

eman ta zabal zazu



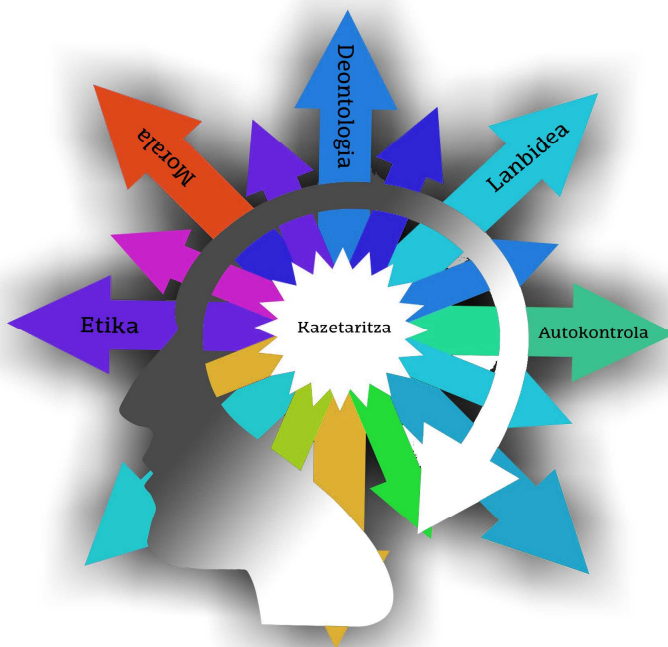
Universidad del País Vasco Euskal Herriko Unibertsitatea

OpenCourseWare



Kazetaritzaren Deontologia

(Teoriaren Laburpena)



Ainara Larrondo Ureta

Irudia: autoreak adaptatua (Iturria: Pixabay).



1. Deontologiaren oinarriak: etika eta morala
2. Etika profesionala eta lanbideen etika. Kazetaritzaren funtzio soziala eta irudia. Profesionaltasuna
3. Kazetaritza lanbidearen printzipioak, eskubideak eta mugak
4. Informazio-enpresaren etika
5. Kazetarien autonomia profesionala: kontzientzia klausula eta sekretu profesionala
6. Kazetaritzaren autorregulazioa eta autokontrola



1. Deontologiaren oinarriak: etika eta moralak

[* 1. Ariketa]

Maiz entzuten da ekintza batek edo pertsona batek “etika” falta duela edo “amoralak” dela. Horrelakoetan, “moralak” eta “etika” hitzak sinonimotzat jotzen dira, bata edo bestea erabiltzea berdin dela, alegia. Ikusiko dugunez, hori oker hutsa da. Nahiz eta “moralak” hitza *ohitura* esanahia duen ‘*mor-is*’ latinezko hitzetik etorri, gaur ez da zentzu horrekin erabiltzen, eta pertsonen portaerarekin erlazionatzen da.

Moralak, beraz, gizarte bakoitzean zein portaera onartzen diren eta zein ez azaltzen du. Gizarte mugatu batean moralak bakar bat ez dagoela ohartu behar dugu. Oro har, izaera moralak askotan errepikatzen diren ekintza eta ohituren bidez sortzen da. **Etika**, berriz, norbaiten izaera adierazten duen ‘*ethos*’ (izaera moralak) hitz grekotik dator. Gaur egun, “etika” moral desberdinei buruzko hausnarketaz arduratzen da. Hausnartzean kanpotik begiratu behar dugu: objektiboak izan behar dugu.

Etikaren funtzioak, beraz, hauek dira:

1. Moralak zer den argitzea.
2. Moralatasuna arrazoitzea edo gizakiok moraliki bizitzeko arrazoiak aztertzea.
3. Moralak kritikoa edo aske barneratuta garatzea: erabaki etikoak bakoitzaren araberakoak, ez inposatuak.

Lanbideek izaera moral berezia dute, *êthos moral* edo *êthos profesional* berezkoa. Horrek profesional onak behar duen izaera moralak zein den azaltzen du. Kazetaritzan, esaterako, kazetari guztiek barneratu eta bultzatu behar dituzte beren lanbidearen izaera moralak osatzen duten **balio** eta **bertuteak**. Horri esker, kazetaritzaren lanbideak duintasun moralak erdietsi dezake. **Deontologia** lanbideen etika edo jarduera praktikoen etika da. Beraz, deontologiak lanbideen dimentsio moralak azaltzen du.

Kode deontologikoetan lanbide jakin bat moraliki gauzatzeko behar diren “arau moralak” (lege-ezarpenik gabe) biltzen dira [salbuespenak: bizitza pribatua, intimitatea, ohorea eta irudi pertsonala], eta profesionalak horiek barneratzen laguntzen dute. Edozein kasutan, eguneroko jarduera profesionalean betebehar moralak langile bakoitzaren kontzientzia moraletik aterako dira.



Moralki betetzeko arauak izanda, norberaren askatasuna faktore garrantzitsua bilakatzen da (“**autonomia moral**”); izan ere, norberaren askatasunak kontzientziaren laguntzaz erabaki etikoak hartzen ditu. Erantzukizunari lotzen ez bazaio, askatasun hori arriskutsua izan daiteke. Etikaren arloan, beraz, askatasunak “autonomia” esan nahi du, norbanakoaren autonomia.

Kontzientziak historian lau tradizio/iturri izan ditu:

1. *Greziako eta Bibliako iturriak (Tradizio filosofikoan eta kristauan)*

Lehenengoan, kontzientzia “azterketa” gisa ulertzen da, eta bigarreanean “bihotza” edo “jakinduria” gisa.

2. *Erdi Aroko teologia*

Jatorrizko kontzientzia (“protokontzientzia”) eta kontzientzia garatua (judizio moralaren sintesi egintza) desberdintzen dira.

3. *Pentsamolde modernoa*

Kontzientzia birbaloratzen da “gizakiaren barne auzitegi” gisa.

4. *Kritika garaikidea*

Kontzientzia morala izaera ekonomikoa duen azpiegitura da (Marx).

Giza eskubideak lortzeko kontzientziak lehentasuna berreskuratzen du.

Noiz lortzen da autonomia morala izatea edo **MORAL AUTONOMO** bat garatea? Bakoitzak bere erabakiak moralki hartzen dituenean, besteen eraginik gabe eta bere izaera eta pentsaeraren arabera. Nola lortzen da hori? Prozedura baten ondorioz. Hasieran edo lehenengo mailan autonomia **heteronomoa** da, eta aurreratu joan behar da **AUTONOMIA MORALA** edo pertsonalitate morala lortu arte: Moral *heteronomotik* → Moral *autonomora*.

<p>Heteronomia Ongia eta gaitza kanpoko agenteek (gurasoek, irakasleek) ezartzen dituzte. Sariaren edo zigorraren legea da.</p>	<p>Moral heteronomoa</p>
<p>Indibidualismoa Joko-arauak ikasten dira eta betetzen dira berekoitasunagatik. (<i>Gezurra ez dizut esango zuk niri gezurra ez esateko; umeen artean: jo bannauzu joko zaitut...</i>).</p>	
<p>Harremanak Autonomia morala hasten da. Gustatzeko eta onartuak izateko asmoz jokatzen dugu. Arduraren konpromisoa hartzen da.</p>	<p>Moral autonomoa edo autonomia moral</p>



<p>Kontratu soziala Gizaki guztien oinarrizko eskubideak babesten dira.</p>	
<p>Etikaren printzipio unibertsalak <i>Niretzat nahi dudana besteei ematen diet:</i> berdintasuna, benetako errespetua eta gizaki guztienganako maitasuna babesten da (Luther King, Gandhi...).</p>	<p>Maila gorenak</p>

Kazetariak etika bi bidetatik jasotzen dute: batetik, gizarteko eta familiako girotik, eta bestetik, beren lanbidetik. Bi bide hauen helburua, hala ere, berdina da: gizakiak modu arrazional batean jokatzeko. Jaiotzen garenetik, milaka arau barneratzen dugu, gure gizartean oso barneratuta dauden arauak baitira. Onaren eta txarraren arteko desberdintasuna ikasten dugu, eta badakigu arauak errespetatzen ez baditugu ondorioak egongo direla. Beraz, gure bizitzan zehar arau ugari barneratzen joango gara; batzuk, lege gisa idatzita daudenak, eta beste batzuk, ordea, inon idatziak ez egon arren gure giroan oso presente daudenak.

Gizabanakoek bezala, hedabideek ere berezko erabaki moralak hartzeko askatasuna dute, jarduera profesional on eta txarren artean behar bezala aukeratzeko. Gizarteak moral kolektiboa bultzatzen du, eta hedabideek ere moral kolektiboa edo profesionala garatu behar dute. Hori lortzeko, oso baliagarriak dira deontologia iturriak (Kode Deontologikoak, Estilo Liburuak, etab.).

Etikaren xedea dimentsio edo fenomeno morala argitzea eta ulertzea da (Etika = Filosofia Morala), gizabanakoen edo gizartearen zorientasuna edo ongizatea lortzeko asmoz. Pertsona orok berezko erabaki moralak hartzeko askatasuna duenez (*autonomia morala*), Etikak ekintza zuzenak egitera bultzatzen eta bideratzen gaitu, baina behartu gabe. Morala, ordea, normatiboa da, eta arazo baten aurrean behartuta egin behar dena esaten digu. Hori dela eta, gizatalde konkretu batean edo une historiko batean indarrean dagoen printzipio, debeku, jokabideredu, ideal edo balio multzo edota sistema dela esaten da.

Aristotelesek, *Nikomakorentzako Etika* liburuan:
Lanbideak zoriona lortzeko balio du, eta horregatik lanbidea norberaren errealtziaziorako tresna da. Horrela izan dadin, lanbide gustukoa izatea edo horretan jarduteko deituta (**bokazioa**) izatea komeni da.

Etikaren edo **Filosofia Moralaren** hausnarketa arrazionala da. Etikaren metodoa, beraz, dogmatismoaren kontrakoa da, dogmak arrazoitzea saihesten duten ulermenak direla kontuan hartuz.



Etika lagungarria da kazetaritzarentzat, lanbide honek gizarteari arduraz erantzun diezaion. Honekin erlazionatuta, hainbat korrante etiko joratu dira historian zehar; besteak beste:

► **Teoria aretologikoa/praxeologikoa** (Aristoteles).

Bertuteetan oinarritzen da: zorientasuna lortzeko bertutetsu izatea komeni da. Bi bertute mota daude: etikoak (justizia, zintzotasuna, etab.) eta dianoetikoak (jakinduria eta zuhertasuna). Justizia = “bakoitzari berea”. Teoria honek dioenez, bertutea bilakatzeko bizitzako esparru guztietan ondo jokatu behar da. Aristotelesekin teoria moralaren jatorria hainbat testutan finkatu zuen:

- *Politica*
- *Magna Moralia (Etika Handia)*
- *Ethica Eudemia (Eudemorentzako Etika)*
- *Ethica Nicomachea (Nikomakorentzako Etika)*

► **Teleologismoa**

Balioetan oinarritzen da: Jokabide baten moralitasuna erabakitzeke haren helburua baino ez du kontuan hartzen. “Balio” hitza hainbat modutara erabil daiteke. Esaterako, esaten dugu objektu batek balioa duela merkaturan beraren truke dirua ordaintzen denean –*balio ekonomikoa*–, bere edertasunagatik gustatzen zaigunean –*balio estetikoa*–, etab. **Balio moralak** bereziak dira. Moral ororen oinarriak dira. Gizabanakoak jarduteko gida gisa ulertu behar dira. Balioak errealak bilaka daitezten, **arau moralak** agintzen duten eta betebeharrak ezartzen dituzten arauak dira. Arau moralak ez bezala, legearen arauak bete behar dira (Zuzenbideak dioenez) eta horretarako gizarteak kanpoko elementu hertsatzaileak (kartzela, poliziak) erabiltzen ditu. Betetzen ez badira, ondorioa zigorra da. Arau moralak bete ezean, ondorioa kontzientzia txarra izatea da. Zuzenbidea gutxieneko etika bermatzeko tresna denez, hainbatetan arau moralak ere bideratzen ditu. Zuzenbidea kanpotik etortzen zaigun kontua da; etika edo moralaren gaineko gogoeta, ordez, barneko kontua da.





