



EUSKARAZKO KOMUNIKAZIO TALDEA (EKT): ETORKIZUNeko KOMUNIKAZIO TALDEAREN OINARRI SENDOA



Joanmari Larrarte



euskarazko **kazetaritzaren** I. kongresua

EKT euskarazko egunkari nazional bat sortu eta eskualdeetako egunkariak sustatzeko helburuarekin sortu zen, 2003an, *Egunkaria* itxi zutelako. Hala ere, EKTk hori baino askoz ere egiteko zabalagoa du: euskarazko komunikazio-eremua zabaltu eta aberastea du helburu nagusia, eta horretara bideratu behar ditu bere egitekoak.

1.- EUSKARAZKO KOMUNIKAZIO-EREMUA

Euskarazko komunikazio-eremua bi ardatzetan oinarritzen dugula esan daiteke: herria eta hizkuntza dira komunikazio-eremu hori egituratzen dutenak. Euskal Herrian euskaraz bizi nahi duen eta Euskal Herria euskalduna izan dadin ari denaren komunikazio-eremua osatzen dugu guztion artean, eta, horregatik, gure komunikazio proiektuek egiteko bikoitza dute: komunikabide izatea eta hizkuntza normalizatzeko tresna izatea.

Komunikabide izaera behar dute, lehenik, EKTren barnean garatuko diren proiektu komunikatiboek: alegia, lehentasuna komunikazio tresna izatea dute. Eta horrekin batera, hizkuntza normalizazioa ere helburu behar dute izan, euskararen normalizaziorako laguntza izan behar dute maila indibidual eta sozialean.

Euskarazko komunikazio-eremua, garatuz doan eremua izan arren, urria eta pobrea da, ingurukoekin erkatzen baldin bada. Tokiko hedabideen eremuan, zorionez, euskara gailendu izan da gehienetan, batez ere prentsan, herri edo eskualdeetan sortuz eta garatuz joan diren aldizkari eta egunkariei esker. Irratien eremuan, irrati libreen sare bat egon bada, baina, ale batzuk kenduta, batez ere ezintasun ekonomikoengatik, gutxi dira proiektu sendotu eta errotoak, eta are gutxiago planteamendu profesional batekin egindakoak. Telebistaren eremuan, berriz, gutxiago dira euskara hutsez funtzionatzen dutenak,

eta orain arte, euskararen aldetik, oso garapen urria izan du komunikabide horrek.

Tokiko hedabideetatik gora eginda, euskaldunok hautatzeko aukerarik gabekoak gara: gauza bakarra dugu euskaraz, hizkuntza berean beste konpetentzia eta aukerarik gabe, eta erdarazkoen ondoan urritasunean erabat galduta. Prentsan, informazio orokorreko egunkari nazionala bakarra da; astekariak 3-4 baino ez dira; aldizkari espezializatuak oso gutxi dira, eta ehunka gai jorratzen dituzten aldizkari tematikoak, gainerako hizkuntzetan ugariak, ez ditugu gurean (sukaldaritza, kirola, informatika... batzuk esateagatik). Euskaraz, orotariko programazioa duen irrati nazional bakarra dugu; gainerakoak herri edo eskualde mailakoak dira. Eta gauza bera gertatzen da telebistan: kate bakarra dugu euskaraz. Interneten ere, euskarazko komunikabideen eremua ez da oso aberatsa, eta gunerik gehienak prentsaren bidez emandakoa sareratzeko proiektuak dira; hala ere, badira *Berria*, *Sustatu*, *Uztarría* eta beste proiektu batzuk, garapen zabalagoa dutenak.

Baina okerrera ez da 'euskal kioskoa' hutsik dagoela eta erdarazkoak jaten duela, baizik eta horretara ohituta gaudela eta besterik ezin dena sinetsita gaudela euskaldunok: "egunkari bakarra izan dezakegu", "ez dugu bi telebista kate izateko ikus-entzulerik" eta antzeko beste zenbat ez ote dugu esan guztion artean. Eta horrek guztiak oiloaren eta arrautzaren eztabaida amaigabe bezain zentzugabea ere sortzen du: euskarazko komunikabideen kontsumitzaile kopurua handitu ezean, zaila da proiektu berriak sortzea, merkaturik ez dagoelako; baina, eskaintza zabaldu ezean, zaila da jendea erakartzea, denentzat 'balekoa' izango den produktu bakarra sortzea ezinezkoa delako gaur egungo gizartean. Ikus dezagun adibide batekin: *Euskadi Irratiaren* programazioak zaila izango zuen entzule euskaldun gazteak erakartzea, baina, Euskadi Gaztea sortuta, ez dut uste entzule gehienak irrati batetik bestera joango zirenik; seguru asko, gehiago izango dira erdarazko irrati

entzutetik euskarazkora ekarritakoak. Euskal Herriko gizartea mendebaldeko XXI. mendeko gizartea da, kontsumista, eta edozer gauza hartzeko garaian aukera zabal batean hautatzera ohituta dago.

