

# HERRI-ALDIZKARI BATEN TAXUKETA

JOXE ARANZABAL

---

**E**dozein aldizkari edo egunkariren taxuketaz hitz egiten denean, akaberako maketa bide luze baten azken urratsa baino ez da izaten, hausnarketa eta definizio-prozesu baten azken emaitza. Hortaz, herri-aldizkari baten taxuketaz idazterakoan, derrigorrezkoa deritzot aurretiaz eman beharreko pausoak aztertzeari.

## ZER DA HERRI-ALDIZKARIA? ZERTARAKO?

Gauza asko dira *Arrasate Pre s s*, *Ttipi-ttapa* edo *Akatz* esate baterako, *Hola*, *Time*, *Teleprograma* edo *Cosmopolitan* aldiz-

karietatik bereizten dituztenak. Helburuak, esparruak, bitartekoak, estiloak eta aurrekontuak zeharo desberdinak dituzte.

Enpresa handi horietan, aldizkari berriren bat atera aurretik, enpresak arretoa handiz aztertzen du noizentzat izango den aldizkaria eta ea gizartean produktu hori kontsumitzeko/irakurtzeko irrikarik dagoen. Batzuek sekulako dirutzak erabiltzen dituzte horrelako azterketak egiteko. Emaitzak gustokoak ez izan arren, ez dira damutzen egin izanaz, osterantzean askoz ere txanpon gehiago xahutuko lituzkete eta. Orain dela gutxi Planeta argitaletxeak lau haizetara iragarri zuen *Por Favor*, hirurogeitamargarren hamarkadan hain ospetsua izan zen umore-aldizkaria berrargitaratuko zuela. Taldea osatua zuen eta kolaboratzaile-sorta handia, tartean Espainia mailako umoregilerik ospetsuenetakoak, prest eta hitz emanda bertan idazteko. Plazaratzeko hilabete eskas falta zela, ostera, merkatu-azterketa egin eta emaitzak oso eskasak izan direnez, egitasmoa bertan behera geratu da oraingoz. Ez pentsa, hala ere, kasu bakarra denik. Aitzitik, komunikabideen munduan sarri askotan ematen da.

Herri-mailako aldizkari bat atera aurretik horrelako merkatu-azterketa garestirik egitea gaitza da, baina sakona izan daitekeen hausnarketa egitea posible da, lokala izango den aldizkari hori benetan herrikoa izan dadin, herritarrek eskatzen dutenetik hurbil.

Derrigorrezkoa da herri edo bailara hori ondo ezagutzea, irtengo den aldizkariak arrakasta izan dezan. Horregatik, lehenengo eta behin, aldizkari berri horren esparrua aztertu beharko da, bai geografikoki zein balizko irakurleak kontutan hartuz, elkarren berri izan dezaten, dituzten arazoak plazaratzeko tribuna bihur dadin, entretenimendurako txokoa eta bertako bizitzaren taupada. Informazioaren aldetik esparru horrek eskaintzen dituen interesguneak markatu beharko dira: udala, enpresak, eskolak, kirola, kultur taldeak, gastronomikoak... Lana ondo egiteko, albiste-iturriak aztertuko dira, nondik jaso informazioak edo pistak: herriko berriemaileak, udaletxeko idazkaria eta teknikariak, herrian argitaratutako orri, ohar eta bestelako agerkariak, goian aipaturiko taldeetan egon litezkeen kontaktuak, bertan ari izango diren kazetarien kanpo eta barne-lana ahaztu barik, jakina.

Azterketa horren ondoren argi baldin badago zertaz idatzi badutela eta informazio-iturriak seguruak dauzkatela, aldizkaria nori zuzendu erabaki beharko dute hurrengo.

