

3. GAIA: KOMUNIKAZIO-ENPRESAREN ETIKA ETA AUTORREGULAZIOA

1. PRINTZIPIO EDITORIALAK

Definizioa: Informazio enpresak esplizituki sortutako printzipioen multzoa, sustatzen duen hedabidearen filosofia (ideologia edo ildo editoriala), xede nagusia eta helburu orokorrak, baita haren eguneroko funtzionamendu jarraibideak neurri batean orientatzeko.

- Printzipio editorialak edukitzeak esan nahi du aldarrikatzen dituen komunikazio enpresak kazetaritzaren berezko helburuak lortu nahi dituela, etekin ekonomikotik soilik bideratu gabe.
- Hedabideek, sortzen diren unetik bertatik, eduki beharko lituzkete.
- Eskakizun deontologikoa da, ez legezkoa.
- Ia hedabide publiko guztiek (ikus entzunezkoak) beren sortze legeetan ezarritako printzipio editorialak dituzte.
- Printzipioen aurkezpenak argia eta zehatza izan behar du.
- Egoera normal batean, komunikazio enpresak edukia errespetatu behar du.
- Horrek ez du esan nahi denboraren poderioz eguneratu ezin direnik.
- Berriztatzen direnean, egindako aldaketen aldarrikapena edo publizitatea egin beharko da.

Printzipioak betebeharrak dira, eta enpresak borondatez hartzen ditu honako hauek:

- a) Konpromisoa hedabidearekin.
- b) Konpromisoa profesionalekin.
- c) Oro har, publikoarekin

a) Enpresak bere hedabidearekin duen konpromisoak adierazi nahi du...

- Sinesgarritasuna, ildo editorialarekiko fideltasunagatik: gutxienez, editorialek eta iritzi gehienek bat etorri behar dute printzipio editorialekin
- Hedabideen xurgapen erasokorrak geldiarazten laguntzea (kontzientzia klausula eskatzeko aukera,...).

b) Enpresak bere profesionalekin duen konpromisoak honako hau adierazi nahi du...

- Zeharka, lan kualifikatua egiten dutela aitortzea: kontraesankorra izango litzateke, adibidez, printzipioen artean informazio zorrotza eta profesionala emango dela hitzmatea, eta, aldi berean, edozein pertsona kontratatzea informazio lanak egiteko, kualifikazioa eta prestakuntza kontutan hartu gabe.
- Kazetaritzaren beste berme deontologiko eta profesional batzuk sendoagotzea: printzipioak agerian badaude, hedabidearen ildo ideologikoa nabarmenki aldatzen bada, profesionalek eragozpenik gabe aldarrika lezakete kontzientzia klausularen eskubidea.
- Printzipio editorialik ez balego, ordea, askoz ere zailagoa izango litzateke kontzientzia klausula aldarrikatzekotan ildoaren aldaketa egiaztatzea.

c) Publikoarekin duen konpromisoak adierazten du...

- Gardentasuna, bere jarrera ideologikoaren isla, bere ildo ideologikoa hobeto ezagutzea ahalbidetzen diona.
- Komunikabidearen ildo ideologikoaren iraunkortasuna bermatzea: publikoak bere kexak eta erreklamazioak egiteko oinarri objektiboa du.

Ezbaia: Printzipio editorialek murrizten al dute profesionalen adierazpen askatasuna?

- Profesionalek diharduten hedabidearen printzipioak errespetatu behar dituzte: profesional batek bere borondatez onartzen badu hedabide batean lan egitea, bere printzipioak betetzeko edo, gutxienez, ez urratzeko konpromiso inplizitua hartzen du.
- Hala ere, printzipio editorial horien arabera jokatzearen beharra, oinarrizko betebeharrak deontologikoen menpe dago: gatazkarik izanez gero, ezin da planteatu kazetaritzaren printzipio eta arau etiko nagusien aurkako eskakizunik, beti izango baitute lehentasuna.
- Europako Kontseiluaren Kazetaritzaren Etikari buruzko 1003 ebazpenean ideia hau jasotzen da:
"Enpresa informatiboaren barruan, editoreek eta kazetariak elkarrekin jardun behar dute, kontuan hartuta editore edo jabeen orientazio ideologikoaren errespetu legitimoa albistean egiazkotasunaren eta iritzien etikaren eskakizun saihestezinek mugatzen dutela, eta hori funtsezkoa dela herritarren informazioarako oinarrizko eskubidea errespetatzeko".

KOMUNIKAZIO ENPRESA PUBLIKO BATEN PRINTZPIOEN ADIBIDEA: "EUSKAL IRRATI TELEBISTA" HERRI-ERAKUNDEA SORTZEKO MAIATZAREN 20KO 5/1982 LEGEA (LABURPENA).

OROTARIKO OINARRI-ARAUAK:

Autonomia Erkidegoko Herri Agintariak eta Herri Erakundeek adierazpen askatasuna eta informazioa libreki hartzeko eta emateko eskubidea babestuko dituzte, hedabidek gizarte demokratiko batek eskatzen dituen baldintzapenen arabera zeregina bete dezaten.