Ondorioz, euskarazko gaur egungo komunikazio-eremu urria zabaldu eta aberastu nahi badugu, euskaldunen eskura proiektu berriak jartzen ahalegin handia egin behar dugu, azkar baino lehen. Lehen aipatu dugun kioskoa euskaldundu ahala bakarrik lor daiteke, seguru asko, gero eta euskaldun gehiago erakartzea euskal komunikabideen eta, oro har, euskal kulturaren kontsumora. Urte asko pasatu ditugu euskaraz bizi nahi duenarentzat oinarritzko tresnak sortzen, euskaldun gehiago egiteko bideak jartzen, baina XXI. mendean hori baino askoz ere gehiago behar da.

EKTk, Euskal Herriko beste komunikazio enpresa eta erakundeekin batera, erantzukizun handia du euskal kioskoa euskalduntzen. Euskal Herriak emandako babes sozial eta ekonomikoa eguneroko bat argitaratzera baino askoz ere egiteko zabalagora bideratu beharra dago.

EKTk gorago aipatutako bi ardatzetan garatu behar du bere ekimena komunikabidegintzan eta euskalgintzan, bi ardatzetan oinarrituta. Euskarazko komunikazio-eremua antolatu eta indartzea ezinbestekoa da, eta horrek bi printzipioak izan behar ditu gogoan, Euskal Herria erreferente izango duten komunikabideak ezinbesteko dira hemen, baina hori bezain garrantzi handikoa da euskaraz egitea. XXI. mendean ezin dugu egituratu Euskal Herriko komunikazio-eremua euskararen bidetik ez bada, bestela ez baitu aurrera egingo ez hizkuntzaren normalizazioak eta ez Euskal Herriak. Euskarazko produktu komunikatibo berriak sortzea izango da, egoera honetan, EKTren lan ildo nagusietako bat.

2.- ELKARLANA EZINBESTEKOA DA, ETA HORI BIDEA EGINEZ BAKARRIK LOR DAITEKE

EKT ez da nahikoa euskal kioskoa euskalduntzeko —argi utzita beti XXI. mendeko kioskoaz ari garela, prentsarekin batera ikus-entzunezkoak eta Internet ere kontuan hartzen ditugula—. Aurrean dugun erronka handi honetan, gainera, proiektu berri eta berritzaileak sortzea eta kaleratzea ez da nahikoa izango: horiek gizarteratu egin behar dira, ezagutarazi eta, eremuz nahiko txikia den herri honetan, sakabanatuta bizi diren biztanleengana hurbildu behar dira. Biztanleriaren herena da euskalduna Euskal Herri osoan sakabanatuta dagoena eta guztiei euskarazko produktuak ezagutaraztea ez da nolana hiko erronka.

EKTk bi norabidetan egin beharko luke lan hurrengo urteetan. Batetik, abian dituen proiektuak garatzearekin batera, proiektu berriak martxan jarri behar ditu, betiere bere baliabide eta ahalmenen barruan, proiektu osoa hipoteka dezakeen egoerarik sortu gabe. Bestetik, euskarazko komunikabidegintza garatzen ari garen enpresa eta erakundeen arteko elkarlana sustatzen eta lantzen egin behar du lan, ezinbestekoa izango baita, lehenago edo geroago, elkarrekin hainbat ekimen garatzea. Eta elkarrekin ez bada ere, garrantzi handikoa litzateke sektorean helburu berekin ari direnen artean lotura handiagoa izatea, besterik ez bada azterketa elkarrekin egin eta batera gogoeta egiteko aurrera begira zer beharko genukeen.

Indarrak biltzea biderik onena eta azkarrena dela erakusten hasi beharrik ez dago; horren ezaguera guztiok dugu, baina ondo zaila da gure artean elkarlana hitzetik ekintzara eramatea. Hala ere, bakoitzak bere ekimenak izan arren, sektorea egituratzea eta komunikazio-eremua indartzea elkarlanean egingo dugun zerbait da. Denborak, ezinbestean, elkarrekin aritzera ekarriko gaitu; denborak eta, euskarak aurrea egin ahala, Katalunian bezala, erdaraz ari diren talde handien eraginak.

