



Berbakeita

Word-kafea. Gazteak eta komunikabideak.

Ondorio txostena



Zergatik? Hitzaurrea	1
Zer, nola eta non? Azalpena	2
Nor? Parte-hartzaileen taula	5
Zeri buruz? Galderak	6
Zeintzuk izan ziren ondorioak ?	
Laburpena.....	7
Eskema.....	12
Eta orain... zer?	19



Hitzaurrea

*“Hogei urteko gazte bat atxilotu dute Ormaiztegin, hainbat komertziotan lapurreta egitea leporatuta”
(2009-07-08)*

Esperimentu bat egin dezakegu.

Lapurreta egiteagatik atxilotu dituzten pertsonen buruzko berriak bilatu ditzakegu Googlen.

Lehenbizi atxilotu gazteei buruzko berriak; ondoren, pertsona helduei buruzkoak. Ea zer azaltzen den.

Teklak jotzen ditugu: [“Gazte bat atxilotu dute” eta lapurreta] (horrela, kakotxak eta konjuntzioa barne).

Eraitza 0,05 segundotan jasotzen dugu.

27.500 sarrera.

Ongi da. Goazen orain helduekin.

Teklatuan: [“Heldu bat atxilotu dute” eta lapurreta] (kakotx eta konjuntzio, honetan ere).
Ea oraingoan zer azaltzen den.

Hara. Oharpen bat: *Ez dugu aurkitu zure bilaketarekin bat datorren dokumenturik.*

Orduan, bere buruari galderak egiten hasten da bat. Zer dela eta eraitza ezberdintasun hori?

Agian helduek ez dute lapurtzen; edo lapurtzen dute baina ez dituzte atxilotzen; edo, agian bai, agian atxilotzen dituzte baina Poliziak ez die komunikabideei atxiloketaren oharra bidaltzen.

Izan daiteke helduek lapurreta egitea, Poliziak atxilotu eta komunikabideei jakinarazi, eta hauek ezagutzera ematea baina, haatik, Interneten ez eskegitzea.

Izateagatik, izan liteke ere Sarean informazioa eskegi baina atxilotuak helduak direla ez zehaztea.

Edo okerrago: beharbada gaur egun esan gabe doa pertsonak, kontrakoa esaten ez bada, helduak direla; edo -nork daki- atxilotuak, kontrakoa esaten ez bada, gazteak direla.

“Beste gazte bati labanarekin erasotzeagatik atxilotu dute”. (2009/06/21).

“CA.C.B. gizonezkoa atxilotu zuten atzo goizean Gasteizen, beste gazte bati indarkeriaz dirua lapurtzeagatik”. (2008/10/06).

Tira, marapilo bat. Hori dela-eta jaio zen Berbakeita. Korapiloa askatzen saiatzeko.





Azalpena

Gehienek world-kafea deitzen diote; beste batzuek ordea, word-kafea deritzote. Bigarren hau itzuli genuen EGKn:

Word=hitza, berba.

Kafea=akeita (bizkaieraz).

Word-kafea eztabaida-modu bat da, formato tradizionalaren ezberdina.

Giro lasai batean solas-txandak egitean datza, txanda bakoitzean solaskidez aldatuz.

Solasaldi eredu honetatik abiatuta, Euskadiko Gazteriaren Kontseiluak-EGK *Gazteak eta Komunikabideak* gaiari buruz eztabaidatzeko hiru saio antolatu zituen.



- **Bilbao**, azaroaren 25ean (asteazkena), 19.30etan Bolunta boluntariorza eta parte-hartzerako agentzian.



- **Donostia**, azaroaren 26an (osteguna), 19.30etan CRAJen (Gipuzkoako gazte elkartegintzarako baliabideen zentroa).



- **Vitoria-Gasteiz**, azaroaren 27an (ostirala), 19.30etan Simone de Beauvoir elkartean etxean.



Dinamika honakoa izan zen:

Saio bakoitzean lau parte-hartzaile profil egon ziren. Profil bakoitzari kolore jakin bateko gomets bat zegokion, paparrean jartzeko. (**Profil bakoitzaren kolorea ezberdina izan zen saioaren arabera*). Arau bat zegoen: jendeak ezin zuen bere burua aurkeztu saioa amaitu arte, aurreiritzirik gabeko eztabaida errazteko.

- Kazetari gazteak → Horia.
- Gazte elkartuak eta elkartetan komunikazio ardurak dituzten gazteak → Berdea.
- Gazte ez-antolatuak** → Gorria.
- Gazteria arloko Administrazioiko teknikari eta politikariak → Urdina.



*** (Gazte ez-elkartuek saioan parte hartu zezaten lortzeko izan genituen zailtasunak zirela-eta, talde misto bat sortu genuen, zeinetan gazte ez elkartuez gain beste hiru profiletako pertsonak ere parte hartu baitzuten).*

Berbakeita saio bakoitzean lau mahai zeuden, eta mahai bakoitzean, lau solaskide (**Bilbon bost solaskidetako mahaiak egon ziren, eta Gasteizen, hirukoak). Edozein mahaietan eseri zitezkeen parte-hartzaileak. Baldintza bakarra zegoen: ezin ziren profil bereko bi pertsona mahai berean egon. (Paparreko gomets-aren bidez zekiten nor zen profil berekoa eta nor ez).

Solas-taldeak aldatuz joan ziren, txandaka. Zehazki, saioa lau eztabaida-gaietan egituratu zen; guztira, lau galdera, eta galdera bakoitzeko, 15 minutu. Behin lehen ordu laurdena bukatuta, solaskideak mahaietara aldatu behar ziren (ez blokean, baizik eta banan-banan).