## HERRI-ALDIZKARIA NORENTZAT?

Aldizkaria herriko sektore batentzat (jubilatuentzat edo xakezaleentzat kasu) edo herri osoarentzat egin nahi duten argitu beharko dute, herri-mailako baina interes orokorreko aldizkaria landuko duten, alegia. Artikulu honetan, azken hauei buruz ari izango gara.

Aldizkariak irakurleen gurariak eta interesak ispilatzea lortzen duenean, bien artean sortzen den identifikazioa askoz ere handiagoa izango da. Baina nola iritsi horretara? Hor dago langintza honetan sartzen garen guztion korapilorik korapilatsuenetakoa. Hori erdiesteko lagungarri izaten da askotan Fermandoren egiak bezain jakina iruditzen zaigun itauna egitea. Zer interesatzen zaie gure herritarrei? Edo beste modu batean esanda, jendeak zertan ematen du denbora eta zertan xahutzen ditu sosak? Sorpresa bat baino gehiago hartuko genuke bide horretatik abiatuz gero.

Ildo beretik, gurea komunikabide idatzia izango denez, ez litzateke batere txarto etorriko miaztea gure herritarrek zer irakurtzen duten eguneroko edo hileroko prentsan. *Teleprograma*, *Nuevo Estilo*, eta *Muy interesante*, batzuk baino ez aipatzearren, saltzen direla asko? Aurriritzirik ez badaukagu behintzat, horrek berak adieraz liezaguke nondik nora doazen irakurleen zaletasunak, eta ustez guk hobeto ezagutzen dugun herrian zertan egon litekeen hutsuneren bat informazioaren aldetik. Badago aztertu beharreko beste aldagairik: nolakoa da gure herriko demografia (umeak, gazteak, helduak, zaharrak, emakumeak, gizonak...), zeintzuk dira produkzio-mota nagusienak, zein irakaskuntzaren presentzia eta herritarren antolaketa desberdinak (elkarte gastronomikoak, kirol-elkarteak, alternatiboak, kulturalak, politikoak...), etab.? Herri-aldizkari bat atera nahi duen talde batek ez luke oztoporik izan behar puntu guzti hauek aztertzeke eta berauetatik ondorioak ateratzeko.

## NOLAKO HERRI-ALDIZKARIA?

Euskaraz izango dela esaten ari gara. Aldizkariaren bultzatzaileek jakin egin beharko dute zein den euskararen egoera herri edo bailara horretan eta zein den irakurleko potentziala. Neretzat argi dago herri horretako euskaldun guztiak direla aldizkari horretako irakurle posible. Hor sartuko lirateke gaztelaniaz irakurtzeko eta idazteko gai diren euskaldunzarrak, euskaldunberriak eta irakaskuntza euskaraz izan dutenak. Denontzat egin beharko litzateke aldizkaria. Gauzak horrela, euskaldunok euskaraz gutxi irakurtzen dugula jakinda, behar bada letra-tamaina aproposa aukeratu beharko litzateke, bestelakoetan agertzen dena baino handitxoagoa, espazio zuriak ere irakurketa errazteko erabiliz.

Aldizkariaren tonua ere orain erabaki liteke. Nolakoa izango da, satirikoa, kritiko zorrotza, apurtzailea, lasaia, bateragilea...? Zein bide aukeratzen den, aldizkariaren izaera markatuko du.

Maiztasuna ere ez da txantxetako gauza. Zenbat eta maiztasun handiagoa, geroz eta handiagoa aldizkariaren eragina bere inguruan. Arazoak ere handiagoak dira, jakina: aurrekontua, azpiegitura, baliabideak... Neurtu egin behar aldeko eta kontrakoak eta erabakiak hartu. Nere ustez, arazo teknikoak gaindiezinak ez badira, oso kontutan hartzekoa da asteroko maiztasunak ematen duen eragin handiagoa.

Maketaren arazora iritsi aurretik badaude beste zenbait kontu erabaki beharrekoak.

