



EUSKARAREN PUBLIZITATEA

EDO PUBLIZITATEAREN EUSKARA



Asier Arrieta Elorza



euskarazko **kazetaritzaren** I. kongresua

Publizitateak Euskararen Normalkuntza Prozesuan duen eginkizunari buruz, bi irakurketa egin genitzake. Alde batetik, publizitateak duen garrantzia euskararen normalizazioan aztertu daiteke, hau da, zenbat eta publizitate gehiago euskaraz, are hobeto euskararen normalkuntza prozesu baten adierazgarria izan baitaiteke. Beste aldetik, eta momentu honetan niri gehiago interesatzen zaidana, publizitateak izan dezakeen eragina euskararen normalkuntzarako baina euskara bera produktu bezala ikusita. Hau da, euskarari buruz egiten diren publizitate kanpainak, instituzioen aldetik.

Publizitatea merkatuaren eta gizartearen adierazgarri bat da. Gizartea horrelakoa, publizitatea halakoa. Gizarte euskaldun peto-petoa, publizitatea euskaldun-euskalduna. Ez dago merkatua bezain gauza materialistik. Hemen militantziak edo sentimenduek ez dute tokirik. Helburua salmenta da eta, horixe lortzeko, euskarak momentuz ez du tarterik edo tarte txikia du behintzat. Gaur egun erakundeak eta aurrezki kutxak dira euskaraz publizitate gehien egiten dutenak. Gizartearekiko konpromiso bat dute eta beraien irudia zaintzeko eta lantzeko behartuta daude publizitatean euskara erabiltzera. Gizarte plurala, debiduna kasu batzuetan behintzat eta zenbait iragarleren jarrera politikoki zuzena.

Euskarari buruz egiten den publizitatea aztertuko dugu orain. Hizkuntza bat produktua ote? Nola iragarri behar da euskara? Iragarri behar al da? Euskarak zer irudi du? Irudi hori aproposena al da? Galdera guzti hauei eta beste zenbaiti erantzuna, hurrengo lerroetan.

Euskararen normalizazioa hizkuntzaren irudiaren modernizazioaren eskutik dator. Eusko Jaurlaritzak azken 20 urte hauetan ahalegin izugarria egin du euskararen normalkuntza gauzatzeko. Eta neurri handi batean, bere konpromisoa lortu du. Gaur, gazte gehienak euskara erabiltzeko gauza dira, baina badirudi euskaraz bizitzeko

prest ez daudela. Horietariko asko eta asko, euskararekiko militantzia izugarria dute baina hitz egiteko orduan, erdarara jotzen dute. Niri misteriotsua iruditzen zait. Ez dut ulertzen baina jaio direnetik euskaraz bizi izan diren gazte asko eta asko, egun batetik bestera, euskara etxean utzi eta erdara kaleratzen dute. Nik hamaika urte daramazkit EHUn irakasle gisa euskal adarrean eta, zin dagizuet, nire ikasle gehienek ikasketak burutzeko euskara aukeratu arren, erdara erabiltzen dute beraien artean. Lotsagarria.

Euskarak duen irudia herrikoia da. Gutxiengo batek erabilitako hizkuntzarena. Zoritxarrez, Euskal Herriko zenbait hiritan oraindik euskara entzutea harrigarria da edo, behintzat, arraroa eta hau onartu beharra dago. Hiri handienetan euskara eguneroko bizitzatik eta kaletik kanpo gelditzen da, dirudienez, euskara ez baitoa bat bizitza urbanoarekin. Gizartea eta tendentziak aurrera doaz. Joera berriekin bat aurrera goaz eta tren horretan igotzen ez dena betirako atzean geldituko da.

Euskararen etorkizuna hirietan landu beharra dago. Euskara modan jarri beharra dago. Erraza esatea, baina oso gaitza lortzea. Guzti hau, nire espezialitatearen ikuspegitik aztertuko dut, irudiaren aldetik. Hasteko, euskara hizkuntza gutxitu bat dela nik inoiz ez nuke esango. Ez dago bigarren mailako hizkuntzarik. Hizkuntzak hizkuntzak dira, besterik gabe. Eta duten aberastasunarengatik denek izan beharko lukete lehen mailakoak. Beste aldetik, urte askotan jaso dugu mezu bera: "gure euskara gaixoa..., euskarak zure laguntza behar du...", beti pena eman nahian. Euskarari baikor begiratu behar diogu.

