

# Irrati modernoaren testuinguru teknologizatua

**Jon Murelaga Ibarra**  
**EHUko irakaslea eta Eusko Jaurlaritzako ikerketa-bekaduna**

Milurteko berriarekin testuinguru berri bat irekitzen zaio gizabanakoari. Horrela, gizarte-mailan jazo diren aldaketa sozio-pokitiko-ekonomikoen egoera berri bat ireki dute. Irratiak aldaketa horiek izan behar ditu kontuan eta bere prozesuen birformulaketa bat egituratu. Artikulu honetan horretaz hitz egiten da, hain zuzen ere; irrati teknologizatu berriak bere mezua zabaltzeko, hobetzeko eta garatzeko eman ahal dituen aldaketez.

The human being has to face a new context in the new millennium. Thus, the social-politic-economic changes in the society have made a new situation possible. The radio has to take into account those changes and, also, has to redefine its procedures. This article analyzes this situation, how the new digital radio can change, improve and develop its ways of broadcasting messages.

XXI. mendea teknologia berrien aroa da. Aurrerapen digitalizatzaile hauen eboluzioak —teknologi berrien ikurrik nabariena den Internet erreferentziatzen hartuta— izugarriko onurak ekarri dizkio gizabanakoari eta etorkizunak, inoiz baino gehiago, oparotasun digital interesgarri bat erakusten du. Egoera digitalizatzaile honetan azpimarragarria da subjektuak har dezakeen irudia edo rola. Horrela, gizabanakoari hiru aukera zabaltzen zaizkio sarean murgiltzen denean: nabigatzaile, hartzaile edo igorlea izatea, alegia. Hiruak dira ikuspuntu subjektiboak, eta nabigatzaileak memento bakoitzean behar dituen rolak beteko ditu bere nahi eta helburuak lortzeko. Inolako beharizan konkreturik ez duenean nabigatzaile edo denbora-pasa dabilen *voyager* zibernetiko hutsa izango da. Kasu horretan, subjektua erabiltzailea izango da eta sarearen alde batean edo bestean egoteko aukera izango du. Bestalde, zerbait bilatu behar duenean hartzaile izatera pasatuko da. Kasu horretan, bere kezkek asetzeko unibertso digital edo merkatu persiar multimediatiko bat izango du esku artean. Azkenik, igorle izateko aukera ere badauka, bere mezua (idatzizkoa, irudi bidezkoa edo soinu bidezkoa eta horien arteko erlazioak) botila batean sartu eta itsaso digitalera botatzen duenean. Igorlea izango da kasu horretan, mundu-mailako iragarki-taula digital batean bere *post-it* txikia jartzen duen gizabanakoa izango baita.

Etorkizunean gainera, sareak gizabanakoaren ohiturak eta *tempusak* aldatuko edo berridatziko ditu (memento honetan gertatzen ari da). Horrela, gizakion mugikortasuna baldintza dezake (etxetik egin genezake lan), azkartasun-bide apropos bat izan daiteke (edonolako informazioa lortzerakoan) eta segurtasun franko eman dezake (edozein erosketa etxetik egin dezakegu era seguru batean). Horrekin batera, ezin dugu ahaztu gizartearen eta kolektiboaren arteko harremanak ere alda daitezkeela. Horrela, Soziologiak beste esparru bat irekitzen du, hain zuzen ere, kolektibo eta harreman digitaletan oinarritutako talde sozial berriak, talde edo komunitate birtualak, alegia.

Teknologia berri hauek, azken finean, gizarte mundiala aldatu dute eta gizabanakoaren ezagutza-nahiak handitu eta ase dituzte. Era berean, aipatu behar da esandakoari lotuta, gizarte mundiala, globalizazio baterantz mugitu dela arlo ekonomiko, politiko eta sozialean. Riccardo Petrella europear kontseilari eta Lovainako Unibertsitate Katolikoko irakaslearen arabera «gaur egungo globalizazioa, printzipio ideologiko, teoria ezberdin eta beste hainbat mekanismotan oinarrituriko sistema bat da» eta berorren (globalizazioaren) boterea hiru gune konkretutan kokatzen da:

Merkatuaren boterea: «Maila lokal eta mundialean dauden errekurtsioen banaketa apropos bat egiteko dagoen mediorik fidagarrientzat hartu da».

Enpresaren boterea: «Gizartearen ongizatea (ekonomikoa eta soziala) bermatzearen lana egotzi zaio produzikio-mailako goreneko postuan jarritz».

Kapitalaren boterea: «Balioa definitzen duen parametroa definitzen du. Bere objektiborik nagusia kapitalaren irabazi nagusia lortzea da».

Globalizazio honen barnean iraultza teknologikoarekin batera edo horren ondorioz, ekimen bioteknologikoak eta sare birtualen sorrera zabaldu dira. Horrela, gaur egungo baliorik seguruen eta ekonomia guztia mugitzen duen gakoa jakintza da. Mundu-mailako ekonomiaren ezaugarriak nagusienak ezagupen zientifiko eta teknologikoak eta aberastasunak sortzeko bideratu eta bideratzen diren ekimen eta mekanismoak dira. Aipatutako aurrerapenek produktibitatea handitzeko bitartekoak sortu dituzte, eta gero eta garrantzi handiagoa hartzen dute materialki ikusten ez diren ezagupen eta metodoek agerian ditugunek baino. Kudeaketa eta Ikerkuntza eta Garapena produktuak berak egitea eta saltzea bezain garrantzitsuak dira, eta askotan produktu materialen prezioen hiru laurdenak gestioan, ikerkuntzan eta logistikan diharduten taldeentzako dira. Era berean, teknologia berriek eguneroko beharrezinan eta lanerako tresna berriak ekarri dizkigute. Teknologizazio honetara bat baino gehiago hala-nola heldu bada ere, gaur egun gizarte aurreratu eta digitalizatua osatzen dugun gizabanako askok erreziklatze-prozesu azkar bat burutu eta gero ezagutza erraz edo konplexuago batzuk (bakoitzaren beharrian eta nahien arabera) gureganatuta, esan genezake, itsaso digitalean murgildu garela.

## **1. Kontestu sozial berria. Teknologizazioa.**

XXI. mendearen hasierak kontestu sozio-politiko-ekonomiko berri bat ireki du. Alde batetik, eta politika-mailan, 2002ko irailaren 11n Estatu Batuetan izandako eraso terroristen eta horren kariaz estatubatuarrek bultzatutako gerraren ondorioz, mundu-mailan sortutako ikara eta ezinegon mundialak, Europaren, Estatu Batuen eta herrialde islamiarren arteko erlazio supranazionalak aldatu ditu. Beste alde batetik, arlo sozialean, globalizazioak mundu-mailan kontsumozko merkatuak eta kapitalismo agresiboak hamarkadetan zehar astindu dituen bazter guztietan gizarte ezberdinetako hainbat gizabanako anonimok ezetz esanda antiglobalizazioaren fenomenoak sortu dute "Beste mundu bat posible da" lemapean. Era berean eta gehienbat Hego Amerikatik eta Afrikatik irtendako immigrazioak efektu ezberdinak sortu ditu gizarte aurreratuetan. Horrela, Hegoaldetik Iparraldera bizitza hobe bilatzen datozen etorkinak gero eta gehiago izanda, kolektibo hauen gizarteratzearen eta legez kanpoko immigrazioen aurrean erantzun argirik ez da planteatu. Azkenik, ekonomiari dagokionez esan, enpresek eta multinazionalak eskulan merkeak dituzten herrialdeetara zuzendu dituztela beren ekoizpenak (Enpresen deslokalizazioa) eta horrek lan-mota esklabizatzailea eta interes ekonomikoetan soilik oinarritutako enpresen nazioartekotzea garatu dituela. Era berean, Telekomunikazioen munduan ere ekarri du aldaketarik globalizazioak, horrela eta Cebrian Herreros teorikoaren arabera (Cebrian Herreros 2001), telekomunikazio, enpresa eta merkatuen liberalizazio-prozesu bat burutu da azkenaldian: «Produktuen aniztasuna eta kalitatea handitzeko lehiakortasuna bultzatu da. Baina prozesu horren ondorioz konbergentzia eta kontzentrazio teknologiko eta enpresarial bat gertatu da». Azkenik esan, ingurumenari buruz egindako mundu-mailako bileretatik ateratako informeak eta gomendioak ez direla betetzen eta horrek zail egiten duela gizarte, bizitza eta lan-modu jasagarriak edo iraunkorakahalbidetzea.

