KOMUNIKABIDEEN GIZARTE-EREDUAK

EGILEA: KOLDOBIKA MESO AYERDI

INDIZEA

1. gaia. Tokiko prentsa 5-20

- **0. Sarrera**
- **1. Historia laburra**
- **2. Goraka doan sektorea**
- **3. Merkatuan sartzeko formulak**
- **4. "Edizionalizazioa"**
- **5. Beharrezko aldaketa**
- **6. Inplikazio handiagoa**
- **7. Errentagarritasuna**
- **8. Ondorioa**
- **9. Tokiko prentsa Euskal Herrian**
- **10. Bibliografia**

2. gaia. Informazio orokorreko eguneroko doako prentsa 21-34

- **0. Sarrera**
- **1. Historia laburra**
- **2. Beste sektore espezifikoago batzuk**
- **3. Zenbait ezaugarri**
- **4. Prentsaren sektoreko liderra Espainian**
- **5. Publizitatea lortzeko borroka**
- **6. Doako prentsaren etorkizuna**
- **7. Doako prentsaren dekalogoa**
- **8. Bibliografia**

3. gaia. Prentsa espezializatua 35-54

- **0. Sarrera**
- **1. Definizioa**
  - **1.1. Zerbitzu-kazetaritza**
- **2. Kazetaritza espezializatuaren aurrekoak**
- **3. Espezializazio-arloak**
- **4. Kazetaritza espezializatuaren gorakada**
- **5. Kazetari espezializatua**
- **6. Zenbait datu**
  - **6.1. Kirol-prentsa**
  - **6.2. Egunkari eta aldizkari ekonomikoak**
  - **6.3. Aldizkari erlijiosoak**
  - **6.4. Aldizkari politikoak**
- **7. Bibliografia**

4. gaia. Herri-aldizkariak 55-79

- **0. Sarrera**
- **1. Herri-aldizkarien garapena**

1.1. Herrialdeen arteko aldeak
2. Euskarazko herri-aldizkarien ezaugarriak
3. Herri-aldizkarien funtzioak
4. Herri-aldizkarien elkarteak
4.1. Goiena
4.2. Euskarazko Komunikazio Taldea
-Hitza proiektuen ideia nagusiak
4.3. Topagunea
4.4. Durangaldeko Herri Komunikabideak
4.5. Ttipi-Ttapa fundazioa
5. Herri-aldizkarien loraldia
6. Herri-aldizkarien etorkizuna
7. Bibliografia

5. gaia. Egunerokoa ez den euskarazko prentsa 81-109
1. Berripaperak
2. Prentsa kontrakulturala edo *undergrounda*
2.1. Ekintza Zuzena
2.2. Kontrainformazioa eta Internet
3. Haur-aldizkariak eta komikiak
3.1. Haur-aldizkariak
3.2. Euskal komikiak
3.3. Marrazki bizidun japoniarrak
3.4. Umoregintza grafikoa
4. Kultura-aldizkariak
4.1. Literatura-aldizkariak
4.2. Maiatz aldizkariaren kasua, 25 urte euskara eta literaturaren arrimuan
5. Kirol-aldizkariak
5.1. Kirol-aldizkarien ezaugarriak
6. Emakumeentzako prentsa
7. Prentsa arrosa
8. Bibliografia

6. gaia. Herri-telebista 111-145
0. Sarrera
1. Historia
1.1. Telebista lokala Espainian
1.2. Euskal Herriko herri-telebistak
-Kontzentrazioa talde handietan
2. Definizioa
3. Ezaugarriak
4. Tipologia
5. Euskal Herriko herri-telebistak
6. Euskal Telebisten Elkarteak
6.1. Euskarazko Tokiko Telebisten Elkartea

6.2. Ibaizabal, telebista digitala euskaraz
6.3. Hamaika, tokiko euskarazko telebista kateak sustatzeko taldea
-Hamaika eta euskarazko toki-telebistak
-Hamaika eta Internet
7. Herri-telebistak garatzea
8. Bibliografia

7. gaia. Udal irratiak 147-162
1. Definizioa
1.1. Ezaugarriak
2. Udal-irratien legeztatzea
3. Udal-irratiak Euskal Herrian
3.1. Durango Irratia
3.2. Aralar Irratia
3.3. Oñati Irratia
3.4. Oiartzun Irratia
3.5. Zirika Irratia
3.6. Karrape Irratia
3.7. Arrasate Irratia
3.8. Errenteria Irratia
3.9. Getxo Irratia
3.10. Berriozar Irratia
3.11. Itsuki Irratia
3.12. Mozoilo Irratia
3.13. Gorliz Irratia
4. Bibliografia

8. gaia. Irrati libreak 163-179
0. Sarrera
1. Lehen esperientziak Euskal Herrian
2. Definizioa
2.1. Irrati libreen ezaugarriak
3. Antolamendua
4. Programazioa
5. Esperientzia berriak
6. Bibliografia

9. gaia. Norabide berriak irratigintzan 181-191
1. Irratia digitalizazioaren aroan
2. Interneteko irratiguneak
2.1. Interaktibitatea etorkizuneko irratian
2.2. Multimediatikoak
3. Tokian tokiko irratiak Interneten
3.1. Irrati nafarren sarea

4. Irrati libreak eta garapen teknologikoak
4.1. Irrati libreak eta Internet: erronka berri bat
4.2. Internet bidez igortzen diren irrati libreak
5. Interneten bidezko igorgailuak
5.1. Pandora, Interneteko irratia ulertzeko beste modu bat