- Autonomia Erkidegoaren agindupean diren hedabideen jardura honako printzipio hauetan oinarrituko da:

Informazioaren objektibotasuna, egiazkotasuna eta inpartzialtasuna.

Informazioaren eta iritzien arteko bereizketa, iritzia nork emanak diren adierazita.

Tratamendu berezi berbera beharko du publizitate komertzialak ere.

Berdintasun, eta politika, erlijio, gizarte, kultura eta hizkuntza aniztasun printzipioen begirunea.

Interes orokorraren alde, Konstituzioan eta Autonomia Estatutuan onartutako bizikidetzaren balioen babesa eta sustapena.

Pertsonen ohorea, izen ona eta, bereziki, intimitatea eta norberaren irudiarikiko eskubidea errespetatzea.

Gazteak eta haurrak babestea eta sustatzea.

Euskal kultura eta hizkuntza sustatzea, euskararen erabileraren aldera, programazioaren oinarrizko printzipioak ezarri.

Ondoko egoera hauek ekar ditzakeen edozein saio baztertu egingo da:

Gizabanakoen edo kolektiboen bizitza, askatasuna eta berdintasuna mehatxatzen dituzten gertaeren edo portaeren goraipamen edo apologia.

Legez edo gizartean gaitzesgarriak diren jokabideen aldeko aurkeztea edo apologia.

Haren baimenik gabe, intimitate eskubidea hautsiz, edozein pertsonaren hitzak edo irudiak leku pribatu batean hartzea debekatuta gelditzen da, bai eta hartze horrekin zerikusia duten dokumentu mota guztiak zabaltzea edo gordetzea ere.

Era berean, debekatuta dago delitu egin duten adingabeen izenak publikoki adieraztea.

ENPRESA PRIVATU BATEN PRINTZIO EDITORIALEN ADIBIDEA: *GOIENA KOMUNIKAZIO TALDEAREN MISIOA ETA BALOREAK.*

GOIENaren misioa edo zeregina

Debagoienetik pertsona eta entitateen arteko komunikazio beharrak asetzea eta aisia, kultura eta elkarbizitarako bideak lantzea, euskara ardatz, elkarlanean oinarriturik eta era guztietako euskarri komunikatiboez baliatuz.

GOIENaren zeregina mugatzen duten baloreak:

Euskararekiko konpromisoa, gure lan esparru guztietan euskaraz jardutera eta hizkuntza zaindu eta egokia erabiltzera bultzatu behar gaituena.

Komunikazio arin eta etengabea, bai kooperatiba barruko kideen artean eta baita GOIENaren eta gizartearen artean.

Eskualdearen garapena, eskualdearen gizarte kohesioa eta komunitate zentzua bizkortzeko jarrera aktiboa.

Eredu parte hartzailea, kooperatibako langile zein laguntzaileen eta gizarteko talde edo eragileen partaidetza eta konpromisoa sustatu eta bideratzeko.

Lankidetzeta, gure helburuekin bat egiten duten eskualdeko nahiz eskualdez kanpoko gizarte ekimen, administrazio nahiz hedabideekin, gardentasunean eta elkarrenganako errespetuan oinarrituta.

Autonomia, pentsamolde guztiekiko, gogoeta propioan oinarrituta.

Aitzindaritzeta, hurbileko komunikazioari eta euskararen normalizazioari bide berriak zabaltzeko.

Herritar guztiei irekia, herritar guztien eskura egonik, gizartearen baitako desberdintasunak murrizteko.

2. BARNE KODEAK:

Definizioa: Enpresen edo hedabideen ekimenaz sortutakoak, arau batzuk jasotzen dituzten dokumentuak dira. Arau horien bidez, enpresek edo hedabideek beren jarduera gidatu behar duten konpromiso etiko batzuk proposatu eta onartzen dituzte.

- AEBetan agertu ziren lehen aldiz XX. mendeko 70. hamarkadaren hasieran, garai hartan AEBetako hedabide batzuek zuten sinesgarritasun krisiaren ondorioz, hura hobetzeko asmoz.

- Kazetaritza lanbidearen kode orokorrak baino aurreratuagoak edo esplizituagoak izan daitezke (adibidez, FAPErena baino), baina ezin dira inoiz haien aurka joan.
- Erredakzioko estatutuekin batera, autoerregulazio mekanismo eraginkorrenak dira.

Bi era desberdin:

- a) Komunikazio enpresa edo komunikazio talde baten etika kodeak.
- b) Hedabide baten kazetaritza etikaren kodeak, bereziki.

a) Komunikazio-enpresa baten etika kodeak:

- Enpresa edo komunikazio talde osoari eragiten diote; beraz, konpromiso zabalak sartzen dituzte, eta lotesleak dira kide guztientzat: kazetariak, publizistak, zuzendariak, langileak, etab.