Horrek guztiak, eguneroko bizimoduan gero eta sentikorragoa den gizartearen indibidualizazio batera bultzatu du gizabanakoa. Teknologiak gainera, indibidua-

lizazio horren nolabaiteko berme bat suposatzen du bideratzen zaizkion aukerak eta tresnak gehienbat bakarkakoak direlako; izan ere, nahiz eta taldean gozatzeko parada izan, foroak, *chatak*, posta elektronikoa, irratia entzutea, egunkariak irakurtzea, mezuak bidaltzea edo nabigatzea, besteak beste, erabiltzaileak bakarka egiten dituen gauzak baitira eta, horrek, betiere, talde kontzeptuaren ezaugarririk bateratzaileena, kolektiboaren botere errebindikatiboa, alegia, ezabatzen du.

Egoera konplexu honetan, hala ere, erlazio berri bat sortzen da agente ezberdinen artean. Gizabanakoak, teknologia eta gizarteak sortzen duten hirukia, hain zuzen ere. Teoria marxistetan ekonomiak bizitza ororen nondik norakoa kontrolatzen bazuen ere eta ekonomiak norabide politikoa eta horrekin gizartearen ongizatea bideratzen bazuen ere, gaur egunean, produzioaren parterik garrantzitsuena (artikulu honetan askotan esan dugun moduan) Logistikak eta Ikerkuntza eta Garapenak betetzen dute. Ekonomiaren ezaugarririk nabariena ezagutza bihurtuko da, baina ez soilik informazioa, informazio horri ematen zaion erabilera baino. Beraz, teknologia ezagutza konkretu batzuen garapen konkretuen ondorio bihurtuko da. Horren guztiaren onura gizarteari zuzenduko zaio, gizartea bera baita teknologizazio honen ondorioz sortzen diren produktuen helburua (eroslea-kontsumitzailea). Ez ahaztu, Internet eta bestelako teknologia berriek (telefono mugikorak, etxebizitza domotikoak, bioteknologia...) hainbat produkturen nolabaiteko salmentarako joera dutela. Baina nori bideratzen zaio produktu bat? Gizarte osoari bideratzen zaio edo gizarte hori osatzen duen gizabanako *teknologizatu* bakoitzari? Publizitateak, marketinak eta teknologia berriek produktuak erabiltzaile eta kontsumitzaile konkretuei eskaintzeko aukera sortu dutenetik erantzuna argia da. Hor dago informazioaren eta ezagutzaren garrantziaren adibide bat. Demagun liburu-denda bat daukagula eta gure bezeroek Interneten bidez erosten dituztela liburuak. Bezero hauen profilak lortzen baditugu bakoitzarentzako publizitate egokitu bat sortu ahal izango dugu. Zertarako eskainiko dugu gauza bera kolektibo osoarentzako bakoitzaren nahiak ezagutzen (kontrolatzen) baditugu? Horregatik guztiagatik, gizarte bateko gizabanakoen gaineko informaziorik gehien jakiteko beharra. Beraz, esan daiteke, teknologia berriek gizarte konkretuak ezabatzen dituztela beraien gizarte kontzeptua ez baita geografikoa. Kontzeptua, jada, mundiala da eta gizabanako edo erabiltzaile bakoitza kontsumitzaile potentzial bat. Ezaugarri ekonomiko, politiko eta sozial konkretuak dituen subjektua.

Teknologizazioak, edo nahaigo bada digitalizazioak, bazter guztiak astintzean irratia ere azkar ekin behar izan dio bere irabazi-partzelatzea mantentzeko. Horrela, gaur egun irratia digitalizazioa hiru ikuspuntutik azter genezake: hartzaile edo entzulearen aldetik, igorlearen edo mezua bidaltzen duenaren aldetik eta produkzioaren aldetik. Hartzaileak informazioa lortzeko orain arte zituen bitartekoak biderkatu eta unifikatu dira Interneten bidez. Sareak informazioa hartzeko eta jartzeko balio du, baina *mass-media* guztiak batzeko ere bai. Batu esaten dugunean ez dugu *totum revolutum* nahasi bat esan nahi, Internetek dituen ezaugarriak kontuan izanda eskaintzen dituen aukerak aprobetxatzea baino. Manuel Castells-en esanetan, «gaur egunean, sare interaktibo batean komunikatzeko hainbat modu integratu dira. Edo, beste era batera esanda, giza komunikazioaren gainean dauden ikus-entzunezko, ahozko eta idatzizko sistemen supertestu formato berri

bat sortu da. Era ireki eta merke batean, sare global batean zehar eta puntu anitzetatik interaktuatzeko aukerak eskaintzen dituen soinu, irudi eta testuz osatutako sistemak komunikazioaren ideia erabat aldatzen du». Komunikazioa esaten denean, betiere, komunikazio eta *mass-media* bitartekoez ari gara. Internetek, orain arteko *mass-medi*en kontzeptua aldatu du, medio bakoitzaren ezaugarririk garrantzitsuenak eta erakargarrienak bereganatuz. Irratitik, soinua (hitza) eta bat-batekotasuna hartu ditu. Horrela, albisteak gureganatzeko azkartasuna bakoitzaren trebetasun eta ezagutza teknologikoaren arabera izango da. Telebistatik irudia hartu du. Irudia da, hain zuzen ere, Internet asmatu arte telebistak gizarteari eskaintzen zion elementurik erakargarriena. Azkenik, prentsatik idatzizko materiala eta material hori garatzeko (*linken* bitartez) eta gordetzeko aukera zabaldu du. Hala ere, Internetez hitz egiten dugunean zuhurtasunez jokatu behar dugu ez baitugu ahaztu behar, medio ireki eta erraldoi bat dela.

