

# TOKIAN TOKIKO PRENTSA ETA INFORMAZIOAREN GIZARTEA

Jasone Mendizabal Altuna

## 1.- SARRERA

Ezer baino lehen adierazi beharra daukat ez naizela informazio zientzietan doktore, soziologo, hedabideetan aditu, ezta sikieran kazetari ere. Ponentzia honen enkargua egin didate Topagunea Euskara Elkarteen Federazioan hedabideen arloan daukadan arduragatik, eta beraz, ezinbestean Topaguneko ikuspegia ekarriko dut hitzaldi honetara. Garrantzitsua da hori azpimarratzea, hitzaldi honen bidez tokiko hedabideen inguruan azalduko dudana ikuspegia euskara elkarrekin ezaguna bada ere, kazetari eta kongresu honetako entzule askorentzat seguruenik berria izan baitaiteke. Euskararen erabileran eragitea da Topagunearen helburua eta horretarako estrategiarik eraginkorrena bilatzen du tokiko hedabideentzat.

Hori esanda, txosten honen izenburuari helduko diot, eta aitortuko dut izenburua handiegi gelditzen zaidala: “Tokian tokiko prentsa eta informazioaren gizartea”. Tokian tokiko prentsari buruz ez naiz arituko, **euskarazko** tokian tokiko prentsari buruz arituko naiz, eta bereziki, Topaguneko bazkideak hartuko ditut oinarritzat. Izenburu horrekin askori idatzizko prentsa etorriko zitzaizuen burura, baina nire asmoa euskarazko hedabideez aritzea da, tokiko informazioa lehentasunez jorratzen duten guztiez, idatzizko zein ikus-entzunezko, uhin zein Internet bidezko. Esparru horretaz Topaguneko gogoetak oinarritzat hartu baditut ere, lan honetara ekarritako guztia ez dago federazioak onartuta, neure ikuspegi pertsonala ekarri dut hona.

Berriz ere, izenburuari helduz, badirudi informazioaren gizarteaz gogoetaren bat aurkeztuko dudala, baina hori ere ez dut egingo. Horretaz asko dakiten adituak badaude eta kongresu honetako azken arratsaldean ere gai hau jorratuko du espresuki Josu Landak.

Laburbilduz, informazioaren gizartean gauden honetan, euskarazko tokiko hedabideentzat etorkizunerako balizko estrategia bat aurkeztuko dut, beti ere Topagunearen ikuspegitik (horrek esan nahi du, euskararen normalizazioaren eta bereziki, erabileraren, ikuspegitik).

Hori esanda, txostenari izenburua alda geniezaioke, eta hurrengo honekin agian erosoago sentituko nintzateke: “Tokian tokiko hedabideen etorkizuna eskualdekako multimedia egitasmoetan”.

Beraz, datozen lerrootan estrategia honen nondik norakoak eta berau sostengatzeko argumentuak azaltzen ahaleginduko naiz. Ekinera ez dakit oso bidezkoa izan den, entzuleak

jatorrizko izenburuarekin egindako espektatiba bertan behera gelditu ahal izan baita, baina ea kontatzen dizuedana ere zuen interesekoa den.

Lan honek, ohiko sarreraz eta ondorioez gain, lau atal ditu. Lehenengoak Topaguneko tokiko hedabideen sektorea aztertzen du ikuspegi orokor batetik. Bigarren atalean multimedia egitasmoek informazioaren gizartean izan dezaketen tokiaz mintzatzen naiz. Hirugarren atalean hedabide bakoitzaren ezaugarriak banan-banan aztertzen ditut eta bukatzeko kudeaketarako eta finantzaketarako eredu bat proposatzen dut.

Harira joango naiz, eta, hasteko, Topagunearen eta euskara elkarten eginkizuna eta izaera azalduko dizkizuet hurrengo puntuan, horiek ardatz izanda bakarrik uler baitaitezke hedabideentzat zein bestelako arloentzat proposatzen diren helburuak.

## 2.- TOPAGUNEKO TOKIKO HEDABIDEAK

### 2.1.- TOPAGUNEA EUSKARA ELKARTEEN FEDERAZIOA

Topagunea federazio bat da, **75** euskara elkarte **bazkide** dituena. Bere eginkizuna **euskara elkarteak sustatu eta bazkideei zerbitzua ematea** da. Honela bada, bazkideek mugatzen dute Topagunearen jarduna.

**Euskara elkarteak** aipatu ditut, eta hauen eginkizuna ekarriko dut gogora: **euskararen erabilera sustatzea gizarte esparru guztietan**, aisialdian, hedabideetan, lan-munduan, etab. Euskara elkarten lan ardatzak bost arlotara zuzenduta daude nagusiki: entitateen euskalduntzea, tokiko hedabideak garatzea, haur eta gazteen aisialdia jorratzea, kulturgintza eta euskaldun berrien mintzapraktika. Horiek horrela, Topaguneko lan arloak ere bost ardatz horietan kokatzen dira, lan arlo bakoitzeko euskara elkarteentzat bitarteko egokienak antolatzen ahalegintzen dela: promotora zerbitzuak, infoegiturak, administrazio eta gestio lanak, prestakuntza, programa arrakastatsuen hedapenerako egitasmoak...

Topaguneak, hortaz, **euskararen erabileran eragin** nahi du, **gizarte esparru guztietan eta euskararen eremu osoan**. Ikuspegi horretatik lantzen ditu bere analisiak federazioak eta arlo bakoitzean ereindakoak beste arloetan ere eragiten duela uste du gainera. Adibide bat jartzearen, gazteen aisialdian euskara sustatzeko egitasmoek, euskarazko prentsarako irakurle potentzialak lantzea ere ekarri beharko luke berarekin. Honela bada, Topaguneak bere bazkideen jarduna lan esparru ezberdinetara zabal dadin sustapen lana egiten du. Tokian tokiko euskara elkarteak euskararen erabileran daude autozentratuak eta

ikuspegi horretatik ezarritako helburuen arabera lehenesten dituzte beraien lan arlo eta egitasmoak kasu bakoitzean dagokien errealitatera egokituta.

Euskara elkarteak euskaldun guztiei irekiak dira, eta elkarlanean oinarrituta, euskararen erabilera sustatzeko egitasmo integratzaileak lantzen ahalegintzen dira. Topagunearen bokazioa hauen jarduna euskararen eremu osora zabaltzea da, Azkoitira bezala Tuterara; beraz, errealitate hauek guztiak aintzakotzat hartu beharra dauka federazioak.

Hedabideetara joz, Topagunearen sail honek bere barnean 36 herri aldizkari, tokiko bi telebista (hirugarrena bazkide egiteko bidean da) eta beste hiru tokiko irrati biltzen ditu. Gainera, hauetako batzuek Interneten ere jartzen dituzte beraien edukiak eta bestelako produktu bereziak ere kudeatzen dituzte sarean. Idatzizko prentsak dauka pisu espezifikorik handiena Topagunean, baina, aurrez azaldutako filosofiari jarraiki, Topaguneak hedabide oro euskaraz gara dadin egiten du lan, eta ikuspegi honetatik halabeharrez multimedia egitasmoak bultzatzea izan behar du jomuga.

## 2.2.- TOKIKO HEDABIDEAK ETA GERTUKO INFORMAZIOA

### 2.2.1.- TOKIKO HEDABIDEAK

Lehenik eta behin tokiko hedabideak definitu eta zer diren aztertzeko ahalegina egingo dut. Edorta Aranek telebisten inguruan idatzitako txosten bati Miquel de Moragas Spàren definizioarekin ekiten zion eta berau hartu dut oinarri, tokiko hedabideetara orokortzeko baliagarria izan daitekeelakoan:

“Tokiko telebista (**hedabidea**) nagusiki **tamaina txiki edo ertaineko giza komunitate** bati zuzentzen dena da, lur eremu jakin batean, bere eguneroko esperientziei buruzko edukiak, bere kezka eta arazoei buruzkoak, bere hizkuntza, arte zein kultur ondare eta bere memoria historikoa jorratzen dituen.

Azpimarratu beharra dago, gertutasun zentzu honek ez duela bakarrik kontuan hartzen **gertuko edukien zabalkundea** (herritarrentzat esanguratsuak, beraien zeinu, erreferente eta eguneroko eta gertuko errealitateari lotuak), baizik eta bere **tokian tokiko ekoizpena** ere.”

Definizio honek Topaguneko hedabideak deskribatzeko balio lezake, baina bere horretan beste mota askotako hainbat hedabide ere onartuko lituzke bere baitan. Herrialde mailan zabaltzen diren produktu askok tokiko hedabidetzat dituzte beraien buruak, nahiz eta hauek hedabide talde handien parte diren. Vocento taldeko web orrian sartuz gero “multimedia regional”-ean kokatzen ditu *El Correo*, *Diario Vasco*, *Diario Montañes*, *Hoy...*

eta gainontzeko bere egunkari eta edizioak. Herrietako kronikak lantzea dute estrategiatzat argitalpen hauek eta berauetan oinarrituta multimedia lokalen sarea garatzen ari dira.