KOMUNIKAZIO-ENPRESA BATEN ETIKA KODEAREN ADIBIDEA: ATRESMEDIAREN PORTAERA KODEA (2011):

EDUKIAK:

1. Xedea.
2. Atresmediaren misioa, Ikuspegia eta balioak.
3. Aplikazio eremu subjektiboa.
4. Onarpena eta betetzea.
5. Arauak Betetzearen Batzordea (CCN) eta Zigor Betetzearen Arduraduna: Osaera eta eskumenak.
6. Atresmediaren portaera kodearekin zerikusia duten gaietan komunikatzeko prozedura orokorra.
7. Jokabide arauak: jokabide printzipioak. Langileekiko eta enplegatuen arteko harremana. Barne kontrola eta zuzentasun pertsonala: Profesionaltasuna eta Independentzia. Gardentasuna eta konfidentzialtasuna.
8. Erantzukizuna: Atresmedia proiektuarekiko konpromisoa. Isilpeko informazio konfidentziala. Leialtasuna eta egiazkotasuna. Legezketasuna. Irudi eta ospe korporatiboa. Konpromiso soziala eta Atresmedia Fundazioa.
9. Portaera kodearekiko erantzukizunak: Langile guztienak eta beren agindupean pertsonak zuzentzen dituztenen gehigarritzko erantzukizuna.
10. Zigor prozedura.
11. Kodearen indarraldia.
12. Laguntza eta informazioa

b) Hedabide baten kazetaritza-etikaren kodeak:

- Nazioarteko forma ohikoena da.
- Hedabidean informazio lanak egiten dituztenen betebeharrak baino ez dituzte jasotzen.
- Kode hauek dituzten hedabideek konpromiso handiagoa dute (kode orokorretakoak baino arau askoz ere zehatzagoak).

- Adibidez, ezar dezakete informazio iturriek ezarritako baldintzak onartzeari edo ez onartzeari buruzko araua, edo metodo ezkutua noiz erabili, edo suizidioen tratamendua, edo publizitate mota onargarriariak zehazteko.
- Zenbait kasutan neurri bereziak har daitezke arauok betetzen direla bermatzeko:
Lan kontratuari erantsi (*Actualidad Económica* aldizkarian, esateradko).
Zigor ekonomikoak edo lanekoak (AEB).

HEDABIDE BATEN KODE ETIKOAREN ADIBIDEA: ANTENA3-KO INFORMAZIO-ZERBITZUEN KODE DEONTOLOGIKOA (2012) (LABURPENA)

- Profesionalen jarduerarako eta haien lanetik eratorritako edukietarako erreferentzia esparrua Espainiako Konstituzioa da.
- Informazio guztietan bermatu behar da pertsonen duintasuna errespetatzen dela.
- Saihestu egin behar da pertsonak gutxiesgarriak, mespretxuzkoak edo aurreiritziak adierazten dituzten terminoekin aipatzea.
- Nolanahi ere, ez ez da onartuko indarkeriara bultzatzen duen edo indarrean dauden legeen aurka doan lekukotasunik.
- Antena3 ko informazio zerbitzuetan erabiliko diren hizkuntza eta ikus baliabideak kontu handiz tratatu eta gainbegiratu dira, ikus entzuleen sentsibilitatea mindu dezaketen adierazpenik edo irudirik gehitu gabe.
- Antena3 ko informazio zerbitzuetako erredakzioko kazetari guztiek argi eta garbi bete behar dituzte jarduerak bereizteko printzipioak, interes gatazkak saihesteko.
- Antena3 ko gainerako programetan bezala, albistegiek argi eta esplizituki bereiziko dute informazioa publizitatekin.
- Era berean, informazio edukiak eta gaurkotatuen edozein arlotan interpretazio edo iruzkin kritikoa dakartenak argi eta garbi bereiziko dira.
- Antena3 ko albistegietako erredaktoreek ezin dituzte opariak edo pribilegioak onartu, informazio objektibo eta independenterako gaitasunaren murrizketa gisa interpreta daitezkeenak.
- Ez da onargarria bere lan arloa dela eta informazio pribilegiatua eskura dezakeen edozein kazetarik informazio hori bere onurarako erabili izatea.
- Errugabetasun presuntzioaren printzipio juridikoa zehatz mehatz beteko da.
- Zorroztasuna areagotuko da informazioetan adingabeak tartean daudenean.

3. ESTILO LIBURUAK:

Definizioa:

- Komunikabide bat bereizten duen barne arau eta norabideak liburu gisa egituratua.
- Guztiek bete behar dituzte: Zuzendaritzak, erredaktoreek, kolaboratzaileek...

Ereduak:

- a) Lehen belaunaldikoak.
- b) Bigarren belaunaldikoak.
- c) Hirugarren belaunaldikoak

A) LEHEN BELAUNALDIKO ESTILO LIBURUAK:

- AEBetan sortu ziren, prentsa agentzien barruan, informazioa lantzeko modua homogeneizatzeko; izan ere, kolaboratzaileen sakabanatze geografikoak zaildu egiten zuen testuen azken zuzenketa ziurtatzea.
- Lehenengoa, 1951n, Associated Press ekoa izan zen; gero, UPI, Reuter eta abar, eta, ondoren, beste idatzizko hedabide eta telebista kate batzuk.
- Gehienak, oraindik ere, mota horretakoak dira.