Esandako guztiari lotu behar zaio Internetek lapurtu diola telebistari 80-90eko hamarkada arte zuen entretenimendu eta informazio-mailako nagusitasun *mass-medi*atikoa. Horrela, Giovanni Sartori pentsalari italiarrak, *Homo Videns* izendatu zuen gizartea aldatu egin da. Ez dugu ahaztu behar, errealitateari berari, albistei eta bizitzari, oro har, irudia jartzeak, erakargarritasun handia eman ziola garaiko mundu-mailako gizarteari (Sartori 1998: 35): «Telebista bera da gehienbat eta lehenik eta behin komunikazioaren izaera bera aldatzen duena, hitzaren tesuingurua (inprimatua edo irrati bidez zabaldutakoa) irudien tesuingurura baitarama. Ezberdintasuna erradikala da. Hitza, bere esanahian islatzen den «sinboloa» da, ulertarazten digun horretan dauka garrantzia. Eta ulertzen badugu bakarrik dauka garrantzia, hau da, hizkuntza ezagutzen badugu. Beste era batera, hildako hizkiak dira, garrantzi gabeko soinu edo zeinuak. Irudia ordea, ikuskizun bisual eta sinple bat da. Irudia ikusi egiten da eta horrekin nahikoa da, eta ikusteko nahikoa da ikusmena izatea. Irudia unibertsala da. Ez da txineraz, arabieraz edo ingelesez ikusten».

Inork ezin du ukatu oraindik ere, egungo gizartea irudian oinarrituta dagoenik eta horren gatibu denik. Hala ere, *Homo Videns* horrek teknologia berrien erabilerekin eta informazioarekin interaktuatzeko dituen aukerekin, esan genezake, gizabanako-mota hau (*Homo Videns*, alegia) garatu egin dela bere nahi, helburu eta beharrezanetan.

Horrela ikusten du Bill Gates-ek gaur egungo bizitza modernoa eta Internetek gizartean izan duen ezarpena: «Esan daiteke orain dela askotik ez garela mundu erreal edo fisiko batean bakarrik bizi. Denbora asko ematen dugu telebista aurrean edo telefonoari itsatsita. Jende guztia bizi da bizitza birtual batean: telebistako edo zinemako irudipean. Teknologia informatikoek, betiko bizitza klasikoa baino gehiago, jendearen parte-hartzea bultzatzen duten esperientzia eta dibertsio-era ezberdinak eskaintzen dituzte. Nire ustez, jada eskuartean ditugun tresnek ez dute mundu birtual bat bakarrik sortuko, errealitateari aurre egiteko tresna ere izango dira».

## 2. Irrati zibernetikoaren ezaugarri batzuk

Teknologia berriak direla eta, esan daiteke, irradi-entzulearen rola ere aldatu dela. Orain arte, irradi-entzulea irradi-aparailuaren bestaldean zegoen gizabanakoa bazen ere, aipatu teknologiek aukera anitz ematen diote hartzaileari. Horrela, entzule pasiboak izatetik entzule aktiboak izatera pasatu gara. Jada, irradi-entzuleak entzuten duen irradi-sareak eskaintzen dizkion tresna interaktiboek esker eduki gehigarri bat jaso dezake ezagutza teknologiko minimo batzuekin. Gainera, gero eta tresna aurreratuagoak erabiltzeak egunetik egunera arlo teknologikoan barneratzen gaitu eta *aparatu berriak* eta haien erabilerak erraztu egin dira. Teknologia bakan batzuen kontua izatea aspaldi utzi dugu atzean, eta gaur egun edonor da gai telefono mugikor batetik mezu bat bidaltzeko edo Interneteko foro batean parte hartzeko ezagutza jakin batzuk barneratu ondoren. Esan genezake, beraz, teknologia eskuragarri izatea bere abantailak dituela, besteak beste, gizarteak teknologia berri horretara ohitzea, adibidez. Hala ere, eta aurreraxeago jorratuko badugu ere, esan daiteke gizabanakoak, eta guri dagokigunez irradi-entzuleak, esku artean dituen tresnei ateratzen dien probetxu zentzudunean dagoela teknologiaren erabilgarritasuna.

Irratiak betidanik teknologiari estuki loturik egon den komunikabidea izan da. Lotura hori, irradi-mezuak igarotzen dituen prozesuetan ikusi izan da. Irrati produkzioan, historian zehar bitarteko ikusezinera aplikatu diren teknika eta tresna ezberdinek (LPa, CDa, MDa, disko gogorreko audio-sistemak...) mezuaren kalitatean eta garbitasunean izan dute isla. Irrati mezuaren hedapenean, FMak, satelite eta kable bidezko sistemak eta Internetek sekulako azkartasuna eta kalitatea eman diote medioari, eta mezu horren harreran ere aipagarriak dira transistorearen garaietatik hona sortu diren bitarteko eta tresnak, hala nola telefono mugikorra eta RDS sisteman oinarritutako irradi-aparatuak, etab. Horrela, laburbiltzen du Martinez-Costa irakasleak esandakoa: «Irratia teknologiari estuki lotuta dagoen komunikabide bat da. Bere mezuen produkzioa, hedapena eta harrera, mekanika, akustika eta elektronika moduko hainbat teknikari esker burutzen da. Teknika hauen eboluzioak, beraz, irradiaren konfigurazio eta funtzioetan ikusten dira. Aldaketa teknologikoei beti izan dute garrantzi handia irradian gertatutako aldaketetan: irradiaren hedapen-zerbitzuak biderkatzen dituzte, hartzaileen entzuteko ohiturak aldatzen dituzte eta organizazio eta programazio egituraketa berriak sortzen dituzte» (Martinez-Costa 1997: 21).

Gaur egungo irradian bi proposamen maneiatzen dira: alde batetik, analogikoa, eta bestetik, digitala. Teknologiaren aurrerapenak irratia ere hurbiletik astindu du, medioak ordurarte zituen zabaltzeko eta hartzeko erak berrituz. Jada, atzean geratu dira historiak irentsita gure aitona-amonen etxeetan aspaldi telebistak, edo orain gutxidantik ordenagailuak, betetzen duen tokian zeuden irradi-tramankuluak. Aldaketa honek irratia medio moduan aldatu badu ere, ez da aldaketa txikiagoa izan entzuleak bizi izan duena. Azken finean, irradi-mezuaren hartzaileak hainbat ohitura aldatu behar izan baititu. Ohitura-aldaketa hau, hala ere, ez da berria; izan ere, 60ko hamarkadaren bueltan transistorea asmatu zenean gertatu baitzen. Transistorea asmatzarekin irradi-dialean hainbat berrikuntza gertatu dira eta medio ikusezinean irradi-lengoiaren elementu batek, musikak alegia, protagonismo

berezia hartzen du. Irrati-formula musikalak biderkatuko dira nonahi, eta entzule asko eta asko irratia ren magiaren barrinean murgilduko dira.

Transistoreak izugarriko protagonismoa izango du irratigintzan. Horrekin batera aipatzekoa da hainbat eta hainbat gizaldi irratia ri itsatsita bizi direla, eta oraindik hain zabaldua ez zegoen telebistaren aurrean, instrumentu baliagarri bat bilatu dela gizabanakoa informatu, entretenitu eta hezitzeko.

Hain zuzen ere, 60 eta 70eko hamarkadetako masa-komunikabide urrien zabalpen murriztatik, irratia k gizarte-mailan bitartekotasun handia izan zuen. Argi dago, helburu bat lortzeko instrumentu gutxi daudenean gizabanakoak aukera mugatuagoak dituela objektibo hori lortzeko. Konpetentzia, esan bezala, txikia zen, eta medioen arteko ezberdintasunek erraz klasifikatzen zituzten *mass-media* k.

