



KOMUNIKAZIO BIZIAGOAREN MUINEAN, ARGIAREN GEROA



Xabier Letona Biteri



euskarazko **kazetaritzaren** I. kongresua

1.- SARRERA

Argia astekariaren geroaz jardun behar dut gaurkoan, baina gaitza egiten zait geroaz hitz egitea gutxienez apur bat iraganaz berba egin barik, besterik ez bada hemen zaudetenok hobeto kokatzeko. Beraz, oso labur eskainiko ditut datu batzuk eta gero galdetuko didazue nahi duzuen. Horrez gain, Komunikazio Biziagoa SAL da *Argia* argitaratzen duen enpresa eta, beraz, astekariaren geroaz berba egiterakoan ezinbestekoa zait Komunikazio Biziagoaz jardutea. Hiru zati nagusitan banatu dut aurkeztu nahi dudana: gure komunikazio proiektuaren izaera, *Argiaren* etorkizuneko edukiak eta medioa eta kazetaria gizartean nola txertatzen diren. Bide batez, kazetaritza eta gaur egungo komunikazio gizarteari buruzko zenbait hausnarketa egiteko ere baliatuko ditut datozen minutuok.

2.- ZERUKO ARGIA, 1919an SORTUTAKO ALDIZKARIA

Zeruko Argia aldizkaria 1919an sortu zen, Iruñean, Euskaltzaindia sortu zen urte berean. Damaso Intza izan zen bere lehen zuzendaria eta 80ko hamarkadan gaur egun hizkuntzalari ezaguna den Iñaki Caminok egin zion azken elkarrizketa *Argiarako*. Aldizkaria hilabetekaria zen eta gai erlijiosoak jorratzen zituen nagusiki. Bi urte geroago informazio orokorreko *Argia* astekaria sortu zen Donostian. Bien oinordeko da gaurko *Argia*. Agertu eta desagertu ibili ziren hamarkadetan, eta frankismoaren urte zailetan, 1963an kaleratu zen berriz, informazio orokorreko astekari gisa. Rikardo Arregi, Ramon Saizarbitoria, Ibon Sarasola, Txillardegui, Xabier Lete, Mari Karmen

Garmendia ziren Zeruko Argian idazten zutenetakoak. Euskarazko kulturaren erreferentzia idatzi nagusia izan da urte askotan. Hori bai, garaiaren izaera kontuan hartuta, bere mezuak guztiz ulertzeko, lerro arteko irakurketa egitea ezinbestekoa zen.

Franco hil ondoren Espainian indar handia hartu zuten European jadanik kazetaritzaren alor bat gehiago ziren *magazine* formatuko aldizkariak, eta Euskal Herrian *Zeruko Argiak* ere bizi izan zuen bere loraldia. Amatiño, Elixabete Garmendia, Pilar Iparragirre, Joxemi Zumalabe, Joxe Mari Ostolaza ziren garai horretan *Zeruko Argian* aritzen zirenetakoak. 1977an, ordea, *Egin* eta *Deia* sortu ziren eta *Zeruko Argiako* kazetari asko batera edo bestera joan ziren. 80an kaputxinoek aldizkariarekin ez jarraitzeko erabakia hartu zuten eta lehengo lantaldetik Joxemi Zumalabe zenak eta Joxe Mari Ostolazak *Argia* izenarekin eman zioten segida *Zeruko Argiari*. Aipatutako biek batera, berehala hasi ziren *Argiako* erredakzioan Josu Landa, Iñaki Uria, Pello Zubiria eta Jon Barandiaran, besteak beste. Talde honek martxan jarritako *Argia* da gaur egun egiten duguna, bere garaira egokituta, jakina.

Hortik aurrera gauza asko egin ditu *Argiak* euskarazko prentsaren eremuan, eta aurreko hamarkadetan euskal prentsa eta kulturaren erreferentzietakoa izan da. Aipamen pare bat besterik ez ditut egingo, asko egin badaitezke ere: 1990ean sortu eta iaz itxi zuten *Euskaldunon Egunkariaren* sorreran giltzarri izan zen *Argiako* lan taldea eta Internet munduan ere aitzindari izan ginen 90eko hamarkadaren bigarren erdialdean.

Aipatu behar dira, halaber, 80ko hamarkadan *Argiaren* lantaldetik beste bi enpresa sortu zirela, Apika bata, informatika enpresa bat, eta Antza bestea, inprenta bat. Biak *Argiari* sostengua emateko sortu ziren. Urteekin bi enpresa hauek eta Komunikazio

Biziagoak Ametzagaiña taldea osatu dute, eta *Argiaren* biziraupenerako funtsezkoak izan dira sostengu hauek.

Ez dut historia gehiago jorratuko, azken finean historiaren pasarte ugari guretzat ere ezezagunak direlako eta *Argiako* gaur egungo kideontzat ere garrantzitsuena zera delako: historian zehar kapital eta ondare bat pilatu dugu eta gaur egun gure zeregina kapital hori zaintzea eta handitzea da. Horretan ari gara eta bistan da urteetan zehar kapital hori handitzea lortu dugula.

3.- KOMUNIKAZIO BIZIAGOA GAUR: DATU BATZUK

80ko hamarkadaren hasieratik 1998ra arte Zeruko Argia izan da *Argia* argitaratu duen enpresa, eta data horretatik aurrera, aldiz, Komunikazio Biziagoa SAL. Operazio honekin jabetu eta egitura aldetik enpresa eguneratu egin genuen. *Argia* egiteaz gain, beste zenbait produktu ere kaleratzen ditu, esate baterako, Euskal Kulturaren Urtekaria, *Larrun* pentsamendu aldizkaria, edo tako egutegia. Horiez gain, beste esparru batzuk ere sortu ditu. Argitalpena da bat, liburu eta jokoaren produkzioaz arduratzen dena eta, azpimarratuko nuke azken urteetan egin dugun Interneteko ahalegina, besteak beste *Haria* moduko prentsa bilketa zerbitzua argitaratzen duena. Aipatu beharrekoa da, halaber, duela gutxi gure taldera egindako ekarpen berria, aspaldian agertu izan dugu denbora-pasekiko gure interesa eta iaz interes hori gauzatu genuen *Luma* denbora-pasa hilabetekaria geure proiektura ekarriz.

26 langile daude enpresan eta horietatik hamabi kazetari edukiei lotuak, zortzi aldizkarian eta lau Sareko Argian. Gainerakoak administrazio, sail komertzial eta beste eduki esparru batzuetan ari

dira. Horrez gain, kolaboratzaile zerrenda luzea dugu, eta horiek gabe gaur egungo *Argia* egitea ezinezkoa litzateke. Gaur egun, kolaboratzaileen esparrua da gure harribitxietakoa, eta egungo lana, neurri handi batean, honetan oinarritzen da: kolaboratzaile kopuru handi bat kudeatzen duen kazetari talde batean.

Argiaren tirada 10.500 alekoa da, horietatik gehienak harpidetzaz banatzen dira, 8.000 inguru, beste 1.000 kioskoetan saltzen dira eta gainerakoak kioskoetatik itzultitakoak eta promozio kontuetara bideratutakoak dira. *Euskal Kulturaren Urtekariaren* 10.000 ale jartzen ditugu merkatuan eta 7.000 egutegi saltzen ditugu urtero. Joko eta liburuek, bere ezaugarrien arabera, edizio desberdinak dituzte. *Luma* denbora-pasen hilabetekariak 3.000 aleko tirada du eta horietatik 600 harpidedunak dira. Interneten, *Haria* eguneroko doako buletinaren 2.000 harpidedun ditugu, *Sareko Argiak* eguneko 4.500 bisita ditu eta 13.000 orri zerbitzatzen ditu egunero.