- *Pertsonala*. Zenbat jende ibiliko da lanean? Horietatik zenbat izango dira fijoak eta zenbat kolaboratzaile? Zertaz idatziko luke bakoitzak?

- *Sailak*. Pertsonala eta herriaren eguneroko errealitatea gogoan hartuta, zenbat sail antola daitezke?

- *Formatua*. Egunkari itxura emango zaio ala DIN A4ekoa, ala hori baino txikiagoa? Irakurketa errazteko letra handiagorekin eta espazio zuriekin jokatzeko badugu eta publizitateari bere lekua eman, neretzat formatorik txikiena DIN A-4ea

- *Teknologia.* Bai aldizkaria egiteko orduan, zein inprimatzekoan. Lehenengoari dagokionez, hau da, aldizkaria betiko moduan egin, hots, idazmakinez, edo gaur egun hain eskura jarri zaigun autoedizioaz baliatuz, neretzat argi dago autoedizioan dagoela erantzuna. Batetik, gaur egun ikaragarri merketu direlako autoedizioan erabiltzeko tresnak. Milioi-erdirekin laser inprimagailua eta oinarrizko ordenadore bat eros daitezke, hau da, autoedizioa martxan jartzeko elementurik oinarrizkoenak. Programak garesti samarrak izan ohi dira, baina handik edo hemendik kopiak lortzea, hasiera baterako behinik behin, ez litzateke batere zaila izango. Bestetik, autoedizioak sekulako abantailak eskaintzen ditu produktuaren kontrola erredakzioan egon dadin, harik eta behin eta berriro zuzendutako azken frogak inprentara bidaltzen diren arte. Honi esker, azken orduko erabakiak hartzeko malgutasuna handiagoa da eta, zuzenketei dagokienez, produktuaren kalitatea nabariagoa.

Inprentak zein teknologia daukan oso inportantea izan liteke. Filmadora edukiz gero, adibidez, azken emaitzaren kalitatea askoz ere handiagoa bait da. Izan ere, laser-inprimagailuak ematen duen kalitatea 300 puntutan neurtzen bada (inprententzat hori da minimoa), filmadora batek 1.200 edo 1.600 puntutakoa eskaini lezake. Horrek esan nahi du inprimatutakoaren garbitasuna askoz handiagoa dela, eta maketa egiteko orduan, aldizkaria zuribeltzez baldin badao, tramek eta, joko izugarria eman lezaketela. Ondorioz, aldizkariak dextente irabaziko luke. Apur bat garestiagoa izan arren, nik neuk filmadoraren sistema hautatuko nuke herri-aldizkaria egiteko orduan.

- *Aldizkaria saldua ala doan emana?* Gaur egun argi dago doan banatutako aldizkariak ez duela berez eta besterik gabe azpiproduktua izan behar. Publizitatea eramateak dirua emateaz gain, onespenez soziala ematen duela esango nuke nik, euskarak eta horrelako aldizkari batek beharrezkoa duten onarpena. Publizitateari leku nabarmena egin behar badiogu, gogoan hartu beharko dugu maketazioa egiteko orduan.

Aldizkaria saltzeak merkatuko gainerako aldizkari guztiekin lehiari sartzea esan nahi du, euren terrenoan, kioskoetan. Kasu horretan balizko irakurlea kioskoetara joan beharko li-

tzateke eta erosi. Seguruenik horrela zabalkunde murriztagoa lortuko litzateke eta ondorioz, publizitate gutxiago.

Doanekoa izateak badu, herri-mailan, zenbait abantaila: banaketa pertsonalizatzeko aukera handiagoa ematen du, askoz ere jende gehiagorengana hel liteke eta hagitz publizitate eta diru gehiago lor lezake bestela baino.