Teknologiaren aurrerapenarekin, eta garrantzitsuagoa dena, teknologia horren zabalpenarekin (gizartearen teknologiaren asimilazioarekin), *mass-media* guztiek beren ezaugarri propioak ikututa ikusi dituzte. Horrela, teknologiaren erakusle nabarmenena ez bada, nabarmenatariko bat den Internetek (sareak) *mass-media* guztietatik edan du. Azkartasuna, irratia ren ezaugarriak aipagarriena beti izan bada ere, orain ezaugarri bereizgarri hori sarearekin konpartitu behar du. Prentsak erreferentzia k eta idatzizko mezuek uzten duten aztarnan izan du bere erreferentzia k bat. Sareak erreferentzia k hori hein handi batean handitu, zabaldu egin du *linkek* eskaintzen dituzten aukerekin.

Esan genezake, beraz, Internetek medio guztia k batean batzen dituela eta ikusleak, entzuleak eta irakurleak subjektu multimedia batean batzen dituela. Jada, medioak ez du kontsumitzailea egituratzen medioaren ezaugarrien arabera. Orain, kontsumitzailea bera da bere lekua bilatzen duena irakurle, ikusle, entzule edo denak batera moduan. Ez dezagun ahatz kontsumitzaile multimediatiko hauek orain gutxira arte gizarte aurredigitalizatua osatzen genuen gizabanakoak ginela, eta teknologia k aurrera egin duen heinean teknologia horren hartzaileok ere eboluzionatu egin dutela edo dugula.

Beti esan ohi da irratia telebistaren *ahizpa* txiroa zela. Gaur egun, teknologia berrien ezarpenarekin eta Internetek hartu duen indarrarekin, *mass-media* tradizionalak kolokan daude eta irratia ere saku berean dago. Hala ere, irratia k-zuzendari, programatzaile, produktore eta hizlarien lana da beste lan-esparru berri bat sortzea edo Internetek eskaintzen dituen aukerak aprobetxatzea irratia ren onuran. Argi dago *mass-media* tradizionalak beraien egiteko eta zabaltzeko erak aldatu behar izango dituztela eta orain arte bizi izan duten konpetentzia ezaguna eta kontrolatua Internetekin eraldatu egin beharko dutela. Kontua, betiere, sarea arerio edo bitarteko moduan ikustean datza. Zer da Internet? *Mass-media* tradizionalekin bukatuko duen tresna erraldoi berria? Edo, *mass-media* tradizionalak eraberritzeko erabiliko duten bitarteko teknologiko apropos, globalizatu eta demokratikoa?

Bitarteko teknologiko bezala erabiltzen badute, irratia k-egileek irratia k-mezua berriztatu behar izango dute ez baita logikoa galtzerdi zaharrekin zapata berria k janzea. Horregatik, gomendagarria litzateke entzuleak medioarekiko duen jarrera eta harremana indartzea, bera (entzulea) baita mezuaren hartzailea. Aspaldiko hitzak badira ere, aplikagarria suerta daiteke testuinguru honetan Brecht-ek bere

mementoan esandakoa (Brecht 1981: 56-57): «Irratia bizitza publikoko komunikazio-aparatu ederrena izango litzateke, mezua igorri baino gehiago egingo balu. Horrela, ederra litzateke irratia entzuleari hitz eginarazi eta berarekin komunikazioan jarriko balitz».

Geroago aztertuko badugu ere, Internetek entzuleari eskaintzen dion aukera edo bitarteko garrantzitsuenetariko bat interaktuatzeko aukera da. Printzipioz, irratia bera ez da aldatzen, baina orain arte imagina ezinak ziren eragiketa batzuk planteiatzen dira. Gogoratu, orain arte irratia hurrengo ezaugarriak zituela Muñoz eta Gil-en ustez: «mezuaren azkartasuna, hartzailerearen eta igorlearen arteko mezuaren merketasuna, zabalpen esparru handia eta mezuaren iheskortasuna» (Muñoz et Gil 1986: 17). Printzipioz, lau ezaugarri horiek mantendu egingo dira baina zertxobait aldatuta. Mezuaren azkartasuna, bitartekoak berak, Internetek alegia, bermatuko du zabalpen-esparru handiarekin batera sareak daukan erabilgarritasunik handienetariko bat baita. Mezuaren iheskortasuna, ezaugarri bereizle propio moduan, galdu egin daiteke aurretiaz grabatutako irratia-mezuak entzuteko aukera baitago Interneten. Horrek, orain arte irratia zeukan *akats* (ezaugarria betiere) nagusia alboratzen du, mezuak mementoan entzun behar izatearena, alegia, betiere, emititzen ziren mementoan grabatzen ez bagenituen behintzat beste bitarteko batean (analogikoan edo digitalean). Orain, informazioa bi eratakoa izan daiteke sarean denborarekiko: alde batetik, tenporala, mementoan bertan kontsumitu behar diren mezuak eta denboraren indarrak galtzera eramaten dituenak, eta beste alde batetik, atenporala, denboran zehar garrantzia galduko duten mezuak baina hemeroteke edo fonoteke-sonoteke bezala bere garrantzia daukatenak. Azkenik, hartzailerearen eta igorlearen arteko mezuaren merketasuna izeneko ezaugarria daukagu. Hau, merketasuna alegia, sarea demokratizatzen eta mundu-mailan zabaltzen den heinean, merkeagoa, ezagunagoa eta garatuagoa izango da. Gaur egun, informazio konkretu batzuk lortzeko ordaindu behar diren kuota eta prezioei Interneterako konexioaren kostua gaineratu behar zaie.

Argi dago, irratia nolabaiteko erabilera eman behar izango diola bitarteko digitalarari. Betiere, eta arestian esan dugun moduan, medio ikusezinenaren (irratia-aren) helburu eta jatorriak aldatu gabe edo medio berrira moldatu eta gero ahalik eta gutxien aldatuta. Zeintzuk dira beste hitz batzuetan irratia-aren helburu horiek? Merayo eta Perez-en esanetan hurrengoak: «Irratiaren helburu nagusia bidaltzen dituen mezuak ahalik eta erarik argienean entzuleari bidaltzea da. Mezuak, entretengarriak, formatiboak, informatiboak edo pertsuasiboak izan ahal badira ere, irratia beti izan behar du kontuan bidalitako mezuak hizkuntza propio eta eza-rritako erregela poetiko eta erretoriko batzuen arabera egin behar direla» (Merayo et Perez 2001: 33). Hau da azken finean irratia daukan erronkarik handiena: mezu interesgarriak egitea eta *produktu berriak saltzeko* era erakargarriak, baliagarriak, ezaguterrazak, gogoratzeko errazak eta funtzionalak egitea.

### 3. Interneten bidezko irratia-mezuak

Behin irratia eta irratia-mezuari irekitzen zaien testuinguru teknologizatu eta globalizatu aztertuta, goazen medioak bete ahal izango lituzkeen ezaugarri batzuk ikustera. Horrela, azterketa bi ikuspuntutatik egingo dugu. Alde batetik,



bitartekoaren (Interneten) azterketa bat egingo dugu, betiere, bere irratia-erlazioa erlazioan, eta beste alde batetik, irradi-mezuaren gaineko gogoeta bat egingo dugu.

