horiak ere agertu ziren,

non iritzia eta informazioa ez baitira bereizten. Beste ondorio bat honakoa izan da: kirolei buruzko atala eta eguraldiari buruzkoa independizatu dira teleberri nagusitik publizitatea sartu ahal izateko atal bi horien hasiera baino lehen. Horregatik gaur egun, telebista kate batzuetan kirola eta eguraldia aparte doaz, teleberrietako loturak hautsiz. Euskal Telebistan urtero egiten dituzte aldaketak informazio saio nagusietan eta beraietaz informatzeko Urtzi Urkizu Berria egunkariko kazetaria izaten da iturri ezinbestekoa.

Editorea da Teleberri saioa antolatzen duen pertsona. Ekaia edo materiala atondu behar du minututegia (minutado gaztelaniaz) burutzen duelarik. Editorea errealizadorearekin koordinazio ona eraman behar du informazio saioa ondo irten dadin. Editoreak aukeratzen ditu titularrak eta atalak, eta beraz, antolatzaile eta arduradun nagusia bihurtzen da nolabait. Badira, teleberriak, zeinetan 40 albiste gutxi gorabehera biltzen direnik, notizia eta erreportaia gutxiago dituenik ere ohikoa izan arren. Minututegian, gaiak eta albiste edo erreportaia bakoitzaren iraupena jartzen ditu editoreak. Horrexek markatzen du linea editoriala eta ideologikoa albistegian. Lerro ideologiko nagusi horri erantsi beharko zaio albiste bakoitzak eduki duen karga ideologikoa, jakina. Hortaz, bi lerro ideologiko ager daitezke albistegi batean, eta batean edo bestean lerro ideologikoez ez dute zertan berdianak izan behar.

Minututegian azken orduko informazio inportanteak ager daitezke bapatean. Horrelako kasuetan bada mekanika bat hiru aukera hartzen dituen Gabriel Perezek komentatzen duen bezala (2):

1. Azken orduko albisteak hartzen dira eta aurreikusitako batzuk kendu egiten ditugu. Editoreak usnamen ona eduki behar dute aukera hori burutzeko.
2. Bapatean heltzen diren albisteak sartzen dira aurreikusitako albisteen iraupena aldatzen. Hortaz, albiste batzuei denbora kentzen zaie berriak sartu ahal izateko.
3. Aurreikusitako minututegia mantentzen da eta notizia berriak sartzeko luzatu egiten da saioa. Horrela, aldaketarik ez da egiten.

Telebista da berriemaileentzako hedabide ahaltsuena eta teleberriak oso ondo zaintzen dira telebista kanal desberdinetan, bai handietan baita tokian-tokiko telebistetan ere. Deborah Potter-ek aipaturiko Jessica Grillanda irakasleak (3) hamar arau zehazten ditu, telebistako berriemaileentzat aintzakotzat hartu beharrekoak direnak. Hona hemen arauok, teleberrietako aurkezle eta editoreek aintzat hartu behar dituztenak informazioa teleberrietan ondo burutzeko:

1. Irudiak dituzuneino baino ezin duzu hitz egin.
2. Ez ezazu itxaron zure ikusleek bideoko testua edo tira irakur dezaten
3. Irudiak adierazkorragoak dira hitzak baino
4. Ez kontatu irudietan dagoena, ageri ez dena esan
5. Erreferentziatu zure irudiak
6. Klitxeak saihesten edo bazter uzten saiatu
7. Kronometratu: egokitu hitzak dituzun irudiei
8. Zenbaitetan hobe da irudiek beraiek adieraz dezatela adierazten dutena, mintzatzea baino
9. Ez ahaztu soinua: esaterako, jendetzaren txaloak entzunaraztea beharrezkoa bada, egizu ezbairik gabe.
10. Eta batez ere... informazioa kontatzen duena zu-zeu zara: sekuentziak grabatzea, scriptean kronometratzea eta soinu naturala hartzea alferrik dira, baldin eta ohiko 5 galderetakoa kontatzen ez baduzu. Behin amaitu ostean, eseri eta galdetu zeure kolkorako informazioa ondo kontatu duzunentz. Horixe da zure lana.

10. GAIA. TELEBISTAKO IDAZGELAK

Idazgelak berriemaileentzako langelak dira, bistakoa denez. Idazgelan, albisteak ekoiztu, idatzi eta saioak burutzen dira atxikita egon ohi diren estudioetan. Idazgelen tamaina desberdina da. Tamaina informazio erakundeak kontrataturik dituen berriemaile ororen arabera da. Hortaz, tokian-tokiko telebistetako idazgelak montatzeko momentuan, berriemaile kopurua, behar diren estudioak eta hardwarea aintzat hartu behar. Horren arabera planifikatzen da idazgela, beti ere, gogoan izanik lan egiteko toki aproposa izan behar dela.

Gaur egun, telebistako idazgelak multimedia idazgelak izaten dira, bertan Interneterako eta beste kanal batzuetarako edukiak ere ekoizten direlako. Telebista handia baldin bada, Interneten ere badu seguraski gune inportantea eta hori berori ere administratu behar da nondik edo nondik. Idazgela dago horretarako, telebistako informazio saioak eta gainerakoak egiteko eta aurretik prestatzeko. Horregatik idazgeletan bada elementu nagusi bat, berriemaile guztiek erabiltzen jakin behar dutena: ordenagailua. Konputadoreak berriemaileen lantresnak dira eta Internetetik informazio iturriak aurkitu ahal diren bezala, fitxategiak sortu eta gordetzen dira disko gogorretan zein hodeian, hots, onlineko zerbitzarrietan.

Tokian tokiko telebista txikiek, gaur egun, honako zerbitzu hauek baliatu ahal dituzte Sarean fitxategiak gordetzeko. Idazgela nongura egoteko lehen urratsa izan daiteke hauetako zerbitzu bat edukitzea, berriemaile finkoek eta kontratatuek balia ditzaketanak:

1. Mega (Kim Dotcom, Zeelanda Berrikoa) <https://mega.nz/>
2. Google Drive (Google) <https://drive.google.com/start>
3. Dropbox (Amazon enpresaren hodeian) <http://dropbox.com>
4. iCloud (Apple) <https://www.icloud.com>
5. OneDrive (Microsoft) <https://products.office.com/en-us/onedrive/online-cloud-storage>

Zerbitzu handi horiez gain, badira beste batzuk, interesgarriak izan daitezkeenak: SpiderOak, Cox, Box, Wuala, Minus, SugarSync, Syncplicity, Nomadesk, Tonido, GoodSync eta abar (1). Dena den, idazgelako berriemaile edo kazetari guztientzat hautatu nahi badugu bat, azterketa sakona egin behar da abantailak eta desabantailak ikusiz. Hautaketa prozesu horretan, seguraski, elementu inportantea izan daiteke idazgelako ordenagailuetan dagoen sistema eragilearen hautua. Hortaz, bistan da idazgelan Ubuntu Linux sistema eragilea aukeratuz gero, Mega edo Drive izan daitezkeela aukera aproposenak; edo ordenagailuak Apple enpresarenak izanez gero, iCloud zerbitzua hautatzea egokia izan daitekeela. Bestalde, gogora dezagun berriemaile bakoitzak bere kabuz ere eduki ahal duela onlineko zerbitzu horietariko bat eta ez dela zertan izan behar enpresak erabiltzen duen berbera, nahiz eta kasu batzuetan telebistako administratzaileek behartu ahal duten berriemaile, zerbitzu jakin bat erabil dezan.

Duela urte batzuk, Paul Bradshaw adituak (2008) oso modu eskematikoan islatu zuen nolako idazgela behar zen hurrengo urteetarako. P. Bradshaw-ek argiro ikusi zuen rol aldaketa zetorrela eta RSS eta Sare Sozialak aintzat hartzeko tenorea heldua zela. Sare Sozialen eta Web 2.0 mugimendua baino lehen, idazgelen organigrama eta funtzionatzeko era ohikoa zen, Pen And The Pad erakundearen gunean agertzen den bezala (2). Era tradizionalan, 5 rol edo postu egoten ziren: informazio, informazio editore edo lan banatzailea, erreportaria, ekoizlea eta berriemaile soila. Baina denboraren poderioz, telebistak eta informazio enpresak kontutan hartzen joan dira Paul Bradshaw-en antolakera, ondorengo organigraman agertzen dena.

Paul Bradshaw-ek agregatzaile edo *aggregator-sub* lanpostuan honako funtzioak eduki ditzakeela ikusten du: feed edo infojarioak hautatu eta bildu, informazio interesgarriari erreparatu eta hautatu, geroago publikatzeko edozein bitartekoren bidez (blogean, mikroblogean, wikian edo bookmarkguneetan, kasurako). MoJo adarra ere aipatzen du, hau da, Kazetaritza Mobila.

nolabaiteko mahai biribilak, espazio zabala eta ordenagailuak dira elementu deigarrienak. ETB erakundeak ere antzeko zerbait finkatu zuen lurretako estudioak utzi eta Bilborako aldaketa egin zuenean. Bilboko idazgela zabala eta handia da, bertan EITB erakundeak argitaratzen dituen informazio ekoizkin guztiak edo ia-guztiak egiten direlarik. Hemen duzue, Bilbon, EITBren idazgela nagusiari egin nion fotoa. Ikus daitekeenez, mahai biribilik ez dago aurrekoan bezala.

Beste erronka bat, telebistako informazio zerbitzuek dutena honakoa da: *in situ* edo informaziogunean egindako albiste produkzioa, hau da, idazgela nola eraman edozein tokitara berriemaileek notiziak osorik ekoiztu ahal izateko. Are gehiago gaur egun, kontutan harturik berriemaileek erabiltzen dituzten telefonoak, laptop eta tabletak. Ericsson enpresa suediarrek, esaterako, LiveEdge teknologia proposatu zuen etorkizuneko idazgela aurkeztuz orain zenbait urte (3).

Hortaz, teknologiaren garapenak aukera eman digu jada berriemaile edo kazetariak idazgela edonora eramateko, hau da, betiko idazgela zentraletik at egoteko notiziak ekoizten. Betiko idazgelatik landa dabilen kazetariak orain bideoa ekoiztu ahal du, RAW formatuko fotoak bidal ditzake edota Twitter bidez informazioa argitaratu. Dena da posible, estudio eta estazio mobilak baliatzea gero eta merkeagoak baita. Horrela, kazetaria idazgela zentrolean ez dagoen arren, online egon daiteke beti, informazioari aiduru. ETB erakundeak

Bukatzeko, hona hemen idazgela eredu bat, telebistalariak aintzat hartu ahal dutena erredaktoreek lana hobeto egin dezaten. Kontura zaitezte pantailak garrantzi handia dutela idazgela sortzeko unean. Pantailetatik heltzen dira albisteak eta sare sozialetako informazioak arakatzeko ezinbestekoak dira. Pentsa dezagun, esaterako Tweetdeck erabiliz gero pantaila zabala behar dela:

11. GAIA. GIZA AHOTSA ETA SOINUAK, TELEBISTALARIENTZAT

Gure entzumenak jasotzen dituen uhinek soinuak osatzen dituzte. Soinu hauek gogorak/ahulak, baxuak/zorrotzak eta harmoniadunak edo harmoniabakoak izan ahal dira. Soinuak jasotzeko orduan, mailak hartu behar dira aintzakotzat; ondoko taulan ikusten ditugunak erreferentziatzat har daitezke (dB: dezibel. Fisikan, soinu-intentsitatea adierazteko erabiltzen den unitatea).