- *Banaketa-sistema.* Modu asko daude aldizkariak banatzeko. Herriko edo bailarako kioskeroekin hitzarmenak egin litezke euren kioskoetan banatzeko edo saltzeko; herriko dendari edo ogi-saltzaileekin, ogiarekin batera bana dezaten; postariekin, orduetatik kanpo bana ditzaten; Postetxearekin, denak postaz banatzeko; herriko zenbait talderekin, aldizkarietarako etiketak jarri eta etxez etxe, harpidedunen postontzietan banatzeko. Talde bakoitzak egokiena deritzona hauta dezala.

## INPLIKAZIO-MAILA DESBERDINAK

Herri-aldizkari baten arrakastan faktore asko hartu behar dira kontutan, ez beti periodistikoak. Arrakasta horrekin badu zerikusirik herrian aldizkariarekiko lortzen den inplikazio-mailak.

- *Ekimen pribatua.* Aldizkari horren bultzatzaile lagun-talde bat edo kultur elkarte bat izan litezke. Helburuak oso desberdinak izanik (euskara bultzatzea, komunikazioaren mundua lantzea, dirua irabaztea...), ekimen pribatuaren esparrutik datoz denak.

- *Herri-administrazioa.* Aldizkaria euskaraz argitaratzen bada, seguruenik, eta orain arteko eskarmentuan oinarrituta, aldizkari horrek herri-administrazioetik (Udaletik, Foru Aldunditik, zein Eusko Jaurlaritzatik) etorritako diru-laguntzak beharko ditu.

- *Kazetariak.* Euren lana aldizkaria agindutako epeetan ateratzea da. Profesionalak direnez gero, soldata bat jasoko dute. Profesionaltasunak boluntarismoaren hainbat gorabehera gainditzen ditu.

- *Herritarrak*. Modu askotan har lezakete parte. Aldizkarian idazten edo hainbat albisteren pistak ematen, banatzen edota, besterik gabe, irakurtzen.

- *Ekonomia pribatua*. Herriko eta inguruko enpresariak eta merkatariak oro har sartuko nituzke hemen. Irakurle izateaz gain, aldizkaria euren produktuen publizitatea egiteko erabil lezakete. Aldizkarian inbertitzen dutenez, interes bizia izango dute aldizkaria ondo joan dadin.

Inplikazio-maila hauek lortu eta ondo lotuz gero, interes handia segurtatuko da herrian. Hortik aurrera, produktu interesgarria egin behar, erabateko arrakasta bermatzeko. Guzti horretan egingo den maketak garrantzi handia izango du, dudarik gabe.

## ALDIZKARIAREN MAKETA

Heldu gara maketara. Honez gero badakigu zein sail sartuko ditugun, publizitatea erabiliko dugun ala ez eta zenbat, kolaboratzaileak zenbat eta zeintzuk diren, zein izango den kazetari finkoen lana, etab. Gauza asko dakigu, beraz, eta gure lana aurrerantzean askoz errazagoa izango da.

### MAKETA-MOTAK

Planteamendu orokor moduan, maketa bi eratakoa izan liteke: zurruna edota malgua. Maketa zurrunean sail guztiek espazio berdina dute, beti. Bai publizitateak, iritzi-artikuluek, albisteek, etab. Hasiera batean batipat, maketazioaren gorabeherak ondo ezagutzen ez direnean eta, gauzak ikaragarri errazten ditu, zeren bai publizistek zein maketalariak nola kazetariak ere bai bait dakite nolakoak diren landu behar dituzten espazioak. Desabantailen artean, ondorengo aipatu behar, alegia, publizitatetik ohizko eskemetatik irteten den eskari bat datorrenean, zenbait kasutan publizitate hori atzera botatzerainoko malgutasun-falta. *Arrasate Pre s-sek*, esate baterako, era honetako maketarekin lan egin du orain arte.