► DEONTOLOGISMOA

Teleologismoaren kontrakoa azaltzen du. Jokabide baten moralitasuna erabakitzeko, haren helburua ez ezik haren izaera ere kontuan hartu behar dira.

Kazetaritzan AUTORREGULAZIOA EDOTA AUTOKONTROLA deritzonak funtzionatzen du (6. gaia). Kazetariak, beren erantzukizun profesionala kontuan hartuta, arazo etiko baten aurrean egin beharrekoa erabaki behar dute, ondorioak neurtuz (hori dela-eta, deontologiaz hitz egiten dugu eta ez teleologismoaz edo beste korranteaz). Esan bezala, "autorregulazio" hori bultzatzeko hainbat mekanismo daude (Kode deontologikoak, Estilo liburuak, Prentsa Kontseiluak, etab.).

► Utilitarismoa (Bentham eta Stuart Mill, XVIII. mendeko ikuspuntua)

Ongizate printzipioa da. Korrante honen arabera etikak indibidualismoaren akatsak saihesteko balio du.

Kanten etika

Kant filosofoa hiru galderen bidez saiatu zen pentsamenduaren zati guztiak azaltzen: *zer ezagutu dezaket?* (zientzia); *zer itxaron dezaket?* (erlijioa); eta *zer egin behar dut?* (etika kantiarra). Azken galdera **arazo moralen** aurrean agertzen da, eta "egin beharrekoa egitea" edota arau moralei jarraitzea esan nahi du.

Lehen azaldu bezala, erabaki moralak bideratzeko Etika edo Filosofia Morala dugu. Kantek dioenez, agindu edo arau moralak kategorikoak dira: kontzientziaren aginduak dira, bete beharrekoak.

"Berarekin atsegina izatea komeni zait, horrela arazoak saihestuko ditut eta" .

Hau komenentziatzko irizpidea da. Baina kontzientzia moralak dio:

"Berarekin atsegina izan behar dut, nire betebeharra jendearekin atsegina izatea baita". Honen arabera, hiru jardun mota daude:

Eginbeharraren kontrakoak diren jarduerak: Borondate makurraren emaitza, moralaren aldetik baztertzeko modukoak.

Adib.: pertsona bat itotzen ari da, eta ez laguntzea erabakitzen dut, dirua zor diodalako.

Eginbeharraren aldekoak diren jarduerak_a: Borondate onaren emaitza dira.

Adib.: pertsona bat itotzen ari da, eta laguntzea erabakitzen dut, nire betebeharrak morala delako.

Eginbeharraren aldekoak diren jarduerak_b: Interes baten emaitza dira. Onak izan arren, moral aldetik baztergarriak dira.

Adib.: pertsona bat itotzen ari da, eta laguntzea erabakitzen dut, dirua zor dit eta.



2. Etika profesionala eta lanbideen etika. Kazetaritzaren funtzio soziala eta irudia. Profesionaltasuna.

[* 2. eta 3. ariketak]

Lanbide etikak printzipio orokorrak kontuan hartzen ditu (Medikuntza lanbidearen etikarako asmatuak). Haien artean, bi nabarmentzen dira:

1. Onginahiaren printzipioa

Nire erantzukizunaren mende dagoenari on egiteko betebeharra; bezeroari ongia egitea. Ongi horrek beharizan garrantzitsu bati erantzun behar dio (kazetariaren ongia: berria ematea; abokatuaren ongia: bezeroa babestuz justiziari baliagarria izatea; medikuarena: sendatzea, etab.). Ongia egiteak langilearen esku egon behar du, eta ongiak ez dio kostu edo arrisku handirik eragin behar langileari.

2. Autonomia moralaren printzipioa

Kontzientziaren laguntzaz, profesionalak erabaki etikoak hartzeko askeak izan behar dute. Kazetaritzaren kasuan, botere politikoak informazio askatasuna mesfidatu ohi du. Horrela, botereak bere neurriak hartzen ditu; esaterako, hainbat kontrol mekanismo. Askatasunari beldurra izateak kazetari lanbidearen askatasunaren aurkako mugimenduak sortzea ekarri du. Ez da erraza izan oztopoak eta zentsurak gainditzea. Hainbestearinoko boterea lortu du kazetaritzak non laugarren boterea deitzen zaion. Laugarren boterea iritzi publikoaren boterea da. Alde horretatik, hedabideek funtzio soziala dute eta integrazio sozialerako ere lan egiten dute, bi botereren artean (botere politiko eta gizartea edota iritzi publikoa) bitartekaritza sinbolikoa izanez.

Lanbide gisa kazetaritza berri samarra da. XX. mendearen hasieran sortu ziren lehenengo kazetari-taldeak. Beste lanbideek bezala, Kazetaritzak ere bere nortasuna du, eta posible da kazetari bat bere jardueragatik identifikatzea.

Gaur egun, “kazetaria da albisteak egiten dituen” esatea ez da nahikoa kazetari bat identifikatzeko...

- Gizarteari zerbitzua ematen diona
- Gizartearen alde, justiziaren alde lan egiten duena (norberari dagokio informata egotea eta kazetariak eskubide hori bermatzen dute)



Lanbide guztiek proiektzio morala dute, baina kazetaritzaren lanbidearena are garrantzitsuagoa dela esan daiteke. Zergatik?

– Kazetaritzak botere soziala du eta, aldi berean, botere politiko, ekonomikoen eta kulturalen kontra presioa egiteko sortu zen (*watchdog* edo *txakur zaindariaren funtzioa*). Halaxe da egun? Komunikabide mota guztietan berdina da?

– Informazio-enpresen boterea hain handia da non laugarren boterea deitzen zaion

– Kazetaritza = zerbitzu soziala

– Paradoxikoa da kazetariak beren lanari zentzua ematen dionaren aurka jokatzea

Kazetaritzaren etikak komunikabidearen kalitate informatiboa eta kazetarien profesionaltasuna zehazten ditu. Izan ere, kazetaritza-jarduerak arriskuak ditu; besteak beste:

1. Ustelkeria edo galbideratzea

Defizit moraletik dator, lege hutsunetik baino gehiago. Non gertatzen da?

a) Enpresako kideen jardueretan (opariak onartzea, dieten gastuak puztea, nepotismoa kontratuetan edo entxufeak edukitzea...).

b) Enpresen arteko jardueretan, merkatuen barruan (lehia desleiala, lizitazio publikoen ebazpen ez-zuzenak, gardentasunik gabeko bat-egiteak eta eskuratzeak...).

c) Enpresaren eginkizunetan eta gizarte inguruan (ingurunea kutsatzea, produktu arriskuak merkaturatzea, diru-zuritzeak, xantaia egitea, etab.).

2. Korporatibismoa (Taldearen defentsa)

Lanbide edo talde sektorean, barne elkartasunerako eta kidegoaren interesak babesteko gehiegizko joera.

a) Lanbide baten interes partikularrek populazio osoaren eskubideen edo interes orokorren aurrean lehentasuna izatea jarrera korporatiboa da.

b) Korporatibotzat jo daiteke lankideek euretako batek izandako moralaren kontrako jokabideak ezkutatu, erantzukizuna kendu edo ikerketa oztopatzen badute.

Profesionaltasunak intrusismoari aurre egiten dio. Kazetaritzak puntu honetan arazoak ditu, ez baitago araudi bat edo kolegio profesional bat esateko nor egin ditzakeen lan informatiboak.



Kazetari-lanbidea, tradizioz, korporatibismo mailarik txikienetakoa da. XX. mendean lehenengo herenean aurreneko sindikatu eta elkarte bereziak agertu ziren. Espainian berezko lehen sindikatua 1993an agertu zen, Katalunian. Egungo antolaketa 3 erakunderen bidez egiten da:

a) Sindikatuak

FESP (*Federación de Sindicatos de Periodistas*), 2001ean sortua, ezagunena da. <http://www.fesp.org/>.

Federazioa osatzen duten sindikatuak: *Sindicat de Periodistes de Catalunya* – (1993an sortua), *Sindicato de Periodistas de Madrid*, *Sindicato de Periodistas de Andalucía*, *Sindicat de Periodistes de les Illes Balears*, *Sindicato de Profesionales de la Información de La Rioja*, *Unión de Profesionales de la Comunicación de Canarias*, *Sindicato de Xornalistas de Galicia*.

Hainbat sindikatu orokorretan ere komunikazioari lotutako sailak daude: ELAko *Komunikazio*, *Paper eta Arte Grafikoen Federazioa*; CCOOko *Federación de Comunicación y Transporte*; UGTko *Agrupación General de Periodistas*.

Hainbat adibide nazioartean: AEBko *Society of Professional Journalists*; Frantziako *Syndicat National des Journalistes*; Erresuma Batuko *National Union of Journalists*; Italiako *Federazione Nazionale della Stampa Italiana*; Portugalgo *Sindicato dos Jornalistas*.

Nazioarteko Kazetarien Federazioa (IJF-FIP, Brusela) ia berrehun erakunde profesional eta sindikalen federazio bat da, 1926an sortua. Kazetarien erakunderik adierazgarrien eta hedatuena da mundu mailan.

b) Elkarteak

Adibideak: *Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE)*; *Asociación Iberoamericana de Periodistas Especializados y Técnicos (APIET)*; *Mugarik gabeko Berriemaileen Elkarteak*; *Asociación de Comunicación Política (ACOP)*; *Euskal Kazetarien Elkarteak/Asociación de Periodistas Vascos* (<http://www.periodistasvascos.com/colegio/>), etab. Espainiako Kazetarien Elkarten Federazioa (FAPE) oso ezaguna da Estatuan.



c) Elkargo profesionalak

Ezohiko eredua da nazioartean. Elkarte gehienek ez bezala, eraginkortasuna dute autonomia erkidegoaren mailan probintzia mailan baino. Hiru elkargo daude Estatu mailan: Kataluniakoa (1985), Galiziakoa (1999) eta Murtziako Erkidegokoa (2007).

Kataluniako Kazetarien Lanbide-elkargoa (Collegi de Periodistes de Catalunya) 1985ean sortu zen, Kataluniako Gobernuaren lege baten bitartez. Haren kode deontologikoa (1992) Estatuko eraginkortasun orokorreko lehena izan zen. Erredakzio-estatu eredua bat ere sortu zuen, baita Estatuko aurreneko Prentsa Kontseilua ere. Hasieran profesional guztien nahitaezko kide-tza aurreikusten zuen, baina, aurkako erantzunak izan eta gero, balio gabetu egin zen egitasmoa. Harremanak ditu FAPEREkin, lankidetzaren hitzarmen baten bidez.



3. Kazetaritza lanbidearen printzipioak, eskubideak eta mugak

[* 4., 5., 6. eta 7. Ariketak]

Kazetaritza lanbidea aztertzean, hiru dimentsio edo aspektu hartu behar dira kontuan:

1. Komunikabideek eta kazetariak gizartean bete behar duten rola edo zeregina;
2. Hedabide mota, hau da, pribatua ala publikoa den eta baita irratia, prentsa, telebista edo ziberkomunikabidea den;
3. Hedabideen muga estrukturalak (errutinak, informazio-antolaketa, etab.).

Etikak komunikabideen kalitate informatiboa eta kazetarien profesionaltasuna zehazten ditu. [Kazetaritzaren deontologiaren printzipioak](#) oso ezagunak dira: [egiazkotasuna](#), [justizia](#), [askatasuna](#), [erantzukizuna](#) eta [autonomia](#).