Horretaz gain, mahai bakoitzean dinamizatzaile bat zegoen (mahaietara aldatzen ez zena). Bere lana eztabaida gidatzea zen eta, saioaren amaieran, solaskideek esandakoaren laburpena parte-hartzaile guztien aurrean azaldu. Ondoren, idatziz bidali behar izan dituzte ondorioak EGKra, urtarrila baino lehen. Kontseiluko Komunikazio teknikaria arduratu da gero txosten bateratu bat idazteaz.



Parte-hartzaileak

Bilbao	Donostia	Vitoria-Gasteiz
KAZETARIAK		
Deia	Gaztea irratia	Berria
20 minutos	Info7 irratia	Eusko News-Gaztea
Hamaika telebista	D.Noticias de Gipuzkoa	Radio Vitoria
Tas-tas irratia	Zuzeu.com	
ELKARTEAK		
Revista Goitibera (Euskalerriko Eskautak-Bizkaia)	Gaztegehitu	GGKEen koordinakundeko komunikazio arduraduna.
AFS Euskadi Interkultura	Lakaxita Gaztetxea (Irun)	Munduko Landaguneko komunikazio teknikaria
BOM (Bilboko Okupazio Mugimendua)	Mugak	Ai Laket
Yal-Lah Gazte Ekimena	Yal-Lah Gazte Ekimena	Arduradun Eskola
ADMINISTRAZIOA		
Getxoko gazteria teknikaria	Donostiako Udaletxeko gazteria zinegotzia (PSE)	Gasteizko Udaletxeko gazteria zinegotzia (PSE)
Leioako gazteria teknikaria	Donostiako Udaletxeko Berdintasunerako zinegotzia (Aralar)	Gasteizko Udaletxeko gazteria arloko EAJ-PNVren zinegotzia
Barakaldoko gazteria teknikaria	Donostiako Udaletxeko gazteria teknikaria	Gasteizko Udaletxeko gazteria teknikaria
Jaurlaritzako Gazteen euskal behatokiko teknikaria	Kontsumo Gelak-eko teknikaria	Arabako Foru Aldundiko gazteria teknikaria
MISTOA- Gazte ez elkartuak eta beste batzuk		
Kazetaritza ikaslea	Bizi Alai Taldea (BAT)	Gara-ko kazetaria
Kazetaritza ikaslea	Lokarriko teknikari gaztea	Gazte elkartua (hainbat mugimendu)
Ez elkartua/ Ingeniari eta ikaslea	Lakaxita Gaztetxea (Irun)	Radio Vitoriako kazetaria
Lurgorri-EGI	Lakaxita Gaztetxea (Irun)	
Lurgorri-EGI		
DINAMIZATZAILEAK		
Parte Hartuz-eko ikerlaria	Urtxintxako hezitzailea	Parte Hartuz-eko ikerlaria
EHUko Ikus-entzunezko irakaslea	Lezoko Udaletxeko Gizarte Langilea	EHUko Komunikazio irakaslea
EHUko Komunikazio-ikerlaria	Gizarte Hezitzailea	EGKko Arabako koordinatzailea
Bakeolako teknikaria	EGKko bizi-baldintza materialen teknikaria	EGKko Bizkaiko koordinatzailea



Galderak

1) Nola baloratzen duzu komunikabideek **pertsona gazteei buruz** ematen duten irudia?

Errealitatea islatzen al du? Estereotipoak eraikitzen al ditu?
Zergatik?

2) Nola baloratzen duzu **gazte elkarteek** egiten duten lanari buruz komunikabideetan agertzen dena?

- o Kuantitatiboki: gutxitan, nahiko, askotan... agertzen da?
- o Kualitatiboki: ikuspuntua zer izaten da, gehiagotan negatiboa, gehiagotan positiboa...?

3) **Noren esku** dago gazte eta gazte-elkartei buruz plazaratzen dena eta ez dena, eta horren ikuspuntua? (Nortzuk dituzte gaitasunak eta ardurak horren gainean?)

4) Gazte eta elkarteek hedabideetan duten presentzia eta irudia hobetu daitekeela uste baduzu, **nola hobetu** daiteke? Aldiz, hobetu ezin daitekeela uste baduzu, zergatik ezin daiteke hobetu?

Galderak euskaraz eta gaztelaniaz luzatu ziren. Eztabaida txanden hizkuntza solaskideen arabera izan zen; orokorrean, mahaian euskaraz ez zekien norbait bazegoen, gaztelaniaz egiten zen.

Bilbon, txanda ia-ia gehienak gaztelaniaz izan ziren.
Donostian, aldiz, euskaraz izan zen saio osoa.
Gasteizen euskaraz egin ziren eztabaida gehienak.





ONDORIOAK.

Ondorio-txosten hau **EZ DENA** eta **BADENA**:

Word-kafearen ondorio-txostena ez da eduki-ikerketa kualitatibo/kuantitatiboa, baina bada, ordea, kazetari, gazte, elkarteetako kide, pertsona ez-antolatu, gazteria teknikari eta politikarien amankomuneko inpresioen eta sumaketen txostena.

Txosten hau ez da hiru eztabaidetan esandako guztiaren bilduma bat, baizik eta adostasun maila gehien lortu zituzten iritzien laburpen egituratua.

Ondorio-txosten hau ez da komunikabide mota guztiei buruz ari (aldizkariak, prentsa espezializatua...), ez eta komunikazioaren genero eta adar guztiei buruz ere (iragarkiak, musika programak...). Nahiz eta galderak irekiak ziren eta aukera gehienak aintzat hartu zitzaizkiren (*Nola baloratzen duzu komunikabideetan...?*) solaskideak hedabide tradizionaletaz jardun ziren batez ere; behintzat, gaur egungo errealitateari buruz eztabaidatzerako orduan; aldiz, hobekuntza proposamenen atalean, Interneti aipamenak nagusitu ziren. Beraz, ondorio guztiak komunikabide-tradizionalen ingurukoak dira, besterik aipatzen ez bada.