Elkarrekin lan egiteko akordioak lortzea ez da beti posible izaten, baina, ahal den tokietan, bide horretatik jotzeko asmoa du ETKk. Euskal Herrian, eta bereziki euskalgintzan, elkarlanaren beharra askotan azpimarratu izan dugu guztiok ere, baina, gero, oso gutxitan ikusi da ekimen zehatzetan gauzatuta. Agian, gauzak atzekoz aurrera egin izana izango da horren arrazoia. Urteetan, sektore osoa batera 'elkarlanera' bideratu beharra azpimarratu izan dugu, horren emaitza zehatzak zein izango liratekeen definitu gabe, eta hori ez da biderik eraginkorrena, ekimen zehatzak elkarrekin egiteari ekin gabe ezin baita ikasi batera edo bata bestearen ondoan lanean aritzen.

Sektore osoa bildu gabe ere ados daudenak lanean batera jarri dituzten ekimen batzuk izan ditugu euskal komunikabidegintzan; *Hitza* egunkariak eta *Asteon* aldizkaria dira horietako batzuk. Bada, azken bi urtean egindako ahaleginak gehiago erakutsi eta lagundu du elkarlanean eta sektorea antolatzen, aurreko urteetan elkarlanaren beharra eta balioa azpimarratuz esandako guztiak baino.

ETKk gero eta ahalegin zabalagoak egingo ditu sektoreko eta sektoretik kanpoko eragileekin batera ekimenak sustatzeko, horrek komunikabide gehiago edo daudenak sustatzea ekarriko duelakoan. Bide horretatik, sektorea egituratzeko modu bat garatzen ere ari garelakoan gaude.

3.- EKTren LAN ARDATZAK

2003ko maiatzean abiatu ginenetik, *Berria* lehenbailehen kaleratu eta eskualdeetako bazkideekin batera hainbat proiektu berri abiatzea izan da lehentasuna. Lehentasuna kalean egotea izan da, azkar abiatu eta sendotasunez kaleratu kalitateko proiektuekin. Komunikabideak martxan jartzeko gaitasuna izan badugula erakutsi dugu Euskal Herrian (*Egunkariako* langile ohien, euskalgintzaren eta

herriaren parte-hartzeak ekarri du EKT eta antzera sortu izan dira euskarazko gainerako komunikabideak ere), baina ezer gutxirako balio dute kalean dauden komunikabideek, baldin eta kontsumitzen ez badira. Euskarazko prentsa osoak bezala, hau dugu guk ere egiteko nagusia: gure produktuak euskaldunen artean ezagutarazi eta haien aldeko hautua egin dezaten lortzea.

Erronka da, sekulako erronka urteetako eskarmentuak adierazten digun bezala, lehenago aipatu dugun euskal kioskoa euskalduntzea eta sektorea egituratzea bezain garrantzitsu eta zailak.

Euskarazko komunikazio-eremua egituratuz joateko, elkarlanerako guneak eta aukerak sortzearekin batera, gutxienez hiru tresna hauek behar dira:

Euskarazko komunikabideak, gero eta gehiago gizarteko sektore guztien beharrei erantzuteko.

Euskarazko komunikabideen kontsumitzaileak (irakurleak eta ikus-entzuleak), dauden eta sortuko diren komunikabideek beren hartzailea izan dezaten.

Komunikabideak sortzea posible izateko eta hartzailearengana iristeko behar bezalako azpiegitura euskarazko medioentzat.

Hiru puntutan bildutako behar horiei erantzuteko, EKTk ardatz hauetan oinarritu nahi du bere lana, betiere euskarazko komunikazio-eremua indartu, egituratu eta zabaltzea helburu nagusi hartuta:

Lehenik eta behin, dituen komunikabideak sendotu eta berriak sortzeko ekimenak sustatuko ditu bere enpresen artean.

Ahalik eta zabalkunderik handiena lortzera ere bideratuko ditu bere ekimenak, euskaldunen artean euskarazko medioek gero eta harrera hobea eta kontsumo handiagoa izan dezaten.

Komunikabideen bideragarritasuna eta zabalkundea ziurtatzeko ezinbestekoak diren azpiegiturak sortu edo eragiteko ekimenak abiaraziko ditu, daudenez gain.

Eta akordioak bideratzen ahaleginduko da, sektorekoen artean indarrak bildu eta proiektuen bideragarritasuna ziurtatzearekin batera erdarazko medioei aurre egiteko bideak jarritz.

Aipatutako ardatzetan oinarritzen ari da EKTren ekimena martxan daraman urte eta erdian, eta bide beretik jarraitzea du asmo eta helburu nagusia. Horri begira, hainbat ekimen ditu abian eta proiektuan.