Soinuaren ezaugarri edo kualitateak intentsitatea, tonua eta tinbrea dira.

Soinuaren intentsitatea neurtzeko, soinu horren gogortasun- edo ahulezi-maila neurtu behar da; intentsitatea audio-energiaren jarioaldiaren araberakoa da, hots, molekulen desplazamenduaren anplitudearen araberakoa, zeina aire-presioaren bariazioarekin erlazionaturik baitago. Soinu baten tonua adierazteko, grabea (baxua) edo zorrotza (altua) dela esanahi dugu; tonua, audio-oszilazioen maiztasun edo frekuentziak xedatzen dute: behe-frekuentzia izanez gero, soinu baxuak ditugu; aitzitik, goi-frekuentzietan soinu zorrotzak dagozkie; frekuentzia entzungarrien multzoa 20 Hz eta 20 kHz artean mugatzen da. Tinbrea, bestalde, soinuen pertsonalitatea da; nota berean finduriko bi musika-tresna desberdinek ez dute audio-sentsazio bera sortzen; harmonikoen presentziarekin dago erlazionaturik tinbrea; harmonikoak ondokoak dira: emititzen den oinarriko frekuentziaren frekuentzia multiploak; soinua osotzen duten frekuentzien espektroa, hots, harmonikoen maila eta anplitudea, "tinbre" deitzen diogunaren ezaugarriak ditugu.

Ahotsa, telebistako elementu nagusia da irudiarekin batera, bistan denez. Gizakiek daukaten ezaugarri bereziarena hitza baita, ideien kodifikazioa, ikusentzuleei transmititu nahi dieguna, alegia.

Euskararako Hiztegiak (1986) definizio hau ematen digu ahotsaz: "gizakiaren laringean sortuz, ahoko hutsunean moldea hartzen duen boza". Definizio honetan ahots berbaren baliokide bat erabili zen (boza), oso egokia ez dena. Bestalde, Euskal Hiztegiak (1996) Ibon Sarasolak definizio hau dakarkigu: "zintzurreko hariak dardaratzen direnean sortzen den hotsa". Horra hor, beraz, labur eta zehatz, ahotsaren azalpena.

Izan ere, definizioan sakonduz, ahots-kordek airean sortzen duten soinua da, biriketarik irtetean laringeko korden bibrazioaren efektua anplifikatzen duen airearen eraginez sorturikoa hain zuzen, burmuinak laringeko kordak ibilian ipintzen dituelarik.

Gizakiaren fonazio-sistema 3 aparatuek desberdinetan bana daitezke; hirurek bat eginez gero, giza ahotsa sortzen da.

- a) Arnas aparatua airea ematen digu, zeina bibrazioan ipiniz gero, soinu entzungarri bihurtuko den.
- b) Fonazio-aparatua, soinua kanpoan entzungarri egiteko edo bihurtzeko gauza den airearen bibrazioa sortzen duena.
- c) Erresonantzia-aparatua edo durundi-aparatua, sorturiko soinua aldatu eta finkatzen duena.

2. Fonazio aparatua

Bere organorik garrantzitsuena laringea da; onil edo inbutu baten itxura du laringeak. Bere zulo nagusia, faringearekin komunikatzen da goialdean. Eta zulorik txikiena, trakeaz edo zintzurresteaz, behealdean. Laringea zintzurrestekoa goiko bi oboen diferentziazioetik sortzen da. Faringearekin komunikatzen den zabalgunea epiglotis deitzen denaren bidez ixten da degluzioa egitean. Honen azpian estugune bat dago, zeinean goiko ahots-kordak dauden. Beharaxeago beste bi toles gehiago, bata bestetik oso hurbil, beheko ahots-kordak deitzen direnak, hiru ertzeko zulo baten mugakide (glotisa).

3. Giza ahotsaren tipologia

Giza ahotsaren tipologia sei mota desberdin topa ditzakegu:

1. Baxua: gizonezkoen ahots grabea.
2. Baritonoa: tenore eta baxuaren arteko ahotsa.
3. Tenorea: erdiko ahotsa, kontraltuaren eta baritonoaren artekoa.
4. Kontraltua: ahots ertaina, emakumeen ahotsen artean baxuena da.
5. Mezzoa: soprano eta kontraltuaren artean dagoen ahotsa.
6. Sopranoa: giza ahotsik zorrotzena edo altuena.

Mota hauez gain, badira beste bitarteko gama batzuk. Kontrabaxua ere sar daiteke sailkapen honetan, ahots hau ohiko baxuarena baino ahots grabea eta sakonagoa delarik.

Historian zehar, modak eta gustu estetikoaren garapenak izan direla-eta, ahots-mota batzuk potentziatu dira besteen kaltean.

Giza ahots onak hiru eskala eduki ahal ditu. Kontatzen denez, Felipe V.ari penak arintzeko abestiak kantatzen zizkion Carlo Broschi (1737) hiru eskala eta erdira heltzen zen.

Baina, ahotsak beste modu batez ere sailka daitezke, ahotsaren kalitatea eta inflexio eta intentzioa kontuan hartuz:

- 1) *Ahots estentorea* edo trumoi-ahotsa: ahots gogor eta indartsua. Ahots mardula da espazio akustiko osoa betetzen duena eta eszenan nagusi dena.
- 2) *Ezkila-ahotsa*: ahots energiko eta maiestuoso. Norberak duen konfidantza adierazteko erabili ohi da. Abenturazale eta jende ibiltari jakintsuendako erabiltzen da.
- 3) *Ahots argentinarra*: argia eta ozena. Tinbre atseginekoa eta metalikoa. Heroiarentzat erabiltzen ohi da. Galan edo jende dotorearendako erabili ohi da.
- 4) *Ahots beroa*: melodiatsua, harmoniatsua eta meloso edo eztitsua da. Bere baitarik asko komunikatzen duen ahotsa da. Emakume fribolo eta sentsualentzat erabiltzen da, baita gizonezko andreko eta seduktoreentzat ere.
- 5) *Ahots gozoa*: aurrekoarekin nahas daiteke. Honek, ordea, lotsa, ingenuitatea eta maitasuna adierazteko balio du. Suabea da, erregutzen duen pertsonarena bezalakoa. Gizonezko lotsatentzat ere erabiltzen da.
- 6) *Ahots zakarra*: ahots opakoa da, indarririk eta sonoritatearik ez duena. Agure-atsoentzat erabiltzen da.
- 7) *Patar-ahotsa*: ez da batere harmoniatsua. Mozkorti eta biziotsuek dutena bezalakoa da.
- 8) *Maritxu-ahotsa*: ozena, deigarria, txutxu-mutxuka aritzen direnena bezalakoa, baita maritxuena ere.
- 9) *Ahots zuria*: haurren ahotsa da.

12. GAIA. ARNASKETAN TELEBISTALARIEN BAITAN

Mikrofono batetik mintzatzeko gauzarik garrantzitsuena, arnasketa ondo egitea da. Ezinbestekoa da sudurretik aire asko hartzea, berba egiten hasi aurretik. Cristina Romo-k dioskun bezala (1987, 51), arnasketa giltzarria da aire-jarioa menperatzeko eta horrela airearen botatzea era batera edo bestera izan dadin. Arnasketa ez da nabaritu behar, egiten ditugun etenaldiak aprobetxatuz egintza hori burutzeko. Beti ere sudurraz egin behar dugu arnasa sartzea, sartutakoan airea gordez, zeren aire-erreserbarik gabe geratzen bagara, mikrofonotik esandako azken silabak itzali egiten baitira; indarrrik gabeko hitz bilakatzen ditugu, alegia.

Arnas mugimenduak bular-kaiolaren dilatazio eta uzkurduren bidez sorturiko egintza da arnasketa, dilatazioa eta uzkurdua elkarren segidakoak direlarik. Mugimendu bakoitza denboraldi bitan deskonposatzen da:

— Arnas hartzea edo aspirazioa: airea biriketan sartzen da.

— Arnas botatzea edo espirazioa: biriketan metaturiko airearen parte bat irtetea.

Hiru arnasketa-mota daude:

a) Toraxaren goialdeaz egiten dena (bular-arnasketa). Europan nahiko ohikoa da; andrazkoek egin ohi dutena, baita beren irudia ondo gorde behar duten pertsonena ere: faxadun exekutiboena edo arropa estua daramatenena.

b) Behe-sabelaldeaz egiten dena. Abdomina edo ziborraldea handitu edo zabaldu egiten da, bularra higitu barik. Antzerki-eskoletan oso erabilia.

c) Arnasketa osoa edo diafragmatikoa. Aipaturiko bi aldeez egina. Sabelaldearen arnasaldia nagusitu egiten da. Higienikoena eta funtzionalena da. Umeez eta animaliek egin ohi dute. Izan ere, era hau naturala da, besteek jatorri kulturala duten bitartean.

Bistakoa denez, fonazioak airea behar du. Airea mintzatzeko edo kantatzeko lehengaia da. Irratitik mintzatzea eta mikrofonoa itzalita mintzatze soila, ez dira gauza bera. Gure ahotsa uhinetatik doala jabetzean, "irratia bizitzen ari zarela" esan ohi da; honek bihotzaren taupadak azkartzea dakar, burmuinera doan odola areagotu egiten da eta "tentsioa" sortzen da irratiko esatariarengan. Hortaz, oxigeno gehiago erretzen da irratitik mintzaten garenean. Adrenalina gehiago jariatzen zaigu, arrisku-sentsazio bat nagusitzen da gutaz (txarto aterako ote? galdetzen diogu geure buruari). Urduri edo artega jartzen garenean, arnasketa diafragmatikoa ondo egitea kostatu egiten zaigu; orduan bular-kaiolaz egiten den arnasketa da erabiltzen duguna, eta konturatu gabe lepoak eta bularreko giharreak jasotzen ditugu, arnasa egiteko daukagun ahalmen osoa martxan ipintzen ez dugularik.