Ondorio-narrazioa:

1)
Pertsona
gazteen
irudia

Ia aho-batekoa izan zen ondorioa: komunikabideek ez dute errealitatea jasotzen; edo, gutxienez, **ez dute errealitate osoa jasotzen**. Osotasunaren zati bat besterik ez dute islatzen; arazoa sortzen da zati horri osotasunaren itxura ematen diotenean; edo, beste era batera esanda: estereotipoak sortzen dituztenean; batez ere, kontuan hartuta gehienetan kutsu negatiboko estereotipoak direla.

Joera honen zergatiak asko izan daitezke. Lehenik eta behin, kontutan hartu behar da komunikabideen **hartzailleak pertsona helduak** direla, batik bat. Ondorioz, komunikabide horiek pertsona helduengana zuzentzen dira eta, horretarako,



“helduen betaurrekoekin” erabakitzen dute zer esan eta zer ez (eta nola) gazteen inguruan; eta “gazteen inguruan” esaten dugu eta ez beste ezer, orokorrean pertsona gazteei “buruz” hitz egiten delako, gutxitan direlarik gazteak komunikatzen denaren ahotsa. Hau da: informazioaren “**subjektu pasiboa**” izaten dira.

Estereotipoak sortzearen beste arrazoi bat komunikabideen lan-ohituretan bilatu behar da seguruenik. Izan ere, abiadura zoro-sutsuan aritzen baitira kazetariak. Denbora gutxi dute informazioa kontrastatzeko eta egiaztatzeko, eta informazioa modu **azaleko** batean eraikitzen dute. Hortaz, ez dute aintzat hartzen pertsona gazteen aniztasuna. Heterogeneotasuna islatu ez eta, neurri batean, **homogeneizatzen** dute.

Hala eta guztiz ere, lan-erritmoa ez da sinplifikatze horren zergati bakarra. Kazetariak “produktu digerigarriak” ekoiztu behar dituzte, eta horretarako, alde aurretik osagaiak “murtxikatzen” dituzte, errealitatearen konplexutasuna espazio/denbora mugatu batean ‘sinpletu’ behar baitute; lan horretan, ‘etiketak’ erabilgarriak zaizkie.

Beste arrazoietako bat ‘notiziosoa’ denaren kontzeptua da. Gaur egun, gertaera positiboek edota ohikoek ‘saltzen’ ez dutenaren premisa onartzen da. Ordea, berri bihurtu daitekeenaren lehengaiak honakoak dira: gertaera negatiboak, eskandaluak, alarma pizten duena eta salbuespenak... Kazetaritza ulertzeko modu horrek (gertaera negatiboak ikusgai egiten dituen eta, aldiz, positiboak ez), gazteen irudia aipatutako “lehengai” horietara lotuta egotea dakar: alarma pizten duenari, kutsu negatiboko jazoerei eta salbuespenei lotuta, hain zuzen.

Errealitatea islatzea al da hori? Solaskide gehienek, lehen aipatu bezala, errealitatearen zati bat islatzea behintzat bai, badela, uste dute: izan ere komunikabideek jasotzen dituzten gertaerak errealak izaten baitira (boteiloak, trafiko-pikeak, droga-kontsumoa... denak errealak). Arazoa da, errealitate jakin batzuk agertzen badira eta beste batzuk ez, agertzen direnak “errealitate osotzat” hartzeko arriskua dagoela. Modu honetan, zatiak osotasuna ordezkatzen du; salbuespena arau bihurtzen da.

Hedabideek beraz errealitatea (zati bat) islatzen dute; baina ez hori bakarrik: **errealitatea eraikitzen dute** ere. Izan ere, komunikabideei esleitzen zaien autoritatea dela eta, islatzen dituzten jokabide, jarrera eta irudiak ‘eredutzat’ hartzen baitira sarritan. Eraitza gurrpil-zoro bat da:

Errealitate jakin batetik abiatuta, komunikabideek jarrera eta jokabide batzuk jasotzen dituzte; “hartzailletako” batzuk eredutzat hartu eta bere egiten dituzte; eta gero komunikabideek jasotzen dituzte....

Dena dela, pertsona gazteen irudia komunikazio-enpresaren arabera izaten da. Alde batetik, bere lerro editorialaren arabera; zentzu honetan, ideologia kontserbadorea duten hedabideek gazteen errebindikazio-ekintzak kriminalizatzen jotzen dutela uste dute solaskideek. Bestalde, difusio-eremuaren arabera izaten da ere. Tokian-tokiko egunkari eta irrati eta telebista kateetan gehiagotan eta



ikuspegi positiboagoekin agertzen dira pertsona gazteak, eztabaidan parte hartu zuten gehienek iritziz. Azpimarratzen zenez, horren arrazoia bata bestea behar dutela izan daiteke: hedabide lokalak berri lokalekin elikatzen dira, eta pertsona gazteak tokiko informazio-iturri dira; bestalde, pertsona gazteentzat hurbilagoak dira lekuan-lekuko medioak.

Eta, testuinguru honetan, zer gertatzen da instituzioetako gazte-arloek sortzen dituzten berriekin? Honi dagokionez, solasaldian parte hartu zuten hainbat teknikarik esana, administrazioaren beste arlo batzuei ez bezala (hirigintza departamentuei, adibidez), gazte-arloei zaila egiten zaie komunikabideetan informazioa bideratzea.