“Vocento posee 11 diarios líderes regionales en sus respectivas áreas geográficas. La difusión de estos periódicos supera el medio millón de ejemplares diarios, con una audiencia cercana a los dos millones y medio de lectores.

En torno a estas cabeceras se están creando multimedias regionales (compuestos por el periódico, radio, televisión, portal y un gratuito -todos ellos de ámbito local- y una comercializadora publicitaria), que refuerzan el liderazgo de Vocento en importantes mercados regionales.” (Vocentoren web orritik hartua).

Hurbileko informazio orokorra lantzea da egunkari hauen ezaugarria eta horra hor nola ulertzen dugun Topagunean kontzeptu hau:

### 2.2.2.- HURBILEKO INFORMAZIO OROKORRA

Auzo, herri zein eskualde mailako informazioa da, nagusiki komunitate natural bateko hurbileko berriak jorratzen dituen, eta publiko orokorraren interesekoa dena.

Moragasen definizio **tamaina txiki edo ertaineko giza komunitatea** eskualdera mugatu dugu, tokiko hedabidearen eragin esparrua, eskualdea, herria, zein auzoa (hirien kasuan bereziki) hartu ditugularik. Eskualdea eremu aproposa da gizarte ehuna sortzen laguntzeko; tokiko hedabideek, eskualdean (herrian) sustraituta egonik, giza komunitate hauetan komunikazioa areagotu eta hobetzeko funtzio garrantzitsua betetzen dute. Herrialde mailako produktuek berriz, ez dute horrelako gertutasunik bermatzen eta are gutxiago hedabide-kateek dituzten monopolioek.

Hedabide-talde handiak eta hedabide txiki autonomoak argi bereizten dituen beste faktore bat ere ondo azpimarratzen zuen Mariano Ferrer jubilatutako berri den kazetari ezagunak:

“Gaur egun kazetaritza independentea egiteko asmoa duenak askatasun neurrigabea eta hedabide txiki batean aritu behar du. Askatasun itzela funtsezkoa da, egiten utzi behar dizute. Utzi. Eta hori hedabide txiki batean baino ezin da.” (Mariano Ferrer - ARGIA 2004-VII-11).

Gertutasunaz, tamainaz eta eragin-esparruaz aritu naiz orain artean, baina badira beste zenbait ezaugarri Topaguneko tokiko hedabideei lotutakoak, beraien izaeragatik bestelako produktuetatik bereizten dituztenak. Horiei buruz arituko naiz hurrengo bi puntuetan.

## 2.3.- TOPAGUNEKO TOKIKO HEDABIDEEN SEKTOREA

### 2.3.1.- SEKTORE ASKOTARIKOA

Topaguneko tokiko hedabideen errealitatea askotarikoa da; ezaugarri hori hainbat ikuspegitik begiratuta antzematen da gainera. Egunkaritik hasi eta bi hilabetekarira, hedabide bakarretik multimedia egitasmora, langile bakarreko elkartetik 40 lagunetik gorako enpresara, euskara batutik euskalkira, aldizkari formatutik *tabloidera*... askotarikoak dira gure hedabide bazkideen ezaugarriak eta guztiak beharrezko eta garrantzitsuak.

Desberdintasunen gainetik, baina, hedabide hauen sektorea definitzen duen lehen ezaugarria beraien helburua da, euskararen erabilerari lotutako helburua.

### 2.3.2.- TOKIKO HEDABIDEEN HELBURUA: EUSKARAREN ERABILERAN ERAGITEA

Euskararen erabilera sustatzeko helburuarekin, tokian tokiko herritarren komunikazio beharrak euskaraz asetzea dute helburu tokiko hedabideek, era guztietako euskarri komunikatiboez baliatuz, direla irratiak, direla aldizkariak, telebistak nahiz internet bidezko produktuak.

Tokiko hedabideari dagokio bere herri zein eskualdeko euskaldun oren komunikazio beharrak asetzeko moduko produktuak eskaintzea. Topaguneak, berriz, tokian tokiko errealitateak euskararen eremu osora zabal daitezen sustapen-lana egiten du, besteak beste. Azpimarratu beharra dago, euskarazko produktuak ekoiztea garrantzitsua bada ere, ez dela helburu nahikoa, euskararen erabileran eragitea erantsi behar zaio helburu horri; hori bilatzen du hain zuzen Topaguneak: euskarazko hedabide horiek ahalik eta jende gehienarengana helaraztea, kalitatekoak izateak bakarrik ez baitu bermatzen irakurriak, ikusiak, entzunak, erabiliak izatea... behar den tokira heltzen ez badira. Beraz, kazetaritzaren ikuspegitik kalitatea bermatzeaz gain, helburu hori gainditu beharra dago zabalkundea ere bermatuta, euskaldun orok izan dezan aukera euskaraz informatua izateko.

### 2.3.3.- LEHENGAI: TOKIKO INFORMAZIOA

Euskarazko komunikazio-esparruan kokatuta, Topaguneko tokiko hedabideek gertuko/tokiko informazioa jorratzen dute. Horixe da, hurbileko informazioa hain zuzen ere, sektore honen lehengaia.

Hedabide hauek **giza komunitate horretan gaurkotasunezkoak diren informazio eta albisteak eskaintzen dituzte.**

Horrez gain, badira Moragasen definizioan jasotzen diren bestelako funtzioak ere betetzen dituzten tokiko hedabideak: arte zein kultur ondarea jorratzen dutenak nahiz memoria historikoa jasotzen dutenak, adibidez. Baina honelako edukiak hedabideok aberastu ahal badituzte ere, ez dira ezinbestekoak tokiko hedabideen alorrean.

Tokian tokiko errealitateen eta beharren arabera tokiko hedabideek Moragasen definizioko funtzio bat edo beste, guztiak edo bakarra jorratuko dute eskualde bakoitzeko eragileek jarritako lehentasunen arabera, baina beti ere oinarria gertuko albisteak eskaintzea izango da.

Honela bada, **Topaguneko tokiko hedabideen lehengai nagusia hurbileko interes orokorreko informazioa izango da, oinarrian tokiko gaurkotasunezko albisteak.** Ezin da ahaztu gertuko albisteak, publiko orokorrarengan sortzen duten interesagatik, euskararen erabileran masiboki eragiteko tresna ezin hobea direla.

#### 2.3.4.- ERREFERENTZIALITASUNA

Giza komunitate horren informaziorako erreferentzia izatea dute jomuga tokiko hedabideek. Horra hor Topaguneko bazkide den DHK-k bere barne irizpideetan jasotakoa: "... tokiko hedabideak ez dira ideologizatuak izan behar, herritarren medioa izan behar dute, ez udalena ez zenbait auziren kontrakoen edo aldekoena, ez euskaltzaleena bakarrik, ez ideologia batekoena. Euskaraz irakurtzeko/ulertzeko gaitasuna daukaten, edo euskaraz irakurtzeko/ulertzeko ahalegina egiteko prest dauden guztiena eta guztientzat izan behar dute. Tokiko hedabideek ez dute beren iritzirik eman behar, baina bai izan behar dute iritzi sortzaile eta horren inguruko gaien lantzaile, eta modu honetara erreferentzialtasuna irabazteko gai izan behar dira".

#### 2.3.5.- HEDABIDE AUTONOMOAK

Informazioaren tratamendurako funtsezkoa izango da tokiko hedabideek beren helburuen arabera funtzionatzea, ez beste inoren interesen arabera. Horretarako, tokiko

albisteen kudeaketa eskualde/herrietako komunikazio eskaintza aberastera ez ezik, euskararen erabilera eragitera bideratuko da.

Horiek izango dira Topagunean federaturiko tokiko hedabideen jardunaren ardatz eta xede nagusiak. Ikuspegi honetatik, hedabide lokalek ezinbesteko ezaugarri izango dute, batetik, parte-hartzaile izatea eta, bestetik, informazioaren tratamendu kontrastatua jorratzea.

Aurreko ezaugarria beteko bada, hedabide lokalek bakarka eta sektore bezala jarduteko **beregaintasuna** izan behar dute, hau da, beste hedabide-taldee zein erakunde ekonomiko, politiko eta administratiboei dagokienez **autonomiaz jokatzeko** moduan izan behar dira. Bakarrik modu honetara bermatuko da independentzia, eta herritarrarentzat erreferentzialtasuna.

### 2.3.6.- ENPRESA IKUSPEGIA ETA OPTIMIZAZIOA

Helburuak helburu, tokiko hedabideak txikiak dira (are txikiagoak euskarazkoak), baina merkatuan hedabide-kate erraldoiekin lehiatu behar dira eta horretarako ezinbestekoa izango da enpresa modura lan egitea, enpresek eskaintzen dituzten tresna guztiak baliatuta. Hori guztia profesionaltasuna eta gizarte-ekimenetik zehaztutako balioak uztartuta egin beharko da.

