

# 0. Atala: SARRERA

- ❑ Internet eta web desberdinak dira, World Wide Web (www 1991an sortu zen)

## Kazetaritza

1. Prentsa
2. Irratia
3. Telebista

## Ziberhedabideak

1. Blog-ak
2. Prentsa tradizionala
3. Podcast
4. Sare sozialak

- ❑ WEB → Ziberhedabideak

1. PRENTSA
  - a. merkeagoa/merkatua
  - b. audientzia arrakasta
  - c. testua

(*copy-paste*: arazoa sortu orduan ez litzateke periodikorik salduko)

2. IRRATI-TELEBISTA

## Eduki estrategia aldaketa

- ❑ Dirua

- ❑ Kazetariak

- Eduki ekoizleak bihurtzen dira. Hasiera batean gazteak ziren, gauza teknologikoekin erlazionatzen zirelako gazteak.
- Berezko erredakzioak sortu zituzten

## Eduki ekoizleak

- ❑ Web ahalmenak

- **Hipertestua** (HHTTP, estekak, linkak, loturak...)
- **Multimediatasuna**: hipermedia (irudia eta testua batera)
- **Interaktibotasuna**

## Eduki estrategia motak (Web ediziorako lengoaia)

### ❑ Plataforma-anitzeko estrategia

- Plataforma bakoitzak bere edukia sortzen du
- Egunerokotasunerako ez du balio estrategia honek, denbora/lan asko eskatu eta talde handietan (Eitb) ezin da burutu

#### 1. EDUKI MONOMEDIA

Irratia, prentsa, telebista, hedabidea

#### 2. WEB EDIZIOA

Beste plataformek sortutako edukia aprobetxatzen dute, errentagarritasuna ateratzen die (ikuseko irudiak berrerabiltzea adibidez)

#### 3. EDUKIAK GUZTIONTZAT

Azkenean lortzen dena da eskuragarritasun handia izatea, plataforma guztietan eskuragarri dago

### ❑ Transmedia

- Eduki bat hedabide guztietan azaldu nahi da (adibidez, hauteskundeak)
  - **Irratian:** elkarrizketak, tertuliak...
  - **Telebistan:** erreportajeak...
  - **Prentsa:** kronikak, iritzi artikulak...
  - **Sare-sozialak:** hastag, zuzeneko gertaerak...

### ❑ Konbergentzia

- Teknologiaren bitartez aldaketak eman dira
  - Edukian
  - Profesionaletan
  - Erremintetan

## Paradigma-aldaketa nabaria

1. **Hedabidetik** → **Marka** pentsamoldera pasa (Eitb, Bocento, Mediaset...) “enpresa erraldoia”  
**Marka kazetariak:** “soy periodista de mediaset” ez dute esaten “de telecinco, de cuatro...)
2. **Euskarritik** → **edukira**
3. **Salmentatik** → **arretara** audientzia erakartzeko, edukia berbidaltzeko adibidez.  
(kioskoa) (bisitak, ikusaldiak)
4. **Lehia** → **elkarrizketa**
5. **Redundantziatik** → **osagarritasunera** (ez jasotzeko denbora guztian bideo bera, errepikakorra da bestela)

## Komunikazio digitalaren korrante zuzena

- Irudi finkoak → mugimenduan
- Monomedia → multimedia
- Hartze-leku mugiezina → mugikorra (lehen soilik etxeko ordenagailuan eta orain APP eta abar)
- Lineala (ekoizletik hartzailera) → Elkarreragilera (bi noranzkoak) partekatu egiten dugu, hedabideak feed-backa jaso, guk kritikatu...

## Idazkera berri bat

- Ziberkazetaritzan
  - Narrazio ezaugarri berriak
  - Kazeta-generoen eboluzioa
  - Hipertestualitatea
  - Multimedia
- Generoak: mezuaren forma aldatu beraz kazeta-generoa ere
  - Genero hipertestualak
  - Genero multimedia

❑ Watchdog-a, txakur zaindariaren ideia

- **4. Boterea** → ideologia (iritzia eta informazioa)  
publikoarekin partekatzen da (sare sozialetako txioak, "like"-ak...)
- **Fake news:** guztiz benetakoak ez diren albisteak
- **Big data:** digitalizatutako datuak
- Kazetaritzaren balorren krisian ote gaude?

# 1. Atala: ZIBERKAZETARITZA- MEZUA

## Estiloa eta bereizgarri narratiboak

- ❑ 1990eko hamarkadaren erdialdean, ziberhedabideek prentsaren estiloa mailegatu zuten
- ❑ Ziberkazetaritzak prentsaren, irriaren eta telebistaren komunikazioa gaitasunak gaintzen dituen hizkuntza edo interenetetik kanpo ezinezkoa den sistema diskurtsibo berezi bat garatu du.

(Denak erlazionatuak daude, ez dira independenteak)

- **Hipertestuala** da (irakurketa ez sekuentziala ahalbidetzen du, link-ak)
  - **Multimedia** da (testua, audioa, irudia, bideoa eta 3D erabiltzen ditu).
  - **Interaktiboa** da (elkarreragina hainbat modutan bultzatzen du).
- ❑ Adierazpen modu berri honek kazetaritza testu klasikoaren izaera aldatu du, eredu narratibo edo genero eksklusiboak sortuz.
  - ❑ Kazetaritza-generoen sailkapen klasikoa mantendu arren (informazioa-generoak, interpretazio-generoak eta iritzi generoak), tipologia berriak sortu dira:
    - **Informazioa-hipertestuak** (albistea, erreportajea...)
    - **Multimedia-generoak** (erreportajea eta infografia)
    - **Genero interaktiboak edo dialogikoak** (elkarrizketa interaktiboa)
  - ❑ Ziberkazetaritzaren hizkuntzak, prototipo berriak agerrarazi ez ezik, ohiko generoen funtzioa aberastu ere egin du

- ❑ Internetek kontatzeko formulak edo mekanismoak aldatu ditu

HIPERMEDIA: url-a aldatuko da  
MULTIMEDIA: url-a ez da aldatzen

## Hipertestualitatea

- ❑ Sarearen ahalmen erabakigarriena
- ❑ Zatituta eta atal askoz diskurtsoak sortzeko ahalmena da. Zatiak hiperloturen bidez lortzen dira. Diskurtso edo testu mota horiek HIPERTESTUAK dira
- ❑ Unitate edo zati horiek testualak, ikus-entzunezkoak eta grafikoak izan daitezkeenez, HIPERMEDIA hitza erabili ohi da.
- ❑ Irakurleari dagokio zati horiek elkartzea kazetariak aurrez prestatutako hiperloturen bidez
- ❑ Elkarrekin lotu daitezkeen informazio-zatiei NODO deritze
- ❑ Elkarrekin lotzeko elementu nagusia (hiper)loturak edota estekak dira (linkak)
- ❑ Hipertestu edo hipermedia diskurtso baten osagai nagusiak *nodoak* eta estekak dira
  - **Nodoa:** hiperloturen bidez esteka daitekeen edozein informazio zati
  - **Lotura:** informazio zatien arteko elkarketa
- ❑ Loturak estrategikoki pentsatu behar dira diskurtso koherente bat antolatzeko, kontuan hartuz loturen eskaintza baten aurrean erabiltzeak bata edo bestea aukera dezakeela
- ❑ Hipertestuak interakzioa dakar berekin (implizitua). Interaktibotasun selektibo bati esker, erabiltzaileak gustuko dituen loturak aukera dezake (klik eginez)

## 1. Hipertestua

- Interaktibotasun selektiboa
- Multimedia : hipermedia : url-an aldaketak ematen dira

## 2. Multimedia

- Software bat behar duzu hau sortzeko
- Produktu bakar batean testuak, audioak, bideoak... ditugunean
- Produktu hauek egiteko lengoia berezia behar dugu: url-a mantendu
- Edukia ikusteko hartzailea ez da "kanpora" joan behar

## 3. Interaktibotasuna

- Beste erabiltzaileekin dugun harremana da.
- Bi mota daude:
  - **Selektiboa:** bakarrik botoiei ematea adibidez
  - **Parte-hartzea:** iruzkinak, partekatu, eguraldira argazkia bidaliz (adibidez: foroak, txatak, elkarrizketak...)

## Ezaugarri hauek gure kazeta-generoetan

### 1. ALBISTEAN

- Hipermedia
- x
- Interaktibotasuna: Selektiboa  
Parte-hartzekoa (Iruzkinak...)

## 2. ERREPORTAJEAN

- Hipermedia (webgune bereziak)
- Multimedia
- Interaktibotasuna: Selektiboa  
Parte-hartzekoa

## 3. KRONIKAN = Albistearen berdina

## 4. INFOGRAFIAN

- Multimedia
- Interaktibotasuna: Selektiboa  
Parte-hartzekoa

## 5. INFORMAZIO-GENEROETAN

- Hipermedia
- Parte-hartzea: Selektiboa  
Parte-hartzea

DOKUMENTALA: Derrigorrez testigantzak eduki behar  
ERREPORTAJEA: Testigantzak egon daitezke baina ez  
derrigorrez

- Hipertestuaren ideia jatorria: Vannovar Bush-ek idatzitako "As we may think" artikulua. Atlantic Monthly izeneko aldizkarian argitaratua, 1945ean.
- Bush-ek edukiera handiko sistema edo makina bat imajinatu zuen, gordetako informazioa erraz erlazionatzeko: MEMEX
- Ted Nelson-ek Xanadu izeneko memoria-sistema proposatu, informazio-sare eraldoia munduko altxor literario eta zientifiko guztiak godetzeko (1965.urtean)
- MEMEXen eta Xanaduren proiektuak ez ziren inoiz martxar jarri
- World Wide Web(1991.urtean) HTML (Hiptertext MarkUp Language) Tim Berners-Lee zientzialariak asmatutakoa.



- ❑ Gaur arte egindako hipertestu ezagunena da
- ❑ Hipertestu sistema handiak eta txikiak (albiste, erreportajea...)
- ❑ Albiste hipertestualaren egitura eta osagaiak: SAKONTASUN MAILAK

**1. MAILA:** Homepage, azala

Titulua

Lehenengo paragrafoa edo zalpen laburra

Lotura gehigarriak edo osagarriak (bideoak, aurreko albisteak...)