Ikusten duzuen bezala, *Argiaren* posizioa kioskoan zaila da, 9 aletik 1 bakarrik saltzen da kioskoan. Euskarazko prentsaren posizioa kioskoan zaila den bezala. Datu asko agertu barik ere, kiosko batetik pasatzea nahikoa da hortaz ohartzeko, kioskoa lekurik euskaldunenean egonda ere. Badugu beraz, zer hausnartu eta zer egin alor horretan. Batzuk behintzat hasi gara eta azken urte honetan bost aldizkari elkarlanean aritu gara gaiaz hausnartu eta ekimen bateraturen bat abian jartzeko asmoz: *Elhuyar*, *Gaztetxulo*, *Ipurbeltz*, *Luma* eta *Argia* dira zeregin honetan ari garenok eta laster batean ikusiko da elkarrekin egindakoaren emaitzaren bat, berau oraindik xumea izango bada ere.

Aitortu behar dut ez dela erraza aurrera egitea, hemen zaudeten gehienok ondo dakizuen bezala, gutxienez izaera publikoa ez duten medioetako kideek. Zaila seguruenik denontzat izango da, inguratzen gaituzten hizkuntza nagusietako lehiakideak oso indartsuak direlako,

baina pentzu publikotik bizi ez garenontzat bereziki. Esango du norbaitek baietz, jaten dugula pentzu publikotik, eta egia da, baina ez da diru publikoa gure jarduera ekonomikoaren oinarria. Hau da, gure aurrekontuetatik %25 da diru publikotik datorrena, nagusiki Eusko Jaurlaritza eta Gipuzkoako Diputaziotik. Eta urteren batean galerak baditugu, ez dator diru publikorik zuloa estaltzera.

Diru laguntzen kopuru horretatik ateratzen zaigu ikuspegi ekonomikotik begiratuta independentzia koefizientea deitzen dena, kopurutan gaur egun %75 inguruan dagoena. Datu horrekin aritzen gara borrokan urtero, berau jaitsi nahian noski. Eta ez nazala inork gaizki interpretatu, ez da urtero dirulaguntza txikiagoak nahi ditugula; besterik gabe, gure diru sarrerek dirulaguntzak baino gehiago haztea esan nahi du gure independentzia koefizientea handitzeak. Zenbat eta diru publiko gutxiago jaso, zenbat eta independentzia koefiziente handiagoa, eta berau zero izatea da gure helburua: hau da, nagusiki diru publikorik ez behar izatea, merkatuan lehiatzeko horren beharrik izango ez dugulako. Euskarazko hedabideek diru horien beharrik ez izatea litzateke euskarazko prentsaren osasunaren adierazlerik onena. Gaurkoz, dena den, hemen gauden guztiok ondo ulertzen ditugun arrazoiengatik, urruti gaude egoera horretatik.

Diru publikoa aipatzean, dirulaguntza zuzenaz ari naiz, gaur egungo mendebaldeko gizarteetan behintzat, komunikabide ia guztiengana bideratzen delako diru publikoa, nagusiki publizitatearen bidez. Gaur egun, ostera, diru publiko hori eta gehiago ere beharko genuke, horrek hain beharrezko ditugun inbertsioetan aurrera egitea ahalbidetuko liguke.

4.- PROZESUEN BIDEZKO KUDEAKETA

Urteen poderioz zerbait ikasi badugu da gure bitartekoen kudeaketa oso zorrotza egin behar dugula eta enpresa kudeaketan zer ikasirik bagenuela eta badugula. Zorrotzak izan gara eta zorrotzagoak izan beharko dugu aurrera begira ere, bestelako edozein enpresatan bezala, etorkizunerako klabeetako batzuk behintzat hor daudela uste dugu.

Gure kudeaketaren azterketa eginez, beraz, berau beste era batera antolatzea erabaki genuen iaz, eta oraintsu arte sailetan banatutako ohiko kudeaketa bagenuen, lantzen ditugun merkatuetara egokitu dugu gure jardueraren antolaketa eta prozesuen bidezko kudeaketa deitzen den kudeaketa moldeari ekin genion urtarrilean. Horretarako Ametzagaiña taldeko enpresen laguntza izan dugu.

Horrez gain, azken bi urteetan, Gezki zuzenbide eta ekonomia azterketetarako EHUko institutuaren laguntzaz, beste bi azterketa egin ditugu: batetik, Komunikazio Biziagoaren egoeraren diagnosi bat egin genuen, bereziki langileak enpresan duen parte-hartzea eta bere asebetetze maila aztertuz; eta, bestetik, lan talde desberdinen lan jarduera aztertu eta optimizatu.

Baina, Komunikazio Biziagora ekarrita? Zer esan nahi du prozesuen bidezko kudeaketak? Lau produkzio prozesu bereizi genituen gure jardueran: astekaria prozesua, *Argiaz* arduratzen dena; Internet prozesua, Sareko Argia eta Interneteko beste zerbitzu batzuk bideratzen dituen; argitalpenak, nagusiki liburu eta jokoen produkzioaz arduratua; eta laugarren prozesua denbora-pasena, *Luma* denbora-pasen hilabetekaria egiten duena.

Ez naiz hasiko prozesu bakoitzak nola funtzionatzen duen deskribatzen, baina kudeaketa molde honen oinarrian dagoena bezeroa

enpresan integratzea da, eta honetan oinarritzen da: prozesu nagusia bezeroari begira dagoen kate bat da, hasi aldizkaria egiten hasten direnetatik eta irakurlearengana iristen den arte. Tartean dira produkziokoak, promoziokoak eta publizitatekoak; kate horrek behar bezala funtzionatzea da helburua, ez dago bata bestea baino kate-begi garrantzitsuagorik, eta etengabe berrelikatzen den kate bat da.

Aipatutakoek osatzen dute prozesu nagusia, eta gero badira, prozesu nagusi honen osagarri diren prozesu laguntzaileak. Administrazio saila, esate baterako, *Argiako* prozesu nagusiaren prozesu laguntzaile bat da. Dena den, kudeaketa molde berri honi buruzko kontu gehiago ez dizuet azalduko, gu geu ere urtarrilean abiatu ginelako molde honetan eta teoria praktikara eramaten ari garelako. Oraingoz hobeto doakigu eta batez ere balio izan digu egiten dugunaz hobeto jabetzeko, koordinazioa eta elkarlana hobetzeko eta, azken finean, kateko eremu guztiek bezeroa hobeto ezagutu dezagun.