- *Bitarteko erakargarria*: teknologia berriek eta Internetetik egiten eta egingo den irratia orain arteko irratia-erlazioaren eta entzulearen arteko erlazioa handitu behar du. Entzuleak, entzule izaterari utzi behar dio zerbait gehiago izateko. Bere hitza ez bada ere, bere iritzia entzun nahi du eta hori Interneten irratia-kate askok dituzten bitartekoetan ikusten da. Bitarteko horiek, *chatetan*, *foroetan*, *webcamen* bidezko topaketetan, telefono mugikorren bidezko mezubidalketetan... ikusten da. Esan genezake teknologia berriek entzulari eman diotela protagonismoa irratia-kate baten gainean, entzule-masa birtualak sortuz. Hori, betiere, onuragarria da irratia-kateentzat entzuleria kontrolatuta izango baitute eta beraien gustuak eta iritzia ezagutuko baitituzte nolabaiteko profilak sortuz. Irrati-mezua eta bitartekoa erakargarria egiteko, beraz, nahitaezkoa da entzuleen parte-hartzea bultzatzea. Horrek entzulea joko interaktibo batera darama non, eta arestian esan dugun modura, entzulea subjektu aktibo izatera pasatzen den. Tresna interaktiboa entretenimendu edo iritzi-puntutzat har daitezke. Horrela, irratia entzuten dauden bitartean, entzuleak *chatean* ibili ahal dira lagunekin, demagun, nazioarteko arazoei buruzko foro batean hitz egiten edo musika saretik jaisten. Ordea, irratia-kateak berak bere entzuleen artean, esaterako, hauteskunde batzuei buruzko galdera batzuk zabaltzen ditu, hor, iritzi bat sortuko da, eta entzuleek beren irizpideak planteatu ahal izango dituzte.
- *Bitarteko baliagarri eta funtzionalak*: bitartekoak, gainera, baliagarria izan behar du. Ez dugu gure irratia-kateak daukan webetik atera behar nahi dugun edozein informazio lortzeko. Zenbat eta aukera eta tresna gehiago eskaini entzulari, horren aldetik fideltasun handiagoa lortuko dugu eta fideltasuna betiere publizitaterik hoberena izaten da. Interneten, entzule fidela da irratia-kateak erabil dezakeen elementurik erakargarriena gune zibernetiko horretaz beste lagun bati hitz egiteko. Zenbat aldiz komentatu digute web orri baten helbidea eta sartu gara ikusteko nahiz eta gero ez gustatu edukia? Baliagarritasuna eta funtzionaltasuna, oso kontzeptu abstratuak dira baina berdinak dira guztientzako. Argi dago, ezin dugula besteek (beste irratia-kateek) baino zerbitzu gutxiago eskaini, horrek entzulari galera bat sortuko liokeelako. Entzuleak, kontsumitzaileak, azken finean, ahalik eta gune integralena izan nahi du. Horrela, antzeko beste irratia batzuen helbideak, beste web orri interesgarri batzuk, musika jaisteko aukera, idatzizko informazioa (egunkariak, adibidez) lortzeko aukera, bozketak egiteko aukera, etab. irekitzen dira.
- *Ezagutzeko eta gogoratzeko bitarteko errazak*: irratia-katearen identifikazioa zaildu egiten da sarean. Denok dakigu Interneten ezaugarriak nabarmenena gehiegizko informazioa dela. Gehiegizko informazio horretatik, hain zuzen ere, esaten da sarritan erabiltzaileak informazioa bilatzen baino gehiago informazio-itsaso batean nabigatzen ari direla eta sarritan gainera norabiderik gabe. Horren kontra gomendagarria da irratia analogikoak noizean behin gogoratzeko zein den sarean irratia hori entzuteko helbidea. Gainera, pentsatu irratia-kate bati diogun fideltasuna Interneten ere islatu ahal dela

entzun nahi dugun irrati-katea bilatzea errazago eginez. Fideltasuna gainera, arestian aipatu dugun zerbitzu integralaren beharrek ere lotu ahal da. Pentsa errazagoa dela zerbitzu gogoratzea, alde batetik, gogoko ditugun edukiak ematen badizkigu eta, bestetik, mementoan behar ez ditugunak lortzeko ildoak ere eskaintzen badizkigu. Era berean, gogoratzeko errazagoak izan-go dira iturri analogikoa ezagututa hitz batekin edo birekin lortu ahal ditugun web helbideak, helbide luze eta arraroak baino.

Inolako marketin-azalpenik eman nahi gabe, web orri hauek hurrengo hiru helburuak bete beharko lituzkete: alde batetik, bisitari edo publiko objektibo bat erakartzeko mekanismoak sortu; bestetik, bisitari edo entzule potentzial horiek mantendu, eta azkenik entzule horiek gerarazi edo hurrengo batean ere aipatu web orrira buelta daitezzen teknikak sustatu. Betiere, helburu horiek betetzeko marketin-mekanismoak eta irrati-katearen profesionaltasuna baino ez daude eta irrati-kate bakoitzak ikusi beharko du dituen errekurtsoak eta sistemak edo martxan jarri ahal dituenak bere formatu, entzule-mota eta enpresa-ildoak ikusita. Internet, beraz, edozein *mass-media* edo negozio aurrera ateratzeko balio duen bitartekoa da, Claudio L. Soriano-ren ustez, betiere tresna eraginkorrek erabiltzen baditugu gure nahien lorbidetan (Soriano 1997: 12): «Sareak enpresaren eta bezeroaren artean gauza daitezkeen hiru komunikazio-motak biltzen ditu: komunikazio masiboa, pertsona arteko komunikazioa eta makinaren arteko komunikazio elkarreragilea. Zentzu honetan komunikazio masiboa eta pertsonen artekoa bultzatzen duen sistema *hibridoa* da».

- *Mezu interesgarriak*: jakina da mezu interesgarriak bi arrazoiengatik *kontsumitzen* direla. Alde batetik, albiste edo informazioa bera interesgarria delako eta, orduan, azken produktua, mezua alegia, *bakarrik saltzen* delako, eta, beste alde batetik, igorleak berak interesgarria egiten duelako *produktu* hori. Igorleak mezua interesgarri bihurtu nahi badu oso kontuan izan beharko du irrati-mezua bideratzeko dituen mugak irrati-lengoiaiek eskaintzen dizkion bitarteko espresibo eta erretorikoetan (musika, hitza, isiltasun espresiboa eta soinu-efektuak) oinarritu baino zertxobait gehiago egin beharko duela. Horrela, teknologiak eskaintzen dituen tresna berriak ere maneiatu beharko ditu, hala nola entzulearekin interaktuatzeko aukerak. Adibidez, demagun gertakizun bati buruzko albiste bat eman behar dugula. Albisteak, interes handia izan dezake, baina, albiste horrekin batera *chat* edo eztabaidataldeetan hitz egiteko gai bat ateratzen bada albiste horrek helburu bikoitza beteko du. Alde batetik, entzuleak informatzea eta, beste alde batetik, gizartean, iritzi publikoan alegia, zeresana ematea. Jendea hitz egitera bultzatzea, azken finean. Tresna interaktibo hauek iritzi publikoa mugitzeko medio aproposak dira.