**2. MAILA:** Albistearen gorputza

Titularra

Lehenengo paragrafoa

Informazio osoa, lotura gehigarriak edo osagarriak

**3. MAILA:**

Lotura gehigarri horietan sartzea, informazioa sakontzeko



## Lotura motak (kazetaritzan)

<b>Kokapena</b>	- Testuan txertatuak - Testutik kanpoan	<i>Zerrendak</i>	<b>Lotutako edukiaren forma</b>	- Albisteak - Erreportaiak - Foroak, blogak, chatak, etab - Iritzi-generoak
<b>Helbidea</b>	- Barruko loturak - Kanpoko loturak		<b>Lotutako edukien formatua</b>	- Testua - Irudia - Audioa - Bideoa - Grafikoa
<b>Helburua</b>	- Erlazionatutako loturak (sakontzeko) Aurreko egunean argitaratutako informazioa; egun berean argitaratutako informazioa ----- - Iturriak aipatzeko loturak - Sare sozialak, etab. - Interaktiboak			

## Nola erabiltzen dute kazetariak hipertestua? Edukiak Web-ean editatu eta kudeatzeko 3 modu:

Kazetaria = eduki sortzailea; kudeatzailea

### ❑ HTML kodea

- **Loturak:** `<a href="Loturaren URL-a">Loturaren testua</a>`  
`<a href="http://www.ehu.eus">Euskal Herriko Unibertsitatea</a>`
- **E-posta helbideak**  
`<a href="mailto:ainara.larrondo@ehu.eus">ainara.larrondo@ehu.eus</a>`

### ❑ WYSIWYG (What you see is what you get)

- Microsoft Frontpage
- Macromedia Dreamweaver

## ❑ Edukiak kudeatzeko programak: CSM (Content Managen System)

- Ziberkomunikabideek web orrialde finkoekin (txantxiloiekin) lan egiten dute (sistemaren **back-end, intranet**)
- Ziberkazetari baten lana: datu- base batean (CMS) erregistro bat (informazioa) sartzea (**Eduki kudeatzailea**)
- Web orrialde hauek kontainerak dira eta informazioa erabiltzearen pantailan (**interfaz / front-end**) irudikatzeko balio dute
- Datu-baseetan oinarritutako aplikazioak edo programak (Deia - NUS)
- Ziberkomunikabidearentzat espresuki sortutakoa
- Sartzeko hitz-gakoa / kodea
- Interakzio gradu ezberdinak
- Eduki sortzaileak
- Abantailak: erraztasuna, denbora aurreztea

The screenshot displays the 'eitb CMS' interface. On the left is a navigation menu with categories like 'Contenidos', 'Buscar', and 'Crear'. The main area is titled 'LISTADO - DESTACADOS' and shows a table of content items. The table has columns for 'Ref.', 'Titulo', 'usuario\_mod', 'E\_alta', 'E\_modificacion', 'cod\_c11', and 'estado'. The row with 'Ref.' 52342 is highlighted in red.

Mostrar	25	entradas					
Ref.	Titulo	usuario_mod	E_alta	E_modificacion	cod_c11	estado	
4819	CulturaHome	doncel_xabier	04/09/2008 12:37	23/12/2010 09:14	/eitbcom/secciones/cultura/franco	1	
6106	KulturaHome_eusk	doncel_xabier	04/09/2008 12:37	22/12/2010 15:01	/eitbcom/secciones/cultura/franco	1	
562555	Kultura Bonus home eus	elene	13/12/2010 09:39	22/12/2010 14:15	/eitbcom/secciones/cultura/programas/kulturabonohome	1	
562559	Bono Cultura home cas	elene	13/12/2010 09:39	22/12/2010 14:13	/eitbcom/secciones/cultura/programas/kulturabonohome	1	
7312	Cultura Bertsolaritza eu	sarjosep_las	04/09/2008 12:37	19/12/2010 12:09	/eitbcom/secciones/cultura/bertsolaritza	1	
565686	Zinema Euskalaz home	elene	17/12/2010 12:01	17/12/2010 14:26	/eitbcom/secciones/cultura/programas/euskalazhome	1	
521278	euskalazhome_eusk	elene	04/09/2008 12:37	17/12/2010 12:09	/eitbcom/secciones/cultura/programas/euskalazhome	0	
523442	KulturaAzokia eus	arzuaga_esti	04/09/2008 12:37	09/12/2010 16:48	/eitbcom/secciones/cultura/programas/azokia/home	1	
523438	KulturaAzokia cas	arzuaga_esti	04/09/2008 12:37	09/12/2010 16:14	/eitbcom/secciones/cultura/programas/azokia/home	1	
543122	KulturaAzokiaTB cas	arzuaga_esti	04/09/2008 12:37	09/12/2010 15:37	/eitbcom/secciones/cultura/programas/azokia/tb/cas	1	
543119	KulturaAzokiaTB eus	arzuaga_esti	04/09/2008 12:37	09/12/2010 15:22	/eitbcom/secciones/cultura/programas/azokia/tb/eus	1	
526170	KulturaAzokia congresos cas	arzuaga_esti	04/09/2008 12:37	19/11/2010 13:08	/eitbcom/secciones/cultura/programas/azokia/congresos/cas	1	

## Multimediatasuna

- ❑ Gaur egun ziber-hedabideetako produktuen arrakasta multimediatasuna ustiatzean datza.
- ❑ Hipertestuekin gertatzen den bezala, multimedia baliatzea arlo digitalean baino ez da posible.
- ❑ Multimediak garapen motela izan du ziberkazetaritzan, faktore teknologikoen (konektagarritasuna eta banda-zabalera) baita prentsa-enpresen kultura “testuzale”aren ondorioz.
- ❑ Audioen eta bideoen sare-kontsumoa gehitu
  - Ikus-entzunezko komunikabideen atariak (EITB.com, Rtve.es, BBC.com.uk)
  - Bideoak eta audioak eskaintzen dituzten prentsa-enpresak (Berria.info/berriatb, Elpais.com/videos, Elcorreo.com/videos, etab,).
  - Ikus-entzunezko formatura pasatu diren egunkari edo aldizkari digitalak (esaterako, Diari de Barcelona).
  - Interneterako telebista- edo irrati-kate eskusiboak produzitzen dituzten ziberhedabideak.
  - Dena den, aukera horiek ez dute zerikusi handirik benetan multimedia diren produktuekin:
    - Multimedia ikus-entzunezko elementuez ez ezik, testuz, elementu interaktiboz eta elementu grafiko ere osatuta dago, ***integratuta*** edo ***nahasian***.

## MULTIMEDIA- NARRAZIOA APLIKATZEKO 2 FORMULA

### 1. Justaposizioa, alborakuntza

- ❑ Elementu multimediatikoak nahasten edo erlazionatzen dira loturen bidez.
- ❑ Elementu bakoitza leku ezberdin batean kokatzen da eta, hortaz, bere URLa erakusten du.
- ❑ Emaitza: Hipermedia bat (albistea, erreportajea, kronika)

### 2. Integrazioa

- ❑ Elementu multimediatikoak integratzen dira.
- ❑ Loturen bidez erlazionatzen dira baina testuzko eta ikus-entzunezko elementu guztiek URL bera erakusten dute, hain zuzen, pakete interaktibo baten URL-a, non elementu horiek sartuta dauden (Flash, HTMLS) (Erreportajea eta **infografia**)

Adibideak:

- <http://edant.clarin.com/diario/2009/10/30/conexiones/muro/inicioberlin.html>
- <http://www.eitb.eus/multimedia/infografias/infografia-multimedia/klima-aldaketa.html>

## Interaktibotasunaren elkarreragina

- ❑ Interaktibotasuna pertsonen arteko elkarreragina edo elkarrizketa da, bata pertsonen eta ordenagailuen artekoa
- ❑ Elkarreraginak **audientzia hartzaile aktibo** bihurtzen du (ondorioak, botere gehiago)

- ❑ Interaktibotasun motak ziber-hedabideetan:

## 1. Selektiboa edo nabigatzeko interaktibotasuna

- ❑ Oso oinarrizkoa da. Hipertestu-loturak sakatzean gertatzen da, nahiz eta edozein aukera interaktibo erabiltzean gerta daitekeen (bilatzaileak eta hererotea; pertsonalizazio-aukerak, formularioak, eta abar)
- ❑ Beraz, loturen, barren edo botoien bidez bideratzen da, erabiltzailearen eta sistemaren arteko elkarreragina bultzatuz.
- ❑ Informazioaren interakzioan aritzeko jolas-, simulazio- eta murgiltze-formulak
- ❑ Sareko hainbat kontakizun interkatibok ordenagailu-jokoen antza dute
- ❑ **Simulazioa** eta inguru birtualak. Erabiltzaileak aktiboki parte hartzen du eta kontrol zuzena dauka
- ❑ MSNBC.com-en “Can you spot the threats”?
- ❑ **Newsgame**: Infojokoa (interaktibotasuna, simulazioa)
  - Funtzioak (zertarako?)
    - Audientzia erakartzeko (oso bistosoak dira)
    - Irakasteko, interaktibotasunarekin erlazionatua dagoelako, didaktikoagoa da infojoko bat erreportaje bat baino, horregatik normalean hauek erabiltzen dira irakasteko eta ez albisteak. Informazioa erraza eta dibertigarria bihurtu da, hobeto ikasteko.

*Azterketako galdera posiblea: zertarako erabiliko zenuke multimedia interaktibo bat?*

## 2. Komunikatiboa

HMeartzaileen arteko edo komunikabidearen eta hartzailearen arteko elkarreragina bultzatzen du

### Parte hartzeko interaktibotasuna:

- Erabiltzailea beste erabiltzaileekin komunikatzeko balio du, foroetan, iruzkinetan, eta abarretan.

### Interaktibotasun produktiboa edo sorte-interraktibotasuna:

- Erabiltzaileak komunikabideari edukiak bidal diezazkio
- Hartzaileak aktiboki parte hartzen du igorle bihurtu daitekeelako

## Ziberkazetaritzaren estiloa eta bereizgarri narratiboak

- Hipertestualitatea
- Multimediatasuna
- Interaktibotasuna/elkarreragina

\*\* Ez dira errealitate independenteak, erlazionatuta daude

## Beste ezaugarriak: MEMORIA

- Giza memoria ez bezela, **sareko memoria** mugagabea da eta informazioa erlazionatzeko sekulako gatasuna du
- Hemeroteka, datu baseak eta artxibo fisikoen bidez informazioa metatzeko eta berreskuratzeko aukera
- Denbora-eta espazio-mugak ez egotea aproposa kazetaritzarako
- Hipertestuari esker informazioa edozein momentutan berreskura daiteke
- Memorian oinarritutako produktuak Memoria ahalmenekin erlazionatuak daudela jakin soilik (Tontakeria bat dela dio)
  - Kronologiak (Timeline aplikazioa)
  - Efemerideak

## 2. Atala: ZIBERGENEROAK

### Zibergeneroen sailkapena

- ❑ **Informazio generoak:** Albiste-hipermedia eta infografia-multimedia (informazioaren lehenengo maila) (objektibotasuna)
- ❑ **Interpretazio-generoak:** Erreportaje-hipermedia, elkarrizketa lineala eta kronika (informazioaren bigarren maila, gertakarien sakontzeko generoak) (objektibotasuna)
- ❑ **Genero-dialektikoak (talde berria):** Foroa, txata, inkesta digitalak eta elkarrizketa digitala
- ❑ **Iritzi-generoak:** Zutabea, editoriala, iritzi-artikulua, kritika, etab. (subjektibotasuna)

Lehenengo maila <b>(informazioa)</b>	Bigarren maila <b>(interpretazioa)</b>	<b>Iritzia</b>
Objektibotasuna	Objektibotasuna	Subjektibotasuna
<ul style="list-style-type: none"><li>• Albistea</li><li>• Erreportaje laburra edo objektiboa</li><li>• Infografia</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Erreportaje sakona (erreportaje berezia, literatura erreportajea, etab.)</li><li>• Kronika</li><li>• Elkarrizketa</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Editoriala, zutabea, iritzi-artikulua, binetak, etab.</li></ul>
		Genero dialogikoak (interaktibotasuna eta parte-hartzea bultzatzeko)