Egia esan, ezin da arau finkorik eman arnasa egiteko modu onena zein den erabakitzeko; pertsona bakoitzak berea dauka. Esate baterako, andrazkoek gehiago garatu dute bularreko arnasketa. Irratian, kirol-emanaldietan edo hondamendiak jazotzen direnean, kontrolaezinezkoak dira zirrarak. Kasu honetan, irratilariak ahaleginak egin behar ditu arnasketa osoa edo diafragmatikoa egiteko. Hitz egitean arnasaren bolumen osoa erabiltzea komeni da, eta honetarako arnasketa diafragmatikoa egin behar dugu. Behean etzanik eta esku bat sabelean eta bestea bularrean ditugula, ariketa ona izaten da konprobatzea nola, arnasa hartzean, lehenbizi sabeleko eskua altxatzen den, eta jarraian bularrekoa (dena fase bakar batean egin behar da). Hatha-yogaren bidez hagitz ongi ikasi ahal da arnasketa hau egiten.

13. GAIA. FONOLOGIA ETA FONETIKA

Telebistalariak hitzak eta soinuak ditu lankide egunero. Takean-potean ahoskatu behar ditu aldez edo moldez, maiz letra eta soinuen esparru teoriko-praktikoaz zalantza-malantzetan egon eta ideia handirik izan ez arren. Hori hastapenetik kontzeptu batzuk argi ez dituelako gertatu ohi da horrela. Teoriari gagozkiola, eta lehenbiziko urrats modura, ongarria da fonologia eta fonetika bereiztea. Euskal fonologiaz gehiago sakontzeko, Txillardeggi irakasleak egindako lana da erreferentzia nahitaezkoa (1982).

Jakina denez, letrak ikur grafikoak dira, hizkuntzek dituzten fonemak idatziz adierazi ahal izateko. Letren kopurua eta hizkuntzek dituzten soinuen kopuruak ez dira zertan berdinak izan, bistan denez. Badira letra batzuk, fonema bat baino gehiago errepresentatzeko balio dutenak. Horrela, esaterako, g kontsonanteak hiru fonema eman ditzake euskaldun peto eta diglosikoen artean (hala ere, euskal alfabetoan “ge” izendapena daukan letra honek maileguzkoak eta arrotzak ez diren hitzetan soinu horixe, besterik ez du eman behar, “gu gara” hitzetan dagoena hain zuzen ere). Izan ere, fonemak fonologiari atxikitzen zaizkio eta George Yule-k (1996, 66) definitu bezala, “hizkuntzan esangurak bereizten dituzten soinuak dira”. Hortaz, fonologia hizkuntzen soinuen sistema eta eredu deskripzioa da.

Fonologian soinu-ereduak aztertzen dira. Jakintza honek izaera teorikoa dauka eta lengoaiaren aspektu mental edo abstraktuen gainekoa da, ez inola ere hizkeraren soinuen artikulazio fisiko zehatzaren gainekoa, azken horretarako fonetika baitugu. Fonemak barra makurren artean idazten dira.

Fonemak unitate abstraktuak dira eta fonetikan, aldiz, soinu ez-abstraktuak aztertzen dira. Errealitatera daramagunean, fonemak soinu desberdinak ematen ditu. Soinuen bertsio horiei fono izena ematen diegu eta kortxete artean idazten dira. Fono-multzo bat daukagunean, fonema baten bertsioak alegia, alofono hitza darabilgu. Beraz, fonetikak hizkeraren soinuen ezaugarrien estudio orokorra egiten du. Fonetikak zenbait adar ditu (akustikoa, auditiboa...) eta guri adar horietatik interesatzen zaiguna, kazetarientzat ongarri delako eta praktikotasunaren esparruan lagundu ahal digulako, fonetika artikulatorioa da.

Fonetika artikulatorioan hizkerako soinuak nola egiten diren erakusten da, irratilari eta telebistako berriemaileentzat ezinbestekoa dena, informazioak ikusentzuteko hedabideetatik taxuz eta egokiro aurkeztu ahal izateko.

14. GAIA: TELEBISTAKO KRONIKA

José J. Muñoz eta César Gil autoreek definitu duten bezala, kronika “egileak ematen dizkion elementu formal edo literarioak dauzkan informazio garatua” da. Kronikaren oinarrian notizia bat egon daiteke, edo notizia-sorta bat, beren denbora-koinzidentziak zein prozedentziak zein tematikak lotzen dituzten notiziek osatzen dutena.

Informazio hutsaren eta kazetagitza interpretatiboaren artean dago. Ez dugu ahantzi behar, datu gaurkotuak edukitzeaz gainera (informazio hutsa), kazetariak bere erara molda ditzakeela datuak. Izan ere, zilegi da albisteetan baino hiztegi aberatsagoa erabiltzea, baita xehetasun anekdotikoak edo garrantzi gutxiagokoak sartzera ere. Telebistalariak bere ikusmiratik atontzen ditu datuak kronikan sartzeko.

Kronikan “sarrera” edo “lehen pasarteak” ez du zertan albistearen gaiaren laburpena izan, notizian jazotzen den bezala.

Alde batetik, estilo-malgutasuna onartzen da, eta bestetik, egokitu egin daiteke albistegi bateko notizien eta bloke edo atalen arabera. Zuzenean zein grabaturik, kronista hizlari-aurkezlearekin edo albistegiko gidariarekin gera daiteke aurretiaz, hasiera edo sarrera kolokiala egiteko, informazio saioari bizkortasuna eta gorputzasuna-edo emateko asmoz.

Gaiari gagozkiola, kronikak mota honetakoak izan daitezke: legebiltzarretiko kronika, kronika beltza (edo gertaera-kronika), kirol kronika, zezenei buruzko kronika eta abar. Gogora dezagun kroniketan kazetariak figura literarioak erabili ahal dituela. Kronika ez da erreportaia, zeren kronikan malgutasuna baitago genero interpretatiboaren artean sartu ahal baitugu.

Prozedentzia edo etorkiari dagokionez, normalenak ondokoak dira: korrespontsal edo berriemateak bidaltzen dituztenak eta “bereziki igorritako kazetariak” bidalitakoak.

Korrespontsala, leku jakin batean dagoen berriemailea da, berari dagokion eskualde zein herri zein nazioan sortzen diren albisteak jasotzeaz arduratzen dena. Behin albisteak jasoz gero, irrati-emandegira bidaltzen ditu bere ahots propioaz. Telebistek sarritan berriemaileak dituzte atzerrian eta bertatik kronikak ere bidaltzen dituzte, erreportaiez gain. Telebistak tokian-tokikoak badira laguntzaileak eduki ditzakete kronikak egiteko. Egia esan, gaur egun teknologiak aukera ematen du kronikak aurreko mendean baino errazago burutzeko, grabatzeko tresnak-eta ia herritar guztien esku daudelako.

Izan ere, kronikek jarraikortasuna sortu ohi dute. Telebistetako nagusien agindupean, “igorritako kazetaria” garrantzi handiko jazoera baten berri emateko gertaera suertatu den lekura joan ohi da informatzaile. Eta hau horrela izanen da, telebistak leku horretan korrespontsalik ez duelako edo gaiaren garrantziak horrela eskatzen duelako, agentzien eta korrespontsalen lana gutxi izan daitekeelakoan.

Kronika egiteko momentuan fase edo denbora hauek ikus ditzakegu:

1. Gaia hautatzen da
2. Ikerketa egiten da, ahalik eta daturik gehien lortzeko.
3. Lortutako datuak atondu egiten dira eta kanpoko grabazioak prestatzen dira.
4. Grabazioak egiten dira, irudiak eta audioa kalitatezkoak izaten saiatzen da
5. Postprodukzioari ekiten zaio, bideoak montatzen.
6. Berrikusketa egiten da
7. Pantailaratu egiten da

Ondoren, ikus dezagun kirol kronika bat, UFCko inoizko borrokarik handienarena (arte martzial mistoak); zehazki, Khabib Nurmagomedov Dagestaneko borrokalari errusiarraren eta Conor McGregor irlandesaren arteko borrokari dagokion kronika da; baina, kasu honetan lehenago eta amaitutakoan gertatu ziren gatazken ingurukoa, Gonzalo Campos kazetariak egina. Ikusi ahal denez, Campos aditua da arte martzial mistoen arloan. Hortaz, mende honetako borrokarik haindienaren inguruko kalapitak izan ziren kronikaren lehengai.

15. GAIA: TELEBISTAKO IRUZKINA.

Hasteko, diogun ezen badela telebistan eta irratan bakanka egiten den iruzkin-mota bat: iruzkin editoriala. Editoriala enpresaren jarrera ideologikoa azaltzean datza, eta autore batzuek, Mariano Cebrián-ek kasu, bereizi egiten dute editoriala iruzkinetik. Cebrián-ek (1992, 66) honakoan dakusa desberdintasuna: “editorialetik bereiziz, iruzkinak ez du jarrera bat finkatu nahi, hots, egintzak edo gertaerak direla-eta aukera bati atxiki nahi, gauzak argitu eta gertaerak azaltzeko esplikazioa eman baizik”.

Hala ere, ohiko generoa dugu gaurkotasun-iruzkina; beronetan telebistak ez du hitz egiten, egileak edo komentaristak baino.

Mariano Cebrián-ek (1992, 65-66) ondokoan jartzen du genero honen oinarria: “informazioa lantzen den tokitik hedatzen diren egintza konkretuen eta egoera orokorren analisi eta interpretazioan”. Eta hauxe eranstean du M. Cebrián irakasleak: “gaian aditua den espezialistak egin eta aurkeztua delarik”. Beraz, bistan da aburuzko generoa dela iruzkina. Eta genero honetan lau egintza nagusi burutu ohi dira: interpretazioa, argitzea, esplikazioa eta kritika.

Iruzkina sortze-lana denez gero, ezin daiteke bere egiturari buruzko formula zehatzik eman. Esan dezakegun gauza bakarra ondokoa da: elementu azalgarri eta narratiboak, interpretazioa eta ondorioak dauzkan hitzaldi taxutua da iruzkina. Bestela esanda, telebista-iruzkina, kazetariak edo hizlariak komunikatzen duen kritika baloratiboa edo interpretazio dokumentatua da.

Gaur egunean, komentarista iruzkinaren egilea bera da, bere testua irakurriko duena. Beste garai batekoa da artikulugile edo informatzaile ospetsuak idazten zuzeneko, gero, hizlari batek irakurria izan zedin.

Testuaren intentzioaren arabera, iruzkina honako sail hauetan sailka dezakegu:

- a. Kritikoa: gizarteko egintzen eta portaeren balorazioa egiten denean, bai alde agertzeko, bai aurka egiteko.
- b. Azalgarria: jazoera edo albiste baten zergatiaren azaltzearen enfasia edo tonu didaktikoa nagusitzen denean.
- c. Interpretagarria: egiaren “beste aldea” bilatzen denean, iruzkintzen diren gertaeren alde izkutuak interpretatzen saiatzen denean.
- d. Induktiboa: entzulearen senari, sentimenduei edo interesei eragiten diena, entzuleriaren gogoan bideratzeko asmoz egiten dena, alegia.