Edukia:

1. Estetika arauak (edo diseinukoak): tipografia, grafikoak, sail banaketa, azalak, gehigarriak, etab.
 2. Idazketa arauak: informazioaren egitura eta erabilera, estiloa, ortografia, akronimoak...
 3. Teknika arauak: testuen konposizio prozesua, irudien tratamendua, inprimaketa teknikak...
- Bitarteko garai batean, kazetaritzaren dimentsio etikoa gero eta gehiago sartzen da estilo liburuetan: informazioaren tratamenduari eta kazetarien jokabideari buruzko arauak gehitzen dira pixkanaka, baina oraindik ez da kapitulu espezifikoa bat osatzen horien barruan.
 - Espainian, EFE agentziak, joan den mendeko berrogeiko hamarkadatik, barne erabilerarako hizkuntza arauak biltzen zituen, eta, azkenean, estilo liburu gisa argitaratu zen, presako espainieraren eskuliburua izenburuarekin.
 - Pixkanaka, gogoeta etikoak berezko izaera duten ataletan kokatu dira.

B) BIGARREN BELAUNALDIKO ESTILO LIBURUAK:

Edukia:

- 2. belaunaldiko liburuak, 1. belaunaldiko estetika, idazketa, eta teknika gaiez gain...:
Irizpide ideologikoak eta
Irizpide deontologikoak dauzkate.
- Horregatik liburu hauek hedabide horien "testu konstituzionalak" bailiran hartzen dira.

Eduki ideologikoak eta deontologikoak 2. belaunaldiko liburuetan:

- Hedabidearen identitate ideologiko edo filosofikoa, haren bilakaera historikoa eta hura inspiratzen duten printzipioei eta abarri buruzko adierazpenak.
- Kazetaritzaren printzipio nagusiak: egiazkotasuna, objektibotasuna...
- Garrantzi txikiagoko arauak eta gomendioak: hizkuntzaren erabilera zuzena, errakuntzak...
- Batzuetan, pertsonen intimitatearen, ohorearen eta abarren urratzeari buruzko lege arazoak saihesteko jarraibideak.
- Barne mailako beste dokumentu batzuk: erredakzioko estatutuak, irakurlearen babeslearena...

Kritikak bigarren belaunaldiko estilo liburuei:

- Zenbaiten ustez, kazetariak aurrez ezarritako kazetaritza eredu batera egokitu behar dute zeregina, eta sormena eta nortasuna kentzen diote beren lanari.
- Halaber, Erredakzioko kideak diziplinatzeko eta uniformizatzeko balio izateko arriskua, neurri batean, enpresaren tresna baita lan erritmoak eta moduak inposatzeko

2. BELAUNALDIKO ESTILO LIBURUAREN ADIBIDEA: *EL PAÍS*.

- 1977an agertu zen (lehen estilo liburua Espainiako prentsan).
- 1. edizioa, bakarrik 32 orrialdekoa, zalantzazko 19 termino baino ez zituen jasotzen (esaterako, israelita israelí...).
- 1980an, barne erabilerako 344 orrialdeko liburu bihurtu zen, eta haren irakurketa galarazita zegoen egunkariak kanpoko edonorentzat.
- 1990ean, liburua erredakziotik atera zen, liburu dendetan salgai jartzeko.
- Une horretan, irakurleekiko berariazko konpromiso moduko bat bihurtu zen: orduz geroztik, zuzendariari bidalitako gutun asko eta irakurlearen defendatzaileari bidalitako kexak liburuaren edukian oinarritzen dira.
- Barne arauak dituen liburu bat baino ez bada ere, askok gaztelaniaz 'zuzen idaztearen' erreferentziatzat hartzen dute gaur egun.
- Liburu dendetan arrakasta handiena duen estilo liburua da.

Edukia (22. edizioa-2014ko maiatza-648 or.):

Etika printzipioak:

Iturriekiko harremanak
Irainak eta kalumniak
Interes gatazkak
Informazioaren tratamendua
Informazio berezitasunak
Publizitatearen tratamendua
Irudiak
Elkarrizketak
Inkestak
Esaera itsusiak
Errakuntzen zuzentzea
Ahazteko eskubidea

• Beste eduki batzuk:

Idazketa arauak, kazetaritza generoak, argazkiak, bideoak, infografiak, multimedia narrazioak, titulazioaren osagaiak, tipografia.

Sinaduraren erabilera, tratamenduak eta protokoloa, Izenak, laburdurak, zenbakiak, zeinu ortografikoak, gramatika arauak, akats ohikoenak.

Eranskinak:

Erredakzioaren Estatutua
Irakurlearen Babeslearen Estatutua

2. BELAUNALDIKO ESTILO LIBURUAREN ADIBIDEA: *BERRIA*.

- 2006ko irailean aurkeztu zen (*Berria* sortu eta hiru urtetara).
- Lehen argitaraldikoak 252 orrialde zeuzkan, DIN A4 formatuan. Eredu oso berriztatzailea izan zen paperez inprimatutakoen artean.

Liburuaren atalak:

1- Deontologia:

Abiaturua

*Berria*ko kazetarien jarraibideak

2- Informazioa eta interpretazioa:

Informazioaren ikuspuntua, generoak, informazio elementuak

3- Idazkuntza:

Testu erakargarriak osatzeko hainbat baliabide

4- Ortotipografia:

Letra etzana, larria eta xehea, zenbakiak, laburtzapenak...