## Informazio-generoak

### ▣ ALBISTEA

- **Definizio klasikoak indarrean jarraitzen du:** “Gertaera benetakoa, berria, gaur egungoa eta interes orokorrekoa, interpretatua eta baloratua izan ondoren jendartera zabaltzen dena”
- **Berria-ren estilo liburuak:** “ Albistea gaurkotasunari estu-estu loturik dago, eta haxe dauka helbururik behinena: zer gertatu zen kontatzea, bere soilean, kazetariaren inolako marka pertsonalik gabe (...) Hau da, gertaera bati lotutako berria da, zer jazo den ulertzeko oinarritzko testua, nondik norakoak azaltzen dituen”
- **Ezaugarri oinarriak interneten: Aldaketak**
  - Gaurkotasunaren kontzeptua → berehalakotasuna (albistea gertatu ahala plazaratu)
  - Etengabeko eguneratze
  - Hipermedia-izaera du (ez daude albiste-multimediak)
  - Albistearen makroegitura hipertestuala (piramide iraulia mantentzen da, 5 W-ei erantzuten zaie)
  - Egitura ez lineala (hipertestu-egitura) eta sakontasuna
  - Berehalakotasuna eta etengabeko eguneratzea
  - Multimedia-izaera
  - Elkareragilea

- **Hipertestuko sakontasun-mailak:** Albiste hipertestualak gutxienez 3 pantailetan edo mailetan egituratuta daude:

- AURKEZPEN-NODOA, Lehenengo pantaila:

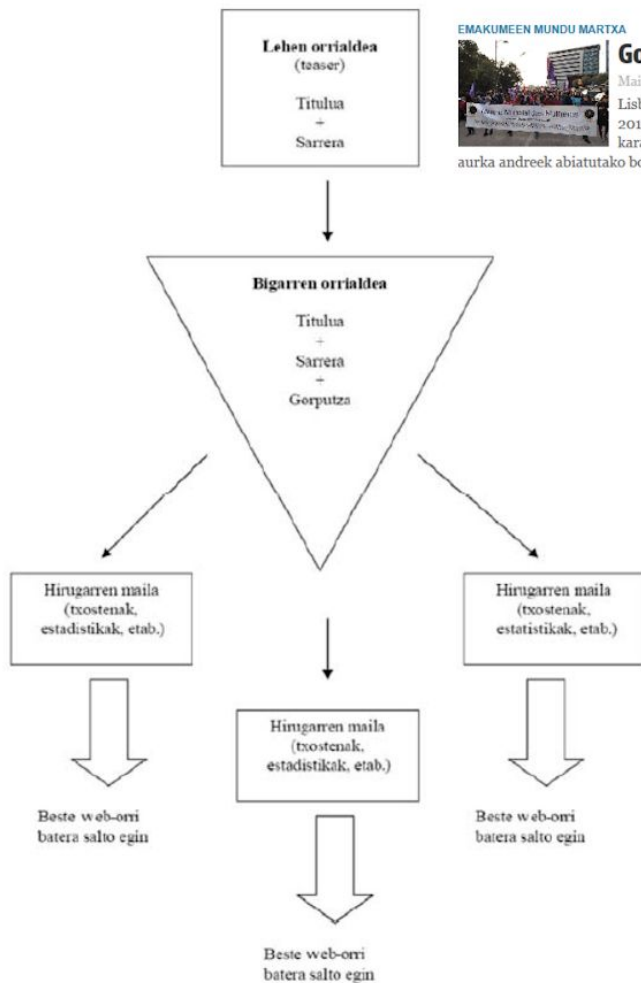
(ziberhedabiideareen home edo atalaren orri nagusia): titulua + sarrera (teaser) + lotura osagarriak. Titulua sakatuz bigarren pantailara goaz

- GARAPEN NODOA, Bigarren pantaila: titulua + sarrera gorputza + lotura osagarriak (azken hauek sakatuz hurrengo mailara goaz)

- HEDAPEN NODOA, Hirugarren pantaila: lotura osagarriak eskainitako informazioa kokatzen da. Hemendik beste maila batera joateko aukera dago. Ia bukaezinago pantaila edo geruza ziberhedabidean.

[https://elpais.com/elpais/2010/10/20/actualidad/1287562619\\_850215.html](https://elpais.com/elpais/2010/10/20/actualidad/1287562619_850215.html)

Azterketan galdetu dezake: Zein dira albiste baten urratsak ziberhedabideetan? Albistea definitu, non kokatzen da? (objektiboa, informazioa)



EMAKUMEEN MUNDU MARTXA



## Gorputzen Intifadarantz

Maitte Asensio Lozano

Lisboan egin ditu azken kilometroak 2015eko Emakumeen Mundu Martxako karabana feministak. Eskubide urraketen aurka andreek abiatutako borroka aldarrikatu dituzte.

**berria**

Bitartea > ATZENOK AURRERA

### Gorputzen Intifadarantz

Lisboan egin ditu azken kilometroak 2015eko Emakumeen Mundu Martxako karabana feministak. Eskubide urraketen aurka andreek abiatutako borroka aldarrikatu dituzte.

2015-10-05 / Maitte Asensio Lozano - Berriemake berria

**B**abe go dorrean adina hizkuntzatan entzun ziren atzo aldarrikapen feministak Lisboan. Kurdistandik Portugalera 13.242 kilometro egin ostean, helmugara iritsi zen 2015eko Emakumeen Mundu Martxaren karabana feminista. Europa osoan heldutako ehunka emakumez –tartean Euskal Herriko berrehun feminista baino gehiago– parte hartu zuten Unibersidade Nova izandako itxiera ekitaldian. Eta oinez egin zituzten azken metroak iluntzan: emakumeen eskubideen aldeko garrasiak hartu zuten hiriburuko erdigunea.

Mundu martxaren pankarta handi batek ireki zuen manifestazioa. «Uzi pasatzen: feministak dira eta mundua aldatzea dator», abestu zuten portugesez. Atetik zetozen aldarrikatzailez, frantsesez, eskoieraz, krisiaren aurka, andrazko gutxiakiko elkartasunaren alde... «Gora borroka feminista» oihua abotatzen hartu zuten katalanez, eta frantsesez ere katalanez mintzatu ziren: «Visca la lluita feminista!». Eta une batzuetan, trikitariaren erimtoan ere dantzatu ziren denak.

Mundu osoko emakumeek libre izatea hartu du xede eta lelo

- **Albistek Sarean idazteko gomendioak:**

- Piramide irauliaren eskema errespetatu
- Albistek hipermedia izan behar du; testuak ez ezik, irudiak eta soinuk ere eskainiko ditu
- Sakontzeko edo informazio gehigarria loturen bidez eskaini, ez kargatu testua, pantailan irakurtzea neketsuagoa da.
- Laburtasuna, argitasuna, zuzentasuna

- Albisteak edozein momentutan berreskura daiteke, beraz, argi utzi albistea noiz gertatu eta noiz eskegi den webgunean
- SEO gomendioak jarraitu

<https://www.youtube.com/watch?v=AR7EMqLxYPs>

- **SEO gomendioak web posizionamendua hobetzeko**

Hitz gakoak errepikatzen diren neurrian, albistea nabarmentzen laguntzen dute, eta web-kokapena hobetzen. Hau da, interneten albiste bat kokatzen denean aurkitua izateko (ikuspena) hitz gakoan araberakoa izango da.

- Albistearen URLa sare sozialetan utzi
- SEO estrategia Twitter-ean. Albistearen URL-a laburragoa egin (bit.ly) eta lotura berri horretan ere hitz-gakoak erabili

<[http:bit.ly/gabonetako-apaingarriak-erosketak](http://bit.ly/gabonetako-apaingarriak-erosketak)>

- Gako-hitzak ondo aukeratzeko 3 gomendio:
  - Irakurleen lekuan jarri. Zein termino erabiliko luke erabiltzaile arrunt batek informazio hori Google bilatzailean aurkitzeko?
  - Hitzek lor dezaketen bilaketa kopurua konprobatzea. Terminoen lehiakortasun maila konprobatu behar da (eta lehia handiegia dutenak baztertu behar dira. termino bakoitzeko lehiakide asko dauden ala ez jakiteko Google Adwords eta Google Trends bezalako tresnak

<https://www.google.es/trends>

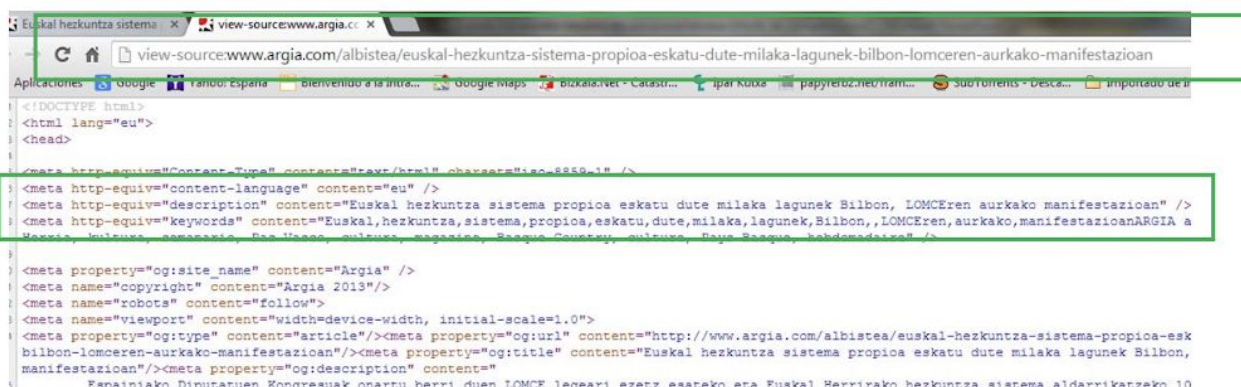
- Non kokatu gako-hitzak?

- Tituluetan
- Loturetan
- Edukiaren URL-an
- HTML `<meta name= "description" >`etiketa. `Title`, `Description` eta `Keywords` izeneko etiketetan. Hauek HTML barnekodean aurkitzen dira eta edukiak oso zehatz definitzeko balio dute

**`<meta name = "keywords" content = "Fracking, arratoiak, ikerketa, hormonak, haustura hidraulikoa"/>`**

- Irudien "ALT" eta "Title" etiketetan

<http://www.google.es/trends>



```
<!DOCTYPE html>
<html lang="eu">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html" charset="iso-8859-1" />
<meta http-equiv="content-language" content="eu" />
<meta http-equiv="description" content="Euskal hezkuntza sistema propioa eskatu dute milaka lagunek Bilbon, LOMCEren aurkako manifestazioan" />
<meta http-equiv="keywords" content="Euskal, hezkuntza, sistema, propioa, eskatu, dute, milaka, lagunek, Bilbon, LOMCEren, aurkako, manifestazioan ARGIA a Herria, Iritziak, gogorazio, Dea Hezetasun, kultura, gogorazio, Begoña Country, kultura, Bago Bago, kultura" />
<meta property="og:site_name" content="Argia" />
<meta name="copyright" content="Argia 2013"/>
<meta name="robots" content="follow">
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
<meta property="og:type" content="article"/><meta property="og:url" content="http://www.argaia.com/albisteak/euskal-hezkuntza-sistema-propioa-esk-
bilbon-lomceren-aurkako-manifestazioan"/><meta property="og:title" content="Euskal hezkuntza sistema propioa eskatu dute milaka lagunek Bilbon,
manifestazioan"/><meta property="og:description" content="
Euskaizako Dintzarren Kondeak osatu berri duen LOMCE lagari ezez erateko eta Euskal Herriko hezkuntza sistema aldatzeko 10
```