Bestalde, mezuez ari garenean ezin dugu ahaztu mezuen hedapena ez dela bakarrik igorletik hartzaileera gauzatzen, alderantziz ere izan baitaiteke. Horrela, Internetek irrati-entzulearen parte-hartzean beste dinamika bat ireki dezake: subjektuak berak soinu-muntaketak bidaltzea, alegia. Esandakoaren arabera, orain arte entzuleak irratan zeukan presentzia aldatu egingo litzateke irrati-egile izateko aukera ere izango bailuke. Jada, entzulea ez da izango irrati-hargailuaren bestaldean dagoen subjektu pasiboa, subjektu aktiboa izateko mekanismoak

izango lituzkeelako. Orain arte, eta irrati-hartzailearen presentzia nolabaiteko eboluzio logiko batetik ikusita, oro har, entzuleak bide bi izan ditu bere etxetik mezu bat helarazteko irrati-kate batera: alde batetik, hasierako bitartekotzat jo geneza-keen idatzizko mezu soila edo gutuna eta, bestetik, geroago ohikoago bihurtu den telefono bidezko parte-hartzea. Hortik, eta teknologia berriak direla medio, hasierako partaidetza-bitarteko horiek eraldatu edo digitalizatu egingo dira Interten bidez. Horrela, nahiz eta aurreko tresna berdinak erabiltzen jarraitu (geheinbat telefonoa, gutunak zaharkituta geratu baitira), teknologia digital berriek sakeleko telefonotik bidalitako mezuak eta Interneten bidezko mezuak (e-mailak) sartu dituzte irrati-entzulearen irrati parte-hartzearen dinamikan. Medio horiekin batera interesgarria litzateke irrati-kateek honako aukera hau ematea: telebistan bidalitako bideoekin egiten den modura, erronka bat planteatzea entzuleei beraien soinu-aportazioak egiteko. Hori ordenagailu, mikrofono, edizio-sistema simple batekin eta gustu pittin batekin egin daiteke. Honek nolabaiteko iraultza interkomunikatibo bat suposatuko luke irrati-mailan eta irrati-zuzendariek irrati-parrillaren zenbateko bat entzuleei eman ahal izango liekete gestio eraginkor baten ondorioz. Kasu honetan, Internetek suposatzen duen abantaila edo premisetako bat beteko litzateke, hartzailea eta igorlea pertsona bera izateko aukerarena, alegia. Aukera horren alderik ederrena entzulearen parte-hartze aktiboa litzateke eta medioak apurtu egingo luke bide bakarreko mezuaren joera, igorlea-mezua-hartzailea bide bakarra, alegia.

Zer gertatzen da orain arte irrati entzuten ez zutenen kasuan? Aukera bi planteatu daitezke. Alde batetik, Internet bidezko irrati-emanaldiek entzule berriak erakartzea edo ez. Betiere, entzule edo entzule potentzialen erantzuna eskainitako zerbitzuak baldintzatuko du. Horrela, nahiz eta irrati-entzuleak ez izan, irrati-kate baten web orriak nahi ditugun zerbitzu guztiak eskaintzen badizkigu, irratiaren ezaugarriak aldatu gabe (azkartasuna, konplizitatea, kontsumitzeko erraza...) eta eduki gehigarriekin atonduta (elkarrekintzarako mekanismoak —*chata*, e-posta, web kamerak, foroak...—, musika saretik jaisteko aukera, beste informazio edo orrialde batzuetarako bideak —*linkak*—...), ez daukagu zertan ezetz esateko arrazoirik izan bitarteko horri edo *mass-media* digitalizatu horri. Horrela, eta transistorea sozializatu zenean gertatu zen bezala (1950-1965), gizarteko hainbat sektore berri irratiarako izan daitezke, adibidez: lanean ordenagailuaren aurrean lanean dauden bitartean, irrati Interneten bidez entzuten duten irrati-entzule berriak edo sakeleko telefonoaren bidez irrati entzuten dutenak (irrati-entzule *mugikorrek*). Bestalde, *irrati-entzule tradizional*entzako beste bide bat irekitzen da: seinalekalitate hobea eta eduki gehigarriekin jaiotzen den irrati berria. Hori, hala ere, estuki lotua egongo da, irrati-kateetako zuzendarien, estatueta telekomunikabideen arduradunen eta hargailuak egiten dituzten enpresen nahiei. Horiek baitira, azken finean, teknologiak garatzen dituztenak edo ez, eta sistema berrien produktibitatea baldintzatzen dituztenak. Irratiak duen erronka kasu honetan handia da baina, betiere, aurrekontu inbidiarri batetik hasten da *mass-media* honen hartzaileen (entzuleen) fideltasunetik. Ezaugarri honek, beraz, gehigarri positibo bat suposatzen du teknologia berrien, ez bakarrik garapenean, baizik eta sozializaztean.

## Ondorioak

Irratia tesuinguru berri batean sartuta dago aspaldi. Teknologiak inflexio-puntu bat ezarri du *mass-medi*etan eta horien etorkizuna tresna digital berrien erabilerak margoztuko du. Irratiak bere historian zehar egiten duen bigarren birmoldaketaren aurrean gaude. Lehena, FMak, transistoreek, estereofoniak eta magnetofoiak islatu bazuten ere, bigarren hau, batetik, digitalizazioak, seinalearen konpresioak eta produkzioaren eta emisioaren automatizazioak, eta bestetik, medio eta sektore *mass-mediat*ikoen teknologizazio-konbergentziak bereizten dute. Hala ere, ezin esan daiteke irratia bere betiko helburuak aldatu dituenik berrikuntza teknikoek bere horretan mantendu baitituzte, alegia: estaldura handitzea, emankizunak ahalik eta entzule gehienei heltzeko; interferentzia gabeko harrera, entzuleak nonahi seinalea ahalik eta ondoen entzuteko; eta irradi-programen aukera eta dibertsitatea bermatzea ahal den neurrian entzuleen nahi konkretuak asetzeko.

Egun, helburuok lortzeko teknikak eta teknologiak beste tresna batzuk jarri dizkiete irratitari eta entzulari esku artean. Orain edukien produkzioak, zerbitzu bat egite terminalak eta, erabiltzailearen (entzulearen) parte-hartze pertsonalatuak irratia testuinguru berria osatzen dute. Horrek, irratia egiteko eta esateko teknikak eta erak aldatuko ditu Martinez-Costa-ren esanetan (Martinez-Costa 2004: 323): «Aro digitalak irratia funtzionamenduaren ereduak aldatzen baditu, horrek eragin zuzena izango du gauzak egiteko eran, kontatzeko eran, salerosketak egiteko eran eta medio hau kontsumitzeko eran. Irratia testuinguru digital batean ezartzen badugu bere ohiko mugak apurtuko ditu: uhin elektromagnetikoetatik at dauden beste bitarteko batzuk erabilia hedapen-aukera zabalago bat eskainiko du; irratia diren mezuak diseinatzen ditu, baina baita audio, testu, grafiko, irudi, eta produkzio-forma berriak, banatze, sartze eta bere mezuen kontsumo berri bat ere garatzen baita». Irrati-kateentzako eta entzuleentzako Internetek suposatu duen aurrerapauso garrantzitsua kontuan izanda hurrengo ondorioetara hel gaitzke.

### Internet eta irradi-kateak

Garai berriek sistema berriak eskaintzen dituzte. Horrela, irratia ere bere sistema berriak garatu ditu. Aspaldikoak dira gure aitona-amonon etxeetan ikusten genituen irradi-hargailuen argazkiak. Irratia beti izan da komunikabide aktiboa eta denborekin bat joan den bitartekoa. Horrela, FMak eta transistoreek suposatu zuten aurrerakadatik teknologia berrietara pasatu gara soinuaren kalitatea hobetuz eta eduki berriak planteatzeko beharizanarekin. Horrek, irradi-sistema digitalek eskaintzen dizkiguten aukerak hartuta, eduki osagarrien beharizana plazaratzen du eta, hain zuzen ere, zer berri eskaini genezakeen puntu horretan gaude. Badirudi, entzulearen profila ere alda daitezkeela teknologia berriek beste subjektumota batzuk erakusten dituztelako, besteak beste, lanean ordenagailu aurrean lanean dagoena.

