

EUSKAL PRENTSAREN DESAFIO BERRIAK

PELLO ZUBIRIA

Urte batzuetan, euskarazko prentsa egiten genuenon obsesioa komunikabide sarea osatzea izan dela esan daiteke. Luxurik gabeko sarea baina sare osoa. Panorama osatzea, abanikoa zabaltzea nahi bada. Soziolinguistek modan jarri duten formulari jarraituz, euskarari gizarteko ahalik eta funtzio gehienetan leku egin behar bazaio, komunikabideetan ahalik eta alorrik ugarienetan sartu. Eta ahalegin horretan aritu gara 80ko hamarkadan bai diru publikotik hamarkada horretan sortu direnak; eta bai inizatiba sozial edo herrikoitari loturik enpresa autonomoetan antolatu ginenok.

Duela hogeitun urte, azalean Lemoizko zentral nuklearraren argazkia zekarren zenbaki profetiko hartan, *Zeruko Argia*-k

Euskal Prentsaren Urtea deitu zion urte hari. Itxaropen eta apostu aldarrikapenez betetako eslogana zen. Baina gero, doze-nerdi bat urte edo gehiago iraun zuen gripe alu bat gainditu behar izan zuen euskal prentsa gizajo honek.

Gogor eraso gintuen prentsa elebidunaren mamuak urte horietan. Hainbat eztabaida, bazterketa, ihes eta birmoldaketaren ondoren —eta agindu zizkiguten sagar tentagarri haiek gezurraren harrak jota zeudela demostratu zenean— konplexu gutxiagorekin begiratu ahal izan genion eskuartean geneukan gutxi hari. Gauza kaxkarra ginen, denok kontatuta ere, baina geundenak ginen.

70eko azken urteak eta 80ko lehenak ikaragarriak izan ziren euskarazko prentsarentzako, eta urte horietan desafio nagusia bizirautea izan zen. Eta bizirauteko beharrezkoa izan zen prentsa egiten zuten langileen jokabide militantea, ingurutik babesten zuten euskaltzaleen militantzia pazientziaz betea, eta zenbait kasutan zenbait erakunde euskaltzalaren laguntza ere bai. Askorentzako ahaztutako gauzak dirateke horiek, baina klabe horiek gabe ezin da ulertu gaur bizi duguna, eta horiek baztertuta ezingo zaio egoki aurre egin etorkizunari.

Bizirauteko desafio horretan bizirik atera zirenez oroitzen gara sarri, baina bidean erori zirenez oroitzea garrantzi handikoa da. Horien artean, *Anaitasuna*-ren hondamendiak garrantzi apartekoa izan zuelakoan nago, Bizkaian oraindik nabarmentzen dena.

Bukatu zen, aspaldi, 80ko hamarkada. Eta hamarkada berriaren hasierarekin daukagu osatua amesten genuen komunikazio panorama: badaukagu euskarazko telebista, badaukagu irratia eta badaukagu egunkaria. Kenperren bezala Belfasten edo Valentzian, harro aldarrikatzeko moduan gaude.

ETBkoak izan gabe telebistaren munduan ari direnek barkatuko didate telebista bakarra aipatu izana, eta baita irradi publiko nagusian ez dabiltzan besteetakoek ere. Badakit barkatuko didatela, *Argia* bera aipatu ez dudala ikusirik. Prentsa idatzian ere asko aberastu da gure komunikazio-alorra urteotan.

Komunikazio idatzian badugu astekari nazional bat, herrialde mailako astekari bat, eskualde edo herri mailako aste, hamabost eta hilabekari andana bat. Zientzia-aldizkaria, haur-aldizkariak, pentsamendu edo giza zientziazkoak, beste hainbat agerkari sektorial... Komunikazio lokalari lotutako fenomenoak dira nabarmenenak, herri edo eskualde batzuei lotuak batzuetan eta euskararen normalizazioaren aldeko taldeen jarduerara nagusienak beste askotan.