- **Tituluak idazteko gomendioak**

- Titulua independentea da. Ez du gramatikalki edo sintaktikoki azpituduarekin loturarik. Ez da testuaren eta beste titulu-elementuen menpeko. Hitzak ez dira errepikatu behar tituluaren eta azpituduan.
- Albistearen laburpena da, eta gertakariaren mamia azaldu behar du. Galdera klasikoei erantzun, gehienetan, zer eta nor(k) da galderak
- Ahal denean, esaldiaren osagaia guztiak jarriko dira. Oro har, aditz dinamiko bat jarriko da orainaldian.
- Sareari begira titulatu behar da. Horrek esan nahi du SEO titultzeko estiloa errespetatu behar dela. Gertaeren hitz gakoetan oinarritutako tituluak. Albistearen web-kokapenean eragin zuzena
- Posizionatze-sistemak titulu informatiboak hobesten ditu. Bilaketei dagokienez, sormen-tituluak edo literatura-tituluak ez dira egokiak (adierazkorrak edo metaforetan oinarrituak, esateko)

<b>Informatiboa</b>
<b>Berangora itzuliko da Bizkaiko ikastolen festa, 25 urteren ondoren</b> <i>Hurbilduko direnei festaren helburu ekonomikoa ez ahazteko galdegin diete antolatzaileek</i>
<b>Adierazkorra</b>
<b>Haizea baino azkarrago</b> <i>Naoko Takahashik munduko marka lortu du Berlingo maratoian</i>
<b>Adierazpen-titulua</b>
<b>Maradona: 'Botereari eutsi nahi dion dinosauroen museoa da FIFA'</b> <i>Joseph Blatter FIFako presidente aukeratu berri dute, eta horri buruz galdetu diotenean arazo barik bere iritzia eman du argentinarrak</i>

Lehen orrialdea: Teaser-a  
(goi-maila)

Bigarren orrialdea: Sarrera eta gorputza  
(bigarren maila)



- **Esteka motak**
  - GARAPENEOAK

Albistea garatzen laguntzen dute. Gertaera behar bezala ulertzeko datu eta gertakariei buruzko informazio osagarria eskaintzen dute. Normalean, barne estekak dira (hedabideak landi dituen beste informazioetara eramaten dute. Gaiarekin zerikusia daukate, eta aurreko albistek edo iritzi artikuluek izan daitezke, besteak beste)

- EGUNERATZE-ESTEKAK

Irakurgai den albistearen ondoren sortutako testuak lortzen dira esteka hauen bidez. Eguneratze-estekak gertaeren azken xehetasunetara eramaten gaituzte. Normalean, barne-estekak dira.

- ESLEIPENEZKOAK

*Kazetariak informazioa nondik atera diuen azaltzeko erabiltzen dira.* Informazio-iturrietara garamatzate, beraz, **kanpo-estekak** izaten dira.

Kanpo estekak hedabidearen kanpoan dagoen beste weborri batzuetara eroaten dute irakurlea, eta horiek zorrotz ziantzea eskatzen dute adituek, zeren erabiltzailea webgunetik irteten denez, baliteke gero ez bueltatzea

- **Interaktibotasuna albistean**

- Interaktibotasun selektiboa (loturak)
- Interaktibotasun komunikatiboa (parte-hartzeko)
  - Sare sozialetarako estekak (Twitter, Facebook like edo ez, Delicious, Meneame, etab.) Partekatzeko eta baloratzeko botoak hemen sartzen dira.
  - Lagun bati mailez bidaltzeko
  - Iruzkinak egiteko



## ❑ INFOGRAFIA

- **Definizioa:** Informazio bat transmititzeko edozein motatako baliabide grafikoak-marrak, mapak, planoak, organigramak- erabiltzen dituen teknika
- Sare infografikoak ez dinamikoak (mugimendurik gabe) izan daitezke, baina ez da ohikoena
- Sareko infografikoak interaktiboak dira eta multimedia-izaera dute (integrazioa)

Zergatik da multimedia eta ez hipermedia? Multimedia izaera duelako, hauek egiteko HTML 5 edo FLASH bezelako programa bat behar delako gauza guztiak uztartzeko. Multimedia: Erreportajeak dira, testuarekin + audioarekin + bideoarekin denekin batera zerbait azaltzen dugulako. Esteketan klikatuta agian mugimendua bakarrik gertatzen da (El Mundoko adibidea)

Hipermediarekin teknika ez da berdina. Elementu bat daukat eta esteka bat sortuko dut eduki hau beste eduki batekin lotzeko (Hipermedia = gauzak erlazionatzea: Albisteak) Esteka klikatuta informazio gehiago agertzen zaizu, irakurtzen jarraitu eta gauza gehiago jakiteko.

- Genero independentea edo osagarria (albiste konplexuak azaltzen laguntzeko)
- **Motak (prentsan)**
  - Estatistika-grafikoak (Eboluzioak edo sukarrak, zutabeak edo barrak, zirkuluak, datu-etaulak... (faltan adibide bat))

- Diagramak
- Telebistako infografikoak
- Noranzko anitzekoa: irakurketa ordena aukera anitzekin prestatu behar da
  - Erabiltzailea gal ez dadin atal horietatik guztietatik pasatzean
  - Grafikoa guztiz ulergarria izan dadin osotasunean, nahiz eta irakurketa hori desordenatua izan

<http://www.elmundoles/elmundodeporte/ciclismo/tour/2011/recorrido/>

- **Osotasun ikuspegia**

- Infografiagileak posiblea du erakustea lehen unetik zein iznago diren grafikoaren luzapena, tamaina, edo pisua, erabiltzaileak etengabe kokatuta sentitzeko

## ❑ ZIBER-ERREPORTAJEA

- Albistek errealitatearen 'argazkia' eskaintzen digu, eta erreportajeak, aldiz, horren 'erradiografia', hau da, azalpen sakona, testuingurua, aurrekariak, eta abar.
- Erreportajeak hedabide eta euskarri guztietara moldatzeko gaitasun handia du.

- **Bi tipologia**

- Prentsa idatzian aurkitu dezakegun gaurkotasun erreportajea, informazio-erreportaje edo erreportaje objektiboen antzekoa (kontaketa lineala)

- Erreportaje berezia, berezia soilik edo webgune berezia, txosten edo dossier adierazpenak.

- Erreportaje handiak, superproduktzioak
- Infografiarekin batera ziber-genero garatuenetarikoa
- Erreportaje tradizionalaren funtzio informatzailea eta dokumentala indartzen ditu, sakontasuna areagotzen, hipertextu-egiturari esker.
- Testua, irudia, bideoa, audioa, grafikoak
- Haien multimedia-izaera dela eta, erreportaje bereziek askotariko euskarri motak erabiltzen dituzte, informazio nagusia testu-formatuan aurkeztua

a) **Erreportaje berezi Hipermedia:** Askotariko formatuak hipertextuaren bidez lotzea (hipermedia)

b) **Erreportaje berezi Multimedia:** Askotariko formatuak mezu bakar batean integratzea

ERREPORTAJE HIPERMEDIA (Azalarekin edo azalik gabe)

- <http://www.elmundo.es/especiales/>
- <https://elpais.com/elpais/especiales.html>
- <https://www.berria.eus/bereziak/>

- <http://www.deia.com/especiales>

## ERREPORTAJE MULTIMEDIA

- <http://lab.rtve.es/huella-ecologica/es/>
- <http://lab.rtve.es/100-dias-trump>

- **Bi elkarreragin mota** bereiz daitezke produktu horietan:
  - Selektiboa (loturak sakatzean datza)
  - Komunikatiboa (erabiltzailearen parte-hartze aktiboan datza) inkestak, joko interaktiboak, elkarrizketa digitalak, blogak....
- **Ez dute aldizkakotasun** zehatzik
  - Aurreikusiak (urteurrenak, ospakizunak)
  - Gaurkotasuna iraunkorra (immigrazioa, terrorismoa, langabezia, aldaketa klimatikoa...)
  - Askotan erreportaje berezien gaiak denbora konkretu batean zehar dirauen jazoera bati buruzkoak dira (kirol-lehiaketak, sari-banaketak, hauteskundeak...)

## ❑ ZIBER-KRONIKA

- Kronikaren ezaugarriak

	KRONIKAREN EZAUGARRIAK
<i>Estiloa eta teknika</i>	<b>Librea.</b> Kronikak gertaera notizioso batean du oinarri. Estiloak argia, zehatza eta laburra behar du izan; hau da, iluntasuna eta estilo hanpatua alde batera utzita. Hori bai, tituluak esanguratsua izan behar du. Bitxikeriek ere asko “jazten” dute kronika.
<i>Forma</i>	<b>Informatibo-narratiboa.</b> Kronikariak ez du <i>iraulitako piramidearen eskema</i> derrigorrez jarraitu beharrik. Bai, ordea, gaiaren garrantziak horrela exijituko balio.
<i>Gaia</i>	<b>Gertaera bera.</b> Nolanahi ere, kronikariak interpretatu egin behar du jazoera informatiboa. Kazetariak gertaeren gainetik “hegan” egin behar du bere iruzkinak azalduz, esplizituki edo inplizituki.
<i>Egilea</i>	<b>Kazetaria bera da.</b> Jazoera eta egilea harremanetan daude momentu orotan, sinbiosi ederrean gainera. “Zer” eta “nola” galdegaiak oso garrantzitsuak dira. Irakurleak kronikari ona bilatzen du. Sinadurak kalitatearen adierazle izan beharko luke.
<i>Helburua</i>	<b>Informatu eta orientatu.</b> Kronikariak bere hartzalea gozarazi behar du, atsegin eman.

- Motak

- “Zuzeneko kronika” eta “azken orduko kronika” (irradi-estiloa)
  - Eredu horretan kirol kroniketan “minutu eta emaitza” gailentzen da -> Geratu ahala ipintzen da (Twitter bezala)
- Blogen bidez bideratzen diren kronikak
  - Berriemaile berezi edo finkoaren kronikak  
<http://www.blogseitb.com/corresponales/>
  - Bidaia-kronika
- Kronika-hipermedia: Kronika-politikoa, zezen kronika, kultura-kronika, etb

[http://elpais.com/diario/1997/05/28/cultura/864770414\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1997/05/28/cultura/864770414_850215.html)

- Storify
- Twitter kronikak

## ▣ ELKARRIZKETA

- **Elkarrizketan 3 arrazoiengatik egiten dira**

- Gertakizun edo egintzei buruzko informazioa lortzeko
- Gai garrantzitsu bati buruzko iritziak lortzeko
- Elkarrizketatua hobeto ezagutzeko (nortasun-elkarrizketak, sakonak)

- **Motak**

- Elkarrizketa hipermedia

[http://elpais.com/elpais/2015/10/16/eps/1444991480\\_212093.html](http://elpais.com/elpais/2015/10/16/eps/1444991480_212093.html)

- Bideo-elkarrizketa

<http://www.naiz.eus/es/mediateca/video/entrevista-a-evaristo-autor-de-cuatro-estaciones-hacia-la-locura>

- **Elkarrizketa digitala:**

- Topaketak (Elkarrizketa digitala edo interaktiboa)

- Komunikabideak aldez aurretik iragartzen du nor izango den elkarrizketatutako den pertsonaia eta noiz erantzungo dien jasotako galderei
- Denbora errealeko elkarrizketa aglidentzen dute (bideotxata)
- Komunikabideak eskaintzen du elkarrizketatuaren ibilbidearen laburpen bat
- Audientziaren parte-hartzea eta ziberhedabidearen moderazioa
- Abantailak: irakurleen ezagutza handiagoa, kalitate handiagoa, galdera zehatzagoak

<http://www.berria.eus/elkarrizketak/>

<Http://www.elmundo.es/elmundo/encuentros/index.html>

<http://elpais.com/elpais/entrevistasdigitales.html>

## □ GENERO DIALOGIKOAK

- Foroak
- Inkesta digitalak (kale inkesta modukoak)
- Txatak
- Albisteen gaineko iruzkinak