5.- KOMUNIKAZIO BIZIAGOAREN IZAERA ETA HELBURUAK

Euskal Herriko informazio orokorreko euskarazko astekaria da *Argia*. Bere burua, "euskaltzale, abertzale eta aurrerazale" gisa definitu ohi du azken 25 urteotan; "bizia, zabala, zorrotza" ere gehitu izan diegu historikoki aurreko kontzeptuei. Gaur egun, gure balioen azterketarekin, XXI. mendearen hasieran kontzeptu horiek nola ulertzen ditugun ari gara zehazten azken hiruzpalau urteetan, bai teoriarik bai praxiarik. Zer garen, nolakoak garen eta gure helburuak zeintzuk diren etengabe gure jardueran jorratu behar direla ikusten dugu, eta ez bakarrik zuzendaritza edo jabegoaren aldetik, enpresako kide guztiek argi izan behar dituzten kontzeptuak dira. Egia esanda,

edozein enpresak edo bestelako erakundek argi izan behar ditu aipatutakoak, iparra non jartzen den jakin gabe jai dagoelako eta ipar horretara abiatzeko, gure kasuan behintzat, proiektu parte-hartzailea eratzea ezinbestekoa delako. Azken urteotan enpresa kudeaketan erabiltzen diren terminoetara eramanda: misioa, bisioa eta balioak deitzen diren horiek argi izateaz eta lantzeaz ari gara, kide guztion indarrak norabide berean jar ditzagun.

Ez da txantxetakoak aipatzen dudana, euskarazko komunikazio proiektuetan behintzat, 15 urteko esperientzian, egin, ikusi eta entzun izan dudana gatik ez baita gehiegi lantzen den eremua, eta lantzen bada modu intuitibo batean egiten da edo talde motorraren barruan, praxiak hala eskatzen duelako. Sarri pentsatzen dugu datorrenak badakiela nora eta zertara datorren, edota gabiltzanok berdin ikusten ditugula bai proiektua bai egin beharrekoak. Gazte bat badator unibertsitatetik lanera eta pentsatzen dugu badakiela nora datorren eta zertara, eta neurri batean jakingo du, jakina, baina neurri txiki batean bakarrik, hura etorri lanera datorrelako, gehienetan beste edozein lanetara joan zitekeen bezala. Behin lanean hastean konturatzen zara modu egokian azaldu behar zaiola non aritu behar den, zein diren medioaren ezaugarriak, nola egin behar duen lan, zer helburu duen, eta ipar horretarako bidean lan taldeak zer balio erabiliko dituen.

Erabat logikoak diruditen kontzeptuok lantzea, ordea, ez da samurra, eta sarri enpresa berean urteetan elkarrekin aritzen direnek ere ez dituzte garbi, propio jorratu izan ezik. Azken bizpahiru urteetan, modu zehatzagoan ekin diogu gure jarduna aztertzeari eta hau guztia papereratzeari, hausnartzeari eta transmititzeari. Oraindik, hala ere, prozesu horretan murgilduta gaude bete-betean. Eta, egia esan, ez da inoiz amaitzen, etengabe errealitate aldakorrera egokitu behar delako.

6.- ZERTARAKO KOMUNIKAZIO BIZIAGOA, BERAZ? ZERTARAKO ARGIA?

Euskal Herrian bizi garen aldetik, berau nazio gisa eraiki nahi dugu, bertan diren pentsamolde desberdinak nazio ikuspegi horren barruan integratuz. Hau posible egingo duen komunikazio proiektu indartsua egituratzea da gure helburua. Helburua da, halaber, proiektu honetan parte hartzen dutenen garapen profesionala eta bizitza kalitatea hobetzea. Euskal Herria dugu lan eremu, baina euskarak eta euskal kulturaren garapenak bereziki arduratzen gaitu.

Balioen aldetik, asko aipa daitezke, baina nik oinarrizko batzuei egingo diet erreferentzia:

- ? Pertsonaren balioa. Pertsona da lehen balioa enpresan, eta elkarrenganako begirunea oinarrizkoa da Komunikazio Biziagoko kideen artean.
- ? Jabego eta kudeaketaren aldetik langile-jabeak nahi ditugu eta kudeaketan parte hartuko duten langileak.
- ? Euskaraz bizitzearen hautua egin dugu, horrek esan nahi duen guztiarekin.
- ? Injustizia eta bazterketa sakonetan oinarritutako gizartean eta munduan bizi gara eta gizarte justu eta berdina goaren aldeko jarrera aktiboa dugu.

Adibide bat jartzeko, zein da oinarrizko printzipioa euskal gizartean bizi dugun gatazkaren aurrean? Ikuspegi abertzale eta aurrerazale batetik, gatazkari duintasunezko irtenbideak emateko ahaleginean lerratu da beti *Argia* eta euskal nazioa eraikitzeko abertzaleen elkarlana bultzatzearen alde. Hala esatean polita geratzen da, erakargarria, baina pentsamolde hori gaur egungo errealitatearen

giro polarizatura eta gatazkatsura eramatea ez da batere samurra eta, pentsa litekeenaren aurka, eroso ere ez. Beraz, esan dudana bezala, ez dugu editorialik egiten, baina *Argia* irakurtzen duenak badaki zein den gure posizioa euskal gizartean bizi diren arazo nagusien aurrean.

7.- GURE KOMUNIKAZIO PROIEKTUAREN JABE ETA EGILE

Ikus dezakezuen bezala, orain arte gutxi hitz egin dut kazetaritza moldeez edo kazetariaren zeregin zehatzez. Ez dakit beste enpresa edo elkarte batzuetan asko hitz egiten den modu formal eta antolatu batez kontu hauen gainean, gurean behintzat behar baino gutxiago hitz egin izan dugu, modu teoriko batean behintzat. Egia da, dena den, kazetaritzan ibili gabiltzala eta, beraz, praxiaren bidez behartuta gaudela kazetaritza moldeez aritzera: astero hautatu behar dugu zer jorratu eta zer ez, eta nola jorratu.

Beraz, zer eratako kazetaritza egin nahi dugu? Nola ulertzen dugu kazetariaren zeregina bizi garen gizartean? Funtsean, lehen aipatutako helburua lortzeko ari gara lanean, herri gisa, pertsona gisa eta profesional gisa garatzeko ikusmoldearekin: kazetaritza zerbait bada, teorian behintzat, inguratzen gaituenaren hartzaila da, ondoren, jasotako hori beste hirugarren bati kazetariaren moldez jantzia eskainiko dena. Errealitate hori ikuspegi kritikoz aztertu eta jorratu nahi dugu, egiten dugunak hartzailarengan eta gizartean eragin zehatz bat duela jakitun gara. Jakin badakigu, halaber, neurri batean gizarteko uren norabidearen aurka goazela, guk geuk egin dugun hautuagatik: hizkuntza gutxitu batean ari gara, horrek maila guztietan esan nahi duenarekin; estaturik gabeko nazio batean bizi gara, horrek esan nahi duen guztiarekin; indarrean dauden botere nagusiek errealitatea

interpretatzeko oso bestelako moldeak dituzte... Ez dakit laugarren boterea ote diren komunikabideak, esan ohi den bezala, bigarrena edo hamaikagarrena. Garrantzitsuena da botere maila handia dutela. *Argia* ere, neurri batean, botere gisa aritzen da gure mundu sinbolikoaren barruan, eta kontra-botere gisa gure helburuak lortzeko oztopo gisa agertzen denaren aurrean, eta azken mundu hau nagusi da gaur egungo euskal gizartean.

Baina itzuliko naiz geroxeago informazioa eta komunikazioaren munduan *Argiaren* erronkak nondik nora ikusten ditudan aztertzeraz. Geure burua nola antolatzen ari garen deskribapenarekin jarraituko dut, egitura eta izaera aldetik sendotasunik ez duen proiektuak nekez jorratu ahal izango baitu ez kazetaritza molderik, ez ezer.