Egiatzkotasuna ez da egia. Egiaren pertzepzioa ez baita guztiz zehatza: adimean norberak bere egiaren kontzepzioa du. Ondorioz, kazetariak ez du egia bilatu behar, EGIATZKOTASUNA baizik. Egiatzkotasuna egiaren berme profesionala da, eta OBJEKTIBOTASUNA berme hori bultzatzen duen jarrera.

Iturriak egiaztatu behar dira, eta iturri bat baino gehiago erabili behar dira informazioa kontrastatzeko. Usteak eta zurrumurruak alde batera utzi behar dira, edo ikertu eta egiaztatu. Ahalik eta neutralena eta objektiboena izaten saiatu behar da, errealitatearen erreprodukzio errealena egiteko asmoz. Hartara, kazetariak ikuspuntu guztiak errespetatuko ditu, eta, errealitatea bere mundu ikuskeraren arabera interpretatu arren, ez dio inolako interesi begiratuko (pertsonalak, profesionalak, enpresakoak, etab.). Horrela jokatzeko, kazetariak askatasuna izan behar du, eta iturrien askatasuna ere bermatu beharko du (esaterako, *off the record* formula eta sekretu profesionala erabiliz).

Egiatzkotasuna bilatzeko betebeharra ez betetzeko hainbat modu daude, beraz:

- **Informazioa gordetzea:** informazio-eskubidearen kontrako jokabidea da. Dena den, jarrera hori onartuta dago ohore eskubidea, intimitatea eta pertsonen irudia babesten diren kasuetan.
- **Deformazioa:** berriaren egiazkotasuna aldatzen da. Horretarako, hainbat mekanismo daude: izenburu alderdikoiak erabiltzea, hainbat gertaera lotzea, esaldiak testuingurutik ateratzea, etab.



Gezurri buruz definizio ugari eman dira: gezurra esatea norberaren pentsamenduaren aurka kontzienteki hitz egitea da; norberak egiaztat jotzen duenaren aurka egiten den adierazpena, alegia; iruzur egiteko asmoarekin pentsamenduaren edo berezko sentipenaren kontra egiten den adierazpena...

Gertaeren garrantzi informatiboa ez da aztertze objektibo baten emaitza. Horri dagokionez, kontuan hartu behar da albisteen garrantzia neurtzeko irizpideak aldatu direla: morboa, interes politikoak... Errazaren berri emateko joera dago: prentsaurrekoak eta, oro har, programatuta dagoen edozein jazoera.

Gaurkotasunaren mirabetzagatik, informazioaren tratamendua azkarregi egin ohi da (*fast-true* anglo-saxoiko adierazpena esanguratsua da). Horren ondorioz, informazio faltsua edo “ez gertaerak” (berri asmatuak, berri okerrak edota uste edo zurrumurruetan oinarritutako berriak, filtrazio interesatuak, etab.) zabaltzeko arriskua dago. “Ofizialismoa” edo iturri ofizialak bereziki entzuteko joera ere nabarrena da gaur egun. Halako iturriek batzuetan informazio partziala edo interesatua zabaltzen dute. Hori dela-eta, komenigarria da iturri batera baino gehiagotara jotzea. Izan ere, Kazetaritza Etikaren Nazioarteko Kodeak (UNESCO), 7. artikuluan, dioenez: “Kazetariaren arau profesionalek nazio komunitatearen, haren instituzio demokratikoen eta moral publikoaren guztizko errespetua xedatzen dute”.

Horrekin oso lotuta dago [kazetariaren irudi soziala](#). Etikaren prismetik ikusita, irudi hori nahiko anibalentea da. Alde batetik, bere bizitza sakrifikatzeraino helitzen den heroi baten modukoa da, egiaren eta justiziaren zerbitzura dagoen langilea. Beste era batera esanda, kazetaria botere politiko eta ekonomiko ustelen aurrean herritarren aliatua da; egiazkotasunarekin konprometitua dago, panorama sozial konplexuan orientatzaile bihurtuz eta gertaerak behar den bezala interpretatzen lagunduz. Beste alde batetik, kazetaria manipulatzaile handienetariko bat da, eta iritzi publikoaren interesak eta usteak moldatzeko ahalmena du; interes ekonomikoek eta ospe pertsonalak bakarrik gidatuta, besteen bizitzak bideratzen dituen sentsazionalista ere bada, guztia ikuskizun bihurtuz eta berritasun eta inpaktuzko irizpideak baino ez kontuan hartuz; arduragabea da, bere informazioak ekar ditzakeen ondorioak kontuan hartu gabe.



Telebistako programazioaren etika

Ikus-entzunezko formatuek ezaugarri bereizgarri hauek dituzte:

- Atentzioa erraz erakartzen dute
- Hartzaileak mezua erraz jasotzen du, nahiz eta mezuaren jarraipena ziurtatuta ez egon (distrakzioengatik, etab.)
- Mezuak azkar helarazten dituzte
- Memoria inkontzientea edo iruditegi kolektiboak bultzatzen dituzte

Irudien zein soinuen trataerak mezura egokituta egon behar du, arazo deontologikoak saihesteko. Esaterako, telebistako programazioak bi zutabe edo oinarri nagusi ditu: informazioa eta entretenimendua (fikzioa, lehiaketak, etab.). Genero hauek ondo bereizita egon behar dute, edo modu egokian uztartu behar dira. Nahiz eta genero hibridoak sortu, funtsezkoa da informazioa, iritzia edota publizitatearen arteko mugak errespetatzea. Beste era batera esanda, entzuleriak errealtatea eta fikzioa ongi bereizten dituela bermatu behar da.

Era berean, erre realizazio edota edizio lanetan, irudiak aukeratzekoan, publikoak nola jasoko dituen pentsatu behar da, sentiberatasuna kontuan hartuz. Benetan interes publikokoa den informazioa baizik ez da eskaini behar, ahal den neurrian irudi bortitzak saihestuz.

Laburbilduz:

- Generoaren berezko ezaugarriak mantendu behar dira, eduki eta forma egokien bidez.
- Entzuleriarekiko konpromisoa errespetatu behar da.
- Programazioaren barneko trantsizioak zaindu behar dira.
- Programazioak familia guztiarentzat onargarria izan behar du, bereziki kate publikoetan. Edonola ere, edukiak ordutegi bakoitzean egon daitezkeen ikusleak kontuan hartuta egokitu beharko dira.

Hizketaldi edo solasaldi programetan zenbait ezaugarri deontologiko berezi aintzat hartuko dira:

- Solaskideek gaien inguruan errespetuz argudiatzeko gai ote diren.
- Solaskideek ikus-entzuleen eta gizarteko erakundeen arteko desberdintasun sozialak, politikoak, erlijiosoak, etab. errespetatzen ote dituzten.
- Solaskideei eta, egotekotan, ikusleei askatasun osoz mintzatzen utziko ote zaien.
- Parte-hartzaileek gertakariak, gaiak edo iritzia ezin izango dituzte nahasi, eta bakoitza zer den argi azaldu behar izango dute.

Telebistaren programaziori dagokionez, eta ikuspuntu ekonomiko batetik, kronika soziala edo antzeko formatuak oso erakargarriak izan ohi dira entzuleriarentzat. Horren adibide dira, esate baterako, programa arrosak, zeinak azken urteotan biderkatu diren. Programa hauek erraz ikusten dira, arinak, entretenigarriak eta kolore bizikoak baitira. Hauetan pertsonaia famatuen bizitzek protagonismo handia lortzen dute, eta askotan ere iritzi ziniko soilak eskaintzen dira. Famatuak ez diren pertsonaia famatu berriak sortzeko ere balio dute. Horrela, horrelako programak ikusleengan eragina izan dezakete:

- Arrakasta edo zoriontasuna protagonismo sozialarekin edota ospearekin lotzea.
- Protagonismo soziala kosta ahala kosta lortu nahi izatea edo kanon fisiko zehatz batzuekin lotzea.
- Pertsonen balioa haien protagonismoaren edo harreman sozialen arabera neurtzea, ez haien izaera edo prestakuntza intelektuala kontuan hartuta.



Hainbat lanbidek, kazetaritzak bezala, alderdi sozial argia dute, eta nahitaezko proiektio moral bat ere bai. Are gehiago, kazetaritza lanbidearen proiektio morala garrantzitsuenetarikoa eta konplexuenetarikoa dela esan genezake. Kazetariak botere soziala du, eta, aldi berean, botere politiko, ekonomiko zein kulturelek estu hartzen dute; egiazkotasunarekin konpromisoa badu ere, merkatuaren legeek eta mendeandagoen iritzi publikoaren presioak ere eusten diote.

Kazetariak bere jardueraren orientazioa autonomia osoz ezin du erabaki, jardura hori komunikabideen makineria enpresarialean txertatuta baitago, komunikabideei inposatzen zaizkien aukera komertzial eta ideologikoekin batera.

Kazetaritzaren etikak printzipioak ezarri eta lan teknikak bere baitan hartzen ditu. Horrek guztiak oinarrizko helburu bat dauka: informazioak duen giza helburua betetzea, gizartearen onura bilatuz; esaterako, Informazioaren Eskubidea bermatuz. Hala ere, etika profesionalak Informazioaren Eskubideari zenbait muga ezartzen dizkio. Muga horiek Nortasunaren Eskubideekin zerikusia dute, hots, ohorearekin, intimitatearekin eta norberaren irudiarekin.

Intimitatea norbanakoaren oinarrizko ondarea da eta, hortaz, ezin du inork inbaditu. Intimitatea barneko alderdiek osatzen dute (pentsamenduak, sentimenduak, intentzioak, bizitza sexuala, bizitza espirituala, etab.). Intimitatearen etika gizakien duintasunean oinarritzen da, pertsona baten intimitatea gutxistean haren kontzientzia pertsonala erasotzen delako. Prentsa askatasunak ez du legitimatzen jendearen bizitza pribatua eskua sartzea, eta interes publikoak ez ditu gehiegikeriak babesten, are gutxiago etekin handiagoak edo entzuleria gehiago lortzeko bada. Sasi-kazetari askok Informazioaren Eskubidera jotzen dute legearen babesa lortzeko. Edonola ere, kazetariak beti errespetatu behar du pertsonaren duintasuna.

Minari eta sufrimenduari buruzko informazioak:

- Mina eta sufrimendua (barneko zein fisikoa) unibertsalak dira. Gizakiari sufrimenduen gaineko informazioa interesatzen zaio, berak ere sentitu dezakeelako.
- Profesionalak errespetu osoz tratatu behar du mina pairatzen ari den pertsona, eta hari buruzko informazioa plazaratzearekin batera sortzen duen minak ahalik eta txikiena izan behar du, betiere komunitateari zerbitzua eskainiz.
- Kazetariak ezin ditu pertsona baten mina eta sufrimendua aprobetxatu informazioa lortzeko.
- Profesional onak ez du morboa edota negar-malko erraza bilatu behar.



Legearen esparruan, hauek dira intimitatea urratzeko moduak:

- Pertsonen barru-barruko kontuak ezagutzeko edonolako teknikak erabiltzea (ezkutuko grabaketak, etab.).
- Familia edo pertsona baten izen ona urratu dezaketen bizitza pribatuko gertae-rak zabaltzea.
- Ezaguna den familia edo pertsona baten datu pribatuak hedatzea.

Aurrekoek funtzio orientagarria besterik ez dute. Kazetaritzaren praktikan le-geak argitu ezin dituen egoerak eta ñabardurak sortzen dira, eta une horietan ezinbestekoak dira formazioa eta sentsibilitate etikoak. Izan ere, hainbatetan oso zaila da eremu pribatuaren eta publikoaren arteko muga ezartzea edo zehaztea. Bizitza pribatua pertsonaren proiektzio publikoa mugatzen duen puntuan hasten da.

