



**Garazi GOIA**  
Idazlea

## Albisteetara iristeko modu berriak

**F**acebook-ek eta Google-k kontrolatu dituzte urte askoan albisteak hedabideetara iristeko bideak; alegia, audientzia zati handi bat Googleren bilaketa algoritmoaren bidez edo Facebookek egin-dako erreferentzien bidez iristen zen albisteak irakurtzera. Duela bost urte, Erresuma Batuko albisteen trafikoaren %15 Facebooketik zetorren eta Googlek %25 eragiten zuen.

Reuters eta Ender Analysis ikerketa etxeek egin berri duten inkesta baten arabera, bestelakoa da gaur egungo argazkia. Egunkari eta albiste hedabideek edukiak zabaltzeko erabiltzen dituzten kateen artean X eta Facebook azken postuetan daude. WhatsApp zerrendako lehen postuan ikusteak atentzioa eman dit. TikTok, Google Search, Youtube, LinkedIn eta Instagram daude jarraian.

WhatsAppek mundu mailan 2 bilioi erabiltzaile izan arren, apenas sortu du irabazirik orain artean. Garatu dituen funtzio berriek aukerak monetizatzeko modu berriak irekitzen dizkio. WhatsApp Channels funtzioa, adibidez, 2023. urteko azaroan jarri zuen eskuragai. Algoritmorik erabili gabe, iturri fidagarrietatik (adibidez, “BBC News” edo “New York Times”) jasotzen dituzu edukiak eta informazioa; zure kontu pertsonalean edukitzean eta zuk aukeratua izatean, web irekia (Google) baino erakargarriagoa da askorentzat edo desinformazioa edo eduki sensazionalistak dituzten plataformetan ez dira albisteak galtzen (horregatik daude X edo Facebook azken postuetan). Adimen artifizialaren erabilerak are gehiago areagotu du mesfidantza eta, hain zuzen, eta testuinguru horretan, Channels bezalako funtzioaren onurarako izan da. Hedabideentzat beste abantaila batzuk ere baditu WhatsApp: edukiak sortzea merkeagoa eta azkarragoa da (TikTok-ekin alderatuz adibidez) eta hedabidearen eta, aipatu bezala, erabiltzailearen artean sortzen den banakako harreman hori babesten du.

Mundu osoko egunkari eta albiste hedabide arrakastatsuenetara iristeko bidea eman du Channels-ek: “New York Times”-ek 12 milioi erabiltzaile ditu egunero; “Wall Street Journal”-ek 500 milioi; Erresuma Batuan “Daily Mail” da erabiltzaile gehien dituen, 6 milioi guztira. “BBC News”-ek ere badu katea, 2 milioi inguru erabiltzaileekin. Modu ezberdinetan erabiltzen du etxe bakoitzak funtzionamendua: adibidez, “Financial Times”-ek bi kanal argitaratu zituen hasiera batean: merkatuen eta burtsaren inguruko kanal bat, eta bigarren bat, Israel-Gazako gatazkari buruzkoa, egunean albiste bakarra jartzen duena, laburpen moduko kontaketa eginez. Azken hilabeteen Estatu Batuetako hauteskundeei buruzko beste bat ere argitaratu berri du. “New York Times”-ek, berriz, 6 kanal ditu eta aktibitate handiena duen hedabidea da, 25-30 albiste argitalpen ezberdin egiten ditu egun bakoitzean. Jarraitzaileek, artikulu bat debalde irakur dezakete.

Argitaratu eta bi hilabetera, 500 milioi erabiltzaile zituen WhatsApp Channels-ek munduko 150 lurraldetan. Aipatzekoa da ere WhatsApp bazuela aurretik Communities (Komunitateak) deituriko funtzioa, baina bi mila erabiltzailerera mugatuta zegoen komunitate bakoitza. Orain, Meta-ren helburua Txinako WeChat bezalako aplikazio bat egitea da, fidagarriak diren albiste eta informazio iturrien helmuga bihurtuz. •



Azken urteotan izugarri aldatu dira albisteak jasotzeko bideak. GETTY IMAGES