Tokiko hedabideen altorra daukaten lehengai da, tokiko informazioa hain zuzen ere, herritarrentzat balio handikoa eta bestelako hedabide-taldeentzat desiragarria. Herritarrek sortuak, tokiko hedabideek beste hedabideek baino gertutasun gehiago dute eta, beraz, gertuko informazioa hobeto jorratzeko aukera gehiago. Eta hori baliatu beharra daukate. Gainera lehengai honi dagokion balioa ematen ikasi behar dugu, preziatua baita, eta dagokion truke-balio ekonomikoa eman behar zaio.

Euskarazko tokiko hedabideek lehengai hau kudeatu dute, tokiko aldizkariak, telebistak, Interneteko hedabideak zein irratiak sortuta. Baina etorkizunera begira, hori ez da izango nahikoa. Produktu solteek ez dute indar nahikorik izango hedabide-talde handiekin lehiatzeko. Eta, ezinbestekoa izango da lehengai horren tratamenduan optimizazioa bilatzea. Gertuko informazioa bere forma guztietan jorratu beharra dago: idatziz zein irudiz, Interneterako zein telebistarako, lehengai horri etekina aterako badiogu. Multimedia-taldeak garatzea jomuga izan beharko dugu ezinbestean.

Aurreko guztia kontuan hartuta, nekez lortuko ditugu komunikazio-enpresa indartsuak herriko esparruan; hortaz, garrantzitsua izango da ekoizpen-zentroak eskualdera zabaltzea.

### 2.3.7.- TOKIKO HEDABIDEEN SAREA

Azkenik, herri/eskualde ezberdinetako tokiko hedabide edo hedabide-taldeen artean harremanak estutu eta sinergiak aprobetxatzea ezinbestekoa izango da. Sarean lan egitearen abantailak honakoak izan daitezke:

- Guztientzat erabilgarriak diren zerbitzu komunak antolatzea.
- Erosketak zentralizatzea eta merkatzea.
- Ekoizpenerako gune espezializatuak sortzea hedabide bakoitzari zuzenduta.
- Ikerketa eta garapenerako baliabideak partekatzea eta aholkularitza bertatik bideratzea.
- Eskualdez gaindiko publizitatea eskuratzea (marka handiak).
- Interes orokorreko ekoizkinen elkartrukea ahalbidetzea.
- Nazio osorako produktuak kaleratu eta sustatzeko plataforma indartsua sortzea.
- Euskarazko tokiko berri-agentzia sortzea.

Sare hori osatzen eta indartzen ahalegintzen da Topaguneko Hedabide Saila, hedabideei zuzendutako zerbitzu zehatzak antolatzea iznaik bere jardura nagusietako bat. Bere egitekoen artean daude, halaber, aholkulari-lana eta gidari-lana. Hedabide lokalen argitaratzaileek Topagunean **elkargune bat daukate**, haiek beharrezkotzat jotzen dituzten plan eta zerbitzu komunak erabakitzeko, arautzeko eta garatzeko, baina beraien autonomia mantenduta, (bai behintzat hedabideen monopolioak ekidin nahi baditugu).

## 3.- MULTIMEDIAK INFORMAZIOAREN GIZARTEAN

### 3.1.- HEDABIDE LOKALAK INFORMAZIOAREN GIZARTEAN

#### 3.1.1.- INFORMAZIOAREN GIZARTEA

Egungo garai modernoak komunikazioan ekarri duen aldaketa apartekoa da, komunikazioak gizartearen antolakuntzan zentraltasun ikaragarria hartu baitu. Orain dela gutxi arte nagusiki kulturari eta eraikuntza ideologikoari eragiten zion komunikazioak; orain berriz, aurrekoen gain bestelako faktore ekonomiko eta teknologikoetan presentzia estrategiko

nabarmena hartu du. Komunikazioak kulturaren eta ideologian zeukan eragina logika berri eta konplexuagoen baitan gauzatzen da orain.

Informatikak, elektronikak, telekomunikazio-sareak eta enparauek komunikaziora ekarritako aldaketek gizartearen garapenerako balio estrategiko handieneko sektoreak ukitu dituzte. Alabaina, komunikazioaren ekoizpenak (edukiak) geroz eta menpekotasun handiagoa du komunikazioaren transmisioarekiko; are: funtzio subsidiarioa hartu du honekiko.

### 3.1.2.- ALDAKETAK KOMUNIKAZIOAREN GARAPENEAN

Komunikazioaren digitalizazio prozesuak honen garapenean ekarritako aldaketa nagusiak ongi azaltzen ditu Miquel de Moragas Spák (Bartzelonako Unibertsitate Autonomoko Komunikazio Institutuko Zuzendaria) "Las ciencias de la comunicación en la sociedad de la información" bere lanean. Aipatu txostenean jasotako lau aldaketa nagusiak laburtzen ditut jarraian.

#### **a.- Edukien ekoizpenaren eta gordeketaren garrantzia**

Komunikazio-prozesu sektorial eta indibidualizatuen ugartzea: komunikazio sistema berrien eta bereziki digitalizazioaren eraginez, informazio-ekoizleen eta hartzaileren arteko elkarreragina ahalbidetzen du. Informazioaren bilaketa automatikoak informazioa aukeratzeko modu berriak ekarri ditu (selfmedia), eta ekoizpenak eta honen gordetzeak garrantzi berezia hartu dute.

#### **b.- Lokala globala da**

Lokalaren eta globalaren arteko harreman berria gure kultura komunikatiboan: komunikazio modernoan espazio globalez gain, espazio lokalak biderkatzen ari dira. Moragasen arabera, Europan izandako nazioarteko telebista-eskaintzen ugartzearekin batera, gertuko telebisten eskaera mantendu ez ezik handitu egin da. Are gehiago: sateliteei eta komunikazio interaktiboek esker tokiko espazioek mundu osorako zabalkundea lortzen dute. Komunikazio lokala definitzen duena ez da dagoeneko jomuga duen eremua, bere ekoizpenaren jatorria baizik. Horregatik, komunikazioan izandako aldaketek *mass communication* garaitik egungo komunikaziora ekarri gaituzte, era berean globala eta lokala.

#### **c.- Selfmedia edo hedabide pertsonalizatuen garapena**

Informazioaren ekoizpenaren garrantzia gero eta handiagoa: badirudi informazio irekiak protagonismoa galduko duela etorkizuneko komunikazioaren ekoizpen, zirkulazio eta erabilpenean, giltzatuta eskainiko den informazioaren

mesedean; hori dela-eta, *password*, kreditu txartelaren kodea, harpidetza eta antzeko kontzeptuak nagusituko dira. Informazioaren hedapenerako euskarriak askotarikoak dira oraindik ere, eta ekoizpenean bereziki kontzentrazio handia izan da. Azken hau ekoiztetxe gutxi batzuetan kontzentratu da. Kontzentrazio-prozesu hau areagotzen hasi da, ekoizpenean ez ezik hedapenean ere egun dagoen aniztasuna desagertzeko bidean hasi baita. Testuinguru honetan gertatzen ari dira ekoiztetxe enpresa handien eta hedapen-taldeen arteko elkartze eta fusioak.

#### **d.- Komunikazio lokalaren berraurkitzea**

Informazio-masa ikaragarri honek dakarren nekea, eta komunikazio tradizional eta komunitarioari dakarkion balioberritzea: informazio promozional, publizitario, estrategiko, tekniko, instituzional... eskergak komunikaziorako modu tradizionalak berreskuratzeko beharra ekarriko duela dirudi. Komunikazio globalizatuak, komunikazio lokala berraurkitzera garamatza, kulturaren industrializazioak identitatearen aldarrikapena indartzen du eta komunikazioaren hiperteknikazioak pertsona-arteko eta komunitateko komunikazioaren garrantziaz jabearazten gaitu.

Hau da tokiko hedabideentzat etorkizuneko testuingurua bere mehatxu eta aukerekin. Hedabide-talde handiak abiadura ikaragarrian hasi dira multimedia talde lokalak sortzen, eta euskarazko tokiko hedabideok erronka gogorra daukagu esparru hau geureganatu eta sare indartsu bat osatzen.

### **3.2.- TOKIKO HEDABIDEEN ETORKIZUNA MULTIMEDIA EGITASMOETAN**

#### **3.2.1.- Multimedia egitasmoen aldeko arrazoiak**

Badirudi informazioaren gizartean euskarazko multimedia egitasmoentzat aukera bat egon litekeela. Proiektu hauek bultzatzeko arrazoi garrantzitsuak egon daitezke; hona nagusiak:

- 1.- Hurbileko informazioa bere forma guztietan euskaraz lantzeko aukeraz baliatzea.
- 2.- Hedabide ezberdinetan emandako informazioaren inpaktu komunikatibo biderkatzailea geuk erabakitako irizpideen arabera lantzea.
- 3.- Hedabide ezberdinen arteko sinergiak baliatzea baliabideen optimizaziorako.

4.- Hedabideen batasunaren bidez eskualde osoko enpresa egonkorrak sortzea eta beraien arteko elkarlanaren bidez sare indartsua eratzea.