Informazio-eskubidea defendatzeagatik ezin da pertsona baten zirkulu pribatua inbaditu, ezta intimitatea urratu ere, gizabanako guztiek intimitatearekiko eskubi-dea dute-eta. Helburua ona izan arren (esaterako, onura kolektibo bat lortzea), informazio-eskubidea defendatzeak ez du esan nahi helburua ona izatekotan inti-mitatea urratzea justifikatuta dagoenik. 1. gaian azaldu bezala, ikuspuntu horrek teleologismoarekin du zerikusia, ez deontologismoarekin. Baimena lortu behar da pertsona baten intimitateaz hitz egiteko. Informazio baten egiazkotasunak ez du intimitatearen urraketatik salbuesten, ezta bere zabalkundea baimentzen ere.

Gai honen inguruan, Kazetaritza Etikaren Nazioarteko Kodeak (UNESCO), 6. artikuluan, zera dio: “Kazetariaren arau profesionalen osagaiak dira pertsonen bizi pribatuaren eta giza duintasunaren errespetua, eta xede horretan kontuan hartuko ditu nazio eta nazioarteko mailan bestearen eskubide eta izen onaren babesaren arloan onarturiko xedapenak, hala nola difamazio, kalumnia, irain eta iradokizun gaiztoen gaineko legeak”.

Pribatutasuna informazioa modu boluntarioan gordetzea da eta familiari, etxeari edota norbanakoaren lanbideari dagokio. Pertsonaia publikoen zirkunstantzia per-sonalak (familia, lana, etab.) modu okerrean publikoki aurkezten badira, haien bizitza pribatua kaltetu daiteke.

Norberaren irudiaren eskubidea pertsona fisikoek dute, eta gaur egun bizitza pribatua edota intimitatea babesteko erabiltzen da, ohore eskubidearekin batera. Honen arabera, ohorea bi modutara definitzen da:

- a) subjektuak bere buruaz duen irudikapena
- b) izen ona edo fama



Espainiako Konstituzioan gizabanakoek beren ohorea defendatzeko eskubidea dutela esaten da. Eskubide hori **1/1982 Lege Organikoan** garatu eta zehaztu da:

- Ohore eskubideak duintasunarekin zerikusia du: pertsonaren irudi, izen eta ospe ona defendatzeko eskubidea da.
- Pertsona hilda badago, familiak hildakoaren ohore eskubidea defenda dezake.
- Ohore eskubidea, gizabanakoez gain, enpresek ere badute.
- Ohore eskubidea irainen bidez urratzen da pertsonaren aurrean egiten bada, zirkulu pribatu edo arlo publiko batean. Pertsonari iraina ezkutatzuz gero, *difamazioa* deitzen da.
- *Kalumnia* deritzona pertsona baten ohore eskubidearen kontra jotzen duen gezurra da.

Proiekzio publikoko pertsonen ohore eskubidea beste guztienaren berdina da, ez handiagoa edo txikiagoa. Dena den, hedabideen interesekoa izateagatik, pertsona publikoek eskubide hori urratuta izateko aukera gehiago izan ohi dute. Edozein pertsonari gertakari difamatzailea/faltsua edo iraingarria egozten zaionean eta egozpen hori publikoa denean ohore eskubidea urratzen da.

Hainbatetan, eskubideen arteko borroka sortzen da. Auzitegi Konstituzionalera jotzen badugu, informazio-eskubidea ohorearen gainetik jartzen da “hedatutako informazioa egiazkoa bada eta interes orokorreko gai publikoei erreferentzia egiten badie”. Horrela, egiazko gertakaria izatea eta informatiboki garrantzia izatea ezinbesteko baldintzak dira informazioaren eskubidea ohorearen eskubidearen gainetik jartzeko. Azaldu bezala, hori ez da gertatzen intimitaterako eskubidearekin. Azken hori kasu guztietan errespetatu behar da, nahiz eta informazioa onura kolektiborako oso ona edo baliagarria izan.



4. Informazio-enpresaren etika

[* 8. eta 9. Ariketak]

Kazetariak ez ezik, informazio-enpresek ere kode deontologikoei jaramon egin behar diete, etikaren eskakizuna guztientzat baita. Enpresek betebeharrak etikoak dituzte eta, hortaz, beren langileria jokabide on batera bultzatu behar dute. Enpresari aplikaturiko etikak antolakuntza eta funtzionamenduaren atalei eragiten die. Aspektu hauek guztiak **etika enpresariala** deritzonak aztertzen ditu.

Fenomeno gisa, etika enpresariala nahiko berria da, eta Ameriketako Estatu Batuetan garatu da bereziki. Labur esateagatik, etika enpresarialak operadore ekonomikoentzako portaerak zehazten ditu. Ikuspuntu orokor batetik, jarduera enpresarialari aplikaturiko etikak esaten duenez, pertsonak lehentasuna dute erakundearen aurrean. Enpresa etiko batek arauak betetzen ditu, eta bere ekintzen bidez onura bilatzen du.

Egunkarien editoreen federazioak antolatutako munduko editoreen III. konferentzian (Washington, 1996) merkatu eta hedabideen inguruko hausnarketa sakona egin zen, eta merkatuak informazio-enpresetan pisu gehiegi zuela erabaki zen.

Aurreko orrialdeetan esan bezala, komunikabideek betebeharrak sozial bat dute: hain zuzen ere, gertakarien transmisore izatea. Horrexegatik, adierazpen askatasuna bermatu behar da gizaki orok dugun oinarrizko eskubide garrantzitsua bermatzeko (informazio-eskubidea). Hala ere, oso kontuan hartu behar da gaur egun informazioa merkataritzako balioekin oso lotuta dagoela:

- Informazioa, bere zentzu modernoan, oso lotuta dago merkataritzako balioekin; hau da, salmentako objektua da.
- Esklusiboa izatekotan edo besteek ez izatekotan, haren balioa handitzen da. Hedatzen den neurrian, debaluatzen da.

Informazioa merkatu-objektua izanda, askok monopolizatu nahi izango dute, beraien zerbitzura erabiliz, eta hori da gaur egun askotan gertatzen dena. Izan ere, informazioa maiz manipulatu da, informazio-enpresa batzuek albisteak beraien interesen arabera kontatzeko. Informazioa salgai bihurtzean, hainbat informazio-enpresatan erabakiak etekin ekonomikoen mesedetan hartzen dira, erre-dakzioaren irizpideekin talka eginez. Horrela jokatzean hiritarrak masa moduan eta ez gizabanako moduan tratatzeko arriskua dago.



Gainera, kazetaritzaren lehenengo helburuak ez luke izan behar dirua irabaztea, baizik eta kalitatezko produktuak ekoiztea eta zabaltzea. Honi dagokionez, Kazetaritza Etikaren Nazioarteko Kodeak (UNESCO), 3. artikuluan, zera dio: “Kazetaritza gizarte ondasuntzat hartu beharra dago informazioa, ez produktu hutsa balitz bezala (...)”. Kode berak esaten duenez, kazetariak hedabideen ugazaba eta nagusien eskatzen diotenaren aurrean ez ezik, jendearen aurrean ere erantzun egin behar du oro har, kontuan harturik gizarte interesak era askotakoak izan daitezkeela.

Egia da etekin ekonomikoak ezinbestekoak direla hedabideen askatasuna bermatu ahal izateko. Izan ere, diru faltak botere ekonomiko eta politikoezko mende-kotasunera kondenatuko lituzke hedabideak. Hori bai, arazo ekonomikoei aurre egiteak ez du balioen eskala zertan kaltetu, eta irabazi asmoak ezin du egiazalatasuna zapuztu: egia eta etekin ekonomikoak bateragarriak izan daitezke.

Komunikabideen kontzentrazioak, askatasuna eta independentzia mehatxatzeaz gain, jokabide etikoak baldintza ditzake. Talde handien nagusitasuna gero eta handiagoa da, eta haien finantzaketa beharrak ere nahiko handiak dira. Horrela, finantza-entitate eta talde politikoezkin tratuak gauzatzera “behartuta” daude, betiere komunikazio etikaren kalterako. Azken batean, kontzentrazioak higadura latza eragiten du iritzi publikoaren pluralismoan. Esaterako, publizitatean diru kopuru handiak inbertitzen dituzten enpresetan gerta daitezkeen lan auzien inguruko informazioak hedabideetan aurkitzea zaila izaten da.

Horrekin lotuta dago ‘[mediakrazia](#)’ deritzona, hau da, Komunikabideen gobernu edo hedabideek duten botereaz abusatzea. Zergatik sortzen da *mediakrazia*?

- Komunikabideen kontzentrazioagatik edo konglomeratu mediatikoengatik
- Komunikazioa eta kulturaren estandarizazioagatik
- Informazioaren manipulazioagatik edota interes politiko eta ekonomikoen aldeko informazioa zabaltzeagatik
- Informazioa desorekatzeagatik
- Informazioa salgai bihurtzeagatik
- Ikuskizunaren logika inposatzeagatik

Hitz batean esateagatik, *mediakraziak* langileen autonomia, adierazpen askatasunaren osasuna eta hedabideen pluraltasuna zitalki mehatxatzen ditu. Arrazoi berdinegatik, etikaren ikuspuntutik hedabideen arteko lehiak ere kaltegarriak dira. Lehiak kazetaritzako edukiak marketinaren irizpideetara egokitzea behartzen dute, komunikabideek edo komunikazio taldeak merkatu kuoten borrokan eraginkoragoak izateko.



Laburpen gisa, komunikabideen edota informazio-enpresen etikaz hitz egitean hainbat alderdi hartu behar dira kontuan:

- Egun informazioak adierazpen askatasunaren markoan planteatuta egon behar du.
- Informazioa oso lotuta dago merkataritzako balioekin. Gainera, monopolizatuta dago enpresen kontzentrazioengatik.
- Kontzentrazioa dela-eta, informazioa plurala izan al daiteke? (Komunikabideen pluraltasuna: zilegi eta positiboa da orientazio ideologiko eta politiko desberdina dituzten komunikabideak egotea).
- Informazioaren egiazaletasuna eta iritzien askatasuna bermatzeko, kazetarien eta enpresaburuen arteko elkar-ulertzea ezinbestekoa da.
- Informazioa salgai bihurtzearekin batera, erabakiak arrakasta ekonomikoaren mesedetan hartuko dira, eta erredakzioaren irizpideekin talka egingo dute maiz.
- Informazio-enpresen funtzionamendua dela-eta, kazetariak gatazka etikoak izaten dituzte.

Komunikazioaren eta Informazioaren Oinarriak (UEU, 1997, Basterretxea) liburuan azaltzen denez (141 or.), informazioa boterea da eta hedabideak, orokorrean, botere-egituren mendeko dira; bereziki, kapital handiaren morroi dira. Haren kontsignak eta irizpideak mozorrotu eta zabaltzen dituzte lau haizetara. Lan berean botere hori praktikara eramateko erabiltzen diren estrategiak ere azaltzen dira, “desinformazioa” bereziki. Horrela definitzen da: iritzi publikoa nahaspilatzeke, bideratzeko, manipulatzeko eta kontrolatzeko albisteak hedatzearen estrategia. Desinformazioak egiazkotzat aurkezten du berez egiazkoa edota gezurrezkoa den albistea; iritzi publikoa errakuntzara bideratzeko helburu argia du desinformazioak. Desinformazioak aurpegi ugari ditu: gezurra, propaganda, publizitatea, intoxikazioa, etab.

Kazetaritzak iturrien mendekotasuna du, eta kazetariak etengabe dihardute harremanetan beren informazio-iturriekin. Aipatutako liburuan azaltzen denez (151. or.), hedabideek –ekoizpenean jarduten duten gainerako enpresa guztiek legezlehengaiak behar izaten dituzte lanerako. Hedabideek albisteak behar dituzte beren orrialdeak eta programak betetzeko. Badira erakunde asko beren informazioa sortzen dutenak: instituzioak, publikoak zein pribatuak. Parlamentuak, diputazioak, gobernuak, udalak... albiste-iturri dira: albiste-iturri eta albisteen protagonista.