4.- EKTren EKIMENA

4.1.- PRENTSA NAZIONALA: *BERRIA*

Garatzen ditugun proiektu guztiak kontuan izanda ere, gaur egun behintzat, hau da EKTren izarra eta lehen produktua. Egunkari nazionala delako, gero eta euskaldun gehiago ekarri behar dituelako eta, ahalik eta bideragarriago egiten den neurrian, independentzia handiagoa ekartzearekin batera, gorago aipatutako erdal kioskoa euskaldunduz joateko sekulako akuilua izango litzatekeelako.

Irakurleari informazio zehatza eta gogoetarako tresnak emango dizkion Euskal Herriko egunkari nazional nagusia izatea du helburu *Berriaren* proiektuak. Egunkari hau, informazio aldetik, merkatuko gainerakoen pareko da, eta lehen egunkari eta bakarria izateko baldintza guztiak betetzen ditu; gero eta gehiago dira, *Egunkariaren* hasierako garaietan ez bezala, *Berria* egunkari nagusi eta bakarria dutenak. 52 orrialdeko informazio orokorreko egunkaria da proiektuaren oinarria, zeinean Euskal Herriko eta munduko berri izateko behar den informazioa biltzen den. Hori bai: egunkari nazionala den heinean, probintziako egunkariak betetzen duten hainbat funtzio ezin ditu maila berean bete: tokiko informazioa edo kirol talde nagusien jarraipena, esate baterako.

Gaur egun, informazio orokorreko egunkariarekin batera, eguneroko gehigarria kaleratzen dugu: *Tartea*. Euskarazko egunerokora etorritako irakurle berriak egunkaria irakurtzera ohitzeko asmoarekin sortu zen gehigarria, euskaraz egunero irakurtzera ohituta ez zegoen irakurlearentzat baliagarri izateko. Hartutako bideari eutsi egin zaio, bi arrazoi nagusirengatik:

1.- *Berria* bezalako egunkari nazional batek ohiko orrietan oso toki txikia izan dezaketen gai askorentzat plaza aproposa delako eta, informazio 'nagusiarekin' batera, egunero aldizkari bat eskaintzeko aukera ematen duelako.

2.- Irakurlearen gustukoa delako; izan ere, inkestaren emaitzetan eta hortik kanpo jasotako iritzietan irakurleen gustuko saila dela neurtzeko aukera izan dugu.

Eguneroko *Tartearekin* batera, beste hiru gehigarri argitaratu izan ditu *Berriak*: *Mantangorri* (haurrentzako gehigarria, txikientzat ere periodikoa baliagarri egiten duena); *Igandea* (egunerokoari hain lotuta ez dauden erreportaia eta elkarrizketa landuagoak argitaratzeko diseinatutakoa); eta *Egitura* (Ekonomiari eskainitakoa, eta gai horri eskainitako agerkaririk euskaraz ez dagoenez, garrantzitsua da *Berriak* bere tokia ematea, maila guztietako irakurleentzat aukerak zabaltzea egokia izan daitekeelako). Gehigarri tematikoen bidea gehiago jorratuko den erabaki gabe dago, gai batzuk sakontzeko beste aukera batzuk ere aztergai daudelako.

Berriaren erronka nagusia da, batetik, hasierako produktuaren mailari eutsi eta poliki-poliki hobetuz joatea, eta, bestetik, gaur egun irakurle ez diren horiengana iristeko bidea egitea; gero eta gehiagok erosi eta irakurtzea, alegia. Esku artean dugun produktua, gutxienez merkatuko gainerakoen pare dagoen neurrian, produktu konpetitiboa da, eta euskaldunak erakartzeko bidea egin behar da, bide luze eta zaila izango dela kontuan izanda eta euskal prentsa osoaren sustapenaren bidetik etorriko dela jakinda.

4.2.- ASTELEHENETAN EUSKARAZKO EGUNKARIA?

Hego Euskal Herriko egunkari guztiak egunero argitaratzen dira, astean zazpi egunez alegia, Espainiakoen ohiturari jarraiki. Hori dela eta, *Euskaldunon Egunkaria*-ren sorreratik bertatik euskarazko egunkaria astelehenetan ez argitaratzea hutsune handia dela pentsatu izan da, eta beti sumatu izan da astelehenetan ere argitaratzeko beharra. *Euskaldunon Egunkaria*-k, 13 urteko ibilbidean, ez zion eutsi erronka horri, inbertsioak kontuan izanda, euskal prentsa sustatzeko beste ekimen batzuetan ikusi zuelako lehentasuna. Hala ere, ez dira gutxi astelehenetan argitaratzeko entzuten diren eskariak.