Urteotan euskarak aurrerakada nabarmena egin du komunikazio-mailan, eta euskara hutsezko agerkariak ugaritu diren bezala, publizitatea bezalako komunikazio-tresna inportantetan lekutxoia landu du, orobat harreman publikoetan, eta erdarako komunikabideetan sartzen den euskara ere duela urte batzuk baino askoz parametro normalizatuagoetan sartzen da.

Euskal prentsako protagonista horietan guztietan barrena formula eta produktu berriak azaldu dira urteotan: irakurleari gustatuko zaizkiolakoan batzuetan, eta duela gutxi arte oso bakan eta orain ugariago hurbiltzen dugun publizitatea gureganatzeko gehienetan. *Egunkaria*-ren Moda gehigarritik edo Gida Komertzialetik hasi eta *Ttapi Ttapa*-ren Doneztebeko ferietako berezira. *Argia*-k gehigarriez gain posterrak ere landu ditu, kolorea sartu... erdarazko aldizkari espezialduetara hurbildu nahian batzuetan. Inguruko egunkariak bezala, Euskaldunonak ere bere koaderniloak plazaratzen ditu, gazteentzakoak, mendiari buruzkoak, literaturari buruzkoak, diseinua modernotu eta kolorea bereganatu... Herri aldizkarietan ere posible da holako gauza sektorialak aurkitzea.

Argia-k bere Urtekaria egiten du, mundu osoan egiten direnen antzera, eta bere harpidedunei liburu eskaintza bereziak luzatzen dizkie, lehen ere landu izan duen komikigintza orain faszikulutan eskainiz iritsi nahiko luke irakurle gazteenengan. *Egunkaria*-k CDak banatu ditu, eta martxan dauka Hiztegi Entziklopediko baten promozioa faszikuluetan. Promozioan ere zerbait ikasi, saiatu eta berritu dugu, beraz, *Argia* Egun haie-tatik honuntza. Masa-bilera handiak ere egiten dira, baina hau berria ez da Euskal Herrian eta euskal prentsan ere ez: aspaldi horituak daude *Argia*-ren 1.000 bazkarien erretrato haiek.

Zertan datza euskal prentsa-ren desafioa XX. mende-bukae-ra honetan? Geure Herrian bertan eraginkor izatea da begien aurrean daukagun apostu nagusia. Euskarari bere nomalkuntzarako tresna bezala lagundu beharrekoa laguntzen ari gara: komunikaziorako tresna normaldu behar genuen eta aski normaldu dugu —euskaltzainek eta beste hizkuntz agintari edo iritziemaileek egunero buruhauste berriak asmatzen dizkiguten arren— eta komunikazio-sarea ere osatu dugu. Orain euskal gizarteari komunikatzea bakarrik falta dugu. Eta gauza gutxi komunikatzen diogu gure gizarteari: gure produktu, informazio eta iritzien kalitateak merezi baino askoz oihartzun gutxiago lortzen dute. Eraginkortasuna, influentzia, efektibotasuna, oihartzuna... Egiten dugun ahaleginak eragin sendoago bat erdietsi behar du.

Bueno, eta nondik jo? Hori izango da galdera —iruditzen zait— *euskal prentsaren desafio berriak* jorratzera gonbidatu bagaituzue. Bi jarreratetik erantzun dakioke desafio handi horrek sortzen duen galdera sortari; seguruenik galderak berak bi jarreratetik formulatu daitezkeen moduan.

Gaia kanpotik hartuz gero, hau da, hartzen ditugun erabakiek eta horiek aurrera ateratzeko eginahalak dituzten ondorioek gure bizitzan ez harrapatzeko moduan kokatuta, erantzuna akademikoa izango da. Sekreturik ez da: aldamenekoari erreparatu, gure auzo erraldoiek dauzkaten erreminten zerrenda egin eta gureekin alderatu. Falta direnen zerrenda egiteko ez da aparteko talenturik izan behar, auzokoetara —eta disimuluan urrutikoetara ere— hurbiltzeko sosak behar dira, eta zerrenda egiteko denboran jan eta jatzeko sosak.