5.-Etorkizuneko multimedia-komunikazioa euskaraz landuko bada, horretarako gure multimedia enpresak prestatzea.

Bost arrazoi hauek hurrengo bi puntuetan luzeago azalduko ditut.

### 3.2.2.- LEHENENGO LAU ARRAZOIEN AZALPENA

“Goiena esperientzia” txostenean izaera multimediaz egiten den gogoetan ondo azaltzen dira lehenengo lau arrazoiak; hona aipatutako txostenaren zati bat:

“Monomediatik multimediarantz” (Goiena Esperientzia, 2001-04-27)

Euskarazko toki komunikabideen kasuan, medio bakarrean jardutea tarteko urrats gisa hartu behar da, ez jomugatzat. **Hedabideon helburu komuna da hurbileko komunikazioa euskaraz garatzea, euskararentzat esparru berri eta entzutetsua irabaztearekin batera,** gizartearen barne kohesioa eta komunitate zentzua bultzatuz. Helburu hori bete-betean lortzeko, tokiko hedabideek ahalegina egin behar dute beren esparrua guztiz betetzeko, eta esparru horretan lehenak izateko. Hori multimedia izanda bakarrik lortu ahal da.

Izan ere, multimediararen teoriak dio **mezu baten eragina handiagoa dela hiru mediotan behin aipatzen bada, medio berean hiru aldiz aipatuta baino.** Lehenik irratian zuzenean entzun dugun albistea, handik gutxira telebistan ikusten badugu, eta biharamunean egunkarian irakurtzen, albistea ontzat emango dugu. Nekezago lortzen da hori, medio bakarrean hiru aldiz emanda.

Multimediararen aldeko beste puntu bat **baliabideen optimizazioa**rena da. Iaz irakurri zen (El País, 2000-03-28) Estatu Batuetan The Chicago Tribune argitaratzen duen talde multimediak aurkikuntza izugarria egin zuela. Medio ezberdinetako erredaktoreak, bakoitza bere mediorako jarduteaz gain, talde osorako eduki hornitzaile bihurtzen baziren, sekulako aurrezte eta sinergia sortzen ziren taldearentzat, eta birmoldaketa sakona ari ziren gauzatzen aurkikuntza horretan oinarrituta. Hauek dira artikuluaen zatirik esanguratsuenak: “... Sinergia, edo *multimedia kazetaritza* honela lortzen da: egunkariko erredaktore batek informazioa eskuratzen du eta, hurrengo eguneko edizioan argitaratuko dena prestatu baino lehen, behin –edo eguneratutako bertsio gehiago- idatziko du Interneteko edizioan, eta gertatutakoa azalduko du enpresaren telebista edo irrati kateetan. Berdin gertatuko da albistea

lortu duena telebistako edo irratiko erreportaria bada. Argazkilariei bideo kamerak eraman ditzatela eskatzen zaie. (...) Sinergiak irauli egin ditu Tribune taldeko hiru egunkari...”

*Tribune* moduko talde handi batek agian txiripaz edo ikerketa sakonei esker egingo du aurkikuntza hori. Multimedia txiki batek begien aurrean du optimizazioarena. Herriko aldizkaria eta eskualdeko telebista bakoitza bere aldetik badabiltza, ekitaldi batera erredaktore bana bidali beharko dute, kameralaria eta, agian argazkilariarekin batera. Talde bereko bi medio izanik, erredaktore bakarrak jasoko du informazioa bi medioetarako, eta kameralariak egin lezake argazkilaria ere.

Eta honek berdin balio du bi medio baino gehiago badira ere. Eduki hornitzaileak eramandako informazioa, gero medio bakoitzeko erredaktoreak egokitu beharko du mediorako, baina pertsona bakarrak egin du bestela hiru edo laurekin egingo zena. Zenbat eta medio gehiago, orduan eta ekonomia handiagoak.

Bada azken puntu bat, euskarazko hedabide lokalen kasuan, multimediararen aldekoa. **Indarra**rena, hain zuzen. Komunikazioaren esparruan interes ekonomiko eta politiko handiak daude, eta lehiakideak gero eta indartsuagoak dira. Lehian irabazteko, edo gutxienez irauteko, indarra behar da. Eta handien aurrean, txikien indarra batasuna da, elkartasuna eta herritarren atxikimendua. Bakarka, jai.”

Hedabideen bateratzeak sinergien aprobetxamendua eta indarra eman ahal die tokiko hedabide-enpresei. Monomedia ikuspegia gainditu beharra dago, tokiko hedabideen etorkizunerako estrategiak ikuspegi zabalago batetik diseinatuta.

### 3.2.3.- MULTIMEDIA KOMUNIKAZIOA

Aurkeztutako bosgarren arrazoia komunikazioari berari lotutakoa da; badirudi, horri loturik, oso urrun gaudela oraindik ere benetako multimedia komunikazioa lortzetik. Nafarroako Unibertsitateko Komunikazio Fakultateko irakasle eta bertako multimedia komunikaziorako laborategiko zuzendari Ramon Salaberria Doktoreak honela ikusten du multimediararen etorkizuneko erronka.

**a.- Multimedia kontzeptura hurbilpena plano komunikatibo zein instrumentaletik.**

**Multimedia komunikazioa:** aldi berean hainbat hedabidetan adierazitako mezuan oinarritzen da. Idatzizko zein ikus-entzunezko hainbat elementuk osatzen dituzten produktu

baterakoiak dira. Multimedia integrazioak, testu eta ikus-entzunezko elementuen integrazioaren ondorioz ekoizitako eduki informatiboak dira.

**Multimedia enpresa:** hainbat hedabideren justaposizio hutsa dakarren fenomeno, zeinen informazio ekoizkinek ez daukaten zertan elkarren arteko zerikusirik izan. Enpresa hauek hobekuntza instrumentalak bilatzen dituzte, eta hainbat hedabidez osatutako kudeaketaz baliatzen dira: alde batetik gastuak murrizteko eta bestetik hirugarren batzuk beraien merkatuan sartzea ekiditeko. Hedabide arteko osagarritasuna bilatzen dute eta herritarren arreta ahalik eta denbora gehienez monopolizatzea, informazioa eta entretenimendua hainbat bidetatik eskainita. Informazio saturaziorako arriskua egonik ere, audientziaren etengabeko informazio-kontsumoa bilatzen dute hedabide-talde ezberdinen bitartez. Egungo kontsumitzaileak gero eta informazio sakonagoa eta gaurkotuagoa eskatzen die hedabideei. Gertaerak erakutsiko dizkioten irudiak, albisteak kontatuko dizkion soinua eta berri horiek azalduko dizkion testua bera eskatzen ditu.

Kazetaritzaren muga digital berria ez da dagoeneko teknologikoa, linguistikoa baizik, komunikatiboa. Egungo teknologia digitalari esker, kazetariak esperimendu ahal dute hizkuntza berriekin, zeinak modu eraginkorrean bateratuko dituzten testuak eta ikus-entzunezkoak. (Ramon Salaberria Doktorea: “Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental”)

Prozesu honetan, beraz, ezinbestekoa izango da multimedia azpiegiturak sortzea hedabide bakoitzaren mesederako sinergiak balia ditzagun. Baina, bestalde, etorkizunean komunikaziorako produktu berriak euskaraz sortzeko gai izan gaitezen prestatuta egon beharko gara, eta, horretarako, komunikaziorako elementu berriak integratzeko baliabideak gure esku izan beharko ditugu.

#### 4.- TOKIKO HEDABIDEAK

Tokiko hedabideen ezaugarri orokorrez eta multimedia taldeen onuraz aritu naiz aurreko bi ataletan. Guztiek gertuko informazioa lantzen dute, honen aurkezpenerako formula ahalik eta erakargarrienak erabiliz: hizkuntza arin eta ulerterraza, gaur egungo diseinua, azken puntako teknologia... Honek guztiak publiko orokorarentzat interesgarri egin ditu tokiko hedabideak, eta interes hori euskararen erabilera areagotzeko baliatu dute euskara elkarteek.

Edozelan ere, hedabide bakoitzak bere nortasuna dauka, bere berezko ezaugarriak; azter ditzagun, beraz, hedabideok banan-banan.

## 4.1.- TOKIKO ALDIZKARIAK

### 4.1.1.- IDATZIZKO PRENTSA

Tokiko irrati, telebista eta Internet bidezko albisteak, hirurak dohainik jasotzen dira, eta kasu bakoitzean behar den aparatua izanez gero, helburu duen eremuan herritarrak automatikoki eskura izango ditu gertuko albisteak, ezer ordaindu behar izan gabe; argindarra eta Interneteko telefono linea salbu. Aipatu hedabideak (egon dauden tokietan behintzat), idatzizkoak baino *demokratikoagoak* direla esan genezake, edonorentzat eskuragarri baitaude. Baina paperezko euskarria duten hedabideak, lehengaiaren kostu altuagatik, ordaindu beharreko produktuak izan dira orain gutxi arte. Euskarazko aldizkarien artean hori horrela izan da tokiko aldizkariak sortu artean. Erdaraz berriz, doako produktu gero eta gehiago dago kalean. **Doakotasuna** bai edo ez, gai eztabaidatsua da oraindik ere tokiko aldizkarien esparruan.