Burokrazia horiek milioika albiste jartzen dituzte zirkulazioan egunero-egunero. Ikastaroaren praktika atalean (2. ariketa) azpimarratzen da kazetaritzan kritika eza sumatzen dela, eta hori oso arriskutsua dela; UEUko liburuaren autoreak honi buruz ere hausnartzen du (207. or.). Haren esanetan, kazetariak egunero bizi izaten dituzten denbora-estutasunak direla-eta, presa dela-eta, zaila izan ohi da denbora hartzea informazioak modu kritikoaz ikusteko... “hausnartzeko bezainbeste denbora ez dugula normalean hartzen”.



5. Kazetarien autonomia profesionala: kontzientzia klausula eta sekretu profesionala

[* 10. Ariketa]

Norbanako etika eta etika profesionala desberdinak izan arren, estuki lotuta daude, pertsonaren kontzientziak bietan parte hartzen baitu. Kazetariak kontzientzia zuzenarekin epaitu behar du, lege moralak ezagutuz. Kontzientzia pertsonalak eta profesionalak informatzaileari ekintza amoraletatik aldentzen laguntzen diote. Kontzientzia –barneko ahots horrek– gure ekintzak epaitzen ditu, ongia markatzen digu. Profesio guztietan kontzientzia zuzenarekin jokatzeari eskatzen da, baina, kazetaritzan, kontzientziak beste lanbideetan baino pisu handiagoa dauka.

Zergatik? Gizartearen ongia kazetariaren eskuetan ere badagoelako. Kazetariak lege moralak ondo baino hobeto ezagutu behar ditu, bere ekintzak eta jarduerak kontzientzia zuzenarekin epaitu ahal izateko. Kontzientzia jokabide etikoen motorra da, eta gizakia eta animalia bereizten dituzten ezaugarrietako bat. Kontzientziari esker, gizakiak ongiaren eta gaiztakeriaren inguruan galdetzen du, bai eta bereizten ere.

Kontzientziari dagokionez, kazetaritzan oso garrantzitsua da [kontzientzia klausula](#) deritzona. Izan ere, horri esker, kazetariak beren eginkizun profesionalaren independentzia berma dezakete edo, orokorrago esanda, beren lan-jarduera ikuspuntu etiko batetik babes dezakete informazio-enpresaren aurrean.

Espainiako konstituzioan (**20.1.d artikuluan**, hain zuzen) bermatzen den eskubidea da. Han dioenez, kazetaritzaren profesionalak komunikazioaren etikaren aurka doazen informazioak sortzean haietan parte hartzeari uko egiteko eskubidea dauka. Horrek ezingo dio kalte edo isunik ekarri. Kazetariaren askatasun ideologikoak komunikabidearen printzipio editorialen aurrean babesteko balio du. Profesionalek badute nolabaiteko betebeharra diharduten hedabidearen printzipio editorialak errespetatzeko. Hala ere, bien artean gatazka gertatuz gero, kazetaritzaren oinarritzeko arau etikoek izango dute lehentasuna beti, printzipio editorialen gainetik.

Kontzientzia-klausularen ondorioz, informazio-arloko profesionalak komunikazio-enpresarekin harreman juridikoak hutsaltzea eskatzeko eskubidea dute; hau da, komunikabidearekin duen lan-kontratua aldebakarki deusezta dezake. Esaterako, kontzientzia klausula aplikatzeko eta lan-lotura apurtzeko, komunikazio-enpresan ideologia-aldaketa egon dela alegatu daiteke.



Kontzientzia klausula ere inboka daiteke enpresak kazetaria talde bereko beste komunikabide batera lekualdatzen duenean, baldin eta komunikabide berri horren izaerak edo ildoak informatzailearen lanari nabarmen eragiten badio. Hau da, lan-postu berri horren ezaugarriengatik kazetariaren jarduera profesionalean barnehaustura gertatzen bada, kazetariak kalte-ordaina jasotzeko eskubidea dauka.

Eskubide hori egikaritzeak kalte-ordaina ekarriko du; kalte-ordain hori ez da izango kontratuan itundutakoa baino gutxiagokoa, edo, halakorik ezean, legeari bidegabeko kaleratzearen kasuan ezarritakoa baino gutxiagokoa. Edonola ere, klausularen hedapenak zenbait zailtasun planteatzen ditu. Hedabide bateko ildo editorialen edo ideologikoen aldaketa bat antzematea zaila izan daiteke; era berean, ez da erraza neurtzea lan-egoeraren aldaketa batek profesionalaren zintzotasunean izan duen eragina, etab.

Kontzientzia klausularen funtzionamendu egokirako, beraz, beharrezkoak dira hedabideek formulaturiko irizpide editoriak, baita erakunde profesionalak berretsitako kode deontologikoak ere, edo ildo editorialen aldaketa epaitzeko erakunde berezituak. Lan-kontratua dutenak eta kolaborazio egonkorrek egiten dituztenak kontzientzia klausulaz baliatzen dira; ez, ostera, argitalpen-lan bakoitzagatik kontratzen dutenak (*free-lance* kazetariak, kolaboratzaileak eta antzekoak). Kontratu-haustea kazetariaren borondatez egin behar da, eta kazetariaren kalte ideologikoak moralki justifikatzeko modukoa izan behar du.

Esan bezala, horren helburua kazetariaren independentzia lortzea da; baina benetan lortzen al du independentzia hori? Izan ere, kazetariak ez dute eskubide hau egikaritzen normalean; gainera, “zerrenda beltz” batean sartzeko beldurra izaten dute kazetariak (“gatazkatsua” dela ulertuko dutelakoan...).

Kazetariak fideltasuna zor dio lan egiten duen enpresaren irizpide editorialei, baina kontzientzia klausulari esker lan kontratua apurtu dezake, ondorio txarrik gabe, bi egoeratan:

1. Enpresaren norabide informatibo zein ideologikoan aldaketa nabarmena gertatzen denean.
2. Enpresak kazetaria lekualdatzen duenean talde berekoa den baina informatzailearen orientazio profesionala hausten duen beste komunikabide batera.

Orokorrean, enpresak mugak ezartzen ditu kazetariari egin diezazkiokeen eskakizunetan. Baina garrantzitsuen 3. artikuluan esaten da: **Kontzientzia-klausulak aukera ematen dio kazetariari bere printzipio etikoen aurkako informazioa emateari uko egiteko.** Eskubide honek kazetariari kalte-ordaina ekaritzen dio.



Sekretu Profesionala lanbide askotan dago: medikuntzan, abokatutzan... Dena den, hauetan ez bezala, kazetaritzan sekretu profesionala ez da obligazio edo betebeharr juridiko bat, baizik eta eskubide eta betebeharr morala, informazio iturriaren identitatea ez argitaratzeko edo bere eskuetan dagoen informazioaren berri ez emateko (bere iturria babesteko), esate baterako. Kazetariak sekretu profesionala ez mantentzeak deontologia profesionala urratzen du, ez legea. Orokorrean, kazetariak iturriekiko duten eskakizun etikoa da sekretu profesionala.

Kazetariaren Sekretu profesionala Espainiako konstituzioaren 20.1d artikuluan dago ezarrita. legelari askok luze eta zabal idatzi dute kontu horren inguruan, baina ez dago bestelako arau formalik. FAPEn Kode Deontologikoaren 10. artikuluan agertzen da eta Kazetaritza Etikaren Nazioarteko Kodeak (UNESCO), 4. artikuluan, zera dio: “Kazetariak gizartean jokatzeko duen paperak zuzentasun maila gorena eskatzen dio kazetariari. Honenbestez, kazetariak badu bere konbikzioen kontrako lanari edo bere informazio-iturriak emateari uko egiteko eskubidea (...).”.

Kazetariaren sekretu profesionala, beraz, iturrien konfidentzialtasuna bermatzeko kazetariak duen *eskubidea eta betebeharr [etikoa eta lanbide eremuan]* da, zeinak *iturrien konfidentzialtasuna* bermatzen duen. Hala ere, baldin eta frogatuko balitz iturriak jakinaren gainean informazio faltsua eman duela edo iturriak ezagutaraztea pertsonen kalte larri eta berehalakoak saihesteko modu bakarra dela, sekretu profesionala edo betebeharr profesionala alde batera geratuko litzateke, salbuespen gisa. Autoritate publikoak edo judizialak eskatzen badiot kazetariari sekretua ezagutzera ematea (zein den iturria edota lortutako informazioa jakinaraztea), kazetariak uko egin diezaioke, sekretu profesionalak babesten baitu. Dena den, salbuespen batzuk daude, hurrengo lerroetan azalduko den bezala.

Sekretu profesionala kazetariak beren informazio iturriekiko duten eskakizun etiko bat da; beste era batera esanda, iturriak ez esateko kazetariak hartzen duen konpromisoa; alegia, kazetariaren eta informatzailearen artean lotura morala sortzen du sekretu profesionalak. Ez da pribilegio edo deskargu profesional bat, baizik eta lanbidea ondo gauzatzeko baldintza bat. Sekretu profesionala lanbide askotan gordetzen da: medikuntzan, abokatutzan... baina, hauetan ez bezala, kazetaritzan sekretu profesionala ez da obligazio edo betebeharr juridiko bat, baizik eta eskubide eta betebeharr morala, informazio iturriaren identitatea ez argitaratzeko edo haren eskuetan dagoen informazioaren berri ez emateko (bere iturria babesteko).



Europako Kontseiluak 2000ko martxoaren 8an egindako egokitzapenak kazetariaren sekretu profesionalaren objektu gisa hauek hartzen ditu:

- Iturri baten izena, datu pertsonalak, ahotsa eta irudia.
- Kazetari batek lortutako informazioen lortze-prozesua inguratu dituen baldintza zehatzak.
- Eskubide horren titularra ez da izango iturritik informazioa zuzenean jasotzen duena bakarrik, baizik eta materialaren prestakuntzan eta difusioan parte hartzen duten beste pertsona guztiak ere bai.
- Iturriak kazetariari eman eta argitaratu ez den informazioaren zatia.
- Kazetariaren datu pertsonalak eta haren jarduera profesionalarekin erlazionatutako patroien datuak.

Sekretu profesionalak **mugak edota salbuespenak** ere baditu:

- Iturriak informazio faltsua zabaldu duela baldin badaki, kazetariak ez du zertan sekretua mantendu.
- Sekretua ez jakinaraztea gizarteari edo hirugarren bati kalte egin diezaiokkeen: sekretuak injustizia edo delitu bat babesten duenean apurtu behar da. Hala ere, kaltea dagoeneko gertatu bada, kazetariak ez du zertan sekretua apurtu. Beraz, informazioak interes judiziala duenean, edo segurtasun nazionalaren edota delituen prebentzioaren gainetik dagoenean, sekretu profesionala ezin da pribilegiotzat hartu.

Kazetariari interesatzen zaie sekretu profesionala gordetzea eta *off the record* errespetatzea, iturriak ez galtzeko. Kazetariak iturri bereziengana edo eksklusibengana jo behar dute, eta haiekin konplizitatea lortu, informazio berezia eskuratzeko. Iturri horiek *off the record* eska dezakete, beren anonimotasuna gordetzeko. Kasu horietan, kazetariak *off the record* gorde nahi izango du, iturri horiek ez galtzeko eta haien konplizitatea epe luzerako lortzeko.