Taldea eta proiektuaren egituraketaren aldetik, oso garrantzitsua da jabegoari eta kudeaketa parte-hartzaileari ematen diegun garrantzia. Konturatu bazarete, lehen Komunikazio Biziagoa SAL esan dut, horrek esan nahi du Sozietate Anonimo Laborala garelara, hau da, gutxienez enpresaren kapitalaren %51k langileen esku egon behar duela. Gaur egun %60 hamaika langileren esku dago eta gainerakoa gu sostengatzen gaituzten Ametzagaiña taldeko enpresen artean banatua. Geroago hitz egingo dut zehatzago partaidetza honen errealitatearen gainean, baina honekin adierazi nahi nuen gaur egungo gizartean eta zehazki informazioaren gizarte modernoan, gure biziraupena eta nortasuna bermatzeko, eredu zehatz horren aldeko hautua egin dugula. Beste batzuk ere badaude, bistan da, baina guk horren aldeko hautua egin dugu. Denok dakigu globalizazioarekin, ekonomi jarduera desberdinek gero eta gehiago jotzen dutela biltzera, eta horren ondorioz gero eta talde handiagoak sortzen direla. Ez da alferrik esaten gaur egun zenbait multinazionalak gobernuek baino gehiago agintzen dutela munduan.

Bada, botere kontzentrazio hori bera modu berdintsuan ematen ari da komunikazioaren munduan, bai talde erraldoi hauek komunikabideak eurenganutzen dituztelako, bai komunikazio enpresa handiek handitzeko joera dutelako, batzuetan batak bestea irentsiz eta besteetan bat eginez. Horren ondorioak bistakoak dira informazioaren munduan, gero eta kontrol handiagoa, gero eta desinformazio handiagoa eta, azken finean, uniformizazio handiagoa eta pentsamendu bakarra nagusitzea.

Alde horretatik, norberaren pentsamendu eta izaerari hobekien eusteko modua, langileak beraiek komunikazio proiektuaren ardatza izatea da, baina ardatza bere zentzurik zabalenean, bai jardueran edo kudeaketan, bai jabegoan. Irakurleak behar dira, instituzioen laguntza, beste gizarte eragile batzuekiko elkarlana, nahi dena... baina gure ustez, komunikazio proiektu baten independentzia eta nortasuna mantentzeko klabe nagusienetakoa langileak proiektu horren ardatz izatea da. Hori modu desberdinean eraman daiteke errealitatera eta guk erabaki dugu gurean funtsezkoa dela ardatz izaera hori jabegoan eta kudeaketa parte-hartzailean oinarritzea. Eta gure errealitatea kontuan hartuz, SALa iruditzen zaigu gaur egun eredurik aproposena. Ez da hutsetik datorren tradizioa, 80ko hamarkadaren hasieran, kaputxinoek *Zeruko Argiaren* jabegoa utzi zutenean, geratu ziren langileek kooperatiba gisa antolatu zuten *Argia*.

Aurten *Le Monde Diplomatique* hilabetekari ospetsuak 50 urte bete ditu eta bere izaeraren berri eman duten zenbait artikulu argitaratu izan dituzte. Asko poztu nintzen, euren zenbait klabe antzekoak direla ikustean. Ez da gurean bezala, jakina, han kapitalaren gehiengoa *Le Monde* taldearen esku dago, baina langileek eta irakurleek osatzen duten elkarteak akzioen %49 ere izan dezake, eta kopuru horrekin 'blokeo gutxiengoa' izango lukete. Medioarentzat

garrantzitsuen diren alor kontsentsuatu zenbaiti buruz erabakitzeke ez da nahiko gehiengo sinplea eta halakoetan gehiengo kualifikatuz erabakitzen da. Hor du bere zentzua 'blokeo gutxiengoak'.

Edozein modutan, eta *Argiara* itzuliz, jabetza prozesu horiek ez dira samurrak, areago emaitza ekonomikoekin borrokan aritu behar denean edota une batzuetan ateratzen den dirua etengabe inbertsioetara baldin badao. Edo, alderantziz, arazoak daudenean dirua jarri behar denean. Esan nahi dut, enpresa munduan ohikoa dela inbertsioak egiten dituzten pertsonak, gero haietan irabazirik baldin badago modu zuzenean patrikaratzea. Gurean, irabaziak daudenean jai dago patrikaratze horrekin; beharrezkoak ditugun inbertsioak egiteko erabiltzen ditugu, edo langile guztion baldintzak hobetzera bideratzen dira.

Txanponaren alde ona, lan taldea komunikazio proiektuaren jabe dela, eta berau bere printzipio eta pentsamoldearen arabera bidera dezakeela; txanponaren alde ahula, ekonomikoki proiektu dependenteak direla eta sortzen diren zailtasunei aurre egin behar zaiela. Ekonomiaren munduan, enpresaburuei uzten zaie jabetza funtzio hori eurenganatzeko eta haien demasekerien aurrean defendatzeko sindikatuak sortzen dira. Ikuspegi aurrerazale eta ezkertiarretan ere badirudi interesgarriagoa dela enpresaburuarekiko defentsa ikuspegi hori azpimarratzea, garai batean horrenbeste aipatzen ziren produkzio-bideak eskuratzea baino. Bistan da, autogestioaren garaiak urruti dira eta kontzeptuaren egoera ez da osasungarriena.

Hau ekonomian orokorrean horrela bada, zer esanik ez komunikabideen esparruan. Kooperatibismoa eta ekonomia sozialaren ereduak badu indarra Euskal Herrian, salbuespen gutxi batzuk kenduta, ordea, ez hedabideen alorrean. Jabetzaren sakoneko ideia honekin, azken finean, gure izaera eta jarrerarekin ekonomia eta bizitzaren

aurrean dugun ikusmolde bat agertzen ari gara. Hala ere, egia da euskararen munduan eta, zehazki komunikabideen esparruan, interes sozialeko esparruak nagusitzen direla eta jabego kontuak antolatzeko badirela formula alternatibo desberdinak. Egia den bezala, zentzu juridikoan jabegoa izatea ez dela nahiko eta hori kudeaketaren gaineko eredu parte-hartzaile batekin laguntzen ez bada, bide erdia besterik ez dela egin. Arrasateko kooperatiba munduan, esate baterako, hori da azpimarratzen den puntu nagusietako bat: jabegoa bai, banatua dago, eta kudeaketa? Langilearen parte-hartzea? Adibide bat besterik ez zen hau, eta, jakina, ez naiz ni hori erantzuten hasiko, besteak beste ez naizelako kooperatiba horietako langile.

Bizi garen gizarte neoliberal eta kapitalistan korapilotsua da jabego eta parte-hartzeen gaia, eta ez nago ni sindikatuen aurka, noski, molde desberdinekoak badira ere beren funtzioa dute eta. Besterik gabe, guk gizarte eta ekonomi harremanak ulertzeko gakoetako batzuk non ikusten ditugun azaltzen dut honekin guztiarekin.

Komunikazio Biziagoa SAleko bazkide izateko 3.000 euroko kapitala jarri behar da eta aitortu behar dut hori ez dela samurra, besteak beste gure soldatetan aurrerapenak egiten ari bagara ere, ez direlako guztiz estandarrak kazetaritzaren eremuan gure gizartean dauden soldatekin, batez ere erdarazko medioak eta euskarazko medio publikoak kontuan hartuz gero. Dauzkagun datuen arabera, euskarazko gainerako komunikabideetako langileekin konparatuta, gure posizioa batez bestekoetan dago. Gaur egun 26 langile gara Komunikazio Biziagoan eta horietatik hamaika gara bazkide. Heldu izan gara langile gehienak bazkide izatera, baina langile aldetik ere azken bi urteetan gorakada eman dugu eta, arrazoi desberdinak medio, langile bazkide batzuk lana utzi izan dute. Gure etxeko lanetan, beraz, etengabekoa da

bazkidetza lantzearena, hori gure komunikazio proiektuaren ardatza delako eta ikusmolde hori barik, nire ustez *Argia* hondoratua legokeelako, behintzat azken 25 urteetan ezagutu dugun proiektu gisa.