Idatzizko prentsan, berriz, faktore erantsi bat da **maiztasun**arena, maiztasun ezberdineko produktuak oso izaera ezberdinekoak izan baitaitezke; esate baterako, hilabetekariak eta astekariak.

### 4.1.2.- ESKUALDEKO DOAKO ASTEKARIA

Doakotasunaren eta maiztasunaren inguruan, irizpide batzuk lehenestea eta norabide bat finkatzea badira Topagunearen erantzukizuna, eta federazioak aspaldi dauka erabakita bere estrategia: eskualde bakoitzeko doako astekari bat bultzatzea, **euskaldun bat dagoen etxe bakoitzeko astekari bat** egon dadin edo, gutxien-gutxienean, argitalpena eskuratzeko eskaria egiten duten guztiek kazeta jaso ahal izan dezaten.

Hedabideek **euskararen normalizazioan daukaten eragina neurtzeko**, zabalkundea eta maiztasuna elkarrekin lotuta ulertzen dira Topagunean; bi faktore horien neurgailu eta adierazle objektiboena, berriz, **inpaktu-kopurua** izango da, hots, ahalik eta euskaldun gehienengana iristea ahalik eta maiztasun handienarekin. Inpaktua ahalik eta handiena izan dadin, berriz, doakotasunean oinarrituriko zabalkunde erabatekoa lehenesten da; irizpide horretan oinarriturik, gutxieneko erritmo bat bilatuko da maiztasunean, eskualde-astekarien aldeko hautua hobetsita.

Ezin dugu ahaztu, gainera, erdarazko idatzizko prentsa ere, gero eta gehiago, doakotasuna aukeratzen ari dela irakurleak irabazteko. Komunikazio talde handiak merkatu

honetan gero eta toki gehiago hartzen ari dira, eta euskarazko aldizkariak indarra egitekotan doakotasunari eustea ezinbesteko baldintza izango da.

Hauxe da Topagunean erabakitako estrategia, hala ere gai honen inguruko eztabaida zabalik dago.

#### 4.1.3.- MAIZTASUNAZ

Errespetu handia zor diet produktu ezberdinak argitaratzen dituzten Topaguneko bazkide guztiei, hilabetekariak zein hamaboskariak, astekariak zein egunerokoak, doakoak zein ordaintzen diren aldizkariak; lehenetik azkenera guztiek baitute eragina euskararen erabileran.

Baina estrategiaz hitz egiterakoan, hobekuntzarako planteamenduez aritu beharra dago, optimizazioaz eta etorkizuneko ikuspegiak, euskararen eremu osoa aintzakotzat hartuta. Hautu baten alde egitea beste hautu bat eginga daukanarentzat goxoa ez bada ere, horra hor astekariaren alde egiteko daukagun testuinguruaren eta gogoetaren deskribapena.

Edozein analisi egin aurretik badira kontuan hartu beharreko zenbait kontu:

- Euskal Herrian euskaldunak bizi arren, eskualde bakoitzeko aldizkari bat izateko helburutik urrun gaude oraindik, eskualde askotan ez baitago inongo euskarazko prentsa lokalik, ez idatzizko ez beste ezelakorik.
- Hedabideen arloan idatzizko euskarriak ez dira bakarrak, irrati, telebista zein Internet bidezko hedabideak bultzatzea ere ezinbestekoa izango da euskararen normalizaziorako.
- Tokiko aldizkari zein egunerokoek dirulaguntzen beharra daukate bizirauteko; irrati zein Internet bidezkoek ere subentzioak behar dituzte, eta, zeresanik ez, herri telebistek.
- Aldundietako eta Jaurlearitako dirulaguntzetarako poltsek ez dute sektore honen ugaritze eta garapenerako aukerarik ematen; are gehiago, egungo aldizkari lokalak (zein bestelako tokiko hedabideak) laguntzeko eskas gelditu dira jadanik aipaturiko laguntzak.
- Tokiko hedabideetarako dirulaguntza nagusiak, salbuespenak salbuespen, udaletatik datoz, euskara normalizatzeko izendatutako diru poltsetatik, oro har.
- Erdal hedabide talde erraldoiak tokiko hedabideen esparruan gero eta toki gehiago hartzen ari dira.

- Orain artean euskara elkarteen esparrua bakarrik izan den honetan, EKTk ere bere produktuak ateratzeko erabakia hartua dauka, eta hainbat eguneroko argitaratzen ditu, tokiko informazioa landuta. EKTren helburuak eta Topagunearenak ezberdinak dira eta hautu bakoitzak dakartzan ondorioez gogoeta egitea ezinbestekoa izango da tokiko eragileentzat, bide bakoitzak proposatzen duen eredua aztertuta.

Horiek horrela izanik, honako gogoeta egingo nuke:

- Tokiko hedabideen biziraupenerako, eskualdekako multimedia taldeak sortzea hartu behar da helburutzat.
- Baliabide ekonomiko mugatuak daude (bereziki kontuan hartuta euskarazko hedabideek ezinbestean dirulaguntzak behar dituztela) eta hauek erantzukizunez erabili behar ditugu. Beraz, euskararen eremu osoan, eskualde bakoitzeko tokiko hedabideen panorama osoa hartu behar da kontuan produktu berriak kaleratu aurretik.
- Eskualde bakoitzeko aldizkari indartsu bat badago, bestelako hedabideak bultzatzea lehenetsi beharko litzateke, dibertsifikazioa lehentasunez hedabide ezberdinak sortzera zuzenduta. Guztiz autofinantzatzen diren idatzizko produktu gehigarri eta osagarriak kaleratzea beti ere positiboa izango da. Salbuespena izan daiteke gaztetxoei zuzendutako argitalpen osagarriak edo gehigarriak kaleratzea, nahiz eta guztiz ez autofinantzatu, sektore estrategikoa baita euskararen normalizaziorako.
- Euskal Herriko eskualde bakoitzean euskarazko tokiko aldizkari bat egon dadin egiten du lan federazioak. Erakunde publikoei (Jaurlaritzari eta aldundiei) dagokienez ere, beraien dirulaguntzetarako poltsak osatzeko eskakizuna behin eta berriz egin die Topaguneak. Egungo hedabideen laguntzek nahikotasuna izan dezaten ez ezik, “hutsune geografikoak” estaltzeko ere, diru poltsak egunera ditzaten indarra egin beharra dago. Beraz, eskualde batzuetako zenbait aldizkari berri aldizkari sendoenen aldean xumeak izan badaitezke ere, hauei arnasa eman behar zaie, eta diru banaketetan “estaltze geografikoa” kontuan hartzea defendatu beharra dago, laguntza guztiak eskualde indartsuenetara bakarrik joan ez daitezen.
- Herri/eskualdeetako tokiko hedabideen enpresa arteko elkarlana eta sinergien aprobeixamendua ahalbidetuko dituzten politikak lehenetsi beharra dago.

Aniztasuna aberatsa bada ere, gutxieneko bateratasuna ezinbestekoa izango da euskarazko tokiko hedabideen sare indartsu bat osatuko bada.

- Tokiko hedabide beregainak izango baditugu, hauen enpresa argitaratzaileetan tokiko eragileek izan behar dute aginpidea. Komunikabide taldeen monopolioak ez ditugu begi onez ikusten, ez erdaraz, ez euskaraz, ez ezelako hizkuntzatan.

Aurreko guztia kontuan hartuta, hona hemen **eskualdeko astekariaren alde** aipatuko nituzkeen arrazoi nagusiak:

- Tokiko albisteak lantzeko informazio nahiko gaurkotua lantzea ahalbidetzen dute astekariak. Asteroko *tempo*a hurbileko informazioarentzat egokia da. Argumentu honek indarra irabazten du, aldizkariarekin batera tokiko telebista, irrati eta Internet bidezko produktuekin osagarritasuna bilatzera jotzen bada, eguneroko eta momentoko informazio osagarria beste hedabide hauetan eskainita.
- Ekonomikoki bideragarri direla frogatuta dago.
- Publizitaterako euskarri interesgarriak direla ere frogatuta dago.
- Erabateko zabalkundea egitea bideragarria da, eguneroko banaketak duen arazo logistiko zein ekonomiko erantsiak ekidinda.
- Maiztasuna areagotzearekin eskaintzen den zerbitzuagatik (eguneroko informazioa ematea) nekez justifika daiteke honek suposatzen duen kostu erantsia.

#### 4.1.4.- DOAKOTASUNAZ

Euskara elkarteek tokiko prentsa bultzatzeko orduan helburu argi bat finkatu zuten: euskararen erabileran eragitea, horretarako euskaldun guztiengana helduta; helburu hori lortzeko, orain artean diseinatu den produkturik eraginkorrena definitzen asmatu zuten.