Gaurkotasuna duen iruzkina egiteko orduan, Muñoz eta Gil autoreek (1986, 68-69) honako ohar hauek gogoan edukitzea aholkatzen digute:

1. Iruzingilearen ikuspuntua dela argiro azaltzea, honetarako bere izen-deiturak edo goitizena aipatu beharra dago.
2. Aurreitziarik eza. Demagogiari, manikeismoari, baliabide errazei eta topiko etniko eta moralei ez diegu tokirik eman behar.
3. Irizpide-independentsia.
4. Bokantza edo komunikazio-indarra, zeinek informazio saioan aipatzen den gaiaren ezaguerarekin eta gai horren planteamenduaren egiazaletasunarekin zerikusia baitu.

Bukatzeko, ikus ditzagun bi adibide Youtuben. 13 TV telebista eskuindar nazionalista katoliko espainiarrak egindako iruzkina da lehena. Bigarrean, iruzkingilea Iñaki Gabilondo kazetari ospetsua da.

16. GAIA: ENTZULERIA TELEBISTAN

16.1. SARRERA

Telebista pribatuak dituzten herrietan neurri handi batez publizitateari esker bizi dira kateak; eta entzuleria zenbatekoa, halakoa izaten da diru sarrera publizitateak telebistako kateari emandakoa. Espainiako erresuman 2019an bataz beste 222 ordu (3:42 ord.) eman zituen herritar bakoitzak telebista ikusten egunero. Bestalde, teleikusle bakoitzak 5 ordu eta 7 minutu eman zituen telebista ikusten (Barlovento enpresaren datuak).

Euskal hizkuntzan hitz bat baino gehiago erabili behar ditugu gaztelaniazko edo frantsesezko *audiencia/audience* hitzen bidez adieraz daitezkeen esangurak geure egiteko. Alde batetik, *entzule-indizea* edo *entzuleria*: hedabideen mezuak jasotzen dituen entzule-kopurua. *Entzule-kopuru* hitz elkartua ere balia dezakegu kontzeptu hori aditzen emateko. Baina, batzuetan *audiencia/audience* hitza beste hau adierazteko ere erabili ohi da erdaraz: “difusión o impacto de un mensaje” “mezu baten inpaktua, hedapena edo arrakasta”, alegia. Kasu horretan, euskaraz audientzia hitza erabiltzen dugu. Beraz, dela egintza, dela kopuru edo indizea, euskaraz ez dugu zertan beti hitz berbera (audientzia) erabili.

Arturo Merayo-k (1992, 150) irratitari erreferentzia eginez, audientzia kontzeptuari emandako definizio osatua: “irradi-estazioko audientzia erlazio bat da —entzuketaren zenbatusunari dagokiona—, denbora jakin batez estazioak hedatzen duen irradi-ekoizkin baten edo batzuen eta horrelako mezuak jasotzen dituzten jasotzaile kolektibo (etxeokak) zein indibidual, heterogeneo, sakabanatu, aldakor eta anonimoen artean gertatzen dena”.

Ikus ditzagun normalean erabiltzen diren kontzeptuak, entzuleriari buruzkoak direnak, Martínez de Sousa (1992) eta Muñoz eta Gil (1986) autoreei segituz. Entzuleriaren esangura arruntaz hasiko gara:

- a. Entzuleria: telebistek igorritako mezuak jasotzeko eran dauden entzule guztiak.
- b. Entzuleria potentziala: telebistaren kasuan, komunikabideek igorritako seinalea jaso dezaketenak; telebista-emandegiaren uhinak edo digituak heltzen diren eskualde batean bizi eta hargailua eskueran duten pertsona- edo entzule-kopurua litzateke.
- c. Egiatzko entzuleria (Abraham Moles-en arabera “audientzia netoa”): komunikabide baten edo batzuen bidez, mezu bat behin gutxienez jaso duten entzuleen kopuru osoa.
- d. Entzuleria espezifikoak: telebista edo kate jakin batetik mezuak jaso edo jasotzen dituzten pertsona guztiak. Gogora dezagun espezifikitateak edo mezuen berezitzeak biltze-faktorea areagotzen duela.
- e. Audientzia erabilgarria: entzuleria espezifikoaren parte, zeinari mezua doakion. Publizitatearen kasuan, esaterako, gorpil-marka bati buruzko iragarki baten entzuleria, ibilgailua duten eta merkataritza-mezu hori jasotzen duten pertsona guztiek osatzen dute.
- f. Entzuleria bikoiztua: komunikabide desberdinetatik mezu bera jaso duten entzule guztiak.
- g. Entzuleria metatua: hedabide edo bitarteko berdinetatik mezu bera (errepikatuz edo elkarren ondoko emisioak eginez) jasotzen duten pertsonak.
- h. Auditorioa: une zehatz eta jakin batean telebistako emanaldi edo saioari darraikion entzuleria efektiboa (edo egiatzko entzuleriaren parte).
- i. Entzuleria aktiboa: telebistako saio jakin batean parte hartzen duten ikusentzuleak, *feed-back* deritzona burutzen dutenak, alegia.
- j. Helburu-entzuleria (*target audience*): John Haslings-ek esaten digun bezala (1980, 93), helburu-entzuleria entzule modura iritsi edo atxiki nahi ditugun pertsonak dira. Telebistan lehiakortasun handia dagoenez, kontzeptu hau puri-purian dago; gainera, helburu-entzuleriak eragin handia dauka telebistako kateak dituen edo eduki ditzakeen iragarleengan eta beren ekoizkinen salmentetan.

16.2. IKUSENTZULEEN ALDIA

Lehenbizi *entzun* aditzak zer esan nahi duen esan behar dugu eta *aditu* aditzarekin erkatu, Nafarroako herritar askorentzat hitz baliokide hutsak dira-eta. Entzutea ondokoa da: telebista bateko mezuak jasotzeko prest egotea; hots, telebistatik heltzen diren irudi-soinuen jasotze fisikoari gagozkio.

Entzulearen interesaren eta giroko gorabeheren arabera, adialdia ez da beti berdina izaten, eta, beraz, ez dugu gogaldi berdina mezu guztien aurrean.

Hiztegian *entzun* eta *aditu* kontzeptuak honela azaltzen dira:

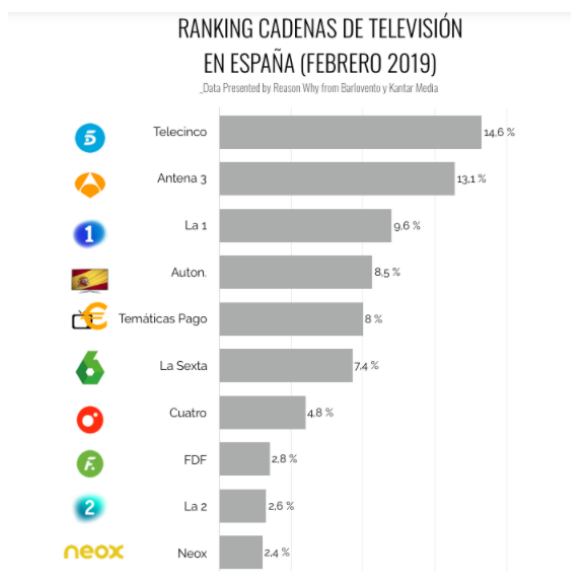
- Entzun: soinua sentitu (entzumenez soinua jaso) entzumenaren bidez sumatu.
- Aditu: esaten denaz jabetu (ezentzun egin badu ere, ongi aditu du), ulertu.

Horren arabera, adialdia eta entzunaldia bereiz ditzakegu:

1. Entzunaldia: mezuak arreta berezirik gabe jasotzen direnean. Jakitunek diotenez “arreta” pasiboa gerta daiteke, zeren eta ahalgarri baita irakurtzea, sukaldatzea, etxeko lanak egitea etab., musika, albisteak edo publizitate-mezuak entzunez. Izan ere, egunean zehar eta zenbait saiotan arreta gabeko uneak gertatzen dira.
2. Adialdi aktiboa edo iraunkorra: telebista-saio batean interesaturik dauden entzuleena. Entzuleek, beraiek nahita, arreta mantentzen dute. Adialdi-mota hau saio berezituetakoa izaten da (kultur saioetakoa adibidez); ez da nahastu behar adialdi pasiboan gertatzen diren noizbehinkako arreta-uneekin.

16.3. AUDIENTZIAK ESPAINIAKO TELEBISTETAN

Lehenbizi ikus dezagun Barlovento enpresak emandako datuak, Espainiako Erresumarako emanikoak:



Espainiako autonomietan diren telebista kateen kasuan, Katalunia da bakarra ehuneko hogeia gainditzen duena.

Autonomien mapa, ikusteko telebista kate bakoitzak non irabazten duen ikusentzuleriari dagokionez

- LA 1: Castilla y Leon
- Katalunia: TV3
- Castilla La Mancha: A3 eta Telecinco
- Aragoi: A3
- Gainontzekoak: Telecinco

17. EITB KOMUNIKAZIO ERAKUNDEA

1. EITB, Euskal Autonomi Elkartearen sortutako erakundea

Eusko Legebiltzarrak 1982ko maiatzean onartu zuen EITB Herri Erakundea sortzeko ko Legea, Euskal Autonomia Erkidegoaren autogobernua funtsezko tresna izan zedin, besteak beste, Euskadiko herritarren informazio eta parte-hartze politikorako, geure heziketa-sistemarekiko elkarlanerako eta, orobat, euskal kulturaren sustapen eta zabalkunderako eta, bereziki, euskararen sustapen eta garapenerako.

EITB sortzeko legeak ezartzen duenez, EITBren jardura printzipio hauetan oinarritzen da (5/1982 Legea, maiatzaren 2koa, Euskal Irrati Telebista Herri Erakundea sortzeari buruzkoa; 3. art.):

- a. Informazioen objektibotasuna, egiazkotasuna eta inpartzialtasuna.
- b. Informazioa eta iritzia banatzea eta bereiztea, eta, iritziaren kasuan, eman duen pertsona identifikatzea.
- c. Publizitate komertziala ere banatzea eta bereiztea.
- d. Berdintasun-printzipioa eta pluralismo politiko, erlijioso, sozial, kultural eta linguistikoa errespetatzea.
- e. Espainiako Konstituzioan eta EAEko Autonomia-estatutuan interes orokorraren alde jasota dauden bizikidetzaren herritar-balioak defendatzea eta sustatzea.
- f. Espainiako Konstituzioan eta EAEko Autonomia-estatutuan jasota dauden eskubide guztiak errespetatzea.
- g. Pertsonen ohorea, izen ona, irudia eta intimitatea errespetatzea.
- h. Haurrak eta gazteak babestea eta sustatzea.
- i. Euskara eta euskal kultura sustatzea. Programazio-lerro nagusiak ezartzeko, euskararen erabilera aintzat hartzea, Euskal Autonomia Erkidegoan orekatuta egon behar baitu irrati-telebistako edukien eskaintza osoak hizkuntzari dagokionez.