Hala ere, *off the record* formulak edo tratuak komunikabidearen sinesgarritasunerako arazoak dakartza hainbatetan (zunda globoak botatzeko erraztasuna ematen dio iturriari, baita intoxikatzeko ere, etab.). Kazetaritzaren sekretu profesionalaren adibide garbiak eta historian famatuenetariakoak (Zintzurri Sakonaren kasua eta Watergate ikerketa) azaltzen digunez, iturriari eskaini behar zaien babesak emaitza bikainak lortzera eraman gaitzake, ustelkeria eta boterearen gehiegikerien antidoto aparta izanez ere bai.



Kazetariak jakingo du iturria ezkutatzea noiz den egokiagoa edo noiz den interes publikokoa iturria ezagutaraztea. Kazetaritzaren barruan aurki daitezkeen sekretu moten artean, hurrengoak azpimarratu daitezke:

1. *Sekretu naturala*: berrien berezko izateak hura jakinaraztea debekatzen du: pertsonen barru-barruko bizitza kontuak izateagatik edota sentimenduei buruzkoak izateagatik, baldin eta hura jakinarazteak haiei kalte egin badiezaieke.
2. *Sekretu agindua*: berri bat ez emateko agindu esplizitua edo inplizitua dagoenean, hau da, konfidentzialki lortu denean (*off the record*).
3. *Sekretu profesional absolutua*: kazetariak bere iturrien identitatearen inguruan isiltasuna gordetzeko eskubidea bermatzen du kasu orotan: bai enpresaburuaren eta bai autoritate administratibo, parlamentario eta judizialen aurrean (hainbat herrialdetan gertatzen da: Argentina, Austria, Bolivia, Brasil, Cabo Verde, Kolonbia, Costa Rica...).
4. *Sekretu profesional kalifikatua*: ia absolutua da, eta soilik salbuespen egoeretan baliogabetu daiteke. Esaterako, interes orokor berezia duen kasu judizial bat argitzeko beste biderik ez dagoenean, edo kazetariaren informazioarekin edozein motatako kaltea saihestu daitekeenean. Edonola ere, sekretua apurtzeko autoritate juridiko baten eskakizuna behar da (Espainian, Suedian, Jordanian, Alaskan eta Georgian...).
5. *Sekretu profesional mugatua*: muga asko ditu, eta kasu gutxiagotan erabil daiteke. Beraz, kazetariaren sekretu profesionalari babes pixka bat ematen dio (Aljeria, Egipto, Ekuador).
6. *Sekretu profesional ez onartua*: sekretu profesionala ordenamendu juridikoan onartuta ez dagoenean (Frantzia, Belgika, Erresuma Batua eta Amerikako hainbat Estatutan).



6. Kazetaritzaren autorregulazioa eta autokontrola

[* 11. Ariketa]

Lanbide gisa, kazetaritzak ez du behar bezainbesteko balorazioa jasotzen, neurri handi bateraino kazetariak hainbatetan duten jokabide amoralarengatik. Aurreko gai batean azaldutakoaren arabera, kazetaritza lanbidearen irudi soziala nahiko anbiguala da, kazetarien jokabidea den bezala. Eta zein izan daitekeen jokabide anbigual horren arrazoa? Guztia azaltzeko balio ez badu ere, lanbidearen arautze juridiko berezkorik ez egotea faktore baldintzatzaile nagusia da. Arauketa juridiko horren ordez, kazetaritzak arauketa deontologikoa du. Kontuan hartu behar da [arau deontologikoak](#) bereziak direla, [profesionalak](#) eta [autorregulazioak](#) direlako.

Hori ez da gertatzen beste lanbideetan (medikuntza, abokatutzan, etab.), zeinetan elkargo eta estatutu profesionalak dauden. Espainian saiakera batzuk egon badira ere, gaur arte ez da kazetarien elkargo profesionalik sortu. Beraz, nola arautu edo kontrolatu kazetarien jokabideak? Nork esaten du zer den zuzena? Profesioak berak erabakitzen du. Horri “autorregulazioa” edota “autokontrola” deritzen.

Autorregulazioak lanbide osoari egiten dio erreferentzia: kazetaritzaren autorregulazioa. Geroago azaltzen denez, autorregulazioa ekimen, tratu, organismo edo instituzio desberdinetan datza (autorregulazioaren mekanismoak edo iturriak). Autorregulazioa 1916an hasi zen, Suediako Prentsa Kontseiluaren sorrerarekin batera. 50 eta 60ko hamarkadetan hainbat autorregulazio-elkarte agertu ziren mundu osoan. Espainia Estatuan prozesua motelagoa izan zen diktaduragatik.

Autokontrola kazetari bakoitzarena da: kazetariak beren lana betetzeko orduan egin behar duten moralean oinarritutako hausnarketa da, beren buruen gaineko kontrol bat ezartzea, bete behar diren kode etiko minimoak errespetatzeko asmoz. Autokontrola kazetariaren borondatean datza; hortaz, boluntarioa da. Nahiz eta boluntarioa izan, autokontrolak zerikusia du profesionaltasunarekin, eta bere jokabidea autokontrolatzen duen kazetaria profesional hobe izango da. Komunikabideen autorregulaziorako arrazoi nagusiak, beraz, hauek izango lirateke:

- a) Autokontrolik ezean, legeak beharrezkoak izango lirateke, eta legeak hertsagarriak edo mugatzaileak dira.
- b) Zuzenbidea ez da nahikoa ekintza informatibo guztiak arautzeko.



Laburbilduz, autorregulazioak lanbideak berak bere mugak jartzen dituela esan nahi du, bitartekari moduan beste inork parte hartu gabe. Aurreko gaietan azaldu bezala, *kazetaritzaren deontologia* edo *kazetaritza lanbidearen etika* langile bakoitzaren askatasunean datza (*autonomia morala*). Kazetari bakoitzak kazetaritzaren etikari jarraitzea edo ez erabakitzen du, eta soilik kasu edo egoera zehatz batzuetan ekarriko dizkio ondorio judizialak betebehar etiko horiek ez betetzeak (intimitatea, ohorea...). Kontrola inork gauzatzen ez duenez, *autokontrola* edo *autorregulazioa* beharrezkoa da. Kazetariak beren burua autorregulatzen edo autokontrolatzen dute beren lanean.

Autokontrolak ez du zerikusirik autozentsurarekin. Autozentsura gertatzen da kazetariak edo komunikatzaileak ondorio negatiboen beldur izateagatik beren lana baldintzatzen dutenean: informazio iturriak galtzearen beldurrez, adiskidetasuna edo pribilegioak galtzearen beldurrez, lanean postu hobea galtzearen beldurrez edota lanpostua bera galtzearen beldurrez. Autorregulazioa erantzukizun-ariketa bat da, eta hura gauzatzeko askatasunarekiko eta informazioarekiko konpromisoak behar dira. Kazetarien autorregulazioaren oinarriak, besteak beste, Espainiako konstituzioan jasotzen dira (20. artikuluan, adierazpen askatasuna). Honako eskubide hauek ontzat hartzen eta babesten dira:

- a) Pentsamenduak, ideiak eta iritziak libreki adierazteko askatasuna, ahozko, idatzizko edo beste edozein erreproduktzio-bide dela medio.
- d) Egiazko informazioa hedatu eta hartzeko eskubidea, edozein hedabide dela medio.

Askatasun horiek bideratzeko legeak kontzientzia-klausula eta sekretu profesionalerako eskubideak garatuko ditu (Informazio askatasuna).

Autorregulazioa laguntzeko edo orientatzeko, bi motatako mekanismoak daude: alde batetik, dokumentu soilak, eta, bestetik, erakundeak:

Dokumentuak

- Kode deontologikoak
- Erredakzio Estatutuak
- Estilo liburuak

Erakundeak

- Prentsa Kontseiluak
- Irakurlearen defendatzailea (*Ombudsman-a*)



■ Kode deontologikoak edo lanbide kodeak

Lanbide-jarduera baten arauak, balioak eta irizpideak jasotzen dituzten dokumentuak dira. Balio sinbolikoa dute. Izan ere, hein handi batean lanbide kodeak norberaren etikan eta moralean oinarrituta daude, eta betetzearen erabakia norberak (langileak edo profesionalak) hartu behar du. Horrela, betebeharrak edo arau multzo ez normatiboak dira. Norbanakoaren erabakiak izan arren, lanbidearen barruan *kontzientzia moral kolektiboa* bultzatzeko balio dute.

Komunikabide batzuetan “barne kodeak” daude. Halakoak enpresen edo hedabideen ekimenez sortutako arau-dokumentuak dira; haien bitartez beren jardura bideratu behar duten zenbait konpromiso etiko aurkeztu eta propio hartzen dituzte. Kazetaritza-lanbidearen kode orokorretik (FAPERena, esaterako) harago joan daitezke, baina inoiz ez haien aurka. Beren helburuetako bat arauak bere egiten dituen hedabidearen sinesgarritasuna hobetzea da. Erredakzioko estatutuekin batera, autorregulaziorako tresnarik eraginkorrenetakoak dira.

Eredu moduan, **Berria** egunkariaren **Abiaturua** dugu:

- I. Egunkari zabala eta independentea.
- II. Euskal komunitateko sentsibilitate guztiak kontuan hartzekoa.
- III. Pluraltasuna.
- IV. Gizarteari zerbitzu bat eskaintzen dio.
- V. Euskal hiztun guztiak ditu erreferentziazat.
- VI. Euskal komunitatearen indar kohesionatzaile eta integratzaile gisa ari den kultur baliabide modernoa eta tresna sozial bateratzailea da.

a) Zein dira kazetaritza lanbidearen kodeen zereginak?:

1. Lanbidearen kontzientzia moral kolektiboa sortzea.
2. Onespen publikoa lortzea edo lanbidearen ospea handitzea.
3. Kanpoko presioetatik profesionalen zuzentasuna babestea.
4. Intrusismoa eragozte.

Historiako lehenengo kodea kode hipokratikoa izan zen, V. mendean sortutakoa ("Babestu gaixoaren bizitza eta bere intimitatea" eta "Ez egin min"...). Kazetaritzaren lehen kode deontologikoa Suediakoa izan zen (1900). Denborarekin, beste batzuk sortu ziren: Kansasko Editore Elkartearen Kodea, kazetaritzaren lehen



kode eraginkorra (1910); Frantziako Kazetarien Sindikatu Nazionalaren Kazetarien lanbide-betebeharren Agiria (1918); ASNren (American Society of Newspaper Editors) Kazetaritza Kanonen Kodea (1923); AEBko Kazetari Profesionalen Elkar-tearen (SPJ) Etika Kodea (1926), etab.

b) Nolakoa da kazetaritza lanbidearen kodeen edukia?:

Kazetaritzaren kodeen edukia hiru ataletan banatzen da:

1. Lanbidearen asmoak eta idealak edo lanbidearen printzipio orokorrak (egiazkotasuna, duintasuna, zehaztasuna, osotasuna, etab.). Lanbide kodeen dimensio deontologikoa atal honetan antzematen da.
2. Estatutua: Informatzaileen eskubide profesionalak kontuan hartzen dira:
 - ✓ Enpresan parte hartzeko eskubidea eta beharra
 - ✓ Prestakuntza oso bat edukitzeko eskubidea
 - ✓ Autore-eskubideak
 - ✓ Sekretu profesionala
 - ✓ Informazioarekin gardentasunez jokatzea
3. Jarduteko printzipio praktikoak (Informazioa lortzeko prozedurek nolakoak izan behar duten: *off the record*, kamera ezkutuak, etab.)

d) Nola sailkatzen dira kazetaritzaren kode deontologikoak?

* *Eremuaren arabera*

Nazioarte mailako kode aipagarrienak hauek dira:

UNESCO (1983): Kazetaritza Lanbidearen Nazioarteko Etika Printzipioak.