Topaguneak **erabateko zabalkundea** ere bultzatzen du, eta horretarako **aldizkarion doakotasuna hobesten du.**

Tokiko aldizkarien bidez euskaldunen *merkatua* ikaragarri zabaltzea lortu da. Euskarazko prentsagatik ordaintzeko prest egongo liratekeen herritarrak ez ezik, gainerako beste euskal hiztunetara ere naturaltasunez heltzea izan da euskara elkarten helburua eta lorpena: bestela inongo euskarazko produkturik jasoko ez luketenengana heltzea, euskara ikasten ari direnengana, seme-alaba euskaldunak dituzten etorkinengana, publizitatea jarri duten merkatarriengana eta abar. Nahi beste zabal daiteke zerrenda hau. Produktuaren eskuragarritasunak, doakotasunak, ahalbidetu du irakurle berri hauengana guztiengana

heltzea. Zenbakiak hotzak izan ohi dira, baina ezin dira aipatu barik utzi kontu hauek: sektoreak 150.000 hartzailetik gora dauzka, eta, horrenbestez, 500.000 inguru dira lortutako irakurleak.

Zalantzarik gabe, tokiko aldizkariari prezioa jartzeak lortutako *merkatu* hori hein handi batean galtzea ekarriko luke, bereziki erabileran aurrerapausoak emateko behar gehien duten sektoreetan (etorkin, euskara ikasle eta abarrengan). Tokiko aldizkariak saltzeak, automatikoki hauen botaldiak jaistea dakarrela frogatuta dago. Gainera, salmenta bidez lor daitezkeen diru-sarrerak garrantzitsuak izan badaitezke ere, beste aldetik publizitate-sarreraren jaitsiera izan ohi da aldizkaria saltzearen ondorio negatiboetako bat.

Doakotasunaz ari garenean behin eta berriz egiten zaigun galdera honakoa da: baina, irakurtzen al dira tokiko aldizkariak? Hau neurtzen duen azterketa orokorrik ez badaukagu ere, zenbait bazkidek (*Goienak, Noauak, Txintxarrik, Erazek...*) egin izan dituzte produktuen onarpena neurtzeko azterketak eta inkestak. Orain arteko datuen arabera baietz, maila ezberdinetan bada ere, tokiko aldizkariak irakurtzen direla ondorioztatu da aipatu inkestetatik. Hala ere, interesgarria litzateke urtero irakurleen jarraipena egitea, zalantzarik gabe.

Bestalde, esan beharra dago, baita ere, ordaintzeak berak ere ez duela bermatzen produktua gehiago edo gutxiago irakurriko denik. Militantziagatik, inertziaz nahiz *laguntzeagatik* ere erosten direlako euskarazko produktuak, edo egiten direlako harpidetzak.

Tokiko aldizkariaren harpidedunen interesa detektatzeko honako galbahea proposatu ohi da Topagunetik: interesa adieraztea. Interesatuak bere datuak eta helbidea eman behar ditu eta modu honetara **banaketa izenduna** egiteko oinarrizko harremana lortzen da.

Doakotasunaren aldekoa naiz, baina tokiko aldizkariarentzat diru-sarrera zuzenak baztertzea ere zaila egiten zait. Harpidetza, produktua eskuratzea, doakoa izan behar dela uste dut, baina bada herritarraren inplikazio ekonomikoa lortzeko beste modurik, **bazkidetza**rena edo **laguntzailearen** figurarena, esate baterako. Zalantzarik gabe, hauek jorratu beharreko bideak dira, autofinantzaketa igotzeko ez ezik, proiektu hauen parte sentiarazteko modu interesgarriak baitira.

#### 4.1.5.- TOKIKO ALDIZKARIEN SAREAZ

Helburu berarekin lan egiten duten euskarazko tokiko aldizkariaren sarea indartzeak eta hauen arteko harremanak estutzeak honako abantailak ekar ditzake sektorearentzat:

- 1.-Zerbitzu komun berriak antolatzea.
- 2.-Erosketak zentralizatzea eta merkatzea (papera, bulego materiala...).

- 3.-Produktu osagarrien ekoizpenerako guneak sortzea (gehigarriak, bestelako argitalpenak...).
- 4.-Ikerketa eta garapenerako baliabideak partekatzea (azterketak, inkestak...).
- 5.-Eskualdez gaindiko publizitatea eskuratzea (marka handiak).
- 6.-Ekoizkin orokorren elkartrukea ahalbidetzea.

Aldizkarien sarearekin lotutako abantaila hauek zalantzarik gabe beste hedabideetara ere orokortu ahal izango lirateke. Memento honetan hauetako zenbait funtzio betetzen ditu Topaguneak, baina seguruenik enpresa egitura espezializatu berriak beharko dira beste zenbait funtzio modu eraginkorrean kudeatzeko.

## 4.2.- TOKIKO IRRATIAK

Topagunean lau irrati bazkide besterik ez ditugu, baina federaziotik kanpo badira beste 26 euskaraz emititzen dutenak. Hauetatik 2 Euskal Herri mailakoak dira, herrialde mailakoak beste bost eta gainerakoak herri/eskualde mailakoak. Bistan da federazioak orain arte ezin izan duela eta apenas landu duela hedabide hau eta, beraz, irratiaren esparruari buruz deskribapen txiki bat besterik ez dut egingo.

### 4.2.1.- IRRATIEN EZAUGARRIAK

Honako berezko ezaugarriak dituzte oro har irratiak:

- 1.- Lantalderik txikiena eskatzen duen hedabidea da. Pertsona bakarrak egin dezake zuzeneko emisioa irrati bidez.
- 2.- Sakelako telefonoei esker, zuzeneko igorpena edonondik egin daiteke, ez bakarrik estudiotik. Edozein gertakizunen aurrean irratiak albistea beste edozein hedabidek baino azkarrago emateko gaitasuna dauka, eta minutu gutxira eskain diezaioke kontakizuna entzuleari.
- 3.- Irratia da herritarren parte-hartzea bermatzeko modu errazena, telefono dei batekin egin baitaiteke konexioa.
- 4.- Irratia hedabide merkea da. Tresneria digitala edonoren eskura egon daiteke, eta giza baliabide gutxirekin programa duinak landu ahal dira.

### 4.2.2.- EUSKARAZKO TOKIKO IRRATIAK ETA ARROSA EKOIZPEN ZENTROA

Argi dago irriaren eskuragarritasunak eta eskaintzen duen malgutasunak berari oso medio bizia bihurtzen dutela beste hedabideen aldean. Egungo euskarazko irri lokalei dagokienez, antolamendu mailan bereziki aniztasun handia dago. Hala ere, sektore moduan hainbat erronkari bateratsu ari dira aurre egiten.

**a.- Digitalizazioa:** irri asko digitalizatu dira eta besteak bidean dira, erabakigarria izaten ari den aldaketa honi aurre eginez. Irratietan ordenagailua ezinbesteko lan-tresna bihurtu da; teknologia berriek ekarritako aldaketa nagusia, berriz, abiadura areagotzearen ildotik etorri da, postproduzio digitalaren bidez, materialen kopiak azkartuta, garraioa erraztuta, abesti-artxiiboak ahalbidetuta, etab.

**b.- Arrosa Ekoizpen Zentroa:** tokiko irratiek beraien esparru naturala gainditzeko sortu dute Arrosako Ekoizpen Zentroa, honako helburuak bilatuta:

- Euskal Herriaren komunikazio-kohesioa bultzatzea.
- Euskararen erabilera sustatu eta euskalkien ezagutza zabaltzea.
- Euskal Herriko irratien arteko harremanak sakondu eta haien arteko elkarlana erraztea.
- Baliabideen trukaketa sustatzea.

Ekoizpenari dagokionez honako produktuak sortzea dute jomuga: magazin propioa, programen bankua, emisio komunak eta gizarte-eragileen irratsaioak.

**c.- Euskarazko irratien sarea:** irriak ez daude geldirik. Arrosako zentroa oso esperientzia interesgarria izango da euskararen erabilera areagotzeko. Hala ere, zentro honetako irri bazkide guztiek ez dute euskara hutsez funtzionatzen, zenbaiten programazioak elebidunak baitira. Azken horientzat Arrosako ekoizpen zentroa positiboa izan daitekeen moduan, euskara hutsezko tokiko irratien arteko sarea ere indartzea funtsezkoa izango delakoan nago. Maila txikian bada ere, horren adibide interesgarria da Euskal Irratiek (*Xiberoko Botza, Irulegiko Irratia* eta *Gure Irratia*) egindako bidea, hiru irratien elkarlanarekin emaitza oparoak lortu baitituzte.

## 4.3.- TOKIKO TELEBISTAK

### 4.3.1.- TOKIKO TELEBISTEN EGUNGO EGOERA

#### **a.- IZAERAZ**

Telebista da hedabideen artean izarra, irudi batek hamaika hitzek baino gehiago balio duela dioen esaerak hedabideen testuinguruan bereziki hartzen baitu protagonismoa. Telebista

mediorik garestiena da, baina era berean preziatuena ere bai, telebistan agertzen dena *egiatzat* jotzen baita sarri.