Astean beste egun batez argitaratzeak gaur egungo defizita handitzea ekarriko luke, eta hori ez da erraz har daitekeen erabakia. Diru sarreretan, salmentagatikoak gehituko lirateke, egun bat gehiagoan argitaratzeagatik askoz ere publizitate gehiago ez litzatekeelako sartuko. Irteeretan, berriz, kontzeptu guztiak handituko lirateke, pertsonaletik hasi eta banaketaraino.

Hego Euskal Herrian, euskal prentsaren normalizazioari begira, astelehenetan ere euskarazko egunkari bat izatea garrantzitsua izango litzateke, batez ere irakurleak egun horretan erdarazko beste egunkari baten beharrik izan ez dezan, eta hori oso kontuan hartzekoa da. EKT aztertzen ari da zenbateko inbertsioa egin beharko litzatekeen eta horren emaitza zein izango litzatekeen.

Gainera, EKTk erabakia hartu aurretik, ezinbestean azertu beharko lituzke euskal prentsaren beharrak, lehentasuna zerk duen neurtzeko: asteleheneko egunkaria argitaratzeak edo beste era bateko ekimen bat abiatzeak.

4. 3.- PRENTSA NAZIONALA: GAZTEENTZAKO ARGITALPENA

Astekari nazional bat argitaratzea erabakita dago; gazteei beren gustuko eta intereseko informazioa emateaz gain, gazteak egunkaria irakurtzera ohitzea ere izango du helburu. Jakina da gazteak ez datozela egunkaria irakurri zale, eta jabetu behar dugu, orain lan egiten ez bada, gerora zaila izango dela gazteok erakartzea; hori lantzeko eta euskarazko egunkarira 'ohituz' joateko sortu da gazteentzako argitalpen berria.

Euskal Herriko gazteen artean gero eta gehiago dira euskaraz ikasten dutenak, eta, beraz, gero eta txikiagoa da belaunaldi helduagoek euskara idatziarekin izan zezaketen zailtasuna; ondorioz, euskarazko argitalpenen kontsumoak ere gora egin beharko luke belaunaldi berriekin batera. Bada, ez da hala gertatzen. Jakina den bezala, euskal kultur produktuen kontsumoak ez du gora egin azken urteetan, eta liburu eta musikaren kontsumoak, gainera, behera egin du. Mundu osoko joera dugu gazteak ez direla egunkarizale, baina Euskal Herrian, horrekin batera, euskaraz ikasi duen eta bizitzeko aukera duen eta prentsa irakurtzen duen gazteak ere maiz jotzen du erdarazkoa hartzera. Beraz, belaunaldi berriek berez dakartzaten aldaketekin batera, bere hartan jarraitzen du euskararen egoera normalizatugabe eta diglosikoak beti izan duen arazoak ere; gazte euskaldunak ere erdaraz bizi direla, alegia.

Egoera kontuan hartuta eta gazteen artean ohiturak sortzen edo aldatzen joateko, gazteentzako astekaria argitaratzeari ekin zaio: 16 orrialdeko astekaria, hain zuzen. Doakoa da, eta banaketa bikoitza du. Alde batetik, *Berriara* gazteak erakartzeko helburua ere baduenez, egunkari horrekin batera banatuko da, gehigarri bat balitz moduan. Bestetik, doan ere banatuko da gazteak dabilzan tokietan; unibertsitatean eta eskoletan banatuko da, astero.

4.4.- TOKIKO PRENTSA: HITZA

Euskaldunen artean, ohitura dela edo euskaraz irakurtzeko zailtasuna dela, erdarazko egunkariak erosi eta irakurtzen dira

gehien. Euskarazko komunikabideek zail dute aurrera egiten, non eta euskaldunak euskarazko prentsara erakartzeko bideak jartzen ez diren eta erdaratik euskararako pausoa errazten ez den. Hori kontuan hartuta, tokiko informazioan oinarritutako egunkarien bideari oso egoki deritzo *Berriak*, eta *Egunkaria*-k Tolosaldean hasi zuen bideari jarraitzea erabaki zuen, hainbat eskualdetan *Hitza* sortuz. 2004. urtearen amaieran, sei proiektu izango dira abian.

Hitza proiektu sendoa da gaur egun, alde askotatik hartuta:

* Enpresa sortzeko garaian, EKTren izenean ari den Bertako Hedabideak SL enpresa indarrak batzea lortzen ari da: herrietako aldizkari eta euskara elkarteekin batera abiatu dira proiektu guztiak, eta elkarlan hori garrantzi handikoa da, lan egiteko modu bat garatzen duelako.