1. Herriaren eskubidea egiazko informazioa jasotzeko
2. Kazetariaren atxikimendua egitasun objektiboarekiko
3. Kazetariaren erantzukizuna gizartearekiko
4. Kazetariaren zuzentasun profesionala
5. Publikoaren esku-hartzea eta parte hartzea
6. Bizitza pribatuarekiko eta gizakiaren duintasunarekiko begirunea
7. Herriaren onurarekiko (interesa) begirunea
8. Balio unibertsal eta kultura aniztasunarekiko begirunea
9. Gizadiak jasaten dituen gerrak eta bestelako gaitzen ezabapena
10. Informazioaren mundu mailako eraketa berri bat sustatzea



Nazioarteko Kazetarien Federazioaren Kodea (1986)

- Errespetatu egia eta herriak egia jakiteko duen eskubidea.
- Babestu informazioa.
- Zabaldutako informazioa baldin eta haren jatorria ezaguna bada edota bidezko baliabide bidez soilik lortu bada.
- Argitaratuz gero, zuzendu okerra edo kaltegarria izan daitekeena.
- Errespetatu isilpekoan lortutako informazioen iturriekiko lanbide-sekretua.
- Ez diskriminatu.
- Lanbidearen huts larriak saihestu: plagioa, kontzienteki edo nahita egindako distorsioa eta manipulazioa, kalumnia, gaizki esanak, difamazioa, funtsik gabeko salaketak, eskupekoen onarpenera informazioa argitaratu edo kentzeko.

Europako Kontseiluaren Printzipio Adierazpena (1983): 1003 Ebazpena Kazetaritzaren etikari buruz (Europako Kazetaritzaren deontologia Kodea).

- Albisteen eta iritzien arteko bereizketa errespetatu
- Inpartziala izan
- Ez ezeztatu edota ezkutatu gertaeren errealitatea
- Kontzientzia klausula erabili beharrezkoa denean
- Lanbide-sekretua errespetatu
- Errugabetasun presuntzioa errespetatu
- Errespetatu norberaren barneko bizitza izateko pertsonen eskubidea
- Informazioa lortzeko soilik legezkoak eta etikoak diren bideak erabili
- Gezurreko edo okerreko informazioak eta iritziak zuzendu
- Ihardespen-eskubidea errespetatu
- Gizakiaren duintasuna errespetatu
- Kultura, sexu edo erlijioa dela-eta egindako diskriminazio oro saihestu
- Egiaztapena
- Zurrumuruak eta albisteak bereizi
- Demokraziaren balioak babestu
- Arazoak konpontzeko bake eta tolerantzia bideak erabili
- Aurre egin indarkeriari eta gorrotoaren eta borrokaren aldeko hizkerari
- Ez izan neutrala demokraziaren balioak defendatzerakoan
- Haur eta gazteekin arreta berezia izan



- Albisteen titularrek eta testuek gertaeren edukia ahalik eta zehatzen adierazi behar dute
- Barne presioak ekidin

Nazio edo lurralde mailako kodeak:

Alemania: Kazetaritzaren Oinarrizko Arauak. Prentsa Kontseilua. (2001).

AEB: Etika kodea. Kazetari Profesionalen Elkarte, SPJ (1996).

Frantzia: Eguneroko Prentsaren Arau eta Usadioak. Eguneroko Prentsa Erregionalaren Sindikatua (1995).

Italia: Kazetarien betebeharren Ituna. Prentsaren Federazio Nazionala, Kazetarien Kontseilu Nazionala (1993).

Erresuma Batua: Kazetaritza Praktikaren Kodea. Prentsaren gaineko Erreklamazio Batzordea, PCC (2003).

Suedia: Prentsa, irradi eta telebistarako Etika Kodea. Prentsa Kontseilua (1995).

Espainia: Kazetaritzako Lanbidearen deontologia-kodea. Kazetarien Elkar-teen Federazioa, FAPE (1993).

1. Kazetariaren lehen konpromiso etikoa egiarekiko atxikimendua da.
2. Babestu beti albistea ikertu eta zintzoki hedatzeko askatasunaren prin-tzipioa, baita iruzkintzeko eta kritikatzeko askatasuna ere.
3. Errespetatu pertsonen berezko intimitaterako eta irudiarekiko eskubi-dea.
 - a) Soilik interes publikoaren defentsak justifikatzen ditu mutur-sartzeak.
 - b) Saihestu muturra sartzea dolu edo bihozmin egoeretan.
 - c) Kontu berezia ospitaletan edo antzeko guneetan sartutako pertsonekin.
 - d) Kontu berezia haur eta gazteekin.
4. Pertsona oro da errugabea besterik egiaztatzen ez den artean.
 - a) Ekidin akusatutakoen senide eta lagunak izendatzea.
 - b) Ekidin delitu baten biktimak izendatzea.
5. Arreta handia jarri behar da diskriminatzaile edo bortitzak izan daitez-keen edukiak saihesteko.

Katalunia: Kazetari Elkargoaren Kodea (1992) (Estatuko lehen kode deon-tologiko kolektiboa).

1. Gorde beti gertaeren eta iritzien arteko bereizketa.
2. Hedatu oinarritutako informazioak, ez besterik.



3. Zuzendu okerrak, arretaz eta behar den tratamenduarekin.
4. Erabili informazioa lortzeko metodo duinak.
5. *Off the record* errespetatu.
6. Errespetatu pertsonen informazioa ez emateko eta galderak ez erantzuteko eskubidea.
7. Ez onartu besteen ordainsaririk. Ezin da aldi berean burutu kazetaritza jarduera bateraezinak diren beste batzuekin.
8. Ez erabili informazio pribilegiaturik norberaren mesedetan.
9. Errespetatu norberaren intimitaterako eta irudirako pertsonen eskubidea.
10. Bete zehazki errugabetasun presuntzioaren printzipioa.
11. Erabili berebiziko arretaz adin txikikoei eragiten dien informazioa.
12. Aritu berebiziko erantzukizun eta zehaztasunez diskriminazioa sor dezakeen informazioen edo iritzien edukiarekin.

* *Barne kodeak edo bultzatzen duen **erakundearen arabera**koak*: hedabide edo talde mediatiko baten kodea (Atresmedia, Mediaset, Vocento, etab.), prentsa kontseiluen kodeak, federazioak (1993, Espainiako Kazetari Elkarteen Federazioa – FAPE–, kasu), etab. Barne kodeak informazio-enpresen edo hedabideen ekimenez sortutako arau-dokumentuak dira. Haien bitartez enpresaren jarduera bideratu nahi da, eta publikoaren aurrean konpromiso etikoak aurkezten eta hartzen dira (esaterako, *Berria* egunkariaren *Estilo Liburuan* agertzen den kodea edo irizpi-deak).

* ***Kazetaritza berezitasunaren arabera**koak*: kode orokorrak, ekonomiaren arloko kodeak (APIE, *Informazio Ekonomikoaren Profesionalen Elkartea*), etab.

* ***Euskarriaren arabera***: agentzien kodeak, prentsa idatziaren kodeak, telebista kateen kodeak, etab.

* ***Ikuspegi berezi batean jarduteagatik***: haurtzarora, gazteria, osasuna, ekologia, gerra-berriemaileak...

e) Kodeek kritikak jaso al dituzte?

Bai, kazetaritzaren kodeek hainbat kritika jaso dituzte:

1. Kazetarien zein komunikabideen adierazpen askatasuna murrizten dutelako.
2. Ezer gutxirako balio dutelako, hau da, eraginkortasun eskasa dutelako, beren orokortasun maila dela eta.



3. Komunikabideen portaera etikaren inguruko eztabaida indargabetu dezakete-lako, arazo etikoen ikuspegi indibidualistari laguntzen baitiote.

■ Erredakzioko Estatutuak

Informazio edo komunikazio enpresaren eta profesionalen arteko **borondatezko akordio idatziak** dira. Erredakzioaren berezitasunak kontuan hartuta, eta zuzendaritza eta erredakzioaren arteko itun pribatua eta boluntarioa izanda, erredakzioko estatutuen helburua profesionalen arteko erlazioa eta bakoitzaren lana zein den finkatzea da.

Adibide gisa, hainbat Estatuturen arabera, erredakzioan lan egiten dutenen iritzia kontuan hartuko da zuzendaritzako kargua izendatzeko orduan. Era berean, Kazetaritza Etikaren Nazioarteko Kodeak (UNESCO), 4. artikuluan, zera dio: “Kazetariak (...) badu, halaber, lanean ari den hedabideetan erabakien hartzeko jardunean parte hartzeko eskubidea”.

Itunaren edukiak lanarekin lotuta dauden kontuak hartzen ditu soilik, eta kazetaritza-jardunaren esparru profesionalean baino ez du eragina. Izan ere, Erredakzioko Estatutuetan garrantzi deontologiko eta profesionala duten gaiak batzen dira. Zehazkiago, erredakzioko estatutuek bi zeregin nagusi dituzte: batetik, bi alderdiek babestu eta errespetatzeko konpromisoa hartuta, profesionalen eta komunikazio enpresaren zenbait eskubide eta betekizun jasotzea; bestetik, erredakzioaren eta hedabideko edo enpresako zuzendaritzaren artean komunikazio bideak sortzea. Erredakzioko estatutu hauek hedabide baten barruan kazetarien autonomia eta eskubideak bermatzeko tresnarik eraginkorrenak dira.

Espainian zenbait erredakzio estatutu daude indarrean: *El País* (1980, aitzindaria eta erreferentzia eredu), *La Voz de Galicia* (1988), *El Mundo* (1990), *El Periódico de Catalunya* (1993), *Corporació Catalana de Radio i Televisió (CCRTV)(TV3)* (1998), *La Vanguardia* (2001), *Sport*, Bartzelonako kirol egunkaria (2002), EFE Agentzia (2006). *Gure esparruan, Euskal Irrati Telebista (EITB) talde publikoarena eredu nabarmena dugu:*

http://www.eitb.eus/multimedia/corporativo/documentos/EiTbren-Erredakzio-Estatutua_eus.pdf.

Itunaren edukia eta egitura antzekoa da aipatutako Estatutu guztietan. Lau zutabe nagusitan egituratuta daude:

1. Estatutuaren definizioarekin hasten dira, eta editore eta hedabidearen printzipioak azaltzen dituzte (xedapen orokorrak eta gehigarriak).



2. Bigarren atalean erreferentzia egiten zaie langileen eskubide eta betebeharrei. Batez ere, lanbide-sekretuaren erregularizazioari eta kontzientzia klausulari buruz aritzen da. Kasu batzuetan, profesionalen eskubide eta betebeharren zerrenda eskaintzen da, kode deontologikoez egiten duten moduan.
3. Hirugarren atalean erredakzio batzordearen funtzioak azaltzen dira; erredakzioaren batzordea eta profesionalen batzordeak agertzen dira. Halakoez enpresaren eta profesionalen arteko bitartekari lana egiten dute. Arazo bat edukitze-kotan, haiengana jo behar da.
4. Azkenik, onespenezko prozedurak eta antzeko gaiak jasotzen dira.

■ Erredakzio-batzordea

Profesionalen aldetik ordezkari organoa da zuzendaritzaren eta enpresaren aurrean. Erredakzioaren kideek lanbide-jardunari buruzko iritzia azal ditzakete batzorde honen bitartez. Bost lagunek osatu ohi dute, erredakzioaren kideek bozketaz hautatuak. Beren berezko zereginean aritzeagatik, komiteko kideak ezin dira zigortu edo kaleratu. Erredakzio-batzordeak zazpi erantzukizun nagusi ditu:

1. Enpresaren aurrean bitartekari gisa aritzea, erredakzioaren iritzia helarazteko bide gisa.
2. Hedabideko zuzendaritza taldekideen eta, bereziki, zuzendariaren izendapenei buruzko idazkaritzaren iritzia enpresari helaraztea.
3. Hedabideko zuzendariaren aurrean bitartekari gisa aritzea, lanbide izaera duten erredakzioko eskakizunak, iradokizunak, iritzia, eta abar helaraziz.
4. Haren bitartez enpresak eta zuzendaritzak profesionali dagozkien erabakien gainean erredakzioko kideak jartzea.
5. Partikularren arteko istiluetan bitartekari gisa aritzea; esaterako, profesional batek kontzientzia klausula aldarrikatzen duenean.
6. Erredakzioko kide gehienek informazio edo jarrera editorialen batek profesionalen duintasuna edo irudia kaltetu dituela uste badute, publikoki adierazteko aukera bideratzea.
7. Nahiz eta estatutuetan agertu ez, euren izatearen ondoriozko funtzioa izango litzateke hedabidetik kanpoko erredakzioaren kideen ordezkari itzea.