5- Onomastika:

Mundu osoko herrialdeen 273 mapa eta informazioa

Euskal Herriko leku izenak (4.800 sarrera)

6- Beste batzuk:

Sigla zerrenda (750 sarrera)

Hiztegia (4.100 sarrera)

C) HIRUGARREN BELAUNALDIKO ESTILO LIBURUAK

- Azken urteotan agertutako estilo liburuetakako batzuk dira, bereziki sentikortzat jotzen diren gai etikoei, eta sarearen bidezko kazetaritza lanaren berezitasunei buruzko informazio zabala emateko gidalerro espezifikoko proposatzen dituztenak.

Edukia:

- Lehenik eta behin, landu beharreko informazio gaiaren testuingurua aurkezten dute.
- Hura lantzean gerta daitezkeen egoera gehienetarako portaera etikoaren gidalerro zehatzak eskaintzen dituzte:
 - Errespetatu beharreko jarraibideak.
 - Saihestu beharreko jokabideak.
- Kasu batzuetan, tratatutako gai etikoei buruzko laguntza erreferentziak ere egiten dira (bibliografia, legedia, etab.).

3. BELAUNALDIKO ESTILO LIBURUAREN ADIBIDEA: *EITBko ESTILO LIBURUA (2016)*.

Edukia:

EITBREN INFORMAZIO-MISIOA

Oinarrizko printzipioak

ETIKA, DEONTOLOGIA ETA JARDUNBIDE PROFESIONALA

Oinarrizko printzipioak
Betebehar profesionalak
Profesionalen eskubideak
Publikoaren eskubideak

INFORMAZIOA LANTZEKO JARRAIBIDEAK

Terrorismoa. Gatazka armatuak eta gerrak
Giza eskubideak, biktimen aitortpena eta bakea
Ezbeharrak, hondamendiak eta istripuak
Suizidioa
Laikotasuna eta pluraltasun erlijiosoa
Genero berdintasuna
Indarkeria matxista
Adingabeak eta nerabeak
Immigrazioa, arrazakeria eta xenofobia
Desgaitasuna eta gaixotasuna
Droga mendekotasuna eta bestelako adikzioak
Kirolarekin loturiko indarkeria
Animalien aurkako indarkeria
Delituak, informazio poliziala eta judiziala
Bide segurtasuna
Laneko istripuak, gaixotasunak eta prebentzioa
Ingurugiroa eta jasangarritasuna

4. KONTSEILU EDITORIALAK:

Kontzeptua:

- Kontseilu Editoriala hedabide baten diziplinarteko organo aholku emailea da, eginkizun nagusitzat hedabidearen informazioak eta iritzi edukiak proposatu, aztertu eta kritikatzeari duena, horretarako printzipio editorialetako baloreak islatzen direla zainduz eta sustatuz.
- Ez da hedabidearen ildo editorialaren arduraduna (zuzendaritzari, iritzi buruari eta barneko talde editorialistari, eskusiboki, dagokie).

Kontseilu Editorial bateko kideen eginkizunak:

- Kolaborazio lanak gainbegiratu eta argitaratzea komeni den edo ez proposatzea (zein gai, zein egunetan...).
- Kolaborazioaren bat onartzen ez bada, azaltzea zergatik ez den onartu.
- Akatsak eta landu ez diren ganorazko informazioak identifikatzea.
- Egitasmoak proposatzea erreportajeetarako, ikerketetarako eta bestelako egitasmoetarako.
- Noizbehinka sail ezberdinetako arduradunekin biltzea, kazetaritza lana ebaluatzeko...

Osaera:

- Oro har, gutxienez bost pertsonak osatzen dituzte, eta hedabideko zuzendaritzak aukeratzeko dituzten denbora tarte jakin batean lan egiteko.
- Kontseilariak hedabide berekoak edo kanpokoak izan daitezke.

Barnekoak:

Zuzendaria
Zuzendariordeak
Iritzi sailburua...

Kanpokoak:

Sail edo atal bakoitzeko adituak (ekonomialariak, kirolariak...)
Beste diziplina batzuetan ospe handia duten profesionalak: hizkuntzalariak, diplomatikoak, legelariak ...

Ez ohiko adibidea: Mexiko hiriko *Reforma* Taldearen Kontseilu Editorialak

- *Reforma* komunikazio taldea, izen bereko egunkariaren argitaratzailea eta Mexikon eragin handiena duten hedabideetako bat, gainerako hedabideen aldean oso bestelako kazetaritza eredu eskaintzeaz harrotzen da.
- Eredu horren funtsezko zutabea bere bere Kontseilu Kontseiluak dira: egunkariaren sail guztiak Kontseilu Editorial bana dute, borondatez zeregin horretarako euren burua eskaini duten irakurleez, gehi sailetako gaietan adituak diren pertsonak osaturik (normalean zuzendaritzak aukeratzeko dituzte).
- Guztira 70 kontseilu editorial ditu, eta urtero 850 pertsona inguruk parte hartzen dute (urtero berritzen dira).
- Kontseilu horiek askatasuna dute egunkarian landu beharreko gaiak aztertu, proposatu eta zehazteko.
- Bileretan, kontseilariak aurreko bileratik argitaratutako edukiak aztertzen dituzte, zer egin den ondo eta zer zuzendu behar den zehazteko. Ondoren, eztabaida etorkizun hurbilean zentratzen da: zer gaik merezi du jorratzea?, nor izango da hori egiteko kazetari egokiena?, zein neurritan?...