#### *1. Internetek mezuak hedatzeko sistema berri bat eskaintzen die mass-media tradizionaleri. Hedapenaren iraultza.*

Irratiaren historian zehar hiru belaunaldi ezberdin egon dira Mariano Cebrian-en esanetan (Cebrian Herreros 2001: 29): «Aurreneko belaunaldia estalduren garapenean eta edukien gehiketan oinarritzen da. Bigarrena transistoreak, FMa,

estereofonia eta magnetofonia sartzen direnean sortzen da. Hirugarrena memento honetan gertatzen ari da irratia analogikotik digitalera egin duen jauziarekin. Beste edozelako aldaketak gertatzen diren modura, irratia kasuan ere, aldaketa teknologiko batean du xedea gizaldi-aldaketak. Hala ere, bere sendotzea eduki, hizkuntza eta emanaldi eta programen garapenean datza». Analogikotik digitalerako bidean ezin da soilik hedapena aztertu kontzeptu isolatu moduan. Hedapen horrek ematen dituen aukera berriek erabaki ahal izango dutelako etorkizuneko irratia-mota.

1996an Audionet, sarean eta sarerako sortutako irratia, aurkeztu zenetik irratia kontzeptu eta estrategia ezberdinak sustatuz bide berri bat ireki du Interneten. Horrela, eta Martinez-Costa-ren esanetan, azken urteotan irratian lau hedapen-formato garatu dira sarean (Martinez-Costa 2004: 337-338).

- «Alde batetik *simultcasting* edo *rebroadcast* izenekoak. Honek, haririk gabeko sistema tradizionalen birproduzitzen den emisioa birbanatzeko era digital bat suposatzen du, estiloaren gaineko, emankizunen eta profesionalen inguruko eta audientzien gaineko testuak emanez.
- Bigarrenik, sareak irratia bera era berri batean kontsumitzeko aukera zabal-tzen duela pentsatzen dutenak daude, entzuleari era askotako datu-baseak eta programen soinu-artxiboak erabiltzen utziz. Horrela, entzuleak aukera dauka bere gustu eta nahien arabera bere emankizun propioa egiteko.
- Hirugarren tokian *radio from de web, for the web* (weberako eta webetik egindako irratia) formatoa ere badaukagu. 90eko hamarkadan ugariak baziren ere, *puntocom* izeneko sareko enpresak erortzen direnean (2001) haiek ere maldan behera egiten dute nahiz eta gutxinaka gorantza doazen berriro ere. Hauen emankizunak bakarrak eta ez ohikoak dira eta, gehienbat irratia musikal eta *Talk Show* direlakoetara murrizten dira. *Ziberirratia* bezala ezagutzen direnak dira.
- Azkenik, badago sarea portal moduan erabiltzen duenik ere. Joera hau beste *mass-mediek* hartu duten joerarekin bat letorke, daukan abantailerako bat komunikazio-taldearen izena indartzea delarik. Kasu honetan edukiak elkarrekin erlazionatuta agertzen dira zerbitzuen eta informazioen arteko sinergia sortuz.
- Hasiera batean aipatu lau estrategia ezberdinak argi ikusten baziren ere, badago orokorki erabiltzen den leihobakarreko sistema-mota bat, *over the air* izenekoak, alegia. Honetan Interneteko espresuki sortutako audio eta testu berezituak agertzen dira».

Hauek dira bada Martinez-Costa-k bereizten dituen hedapen-sistemak eta azken urteotako nolabaiteko kronologia digitala.

## 2. Interneten ezaugarri bereizleak ikusita, irratia bitarteko berriak eskaintzen zaizkio bere eskaintza interesgarriagoa egiteko. Eduki osagarriak.

Beti ere, eduki osagarriak ari garenean zerbitzuez ari gara. Irrati-kateek eskaintzen duten irratia-emanaldiaz at beste eduki gehigarri batzuk zabalitzean datza orain arteko irratia-hedapenarekiko ezberdintasuna. Zerbitzu osagarri hauen konfigurazioa

azken urteetan burutu bada ere, beharrezana aspaldikoa da. Jada, ez da nahikoa irradi-emanaldiaren emisioarekin zeren teknologia berriek eta Interneten bidezko irradi-hedapenak aukera ugari eskaintzen baitute irradi-eskaintza zabalagoa emateko. Irrati-kateek ematen duten informazioa, beraz, handitu egin da, besteak beste, *Link* edo hipertestuaren garapenarekin eta, horrela, gaur egun irratien web orriek eskaintzen dituzten zerbitzuak lau eratakoak izan daitezke: irradi-emanaldia zuzenean entzutea; web orrian grabatuta dagoen emanaldi-zatiak entzutea; irradi-kateari buruzko informazioa lortzea eta beste tresna interaktibo batzuk erabiltzea.

### *3. Irrati-kateek kudeaketa-, produkzio- eta hedapen-sistemak birformulatu beharko lituzkete garai berriek hala eraginda. Entzuleriaren birformulaketa.*

Edukiak finkatzeko eta entzulearen profil berria irudikatzeko mementoan gaudede. Produktu adierazkorrak eta, ideia eta eduki alternatibo berriak sortzeko garaia da teknologia berriek dituzten ezaugarri eta tresnak hartuta abiapuntutzat. Bitarteko teknologikoak ezin dira hedapen- eta emisio-modu edo muntaketara mugatzen diren berrikuntzak solik izan. Ideiek eta planteamendu berriek teknologian eta haren ezaugarrietan izan behar dute xedea entzuleei eduki ezberdinak eskaintzeko. Irratiak erreflexio-memento bat bizi du. Irekitzen diren aukerak ugariak dira baina erronka horiei erantzuteko bitartekoak konplexuak eta arriskugarriak. Hala ere, hausnarketa-memento hau ez da berria. Besteak beste, telebista garatu zeneko mementoan irratia egin zuen barne-hausnarketa bideratu beharko litzateke. Egia da memento historikoa, baldintzak eta konparaketak ez direla berdina baina bai hausnarketaren arrazoia. Une hartan erabaki garrantzitsu batzuk hartu ziren irratia aldatzeko eta posible litzateke aipatu hausnarketa egin eta gero ondorio batzuetara heltzea teknologia berrien tresnak eta irradi-emanaldiak lotzeko eta irradi-mezuak freskotasuna irabazteko.