## ❑ IRITZI GENERO

- Editoriala
- Artikulua
- Zutabea (blog formatua)
- Zuzendariari gutuna (+iruzkinak)

- <http://www.deia.com/opinion/la-opinion-del-lector>

## ❑ LABURPENA

- Hipertestu/Hipermedia-generoak
  - Multimedia-generoak
  - Genero dialogikoak
- 
- ALBISTEA (Hipermedia eta interaktibotasuna)
  - ERREPORTAJEA (Hipermedia zein Multimedia eta Interaktibotasuna)
  - INFOGRAFIA (Multimedia eta interaktibotasuna)
  - KRONIKA (Hipermedia eta interaktibotasuna)
  - ELKARRIZKETA DIGITALA (Hipermedia eta interaktibotasuna)
  - IRITZI GENEROAK (Hipermedia eta interaktibotasuna)



### 3. Atala: ZIBERKAZETARITZAREN EBOLUZIOA

#### Lehenengo hedabideak eta bilakaera-aldiak

- ❑ Kazetaritza eta teknologia digitalak 80. hamarkadan elkartu ziren lehenengo aldiz
- ❑ “0.belaunaldia” (1970/80-1992): kazetaritza elektronikoaren lehenengo pausoak. Ziberkazetaritzaren aurrekariak.
- ❑ Audio-testua, tele-testua, bideo-testua (Espainian Ibertex)
- ❑ Fax bidezko egunkaria eta diskete malguan edo CDetan egindako argitalpenak (*VB Magazine, Newsweek Interecive (1993), CDNautilus (1990)*)
- ❑ *Espainia Estatuan ABC egunkariak CDan* argitaratutako gehigarri kulturala, *CD Magazine (1994)*

#### 1. Aroa: Lehenengo egunkari digitalak (sare digitalak, Interneten, baina ez Webean (1992/1993tik - 1997ra)

- 1990ko hamarkadan agertu ziren lehenengo egunkari digitalak, Ameriketako Estatu Batuetan.
- *Chicago Tribune izan zen 1992an America Online (AOL) sarearen bitartez Interneten agertu zen lehenengo egunkaria.*
- 1993an *San Jose Mercury News (Sillicon Valley) edizio erabat digitala jarri* zen martxan sarean, AEBko lehenengo ziberegunkaria (WWW).
- 1995erako, 225 egunkari estatubatuarren baino gehiagok zuten ordezkaritzarik sarean.
- El País Digital, 1996ko maiatzaren 4a Data honetan paperezko trantsizioaren urteurrena ere ospatzen zen. 1976ko maiatzaren 4an, alegia.



- Egunkariak edizio digitalak egiten hasi ziren... krisi ekonomikoa eta kazetaritza krisia etorri zen. Jendea nazkatua zegoen eta gero eta gutxiago irakurtzen zuen eta pentsatu zuten Webak sortzeak jendearen interesa deituko zuela, aurrera pausua izango zela eta pentsatu zuten onuragarria izango litzatekeela enpresentzat.
- **ZERGATIK?**
  - **Formula tradizionalak agortuta** zeuden; audientzia lortzeko formula berrien beharra.
  - **Informazioa gero eta ugariagoa; mundua gero eta konplexuagoa.**
  - Komunikazio enpresen jarduera **dibertsifikatzeko nahia.**
  - Papera: eskasia eta garestia.
  - **Aurrerapen teknologikoen eragina** eta ordenagailuen zabalkuntza (**informatika**).
- Hasierako aldi hartan, edukiak paperean argitaratutako berberak ziren: sareko ediziorako lan egiten duten kazetariak informazio bera errepikatu (*copy-paste*) besterik ez zuten egiten (*shovelware* fasea)

- Datua: Espainiako Estatukoa 1990eko hamarkada bukaerako egunkari nagusien “bertsio elektronikoa” paperezkoen berdin-berdinak: informazio bera bi aldiz
- EITB euskal ikus-entzunezko talde publikoaren kasua antzekoa dugu: 1996an sortutako haren lehenengo webgunean, *Eitb.com*-ean, *taldeko hedabideei buruzko informazioa* baino ez zen agertzen; atari korporatibo baten antza.
- **Zergatik** joan behar dugu web-era? Orduko enpresentzat sarean agertzearen balioa beren markari modernitate ukitu bat emateko modua besterik ez.
- Joatekotan **abantailatsua** izango da? Ez, inola ere. Bertsio digitalak kobratzen hasi ziren.
- **Konponbidea?** Bi eredu:
  1. Kalitatezkoa, sakona, *hard-news*
  2. Kalitatezkoa baina gainazalekoa eta arina; *soft-news*

## 2. Aroa: Sarearen abantailak ustiatuz (1997tik-2001era)

1997-2000/2001: Blog, ziberhedabide eskusiboak, ziberhedabide bertsio tradizionala, metamorfosia.

- Ziberegunkariak eta bertsio digitalak negozio unitate berezituak.
- Interneterako ex profeso sortutako lehenengo argitalpenak (Estrella Digitala kasu, 1998, aitzindaria).
- Sarerako sortutako bestelako argitalpenak (bloggak, me-zineak, etab.).
- Orduko sareko informazio zerbitzuak hedabide tradizionaletan eta etorkizuneko hedabide multimedien erdigunean kokatzen ziren.
- Ikus-entzunezko baliabideak ustiatzen hasten dira (Irrati eta telebistak baliabide multimediatikoak landu) (Produktzio hobeta+ errutina produktibo ezberdinak)

- 1998tik aurrera ziber-hedabideak konbergentziaren alde apustu egiten hasten dira
- 1997-1998: lehenengo bloggak
- *Shovelware/copy-paste* (sinonimoak dira) fasearen amaiera → etorkizunera begira ikus-entzunezkoetan zentratzen hasten dira.
- PRISA = PRISACOM (2000)
- ZETA = ZETA DIGITAL
- **Mende berrian sartzearekin batera (2000), aurreko prentsa idatziarekiko dependentzia izan bazen ere, oinordetza testuala desagertuz joan zen.**
- Sareko eguneko argitalpenak gero eta ezaugarri linguistiko eta erretoriko bereziagoak erakusten hasi zen.
- Gutxika-gutxika **etengabe eguneratzen** eta gero eta **hobeto dokumentatzen** hasi ziren, **zerbitzu osagarriak** (hala nola, bilatzaileak, hemeroteca, datu baseak, argazki-artxiboak) eta **audientziarekin elkarreraginean** aritzeko espazioak eskainiz.

### 3. Aroa: sarerako lehenengo hedabideak (2001etik aurrera)

- 2001. urtean, **sareko kazetaritza** edo **ziberkazetaritza** oraindik **sendotze-prozesuan** dago.
- (ziber) kazetaritza-enpresen **bideragarritasun ekonomikoa** kolokan; kezkak ugariak dira; finantziarioa: eredu mistoa.
- Sareak eskaintzen eta eskatzen dituen lan-tresnak eta -prozesuak erabiliz edukiak sortzen dira.
- **Edukiak** weberako **bereziki diseinatuta**: molde edo genero narratibo berrien bila zuzendutako esperimentaziorako borondatea dago. Ezaugarri linguistiko eta erretoriko bereziagoak.

❑ New Yorken eta Madrilen gertatutako atentatuak, irailaren 11koa (2001) eta martxoaren 11koa (2004) hurrenez hurren, aukera paregabea izan ziren,

ziber-hedabide gazteentzat erantzun teknologiko onena eta baliabide multimediatikoen ustiapen onena eskaintzeko.

## INFLEXIO PUNTUA!

- ❑ Kontuan hartzeko baita ere: Google (1998) eta **Google News (2002)**
- ❑ **Visual Thinking:** Burua prestatua izatea, nola pentsatzen ditugun gauzak edukiak ekoizteko, testuekin baina gehiago irudiekin pentsatzen dugu, gaur egun irudiekin gehiago pentsatzen dugula frogatuta dago zientifikoki

Irudiekin pentsatu esan nahi du. Argazkien bidez komunikatzen garela ("Comunicacion Imagetica" Denis Renó) Visual Thinking: burua prestatua izatea, nola pentsatzen ditugun gauzak edukiak ekoizteko, testuekin baina gehiago irudiekin pentsatzen dugu, gaur egun irudiekin gehiago pentsatzen dugula frogatuta dago zientifikoki. Eduki bat transmititu behar dugu, hori irudiekin eta bideoekin nola egin pentsatzen dugu. Hau kontatu behar dugu: okey ba horretarako argazki galeria eta bideo bat egingo dut, agian testu labur bat datu zehatz batzuk azpimarratzeko, edo infografiak. Baina ez kronika luze bat soilik testua sartuz, gaur egun dena irudiarekin lotu dugu.

- ❑ **Google News Lab:** Googlek formazio eskaintzen duela eta horretarako kazetari batzuk ditu
- ❑ **Medialab:** Informazio enpresetan dauden berrikuntzak sustatzeko laborategiak (Adibidez: RTVE, El País eta El Confidencialek dituzte medialabak)
- ❑ Klasean landutako galdera: Konparatu nola izan zen hasieran nolakoa den gaur egun, konparaketa adin bat egin, eduki estrategiak
- ❑ Aldaketa

- El Paíseko adibidea, 10 urte geroagokoa: Bi metodo erabiltzen dira normalean webguneetan: Scrolling edo Clicking

Scrolling: da arratoiaren erruberarekin behera egin behar izatea webgunean, hortaz irudi bertikalagoa ematen du.

Clicking: behera egitea ez da derrigorrezkoa, irudia horizontalagoa da eta klikatzera bultzatzen du

- Diseinuan:
  - Publizitate handiagoa
  - Koloreak = beltza/zuria
  - Bertikala - Aldizkarikoa - Bertikala

- Interaktiboa

- Aldaketa hauek emateko arrazoi batzuk izan ziren: hedabidearen marka eta irudi estrategia. 1996ko El País Digitalak marka berdina du (irudi edo itsura fiisiko berdina du) soilik “digital” gehitzen diogu. 2006koa ikusten badugu, ikusten dugu “digital” kentzen dela eta “.es” gehitu zitzaion izenburuan → ei, ya ez da El País tradizionala, egunkaria... modernizatu gara eta orain online badugu “.es” (nahiz eta beti mantendu nahi izan duten haien sorrera, nondik datozen → El País beltzez azpimarratu eta “.es” urdinez, modernizatua baina nondik gatozen ahaztu gabe)

2011koa ikusten badugu, hori ere aldatu da: beltza mantentzen da El País baina tidea jartzen diogu, eta “.es” urdinez manten orde, “.com” era aldatzen da baina urdina mantenduz.

2015koa ikusita, urdina kendu da: normalizazio bat emateko, paper tradizionalaren dispozizioa, tradizionalaren marka eta koloreak bilatuko ditu... orain begiratu behar dugu ea eduki estrategia aldatu duen edo ez: eduki anitzeko estrategia duen edo transmediara jo duen.

**El País Digital**  
(10 urte geroago)  
2006ko maiatzaren 4a



Elpaís.com, 2015eko iraila



Elpaís.com, 2011ko iraila

Gaur egungo dena marka da, eta horretarako zer behar den behatu behar dugu: beharrak zeintzuk diren jakiteko konpetentziak aztertu eta baita gure bezeroak.