Ordutik hona, ikus-entzunezko sektore publikoaren erregulazioak aldaketa garrantzitsuak izan ditu. Espainia Europar Batasunean sartu eta gero (1986), ikus-entzunezko komunikazioko enpresa publikoak nazioarteko itunen bidez arautzen dira. Aipagarri dira Amsterdameko Tratatuak (1997), eta Europako Parlamentuaren, Europako Kontseiluaren eta Europako Batzordearen beraren erregulazioak. Araudiok Estatuko eta Euskal Autonomia Erkidegoko legeetan jasotzen eta garatzen dira.

2. Zerbitzu publikoa

Zerbitzu publikoa deritzon kontzeptua da EITBri dagokion araudiaren oinarria. Komunikazio-enpresa publiko bat den aldetik, Administrazioak eta Politikak zerbitzu publikoa emateko mandatuak ezartzen diote EITBri, eta, horren ordainean, EITBren aurrekontuek finantzazio nahikoa eta proportzionatua dute. Ikus-entzunezko enpresa publikoak dituzten administrazio eta gobernuak mandatu-marko bat ezarri behar dute lege bidez, indarraldi jakin baterako, zerbitzu publikoa zertan datzan eta haren ezaugarriak zeintzuk diren zehaztuz.

2002tik aurrera, mandatu-marko hori programa-kontratu gisa gauzatu da EITBn. 2016ko otsailaren 24ko programa-kontratuan jasotzen denez, euskal gizarteak, bera ordezkatzeko duten erakunde bitartez, aro digitalera egokitutako eta bideratutako misio hau ezarri dio EITBri;

- a. Kalitatezko informazioa eskaintzea.
- b. Euskara eta euskal gizarte gero eta elebidunagoa sustatzea.

- c. Euskal kultura bultzatzea eta zabaltzea.
- d. Euskal kirola bultzatzea eta zabaltzea.
- e. Euskal Herriko ikus-entzunezko industria sustatzea.
- f. Gizarte-kohesioan laguntzea.
- g. Informazio-gizartea herritar guztientzat sustatzea.
- h. Euskal erakundeen Bake eta Bizikidetzeta Planarekiko konpromisoarekin jardutea.
- i. Euskal erakundeen aurrerakuntza eta normalizaziorako planak eta jarduerak aurrera eramatea.
- j. Herritarren parte-hartzerako espazioak eskaintzea.
- k. Kudeaketa aurreratuko, gobernu arduratsuko eta enpresa-gardentasuneko printzipioak aplikatzea.

Misio hori betetzeko, EITBk hainbat kanal ekoizten ditu telebistan, irratian eta Interneten, komunikazio-talde publiko baten egitura hartuta, eta eskaintza osatua eginez. Talde publikoa den aldetik, EiTbren eskaintzak honelakoa izan behar du:

- a. Denentzat: herritar guztiei zuzendu behar zaie, euskarazko eta gaztelaniazko eduki multimediekin.
- b. Orotarikoa: askotariko programazio orekatua izan behar du, informazioan, kulturean, hezkuntzan eta entretenimenduan huts egin gabe.
- c. Jasangarria: aurrekontu publikoen, publizitateko diru-sarreraren eta abarren bitartez finantzazio nahikoa izan behar du, enpresa-kostuak ordaintzeko.
- d. Arduratsua: kudeaketa eredugarria izan behar du; gobernu-organoen eta gizartearen aurrean gardentasunez jardun behar du, eta erabilitako baliabide publikoen neurriko balioa itzuli behar dio gizarteari.

EITBk gizartearen aurrean duen erantzukizuna harago eraman da, sei ardatzetan oinarrituriko gizarte-erantzukizuneko eredu baten bidez. Hauek dira sei ardatzok:

1. Gogokidetasuna, herritarrekin eta gizarteko interes-taldeekin.
2. Euskararen normalizazioa eta prestigioa.
3. Euskadiren irudia munduan.
4. Lana eta familiako bizitza bateratzeko politikak, eta garapen profesionala.
5. Ingurugiroarekiko konpromisoa, bai enpresa barruan, bai komunikabide gisa.
6. Jasangarritasuna, enpresari dagokionez, eta hornitzaile eta bezeroei dagokienez.

Gizarte-erantzukizuna gobernamentuari ere badagokio. Horrek esan nahi du zuzendaritza-organoen jarduerak egokia izan behar duela, eta stakeholderrekin (interes-taldeekin) harreman eta komunikazio egokia eduki behar dela.

Horrez gainera, indarrean dagoen legeriak agintzen duenez, organismo independente batek kontrolatu behar du zelan betetzen den zerbitzu publikoa emateko mandatua. EiTbri dagokionez, organismo hori EiTbren Legebiltzar Kontrolerako Batzordea da.

EiTBren plan estrategikoen funtsezkotzat jo dute informazio-eskaintzarik onena ekoizteko betebeharra, informazio-lidertza lortzearen. Lidergoa neurtzeko, audientzia-datuak ez ezik, beste ikerlan soziologiko kuantitatibo eta kualitatibo batzuen bidez aztertutako gizarte-balorazioak ere erabiltzen dira.

Zerbitzu digital berriek ere zerbitzu publikoaren misioari erantzun behar diote. Eten digitala gainditzea funtsezkoa da gizarte-kohesioari begira, eta EiTBk bere eginda dauka zeregin hori, euskal gizarteari komunikazio- eta partaidetza-gune bat eskaintzeko helburuarekin.

3. Informazio eskubidea

Informazioa eskuragarri edukitzea funtsezko eskubide bat da, eta pertsona guztiei dagokie. Eskubide horren titularrak herritarrak dira, eta komunikabideak eskubidea gauzatzeko euskarriak dira.

EiTB da Euskal Autonomia Erkidegoko komunikazio-erakunde publikoa, bertoko informazio-marka erreferentziakoa, eta, hala den aldetik, kazetariari bere lanbidean jardutea erraztu behar dio, eta egoera kritikoetan babesa eman.

Informazio-eskubideak norabide bi dauzka —informazioa zabaltzea eta informazioa jasotzea—, eta EiTB norabide bietan dago herritarren zerbitzura. Informazioaren zabalkundeak librea izan behar du, eta edukiek, egiazkoak. Aldi berean, informazioetan gertakizunak, iritzia lantzeko gakoak eta herritarren intereseko berriak bildu behar dira. Herritarren interesekoa izatea gaiaren baitan eta protagonista diren pertsonen baitan egongo da.

Eskubide horien bermatzailea denez gero, EiTBk zorrozki zainduko du albistean azaltzen diren pertsonak ez gutxiestea, haien izen ona ez kaltetzea edo haien sinesgarritasuna ez suntsitzea informazioetan zabaltzen diren mezuen edo esateko moduen bidez. Hari horretatik, zorrozki zainduko du webguneetako eta ingurune multimedietako erabiltzaileen jardura, edukien eta iritzien sortzaile diren aldetik. Egin litekeen kaltearen balorazioan, protagonisten proiektio publikoa hartuko da aintzat. Ez zaio ezer gailenduko egiazkoa eta herritarren interesekoa izateko betebeharrari.

Adierazpen-eskubidearen eta informazio-eskubidearen defentsan, EiTBko profesionalak herritarren bitartekari izango dira, egia zabaldu eta jakin dadin. Lehenetsuna garrantzi publikoa duten gaietan ipiniko da; ahalegin guztiak egingo dira gobernuek eta erakundeek gizartearen interesekoa izan daitekeen informazio guztia eman dezaten. Independentzia profesionala kontraprestazioen aurkakoa da. Horrenbestez, inork ezin dezake exijitu hedabideek gertakari jakin batzuen jarraipena egitea. Publikagarria zer den eta zer ez den erabakitzea, Erredakzioari eta Erredakzioeko organoei dagokie.

Informazio-eskubideak ez ditu pertsonak datuak ematera edo adierazpenak egitera behartzen. Printzipio orokor gisa, errespetuz hartuko da isilik geratzea edo kazetarien galderari erantzuteari ezetz esatea. Nolanahi ere den, herritarrek erabaki horren berri izan behar dute, bereziki jarrera horren ondorioz informazioa osatu gabe iristen bazaie edo daturik ezak albistea ulertzea zailtzen badu.

Estilo Liburu honek betekizun nagusi bat du: EiTBren jarduerak euskal gizartearen informazio-eskubidearekin bat egiten duela bermatzea, kalitatezko informazioa zabaltzen duela eta jardura profesional etiko eta arduratsua sustatzen duela egiaztatuz.

Erredakzioetan egunero sortzen diren debaten aurrean, Estilo Liburuak zehazten ditu informazioaren tratamendurako eta jardunbide profesionalerako arauak eta ildoak, Deontologia profesionalari jarraiki. Horrenbestez, mailarik goreneko dokumentua da, lanbidearen erronkei aurre egiteko etengabe gaurkotzen dena.

18. GAIA. CCCP PAKETEA, CODEC GUZTIAK ETA ERREPRODUKTORE BIKAINA TELEBISTALARIEN ESKU

Telebistako berriemaileek ordenagailuan sartu behar duten lehen programa kodek paketea da. Kodekak sartu baino lehen, Windows sistema erabiliz gero, antibirusa jarri beharra dago, [Avast](#) edo [AVG](#) software programak.

Ahalik eta codec gehien eduki behar dira ordenagailuan bideo eta soinu fitxategi guztiak ikusi ahal izateko. Tamalez, editore eta sistema eragileak ez dira konpatibleak codec guztiekin. Baina lehenbizi, ikus dezagun Wikipediak zer dakarren [codec](#) sarreran (nik aldaketatxo batzuk egin ditut, okerrak bazter uzteko):

Codec Coder-decoder hitzen lehen silabetatik datorren hitza da. [Software](#) edo [Hardware](#) bidez garatzen da, eta datu jario edo seinale bat kodifikatzeko ahalmena du, Internet bidez bidaltzeko adibidez. Aldi berean, kodifikaturiko datu horiek jasotzea nahi duenak Codec-arekin kontrakoa egiteko gaitasuna du, hau da, sortu den datu multzo kodifikatua dekodifikatu, eta horrela, datu multzoak duen formatua exekutatzeko beharrezkoa den programa erabili.

Codec-ak bideokonferentzietan eta komunikabideen emanaldietan erabiltzen dira sarri.