Nabarmentzekoa da, bestalde, sinpletze-prozesu hauek ez direla bakarrik gertatzen gazteei dagokionean; etorkin, jubilatatu, gay eta lesbianek... ere antzeko tratamendua jasotzen dutela bat egiten dute gehienek.



2) Gazte-
elkarteen
irudia

Gazte elkarteak oso gutxitan agertzen dira komunikabideetan, ildo-politiko zehatz bat jarraitzen duten elkarte batzuk salbu (gatazka politikoa dela medio), salbuespen horiek, gainera, (Segi aipatzen da batik bat), kriminalizazioa jasaten dutelarik. Kasu zehatz horietaz aparte, gazte-elkarteak komunikabideetan gutxi agertzearen arrazoiak honako hauek izan daitezke:

Batetik, elkarrenganako “interesik eza”. Elkarte asko ez dira bere lana ezagutarazten ahalegintzen, edo ez dute lehentasunezko helburutzat hartzen. Bere aldetik, komunikabideek “ez dute interes gehiegirik” elkarteek egiten dutena komunikatzeko, hainbat arrazoiengatik: horietako bat izan daiteke elkartearen lana ez datorrela bat ‘notizioso’ denaren gaur egungo kontzeptuarekin, bai elkartearen lana gizartearen zati estu batera begirakoa delako, bai lan horren inpaktua txikia delako. Dena delakoa, informazioaren “kontraparte” bezala ageri ohi dira elkarteak komunikabideetan: alegia, tesi nagusia edo ahots nagusiari kontrapisu egiteko erabiltzen dena bezala, eta ez ahots nagusia bera bezala.

Ildo berean, gehiengoaren ustetan komunikabideek eta elkarteek ez dute elkar-ezagutzen. Kazetari gehienek ez dute gazte-elkartegintzaren aniztasuna ezagutzen,



eta elkarte gehienek ez dakite nola lan egiten duten kazetariak eta zerk pizten duen bere arreta, beste zio askoren artean, talde txikiak izan ohi direlako eta ez dutelako komunikazio-arduradunik (eta, baldin badute, batzutan ez da kazetaria edo ez du ezagutzen kazetarien funtzionatzeko modua). Ondorioz, elkarteek ez dakite zer eta nola “saldu” kazetariei (titularra ematen, lehorre-informatiboak aprobetxatzen, prentsaurreko eraginkorrek egiten, komunikabideen ordutegietara egokitutako deialdiak egiten...etab.etab. luzea). Labur esanda: elkarteek ez dakite bere burua saltzen, edo ez daukate saltzeko baliabiderik. Ordea, bere burua ondo saltzen dakiten elkarte eta mugimenduek arrakasta izaten dute. Horren adibide dira 80 eta 90 hamarkadetako Kontzientzia Eragozpenaren mugimendua, edota Barakaldoko Berri-Otxoak pobrezia-aren aurkako plataformaren deialdiek pizten duten interesa.

Guztiarekin ere, azken hitza komunikabideek dutenaren iritzia nagusitzen da. Hedabide bakoitzak denbora/espazio gehiago eskaintzen dio elkarte bati edo besteari bere lerro editorialaren arabera. Kontestu honetan, solaskide askok kezka bera azaltzen dute: Euskal Herriko gatazka politikoari lotuak dauden gazte-elkarteen kriminalizazioak elkarte horientzat kaltegarria izateaz gain ez ote duen beste elkarte-aldarrikatzaileen gainean eragin kaltegarririk izango eta, hedaduraz, gazteria guztiaren gainean.

Honetaz aparte, solaskide batzuen ustez komunikabideek gazteen indibidualtasuna azpimarratzen dute, “elkartegintza”ren kalterako gazteriaren “irudi ez-artikulatua” ematen. Eta, elkartegintzari pisua ematen zaionean, elkarte-aniztasun horretatik elkarte mota jakin batzuk gailentzen direnaren sententzia dago ere: ildo politikoko elkarteek gain, garapenerako lankidetzan eta aisialdian aritzen direnak, zehazki.

Eztabaidaren beste azpi-gai batzuetan aipatu bezala, kasu honetan ere “agerpen eskasa” ez da soilik gazte-elkartegintzak pairatzen duen zerbait, baizik eta “elkartegintzak” orokorrean jasaten duena.





3) Noren esku?

Komunikabideetan agertzen denaren eta ez denaren ardura **partekatua** da, nahiz eta maila handiago batean komunikabideei dagokien, komunikazioa bere helburu nagusia den heinean (elkarteentzat 'helburu' nagusiaren menpe dagoen tresna bat den bitartean).

Maila batean edo bestean, bai batzuek bai besteek dituzte "etxerako lanak". Elkarteek komunikabideen atera deitu behar dute, produktu salgarriak eskainiz; komunikabideei dagokionean, atak irekitzeko prest egon behar dira, bai eta 'ofizioz' elkarteetan atera deitzeko prest ere (beste hainbat iturriekin egiten duten bezala).

Komunikatzen den horren ikuspegiari eta tratamenduari dagokionez, gehiengoaren iritziak komunikabideak (kazetariaren gainetik) du azken hitza, nahiz eta elkarteek, "produktu salgarria" prestatzerako orduan, era batean edo bestean eragina izan dezaketen.