* *Hitza*ren bidez, herritarrari tokiko informazio aberatsa, kalitatekoa eta plurala eskaintzeko bidea egiten da. Erreferentzial bihurtzen ari da eskualde bakoitzeko euskaldunen artean. Informazioa ematen duelako erreferentziala izatea da garrantzitsua —eta ez bakarrik euskaraz delako—, horrek ekartzen baitu harpidedunak baleko produktu bat eskuratu nahi duelako egitea harpidetza, eta ez izatea proiektua laguntzeko beste ekintza bat.

* Tokiko informazioa bakarrik jasotzen duen egunkaria izan arren, *Hitza* bakoitza eskualdean gehien irakurtzen den egunkaria izatea lortu nahi da, eta horretarako modua egin behar da. Tolosaldean, gaur egun, gehien banatzen den egunkaria *Hitza* da, eta ez espainierazko bat.

* Banaketa sistema garestia da egunero etxeraino eramatea, baina urteetan herri aldizkarien, astekariaren eta egunkariaren bidearekin euskal prentsaren zabalkundea handitu ez bada, bestelako urratsak nahitaez egin behar dira, helburua euskal prentsa osoarentzat irakurle eremua zabaltzea izan behar baitu. Harpidetza bidez eta etxeraino banatzeak aukera

ematen digu euskal prentsara hurbiltzeko prest dagoena identifikatzeko. Horrek erraztu egingo digu euskal kultur produktuak zuzenean eskaintzeko aukera. Jada badira, baina, denborarekin, gero eta erabilgarriagoak izango dira euskal kultur produktuen publizitatea egiteko.

Dударik gabe, lurra ereiten ari gara euskarazko prentsaren irakurleak erakartzeko, eta arian-arian lor dezakegun zerbait da. Egunero euskaraz irakurtzera ohitzen den hura euskarazko astekari eta egunkarietara erakartzea errazagoa izango da, hori lortzen ez duena baino.

Hauek kontuan hartuta, orain arteko proiektuak, diru laguntzak dauden neurrian, bideragarri izaten hasi direla ikusten ari garenean, aurrera ere landu beharreko eremua da eskualdeetako egunkariena.

Aipatutako arrazoi guztiak hor daude, eta emaitzak biltzen ari dela ezin da ukatu. Eskatu duenari bakarrik banatuz, lau eskualdetako proiektuen bidez, 25.000 etxetan *Hitza* astean sei egunez sartzea lortu den heinean, emaitza ona da.

Bada, hala ere, oraindik asko landu beharreko eta oraindik urrun zaigun gai bat: publizitatea. *Hitza* bakoitzak bere diru-sarreraren %35-40 inguru lortzen ditu publizitateetik eta hau kopuru oso inportantea da (egunkari nazionalaren proportzioaren gainetik ere badaude). Hala ere, zabalkundea lortzen ari garen neurrian, garrantzi handikoa da euskarara orain arte etorri ez den publizitatea erakartzea –batez ere marka handien publizitatea– eta gaur egun dagoenak euskaraz publizitatea egitea errentagarria dela ikusaraztea, baina hori oraindik ez da lortu. Publizitatearen gaia oso garrantzitsua da, eta zabalkunde masiboen bidez lortzen ahalegindu beharrekoa, etorkizuneko euskarazko komunikabideen bideragarritasuna ezin dugulako diru laguntzen baitan utzi.

Hitza proiektuaren aldeko apustua ikusita, batek baino gehiagok planteatu du *Berriak* ez ote duen tokiko informazioa jasotzeko biderik

egingo. Dударик gabe, egunkari nazionalaren bidez tokiko informazioa lantzeko aukerarik ikusi ez duelako ekin dio ETKk bide horri. Euskal Herri osoko tokiko informazioa ondo lantzeko, gaur egungo egunkaria halako bi beharko lirateke bakarrik tokiko informazioarekin, eta hori, dударик gabe, bideraezina da. Horregatik, eskualdeetako egunkariaren bideari oso egoki deritzo ETKk, *Berria* egunkari nazionalaren osagarri erabatekoak baitira.

4.5.- INTERNET

Interneten ETKk gaur egun duen garapena *berria.info* da. Webgune horren eskaintza ardatz hauetan oinarritzen da:

- ? *Berria* sarean jarri.
- ? *Berriaren* hemeroteca eskaini.
- ? Egunean zehar, edizio jarraitua.
- ? Irakurleak parte hartzeko foro eta inkestak.
- ? Gune tematiko eta monografikoak gertaera eta une jakinak jasotzeko.
- ? Ingeleseko edizioa.