Barrutik begiratuta, gaia arazo bihurtzen da. Aldamenekoari begiratu ondoren, nork bere indarrak neurtu eta etekinik handiena zertan inbertitu erabaki beharra baitator.

Aldamanekoari erreparatu. Espainian eta Frantzian guk ditugunak baino komunikazio-produktu askoz ugariagoak daude. Zer esanik ez European edo Ameriketara zehar. Egunkarrietan, kirol eta ekonomiari buruzkoak, hori hasteko, eta egunkari *klasikoetan* bat baino gehiago bada edonon. Aldizkarietan se-

guruenik aukera zabalagoa da. Askotan azaldu da holako bilkura eta hitzaldietan norbait astekari *arroxa* edo *horia* noiz egingo dugun eskatuz, baina inork ez dio hortzakada egin amu horri. Emakumeen aldizkariak —maila ezberdinetakoak gainera—, telebistari buruzkoak, satirikoak, ekonomikoak, auto eta motorrari lotuak, kirolezkoak, dekoraziozkoak, natura eta ekologiakoak, guraso berrientzakoak, konputagailumaniakoentzakoak, gastronomiazkoak, musika-gazteentzakoak, bidai-amets egitekoak...

Ondoren, neurtu ditzagun gure indarrak. *Gureak* diot, hasteko, herri edo kultura bezala. Eta merkatua da neurketa honetan faktore erabakitzailea. Nor daukagu gure komunikazio-produktuak erosteko? Merkatua sortu eta zabaldu ere egin daitezkeela pentsatuz, zer egin dezakegu 600.000 elebidun baino ez duen gure merkatuarekin? Gure merkatutxo hori espainolezko 40 edo 300 miloikoaren eta frantsesezko beste erraldoiaren barruan daude, beti bezala, eta merkatutxo horren bilakaera geldoa ulertzeko euskalduntze-datuen bilakabideari erretu baina ez dago.

Merkatu espektatibak erakartzen ditu inbertsioak ere, eta edozein jardueratan kapitala funtsezkoa bada, teknologiaren abidan aldatzen eta kontzentratzen ari den sektore honetan beldur garia da ze nolako tartea dagoen erdarazko komunikabide nagusien eta euskaraz ari garen gizarajoon artean.

Bi eratako kapitalizazioa ezagutu du euskal prentsak azken urteotan. Betidanik ezagutu duena, hasteko: militanteek ipini duten kapitala. Beren lanaren arabera egokituko litzaiekeen diru bati enpresaren alde uko eginez, eta merkatuan beste jarduera batean onartuko ez lituzkeen baldintzatan bere burua behartuz. Ni nagoen etxean hala ezagutu ditut nire lagunak, eta kapital metaketa hau da bigarrena mugiarazi duena. Kapital instituzionala, alegia.

Azken urteotan instituzio publikoek inbertsioak egin dituzte euskal prentsan. Hasteko, instituzioek berek zuzenean kontrolatzen dituzten komunikabide publikoetan. Eta azken urteotan, kultur talde eta abarrei azpiegiturak sortzeko lagunduz.

Militantziaren kapitalak oraindik sekulako garrantzia dauka, eta euskara den mundu txiki honetan hala edukiko du aurrerantzean ere. Hori ahuldu ahala, kapital publikoak ere muzin egingo dio euskarazko komunikazioari. Ez dut uste hori behar adina baloratzen den, askotan militanteen ahalegin horri eskerrik beroenak eman beharko lizkieketen langile publikoen aldetik.

Faktore funtsezkoa, merkatua, esan dugunez oso mantso haziko da. Kapital ez oso urri gabiltza. Eguneroko gestioa hobetzeko datza hirugarren giltzarria. Egunotan hemen bildu gaituen bilkura sail honen helburuetako bat —hala ulertu dut— instituzio publikoek gestio horretan hobeto lagundu diezaguten presio egitea izan behar du. Subentzio-kopuru txukun batzuk lortzea da komunikabide independenteon behar urgente bat, eta horrekin batera instituzioek beren komunikazio-inbertsioetan —publizitatean batik bat— euskarazko komunikabideoi tratu egokiago bat ematea.