4) Hobe-kuntza proposamenak

Posible da, eta merezi al du, pertsona gazteen presentzia eta irudia hobetzea komunikabideetan? Ia-ia guztiek bat egiten dute: bai, posible da eta merezi du. Proposamen ugari iradokitzen dira:

Kazetariei bere lan-ohiturak eta dinamikei buruzko hausnarketa egitea komeni zaie. Honi dagokionez, profesionaleri zuzendutako formazio eta sentsibilizazio tailerrak proposatzen dira. Komeni da, bestalde, tokian-tokiko komunikabideetan lan egiten duten kazetariak bere kontaktu-sarea indartzea; hau da, gazte-iturriekin harreman estuagoa lantzea (beste iturri batzuekin egiten duten moduan; horretarako, noski, gazteen eta elkarteetan inplikazioa beharrezkoa da ere).

Elkarteetako dagokionean, komunikazio-estrategia garatu beharko lukete eta, posible den heinean, martxan jarri. Komunikazio-estrategia honekin, komunikabide lokalekin harremana estutzea komeni da, hedabide horietan baitituzte agertzeko aukera gehien elkarteek (eta, horretaz gain, elkarteentzat interesgarria izan daitezkeen hartzaileak tokiko komunikabideen hartzaile berak izaten direlako). Hala eta guztiz ere, elkarteak ez dira zertan komunikabide tradizionaletara mugatu behar. Komunikatzea helburu bat da ("bigarren mailako helburua") elkarteentzat, eta, helburu hori lortzeko, "bide" bat besterik ez dira komunikabide tradizionalak. Bideetako bat, baina ez bakarria. **Interneten aldeko apustua** ezinbestekotzat hartzen da: web orrialdeak, blogak, sare sozialak... Eremu honetan, neurri konkretu eta berritzaile bat iradokitzen da: Interneten **plataforma** bat sortzea, gazteen elkarte guztien blogosferaren topagunea izango dena ('Blogoneskak' gunearen ildoan, esaterako).

Interneteko komunikazioak hainbat abantaila ditu (norabide anitzeko komunikazioa, interakzioa, multimedia komunikazioa, edukiaren gaineko kontrol zuzena...). Hala eta guztiz ere, dena ez dira aldeko ezaugarriak: batzutan, adibidez, zaila da Sare erraldoi horretan zure burua nahi duzun "hartzailearen" aurrean ikustarazten edo



aurkiarazten. Beste ahultasun bat bezala aipatzen da Sareak komunikabide tradizionalak baino eragin gutxiago duela iritzi-sorkuntzan.

Orain arte aipatutakoarekin jarraituz, komunikabideak “bidea”, tresna, besterik ez dira. Nahiz eta eztabaidaren ardatzaren kanpo geratu, nabarmentzekoa da aipatu zen beste proposamen bat: espazio publikoa berreskuratzearena, hain zuzen. Kaleko ekintzak, espaloian hitz egitea, jaiak ospatzea, kartelak itsastea, mobilizazioak egitea... komunikazio tresna eraginkorra direla azpimarratu zen.

Proposamenen zerrenda ez da hemen bukatzen. **Instituzioek** ere bere harri-koskorra jarri dezakete. Pertsona gazteentzat baliabideak eta tresnak martxan jarritz, esaterako (lokalak, programa informatikoak, ikus-entzunezko materiala eta euskarriak...), edo elkarteei bere burua saltzen laguntzeko **tailerrak** zein **aholkularitza zerbitzua** sortuz. Bestalde, gazteei buruz komunikatzen denaren inguruko **behatokia** sortu liteke (genero gaietarako daudenekoen antzera, adibidez).

Aukerak anitzak dira. Dena dela, komunikazio-eremutik harago, solaskidetako askoren iritzi-z errora joan beharra dago eszenatokia aldatu nahi badugu. Alegia, gaur egungo Mendebaldeko gure gizartearen “balore-sistema” berregitera.

Ondorio-eskema

1) Pertsona gazteen irudia komunikabideetan

1) Komunikabide tradizionalen hartzaileen gehiengoa **pertsona helduak** dira eta, hortaz, kazetariak beraiengana zuzentzen dira. Honek hainbat ondorio ditu:

Alde batetik, komunikabideek helduen ikuspuntu batetik ekoizten dute informazioa; hau da, helduen betaurrekoekin.

“Si la mayoría del público tuviese entre 18 y 30 años, esta franja de población sería tratada con más mimo”).

Pertsona gazteak informazioaren **subjektu pasiboa** izaten dira. Hau da, beraietara buruz hitz egiten da, gutxitan direlarik gazteak komunikatzen denaren ahotsa. *“Datos sin voz”. “Los jóvenes, para los medios, no son ni siquiera un problema a tratar como los son otros -mujeres, inmigrantes-”*.

2) Komunikabideen **dinamikak** lan-erritmo frenetikoa inposatzen du. Honek honakoa suposatzen du:

Kazetariak ez dute nahikoa astirik informazioa egiaztatu eta kontrastatzeko.



Informazioa era azaleko batean eraikitzen dute. Ez dute aintzat hartzen pertsona gazteen aniztasuna. Heterogeneotasuna islatu ez eta, neurri batean, homogeneizatu egiten dute, estereotipoak sortuz (“Denak zaku berean”).

3) Gero eta gehiago, komunikabideek bigarren plano batean jartzen dute bere xede soziala (informatu, hezi eta entretenitu, -hori guztia, beti, lerro editorial baten arabera-), bere alderdi enpresarialaren mesedetan. Modu honetan, helburu ekonomikoa helburua bera bilakatzen dira, “bitarteko” bat izan beharrean (“*La concepción consumista asumida por los medios*”; “*Los medios deben creerse la función social que tienen. ¿Por qué se ha perdido?*”).