- Horregatik daude: **Marka Kazetariak**. Gaur egun kazetari monomediak ez daude, kazetari multimediak dira: *Cuatro*ko kazetari batek idazten duen albistea *Telecinco*-n zabalduko da, eta hori nabaritzen da *Cuatro*ko kazetariak ez duelako *Cuatro*ko mikrofonoa, baizik eta “*Mediaset*” mikrofonoa duzu nahiz eta zuk firmatu kontratuan Cuatrorentzat egiten duzula lan soilik.

#### **4. Aroa: Ziberkazetaritzaren finkapena eta etengabeko erronkak (2006tik aurrera)**

- Web. 2.0 = Sare Sozialaren ideia edo kontzeptua 2003an (Tim O’Reilly)
- 2004an Facebook
- 2006an Twitter
- “Ipad Journalism” Tabletak eta aplikazio mugikorrak
- Egunkari digitalaren bilakaeran, lau fase:
  - 1. Faksimile eredu:** paperezko egunkariak eskaneatuta eskegitzen dira sarean
  - 2. Egokitutako eredu:** Inguru birtualeko ezaugarri batzuk ageri dira, esteken erabilera, eta orrialdeen aurkezpena ez da paperekoa bezalako. Hala ere, diseinua nahiko sinplea eta testuek paperekoa bezalakoak izaten jarraitzen dute *webera egokitzen hasi zen eredu*
  - 3. Eredu digitala:** Hedabide digitalek espresuki haientzat diseinatutako formatua agertzen dute. Ziberegunkariaren eredu hori interaktiboagoa eta bisualagoa, eta paperezko argitalpenak eskaintzen ez dituen zerbitzuak eta edukiak)
  - 4. Multimedia eredu:** paperezko egunkariarekin alderatuz, bai itxuran bai edukietan, guztiz desberdina den produktua; formatu askotarikoen (irudi finko, testu, soinu, bideo) erabilera; bisualagoa; irakurlearentzako aukeraketa-hautuak ugaltzen dira, eta paperezko bertsioan ez diren zerbitzuz eta edukiz hornituta dago.

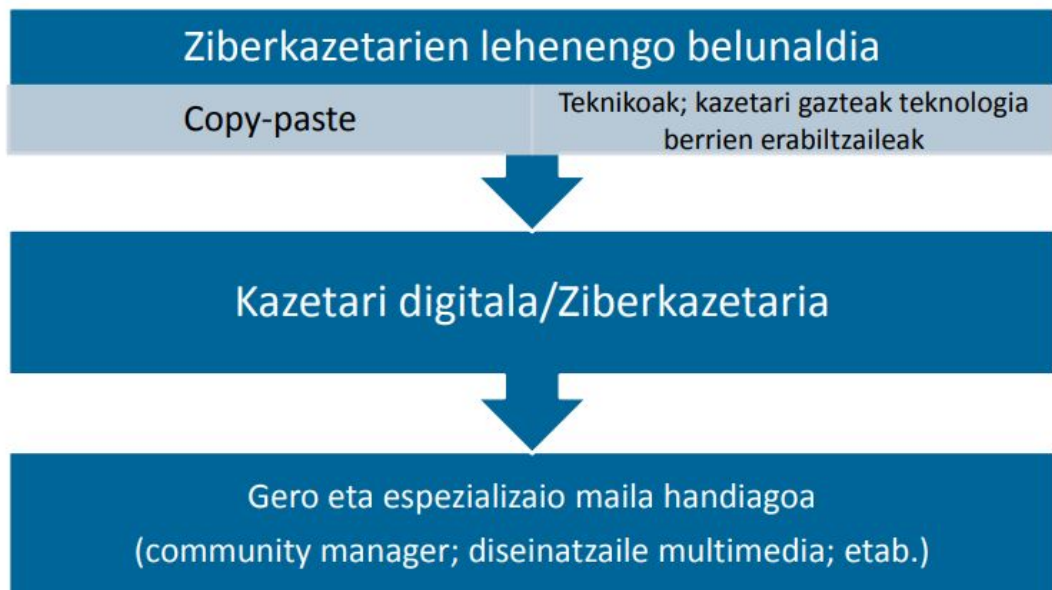
El paiseko 2006koa adibidez: .es edo .com gehitzen zaionean eredu digitalean gaudela esan dezakegu.

## Ziberkazetaritzaren hastapenak

Mediamorfosi teoriarene gile Roger Fidler kanadarrak, 1997

- ❑ Ziberhedabideen garapena 5 etapa (Fidler):
  1. Komunikabide berriak eta tradizionalak gizarte berean bizi dira, baina bakoitza bere aldetik (**aldi bereko eboluzioa**)
  2. Ondoren, aurretik zeuden hedabideen ezaugarriak hartuz bere izaera egokituz doaz (**metamorfosia**)
  3. Hizketa berezi baten bitartez, hedabide berriek hartzaile berriak erakartzen dituzte (**ugalketa**)
  4. Ordurako mehatxutzat dituzte aurretik zeuden komunikabide zaharrak eta beraz, beren dohainak ahalik eta gehien ustiatzeari ekingo diote (biziraupena).
  5. Une horretatik aurrera, hedabide berriak audientzia segmentu zehatz batzuen leialtasuna lortzen hasten dira (**aukera eta beharra**)
  
- ❑ Sarean hedabide guztiek antzekoak dirudite...? Batzuetan sarera goazenean berdin zaigu alde batera edo bestera joan, informazioa leku guztietan oso antzekoa baita.
  
- ❑ Sinesgarritasun falta dute? Zurrumurrak zabaltzeko erraztasuna dago
  
- ❑ Aldaketak lankidean





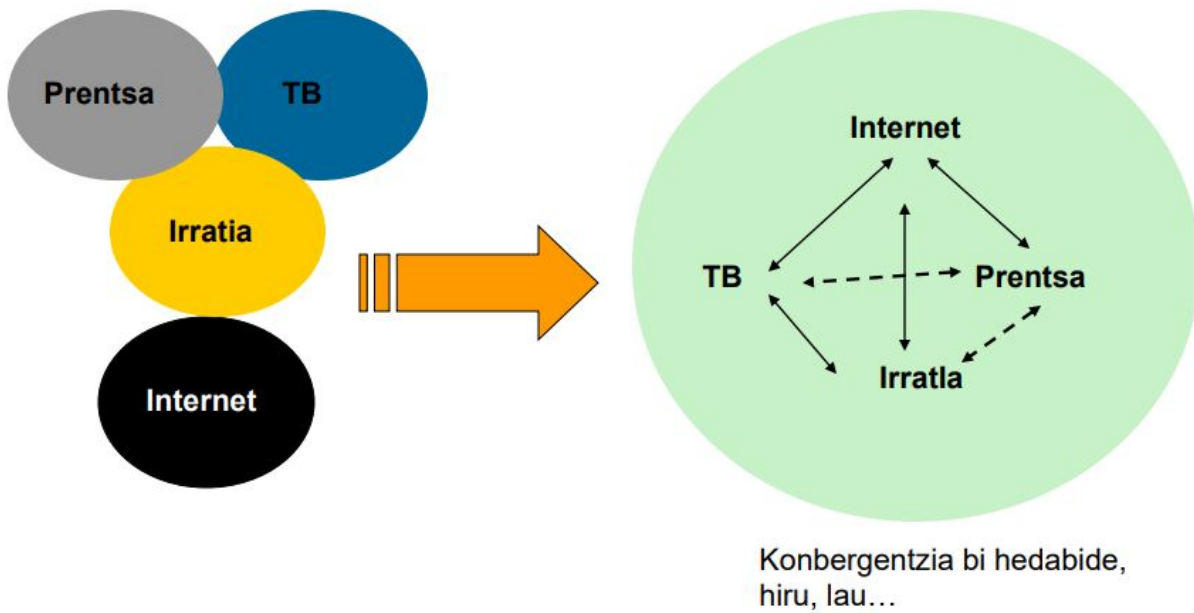
### Balioaniztasunerako joera

Balio aniztasuna = pertsona batek lan baino bat egiten jakitea (online-erako idatzi eta baita papererako, kazetariak albistea idatzi eta bideoa grabatu...)

#### ☐ Nola definitu, beraz, ziberkazetaria?

##### Komunikatzaile integrala

- Istorioa hitzekin, irudiekin edota soinuekin kontatzen dakiena
- Sareko kultura eta joerak ezagutu behar ditu. Tendentziak (sare sozial berri bat sortu bada, ba jakitea zein den, nola sortu den...)
- berehalako informazioa ekoizteko ahalmena dauka
- Badaki nola erabili informazio kopuru handiak
- Ahalmen sortzailea eta berritzailea du
- Badaki nola bermatu elkarreragina
- Elkarlanaren aldeko jarrera



## □ Konbergentzia eta hedabideak

**Konbergentzia** (garrantzitsua) erlazio edo uztarketa bat gauza ezberdinen artean. Konbergentzia joera bat da.

Konbergentzia → Hedabide ezberdinen artean → Pentsamolde bat da

Zergatik nahi dute nagusiek joera hau sustatu? Dirua / Errentagarritasuna ekartzen du. Gutxi produzitu eta asko lortu nahi dute, Input gutxirekin output asko

Prozesua /eboluzioa / Joera eta pentsamoldea: Ibilbide hau eboluzio bat izan da, erredakzioa batean hedabide asko izatearen kontua ez da bat batekoa izan.

Hasierako atala: Enpresaren ikuspuntutik, hedabide bakoitza enpresa bat izango da.

Erredakzioa 1/ 2/ 3/ 4 kazetarien profila monomedia

Edukiak

Plataforma anitzeko estrategia.

## HASIERAKO FASEA

1) Teknologia: Gaur egun ez da lehen bezain garrantzitsua. Konbergentzia ikusita garrantzitsuagoa da gaur egun edukia. Ziberhedabideen sorrera bi ezaugarri hauei esker ematen da:

→ Digitalizazioari esker (Teknologia)

→ Webaren asmakuntzari esker (Teknologia)

2) Profesionala

3) Enpresa

4) Edukiak

## TARTEKO FASEA

- **Teknologia aldetik**, eboluzioa hau ahalbidetzeko erremintak moldatu ditzakegu (kamara arinagoak) .
- **Enpresen aldetik**: Murrizketak, edo enpresen uztarketa, dibertsifikazioaren kontrako pausua → Taldearen garrantzia nabarmentzea
- **Erredakzioaren ikuspuntutik**: Komunikazioa erredakzioa ezberdinen artean. Kazetariak, kronika bat idatzi eta sare sozialetan aldatu
- **Edukiak (garrantiztsuena)**: Aldez aurretik, informazio hori prestatu eta pentsatzen da informazioa hori hedabide ezberdinetan zabaltzeko , guztia erredakzioa bat dagoelako, eta erredakzioa horrek edukiak sortzen dituelako hedabide ezberdinetarako. Hemen erdibideko fase bat egon zen, plataforma anitzeko estrategia serioago hartzen hasi ziren, editoreak biltzen hasi ziren eta ondorengo erabakiak hartzen hasi: Zer esango duzue gaur irratian? Elkarrizketatu hori guretzat , telebistan ere baliagarri izan daiteke
- **Prozesua**: Konbergentziari erreperatuta, teknologia ez da garrantzitsuena. Teknologia azken finean faktore eragile bat bakarrik izan da, baina erabakigarria

Web arekin Ziber-hedabideak sortu ziren. Prentsa Irratia Telebista (Eduki hauek zabaltzeko, irratikoak telebistarako erabiltzen, telebistakoak prentsa idatzirako....)