Baina gure euskarazko tokiko telebistak nolakoak dira? Dauden apurrak tamaina txikikoak eta baliabide gutxikoak dira, eta bizi duten sakabanaketa gainditu ezinka dabilta. Kasurik onenean 60.000 laguneko biztanleria hartzen da eremu bezala, baina gero eta zailagoa da merkatuaren eskakizunetara egokitzea. Erdarazko telebistek gero eta ordu gehiago emititzen dute katean eta euskaraz, aldiz, oraintxe hasi berriak dira elkartrukeko planteamenduak mahai gainean jartzen.

### **b.- KOPURUAZ**

Orain arte aztertutako euskarazko hedabideen egoera xamurra ez bada, euskarazko tokiko telebisten errealitatea gordina da benetan. Egun 60 bat tokiko telebista zenbatu ahal dira Euskal Herrian eta horietatik zazpi besterik ez dira euskara hutsezkoak. Tokikoetan 10etik bakarra bada euskaraz, hauei *ETBI* gehitzearen emaitza, estatu bakoitzeko (espainol zein frantses) ikusi ahal diren erdarazko kateekin alderatzen badugu eta satellite zein kable bidezko kateak kontuan hartzen baditugu, zer aukera daukagu *zapping* batean euskarazko kate bat harrapatzeko? Atera kontuak.

### **C.- LEGEAZ**

Iragan apirilaren 8an argitaratu zen Espainiako Estatuko Aldizkari Ofizialean 439/2004 Errege Dekretua (martxoaren 12koa); horren bidez, tokiko lurreko telebista digitalaren “Plan Tekniko Nazionala” deritzona onetsi zen. Plan Tekniko honen barruan zegoen Estatuan telebisten gainean dauden bi legeak indarrean jartzea: bata orain arte erreferentzia izan den 41/95 legea eta bestea 53/2002 legea, aurrekoa oinarritzat hartuta zenbait aldaketa ezartzen dituena.

Autonomia Erkidegoen eskumena da, berriz, euren esparruei dagozkien frekuentzien kontzesioak ematea, eta horretarako baldintzak ezartzea.

Orain artean igortzen ari diren tokiko telebistak alegalak direla esan daiteke, baina onartu berri den dekretuaren bidez esparru hau arautzeko prozesua ireki da eta euskarazko tokiko telebisten etorkizunerako erabakigarria izango da.

## **4.3.2.- JORRATU BEHARREKO BIDEA**

## a.- ERAKUNDEEN BABESA LORTU

- Frekuentzien kontzesiorako, irabazi asmorik gabeko sozietate mistoak (udalek eta gizarte-ekimenez bultzaturikoak) kudeatzen dituzten euskara hutsezko telebista kateak lehenestea.
- Eskualde bakoitzeko gutxienez euskarazko frekuentzia bat erreserbatzea. Horrez gain, egoera soziolinguistikoaren arabera euskara hutsezko lizentzia kopurua izendatzea. Gainerako kateen hizkuntza irizpideak ere egoera soziolinguistikoaren arabera kuotak ezarri arautzea.
- Tokian tokiko telebisten barne produkzioa bultzatzea eta estatu mailako hedabide-talde handien ekoizpenak katean zabaltzeari muga zorrotzak jartzea.
- Euskarazko tokiko telebistei inbertsioetarako laguntza bereziak erdiestea Jaurlaritzako Industria zein Ogasun sailetatik.
- Euskarazko tokiko telebisten eguneroko funtzionamendua diruz laguntzeko nahikotasuna izango duten poltsak era daitezela eta hauen finantzaketarako erakunde arteko hitzarmen bat adostu dadila.
- Euskarazko produktuak ekoizteko zentro bat bultzatzea.

## b.- TELEBISTA-SAREA ERATU

Bi norabidetan egin beharko da lan euskarazko tokiko telebista sarea eratzekotan:

1.- Egun lanean diharduten telebisten arteko elkarlana indartuta.

- Programen elkartrukea eginez emisio orduak aberasteko.
- Koekoizpenaren eta erosketen bideak errazteko.
- Artxiboko irudiak trukatzeko.
- Herriz/eskualdez gaindiko publizitatea kudeatzeko

2.- Telebista berriak sortzeko sustapen lana eginez.

- Hego Euskal Herriko eskualde (legeak proposatzen dituen 18 barrutiei beste hiru gehituz gero nahikoa izan liteke) bakoitzeko euskarazko tokiko telebista bat egon dadin.
- Sare indartsu bat eratuta, merkatuko legeei modu eraginkorrean aurre egin ahal izateko.

## c.- EKOIZPEN-ZENTRO BAT SORTU

Telebisten sare hau elikatzen ezinbestekoa izango da guztientzat produktu berriak ekoitziko dituen zentro bat sortzea. Horrez gain, trukaketa sistemak errazteko funtzioa bere gain har lezake zentro honek, edota arlo teknikoan aholkularitza ematekoa.

#### d.- ALIANTZAK LANDU

- **ETB1ekin:** ezinbestekoa izango da tokiko telebista sarearen eta ETB1en arteko elkarlana jorratzea. Batak zein besteak ekoiztako programak erabiltzeko aukerak irekita, artxiboen erabilerarako trukea eginda... Gainera, euskarazko tokiko telebistek ETB1en tokiko informazioari lotutako beharrak tokian-tokian betetzeko baldintzak azter litezke.
- **Euskaltelekin:** Euskaltelek euskarazko tokiko telebisten edukiak zuntz optiko bidez zabaltu eta euskarazko kalitateko telebista eta produktuak bultzatu eta lehenetsi beharko lituzke. Era berean, egun hiriburuetatik mugarik gabe banatzen diren erdarazko edukien zabalkundea mugatu beharko litzateke.

#### 4.4.- INTERNET

Orain artean tokiko hedabideen eremuaz eta zabalkundeaz aritu naizenez eskualdeaz mintzatu naiz. Baina Internetek muga geografiko guztiak apurtzen ditu, edozein tokitatik sartutako informazioa mundu osoaren eskura jarrita (konektatuta dagoen munduko partearen eskura, behinik behin). Interneten dagoen euskarazko produkzio osoa munduko edozein txokotan bizi den euskaldun ororen esku dago. Hori izugarria da.

Eta zein izan daiteke tokiko hedabideek Interneten egin dezaketen ekarpena? Argi dago tokiko informazioa dela eskain dezaketen materialik interesgarriena. Asmatu behar nola. Tokiko albistegiaren sarerako edizioak beste hedabideetan eskainitakoaren aldean balio erantsiren bat eskaini beharko luke; ikus dezagun zeintzuk izan daitezkeen horren abantailak.

##### 4.4.1.- SARERAKO EDIZIOEN ABANTAILAK

- Ez dauka espazio mugarik, irakurgarritasunak markatzen duena ez bada.
- Berehalako argitalpena denez, uneoro gaurkotasuna duten albisteak eman daitezke.
- Irakurleen *feedback*a lortzeko aukera handiak eta biziak ematen ditu.
- Bilaketak egiteko aukerak ematen ditu.
- Beste komunikabide guztiek (prentsa, telebista eta irratia) dauzkaten aukerak biltzen ditu bere baitan.

#### 4.4.2.- DINAMIKOTASUNA ETA JARRAIKORTASUNA, BEHARREZKO BALDINTZAK

Webgune biziak izango baditugu, internauten interesari eusteko modu bakarra egongo da: egunero informazio berria eskainiz elikatu behar dira webguneak. Horretarako edizio jarraituak dira interesgarrienak, Topagunean *Orainkaria* deritzoguna. Ez dauka jadanik zentzurik aldizkarien zenbakien kopia Interneten eskaintzeak, ez bada artxiboko dokumentu gisa. Internetek formatu propioa eskatzen du, eskaintzen dituen berehalakotasuneko aukerak baliatzea.

Bestalde, ediziorako sistema dinamikoek edukiak, egiturak eta itxurak modu autonomoan aldatzeko aukera ematen dute, kazetarien lana asko erraztuta. Albisteak edozein momentotan eta edozein tokitatik sartzeko aukerak, bilaketak egiteko aukerak, posta elektronikoko bidez zein albisteen iruzkinak eginez interaktibitatea lortzeko aukerak dinamismoa ematen diote webgune bati. Albisteei iruzkinak egiteari dagokionez, parte-hartzea sustatzeko modu interesgarria da, baina ezinbestean editore-lana eskatzen du sortu ohi diren eztabaidetan ordena jartzeko. Hori posible denean amu interesgarria suerta daiteke internautarentzat.