Ikusten denez, bi dira Interneteko komunikazio proiektuaren ardatz nagusiak: *Berria* sarean jartzea egunero eta edizio jarraitua, eguneko berrien jarraipena egiteko. Edizio jarraituaren bidez, *Berriaren* irakurleak eguneko albiste nagusiak gertatu ahala jarraitzeko aukera izaten du, eta biharamuneko egunkarian topatuko dituen berri nagusien aurrerapena topatzen du.

Horixe da, aurrera begira ere, oraingoz bederen, Interneteko proiektuaren muina, prentsak ematen ez duen aukera hori, gertatutakoaren berri berehala ematea, euskarri horri lortzea. Horrekin batera, webgune tematikoen bidez egin dezake bere ekarpena ETKk; kultur eremuko zenbait webgune egiteko nahia askotan planteatu izan da, eta horretarako aukerak aztertzen ari da. Izan ere, kultur eremuan, euskaraz, bada hutsunerik Interneten.

4.6.- BESTELAKO KOMUNIKABIDEAK

EKTK aztergai du prentsa ez den beste euskarrietako komunikabideetan abiatu behar ote duen. Hasieran esan dugun bezala, euskaldunok irrati bakarra, telebista bakarra, egunkari bakarra izatera ohitu gara: ezin da hortik gorako ezer egin, ez dugu hartzailerik eta ez dugu baliabiderik. Baina, gure ustez, hartzaile berriak erakartzeko ez da nahikoa gaur egungo eskaintza: eskaintza hori zabaltzen den neurrian lor daiteke jende gehiago erakartzea. Bide hori egiten hasi beharra dugu euskaldunok, baina baliabide ugari behar da horretarako, eta gaur egun ditugunak ongi neurtu behar ditugu, ematen den pauso orok atzera bueltatik gabeko ziurtasuna behar baitu, dena kolokan jarri gabe.

EKTK ez du erabakirik gai honen inguruan, baina euskarazko komunikazio-eremuaren garapena eta inguruko erdarazko komunikazio talde nagusien pisua kontuan hartuta, ezin dio uko egin bide hori ere lantzeari. Gaur egun garatzen ari garen politikari esker, urte batzuk barru asko handi daiteke —eta horretara bideratzen ari gara indar guztiak— euskarazko komunikabideen hartzaileen kopurua; eta orain ezin gara euskara helburu ez duten komunikazio taldeen atzetik ibili: euskal komunikabidegintzan lanean ari garenok izan behar dugu ziurtatuta orain ereiten ari garen zelaia gerora ere guk landuko dugula.

4.7.- EUSKAL PRENTSAREN AZPIEGITURA INDARTZEKO EKIMENAK

Prentsez hitz egiten dugunean, egunkari eta aldizkariez hitz egiten dugu, baina, haiek ekoitzi eta irakurlearen eskuetara iritsi arte, azpiegitura oso bat behar da. Euskal Herrian, azpiegitura hori batez ere komunikazio talde nagusien esku dago; esate baterako, Vocento taldeak bere egin du lehenago zabalduago zegoen banaketa sektore

ia osoa. Egoera hau ere kezkatzekoa da euskarazko prentsarentzat, kanpoko zerbitzuak erabili behar dituen neurrian euskararen egoerak sortzen dituen beharretatik urrun dauden irizpideak baitira nagusi.

Hori ikusirik, Euskal Herrian ere komunikazio talde indartsuen ondoan lan egiteko antolatu eta egituratuz joan beharra dugu. EKTK ez du gaur egun azpiegitura osoa antolatzeko asmorik, ahalmenik ere ez duelako. Derrigorrez, kanpo zerbitzuez baliatu beharra dugu, errotatibatik bertatik hasita, gure egunkarien tamainagatik. Hala ere, azpiegitura hori eratuz joaten hasteko, neurri batzuk ere bideratu ditu hasieratik EKTK.

Publizitate agentzia eta banaketa enpresa sortu ditu EKTK, eta hasieratik hainbat egiteko taldeko enpresetan antolatu. Enpresa horien bidez, egunkarietako publizitatea kudeatzeko eta harpidedunei etxean banatzeko azpiegitura sortu da, kanpoko zerbitzuen menpe erabat ez egoteko, aurreko eskarmentuak erakutsi digulako, kanpoko zerbitzu horiek erdarazko komunikazio-eremua sustatzea helburu duten komunikabide batzuen taldeetakoak direnean, euskarazko medioen beharrei erantzuteko antolaketarik ez dutela eta interesik ere ez dutela.