- Ebaluazioa
- Joera/ pentsamoldea. Zerbait gertatu behar da pentsamolde berri bat sustatzeko. Pentsamoldea sustatu zen digitalizazioari esker lehenengoz eta geroago web-aren asmakuntzarekin eta baita ziberhedabideen asmakuntzarekin. Hau da, teknologiarekin. Gaur egun ez da garrantzitsuena teknologia, bere garaian bai baina konbergentziaren ondorioak ikusita teknologia ez dela garrantzitsuena. Ziberhedabideak edukiak aprobetxatzeko sortu zen (irratia, tv eta prentsa). Konbergentziaren helburua beti errentagarritasuna.
  - Profesionala
  - Enpresa
  - Edukiak

## Konbergentzia eta hedabideak

### Informazio-enpresa ereduak gaur egun

- ❑ Eredu monomedia: enpresak hedabide bakar bat kudeatzen du. Interneten agerpenetik, eredu hori ia ez da ematen.
- ❑ Eredu bimedia: enpresak hedabide inprimatu bat (egunkaria, astekaria...), irradi bat edo telebista bat du, gehi ziber-hedabide bat.
- ❑ Eredu trimedia: eredu hau nagusia da irradi eta telebista taldeetan (irratia, telebista eta ziber-hedabidea)
- ❑ Eredu multimedia: aurreratuen da, kontuan hartzen baititu hedabide guztiak (prentsa, irratia, telebista eta Internet). Goienera taldeak erakusten duen eredu da, esaterako.

Zer da  
**multimedia-  
konbergentzia**  
edo  
konbergentzia  
mediatikoak?

**Aurrerakuntza teknologikoak** bultzatutako **prozedura globala**, komunikazio-enpresen barruan **mailakako berrikuntzak** bultzatzen dituena, **plataforma anitzeko edukiak errentagarri** egiteko asmoz.



- ❑ Plataforma ugariako ereduak (multiplataforma) : Edukiak sortzeko eta zabaltzeko euskarri eta formatu ugari izatea esan nahi du. Ugartasun horrek informazio-enpresen ekoizpen- eta banatze estrategiak berritzea ekarri du.

## **Multimedia**

Kontzeptu sistemikoa, hedabide batean baino gehiagotan zeharkako komunikazioan inplikaturik dauden errealitateak edo eragileak ikuspuntu konbergente batetik definitzeko balio duena.

Multimedia: kazetaritza, kazetaria, edukia, narrazioa, erredakzioa, etab.

## **Multimedia eta konbergentzia mediatikoa**

- Modan dagoen kontzeptua: konbergentzia
- Arlo askotan: komunikazioaren eta hedabideen arloan
- Esanahi ezberdinak (4 DIMENTSION ETA FASEAK)
  - Teknologia: konbergentzia = multiplataforma (sistema integratuak, mailak)
  - Enpresa: Konbergentzia = integrazioa, bat-egitea (mailak edo faseak)
  - Profesionalak: Polibalentzia, balio-aniztasuna (mailak edo faseak)
  - Edukiak: multimedia (infografia, erreportajea...) (mailak edo faseak)

Prozesu global horren errealitate partzialen isla dira hurrengo izendapenak:

- “konbergentzia teknologikoa
- “enpresa-konbergentzia”
- “erredakzioen konbergentzia”
- “edukien konbergentzia”

Dimentsioak	Oinarrizko fasea (Produzkioa eta distribuzioa multiplataforma/cross-media)	Fase garatuetan (Konbergentzia= Integrazioa) (Plangintza, produkzioa eta distribuzio multiplataforma)
<b>Teknologikoa</b>	Digitalizazioa + Erramintak eta sistema bategarriak	Erramintak eta eduki kudeatzeko sistemak integratuta
<b>Enpresariala</b>	Erredakzioen arteko oinarrizko koordinazioa (elkartze, multzokatze) (Iturri-trukea, datu-trukea, kolaborazioa)	Erredakzioaren bat-egite; <b>integrazioa</b>
<b>Profesionala</b>	Ez dago polibalentziarik (monomedia profila) Polibalentzia mediatikoa oinarria eta normalean borondatezkoa (Polibalentzia funtzionala; zeregin anitzeko kazetaria)	Profila guztiz polibalentea Kazetari multimedia  Polibalentzia funtzionala (teknika)
<b>Edukiak</b>	<b>Plataforma ugariko eredua (Multiplataforma)/Cross-media edukia (cross-content)</b> Informazio bat hedabide bat baino gehiagorako (adaptazioa)	a) Multiplataforma/Cross-media edukia (cross-content) Informazio bat hedabide bat baino gehiagorako (koordinazioa; lantaldia)  b) <b>Multimedia edukia:</b> Audio, bideo, testua, grafikoen bat-egitea eduki edo mezu bakar batean (ezinezkoa webetik kanpo)

\* *Cross-media sustapena*

## LABURPENA

- 1) **Multimedia** edukia → WEB
- 2) **Plataforma-anitzeko edukiak** (eduki bat hedabide ezberdinetarako, moldatzen dugu telebistako eduki bat weberako ) Baina albisteak berdinak dira

→ Oinarria

→ Plangintza koordinatua (lehenago pentsatuta)

- 3) **Transmedia:** Normalean pentsatzen dugu zein den kontaketa → Ad: Hauteskundeak, twitteren hauteskundeak nola dijoazen azaltzeko txioak egngoa ditut, eitb-en mahai inguru bat...

## Konbergentzia eta erredakzioa

- **Erredakzio bakarra** dago (integratuta), zeinek informazioa hedabide bat baino gehiagotan ekoizten duen
- **Bi erredakzio edo gehiago (A)** toki desberdinetan kokatzen dira eta autonomoki lan egiten dute
- **Bi erredakzio edo gehiagok (B)** autonomoki lan egiten dute, baina toki berean multzokatuta

### Integrazioa

- Erabateko bat-egitea adierazten du. Erabilera hedatuena da “erredakzioen integrazioa” da.
- Edukien alorrean: multimedia narrazioa (Flash, HTML5)

## Konbergentzia eta elkarlana

Gaur egungo komunikazio-taldeetan elkarlana funtsezkoa izaten da.

- Ziberhedabidea prentsa, irrati edota telebistako ‘anaiak’ izatekotan, hauen edukiak egokituko ditu eta ziberkazetariak beste hedabideetako kazetariekin kontaktua mantendu beharko du, bideoak, audioak eta informazioak erabiltzen;
- Beste hedabideetako kazetariekin batera lan egiteko beharra: plataforma anitzeko estrategia bultzatzen denean;
- Askotan, Interneterako produktuak konplexuak dira eta talde lana eskatzen dute (eredu nagusia: ziber-erreportaje bereziak).

## Konbergentzia eta kazetariaren profila

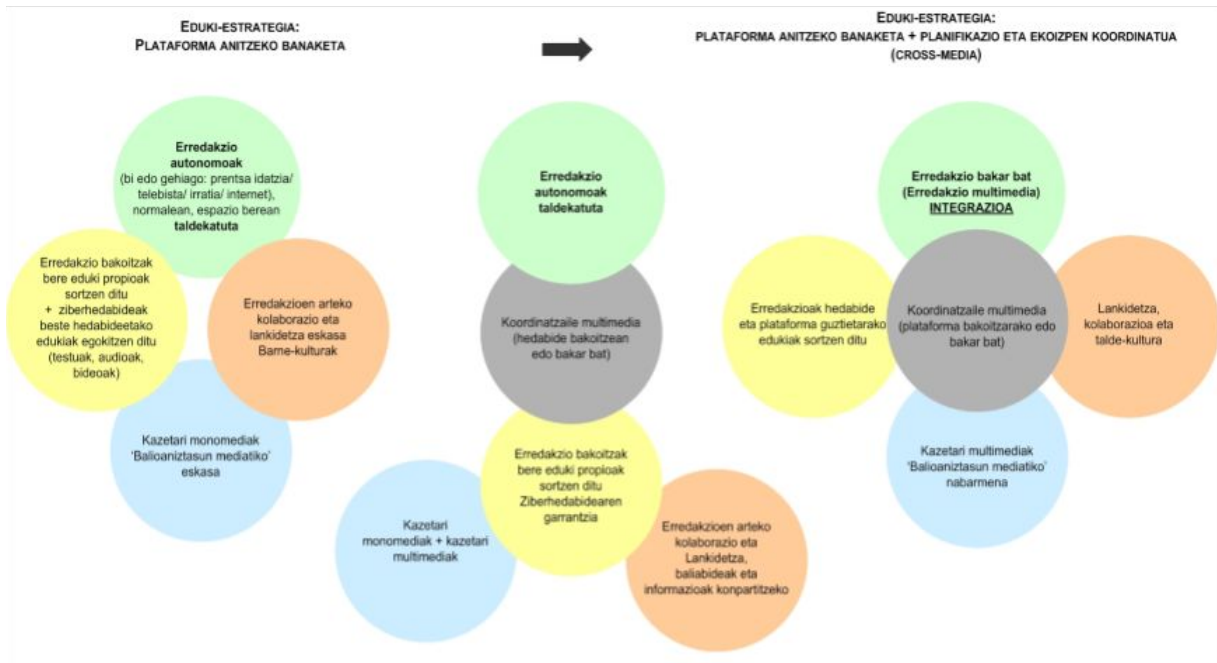
- Askoren ustez, balio-aniztasuna **kazetarien lan-produktibitatea** areagotzera baino ez dago bideratuta (ekoizpen merkeago bat)
- **Balio aniztasunerako joera:** alderdi ekonomiko eta laboralak
- Kazetarien balio-aniztasuna **ez da gaur egungo kontua**, baina konbergentziak sustatu egin du
- Aukera berri bat bultzatu da, “**balio-aniztasun mediatikoa**” deritzona
- Konbergentziak kazetariaren rola nabarmentzen du **informazio ekoizpenean** (duela zenbait hamarkada kazetariak zituen eskakizunekin konparatuz gero)

## Balio-aniztasun profesionalaren motak

- **Balio-aniztasun mediatikoa** (zenbait plataformatarako kazetaria edo multimedia-kazetaria) Berriena da, eta adierazten du edukiak prentsan, irratian, telebistan eta sarean lantzeko gaitasuna.
- **Balio-aniztasun teknologikoa:** Kazetariak zenbait gailu eta tresna erabiltzeko duen gaitasuna adierazten du (edizio-programa, bideo-kamera, eta abar).
- **Balio-aniztasun funtzionala** (askotariko eginkizunetarako kazetaria): Erredakzioaren barruan zein erredakziotik at, profesional espezializatuek behinola egiten zituzten zereginak gauzatzeko gaitasuna adierazten du (dokumentazioa, maketazioa, edizioa, grabatzea, filmatzea, eta abar).
- **Gaiaren araberako balio-aniztasuna:** Kazetariak gaurkotasunezko edozein gai lantzeko ahalmena duela adierazten du (kultura, politika, kirola, ekonomia, eta abar).
- **Balio-aniztasun transmediatikoa:** kazetariak talde berean bi markatako bi hedabidetan lan egitearekin lotuta dago (esaterako, kazetari batek Cuatro eta Telecinco telebistakateetan dihardu —biak ere Mediasat España taldeko partaideak—).



- **Balio-aniztasun linguistikoa:** Hizkuntza batean baino gehiagotan edukiak lantzeko gaitasuna. Horixe ikus dezakegu, esaterako, Euskal Irrati Telebista taldearen telebistako erredakzioan (ETB) eta webguneko erredakzioan (Eitb.com).