Komunikabideek, enpresa diren heinean, “**produktu salgarriak**” eskaini behar dituzte. Salgarriak izan daitezten:

→ “Digerigarriak” izan behar dira: errealitate konplexu bat modu erraz batean azaldu behar dute (sinpletu), denbora/espazio mugatu batean. (Mapa bezala jardun behar dute, eta jakina da mapa ez dela lurraldea bera, baizik eta lurraldearen errepresentazio bat). Lan horretan, estereotipoak oso erabilgarriak zaizkie.

→ Interesa piztu behar dute. Gaur egun, komunikabideek darabilten ‘notiziosa denaren’ kontzeptua gauza “negatibo, eskandaluzko, salbuespenezko...ekin lotuta dago (txakurrak *umea hagingkatzea ez da albiste, bai ordea* umeak txakurrari kosk egitea). Ez du egunerokotasunak, ohikotasun positiboak... saltzen. - (“*Las noticias son parte del show*”). Horregatik egon ohi dira estereotipoak gertaera negatiboekin lotuta. (“*Pasotas*”, “*Conflictivos*”, “*Botelloneros*”, “*Más que personas, proyectos de personas a las que hay que socializar*”, “*Generación irrespetuosa*”, “*Generación sin valores*”, “*Al final, Joven=Problema*”, “*Los medios de comunicación son acusadores*”).

4) Komunikabideek **errealitatea ekoizten dute errealitatetik abiatuta**. (“*Los medios generan imaginario colectivo, no sólo lo difunden*”).

Generalizazioak eta estereotipoak gertaera errealean oinarritzen dira; sarritan, salbuespenezko gertaeretan (edo, edozelan ere, gutxiengo baten kasu/joeretan). Arazoa da salbuespen horiek arautzat hartu daitezkeela. (Adb.; “Bi gazte atxilotu dituzte gehiegizko abiaduran eta edanda gidatzeagatik” → *Gazteak arriskutsuak dira gidatzen* / “Hiru adingabe atxilotu dituzte kotxe-ispiluak txikitzeagatik” → *Pertsona gazteak bandalismorako joera dute*). Komunikabideek errealitatea komunikatzen dute, baina zati bat; ezin daiteke zatia osotasuntzat hartu.

Are gehiago: zati bat islatu bakarrik ez; errealitatea **eraiki** ere egiten dute komunikabideek. Izan ere, komunikabideetan agertzeagatik (eta komunikabideei egozten zaien autoritatea dela medio), pertsona ugarik zenbait jokamolde, jokabide... etab. bere egiten dituzte, zatia osotasuntzat hartuz; salbuespena arautzat eta normaltzat joz. Hitz batean: zatia ‘eredu’ bihurtuz.



Hori guztiaren emaitza **sorgin-gurpil** bat da:

Errealitate jakin batetik abiatuta, jarrera/jokamolde... batzuk jasotzen dituzte komunikabideek.

Hartzailetakoz batzuk jarrera/jokabide... horiek eredutzat jo eta bere egiten dituzte.

Gero komunikabideek jarrera/jokabide horiek jasotzen dituzte...

5) Aipatutako guztia:

5.1) **Komunikabidearen** araberakoa da. Gutxienez bi zio egon daitezke komunikabideen arteko ezberdintasunak azaltzeko:

-Lerro editoriala.

-Difusio-eremua: tokian-tokiko komunikabideek denbora/espazio gehiago eskaini ohi diete bere difusio-eremuko gazteen ekimenei ("*Feedback gehiago dago*"). Arrazoen artean, honakoak aipatzen dira:

-Bata besteen beharra: komunikabideek tokian-tokiko materiala behar dute tokian-tokiko hartzailleentzat/ Pertsona gazteentzat eta elkarreentzat errazagoa da lekuko-hedabideetara jotzea.

-Hurbiltasuna.

5.2) Sinpletze eta estereotipatze prozesu horiek **ez dira gazteekin bakarrik egiten**: beste adin-talde, kolektibo eta sortutako kategoriekin ere gertatzen da. ("*Pasa lo mismo con inmigrantes, tercera edad, gays...*").

2) Gazte-elkartegintzaren irudia komunikabideetan

Gazte-elkartek **oso gutxitan** agertzen dira hedabideetan, gatazka politikoarekin lotutako talde batzuk salbu (Segi-ri aipuak, batez ere), eta, salbuespen hauek, gainera, "kriminalizazioa jasaten" dute. Kasu hauetaz aparte, gazte-elkartek komunikabideetan duten presentzia eskasak azalpen ugari izan ditzake:

1) Elkarrenganako **interesik eza**.

- **Komunikabideek** "ez dute interes gehiegirik" elkartek egiten dutena komunikatzeko:

-Elkarteen lana ez datorrelako bat 'notizioso' denaren bere kontzeptuarekin:

-Bere lana **gizartearen zati "oso mugatu"** bati zuzenduta dagoelako.

"Las asociaciones no mueven masas, asi que a los medios no les interesa saber lo que hacen ni lo que dejan de hacer".

-Lan horren gizarte-eragina txikia delako.



-Aipatzen da, bestalde, elkarteek batik bat “balorazioak” egiten dituztela komunikabideen aurrean (*“No suelen dar datos objetivos, imágenes... sino valoraciones”*) eta hori izan daitekeela kasu ez egitearen arrazoietakoa bat.

Honen harira, aipatzen da gazte-elkartegintzarekin egiten ez duten bezala, komunikabideek “gizartearen zati mugatu bati” zuzenduta dauden, inpaktu gutxi duten eta balorazioak diren (*“Los políticos sólo valoran, y salen”*) beste hainbat eta hainbat berri ekoizten dituztela.