Maketa malguan, bestalde, gauzak aldatu egiten dira aletik alera. Lehenengo eta behin publizistek dagoen publizitatea hartzen dute kontutan. Bigarrenik, dagoena banatu egiten dute aldizkariaren orrietan zehar eta publizitateari dagokion maketa egin. Ostean, erredaktore-buruak edukinei dagokien maketa egiten du eta maketalariari eman. Eragozpenen artean, aletik alera aldatzen ibili beharra dauka sistema honek. Publizista eta erredaktore-buruaren arteko zehaztasuna eta koordinazio ona eskatzen du. Publizistak, batez ere, aurretiaz egin behar du lan, gauzak ondo joan daitezzen. Behin menperatu ondoren, sistema hau aberatsagoa da, irudimena izanez gero, bide gehiago eskaintzen ditu barietateari. Horrezaz gain, hobeto aprobezia daitezke publizitate-mundutik datozkeen eskariak.

Beraz, zein hautatu, maketazio zurruna ala malgua? Talde bakoitzak aukeratu beharko du. Zurruna oso ondo dator hasieran, lan-sistema ondo ikasi eta menperatu artean. Esperientzia duen norbait egonez gero desberdina litzateke, baina ez da horrela izaten normalean. Hasteko, bada, zurrunarekin hasiko nintzateke. Pare bat urte pasatu ondoren, aldatzeko ordua izan liteke.

#### DISEINUAREN BATASUNA

Denetarikoa gaiak lantzen dituzten era honetako aldizkari generalistetan, nekeza da soilik sektore batentzat erakargarriak izan litezkeen planteamendu formal, ausart eta aurrerakoiak egitea. Helburua gaztetxoekin hasi eta jubilatuentzat ere erakargarria izan dadila baldin bada, sektore bakoitzarentzat zerbait berezia izan beharko du, baina diseinuak batasuna izan beharko du, osterantzean hain desberdinak diren irakurle horiek eragozpenak izan litzakete aldizkariarekin identifikatzeko. Paginazioa, letra-motak, goiburua antolatze modua,



horiek, politikak direlako besterik gabe, sartu beharrik. Horre la hasiko bagina, eta zoritxarrez gura baino sarriago gertatzen da, konturatu orduko maketan lardaskatzen ariko ginateteke, aldizkariaren nortasun-zeinuak nahaspilatzen. Besterik da, oso desberdina, behar berriak sortu ahala maketa egokitzen joateko malgutasuna izatea. Azken hau guztiz beharrezkoa ikusten dut, aldizkaria bizia delako eta moldatuz joan behar duelako, baina beti berea duen nortasunari eutsiz.

### IRAKURKETA ERRAZTU

Aldizkari guztietan, baina akaso herri-aldizkarietan modu nabarmenagoan, irakurketa erraztu egin behar zaio irakurleari, gauzak erraz eta samur irakur ditzan. Gure garaiko maisu-maistrek gurekin erabili zuten “La letra con sangre entra” sistemak ez du hemen balio. Alderantziz. Irakurketa gauzarik atseginen eta errazena izan dadin egin behar da lan.

### **Irakurketa desberdinak**

Alde horretatik, eta kontutan hartuta gure gizartean multimedian bizitzen ikasten ari garen honetan lehenetsunak aldatzen ari garela eta geroz eta denbora txikiago eskaintzen diogula aldizkariak irakurtzeari, bi edo hiru irakurketa posible egiten duten sistemak erabili beharko genituzke: aurretituluak, tituluak, azpтитuluak, sarrerak, argazki-oinak, aipuak testuan zehar, testu-kutxak, infografikoak... Irakurleak astirik ez badu, goiburu aldea irakurriko du, argazki-oina, eta aipuak. Gaia interesatzen bazaio, testu-kutxak ere irakurriko ditu, infografikoarekin batera. Eta artikulua irakurtzeak merezi duela erabakiz gero, horixe egingo du idazlan osoarekin. Eta bestela, aurrera egingo du, bere begien arreta erakarriko duen hurrengo orrialderaino.