## **Internet eta entzuleak**

### *1. Entzuleei bide berriak irekitzen zaizkie irradi-katearekin eta horrek eskaintzen dituen edukiekin interkomunikatzeko. Interaktibitatea.*

Interaktibitatea makinaren eta subjektuaren arteko erlazio bat sustatzen duen ekintza bezala kontsidera genezake. Harreman digital horretan, irratia teknologia berriek (oro har, Internetek) eskaintzen dituzten hainbat tresna erabiltzeari ekin dio. Horrela, irratia entzuten badugu sarean ezagunak egingo zaizkigu irratien web orriek ematen dizkiguten aukerak, adibidez, kateak proposatzen dituen *chat* eta foroetan parte hartzeko, edo, bozketa ezberdinak egiteko *e-mail* bidez, irratia musikaletan ezagunak diren Top-zerrendak osatzeko. Printzipioz garatu ez bada ere, posible litzateke entzuleak bere lanak irradi-katera bidaltzea soinu-editore arrunt, mikrofono eta audio-bitarteko batekin nolabaiteko *make yourself* formatu batean. Horrek, Internetek nabigatzaileari eskaintzen dion berriemaile izateko aukera eskainiko lioke entzulari. Hau guztia, gainera, irratia ez bakarrik entzun baizik eta ikusten dugun bitartean egin dezakegu ugariak baitira beraien estudioetan web kamerak jartzen dituzten irradi-kateak emanaldiak eta hizlariak entzun eta ikusteko irratia magietako bat apurtuz, medioaren ikusezintasuna, alegia. Oso erabilia den beste jokaera bat musika saretik jaistearena da. Teknologia berriek, eta gehienbat Interneten garatu diren hainbat programa edo softwarek, mundu osoan zehar era anonimo batean musikazale-talde erraldoiak sortu dituzte abestiak eta

bestelako ikus entzunezko edo idatzizko mezu eta edukiak partitzeko. Printzipioz, jokamolde hau legez kontrakoa bada ere, egunetik egunera gehiago dira software-aren erraztasunak eta merketasunak eraginda *pirateoa* praktikatzen dutenak.

## 2. Entzuleek iturri edo medio gehiago dituzte beraien ezagutza, hezkuntza edo entretenimendu-grinak asetzeko. Entzule-poltsak

Teknologia berriek ez dituzte bakarrik lan-tresna digitalak edo *mass-mediak* kontsumitzeko bitarteko gehiago ekarri (kablea edo satelitea). Azterketa ezin da izan kuantitatiboa, kualitatiboa baino. Honi lotu behar zaio gero eta bitarteko eta aukera gehiago ditugula ez bakarrik informatzeko, entretenitzeko edo hezitzeko baizik eta gure aisialdiari probetxua ateratzeko. Beraz, erabiltzen dugun bitartekoaren aurrean daukagun kontsumitzaileak denbora gutxiago izango du eta gure artean mantentzeko aukeretako bat mementoan bilatzen duena ematea izango da. Kasu horretan mezuaren espezializazioa gomendagarria litzateke. Horrek irriaren kasuan entzule-poltsa zatituak edo espezializatuak ekarriko lituzke. Horrela, Etxebarria filosofoak esaten duen moduan *Teknopolis* liburuan denborak izugarritzko balioa hartuko luke. Hori posible da Internet bidezko irriari hedapenean irri-kate espezializatuak sortzen badira. Betiere, proiektuaren emankortasuna ikusi beharko litzateke baina bitartekoak posible egiten du negozio hau aurrera eramatea. Adibiderik argiena irriari musikalean ikusten da Martí-ren esanetan (Martí 2000: 244): «Bitartekoei eta entzuleari ematen zaizkien kanal berrien biderketa logikoaren ondorioz, orain arte ezagunak ez ziren formatoen segmentazio-prozesu bat irekiko da. Formato horiek, egun zenbait kable bidezko kanalek eskaintzen dituztenen antzekoak izango lirateke. Audentzia kontuan izanda, formato berriek *mikrozaletasun musikalen* bidea jorratuko lukete. “Zaletasun” horiek aro, estilo, instrumentu, abeslari... eta beste klasifikazio-modu askotan egongo lirateke banatuta eta urte osoan zehar eta egunero 24 orduetan zehar gure emanaldi pertsonala egiteko aukera emango ligukete».

## 3. Internetek subjektuaren rol mass-mediatikoa aldatzen du. Subjektu multimediatikoa.

Interneten abantailetakoa bat kontsumitzailearen irudia aldatzean datza. Subjektua ez du kontsumitzen duen komunikabideak baldintzatzen. Orain bitartekoak berak baldintzatzen du gizabanakoa. *Mass-mediak* Interneten ezarri direnetik, batetik bestera jauzi egiteko aukerak kontsumitzailearen itxura aldatu du. Bitarteko bakar batean nahi ditugun *mass-media* guztiak daude. Horrek subjektu berri bat sortu du, nabigatzailea, alegia. Nabigatzailea ez da gainera hartzailea soilik baizik eta medioekin interaktuatzen duen subjektu moderno eta multimediatikoa. Irakurle, entzule eta ikusle izateari uzten dio beste zerbait izateko, kontsumitzaile multimediatikoa, alegia. Nahi eta beharrezan konkretu edo orokor batzuk behar dituen nabigatzaile multimediatikoa.

Teknologia berriek gizarte berri bat sortu badute ere (informazioaren gizarte), irriaren helburuak eta osagarriak ez dituzte mementoz aldatu. Irratia lau zutabetan ezartzen da: hedapen-sisteman, edukian, entzulerian eta igorlean. Edukien ekoizpenean gertatu den moduan, hedapen-sisteman ere aldaketa sakon bat burutu da bide digitalerantz. Entzulegoaren harrera ez da eskasa izan baina oraindik ez dago perspektiba historikorik balorazio serio bat egiteko. Irri-mezua ez da

asko aldatu nahiz eta eduki osagarriek testuingurua zerbait margotu duten eta entzuleari nolabaiteko protagonismoa eman dioten, teknologia berriek protagonismo hori nola gara dezaketen oraindik ez dago argi. Hala ere, etorkizuna digitala da.

## Bibliografía

- Brecht, B. (1981) "Teoría de la radio (1927-1932)" in L. Bassets (ed). *De las ondas rojas a las radios*. Editorial Gustavo Gili, S.A., Bartzelona, 48-61. or.
- Castells, M. (1997): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, Alianza, Madril.
- Cebrian Herreros, M. (2001): *La radio en la convergencia multimedia*, Gedisa, Bartzelona.
- Gates, B. El Mundo egunkariak 1999an Bill Gates-i egindako elkarrizketa: <http://www.elmundo.es/navegante/99/octubre/03/entrevista.gates.html>
- Martinez-Costa, M<sup>a</sup>. P. (1997): *La radio en la era digital*, Aguilar «El País», Madril,
- Martinez-Costa, M<sup>a</sup>. P. eta Moreno, E. (arg.). (2004): *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*, Ariel, Bartzelona.
- Merayo, A. et Perez, C. (2001): *La magia radiofónica de las palabras. Aproximación a la lingüística en el mensaje de la radio*, Gráficas Cervantes, Salamanca.
- Muñoz, J.J. et Gil, C. (1986): *La radio: teoría y práctica*, IORTV, Madril.
- Pedrero, L. M. (2000): *La radio musical en España. Historia y análisis*, IORTV, Madril.
- Petrella, R. "Los principales retos económicos de la globalización actual " izeneko Interneteko artikulua: <http://attac.org/fra/list/doc/petrella2es.pdf>
- Sartori, G. (1998): *Homo Videns. La sociedad teledirigida*, Taurus, Madril, 1998. Itzulpena: Ana Díez Soler. Titulu originala: *Homo Videns*. Laterza & Figli Spa, Roma-Bari, 1997.
- Soriano, C. L. (1997): *Internet: el plan estratégico*, Díaz de Santos, Madril.
- Wolton, D. (2000): *Internet ¿y después?*, Gedisa, Bartzelona.