Imajinatu gaueko 10ak direla. Telebistaren aurrean gaude eta iragarkien tarteak heltzen da. Ikus genezakeen lehen iragarkiak Frudesa patata frijituak salduko dizkigu. Bigarrenak, Loeweren Aire Lurrina. Eta hirugarrena Renault bezalako iragarle erraldoi bat da.

Imajinatu iragarki horretan enpresaren zuzendaria agertzen dela eta eskatzen digula Renault auto bat erosteko bestela enpresako langile asko kaleratu beharko lituzkeela. Uste duzue auto asko salduko lituzkeela estrategia horrekin? Pena eman ez esango genuen: "goazen Renault bat erostera!"? Ba nik argi daukat erantzuna. Oso auto gutxi salduko lituzke. Ez genuke Renault bat ere erosteko gogorik. Zuetariko askori astakeria bat irudituko zaizue auto bat hizkuntza batekin konparatzea. Baina niretzat bi irudiak (publizitatearen ikuspegitik, azken finean) produktuak besterik ez dira eta horrela landu behar dira. Eta zalantzarik gabe, euskararen irudiak bultzada bat behar du eta baikorrak izan behar dugu bere irudiarekin.

Beste estrategia batzuk erabili dira. Batzuetan euskaraz hitz egiteko eskatuko digute, modu inperatibo batean edota modu dibertigarri batean. Argi eta garbi, euskaraz hitz egiteko eskatuko digute edo euskara gozatzeko eskatuko digute. Estrategia eta mezuzaharrak, gaur egun. Horrek ez du saltzen. Badirudi sedukzioa eta publikitatearen magia ez dakitela zer den.

Euskararen inguruan horrelako estrategia asko erabili ohi da. Lehen funtzionatzen zuten, baina gaur egun argi dago horrela ez goazela inora. Emaitzek eta errealitateak hori diote. Penagatik inork ez du euskaraz hitz egingo. Eta gozatze emotibo hori ez da batere sinesgarria. Badirudi pixkanaka-pixkanaka euskararen inguruan dauden kolektiboren batzuk honetaz ohartu direla, baina gehienek betiko martxan jarraitzen dute. Askotan euskarak ematen duen irudia tamalgarria da. Euskarak irudi askoz irekiago bat eman beharko luke, gizartea bezain irekia. Publikitatea beti gizartean dauden tendentziak baino pausotxo bat aurrerago joan behar du, bidea irekitzen eta, kasu honetan, euskarak ematen duen irudia hor dago.

Beste aldetik, produktu bat iragartzeko, normalean, iragarlea bakarria izaten da. Kontzeptu bat aukeratu eta hori islatzen du bere publizitatean. Euskararen inguruan iragarle ezberdin asko daude eta bakoitzak irudi ezberdin bat ematen du. Iragarle guzti hauek komunikazio helburu bakar bat erabili beharko lukete. Horixe da publizitateari irudi mailan etekina ateratzeko bide bakarra.

Dena den, modernizatzeko hitza gaur egun oso erabilia da. Askotan gehiegi. Era bat desbirtuatuta dago, baina, egia esan, ez dut beste bat ezagutzen hori ordezkatu dezakeenik. Nola modernizatu dezakegu irudi bat? Nola modernizatu euskararen irudia? Gizartearentzat erreferente bat izaten. Aurrera begira eta ez, atzera. Gizartea nora, publizitatea aurrean. Euskara alor ezberdinetan sartuz. Teknologia berrietan, publizitatean, musika joera berrietan, komunikabideetan... Askotan badirudi euskara erabiltzen duten komunikabideak gizartearen zati txiki batentzako lan egiten ari direla. Baina ez dute bakarrik edukiek eboluzionatu behar, estiloak eta formak, estetikak ere garrantzi izugarria daukate. Euskarak ezin dio bakarrik bere buruari begiratu. Gero eta mundu irekiago batean gaude eta euskarak alor guztietan egon behar du.

Azken finean, euskara mundura ireki behar da eta gizarte bezain bizia behar du izan. Madonak abesti bat euskaraz grabatuko balu, euskararen normalizazioan aurrerapauso izugarri bat suposatuko luke. Ea denon artean, euskara modan jartzen dugun, garai batetan indarrean egon baitzen eta ea berriz lortzen dugun. Eta askorentzat moda fribolitatearen sinonimoa da. Baina adibidez, 70. hamarkadan euskarak bizi izan zuen bultzada militantziaren ondorioa izan zen. Eta militantzia hark, momentu hartan, euskara modan jarri zuen.