5. HEDABIDEEN ERABILTZAILAREN BABESLEA

Kontzeptua: Hedabideen erabiltzailearen babeslea (ombudsman) ibilbide luzeko profesionala da, lanbidean ospe aitortua duena (gehienetan, kazetari bat). Publikoaren kexei erantzuten die, eta hari zuzentzen dizkio bere azalpenak, horretarako, erredakzio kideen jokabidea aztertuz.

Funtsezko ezaugarriak:

1. Pertsona bakarrek kargua da (kazetaritza lanik bakartuena eta erredakziotik isolatuena).
2. Gune finko bat du bere eskura, garrantzitsutzat jo dituen kasuen ikerketen emaitzak ezagutarazteko.
3. Autonomiaz eta independentziaz jarduten du (formalki, behintzat).
4. Ordezkaritza sindikalen antzeko lan bermeak ditu.

5. Epe finko baterako izendatzen da (adibidez, El País en, gehienez lau urtera arte berri-
daitekeen urte baterako).
6. Zeregin horretan dedikazio eskusiboa du (ia beti).

Historia laburra:

- Lehen aldiz Ombudsman izena Suedian 1809an sortutako kargu publiko bati eman zitzaion; kargu horrek gobernuaren eta gainerako erakunde publikoen funtzionamenduari buruzko herritarren kezak eta eskaerak jaso eta izapidetzeaz arduratzen zen.
- Harrez gero, figura hori beste leku askotan kopiatu izan da, izen desberdinekin (Espainian, Defensor del Pueblo, Nafarroan eta EAEn, Ararteko...).
- Aurrekariak hedabideetan:
 - 1913an, Joseph Pulitzerrek New York World egunkariko irakurleen kezak jaso eta ikertzeko bulego bat sortu zuen.
 - Beste horrenbeste egin zuen 1922an, Tokioko Asahi Shimbun egunkariak.
- Hedabideen berezko ombudsmana, hasieran definitu den bezala, 1967an agertu zen lehen aldiz, Kentucky ko (AEB) bi egunkari txikitan (*The Courier Journal* eta *The Louisville Times*).
- Europan lehen aldiz Suedian ere sortu zen, 1969an, ezaugarri berezi batekin: figura instituzionala da, ombudsman orokorraren menpe dagoena.
- Kasu honetan izan ezik, hedabide publiko edo pribatu baten barruan jarduten du beti.
- Irakurleen Babesleak bere funtzioa publikoki bete zezan bere orrialdeetan zutabe bat gorde zuen lehen egunkaria Washington Post izan zen, 1970ean.
- 1980an, babesle horietako asko biltzen dituen nazioarteko erakundea sortu zen: Organization of News Ombudsmen (ONO).

Ombudsmanaren helburuak:

1. Hedabidearen bikaintasun profesionala lortzea, honako hauen bidez:

Kalitatezko kazetari produktu bat eginez, kalitate kontrol baten bidez.

Akatsen zuzenketa eta prebentzioaz: zehaztugabetasunak, erratak...

Hizkuntzaren zaintza (ortografia, gramatika, lexikoa...).

Etika profesionala eta kode deontologikoak errespetatuz.

Korporatibismoaren aurkako prebentzioaz.

Autokritikaren sustapenez.

Komunikabidearen sinesgarritasuna berreskuratu, mantendu edo handituz.

2. Hedabidearen irakurleen eskubideak bermatzea, honako hauen bidez:

- Jendearen kexei erantzunez, bere eskubideak kaltetutzat jotzen dituen edo irregulartasunak ikusten dituen.

• Kexa hauek hiru multzo handitan bana daitezke:

- a) Garrantzi gutxiko akats, oker eta zehaztugabetasunekin lotutakoak (ugarrienak). Noiz behinka zuzenketaren bat egin ohi dute.
- b) Albiste baten edukiaz zuzenean beren burua kalteturik ikusi duten edo ados ez daudenekoak.

c) Informazioen tratamenduari, objektibotasun faltari eta abarri buruzko akats larrienak eta garrantzi handiagoko gaiak planteatzen dituztenak.

Figura hau orokortzeko zailtasunak:

- Kostu ekonomikoa: hedabide guztiek ez dute behar besteko ahalmenik sortzeko.
- Lan egiten duen eta ordaintzen dion hedabide beraren kritika benetan independentea eta ausarta egiteko duen zailtasuna (egiten zaion kritikarik zorrotzena).
- Editore eta zuzendari guztiak ez daude ados ombudsmanaren beharraz, ez eta bere lanaren eraginkortasunaz ere.

ADIBIDEAK ESTATUAN:

Hedabide inprimatuak:

- Gaur egun, bi egunkarik baino ez dute ombudsmanaren figura:

El País (1985)

La Vanguardia (1994)

Ikus-entzunezkoak:

- Hiru enpresa publikotan dago:

Radio y Televisión de Andalucía (RTVA): Entzulearen eta Ikuslearen Babeslea (1995).