- Ziberhedabideak formatu eta produktu multimediak (audioa, bideoa, testua edota irudia mezu bakar batean integratuta) ekoiz ditzake egoera guztietan ("Konbergentzia edukietan")
- Hobekuntza teknologikoak egoera guztietan ematen da, edukien kudeaketa sustatzeko, batez ere integrazio mailetan.
- Sustapen gurutzatua egoera guztietan ematen da, erabiltzaileak hedabide batetik bestera eramateko.

## EITB

- 1982. urtean sortu zen.
- Gaur lau sozietate autonomok osatzen dute.

Enpresa		Hedabidea	Hizkuntza
Irratia	Radio Vitoria, SA	Radio Vitoria / Gasteiz Irratia (Orokorra)	Gaztelania
Irratia	Eusko Irratia, SA	Euskadi Irratia (Orokorra)	Euskara
		Radio Euskadi (Orokorra)	Gaztelania
		Gaztea (Irrati-formula)	Euskara
		EITB Irratia (Musikala)	Euskara
Telebista	ETB, SA	ETB-1 (Orokorra)	Euskara
		ETB-2 (Orokorra)	Gaztelania
		ETB-3 (Gaikakoa)	Euskara
		ETB Sat (Nazioartekoa)	Gaztelania
		Canal Vasco (Amerika)	Gaztelania
		Betizu (Haurrentzat)	Euskara
Internet	EITBNET, SA	Eitb.com (Gaurko gaiak eta entrenimendua)	Gaztelania, Euskara Ingelesa, frantsesa

- DIGIbat proiektua (2000-2007)
- Jokaleku digitalean eta multimedian sartzeko nahia.
- 2007. urtean, EITBk egoitza digitalizatu berria inauguratu zuen Bilbon.
- Hausnarketa konbergentea (Estrategia Planak: 2008/2011... 2010/2013... 2013/2016)
- Interneteko atari guztiak webgune bakar batean bildu zituen (Eitb.com), **EITB marka** Interneten sustatzeko.
- Eitb.com-en eta taldeko irrati nahiz telebisten arteko lotura eta sinergiak bultzatu.
- Webguneko erredaktoreek aukera dute irrati eta telebistako albistegien “eskaletak” eta testuak **Erredakzioa barne-aplikazioaren bidez inportatzeko, MAM biltegia (Media Asset Management) taldeak sortutako audioez eta bideoez elikatzen da.**
- MAMek aukera ematen die taldeko kazetari guztiei pieza bat irratian, telebistan zein Interneten (CMS) egiteko.

## Laburbilduz

- EITBren ekoizpen-eredua plataforma anitzeko banaketan oinarritzen da.
- Erredakzioen arteko kolaborazio-errutinak guztiz bereganatuta ez badaude ere, informazioa lantzeko eta edukiak webgunean zabaltzeko sinergiak ikusten dira.
- Nolabaiteko elkarlana dago: Goizero biltzen dira *Radio Euskadiko, Euskadi Irratiko, Eitb.comeko eta ETBko gaur egungo gaien arduradunak, hedabide bakoitzaren aurreikuspenak partekatzeko eta, ahal den heinean, bateratzeko. **Koordinazio-ekintza** horrek plataforma anitzeko estrategian aurreratzeko borondatea erakusten du.*

## Goiena komunikazio-taldea

- Goiena Komunikazio Zerbitzuak Koop. 2000. urtearen inguruan Debagoiena eskualdean sortutako multimedia-taldea.
- Gaur egun, GOIENA taldea lau hedabidek osatzen dute (prentsak, irratiak, telebistak eta Internetek):
  - *Goiena astekaria (lehen, Goienkaria7) (2000)*
  - *Arrasate Irratia (1992) —udal irratia—*
  - *Goiena TB8 (1990)*
  - *Goiena.net ataria (2003).*
- *Goiena Taldeak Sustatu.com ataria ere kudeatzen du **Zugaz.com** sare soziala eta **Danbara musika lehiaketa***

- 2010. urtean, hedabideen konbergentzia-prozesuak bultzada izugarria izan zuen *Goienan*:
  1. Taldearen **webgunea birdiseinatu** zen, telebistako albisteak eta bideoak zabaltzeko, eta, ondorioz, plataforma anitzeko ereduari hobeto erantzuteko.
  2. Taldeak **antolaketa-aldaketak** egin zituen, papereko, irratiko, telebistako eta Interneteko kazetariak erredakzio bateratu batean biltzeko (multimedia-kazetariak)
  
- Erredakzio bateratua, erdigunean hedabideetako arduradunak, informazioa kazetarietatik zuzendariengana bidaliz
  
- **Goiena Taldeko Balio-aniztasun mediatikoa eta funtzionala**
  1. **Balio-aniztasun mediatikoa:** Kazetariak hedabide guztietarako egiten dituzte piezak, gaiaren arabera (kirolak, kultura, ekonomia, eta abar).
  2. **Balio-aniztasun funtzionala:** prentsan, irratan, telebistan eta Interneten aritzeko erremintak baliatzen dituzte.

## Hainbat kasu European

- **The Daily Telegraph (Prentsa)**
  - Britainiar egunkaria konbergentzia prozesua 2006an hasi zen, egoitzaaldaketarekin eta **Telegraph Media Group** izen berriarekin. Helburua paperezko kazeta eta webgunea bateratzea.
  - Egituraketa-aldaketak, komunikazioa hobetzera bideratuak:
    1. Erredakzioetarako “hub and spokes” (“nukleoa eta erradioak”) egitura. Nukleoa grabitate-zentroa da eta erradioen egiturak komunikazioa errazten du.
    2. Jabeek informazio jarduerak erdiko nukleotik koordinatzen dituzte.

- Albisteak sortzeko prozesu berria, hiru pausutan antolatuta:
  1. Interneten hasten da, pieza labur eta azkar batekin.
  2. Audio edo bideoarekin laguntzeko aukera baloratzen da.
  3. Ondoren, datu gehigarri eta erreakzioekin, idazlan analitikoago bat egiten da paperezko formaturako.
- Pisuzko informazio lehen orduan argitaratu eta gero, eguna aurrera joan ahala, informazio gehiago eskaini.
- “Izar” nagusitik kanpo, berehalako egunerokotasunarekin lotura txikien duten ekipoak kokatzen dira: aldizkariak, gehigarriak...

- **Irrati eta telebista talde publikoak**

## Gogoetako galderak

1. Nola neurtzen da konbergentzia-prozesu baten arrakasta?
2. Konbergentzia mediatikoa onuragarria ala kaltegarria da? Zergatik?
3. Hedabideen arteko harremanak eragiten al du edukien kalitatean? Nola?
4. Nolako trebakuntza izan behar dute kazetariak, hedabide edo talde konbergenteetan lan egiteko?

## Transmedia-kontakizuna

- **Multimedia** narrazioak sareko formatuak (bideoa, testua, irudia, audioa, etab.) integratzen ditu era bateratuan kontakizunean; **hipermediak**, berriz, multzokatu egiten ditu, independenteki konbinatzen ditu, hipertestuko loturen bidez. Bi narrazio mota hauek bakarrik eman daitezke Webean.
- **Cross-media** narrazioak istorio edo produktu bera eramaten dute plataforma askotara; **transmediak** hainbat plataforma baliatzen ditu ere bai, baina istorio bat eta bera kontatzeko. Cross-median bitarteko askoren presentziak ez du esan nahi bakoitzak *plus* bat eskaintzen dionik kontakizunari; halaxe gertatzen da, kontraz, *transmedia* ekintzetan.
- Transmedia-produktuetan **audientziaren** parte hartzea oinarritzkoa da.

- Transmedia ekintzak publikoaren esperientziak eragiteko sortzen dira, publikoa motibatuz eta haren parte hartzea lortzeko.

## Fikziozko-transmedia

- Transmediak arrakasta handia izan du **fikzioaren esparruan**, baita marketinean eta publizitatean ere (*transmedia branding*)
- Istorioa edo kontakizuna unibertso bat bihurtzen da ("**frankiziak**"): filmak, telesailak, nobelak, *flash mob*ak, mugikorretarako *app*-ak, webguneak, antzerki lanak, komikiak, kontzertuak, zuzeneko emankizunak, bideo jokoak, *merchandisinga*, eta, batik bat, web 2.0 plataformak – *mikroblogginga* (*Twitter*), blogak, sare sozialak (*Facebook*), etab.
- Istorio bat film batekin has daiteke, eta, ondoren, telebistan, liburuetan, komikietan edo bideo jokoetan heda daiteke (***brand extensions***)



- Transmedia narratibek **errentagarritasun** handiagoa dute; *target* mota askotara iristeko aukerak kontakizunaren alde egiten du, kontsumitzeko.

- Badira fikziozko istorio edo unibertsoak literatur jatorrikoak (*Harry Potter*), filmetan oinarritutakoak (*Star Wars, The Matrix, Pokemon, etab.*), komikietan (*Tintin, The Walking Dead*), telebista saioetan (*The Simpson*), etab.
- **Digitalki hedatzeko aukera**, produktu berrien bitartez, asko laguntzen dio errentagarritasunari: web-sailak, twitter-atalak edo onlineko jokoak, telebista sozialaren bitartez (*Águila Roja –TVE-* eta *El Barco –Atresmedia-* sailak dira horren adibide).
- Kazetaritzara aplikatutako transmedia ez-fikziozko ikus-entzunezkoen genero handietara mugatzen da, hala nola ikus-entzunezko erreportajera eta dokumentalera, bereziki, Webaren esparruan.
- **Webdokumental edo webdoka** (*webdocumentary*) eta dokumental interaktibo edo ***i-doka*** (*interactive documentary*) eta beste batzuk (*cross-docs, digidocs, etab.*).

## Ez fikziozko-transmedia

- “*Guernica, pintura de guerra*” (TV3 ikus-entzunezko dokumentala + CCMA.cat webdokumentala)
  - <http://www.tv3.cat/30minuts/guernica/home/home.htm>
- *Voces de la Memoria* (RTVE) proiektua Telebistako dokumental emankizunaz gain, dokumentalaren bideoak jarri ziren *Youtuben* istorioan sakontzeko; gainera, erabiltzaile bakoitzari bere *playlista* egiteko aukera eman zitzaion, bere bizitzako uneak gogorarazten zizkieten abestiekin
  - <http://vocesdelamemoria.rtve.es/>
- Newsgame:
  - <http://lab.rtve.es/montelab/>
- **Ibil2d (2011)**
  - ETB1ek ibilbideei buruz abiatutako programa + Eitb.eus
  - Blogseitb.net/ibilbide: telebistako bideoak + bakio gehigarriko edukiak (antena erakutsitako ibilbideen GPSrako deskargak edo ibilbideei

buruzko informazio birtuala, Errealitate Gehituaren teknika baliatuta +  
audientziak ibilbideak proposatzeko aukera)

- **KorriTrans (Korrika 18)** (UPV/EHU + EITB + AEK)

- Korrikaren Transmedia estaldura 5 produktu ezberdinen bidez eta 3 hedabide ezberdinak erabiliz: Internet, telebista eta irratia
  1. “18=18” **bideo birala** (Youtube eta sare sozialak). ETB3an zabaldua *spot* moduan
  2. “11 egun, 11 istorio” (11 **telebistarako erreportajeak** ETB-1 eta ETB-3, 11 parte hartzaile eta 11 esperientzia ezberdinak euskararekin)
  3. **Twittersodioak** (#korrikatxioka) (telebistan zabaldu ez ziren materialekin egindako kontakizunak); *hashtag* #korrikatxioka
  4. **ETB1erako saioa** “Korrika 2013”
  5. **Gaztea irratian egindako programak**
- <https://prezi.com/45p0ugmabr2c/korritrans/>