Codec gehienek datu galerak dituzte, ahalik eta tamainarik txikiena lortzeko, saretik bidaltzeko. Galerarik ez duten codec-ak ere badira, baina azken hauen erabilera, galerak dituztenekin alderatuta txikia da. Honen zergatia, kalitate/tamaina erlazioa eskasa lortzean datza. Tamaina asko handitzen den arren, kalitatearen irabazia ia ez da nabaritzen...

Multimedia fitxategi askok bideo eta audio fitxategiak dituzte, eta askotan erreferentzia bat edo kontainer bat dute barnean audioa eta bideoa sinkronizatzen. Hiru datu-jario hauek aplikazio, prozesu eta hardwareekin kontrola daitezke, baina datu-fluxuak erabilgarriak izateko, kapsulaturik egon behar dira. Kapsulazio hau burutzeko, fitxategi kontenedoreari formatu bat eman behar zaio. Formatu hauek .mpg,.avi,.mov,.mp4,.rm,.ogg,.mkv edo .tta izan daitezke, beste askoren artean.

Bestalde, ikusentzunezko programak edo soinua eta irudiak daramatzaten fitxategiak editatu ahal izateko hainbat programa daude. Horrela, Euskal Telebistan esaterako, Avid enpresaren [Pinnacle](#) programa erabili dute. Tamalez, programa hori nahiko inkompatiblea da hainbat codec-ekin. Hori dela-eta, beti da lagungarria edukitzea erreproduktorea, fitxategi guztiak irakurri ahal dituen, baita editorea ere, ez ikusteko problemarik ematen ez digunik ere. [Magix](#) eta [Power Director](#) programak (Windows sisteman), esaterako, konpatibilitate handiagoa dute [Adobe Premiere](#) edo [Pinnacle Studio](#) programekin konparatuz.

Munduan zehar, hainbat programatzailek codec desberdinak bildu dituzte paketetan, erabiltzaileon bizitza errazteko, nolabait esateko. Horrela, Windows makinak darabiltzaten eta ikusentzunezko fitxategiekin lan egiten duten pertsonen ondorengo paketeetariko bat deskargatu behar dute irudi eta soinuaren esparruan seguruago egoteko. Pentsa dezagun sigla edo laburkin mordo dagoela arlo honetan: [XviD](#), [DivX](#), MPEG2, MPEG1, MP4, OGG, WMV... Batzuk soinuei dagozkie, beste batzuk, ostera, ikusentzunezkoei. XviD eta DivX oso erabiliak izan dira DVD formatuko filmak kalitate askorik galdu gabe formatu trinkoan jartzeko erabili direlako.

Windows sistema eragilean gehien erabiltzen direnak seguraski [CCCP](#) eta [K-Lite Codec Pack](#) dira Nire ustez, bi horietako onena CCCP da, hots, [Combined Community Codec Pack](#) deritzona. Gogora dezagun [GNU/Linux](#) sistema erabiltzen dugunok ez dugula problemarik Mint bertsioa edo VLC erabiliz gero.

Beheko bideo tutorial honetan informazioa ematen dizuet [CCCP Codec Pack](#) nola deskargatu ikusi ahal izateko. Bestalde, ikasiko duzue nola lortu Windowserako bideo-erreproduzitzaile ona eta azkarra [Windows Player Classic Home Cinema](#) (MPC-HC) eskuratuz, CCCP paketearekin berarekin deskargatzen baita modu librean eta doan). Windows Player libre hori [VLC](#)rekin batera edukitzea ona da, biak konparatu ahal izateko; era horretan konturatuko zarete zein azkarra den CCCPrekin doan erreproduktorea. Hortaz, bi erreproduktoreak edukitzea lagungarria izan daiteke, [VLC proiektu librean](#) ere lan eskerga egin baitute azken urteotan; gainera VLC sistema eragile guztietan baliatu ahal da.

19. GAIA: TELEBISTAKO GIDOI GRAFIKOA

Irudi-gidoi edo *storyboard* deritzon kontzeptua erabiltzen dugu ikusentzunezko istorioen eskema egiteko. Gidoi grafikoak aukera ematen digu ikusizko pentsamendua gauzatzeko gidoia eginez.





Komikiak balia daitezke eszenak irudikatzen. Irudi-gidoia, halaber, ikusentzunezko lanetan problemak non egon daitezkeen ikusteko balia dezakegu.

Komiki edo irudi bakoitzak ekintzaren une gako edo inportantea ordezkatu behar du: kameraren angelua, burutzeko hartualdi edo grabaketa, eszenografiaren antolakera, aktoreen ekintza eta abar.

Beharrezkoak diren apunteak egon ohi dira *storyboard* edo istorio-eskema bakoitzean, era horretan ikusentzunezko lana hobeto burutzeko. Gidoi grafikoari esker, zuzendariak edo berriemaileak grabazioak egin ditzake hartze edo hartualdi ez-kronologikoak eginez, hau da, segmentatu ahal du lana geroago edizioko momentuan dena kronologikoki montatzeko *storyboard* edo gidoian agertu bezalaxe.

Storyboardak kolorezkoak zein zuri-beltzezkoak izan daitezke, ñabarduraz beteak edo ideiak zirriborratzeko balio duten pintzeladak bailiran laguntzeko ekaik izanik soilik.

Ondoren, ikus dezagun zehaztasun asko duen storyboard edo gidoi grafiko nola gera daitezkeen.

PLANO	INDICE TECNICO	ANGULO	MOVIMIENTO DE CAMARA	STORY BOARD	IMAGEN	SONIDO	MUSICA AMBIENTAL	
1	1	Plano General	FRONTAL	CAMARA FLUJA		Presentacion	Hola amigos, el día de hoy hablaremos sobre el mundo correcto de la cámara, para eso utilizaremos lo que son Planos, movimientos y ángulos	Musica con ritmo, sonidos ambiente.
1	2	Plano Panorámico	FRONTAL	PANEO		Vista Plano Panorámico	Presenta un escenario muy amplio, hay mucha distancia entre la cámara y el sujeto que se registra. Tiene sobre todo un valor decorativo. Lo más importante es que se vea bien el paisaje, el ambiente, el paisaje en el que las personas están viviendo.	Musica con ritmo, sonidos ambiente.
1	3	Plano General	FRONTAL	BARRIDO		Vista Plano General	Presenta un escenario amplio en el cual se puede distinguir bastante bien los personajes. Sitúa los personajes en el entorno donde se desenvuelve la acción.	Musica con ritmo, sonidos ambiente.
1	4	Plano Americano 3/4	LATERAL	CAMARA FLUJA		Vista Plano Americano	Es un plano medio ampliado que muestra los personajes desde la cabeza hasta los rodillos. Tiene un valor narrativo y también un valor expresivo.	Musica con ritmo, sonidos ambiente.
1	5	Plano Medio	SEMI FRONTAL	CAMARA FLUJA		Vista Plano Medio	Presenta el personaje de cintura para arriba. La cámara está bastante cerca de él. Aporta sobretodo un valor narrativo, ya que presenta la acción que desenvuelve el personaje.	Musica con ritmo, sonidos ambiente.

Gidoi grafikoak era askotakoak izan daitezke. Bi zutabeak, goitik-beherakoak, zeharretara egiten direnak eta abar. TemplateLab webgunean 40 txantilo ageri dira deskargatzeko. Gidoi grafiko egiten hasteko, komenigarria da timeline edo denbora linea bat erabiltzea. TemplateLab gunean ere topa daitezke denbora lineak gidoi grafiko elementuak hobeto kokatzeko denbora zehatz baten barruan.

Bukatzeko, aipa dezagun badaudela onlineko zerbitzu batzuk, gidoi grafikoak egiteko aukera ematen dutenak. Batzuk doanekoak dira, beste batzuk, oster, ordaindu beharrekoak. [Canva](https://www.canva.com)-ren webgunean, esaterako, gidoi grafiko online egin daitezke. [ThePlot.io](https://www.theplot.io) gunean ere storyboard-ak egin daitezke.

20. GAIA: DOKUMENTALAK ETA ERREPORTAI HANDIAK

Telebistetako kanaletako informazio saio nagusietan erreportaiak ez dira luzeak, saioaren iraupenak horrela izatea eskatzen duelako. Baina, batzuetan erreportaia luzeak edo handiak ikus ditzakegu telebistako zenbait saiotan. Estatu espainiarrean ospetsua da *Informe semanal* deritzon saioa. Erreportaia handiek betetzen dute RTVEko saio hori. Hortaz, erreportaia handia telebistako generotzat jo dezakegu. Bestalde, zinemagintzan dokumental hitza takean-potean edo maiz entzun dugu. Nahiz eta filmen arrakasta eduki ez, dokumental onak ikusten segitzen dugu aurreko mendetik, dela telebistan, dela zinematokian, dela Interneten edo ordenagailuko pantailan. Beraz, nahiz eta dokumentala zinemagintzako generotzat kontsidera dezakegun, badira izan ere dokumentalak, telebistarako espreski egindakoak.

Izan ere, dokumentalak zinemagintzatik datoz, eta erreportaia handiak telebistatik. Baina, amankomuneko gauzak ukan ditzakete, ez bairik gabe, batzuetan ez baita erraza biak bereiztea. Adu batzuek noizbait esan dute erreportaia handia zenbait egunetan burutu ahal dela, eta dokumentala egiteko hilabeteak behar direla (Francés, 2003).

Orain dela urte asko, XX. mendean, honelaxe definitu zuen zinemagile batek dokumentala (Grierson, 1946):

“The documentary is the branch of film production which goes to the actual, and photographs it and edits it and shapes it. It attempts to give form and pattern to the complex of direct observation”

Erreportaia handiak, ostera, aukera eman dute telebistako ikerkuntza saio informatibo ospetsuenetakoak egiteko. Gaurkotasunezko gaiak tratatzeko, oso genero erabilia da erreportaia handia.

Ondoren, erka edo konpara ditzagun dokumentalak eta erreportaia handiak ezaugarriak aipatuz eta nolabait bereiztuz (Soler, 1998), nahiz eta maiz muga oso argia ez den.

DOKUMENTALAREN EZAUGARRIAK:

1. Zinearen historiatik dator.
2. Metodologia: tratamendu geldoa, kamera finkoagoa da, irudiaren konposizio zaindua, musika eta mintzaira artistikoa.
3. Literaturaren eta estetikaren menpe dago.
4. Zuzendari zinematografikoak egindakoa izan ohi da.
5. Gaiak ez dira zertan izan behar gaurkotasunezkoak.
6. Edukiak zientifikoak, kulturalak, hezkuntzakoak edo historikoak izan ohi dira.
7. Ohiko formatuan 30-90 minutu arteko iraupena ukan ohi dute.