Langileen parte-hartzeari dagokionez, teoria praktika baino samurragoa dela badaki parte-hartzearen filosofian saioak serio egin dituen edonork. Erabaki nagusietan langile-bazkideek dute erabaki ahalmena, baina eguneroko erabaki maila askotan prozesuen bidezko kudeaketak langile guztien parte-hartze maila asko handitzen du, eta beren prozesuaren barruan oso autonomia maila handia hartzen dute. Horrez gain, 26 lagunetik 9k zuzendaritza osatzen dugu, astero biltzen da eta egunerokotasunean maila gorena duen erabakigunea da. Zuzendaritzan krisi txiki bat izan genuen une batean erabaki genuen zuzendaritza 3 kideetik 9ra zabaltzea, eta behin krisia gainditu ondoren, molde horrekin aurrekoarekin baino eraginkorrago eta sendoago aritzen ginela ohartu ginen.

8.- AZKEN URTEOTAKO BI JAUZI GARRANTZITSU

Azken urteetan bi jauzi garrantzitsu eman ditugu. Bata 1997an, *Argia* osoa kolorez jantzi genuenean. Gaur egun pentsa liteke, akaso, duela zazpi urte *Argiak* ez zuela kolorerik? Ez da samurra hori pentsatzea, baina astero eta dena kolorez argitaratzea berritzailea izan zen euskal prentsan. Bigarren jauzi garrantzitsua iaz eman genuen, eta egindako aldaketa bi zutabetan oinarritu genuen: bata, diseinu aldaketa sakon bat, bestea, informazioa antolatzeke oso bestelako moldea erabiltzea. Aurrera begira egin beharreko *Argiaren* ezaugarriak indartu nahian halako definizioa atera genuen: "Zer eskaini behar du *Argiak*? Informazioa, analisisia eta entretenimendua".

Astekariaren edukia jorrazteko ordua da, oso modu orokorrean bada ere. Gure edukien tratamenduan bada nire ustez giltzarri izan zen une bat: *Euskaldunon Egunkariaren* sorrera (1990ean). Giltzarri izan zen euskarazko prentsan, eta gurera etorritz, giltzarri gure edukien tratamenduari eragiten ziolako. Ordura arte, *Argia* izan zen euskarazko prentsaren erreferente nagusia, baina aurrerantzean erreferente nagusia ez izateaz gain, astero pentsatu behar genuen bere edukiak nola bereiziko zituen *Egunkariaren* edukietatik.

Informazio orokorreko astekariei dagokienez, hau ez da euskarazko prentsaren kontua bakarrik, gainerako aldizkari askok ere arazo berdintsuak dituzte beren hizkuntzetan, baina, jakina, beste ibilbide eta esperientzia bat dute kazetagitzean eta bere euskarri desberdinetan. Espainiako kasua oso esanguratsua da, Franco hil ondorengo trantsizioan loraldia bizi izan zuten informazio orokorreko aldizkariak eta 90eko hamarkadan ahultzen joan ziren. Euskal Herrian, esate baterako, bazen nazio ikuspegia zuen erdarazko astekaria, *Punto y Hora de Euskal Herria*, baina 80ko hamarkadaren bukaeran desagertu zen.

Egunkarien bultzada handia izan zen eta da, hauek ere irakurtze tasen jaitsierari eta lehiakortasunari eusteko beren edukiak asko zabaldu dituztelako, bai egunerokoan, bai asteburuetako gehigarriekin. Astekariei, oro har, gehigarri hauek min handia egin diete. Azken finean egunkariak ere lehia latza dute, nagusiki telebistarekin baina baita irratiarekin, eta gero eta gehiago Internetekin: irakurzaletasun tasak behera doaz eta pertsonak gero eta gehiago banatu behar dute beren denbora gero eta eginbehar gehiagotan.

Argian nabilen azken 15 urteetan sarri entzun behar izan dut, batzuetan zuzenean eta besteetan zeharka, *Argiak* ez duela lekurik euskal prentsan eta desagertu egingo dela. Batez ere *Egunkariaren*

sorreraren ondoren. Beste batzuetan, informazio orokorreko aldizkaria baino beste era bateko aldizkaria egin beharko genukeela ere entzun dugu: satirikoia, umoreari lotuagoa, eduki arinagoekin... guk behintzat ez dugu bestelako biderik ikusi, eta halako bideen aukera ikusi izan dutenek ere ez, antza, astekariak sortu beste bi sortu direlako eta biak informazio orokorrekoak. Azken urteetan, informazio orokorretik ateratzeko ahalegina egin duten bakarrak Topagunekoak izan dira, *Asteonekin* euskal prentsan berritzailea zen zerbait egin nahi izan dute, baina heltzea sutan frogatzeko denbora gehiegirik ere ez da egon, hasi eta bere ibilbidea eten baita.

Ez naiz ni profeta izango, mundu honetan denok gabiltza joan-etorrian, baina oraindik hemen gaude eta ez makalago, gero eta indartsuago baizik. Jakitun naiz, bai, 80ko hamarkadan euskal prentsan *Argia* eta beste aldizkari gutxi batzuk ez ziren garaiko erreferentzialtasunik ez dugu, baina horrek ez gaitu atzera bota, aitzitik, euskal prentsaren aurrerakadaren adierazgarri da, neurri batean gainera, *Argiatik* bertatik bultzatutakoa. Komunikazio Biziagoan, gainera, argi ikusi dugu komunikazio proiektu gisa *Argia* eta gauza gehiago eskaintzeko gaitasuna badugula eta hortik datoz azken urteetan indartu ditugun alorrak: argitalpenak, Internet eta denbora-pasak.

Hor gaude orain, aipatutako "informazioa, analisia eta entretenimendua" formula horri etekinik handiena nola atera aztertzen eta frogatzen, gero eta argiago ikusiz entretenimendua baietz, baina gure apustu garrantzitsuenak informazioan eta analisisian daudela. Lan profesionala egiteaz gain, informazioari balio erantsia eman behar diogu eta hori, informazioa gure izaera eta ikuspegi propioaren galbahetik iragaziz egiten da; horrez gain, emandako informazioa eta errealitatea interpretatzeko klabeak eskaini behar ditugu, analisiaren

esparruari behar adinako garrantzia eman ez., ikuspegi sakon eta plural batetik. Horren adibide da *Larrun* pentsamendu aldizkaria, hilean behin *Argiarekin* banatzen duguna.

Informazioaren eta analisiaren ikuspegitik, gaur egun izugarri garrantzitsua kazetaria bera dela esango nuke, kazetaria eta bere formazio maila. Hori edozein mediotan, noski, baina esango nuke bereziki egunerokotasunean ez dabilzan medioetan, informazioaren aukeraketa askoz handiagoa egin behar delako. *Argiaren* zeregina ez da egunerokotasuna, horretarako dago *Berrria*; ez informazio lokala, horretarako dago herri eta eskualdeetako prentsa, azken hogeitun urteetan *Egunkariarekin* batera euskal prentsan izan den iraultza garrantzitsuena. Informazioaren itsaso zabalean egundoko murgiltze sakona egin behar du astekari bateko kazetariak, eta gaur egun dagoen informazio kopuru izugarriarekin horretarako trebezia eta formazio handia behar da, are gehiago Internet munduak eskaintzen duen informazio kopuru guztiarekin.