5.- HURRENGO URTEEI BEGIRA DATORKIGUN EGOERAZ GOGOETA

Prentsan, hurrengo urteetan, eragina izango du doako egunkariak sortzen ari diren egoera berriak, horrelakoak ugaltzen ari baitira. Doako egunkari lokalak asko ugaritzen ari dira hirietan, eta, dirudienez, Europa osoan, estatu mailako doakoen aukerak ere aztertzen ari dira. Bide horretatik, Hego Euskal Herrian baditugu doakoak bi hiriburutan, Bilbon eta Iruñean, eta, ematen duenez,

hurrengo hilabeteetan beste batzuk argitaratzeari ekingo diote Espainiako komunikazio talde handiek.

Hori ikusirik, hainbat gogoeta kaleratu behar dugu, eztabaidatu eta aztertzeko interesgarriak:

5.1.- DOAKOA IZATEA

Doako prentsaren aukera, duela gutxi arte, Euskal Herrian tokiko aldizkariei lotuta egon da, eta euskarazko herri aldizkari gehienak (ia denak) doan banatu izan dira, harpidetza bidez edo era masiboan. Orain, ordea, komunikazio talde handienak ere doako produktuekin merkatuan tokia hartu nahian dabilta.

Euskarazko prentsa salmentarekin eta publizitatearekin ez da bideragarria gaur egun, eta diru laguntzen beharra handia da oraindik ere. Horregatik, argi dago publizitatearekin bakarrik finantzaturako prentsa ezinezkoa dela euskarazkoaren kasuan. Diru laguntza handiak izan ezean, euskarazko medioak ezin dira lehiatu erdarazko doakoekin.

5.2.- ERAGINA EUSKARAREN NORMALIZAZIOAN ETA ZABALKUNDEAN

Doako egunkariak kaleratzeak ohiko egunkarien salmentan zenbateko eragina duen oraindik ez dago argi, baina, dudarik gabe, euskaldunontzat argi dago: gaur egun, nagusiak hartuta 6-7tik bakarra bada euskarazkoa, laster 9-10etik bat izango da euskarazko egunkarien 'dentsitatea' Euskal Herriko kioskoetan. Euskararen presentzia urtetik urtera txikiagoa da proportzioan, erdarazko berri bat dagoen heinean euskarazko bakarraren pisua jaitsi egiten delako.

Erdarazkoak ugaltzen ari diren neurrian, gero eta aukera handiagoak bakoitzak nahi duen moduko produktua topatzeko; izaera guztietako jendearentzat egin beharreko egunkari bakarraren bidez

ezinezkoa dena. Horrek ere zaildu egingo du euskarazko egunkariaren zabalkundea, bakoitzaren interes eta beharrak asetzeko aukera handiagoa topatuko duelako irakurleak erdarazkoen artean duen ugaritasunean.

Euskal prentsaren sektorean oso ondo aztertu behar dugun fenomeno da hori, euskarazko komunikazio-eremua osatu eta zabaldu nahi bada, kioskoan gero eta ezkutuago geratuko den euskarazko prentsak bere tokia egin dezan lan egin beharko dugulako.

5.3.- SEKTOREAREN EGITURAKETA BERRIA

Doako produktu horiek publizitatea dute diru iturri, eta, asko ugaltzen badira, ezinezkoa izango da egunkari guztiak finantzatzeko adina publizitate izatea; are zailago publizitate nagusia batez ere ikus-entzunezkoetara bideratzen ari den garai honetan. Horrek guztiak erdarazko komunikabideen sektorea ere berregituratzea ekarriko du hurrengo urteetan; gaur egun tokia hartzen ari diren talde handi horietako batzuek aurrera egingo dute doako produktuekin, baina beste batzuek zail izan dezakete etorkizuna. Baina oraindik garaiz da aurreikuspen txukunak egiteko, beste hipotesietako bat etorkizuneko egunkariak doakoak izatea delako. Hala ere, batera edo bestera, urte hauetan zabaltzen ari den sektoreak egituraketaren bat derrigorrez beharko du.

Egoera honen aurrean, euskarazko prentsak ere egin beharko du bere gogoeta eta aurrera egiteko ekimenak garatu beharko ditu, ahal den neurrian indarrak bilduz eta erdarazko komunikabide talde nagusien pare lan egiteko egitura sortuz. Indarrak batu eta elkarrekin aritzeak garrantzi handia izango du aurrera begira eta EKT prest dago bide horretan lan egiteko, akordioak egin ditzakeen edonorekin elkarlanean aritzeko prest, urratsez urrats euskal komunikazio-eremua euskarazko egiten joan gaitezten.