■ Estilo liburuak

Hedabideek berezko estilo liburuak dituzte akatsak saihesteko. Idazteko edota edukiak sortzeko arau formalak eta teknikoak kontuan hartzen dituzte, eta hedabidearen ezaugarrietara egokituta daude. Hedabide gehienek beren estilo-liburua daukate, idatziak nahiz ikus-entzunezkoak. Estilo-liburuetan ideologia kutsua ere sumatu egiten da: hedabide bakoitzak bere arauak ezartzen ditu eta profesionalak hedabidearen estiloa eta arauak barneratu behar ditu, estilo-liburuarekin batera.

Ikuspuntu etiko batetik ikusita, hedabidearen printzipio deontologikoak azaltzen dira estilo-liburuetan, bertan garbi jokatzeko jarraibideak eta, orokorrean, hainbat gai lantzeko eta ulertzeko jarraibideak ematen dira-eta. Esaterako, erabiltzen diren informazio-teknikaren eta estiloaren arabera, jakin daiteke zer nolako etikarekin jokaten den: albiste bateko gorputzak bat etorri behar du titularrarekin; albiste eta publizitatearen artean desberdindu behar da; zer den albistea eta zer ez...

El País egunkariaren Estilo Liburua 1977an agertu zen (Estatuko prentsaren lehen Estilo Liburua izan zen). Nahiz eta teoriarik barne mailako arauak besterik ez izan, askok gaur egun gaztelaniaz 'zuzenki' idazteko gidaliburutzat hartzen dute.

EITBren Estilo Liburua:

www.eitb.eus/multimedia/corporativo/documentos/EiTB-Estilo-Liburua-20160929.pdf

Berria egunkariaren Estilo Liburua:

www.berria.eus/estiloliburua

■ Prentsa-kontseiluak

Elkarte edo erakunde pribatuak eta independenteak dira. Ikuspuntu orokor batetik, kontseiluaren helburua komunikabideen eredu etikoak hobetzea da, eta horretarako kontseiluak arazo deontologiko eta kezken gatazkak konpontzea du zeregin nagusia. Zehatzago, kazetaritza lanbideari dagokion etikan aurrera egin ahal izateko hainbat eginbehar dituzte:

- Kode berriak garatzen eta betetzen direla bermatzea.
- Gatazken eta egon daitezkeen kezken aurrean bitartekaritza funtzioa betetzen dute, bai profesionalen eta bai kanpoko pertsonen artean.



- Komunikabideen aurkako kexak jasotzea eta etika profesionalaren inguruan eztabaida foro bat izatea. * Aurkezten diren kexek ondo argudiatuta egon behar dute, eta frogak izan. Kontseiluak kexa onartzen badu, inplikaturik dauden alderdiei dei egiten zaie, haien bertsioak entzun ahal izateko. Behin horiek entzunda, sententzia argitaratzen da. Sententzia horren ebazpena betetzea nahitaezkoa izango da elkartearen kide direnentzat, eta gomendatua kide ez direnentzat.
- Arazo deontologiko eta profesionalen aurrean ikerketak eta iritziak plazaratzea.
- Lanbidearen interesak defendatzea.
- Lanbidearen eta gizartearen arteko lotura indartzea.

Autorregulazio-elkarte bat sortzeko neurrien artean bat nabarmentzen da: botere politikoa duen pertsonarik ez egotea. Beraz, elkarte hauetan bi kide mota egon ohi dira:

- a) Lanbidearekin harreman zuzena duten pertsonak
- b) *Outsiders* edota lanbidetik kanpo kokatzen diren pertsonak (juristak, soziologoak, kazetaritza irakasleak eta ikertzaileak, erakundeak, pertsonaia ospetsuak, etab.).

Prensa-kontseiluek hedabideen eta publikoaren arteko konfiantza sustatzen dute, eta hori funtsezkoa da negozio hutsak ez direla pentsarazteko. Kontseiluak hedabideen autorregulazioari laguntzen dion heinean prentsa askatasunaren defentsan ere egiten du lan. Bi aspektuak, autorregulazioa eta askatasuna, hertsiki loturik daude. Autorregulazio elkarte hauen oztopo nagusia iturri ekonomikoak izaten dira. Beren ikerketak aurrera eraman ahal izateko baliabideak behar dituzte. Askotan, diru iturri txikiak izateak ikerketak baldintzatzen ditu.

Prensa-kontseilu britainiarra erreferentzia izan da beste herrialde askotako kontseiluak sortzerakoan, nazioarteko mailan ezagunena delako. Lehena sortu ez arren, protagonismo handiena berak lortu du. Arrazoi ugari azaltzen dute kontseilu honen garrantzia. Lehenik eta behin, aipatzekoa da herrialde honen tradizio legegile urria, batez ere adierazpen askatasunari dagokionez. Bigarrenik, hedabide idatziek Britainia Handian betidanik izan duten garrantzia aipatu behar da, herrialdeko bizitza sozialean eta politikoan eragin handia izan dutelako. Tamalez, ordea, azken urte hauetan eragin hori prentsa seriotik sentsazionalistara igaro da: *tabloideak* ditugu adibide.



Espainiako eredia **Consell de la Informació de Catalunya (CIC)** (<http://fcic.periodistes.cat/es/>) izango litzateke. 1997an sortu zen Bartzelonan, Kataluniako kazetarien kongresu baten amaieran, non Consell de la informació de Catalunya-ko protokoloaren konstituzioa sinatu zen. *Col.legi de Periodistes de Catalunya* erakundeak sinatu zuen akordioa. *Consell de la Informació de Catalunya* erakundeak Kataluniako hedabide garrantzitsuenen buruak, Kataluniako kazetarien sindikatuak (*Sindicat de Periodistes de Catalunya*) eta Kataluniako kazetaritza fakultateen buruek osatzen dute. Kontseiluan hamabost kidek jarduten dute. Hauek guztiak *Col.Legi* erakundeak aukeratzen ditu, bi urteko indarraldian egon daitezten.

Honi dagokionez, honela definitzen da Prentsa Kontseilu hau CICaren araudia-
ren lehenengo artikuluan:

“El Consejo de Información de Cataluña es un órgano de arbitraje e independiente que vela por el cumplimiento de los principios y criterios de ética profesional periodística contenidos en el Código Deontológico aprobado por la junta de Gobierno de Col.Legi de Periodistes de Catalunya en su reunión plenaria del 22 de octubre de 1992 y proclamada el día 1 de noviembre de 1992 por el pleno del II congreso de Periodistas de Catalunya”

3. artikuluan hauxe esaten da:

“El consejo está compuesto por 15 personas de solvencia profesionalidad y autoridad moral reconocida, provenientes del ámbito jurídico, del mundo de la comunicación, la Universidad, las fundaciones institutos de ciencias sociales y las asociaciones alturistas y cívicas”

Gainerako artikuluetan egituraketa eta eginbeharren inguruan azalpenak ematen dira; bereziki, onspen eta kezken tramitazioari dagozkienak. Haren ekintza-esparrua Kataluniako autonomia erkidegoa dela eta bertan informazioa helarazten duten hedabide guztietara zabaltzen dela esan genezake. Ezaugarri horrek prentsa kontseilu hau berezia egiten du. Izan ere, Europar jarduten duten gainerako elkarteek prentsa idatzira baino ez dute bideratzen haien eginkizuna.

Espainiako Prentsako Elkarleen Federazioak (FAPE) 1993an hitzartu zuen autokontrolko komisió deontologikoa sortzea kazetariarentzat: organismo independentea, gizarteari arreta jartzeko eta kazetarien jarrera deontologikoa zehazteko. Batzordea 2011n sortu zen (*FAPEren Kexen, Arbitrajearen eta Deontologia Batzordea*, <http://www.comisiondequejas.com>). Funtzioak:

- FAPEren kodeak betetzen direla ikuskatzea
- Kontsulta eta artekaritza zereginak burutzea
- Arau deontologiko, kode berrien, erredakzio estatutu eta abarren gaineko aurre-produktuak ekoiztea.



[* Batzordearen ebazpen baten eredia ikusteko: “Bestelako materialak” karpetera joan].

■ Irakurlearen Defendatzailea (*Ombudsman-a*)

Erro eskandinaviarrak dituen hitza dugu *Ombudsman-a*. Hitz horren esanahia euskaratzen badugu hauxe esan nahi du: *defendatzailea* edo *bitartekaria*. *Ombudsman-a* organo pertsonala da, zuzendaritzak izendatua, komunikabidearen barnean edota informazio-enpresa batean kolaboratzaile gisa lan egiten duena (komunikabideen barruan prestigio profesionala duen pertsona izan ohi da). Nahiz eta prentsan jarduteko jaio, gaur egun figura hori irrati eta telebistetan ere aurki dezakegu.

Bitartekari horren zeregina entzuleen edota irakurleen kexak jasotzea da. Hala-koek hutsegite etikoekin zerikusia izaten dute. Behin ulertuta, irakurlearen defendatzailea kazetarien arduradunarekin kontaktuan jartzen da, azalpen bat eskatzeko edo arazoa konpontzeko. Hedabidean azaltzen da kasua. Espainian kasu ezagunenak honako hauek dira: *El País* egunkariko irakurlearen defendatzailea –1985etik, iritzi atalean idazten du igandero– eta *La Vanguardia* egunkariko (1994tik). Ikus-entzunezko hedabideetan ere figura hori dago: Radio y Televisión de Andalucía (RTVA): *Defensor del Oyente y del Espectador* (1995); RTVE: *Defensor del Espectador y del Oyente* (2006); Catalunya Ràdio: *Servei d’atenció a l’espectador i l’oient* (2006).

Irakurlearen Defendatzailearen presentzia aholkatzeko hainbat arrazoi daude:

1. Informazioaren kalitatean laguntzen du, informazioaren oreka eta justizia kontrolatuz.
2. Irakurleenganako gertutasunean laguntzen du.
3. Zuzendariari eta editoreei sortutako kezken aurrean laguntzen die.
4. Justiziaren eskuetara heldu daitezkeen kezken erabakia bideratzen du.

Ombudsman-ak bi zailtasun aurkitzen ditu bere lanbidean:

1. Hedabidearen barneko langileen konfiantza lortzea eta iritzi askatasuna bermatzea. Azken hori ziurtatzeko, hainbat mekanismo garatu dira, *Ombudsman-aren* estatutua, esaterako. Estatutu horretan *Ombudsman-aren* lanak eta eskubideak arautzen dira.
2. Mezu baten bidez estilo-liburuan eta kode deontologikoetan agertzen diren arauak bermatzen eta bete direla ziurtatzea edo erdiestea.



Ombudsman-aren estatutuan arau hauek agertzen dira:

- Defendatzaileak ezin dio sekretu profesionalari uko egin.
- Berak egindako ikerketen aurrean kazetariren bat kaltetuz gero, kazetari horren iritzia entzuteko eta publikatzeko betebeharra dauka.
- Ezin izango du erredakzioko kazetarien lana inola ere gutxietsi, ezta haien profesionaltasuna zalantzan jarri ere.
- Estilo-liburuan agertzen diren arauak betetzen direla bermatzea.

El País egunkariko Irakurlearen Defendatzailearen atala:
http://elpais.com/tag/defensor_lector/a