Jakina, Internet hipertestua da, baina hori baino askoz gehiago ere bai, bere garaian inprentarekin gertatu zen bezala, oraindik oso ondo neurtu ezin daitekeen iraultza bat ekarri du komunikazioaren mundura, baina ez naiz ni ur handi horietan murgilduko orain, kongresuan zehar esparru hori jorratuko duenik bada eta. Edozein modutan, azpimarratu nahi dut jadanik bere garaian, 1997an, oraindik handienak ere Internetek zekarrenaz ohartu ez zirenean, handienekin parez pare lehiatzeko edo, areago, haiei aurre hartzeko aukera ikusi genuela, eta *Ttipi-Ttaparekin* batera, aitzindari izan ginela edukiak Interneten jartzen. Egia esan, oker ez banago, *Ttipi-Ttapakoak* lehenago ibili ziren eta 1996an jada euren webgunea jarri zutelakoan nago. Harrezkero, Interneteko gure presentzia puntakoa izan da euskal

prentsan, eta aurrerantzean ezin dugu irudikatu Internet gabeko Komunikazio Biziagorik.

Hori guztia esatea da gauza bat eta oso bestelakoa asmatzea. Horretan ari gara gu, eta horretan ari dira gainerako medio gehienak ere: nola asmatu eremu berri horretan? Oraingoz ikusten duguna da egon egon behar dugula, eta apurka negozio lerroak ere badoaz zehazten, baina oraindik nagusiki egiten duguna inbertitu da, horren emaitza zehatza dirutan bederen zuzenean ikusi barik.

9.- INFORMATUTA EGOTEAREN AHALEGINA

Informazio kopuru handiak eta kazetariaren zereginetara itzuliz, Kataluniako Vilaweb atariko zuzendaria den Vicent Partalek dio kazetaria eta dokumentalistaren artean gero eta desberdintasun txikiagoa dagoela, kazetariak ere gero eta informazio kopuru handiagoak erabili, sailkatu, aukeratu eta eskaini behar dituelako. Beste era batera esaten zuen Euskadi Irratiko irratsaio batean Jaime Otamendik, esanez kazetaria gero eta gehiago familia medikua bezalakoa izango dela informazioa ordenatzeari dagokionez eta informazio hori hartzaileari eskaintzerakoan, baina sakonean antzeko arazoan erreferentzia egiten dutela uste dut. Beste era batera esanda, agian esan liteke hartzaileak gero eta informazio gehiago duela eta estimatuko duela bere konfiantzako kazetari on batek, kartako menuen gisara, eskainiko dion informazioa.

Gure erronketakoa ere hor dago, zer interesa dakiok euskarazko irakurleari, eguneroko prentsan eta prentsa lokalean jorratzen ez dena edo beste era batera jorratua? Hor dago erronka, espezializazio maila handiagoa eskatzen du eta edukien aldetik ere beste sakontasun bat.

Noski, hor betiko borroka ere badago, sakona eta arina zer den; sakona irakurterrazago eman liteke, eta arina oso gaitz eta astun, idazkera eta kazetari hizkuntzaren arabera. Euskarazko kazetaritzan aurrerapausoak ematen ari gara kazetari hizkuntzaren estiloari dagokionez, baina hizkuntzen garapen kontuak ez dira lantzen urte gutxi batzuetan, denak bere denbora behar du.

Informazioaren, analisiaren eta sakontasunaren erronkei heltzea, ordea, ez da samurra. Medioen artean –baita euskarazkoen artean, noski- gero eta lehia handiagoa dago eta lehia horretan informazio kopuru handiak ekoitzi behar dira: egin, egin eta egin, errazagoa da kantitatea kalitatea baino. Kazetariaren aldetik, ahalegin eta formazio handia eskatzen du sakontasuna eta analisiaren erronkei heltzeak.

Balitzko bezeroaren bilakaerak ere zaildu egiten du informazioa eta analisiaren bidea. Hartzailea, joeraz, gero eta gutxiago arduratzen da halakoekin, bizi dugun komunikazioaren kulturak horretara bultzatzen duelako. Gero eta gutxiago saltzen diren kontzeptuak dira sakontasuna eta analisiarena, dena erraz ulertu nahi da, dena erraz uler eta lor daitekeela saltzen du kontsumo gizarte honek: astebetean argaldu liteke, oraintxe bertan ez dakit zer auto handi izatea zure esku dago halako hileroko maileguren bidez, zoriontasun eskura duzu terapia honekin, kiniela, loteria edo dena delakoarekin.

Estilo horretakoak dira gaur egungo gizarte globalizatuak eskatzen dituen komunikazio moldeak, eta informazioaren munduan ere islatzen da eredu hori: informatzea erraza dela iradokitzen zaigu, zuzenean sarri, baina nagusiki zeharka. Telebista da mezu horren paradigma, behintzat gaur egun telebista egiten den moldean, nahiz eta informazioari dagokionez, telebistak eta telebistak dauden. Sinetsarazi nahi zaigu, bi edo hiru minutuan albistegian entzuten dugunarekin, munduko ez dakit zer lekutan gertatzen dena ulertuko

dugula; edo, besterik gabe, informazioa gertakizunen sekuentzia bat besterik ez dela, izan hauek hobeto edo okerrago kontatuak. Eta hori gezurra da, informatzea ez da erraza, gaitza da. Mila adibide jar daitezke, baina nahikoa dugu ikustea, esate baterako, zein gaitza den ulertzea gure herrian bertan gertatzen dena, hemen bizi garenean eta arazoaren klabeak ulertzeko horrenbeste datu eta ikuspuntu ditugunean.

Esan nahi dut, *Le Monde Diplomatique*ko zuzendaria den Ignacio Ramonetek dioen bezala, informatzea kosta egiten dela, ez datorkigula zerutik, euria bezala, telebistaren uhinez; norberak informatua egon nahi badu, ahalegina egin behar duela, eta alderantziz pentsatzea norberaren burua engainatzea dela. Jakina, honek hartzailearentzat balio badu, zer esanik ez, hau informatua egon dadin datuak eta interpretazioak eskaini behar dituen kazetariarentzat.

Honekin guztiarekin ez dut esan nahi *Argia* edo astekari bat konplexua izan behar duenik, euskaraz dakien edonork ulertu eta irakurtzeko moduko zerbait izan behar du, baina, oro har, egunkari batek, irrati batek nahiz telebistak informazioa eskaintzeko duen moldea baino sakonagoa bai. Ez du *Jakin* edo *Hermes* izan behar, nahiz eta *Larrunekin* eduki mota hori lantzen dugun, ez du izan behar lehen aipatutako *Le Monde Diplomatique*. Edukiari dagokionez, astekarien ereduak aipatzekotan, gehiago ikusten ditud gaur egun *Le Nouvel Observateurrek* lantzen duen ereduaren haritik.

Beraz, "informazioa, analisisa eta entretenimendua" ikusten ditugu gaurko eta etorkizuneko *Argiaren* klabe nagusi gisa, aipatutako lehen bi osagaietan sostengatua nagusiki, baina aisiarako aukera desberdinez lagunduta. Eta entretenigarritasunaz ari naizenean, eduki arinagoez ari naiz, aisiarekin lotuagoak, nahiz eta informazioa eta analisisa ere, bere

zentzu zabalean hartuta, berdin izan daitezkeen entretenigarritasunari lotutako kontzeptuak.