Gestioa hobetzea den desafio honetan beste zati bat komunikabideei dagokigu. Erdarazkoen artean gure komunikazioaren oihartzuna handitzeko, eguneroko gure jardueran kostoak jaisteko eta denon artean merkatua zabaltzeko, gure arteko sinergiak landu behar ditugu. Garbi esango dut: hau gertatuko ote den galdetzen badidazue, oso eszeptikoa naizela aitortuko dizuet. Oso erraz lasaituko nuke entzulegoa esanez oso enpresa eta jarduera ezberdinetan ari garela eta guztien artean elkarlana zaila dela erantsiz. Ez ordea: komunikabideetan ari garenek eta arduradunok bereziki ez gaude gure kulturareneko erak eskatzen digun mailan.

Sinergia eta elkarlanaren bidea aldapatsua da. Baina gure inguruan konpetitzeko euki dezakegun tresnarik garrantzikoenetakoa da. Orain, merkatu txiki batean mugitzeak beste tentaldi bat ere sorrarazten du: merkatu hori kontrolatzeko joera monopolista alegia. Merkatua zabaltzen ahalegintzeak baino kreatibotasun gutxiago eskatzen du dagoen horretan ondokoei puskak jateak. Baina sinergia eta elkarlanaren beharra izango dugu, eta ez bakarrik euskal kulturari: Euskal Herriak nola konpetitu behar du bestela European eta Munduan?

Sinergia horiek landu beharko genituzke gure lan komertzialetan. Are gehiago gure azpiegituretako inbertsioetan. Elkarlana beharrezkoa da inbertsio estrategikoetan. Zer esanik ez gure giza ekipoen formakuntzan. Eta baita eguneroko gure produkzio-prozesuan ere. Denborak esango du gai izan garen.

Eta nire aldetik, euskarazko komunikazioak planteatuta daukan beste desafio bat aipatu gabe ez dut bukatuko. Komunikazioan ari garenon autonomia edo independentzia desafio oso garrantzitsua da.

Nola bermatu komunikazioak berekin behar duen autonomia, komunikatzaileak behar duen independentziarekin, bai kapitalaren osaketan eta bai ustiapenean hainbesteko intzidentzia duten instituzio publikoekiko harremanarekin? Laguntza hori behar dugu, euskarari zor zaio, eta aldi berean informazio zorrotz eta erakargarria egin behar dugu. Desafio horren inguruko gora-beherak datozen urteotan eragin handia izango dute.

Bueno, eta nork heldu behar die gai horiei guztiei kirtenetik? Desafioak bere gain hartzeko gai den edo gogoia duen pertsona bilatzea. Edo desafioak usaindu eta horiei aurre egin nahi dienari lekua uztea. Hortxe datza gako nagusia: pertsone-tan dago giltzarria. Urteotan lanpostu asko sortu dira euskarazko komunikazioan, eta horri lotutako ikasketa akademikoetan ere bai: lanpostuak betetzeko ikasi eta ikasten duen jendea pilaka ikusten dut. Irudipena daukat —eta barkatuko didazue gordinegia banaiz, eta zuzenduko nauzue oker bango— komunikabideen esperientzia zaharregia duten irakasleek iadanik paseak edo ia bukatuak diren lanpostuetarako hezten dituztela kazetaritzako ikasleak.

Une honetan dauden lanpostuak betetzeko ehunka hautagai bada. Eta langabeziaren aroa iritsi da kazetaritzan lizentziatutako euskaldunontzako. Norbaitek ausartu beharko du afera honetan zeresana duten guztiekin lan-eskema berri bat antolatuzera. Zerbait badago oso gaizki antolatua tituluak ematen dituen unibertsitatearen, komunikazioaren protagonista izateko ametsa duten gazteen eta lanpostu urri batzuk baino ez ditugun komunikabideon artean. Komunikaziogileen —ez berri

idazle-esatari-ekoizle soilen— formakuntza: desafioez hitz egi-
tera etorrira, eskuartean dugun urgentzia hau azpimarratu
gabe ezin da utzi.