RTVE:Ikuslearen eta Entzulearen Babeslea (2006).

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA): Ikus entzuleriaren babeslea (2008).

Kargua hutsik badago ere, honako hauetan ere aurreikusten da:

Antena 3 TV: Ikuslearen Babeslea (1997).

Cadena Cope: Entzulearen Babeslea (2003).

Hedabide digitala:

eldiario.es: Komunitatearen Babeslea (2012) (hori ere hutsik, gaur egun).

Ombudsmanaren jardueraren aurrean profesionalen zenbait eskubide eta berme (hainbat estatututan):

1. Ikerketa batean inplikaturik dauden profesionalak entzunak izateko eskubidea dute beti, bai eta irakurleei bidalitako erantzunetan gertakariei buruz duten euren bertsioa fidelki jasotzen dela egiaztatzea ere.
2. Defendatzailearen ikerketa guztiak isilpekoak dira beti, eta kasutik kanpoko inork ez du emaitza argitaratu aurretik ikerketa horren berri izateko eskubiderik.
3. Babesleak ezin du oztopatu kazetarien sekretu profesionalerako eskubidea.
4. Jendeari emandako erantzunetan, saihestu egin behar du informazioen egileen profesionaltasuna edo balioa deskalifikatzea edo epaitzea, eta bakarrik hedabidearen arauak bete diren edo ez azaldu behar du, edo erabilitako gertaerak eta metodoak deskribatu behar ditu, edo informazioa lantzeko erabilitako irizpideak ere.
5. Erredaktoreren batek uste badu bere irudiari kalte larria eragin diola Babesleak argitaratutakoak, bere arazoa azaldu diezaioke Zuzendaritzari edo *El País* en kasuan Erredakzio Komiteari, eta hau gatazka konpontzekotan bitartekari gisa arituko da.
6. Babesleak erredakzioko kideren baten eskubideak urratzen baditu edo bere eginkizunak gainditzen baditu, Zuzendaritzak kargutik kendu dezake.

6. ERREDAKZIOKO ESTATUTUAK:

Definizioa: Komunikabide bateko profesionalen eta enpresaren arteko borondatezko akordioa, kazetaritza jardueraren dimentsio profesionalean zentratua (ez lan arloan), eta hedabidearen barruan erredakzioaren berezitasunak aintzat hartzea helburu duela.

Funtsezko bi funtzio dituzte:

- a) Profesionalen eta enpresaren zenbait eskubide eta betebeharrak ezagutzea, eta bi alderdiek horiek zaintzeko eta errespetatzeko konpromisoa hartzea.
 - b) Hedabidearen eta/edo komunikazio enpresaren erredakzioaren eta zuzendaritzaren artean komunikazio bideak sortzea.
- Komunikabide baten barruan kazetarien autonomia eta eskubideak babesteko eta bermatzeko tresnarik eraginkorrenak dira.

Aurrekaria: Frantziako Erredaktoreen Elkarteak.

- Profesionalak komunikazio enpresen jardunean parte hartzen hasi zirenean, haien jabetza osoa edo zati bat eskuratuz.
- Hasieran, asanblada zen erabakiak hartzeko ohiko metodoa.

Bilakaera:

- 1951, ezustean, Le Monde egunkarian lehena agertzen da.
- 1969an lortu zen mota horretako sozietate kopururik handiena (30 bat).
- 1980, azken adibidea: *Libération* egunkaria.

- Espainian erredaktoreen elkarte bakarra *Madrid* egunkariarena izan zen, 1971n.
- Orduan, erredaktoreek independentzia aldarrikatu zuten botere ekonomikoaren eta gobernu boterearen aurrean.
- Handik gutxira gobernuaren aginduz itxi zuten, egunkariaren jabetza argi ez zegoela argudiatuta. 1973an eraikin bera ere eraitsi zuten.
- Gaur egun, profesionalek enpresaren kapitalean parte hartzera bideratutako ekimenak salbuespenak dira: *Le Monde* egunkaria, Frantzia, Der Spiegel, Alemanian, eta zenbait kasu gehiago Austria, Danimarkan eta AEBetan.
- Oro har, gaur egun kazetaritza lanbideak ez du enpresa kudeaketa kontrolatu nahi, eta ez da zalantzan jartzen komunikabideen enpresa konfigurazioa; lortu nahi dena da profesionalen zenbait eskubide eta nolabaiteko autonomia maila aitortzea.

Estatuan indarrean dauden erredakzioeko estatutuak:

- El País*, 1980an (aitzindaria eta erreferentzia eredu).
- La Voz de Galicia*, 1988an.

El Mundo, 1990ean.

El Periódico de Catalunya, 1993an.

Corporació Catalana de Radio i Televisió (CCRTV), 1998an.

La Vanguardia, 2001ean.

Sport, Bartzelonako kirol egunkaria, 2002an.

Radio y Televisión de Andalucía (RTVA), 2005ean.

EFE Agentzia, 2006an.

Radio Televisión Española (RTVE), 2008an.