#### 4.4.3.- MULTIMEDIA ETORKIZUNAK DAKARKIGUNA

Aurrez adierazi dudan bezala, Internetek multimediaren aukerak biltzen ditu bere barnean, eta formatu ezberdinak aldi berean erabiltzeko aukerak ematen ditu, soinua dela, irudia dela zein testua dela. Oraindik elementu hauen nahasketekin produktu eta formatu berriak eskaintzetik urrun bagaude ere, etorkizuneko komunikazio-bide berriak hemendik etorriko dira. Tokiko multimedia taldeek, enpresa txikiak badira ere, hedabide ezberdinetako baliabideak beren esku dauzkate elementu ezberdinekin esperimentatzeko, eta beraz, esparru honetan ere garatzeko aukera askoz gehiago izango dute.

#### 4.4.4.- TOPAGUNEKO TOKIKO HEDABIDEAK INTERNETEN

Topaguneak urte batzuk badaramatza teknologia berriekin lanean, nagusiki tokiko aldizkariarentzat programak lantzen. Bereziki aipagarriak dira arlo honetan landutako bi egitasmo:

- **EDIT-ON edizio sistema:** *Goienarekin* elkarlanean garatutako edizio-sistema dinamikoa da, papererako zein Interneterako bertsioak era berean kudeatzeko gai

dena. Edizio sistema honek ON-LINE lan egiteko aukera ematen du, eta beraz, erredakziotik lan egin beharrik ere ez du eskatzen. Datu-base baten kontra lan egiten du eta edukiak Interneten argitaratu ahala eduki guztiak modu sistematikoan artxibatzen ditu. Paperezko bertsiorako aurrez katalogatutako maketa txantiloiak erabiltzen ditu.

- **Atari dinamikoa:** Topagunearen atari dinamikoak EDIT-ONEk erabiltzen duen datu-base beraren kontra lan egiten du, eta beraz, atari honetan tokiko aldizkari guztiak sartutako informazioa, dena batera eta modu dinamikoan eskaintzeko prestatuta dago. Egungo tokiko aldizkariak daukaten ekoizpen guztia batuz ikaragarriko material kopurua pilatzen joango da eta hori guztia ataritik zentralizatuta kudeatzeko diseinatu da. Tokiko informazioaz gain, erredakzio bakoitzean sortutako argazki-artxiboak kudeatzeko argazkitekera ere integratu da atarian, munduko edozein bazterretan egonda ere zure herriko kontuak euskaraz jasotzeko ez ezik, argazkiak ere eskuratzeko aukera emango duena.
- **Tokiko berri-agentzia:** Aurreko bi tresnen bidez euskarazko tokiko berri agentzia forma zehatza hartzen hasita dago dagoeneko. Tokiko aldizkariak EDIT-ONEkin lan egiten hasteko erredakzioetan beharrezko egokitzapenak egiten hasita daude; prozesu honen bukaeran euskarazko lehenengo tokiko berri-agentziaren jaiotza gauzatuko da.

## 5.- KUDEAKETA EREDUA ETA FINANTZAKETA

### 5.1.- KUDEAKETA EREDUAZ

Euskarazko tokiko hedabideek eskaintzen dituzten zerbitzuak ezin dira merkataritza-jarduera soil baten gisa kontsideratu; izaera publikoa daukate eta funtzio garrantzitsua betetzen dute euskarazko komunikazio-ehun indartsu bat egituratze aldera. Hori dela-eta, tokian tokiko eragileekin lankidetzak-formulak bideratzea ezinbesteko baldintza izango da hedabideon kudeaketarako.

Badira Topaguneko federatuen artean zenbait bazkide hedabideen **kudeaketarako formula mistoak** egituratzen asmatu dutenak, izaera juridikoa gorabehera arlo publikoa eta pribatua uztartu dutenak, beti ere gizarte ekimena (euskara elkarteak) egitasmo hauen erdian jarrita. Irabazi asmorik gabekoak izanik, eredu hauek adostasun-gune zabalak ahalbidetzen dituzte, eskualdeko gizarte-kohesiorako egitasmo sendoak egituratuta.

Tokiko hedabideen helburu eta norabideak bestelako interes ekonomiko, ideologiko, politiko edo partikularretara desbideratuko ez direla bermatzeko, **euskara elkarteek izan beharko dute hedabideon kudeaketarako erabakiguneetan aginpide nagusia**. Horrez gain, udal, mankomunitate eta bestelako tokiko eragileekin beharrezkoa izango da lankidetzaren formula sendoak urratzea; egonkortasuna bermatzea bereziki garrantzitsua izango da tokiko telebista edo multimedia taldeez dihardugunean, hauek eskatzen duten finantzaketa publiko garrantzitsua kontuan hartuta.

## 5.2.- FINANTZAKETAZ

Aurrekontu maila oso ezberdinekoak dira mintzagai ditugun hedabideok. Aurrekontu horien finantzaketarako, gainera, medio bakoitzak gaitasun ezberdina izango du diru-sarrera propioa eta publikoen arteko oreka bilatzeko orduan. Baina eredu bat ematekotan, honako eskema orokorra errepika liteke hedabide bakan edo talde guztietan:

Finantzaketa publikoa:

Udal aurrekontuetako dirulaguntzak (hauek dira pisuzkoenak).

Foru Aldundietako dirulaguntzak.

Jaurlaritzako dirulaguntzak

Finantzaketa propioa:

Publizitate sarrerak

Bestelako ekoizpenen salmentak

Dirulaguntza pribatuak (norbanakoenak, enpresenak zein bestelako erakunde publikoenak)

Bazkidetza-kuotak

### **a.- FINANTZAKETA PUBLIKOAZ**

Egungo diru baliabideekin egin daitekeenak goia jo duela nago; etorkizunerako erronka berriei aurre egiteko fase berri bat ireki beharko da. Tokiko hedabideetan garapen hau posible izan dadin, ez da nahikoa izango tokiko hedabideetako eragileen eta bestelako gizarte-eragileen ahalegina; erakunde publikoek ere mugimendu hau babestu eta jarraikortasunez lagundu beharko dute. Horretarako Jaurlaritza, aldundi zein udalen arteko hitzarmen bat beharrezkoa izango da, erakunde artean lehentasunak finkatu eta irizpide horien arabera babes ekonomiko egonkor bat hitzartua izan dadin.

### **b.- FINANTZAKETA PROPIOAZ**

1.- Edozein hedabidek publizitate-sarrerak behar ditu bizitzeko (baita saltzen diren medioek ere). Publizitatea gurera erakartzeko ahalegin guztiak dira gutxi, baina ezin da ahaztu gure merkatua euskaradunek mugatzen dutela eta, beraz, merkatu hori murrizta dela. Horrek erakunde publikoen aldetik diskriminazio positiboa egitea ekarri behar du, ez bakarrik dirulaguntzak emanez, baita beraien publizitate-kanpainak gurean sartuta ere. Publizitate instituzionala tokiko hedabideetara ekartzea ezinbestekoa izango da.

2.- Publizitate arloan erronkarik garrantzitsuena enpresa handien eta marken publizitatea erakartzea izango da. Horretarako hedabideen sarea kudeatu beharko da, eskaintza orokorrak eginda, tokiko hedabideekin batera banatuko diren nazio osorako produktu osagarriak eskainita...

## 6.- ONDORIOAK

Urte gutxian globalizazioaren eta Interneten eraginez aldaketa ikaragarriak jazo dira hedabideen mapan; euskarazko tokiko hedabideek etorkizunik izango badute, garai berrietara egokitu beharko dira. Horretarako lau norabidetan egin beharko da lan:

- a.- Euskarazko tokiko hedabideak eskualdeka antolatzea azpiegitura sendoak sortuta.
- b.- Tokiko aldizkari, telebista, irrati zein Internet bidezko egitasmoak elkartuta multimedia egitasmoak egituratzea.
- c.- Euskarazko tokiko hedabideen sarea indartzea, guztientzat zerbitzu komunak antolatuta, baliabideak optimizatuta eta elkarlana handituta.
- d.- Geure egitasmoak aurrera ateratzeko posible den guztietan elkarlanari aukera emanda, beti ere elkarlan horren ondorioz geure helburuak indartuko badira. Erakunde publikoekin, tokian tokiko elkarte, enpresa eta erakundeekin, euskarazko beste hedabide nazionalekin, euskalgintzako beste eragileekin... mota guztietako solaskideekin elkarlanean aritzeko aukerak bultzatzea merezi izango du.

Bide honetatik hedabide sendoagoak lortuko ditugu, zalantzarik gabe, baina ekoizitakoa euskaldun orenen zerbitzura jartzea izan beharko dugu jomuga. Tokiko hedabideek eskaintzen dituzten zerbitzuek izaera publikoa daukate eta hedabideok interesa azaltzen duen herritar orenen esku jartzea lortu beharko genuke, euskararen erabileran eragin nahi badugu behintzat.

Eredu pribatu integratzaileak behar ditugulakoan nago, bateratzaileak, irekiak eta tokian-tokian autokudeatuak, profesionalak baina herrikoiak, horrek bermatu ahal izango baitu tokiko informazioaren kudeaketa bizi eta parte-hartzaile bat.