ERREPORTAIA HANDIAREN EZAUGARRIAK:

1. Telebistatik dator.
2. Metodologia: zuzeneko estiloa eta aztoratu xamarra, kamera lepoan eraman ohi da, albiste saioetan lan egiten den bezalaxe egiten da lan erreportaia handietan, zinemako baliabide klasikoak bazter utzi ohi dira.
3. Kazetaritzaren menpe dago.
4. Berriemaile batek egina izaten da.
5. Gaurkotasunarekin estuki erlazionaturiko gaiak jorratzen dira.
6. Edukietan jaozera politikoak eta gizarteko gertakizunak izaten dira gaiak.
7. Iraupena aldakorra izaten da, askotan 30 minutu baino motzagoak.

Eztabaida handia sortu da erreportaiak eta dokumentalak egiteko momentuan irudiak testuen menpe egon behar ala testuak irudien menpe, hots, lehenbizi gidoia egin behar den eta gero grabatu ala alderantziz, lehenbizi grabatu eta gero grabazioaren arabera testua idatzi. Profesionalen praktikak erakusten du edonola ere egin daitekeela (Pérez, 2003). Egia esan, gaia sakonki ezagutzen duen kazetariak grabazioa egin aurretik eskaleta bat idatz dezake

eskema orokorra edukitzeko eta erreportaiaren atalak eta hartualdiak gogoan edukitzeko, ez ahazteko alegia. Eskaleta horretan, irudi eta soinuen elementuez gain, elkarrizketatuak eta gaiak ere apunta daitezke.

Gogora dezagun, gidoi zinematografikoetan egin ohi denez, dokumentalak eta erreportaiak hiru ataletan banatu ahal direla: *aurkezpena*, *garapena* eta *ondorioak* (amaiera), denbora osoan zehar *plot-points* edo une gori-goriak finkatuz kontatzen den istorioak arreta piz dezan. Bistan da dokumentala izanez gero, ez dagoela hainbeste presiorik ikusle kopuruak emendatzeko, telebistako erreportaiak handietan gertatzen den bezala. Hala ere, pentsa dezagun dokumentalak ere sare sozialetara pasatzen direla behin zinetokietan eta telebistetan ikusitakoan, inpaktu handiagoa lortzeko xedez.

DOKUMENTAL IKUSGARRIAK

Dokumentalen artean, euskaraz adibide gutxi ditugu ondoko beste hizkuntzekin konparaturik, baina izan badira. Euskal Telebistak, esaterako, ordubeteko *Euskararen jatorria*, *enigma europar bat* deritzona ekoiztu zuen orain zenbait urte.

<https://youtu.be/CHC15WNtWq8>

Beste adibide bat Nabarralde Fundazioak ekoiztutako Belagoa, memoriaren behatokia da. Gogora dezagun Nabarralde-k zenbait DVD egin dituela nafarzaletasuna zabaltzeko asmoz, hau da, Nafarroaren egia historikoa.

<https://youtu.be/HATfpgkOBss>

Ingeles hizkuntzaren esparruan, Michael Morris izan da AEBetako dokumental ospetsuenak egin dituenak, beharbada. *Bowling for Columbine* (2002) hura egin zuenetik beste dokumental arrakastatsu batzuk (gehienak 2 ordu ingurukoak) burutu ditu milioika ikustaldi ukan dituztenak Youtube-n: *Fahrenheit 9/11*, *Sicko*, *Qué invadimos ahora*, *Trumpland*, *Planet of Humans* eta *Finlandiako hezkuntzaz* eginikoa. Beste dokumental batzuk nabarmentzearren *Free Solo* izenekoa aipa dezakegu, berau kirol arriskutsu batean oinarritua. Barta eta Oscar sariak irabazi zituen dokumental horretan Alex Honnold eskalataileak, protagonista Honnold bera izanik. Erreportaiak eta dokumentalak maite dituztenentzat *Free Solo* bideolana oso ona da ikasteko, bi urtetan egindako grabazioak nola egin behar diren apurka-apurka erabateko lana osatu arte. Ondoko trailer honetan ikus daiteke zertaz den Jimmy Chin-en dokumentala.

<https://youtu.be/urRVZ4SW7WU>

The Collective zinemagile taldeak mendi bizikletazko dokumentalik politenak egin ditu aspaldidanik. *Seasons*, *Roam* eta beste dokumental batzuk historiara pasako dira mendi bizikletaren arloan erreferentzia izanez. *Roam*, esaterako, 44 minutuko maisulana da eta Youtuben ikusgai dago.

<https://youtu.be/9zA6QW0rUkA>

ERREPORTAIA HANDI IKUSGARRIAK

Erreportaia handien artean, RT nazioarteko telebista errusiarrak ekoiztutako Baskortostaneko errepublikari buruzkoa aukeratu dut euskaldunen anai-arrebak baitira baskiarrak ADN estudioek agerian jarri dutenez. 26 minutuko erreportaiak handia da, telebistarako eginikoa baina orain Youtube-n ikusgai dagoena, La lista de Erick saioko erreportaiak izanik. Bistan denez, erreportaiak handi honetan Erick Fonseca Zárate aurkezle mexikarrak nahiko protagonismoa dauka.

<https://youtu.be/iSyVDL0ntkA>

Bigarren adibidea, 23 minutukoa da eta arte martzial mistoen kirolekua da (*UFC*). Erreportaia handi honetan Valentina Shevchenko andre borrokalariaren bizitza kontatzen da. Gaztelaniaz egindakoa da Shevchenkok berak Cervantesen hizkuntza ondo menperatzen baitu. Arte Martzial Mistoek inoiz eman duten borrokalari handien arteko pertsona bat sakonki ezagutzeko aukera ematen du erreportaiak.

<https://youtu.be/TdbqwyqWIM0>

21. GAIA. INFORMAZIO ITURRIAK TELEBISTAN

1. Informazio iturriaren definizioa eta delimitazioa

Zalantzarik ez dago gai garrantzitsua eta gogoeta asko egitekoa dela ondoren jorratuko duguna. Irrati-emandegi batek albisteak nondik jasotzen dituen jakiteak eta kanal horiek aztertzeak asko adierazi ahal digu telebistaren ezaugarriez, berriemaile-kopuruaz eta telebistaren joera ideologikoz. Hedabidearen eta iturriaren artean sinbiosia egon ohi delako gertatzen da hori. Iturriek eta hedabideek elkarren beharra dute. Elkarrekiko dependentzian daude.

Hain zuzen, José M. Caminos irakasleak (1995) honetantxe dakusa kazetarien jardueraren kokka: “iturriek kazetariak behar dituzte, konfidentziak entzuleengana hel daitezten; eta kazetariak iturriak behar dituzte, informazio onena eman ahal izateko. Izan ere, informazio-iturria kazetarien jardueraren gai garrantzizkoa bilakatzen da”.

Manuel López-ek (1995, 29) gogoeta eragiten die irakurle eta telebistalarigaei, informazio-iturria zer izan daitekeen adieraziz: “Kazetariak ez du albisterik asmatzen. Kazetaria beti ezin da izan notizia bilaka daitezkeen gertaeren lekuko. Kazetaria lekukotasunetan oinarritu behar da berriak emateko. Albiste orok du atzean lekukotasuna. Lekukotasun hauei informazio-iturriak izena ematen diegu. Maltzurak eta onestak daude...”. Hortaz, iturriaren gaiak erlazio zuzena dauka irratilarien langintzarekin, eta informazioa baldintzatzen du era batera edo bestera. David Randall-ek (1999, 77) Associated Press agentziako Mort Rosenblum kazetariaren hitzak bere egiten ditu, langintza horren garrantzia eta, beraz, informazio-iturriena, azaltzeko: “suhiltzaileak gauerdian sute-abisua jasotzen duenean, prakak janzteko eta sua amatatzeko baino ez du denborarik. Berriemaileak makina bat pertsonari azaldu behar dio nork edo zerk eragin zuen sutea eta zergatik”.

Nolanahi dela, sarrera honetan informazio-iturria sakonago definitu beharra dago, telebistako informazio saioetan erabiltzen direnak aipatu aurretik. Egia esan, iturri kontzeptua oso anbigua da Blumler eta Gurevitch (1986) autoreek ere adierazi bezala, zeren eta iturria bera ordezkatzan duten erakunde, gizatalde eta gizabanakoei ere aplikatu baitzaie.

Abraham Moles-ek ematen duen definizioarekin hasiko gara, autore honek nahiko ondo azaltzen baitu iturriaren kontzeptua. Moles-ek jario eta putzu berbak darabiltza iturriaren adiera azaltzeko. A. Moles-en aburuz iturria “mezu-jarioa datorreneko lekua” da, eta putzua, “mezu-jarioa jasotzen deneko lekua”. Apika, hobe genuke leku hitzak gain, beste hitz batzuk erabiltzea, zeren, toki fisikoa adierazteaz aparte, iturria pertsonak edo erakundeak ere izan baitaitezke. Nolanahi ere, Villafañé eta besteekin bat etorritik (1987), definizio ona da Moles-ena, komunikazio-prozesu bati baitagokio:

Moles-en definizioa osatuena da agian, zeren iturri kontzeptuak putzu eta komunikazio-prozesu baten erreferentzia egiten baitu. Komunikazio-prozesu hau ez da sinplea baina. Kate luzea dela esan genezake, elkarren ondoko iturri eta putzuz osatua; eta katemaila bakoitzak bitartekotza-prozesurako funtzioa eduki dezake. Sistemen Teoria Orokorreko kutxa beltz-en antzekoa da, bere input eta output-ekin (Villafañé et al., 1987).

Bestalde, Mariano Cebrián-ek (1981) honako definizio hau eman du *iturri* kontzeptuaz: “komunikazioaren teorian, komunikazioa sortzen duen eta mezuak igortzen dituen erakunde oro”. Definizio orokorra eta baliagarria, kazetaritza ikertzen dugunontzat. Bide beretik, López Zuazo-k (1985) notizia baten datu-etorki modura definitzen du informazio-iturria. Definizio zabal honetan, gertakariaren protagonistatik hasi eta ospitale edo aireporturaino, hainbat informazio-iturri sartzen dira, ikerketak egiteko orduan kasuistika larregizkoan jaus gaitetzkeelarik. Bide bertsutik doa Vázquez Montalbán-ek emandako definizioa (1973): “Informazio-iturriak, egia esan, gertakariak beraiek dira, edo gertakarietako protagonistak”. Azken hau ere hagitz zabala izan arren, zer pentsatu eman behar digu, edozein kazetarik beti eduki behar baitu gogoan protagonisten hitzak lortzea, protagonista bera elkarrizketatzea edota gertakariak izan diren lekuaren irudiak eta argazkiak kausitzea; zeregin hau guztiz garrantzizkoa da, era horretan informazioa gertu-gertutik eskaintzen baitiegu entzuleei.