-Gazte elkarteak ‘kontraparte’ bezala ulertzen dituztelako kazetariak. Ahots edota tesi nagusiari kontrapisu egiteko jotzen dute gazte-elkarteengana eta, “hori gutxi balitz, ahal izanez gero helduen elkarteengana jotzen dute, gazte-taldeengana baino lehen (*“Gazte elkarteak heldutasunik gabeko taldetzat jotzen dira”*).

- **Elkarte** askok ez dute bere lana komunikabideen bitartez hedatzeko interesik agertzen. Jendarteratze lan mota hori ez da bere “lehentasunezko” helburu (*“Galdera kontrako bidean egin beharko genuke: ba al dute hedabideetan agertzeko interesik elkarteek?”*).

2) **Ez** dutelako **elkar ezagutzen**.

- **Kazetari** gehienek ez dute gazte elkartegintzaren errealitatea bere aniztasunean ezagutzen.

- **Elkarte gehienek** ez dakite zer interesatzen zaien kazetariei eta zeintzuk diren bere lan-ohiturak.

-Komunikabideekiko **aurreiritziak** darabilzkite: *“Se supone que no atenderán a los portavoces de los movimientos juveniles con imparcialidad y libres de ideas preconcebidas”*.

-Jendea, denbora eta tresnak falta zaizkie komunikazio-estrategia bat diseinatu eta martxan jartzeko eta, komunikazio-arduradun bat dutenean, askotan ez da kazetaria edo ez du ezagutzen hedabideen funtzionamendua. Ondorioz:

-Elkarteek ez dakite nola egin “salgarri” bere ekimenak (*“No están a la altura”*).

-Ez dakite lehorre-informatiboak aprobetxatzen (abuztua, Aste Santua...), edota komunikabideen ordutegi eta formatuetara egokitzen.

Aitzitik, komunikabideetan agertzeko interesa duten eta nola egin badakiten elkarteek arrakasta izan ohi dute.



3) Zergati **político/editorialak** direla medio.

- Hedabide tradizionalak interes edo joera politikoak dituzten enpresak dira eta, beraz,

denbora/espazio gehiago edo gutxiago eta tratamendu bat edo bestea eskaintzen diete elkarteei, bere inklinazio edo kokapen politikoaren arabera. Kokapen politiko hori gutxienez bi modukoa izan daiteke:

-esplizitua eta aitortua.

-“imaginatua”:

Komunikabideek errealitatea “parametro politikoen” arabera sailkatzeko “bizioa” dute; batez ere, sigla politikoen arabera sailkapenak egiteko bizioa. Helburu politikoak ez dituzten edo ildo politiko jakin bat ez duten elkarteei ere “etiketa-politiko bat jartzeko joera” dute.

(“La lacra que nos consume a las asociaciones juveniles es que en todo momento nos intentan etiquetar, incluir dentro de uno u otro saco político”).

Zentzu honetan, eztabaidan parte hartu zuten gazte elkarte batzuk kezkatuta daude, zenbait elkarte-politiko jasaten ari diren kriminalizazioa dela-eta (Segiri aipuak, batik bat). Kriminalizatutako elkarteentzat kaltegarria izateaz gain, kriminalizazio horrek ez ote duen beste elkarte-errebindikatzailen gainean eragin kaltegarrikerik izango eta, hedaduraz, gazteria guztiaren gainean; horrek kezka pizten du solaskideen artean.

4) **Indibidualtasuna** azpimarratzen duen ikuspegia dela-eta.

-Parte-hartzaile batzuen arabera, komunikabideek gazteak ‘indibiduo solte asko’ bezala agertzen dituzte, bere indibidualtasuna azpimarratuz, elkartegintzaren kalterako; horrek gazteriaren irudi “ez artikulatua” sortzen du. *(“Cuando los medios hablan de jóvenes, no suelen centrarse en colectivos o asociaciones, sino en individualidades, lo cuál da una imagen poco articulada de la juventud”).*

Bestalde, **gazte elkartegintza “estereotipatua dago ere”**, izan ere (edo hori dela eta), **bere aniztasuna agertu ordez, elkarte mota** jakin batzuk bakarrik edo batik bat ikustarazten baitituzte:

- Izaera politikoko elkarteak.
- Astialdikoak.
- Garapenerako lankidetzan dihardutenak.

Zenbait arrazoiengatik izan daiteke: lerro editoriala, gaurkotasunak agintzen duen agenda mediatikoa –eta agenda mediatikoak agintzen duen *aktualitatea*– lan-esparru horretan aritzen diren elkarte-kopurua, elkarteen beraien lanak gizartean duen eragina, komunikazio-estrategia izan edo ez izateak...



Aurrekoan bezala, hemen ere aipatutako guztia:
Ez da bakarrik gazte-elkartegintzarekin gertatzen. “Elkartegintzak orokorrean jasaten du”.



3) Noren esku?

Komunikabideetan agertzen denaren eta ez denaren (eta agertzen den moduaren) ardura **partekatua** da. Nahiz eta “ardura-maila”-ren inguruan ez-adostasuna dagoen solaskideen artean, badaude bat-egiten duten puntu ugari:

-Elkarteez komunikabideen atera deitu behar dute, “produktu salgarriekin”.
(“Frecuentemente nosotros tenemos la culpa, al infravalorar nuestras propias posibilidades; y ello es un grave error”. “Las asociaciones no saben venderse”. “Es difícil encontrar portavoces o interlocutores con suficiente discurso, que sepan no sólo exponer con claridad el punto de vista de la asociación en nombre de la cuál se expresan, sino que también responder a preguntas tendenciosas y estar a la altura de lo que exige dirigirse al público”).

Arrakasta-adibide batzuk aipatzen dira:

-80 eta 90 hamarkadetako Kontzientzia eragozpenerako mugimendua: komunikabideen arreta bereganatzea lortu zuen, “ahots intsizionala” ez izan arren; modu horretan, bere lana jendartzeratzea lortu zuen.