Euskal Irrati Telebista (EiTB), 2012an.

ADIBIDEA: EITBKO ERREDAKZIO ESTATUTUAREN EDUKIA:

- I. Eragin eremuaz
- II. Informazioaren profesionalen eskubideez eta betebeharez
- III. Printzipio deontologikoez
- IV. Kontzientzia klausulaz / Kontzientzia eragozpenak / sekretu profesionalaz / defentsa juridikoaz
- V. Sortzeko askatasunaz
- VI. Aldaketen aurreko eskubideaz
- VII. Erredakzioko Kontseiluetan parte hartzeaz
- VIII. Albistegietako Zuzendaritzaz (izendapenez eta entzunaldi eskubideaz)
- IX. Erredakzio kontseiluen eskumenez
- X. Erredakzioko Kontseiluen osaera

Eragin eremua:

- Estatutuaren eraginpean dauden erredakzioko kideak zehazten dituzte: plantillako kideak direla jotzen dute, haien titulazioa edozein dela ere.
- Gainera, beste baldintza batzuk ere eskatzen dira (gutxieneko denbora enpresan, etab.).
- Ikus entzunezko hedabideetan albistegietan lan egiten dutenei bakarrik eragiten diete.

ERREDAKZIOKO KOMITEA (EDO KONTSEILU PROFESIONALA):

Kontzeptua: Profesionalak zuzendaritzaren eta enpresaren aurrean ordezkatzeko organoa; horren bidez, erredakzioak iritzia eman dezake bere lanbide jarduerari eragiten dioten erabakiei buruz.

- Gutxienez bost komitekidek osatzen dute, eta erredakzioko kideen artean bozketa bidez hautatzen dira.
- Komitekide horiek ezin dira zigortu, ezta kaleratu ere, beren eginkizuna betetzeagatik, ordezkari sindikalen antzeko bermeak baitituzte.

Erredakzioko Komitearen eginkizunak (estatutu ezberdinetan):

1. Profesionalei aholku eta laguntza ematea dagozkien eskubide eta betebeharreri buruzko guztian.
2. Erredakzioko gai profesionalei buruzko eskaerak, proposamenak eta iradokizunak zuzendaritzari helarazteko bidea izatea.
3. Zuzendaritzaren eskutik informazioa jasotzea, informazio politikari eta erredakzioaren antolamenduari eragiten dieten erabakiei buruz.
4. Kazetariak informazio egiazkoa eta egiaztatua egitearen ondorioz jasan ditzaketen salaketei erantzutea.
5. Puntualki, hedabideko zuzendaritza kargudunen izendapenei buruz –bereziki, zuzendariarena– erredakzioaren iritzia helaraztea enpresari.
6. Bitartekaritza funtzioa: profesionalen batekin gatazka edo desadostasuna gertatuz gero, zuzendaritzaren aurrean bitartekari aritzea, profesionalak hala eskatuz gero.
7. Publikoki iritzia emateko aukera (iritzi orrietan edo albiste saioetan), baldin eta erredakzioaren gehiengoak uste badu informazioaren batek edo jarrera editorialetan batek profesionalen duintasuna edo irudia urratu duela.

Profesionalen eskubideak (estatutu desberdinetan):

1. Sekretu profesionala: enpresak auzitegietan eta agintarien aurrean babesteko konpromisoa.
2. Zuzendaritzaren eta erredakzioaren konpromisoa, sinatu gabeko lanen egileen identitatea hirugarrenen aurrean babesteko, zuzendariari errekerimendu judiziala egiten zaionean izan ezik.
3. Agenden, artxiboen eta profesionalen beste edozein materialen intimitatea bermatzea; horretarako, enpresak baliabide egokiak eman beharko ditu.
4. Informazio batean aurkitutako akats esanguratsuak zuzentzea proposatzeko eskubidea.
5. Zuzendaritzaren betebeharra informazio bat argitaratzea komeni den ala ez erabakitzeke egileek duten iritzia kontuan hartzeko.
6. Egile eskubideak eta jabetza intelektuala errespetatzea.
7. Defentsa juridikorako eta jarduera profesionaletik eratorritako prozesuen gastuak ordaintzeko eskubidea, betiere kazetaritzaren printzipio orokorren arabera egin bada.

Profesionalen betebeharrak (estatutu desberdinetan):

1. Kazetaritza lana publizitatearekin, irudi kabineteekin eta abarrekin lotutako beste batzuekin batera ez egitea, komunikabidearen edukien autopromoari buruzkoak izan ezik.
2. Lortutako informazioa abantaila pertsonalerako edo hurbilekoentzat ez erabiltzea.
3. Hedabidean lan egiten denean, hirugarrenen presiorik edo faborerik ez onartzea.
4. Ohiko kortesiaz haratago oparirik ez onartzea; zuzendaritzari kontsultatzea jarduera profesionalarekin zuzenean lotutako bidaiak eta gonbidapenak.
5. Hedabideko nagusiak jakinaren gainean edukitzea eta kazetaritza informazioa ez ezkutitzea.
6. Egunkariaren izenean ez aurkeztea aldez aurretik hori egiteko agindua eman ez zaizkien ekitaldi eta jardueretan.