10.- ARGIAKO IRAKURLEA

Guk zer nahi dugun azaltzen ari naiz apurka eta horretarako zein bide eta klabe ikusten ditudan. Jakina, hor funtsezkoa da zer eratako irakurlea duzun eta zer eratakoa izan nahi duzun. Egia esan, *Argiak* duen irakurle mota aipatutako ezaugarrietakoa da, neurri handi batean behintzat, hau da, nahi du informatzea, nahi du bere inguruan eta munduan gertatzen dena ulertu eta interpretatu .

Euskal prentsako irakurlearen gainean egin ohi diren inkestak kontuan hartuta badakigu irakurle jantzia dela, ikasketa unibertsitarioak dituen, 25-45 urte bitartekoa... guk egindako azterketek ere horixe erakutsi izan digute, gure irakurlea jantzia dela, exigentzia maila handikoa. Azken bost urteetan Komunikazio Biziagoan bi inkesta egin ditugu *Argiako* irakurlearen artean eta bietan ikusten da kopuru handi batek sakontasunezko edukiak dituela gustuko, iritzi artikuluak, *Larrun* aldizkariko eduki sakonak... Adinari dagokionez, oster, lehen aipatutako adin eremukoa baino zaharragoa da: gure irakurlearen gehiengoa 30-55 urte bitartekoa da, eta nire inpresioa da euskal prentsan oro har gertatzen den fenomeno dela... kosta egiten zaigu 30 urtetik beherako irakurleak erakartzea.

Guri dagokigunez, horrek sortzen dizkigu zenbait zailtasun eta kontraesan. Horietako bat da azken 15 urteetan harpidedunak eta irakurleak zahartzen ari zaizkigula –eta aspaldiko harpidedunak izanik, batzuk hiltzen- eta ez dugula lortu berau gaztetzeari. Arrazoi asko egon daitezke horren atzean, jakina,

baina nagusiki bi azpimarratuko nituzke. Batetik, gizartearen joerak daude: irakurzaletasun tasen beherakada, teknologia berrien eragina, lehen aipatu dudan informazio ereduaren bilakaera, agian euskarazko eskaintza informatiboa eskaera baino azkarrago handitu izana... Bestetik, gu geu gaude, komunikatu nahi dugunak; inozoa litzateke pentsatzea norberak ez duela zerikusirik gazteagoengana ez heltze horretan, norberak jakin behar duelako egokitzen merkatuak edo hartzaileak dituen eskakizunetara. Egokitu, horra hor garapenari lotzeko klabe nagusia. Bilatu egin behar da, frogatu, erratu... Horietatik bakarrik datoz berrikuntza eta egokitzapena. Edozein modutan, guk ez dugu gazteagoengana iristeko obsesiorik, konformatuko ginateke aurrerantzean ere gure adin esparru nagusia 30-50 balitz, eta gure ahaleginak horretara bideratuko ditugu, behintzat *Argiari* dagokionez. Azterketa bestelakoa da merkaturatzen ari garen beste produktuetan.

Guk gure irakurlearen ezaugarri nagusiak baditugu, eta hura asetzeko indarguneak non jarri behar ditugun ere bai. Baina bestelako kontua da jakitea euskaraz irakurtzeko gai den sektore horrek zer duen gustuko eta zer kontsumituko lukeen. Besteak beste, merkatu azterketa sakonak beharko lirateke hori ezagutzeko eta, halakoen tamainagatik, gure ahalmenetik kanpo daude. Euskarazko komunikabideen artean, elkarlanaz asko predikatzen dugu, baina egin oraindik oso gutxi egiten dugula uste dut: merkatu azterketak, kazetari hizkuntzaren garapena, terminologia, salmenta teknikak... esparru ugari dira lankidetzak eskatzen dutenak, baina bakoitza berean gaude, batzuetan hala nahi delako eta gehienetan inertziak horretara eramaten gaituelako. Ekonomiaren beste sektore batzuetan sortzen dira klusterrak eta halakoak, euskararen soziolinguistikaren esparruan, aurten sortu dute eurenak. Ikuspegi ekonomikotik begiratuta, ez dut uste soziolinguistikaren eremua euskarazko kazetaritzarena baino

garrantzitsuagoa denik, baina haiek biltzeko gai izan dira. Gu oraindik ez. Balio dezala kongresu honek elkarlanaren haritik tiraka jarraitzeko.

11.- MEDIOA, EDUKIAK ETA BOTEREA

Informazio orokorreko astekari batek, nagusiki zein ezaugarritako edukiak landu behar dituen jorratu dut orain arte, oso modu orokorrean esanda gainera. Informazio kopuru eta moldeen bilakaeraz ere aritu naiz. Baina etorkizuneko klabeetan, norberak lantzen dituen edukiak guztiz lotuta daude medioak gizartean duen posizioarekin. Lehen aipatu ditut Komunikazio Biziagoaren helburu eta balio orokorrak, eta aipatu nahi dut, halaber, argi utzi nahi dugula helburu horiek eta gizarteaz eta munduaz dugun ikuspegia, geure tradizio eta orainean ehundutakoak direla, eta informazioa ere hala saltzen dugula, gure galbahe horretatik pasatuz, ikuspegi propioz eta pluralez.

Gu geu gara, baina inozoa litzateke *Argia* aipatu ditugun presio gune horietatik guztietatik libre dagoela esatea, inor ez dagoelako inguratzen duen errealitate desberdinen eraginetik libre eta are gutxiago komunikazioaren munduan. Horrexegatik, ikuspegi propioaren ikuspegia urria delako, publikoaren zati handi batek estimatzen du askatasun maila hori eta gure etorkizunaren klabeetako hor ikusten dugu, gure izaera propio eta autonomoan, bai jabegoari dagokionez – langileak gara nagusi- bai komunikatzen dugunari dagokionez. Azken 25 urteetan, *Argiak* hori ondo erakutsi duela uste dut eta gaur egun ere gure ezaugarri nagusietakoa da. Ez dira gutxi izan printzipio nagusi horiek errealitatera eramateagatik izan ditugun arazoak, era guztietako jendearekin gainera. Eta autonomia hitza erabili dut, jadanik “medio independentea” oso ahuldua dagoen kontzeptua delako; *La Razonek*

ere “periódico independiente de información general” erabiltzen du lelo gisa, adibidez.

Norberak bere buruari buruzkoak argi izan behar ditu, dena den, eta guk aipatutako guztiez gain, xumetasunez ikusten dugu gure burua, gutxienez inguratzen gaituen erdarazko komunikazio itsaso honen nagusitasun erabatekoaren aurrean. Euskarazko komunikazio esparruan dugun posizioa, aldiz, bestelakoa da, batez ere gure historiagatik, gure ezaugarriengatik eta gaur egungo gure tamaina eta zabalkundeagatik.