### **Labur idatzi**

Laburtasunak ikaragarri errazten du irakurketa. Gogoratu helburua irakurtzen ohituta ez dagoen jendearekin komunikatzea dela. Batzuk, euskaraz irakurtzeko gai izan arren,

beren ama-hizkuntzan alfabetatuak ez daudelako eta besteak, alfabetatuak diren arren, kultura bisualean hezi direlako. Beraz, artikuluko laburrak idatzi, eta luzeak idaztea tokatzen denean, zatikatu edukinak eta modu atseginean antolatu eta aurkeztu, irakurlea errazago sar dadin.

### **Idazkera erraza**

Hizkuntzak ere erraza izan behar du. Herri-mailan ari gara eta berriro ere gogora ekartzea komeni da jende gehienak ez duela euskaraz irakurtzeko ohiturarik. Beste herrialde batzuetan horrelako jendearentzat proposamen zehatzak egin dira eta produktu bereziak atera eurentzat: prentsa herritarra, popularra. Idazkera aldetik geuretzat oso interesgarria izan daitekeen planteamendua dute. Zuetariko batek baino gehiagok ezagutuko du *Claro* egunkari espainiarraren kasua. Idazteko moduari zegokionez, oso garbi idatzita zuen bere estilo-liburuan, idazkera berezia erabili behar zela, eskuarki irakurtzeko ohiturarik ez zuen irakurlea irabazteko. Esaldiak oso era sinplean idatzi behar ziren: subjektua, predikatua, aditza eta puntu. Subjektua, predikatua, aditza eta puntu. Esaldiak ezin ziren bi lerrokoak baino luzeagoak izan. Praktikan agertzen ziren luzera handiagokoak, baina oro har ikusten zen erraz idazteko (gauza benetan zaila) ahaleginak egiten zituztela. *Claro* pikutara joan zen, baina ez idazkeraren planteamenduagatik. Badira *Bild* alemana, *Today*, *The Daily Mail*, *The Daily News* eta munduan zehar barreiatuta dauden hainbat eta hainbat egunkari eta astekari arrakastatsu idazkera-politika berdina daukatenak. Euskal Herrian badira bide hori nola edo hala jorratu dutenak, *Auspoa* argitaletxea eta *Habe* aldizkaria adibidez. Mereziko luke herri-prentsan ere hizkuntza erraza era serioan lantzeak.

### **Elementu grafikoak**

Irudiaren kultura aipatu dut goian. Komikia, zinea eta telebistaren kulturaz ari naiz. Gure bizitzetan halako pisua eta

presentzia dituzten medioez. Medio hauek letra inprimatuare n kodeekin zerikusi txikia duten beste kode batzuek gobernatzen dituzte, konturatu barik barneratu ditugun kodeak. Irakurlego gaztea da batipat medio hauen artean ordu gehien eman dituen taldea. Gazte hauek irabazi nahi izanez gero, erabili egin behar gu realdizkarietan beste medio horietatik baliagarriak izan lezkigukeen bitartekoak.

Hiru elementu aipatuko nituzke nagusiki: argazkiak, infografikoak eta kolorea. Azken hau izan liteke oraingoz zailena lortzeko, kostuak ikaragarri garestitzen dituelako, baina besterik ez bada, publizitatean erabili beharko litzateke. Bada Estatu Batuetan arrakasta handiko aldizkari bat, *People*, publizitate gehiena kolorez eraman arren, erabat zuribeltzean egiten dena.

Argazkiak askoz ere eskuragarriagoak zaizkigu. Hobeto ezagutzen dugu argazkien mundua. Argazkiak guztiz beharrezkoak direla herri-aldizkari batean esango nuke. Argazki biziak, herritarrak protagonista eta subjektu nagusi dituztenak. Argazkiek sekulako arrakasta daukate, besteak beste jendeari (denoi) izugarri gustatzen zaiolako (zaigulako) beraietan agertzea. Jendearentzat zaila izango da egunkari handietan inoiz agertzea, baina posibilitateak areagotu egiten dira ikaragarri herri-mailako aldizkari batean. Euskaraz jakin ala ez, argazkiak bere hizkuntz propioa du, jendeak baloratu egiten ditu argazkiak eta beraietan motiborik agertuz gero, albokoa irakurtzera edo itzulpena eskatzera bultzatuko du.

