



PAPER EUSKARRIA XXI. MENDEAN



MARTXELO OTAMENDI



euskarazko **kazetaritzaren** I. kongresua

Arratsalde on denoi eta mila esker antolatzaileei Batzar hau antolatu eta parte hartzeko aukera emateagatik. Zer egin behar dugu euskarazko prentsarekin, barruan dihardugunok eta kanpotik ari direnek?

Ez naiz berriro hasiko Euskarazko Kioskoaren matrakarekin, antolatzaileek espresuki eskatu didatelako zer edo zer berria esateko, baina utziko didazue oinarrizko diren datu batzuk ematen.

1.- Euskarazko prentsaren panorama ez da asko aldatu azken 25 urteotan, eta aldatzekotan gehiago aldatu da kualitatiboki kuantitatiboki baino; askoz kabezera gehiago ez dauzkagulako orduan geneuzkanak baino. Ez naiz ni pertsonarik egokiena *Euskaldunon Egunkariaren, Berria* eta *Hitza* proiektuen jaiotzaren garrantzia azpimarratzeko, eta herri aldizkarien lan garrantzitsua eta oparoa aski frogatua dago. Baina, hori horrela izanda ere, gutxi aurreratu dugu azken bizpahiru hamarkada hauetan. Antzeko zer edo zer gertatu zaigu irriaren eta telebistaren alorrean. *ETB1* jaio zenean, Hegoaldean, hiru katetik bat euskaraz zen; gaur egun, aitzitik, ia ehun kate topa litezke gazteleraz tematikoak kontuan hartuta. Paperera itzulita, gaztelerak eta frantsesak sekulako aurrerapena egin dute komunikabide idatzietan, tematizazioaren alorrean batik bat. Katuei buruzko, bai katuei buruzko, hiru aldizkari desberdin topatu ditut gazteleraz.

2.- Oso zaila da horren eskaintza murriztarekin, salmenta zifra handiak lortzea. Erosgai dauden "temak" oso gutxi eta oso normalak ez direlako: informazio orokorra, zientzia eta teknologia, kultur gogoeta, eta askoz gehiago ez. Erabat anormala da kioskoetan daukagun eskaintza. Edo beste era batera esanda, oso normala da herri ez-normal batean. Beste herri ez normalizatuetan ere antzeko eskaintza egiten delako.

Gurean eskaintzen eta kontsumitzen diren produktuek ez daukate inolako arrakastarik hizkuntzaren egoera soziologikoa normalizatuta daukaten merkatuetan. Galdetu espainiar bati kultur gogoeta aldizkari baten izenaz, eta ezin izango dizu erantzun, eta beste horrenbeste pasatuko zaizu kaleko frantziar bati zientzia eta teknologia aldizkari batez galdetzen badiozu.

Baina produktu hauek beharrezkoak dira edozein merkatutan, baita gurean ere, eta gurean sekulako meritua daukate hori egiten ari direnek. Hori garbi utzi nahi dut, inor alferrik mindu ez dadin. Baina meritua meritua, ez al genuke sektorean pentsatu beharko, eta ahal bada adostu, zein izan litezkeen hurrengo 10 urteotan komunikabide idatzien alorrean kaleratu beharreko produktu-tipo berriak? Zein da normaltasunerako bidean 10 urte barru eskaini beharko genukeena? Edo, zigor bibliko bat balitz, bizitza osarako kondentatuta gaude oraingo eskaintzarekin?

Egon gaitezen, hitz egin dezagun, aztertu dezagun, baina produktu berriak garatu beharra daukagu.

3.- Baina era beran oso zaila da eskaintza zabaltzea, erosle-irakurle kaladeroa horren urria denean. Eta kaladeroa handitzea ez da euskarazko komunikabideen zeregina, hori beste batzuek egin behar dute: administrazioak, euskaltegiek, eta, azken batean, herritarrek...

4.- Aurreko puntuarekin lotuta. Askoz gehiago hazi da euskaldunek osatutako merkatu potentziala erreala baino. Alegia, euskalduntze prozesuaren bidez (esan nahi dut familia transmisioa, eskola arautua eta euskaltegiak) handitu egin da azken urteotan euskaldun kopurua, hemen gauden gehienok nahiko genukeena baino mantsoago eta ahulago, baina ezin da ukatu handitu egin dela. Handitu al da proportzio berean merkatu erreala, hau da, euskarazko produktu idatziak benetan erosten dituztenen kopurua? Ez du ematen, batean eta bestean entzuten diren zifrak ikusita. Eta itxura guztiaren arabera *décalage* hori handitzen ari da, alegia ez dira neurri berean hazten merkatu potentziala eta erreala. Eta are zailago gertatuko da merkatu erreala portzentualki potentziala baino gehiago haztea.

5.- Aurreko kalamidade horiek gutxi balira, badirudi belaunaldi gazteak ez datozela oso prentsa zaleak. Horrela ari da gertatzen, adituek diotenez, AEBetan, eta horrek eraman ditu hango izar batzuk —*Washington Post* famatua tartean—, gazteentzako egunkari doako bat sortzera; ez hiriburu horretako, Washingtongo auzo marginaletako gazte ez eskolatuak erakartzeko, baizik eta unibertsitatera doazen gazteak egunerokoa irakurtzen zaletzeko. Pentsa, beraz, *Washington Post*, *Chicago Tribune* eta *Los Angeles Times* kezkatuta badaude gazteen jokabide horrekin nola egon beharko genukeen gurean. Herri honetan azken hamarkada hauetan, gizonezkoentzat batik bat, egunkari bat besapean eramatea oso normala izan da, prestigioa ere bai, seguru asko. Aire eskolatu bat. Urte batzuetan iraun du joera soziologiko horrek eta nire adinekook ondo ezagutu dugu fenomeno hori. Horregatik izango dituzte, Gipuzkoak eta Bizkaiak batik bat, eguneroko prentsa irakurle kopuru altuak. Baina hori aldatzen ari da, belaunaldi gazteetan batez ere.