Aipatzen ari naizen honetan guztian kontraesanak ere badira. Esate baterako, edonork esan dezake, eta ez arrazoi gutxiz, bere jardun ekonomikoaren %25 diru publikoaren menpe duenak ezin duela horren lasai hitz egin bere askatasunaz. Egia da horrek seguruenik baldintzatuko duela norberaren jokaera, zuzenean baino zeharka, kazetariak eta medioak egin dezaketen autozentsuragatik batez ere. Publizitate jartzaileekin ere gerta liteke lotura konturik. Arrazoi desberdinak medio, beti da autozentsura gure ogibidean, ahalik eta txikiena izatea da lortu behar dena, bai medioen ikuspegitik, bai kazetarion ikuspegitik. Komunikabideari dagokionez, zenbat eta lotura gutxiago izan orduan eta askeago jokatzeko tartea izango du. Kazetariari lotuz, honek zenbat eta helburu argiagoak, izaera sendoa eta profesional baliagarriagoa izan, orduan eta autozentsura maila txikiagoa erabili beharko du.

Euskarazko prentsan bi eratako medioak daude: publikoak eta pribatuak, nahiz eta hauetako askok zerbitzu publikoaren izaera eta jarduera izan. Hau da, eskuarki esanda, EITBko medioak eta gainerakoak daude. Medio publikoak EAEko erakunde publikoen menpe daude, eta zabaltasun handiagoz edo txikiagoz, informazioa hobeto zainduz batzuetan besteetan baino, azken ia 25 urteetan boterean

dagoen alderdiaren irizpideen kontrolpean daude neurri batean. Ikuspegi oso desberdinetako gizarte sektoreen aldetik, behin baino gehiagotan salatu zaio hori EITBri eta bertako profesionalek modu desberdin batean bada ikuspegi desberdinen tira-birak jaso dituzte behin baino gehiagotan. Beste medio ia guztietan kontatu ahal izango da zatiketa eta enfrentamendu politikoaren ondorioz, indar edo gune politiko desberdinekin izandako arazoei buruzko pasadizoren bat, edo gehiago agian, batzuk besteak baino larriagoak. Guk behintzat izan ditugu, behin baino gehiagotan gainera.

Gu geu ere ez gara berdinak indar eta joera politiko guztien aurrean, guk geuk ere gure izaera dugulako eta haiek ere gurekiko berdin aritzen ez direlako. Baina oso argi dugu, gure zereginen artean dagoela indar eta joera politiko desberdinen artean integrazio jarrerak bultzatzea, bereziki indar abertzaleen artean. Argi dugu Euskal Herriak bizi duen gatazkak irtenbide duina behar duela: duina gizartearentzat eta duina pertsonarentzat. Horretarako klabe ugari daude, hiru besterik ez ditut aipatuko: ditugun arazoak elkarrizketaren bidez konpondu behar dira, proiektu eta ideia guztiak zilegi dira eta errespetua merezi dute; eta euskal gizarteak berak bere buruaz erabaki behar du. Denok dakigu hori baino askoz arantzatsuagoa dela, askoz gehiago sakondu litekeela, baina printzipio horiek kazetaritzaren eremura eramanda ere, gure ogibidea askoz duinago eta baliagarriagoa egingo dugu.

Garai bateko kazetariaren irudi erromantikoa gero eta hutsalagoa da, eta kazetaritzan diharduenak jakin badaki filmen bidez zabaldu den erromantizismo horren gainbeheraz. Nonbait lanean ari garenean eragile asko tartekatzen dira gure asebetetze mailan, baina lanbidearekiko atxikimendua da giltzarrietakoa. Lanbidearekiko maitasunaren arabera gaude gusturago edo ez egiten dugunarekin, eta kazetaritzan gustura egon eta emankor izateko, maitasun hori

ezinbestekoa da. Soldata ateratzea ez da gutxi gaur egungo munduan, baina horretarako bakarrik arituz, nekez goza daiteke kazetaritzaz, nekez erantzun dakioke egoki errealitatea interpretatu eta gizartean eraginkor izateari. Nire kazetaritza esperientzian oinarrituta, zaila da kazetari zortzi orduz bakarrik izatea; zortzi orduz lanean aritzen gara, baina gainerako orduetan ere etengabe ari gara entzuten eta ikusten, eta hori guztia gure kazetari lanbidean txertatzen da.

Argiara etorritz, baina beste leku askotan ere gero eta gehiago, gaur egungo kazetariak, informazio kopuru handietan nola aritu ondo jakin beharraz gain, pertsona kudeaketan aritzeko prestakuntza egokia behar du, lehen aipatu dudan bezala, ohiko kazetariaren lanaz gain, kolaboratzaile kopuru garrantzitsu bat kudeatu behar duelako: artikuluak enkargatu, kolaboratzailearekin batera artikulua gestionatu eta artikularen emaitza baloratu. Kazetari ona izateaz gain, pertsonekin lan egiten ikastea funtsezkoa da norberaren lana arrakastaz egiteko. Areago, esango nuke bere kudeaketa ikuspegi parte-hartzailean oinarritzen duen gurea moduko enpresa batean, kazetariak, pertsonen kudeaketaz gain, enpresa gestioa ere bere zereginen artean integratu behar duela. Kazetaritza, pertsonen kudeaketa eta enpresa kudeaketa, hiru osagai horiek aipatu ditut eta, bakoitza bere neurrian, baina hirurak landu behar ditu *Argiako* kazetariak.

Ez dut gure jarduera eta egoeraren irudi idilikorik agertu nahi izan. Aipatu ditudan ia printzipio eta egoera guztietan ditugu arazoak, batzuk besteak baino handiagoak, baina gaur gaurkoz argi dugu norantz jo behar dugun. Nola, ordea? Hor dago gakoa, hor asmatu behar. Gaur egun, Komunikazio Biziagoa SAL bizi-bizi dagoen komunikazio proiektua da. Euskarazko komunikabide txiki batentzat ez da samurra Euskal Herriko egungo komunikazio esparruan burua

agertzea, baina egia da, halaber, euskarazko komunikazio esparru gero eta sendoagoa dugula. Komunikazioaren aro gorenean, handi eta boteretsuen diruak agintzen du eta ur uher horien artean gabiltzanon egunerokoa ez da samurra. Baina dabilen harria gara eta ibiltzen jarraitzeko konbentzimendu osoz eta gogo biziz gaude, *Argiak*ook bai behintzat.

Ordu erdiko jardunean ez dut ezer aipatu bizipozaz, ez dirudi kazetaritza kongresu batean leku handirik duenik halakoez aritzeak, baina funtsean, hori gabe jai dute halako edo bestelako proiektuek, gutxienez diruaren gorpilean mugitzen ez diren gurea moduko proiektuek. Sarri egin dut berba pluraleko lehen pertsonan, eta bukaeran eta bizipozaz aritzean, lehenengo pertsonara pasatzea ezinbestekoa zait.

Ikasle asko dago hemen eta mezua behintzat jaurti nahi dut: kazetaritza ikasi ondoren, nire lanbidea euskaraz bizitzearen aldeko apustua egin nuen, beste askok bezala, horrek duen naturaltasun eta konplexutasun guztiarekin, bizitza bera ere horixe da neurri handi batean. Negarra eta kexua etenbakoak diren sektorean bizipozerako tarterik ez dagoela dirudi sarri, baina geure hautua da kazetari izatea eta aritzen garen lekuan aritzea, nire kasuan 15 urteko hautua. Gaurkoz behintzat pozik nago kazetari bizitzarekin eta honek emandakoarekin. Gure gestio plan eta halakoetan makinatxo bat helburu jartzen ditugu, eta bizirauteko lortu egin behar dira gainera, baina egiten duzunarekin barne poztasun sakon hori sentitzea, hori bera gutxi al da akaso? Ez ote da garrantzitsuena?