Infografikoei dagokienez, berria izan arren, ez dut uste posibilitate-moduan baztertu behar denik. Teknika berezia eskatzen du eta herri-aldizkarietan askotan posible ez den lan egit-

## PRAKTIKOTASUNA

Komunikabide handiak ezin dira egunero herri-mailako xehetasun txikieta heldu. Herri-aldizkaria, ostera, bai eta arazo handirik gabe.

Maketak herriko irakurleak edozein herri-aldizkariri eskatzen dion informazio praktikoari lekua egin behar dio derrigorrez: deialdiak, erakusketak, zineak, emanaldiak, manifestazioak, beharrezko telefonoak, abisuak, lan-aukerak, jaiotzak, ezkontzak, urteurrenak, heriotzak... herriaren taupada adierazten duen informazioari, alegia.

Jendeak elkarren berri gehiago jakin nahi du eta herri-mailako aldizkariak ederto asko bete lezake behar hori. Besteak beste herriko plaza bihur daitekeelako, iritzi guztiak biltzen dituen plaza. Horretarako aldizkariak bide desberdinak urra litzake. Alde batetik, herri horretako agente sozialei ahotsa emanaz, euren iritziak ager ditzaten. Bestetik, mundu guztiko komunikabide idatzietan erabiltzen den gutun-saila dago. Bertan irakurleak bere iritziak argitara ditzake. Eta azkenik, aldizkariak ondo egingo luke telefono bat irekitzen, herritarren sugerentziak, kexak, etab. aldizkarian ager daitezen.

Benetan plaza bihurtuko balitz, herritarrak erabat identifikatuko lirateke aldizkariarekin, berena eginez.

## PUBLIZITATEAREN TRATAERA

Herri-aldizkariak ondo zaindu behar du publizitatea, baita bertan egin behar denean ere. Bultzatzaileek ezin dute inolaz ere ahaztu publizitatea dela finantzabiderik inportanteenetakoa eta horregatik hain zuzen, babestu eta mimatu egin behar dela.

Aldizkariak zenbat eta publizitate gehiago eta iturri desberdinetakoa eduki, orduan eta askatasun handiagoa izan lezakeela uste duenetakoa nauzue. Nekez berma daiteke aldizkari edo komunikabide baten independentzia diru-iturria bakarra denean. Edozein gauza bere osoan ordaintzen duenak, herriko udala, ikastola ala denda izan, kontrolatu nahi izaten du, logikoa denez. Norbere ekarpena askoren arteko bat

gehiago denean, aldiz, askoz ere zailagoa egiten dira kontrol-nahiak. Horregatik da garrantzitsua publizitate asko eta desberdina edukitzea. Zeren publizitateak, diruaz gain sinesgarritasuna ere ematen bait dio edozein aldizkariri. Ez da berdina betiko kutxen edo argitaletxeen iragarkiak agertzea ala *El Corte Ingles*, *Iberdrola*, *IBM*, *Opel* edo beste goimailako izenena. Gure bizitzaren toki guztietan agertzen diren firma ahaltu hauek gure aldizkarietan ere agertze hutsak sekulako indarra ematen die, nere ustez.