Eta hori oso larria da prentsaren sektorearen zat, baina larriagoa euskarazkoarentzat, belaunaldi gazte horiengan baitauezkagu jarrita esperantzak. Jakina da adin batetik gorakoak galdutzat jo beharrean gaudela. Orain arte ez badute erosi ez gurea, ez *Argia* ez bestelakorik, alferrik izango da horiekin sustapen diruak gastatzea. Gazteen joera honek erakusten du orain arte errelebo naturala zena, bereziki landu behar ez zena, bukatu egin dela. Eta horrek eskatuko digu joera hori zuzentzeko ahalegin ekonomikoak egitea eta produktuak pentsatzeko orduan aldaki hori kontuan hartzea.

6.- Telebista, irratia eta Internet dauzkagu aurrean, gero eta indar handiagoarekin. Berehalakotasunean irabazi egiten digute, futbol partida gertatu eta handik 12 ordura ari garelako informazio hori eskaintzen paperean. Zein da orduan paperaren estrategia beste hiru horiekin lehiatzeko? Agenda propioa lantzea, eta agenda komunekoa diren gaitan kalitatearekin batera lotuta dauden elementuak: espezializazioa, gogoeta, analisisa, klabeak eskaini... baina elementu hauek, nahita ez, goratu egiten dute, zaildu egiten dute produktua. Irakurleak ohera joaterako badaki zer gertatu den, guk beste era batera eman behar diogu berak badakiena.

Jar dezagun adibide bat: telebistako edo irratiko albistegi batean oso zaila da minutu erdi bakar batean AEBetako hauteskundeak gainera informazio sendoa, jaso, analitiko eta kalitatekoa ematea. Esan diezaiedan hau errespetu guztiarekin komunikabide horietan diharduten lagunei. Baina haiek esana da, ez nik asmatua. Paperezkoak, baldin eta horretarako gaitasuna badauka, eskaini lezake informazio hori luze eta zabal, oparo, infografia eta lauki konparatiboak, puntuz puntuak, analisi bat Columbia unibertsitateko irakasle aditu batek egin... nahi duzuen guztia... Zer egiten du horrek ordea? Eskaintza jaso, alegia zaildu, astundu... eta hori oso arriskugarria da gurea bezalako egoera soziolinguistikoan. Erosle berriak, euskaraz irakurtzeko borondatea bai, baina zailtasunak dauzkatenak uxatzeko arriskua daukagu, baldin eta ikus-entzunezko aurre egiteko paperezkoa konplikatu egiten badugu. Kontraesan horretan gaude harrapatuta: alde batetik, telebistari eta irratitari aurre egiteko, jaso egin behar dugu produktua, baina horrek, era berean, beldurtu egin ditzake irakurle potentzialak. Eta ez gara herri handi bat, 40 milioi irakurle potentzial edukita alde batetik egunkari arruntak eta bestetik egunkari jasoak eskaini ditzakeena. Ez gara eta ez gara izango. Beste era batera esanda, eta gure eztabaidetan askotan agertzen den galdera hona ekarrita, *Berriako* kirol sailari orriak kenduta, posible al da irakurle arrunt berriak harrapatzea *Berriarentzat*, orain arte erdarazko egunkari batean daudenak?

7.- Doako egunkariak. Duela urte batzuk anekdota hutsa zirenak, errealitate bihurtzen ari dira, merkaturan lehen mailako presentzia hartuz. Ez dakigu gure herrian nolako garapena izango duten doako egunkariak, baina Espainiako editore batentzat hau Espainia denez, gurean ere sartuko dira, sartu ez badira. Hor ere badaukagu kontrako beste elementu bat. Badirudi, doakoen borroka horretan, Espainiako talde editorial sendoek 2005ean egingo dutela benetako borroka merkatu horretan. Orain arte suediarrena eta novergialarrena izan den eremuan sartu nahi dute Prisak eta Rrecoletos taldeak. Eta Vocento ez da atzean geratuko.

8.- Ez gara asko eta ez daukagu indar handirik, eta, gainera, bakoitza bere aldetik dabil, nahikoa lan baduelako bereari eusten.

Baina horrela segitzen dugun bitartean jai daukagu. Bildu beharra daukagu, elkartu eta gure interesak, gure beharrak, gure asmoak, gure ezinak, administrazioaren eta gizartearen aurrean erakutsi, defendatu eta haien alde lan egin. Zoritxarrez, bilduta ere kostako zaigu orain daukagun eskale status hori gainditzen, baina oso lasai ikusten ditut administrazioak gurekiko harremanetan. Administrazioan dauden euskaltzaleek seguru asko nahiko lukete diru gehiago proiektu eta produktu berriak sustatu ahal izateko. Euskaltzale horiek administrazioaren barruan indar gutxi izaten dutenez, lagun diezaiegun guk, sektoretik, beste erabakimen bat edukitzen. Sektorea osatzen ez dugun bitartean jai daukagu, eta osatuta ere larri.

Mila esker zuen arretagatik.

Elkartea osatu beharra dago, administrazioak eta gizarteak kontuan har gaitzaten. Administrazioa oso eroso dabil apurrak banatzen, nor bere aldetik dabilen bitartean.

Doako egunerokoen ugaritzeak eduki lezakeen eragina ikuskizun da, baina mesederik ez du egingo.