Informazio-iturriaren kontzeptua ur-sorburu modura errepresenta daiteke (Palazio,1997, 155). Ura datu informatiboak dira, informazio-ekaia alegia, eta telebistako berriemaileak datu horiek zenbat eta beheragotik harrapatu, hainbat eta handiagoa da informazioa kalitate eskasagokoa izateko posibilitatea.

Izan ere, informazio-iturriak kazetariari informazioa edo datu informatiboak igortzen dizkioten pertsona, erakunde edo zerbitzuak dira; informazio osoa, hau da, asko aldatu gabe transmititzeko eran dagoena, edo datu informatiboak, kazetariaren esku informazioa osatzeko balio dutenak. Definizio honetan, bistan denez, argitalpenak eta dokumentazio-zerbitzuak ere iturritzat jotzen dira.

Dena den, iturri ororen atzean gizakiak daude. Gizabanakoaren eraginez hornitzen da informazioz iturria edo putzua. Horren arabera, gizakiek igorria da erakunde- edo zerbitzu-iturri desberdinetatik datorren informazioa. Benetako kontzepzioa hori izan arren, erakunde eta zerbitzuen baitan ere jartzen dugu *iturri* terminoa, Angel Faus irakasleak (1981) ere egin duen bezala. Horrela, adibidez, iturria teletestua dela diogunean, teletestuaren zerbitzua eskaintzen duten kazetariengan pentsatu behar dugu; edo albiste-agentzia dela diogunean, erakunde informatibo horren atzean dauden berriemaileengan.

Moles-engana (1975) itzuliz, eduki-analisia aplikatzen zaien mezu guztiek bi alde dituztela aipatu behar da. Mezu denotatiboa (esaten dena) eta mezu konnotatiboa (esaten den era) elkarrekin datoz iturrietarik heltzen zaizkigun informazio guztietan. Alde semantikoaz eta alde estetikoaz ari naiz; adieren alorrean murgiltzen den errealitatea alde batetik, eta adierazteko moduekin eta estetikarekin erlazionaturiko alorra bestetik. Bi errealitate edo alor hauek aintzakotzat hartzekoak dira albistea sortzen denetik uhineratu edo papereratu arteko komunikazio-prozesu osoan zehar. Iturrietatik beraietatik garatzen dira bi alor hauek, eta bitartekoak zenbat eta gehiago izan, hainbat eta fidagarritasun txikiagoa eman behar diegu informazioei. Kazetariak ongisko dakite zeinen garrantzitsua den hori, eta horregatik eduki behar dute hasieratik argi zer-nolako iturriak nahi eta behar dituzten.

2. Informazio iturrien sailkapenak

Lehenengo eta behin, esan dezagun bi bide segitu ohi direla informazioa erdiesteko: alde batetik, hedabideak berak bilatutakoan aurkitzen den informazioa dago; eta bestetik, gizarteko erakunde, pertsona zein elkarteek komunikabideetara bidaltzen dutena, interesak eraginda. Mar Fontcuberta-k (1993) dioen bezala, bi bide hauetan barna abiatzea eta beraietan gertatzen direnak —hedabide eta iturrien arteko harremanak— aztertzea, albisteen ekoizte-prozesuan jazotzen den zeregin konplexuena eta oinarritzkoenatarikoa da. Beraz, prozesua, ezin daiteke ongi azter, iturrien sailkapena egiten saiatu ezean.

Lan exhaustiborik eta nekezik egiteko asmorik gabe, ondorengo lerroetan iturrien zenbait sailkapen interesgarri jarri nahi ditut, irratilariak informazio-biltze lanean dauden hutsuneak, okerrak eta iturri batzuekiko gehiegizko menpekotasuna ikus ditzaten.

Josep Ma Casasús-ek (1988) hiru multzo handitan banatzen ditu kazeta-albistek lortzeko metodoak: 1) Baliabide pertsonalak eta kazetariaren beraren iturriak; 2) ohiko iturriak, hots, konbentzionalak direnak; eta 3) informazioaren iturri espezifikokoak eta noiz-behinkakoak. Baten batek pentsa dezake, hiru multzo horietako bakar batek ematen dizkigun errekurtsuak nahiko izan daitezkeela informazioa lortzeko. Hala ere, eskuragarri ditugun baliabide eta iturri guztiak dira baliagarriak gure informazioa gorpuzteko. Casasús irakasle katalanak dioskun bezala, informazio-lan baten bikaintasuna iturri eta baliabideetan jartzen diren eginahalei esker kausitzen da. Baina jar dezagun ondorengo laukian Casasús-ek egindako albiste-iturrien sailkapen osoa:

1. Baliabide pertsonalak eta kazetariaren beraren iturriak

a) Pasiboak: behaketa zuzena edo ustegabekoa, entzunaldi ez-sistematikoa eta irakurketa kontingentea.

b) Aktiboak: ikerkuntzaren, elkarrizketa teknikoaren eta dokumentazioaren bitartez lortzen direnak.

c) Pertsonalak: kazetariaren hezkuntza akademiko eta kulturala, bere oroimen profesionala, kazetariaren agenda profesionala eta harreman publikoak, eta fitxategi eta artxibo pertsonalak.

2. Ohiko iturriak

Iturri antolatua direnak: albiste-agentziak, prentsa-kabineteak, kazeta, aldizkari, buletin eta liburuen hustuketa metodikoa eta irrati eta gainerako ikusentzunezkoen entzunaldi edo behaketa sistematikoa.

3. Informazioaren iturri espezifikoak eta noiz-behinkakoak

Gertakariaren protagonistak, lekukoak, erakunde publikoak, alderdi politikoak, sindikatuak, gizarteko elkarte desberdinak, enpresak eta gizartean eragina daukaten pertsonak

Bestalde, Villafañé, Bustamante eta Prado irakasleek (1987) honako iturri hauek bereizi zituzten irrati-telebistako lan-ohiturak aztertu zituztenean:

1. Zentro erregionalak.
2. Berriemaileak eta erreportariak.
3. Dokumentazioa eta hedabideko agenda.
4. Gobernu-iturriak.
5. Patronalak eta enpresari-elkarteak.
6. Sindikatuak.
7. Alderdi politikoak.
8. Erakunde sozialak.
9. Adituak.
10. Testigantzak.
11. Albiste-agentziak.
12. Beste informazio-hedabide batzuk.
13. Bestelakoak.

Beste autore batzuk exhaustiboagoak dira —David Dary (1970) eta Javier Muñoz (1994), kasurako— hainbat *news beat*, sektore edo iturritegi aipatuz: erabaki-zentroak, hezkuntza-zentroak, bidaiak, kirol-esparruak, sektore baztertuak... Gogora dezagun David Dary-k ondokoa adierazteko darabilela *news beat* hitza: “*a beat is the news source or sources for which a certain newsman is responsible, and in a large community there may be several new beats*”.

Sailkapena informazioaren eskuragarritasun-mailaren arabera egingo bagenu, lehendarra, bigarrendarra... eran bereiz genitzake iturriak; horrela, telebistako berriemailea gertakariaren lekuko zuzena balitz, lehendarra edo primarioa genuke iturria: bitartekari gehiago egonen balira, bigarrendarra (sekundarioa), hirugarrendarra (terziarioa) eta abar genituzke.

Albiste batzuk eskusibaz ematen dira zenbaitetan. Hori gertatzen denean, *iturri lehendarrari* egiten diogu erreferentzia, hots, kazetariari berari; edota iturri bigarrendar edo hirugarrendar bati, informazio pribilegiatua ematen digunari preseski. Iturri pribilegiatu horiei Mar Fontcuberta-k (1993) *fuentes exclusivas* deritze. Izaera

desberdina dute, ordea, iturri konpartituek, hau da, irrati-estazioari albiste-kopuru jakin bat igortzen diotenak, informazio-zerbitzuen eguneroko lana erraztearren.

Bestalde, interesgarri deritzot José Martínez de Sousa-k (1992 2) iturriak nola sailkatzen dituen azaltzeari. Gaztelaniaz *iturri* kontzeptuari jarri ohi zaizkion adjektiboak baliatuz, iturrien tipologia zabala egin du, prentsa idatzirako bezala ikusentzunezkoetarako ere balio duena:

1. Iturri ahalduna (edo baimendua). Aipa ezin daitekeen iturri ofiziala.

2. Ongi informatutako iturria edo iturri ona. Zehaztu ezin daitekeen iturria, baina informazioa berma dezakeena.

3. Kontsulta-iturria. Kazetariari lagungarri zaizkion liburu eta lan intelektualek osatzen dutena (hiztegiak, urtekariak, entziklopediak, artikuluak...)

4. Iturri dokumentala. Argitalpen baten kontsulta-elementuek osatzen dutena; hala nola, argazki-artxiboa, ebakiak, agiri egiaztatuak, gutunak, dekretuak, legeak eta arautegiak, fitxa biografikoak etab.

5. Atzerriko iturria. Atzerrian dagoen iturria eta nazioarteko informazioa igortzen duena.

6. Iturri indibiduala. Berriemaile, korrespontsal edo kazetaria.

7. Erakunde-iturria edo iturri instituzionala. Pribatua zein publikoa den erakunde baten prentsa-kabinetea edo harreman publikoetarako bulegoa.

8. Iturri lokala. Hedabidea dagoen eskualdean kokaturik, noizean behin zein maiztasunez informazio interesgarria eman dezaketenak. Besteak beste, polizia, ospitaleak, suhiltzaileak, erakunde zibikoak etab.

9. Iturri nazionala. Interes nazionaleko informazioak datozeneko gunea.

10. Iturri ofiziala. Gobernuaren edo beraren erakundeen izenean informazioa igortzen duen gunea.

11. Iturri ofiziosoa. Bere izenean, eta ez daukan karguaren izenean, informazioa igortzen duena.

12. Iturri partikular edo pribatua. Bere izenean informazioa igortzen duena.

22. GAIA. KAMERA MUGIMENDUAK ETA PLANOAK

<https://youtu.be/ITwWCIZdfBo>

<https://youtu.be/p6ZeGJpdMUE>

24. YOUTUBE-N NOLA HASI ETA COPYRIGHT-A ETA LIZENTZIAK ULERTUZ

https://youtu.be/IWaC_hTumN8

<https://youtu.be/4xJw0JIC2BA>

25. HAMAR AHOLKU KAMERA AURREAN MINTZATZEKO

Javier Cabrera ikusentzunezkoen adituaren bideoa: <https://youtu.be/Hw3MSphFBhM>

26. TELEBISTA KANALEN JABEAK ETA BEREN OLIGOPOLIOA

Hedabideen jabeen boterea noraino heltzen den. Pablo Iglesiasen diskurtsoa: <https://youtu.be/yDwOcVxxPek>