Horregatik ez du balio iragarkiak eskuz edo edozein modutan egiteak. Kalitate-kontrol zorrotza jarri beharko litzateke publizitatea egiterakoan. Letra eta irudien kalitatea, testuen zuzentasuna eta egia... Aldameneko dendariak ikusten badu berak ordaindutako iragarkiak txukun irteten direla, bere irudia irabazten ateratzen dela, hurrengoan ere diru gehiago inbertitzeko gertuago egongo da. Horien konfidantza ere irabazi egin behar da, ez euskaltzaleak direlako, ordaindutakoa profesionaltasunez egiten zaielako baizik. Hizkuntza hori euskaltzaleek eta euskaltzale ez diren merkatariek ulertzen dute, handiek nahiz txikiak.

#### AUTODISZIPLINA

Behin, Euskal Herriko herri-aldizkari bat gainbegiratzen, aldizkari horren zuzendariak egunkari batean argitaratutako artikulu trinkoaren kopia ikusi nuen, letra txiki-txikian orrialde bi betetzen zuela. Artikulua aldizkarirako egokitzen ere ez zuen lanik hartu. Zegoenetan fotolitoa atera eta hantxe zegoen, ezker-eskuin.

Zuek esango didazue zer interes izan dezakeen halako exhibizioak herri-aldizkari bateko irakurlearentzat. Kasu honetan idazlearen egoak edo nitasunak gainditu egin zuen medioaren logika. Horretan gabiltzan guztioi gerta lekiguke, aldiz.

Labur eta herriari dagozkion gaiei buruz idatziko dugula erabaki badugu, eutsi egin behar diogu erabakitakoari, serio jokatu, autodisziplinaz.

## KOLABORAZIOAK

Kolaboratzaile onak aldizkariaren gatza eta piperra izan ohi dira. Jakin eta gero nortzuk izango diren, lekua egin behar zaie maketa pentsatzeko orduan. Komenigarria da bakoitzari beti neurri bateko kolaborazioa eskatzea, bestela sekulako anabasa izateko arriskua dago eta.

Ahal izanez gero, egilearen izen-abizenak erabiltzea gomen-datuko nuke, eta inoiz ez ezizenak. Besteak beste, herri-mailan zer esaten den bezain inportante edo inportanteago nork esaten duen jakitea bait da, denok ezagutzen dugu elkar eta. Artikuluak ezizenez agertuz gero, esandakoak ere galdu egingo luke pisua, hainbat jendek ezizena zerbait ezkutatzeko erabiltzen dela uste izango lukeelako. Bestela esanda, iruditzen zait ezizenekin artikuluek sinesgarritasuna galduko luketela. Horrekin batera, sor litezkeen eztabaidak askoz argiagoak eta eragingarriagoak izango lirateke benetako izen eta deiturekin sinatuta doazenean.

## ALDAKETAK SARTZEKO MALGUTASUNA

Munduko edozein tokitan gobernu berri batek agintea hartzen duenean, gizalegez edo, gutxienez ehun egunetako epea ematen zaio, kontuak eskatzen hasi aurretik. Era berean, iruditzen zait herri-aldizkari baten maketa ez dela amaitzen aldizkariaren lehen alea kaleratzearekin batera. Edozein herri-aldizkariri epe bat eman behar zaio irakurleen iritziak jaso eta poliki-poliki aldaketak sartuz joateko. Sailen toki-aldaketak, izen-aldaketak, sail berriak zaharren ordeztu, beti ere irakurleen nahietara hurbiltze aldera eta, ahal delarik, estiloari dagokionez goian aipatu ditugun konstanteak aldatu barik. Aldizkaria egiten duen taldeak horrenbesteko malgutasuna izan beharko lukeela iruditzen zait.

Honek, hain zuzen, konpentsatu egingo lituzke, artikulua honen hasieran aipatu dugun bezala, edozein produktu atera aurretik argitaletxe handiek egiten dituzten merkatu-azterketa garestiak. Herri-mailako taldeek ez dute aldeztu aurretik horrelakorik egiteko aukerarik, baina bai aldizkaria ateratakoan. Merkeagoa apika, baina bestea bezain baliagarria edo gehiago. Dena ez da eta, diru kontua.