-Gaur egun, Barakaldoko Berri-Otxoak pobrezia aurkako taldeak ere kazetarien arreta pizten du: hortaz, komunikabideetan agertzen lortzen dute, nahiz eta askotan enpresaren lerro-editoriala mugimenduaren ildo-ideologikoarekin bat ez etorri.

-Komunikabideak prest egon behar dira elkarteei atea irekitzeko eta ‘ofizioz’ beraiengana jotzeko ere (beste hamaika iturriekin egiten duten bezala).

Komunikatzen denaren tratamendu/ikuspegiari dagokionez, gehiengoaren arabera, nahiz eta horren gainean elkarteez eragina izan dezaketen (kazetariak erabiliko dituen ‘osagaiak’ prestatzerako orduan -prentsa-oharrak, prentsaurrekoak, kale-ekintzak, mobilizazioak...-), **azken hitza komunikabideek** daukate (kazetariaren gainetik).



Orokortzeak eta estereotipoak saihesteko, komunikabideek “euren lan-ohiturak birplanteatu beharko lituzkete”.



3) Hobekuntza proposamenak

Pertsona eta elkarte gazteek komunikabideetan duten presentzia eta irudia hobetu daiteke, eta merezi du hobetzen saiatzea: horretan adostasun ia erabatekoa dago. Hobekuntza proposamen konkrituak honakoak dira:

-Elkarteei dagokionez:

-**Komunikazio estrategia** bat diseinatu eta, posible den heinean, martxan jarri.

-**Tokian tokiko** komunikabideen aldeko apustua egin.

-Beste bide batzuk arakatu; bereziki, **Internet**: (“Txip-a aldatu behar da”: *Komunikabide arruntetan atera nahi al dugu gazteok?*).

-Web orrialdeak.

-Blogak.

-Sare sozialak.

-Esparru honetan, proposamen zehatz bat iradokitzen da: Interneten gazte elkarte guztien blogosferaren eta berrien topagune izango litzatekeen **plataforma** bat sortzea. (Blogoneskak atariaren antzekoa).

*Interneteko formula hauek abantailak dituzte (norabide anitzeko komunikazioa, edukiaren gaineko kontrol zuzena...), baina ahultasunak ere:

-Interneteko ozeanoan zure “hartzaileak” aurki zaitzan zailtasunak. .

-Iritzi-sorkuntzan eragin ahulagoa.

-Kazetariei dagokionez:

-Bere lan-ohitura eta dinamikak **birplanteatzea**.

-Gazteria gaiei dagokionean profesionalen **formazio eta sentsibilizazioa**.

-Bertako gazte eta gazte elkarteekin harremana estutu (beste iturri askorekin egiten duten bezala). Kontaktua-sarea indartu.



Esan gabe doa gazteek komunikabideetan duten irudia hobetzeko komunikabideak aintzat hartu behar direla; dena den, eta eztabaidaren ardatzetik harago, komunikabiderik gabeko komunikazioa ere hobetu daitekeela azpimarratzen da; hedabiderik gabe ere, elkarteek bere burua ikustarazi dezaketelako.

(“Los medios son un medio (un continente), y no el contenido”. “Hay que recuperar la calle: hablar en las aceras, poner carteles...”).

- Instituzioak, elkarteak...:

- Komunikazio **tresnak** jarri gazteen esku (lokalak, ikus-entzunezko materiala....). (*“Udalak bitartekoak eskaini behar ditu”*).
- Elkarteentzat **tailerrak prestatu**, komunikabideen egiteko-moduak eta komunikazio-estrategia eraginkorrak ezagutu ditzaten.
- Komunikazio-arloko **aholkularitza** zerbitzu bat martxan jarri.
- Gazteen inguruko berrien jarraipena eta etengabeko ebaluazioa egingo duen **behatoki bat** sortu. (Genero arloan dauden erakoak). (*“Komunikabideei belarritik tiratzeko”*).

Maila zabalago batean (edo zabalenean):

Solaskide askoren iritziz, eszenatoki honen azalpena Mendebaldeko gure gaur egungo gizartearen balore-sisteman bilatu behar ditugu. Hori dela eta, errora joatea proposatzen dute; alegia, **gure balore-sistema** zalantzan jarri eta birplanteatzera.

Berbakeita, ...eta orain, zer?

Eztabaidan zergatiak, ondorioak eta hobekuntza proposamenak bilatu ditugu. Orain, EGK emaitza guzti horiek jendarteratzen saiatuko da. Partehartzaileei dagokionez, bakoitzaren esku dago aztertzea zein hausnarketa izan daitekeen bere egunerokotasunerako aberasgarri eta zein ez. Bestalde, word-kafeak esparru ezberdineko eta ogibide bereko pertsonak haien artean ezagutarazi zituen. Zentzu honetan, EGKn jakin badakigu harremanetan-jartze hori emankor izaten hasi dela. Guztien esanera jarraitzen dugu, solaskideen artean zubi lanak egiteko.

Berbakeita hedabideetan:

EGK-k ez zuen deialdi publikorik egin. Dena den, solaskide bezala parte hartu zuten bi kazetarik Berbakeitari buruz idatzi zuten:

→ [EuskoNewsGAZTEA_Aurkezpena](#)

→ [EuskoNewsGAZTEA_Ondorioak](#)

→ [Noticias de Gipuzkoa](#)

(*Donostiako Berbakeitaren argazkiak DNGko Javier Colmenero argazkilariazenak dira).



+info: Itsaso Estarrona Elizondo.
komunika@egk.org