10. gaia. Euskal Herriko tokian tokiko komunikabideak Interneten 193-212
0. Sarrera
1. Lehen pausoak
2. Interneten erabilera Euskal Herrian
3. Interneten dauden euskarazko komunikabideen sailkapena
4. Euskara sarean
5. Tokiko hedabideak, etorkizunerako prestatzen
6. Euskal komunikabideak eta teknologia berriak, etorkizunari begira
7. Bibliografia

11. gaia. Beste komunikabide batzuk 213-230
0. Sarrera
1. Bideo-jokoak
1.1. Bideo-jokoak euskaraz
2. Web zerbitzuak
2.1. Blogak
2.2. Euskal blogosfera
2.3. Bideoblogak
2.4. Sare sozialak
3. Liburu elektronikoa
3.1. Definizioa
3.2. Liburu elektronikoa Euskal Herrian
3.3. Izugarrizko iraultza
3.4. Abantailak
3.5. Desabantailak
3.6. Etorkizuna
3.7. Legala ala ilegala?
4. Bibliografia

1. gaia. Tokiko prentsa

0. Sarrera

Azken hogeita hamar urteetan, bide berri bati ekin dio Espainiako tokiko prentsak, eta, horri esker, honako hauek lortu ditu: jendearengana hurbiltzeko guneak berreskuratzea, nortasun-ezaugarriak indartzea, erredakzioak berritzea, diseinua aldatzea, komunikazioak dibertsifikatzea, promozioak sartzea, egungo teknologiak baliatzea eta edizio digitalak sortzea. Gainera, produktuaren eredua berriz definitzea eta negozioaren eredua doitzea du helburu.

Demokrazia berrezarri zenetik hona, tokiko prentsak hurbileko gertaeren ispilu moduko bat izateko asmoa agertu du. Ez du lortu horrelakorik, beraren helburuak errealitatearekin egin baitu topo, errealitate tematiarekin; izan ere, errealitate hori gizarteguneko tokiren batean islatzea edo jasotzea baino gehiago, masiboki eta egunerokoa izaten da hedabideen eremuan. Baina, hala ere, ez du etsi, eta errealitatearen oinarria den komunitatean parte hartzeko asmoari eusten dio, bizi den eta bere izaera eman dion komunitatean. Estrategia aldatzeko zenbait «sirena-kantu» izan badira ere, industriak aurrera egin zuen kazetaritzaren oinarrizko faktore iraunkorretako bat berreskuratzeko bidean, nekazaritza sortu zenetik iraun duena: tokiko izaera, zeren eta, datuek adierazten dutenez, tokiko prentsaren berezitasunak hurbil egotea eta nortasuna baitira, tokiko prentsa sortu zenez geroztik (Guillamet, 2002).

Irakurleek gero eta tokiko informazio gehiago eskatzeak gidatu du industriaren estrategia, baita birmoldaketa teknologikoak ahalbidetu zituzten aukerek ere. Emaitza onak izan zituzten aldaketen garaia izan zen. Izan ere, 1976tik 1990era bitartean, Espainiako estatuaren eraketa berria sendotu zen, autonomiak erreferente izanik; informazioaren sistema eredu deszentralizatu baten bidez egituratu zen, non tokiko prentsak Madrilekoak baino askoz hazkunde handiagoa izan baitzuen. Harrezkero, tokiko prentsak nagusigoari eutsi dio merkaturik gehienetan.

1980ko hamarkadaren amaieratik hona, tokiko prentsak bere produktuak indartzea lortu zuen hurbileko gaiei arreta handiagoa jarriz, gizartean izandako kontsumo joera berriek eta sektoreko aldaketek eragindako zailtasunak izan baziren ere. Hurbileko gaiei buruzko edukiak etengabe handitu beharrak, tokiko prentsan eragina izateaz gain, Madrileko egunkariak berak «edizio anitz»eko politika egitera behartu zituen, eta, horri esker, informazio zabalagoa emateko modua egon zen (Bel, 2002). Hots, azken batean, tokiko gaiek eremu handiagoa hartu zuten eta haien eragina handitu zen, bereziki 1990eko hamarkadaren hasieran.

Tokiko informazioaren eremua handitzen ari zen bitartean, krisiak jo zituen egunkariak, 1980eko hamarkadako azken urteetan ikus-entzunezkoen lehia handiaren eta azken teknologiak erabili beharraren eraginez. Une hartan, enpresaburu asko beren produktuen tokiko izaera indartzeko urrats gehiago egiten ari ziren, diseinu hobeko produktuak bilatu eta espezializazioa sakontzen ari ziren.

Halaxe da, bai: azken hamabi urtean, datuek hedabideen eremuan aldibereko joera bikoitza zegoela egiaztatu ahala hots, munduko eta tokiko informazioa, tokiko egunkariek berretsi egin zuten beren estrategiak baliozkoak zirela komunitateen inplikazio handiagoa (erabiltzaileek parte hartzeko bide berriak erabiliz) eta inguru globaletan esku hartzeko aliantzak eratzea lortzeko. Halaxe eman zion erantzuna tokiko esparruari: oro har onartzen zen tokiko esparruak duen garrantzia; izan ere, ordurako ez zen gutxiengo batzuen agertokia, baizik eta funtsezko sektorea komunikazio modernoaren estrategietan (Moragas, 2003). Horren ondorioz, talde handiak tokiko informazioaren inguruan benetako interesa agertzen hasi ziren, eta, horri esker, enpresen arteko lehia handitu egin zen eta hurbileko informazioaren sustatzaileak edo haien jarduerak beren sistemaren garapenean eragina handi dutenek beren estrategiak berriz planteatu beharra izan dute.

1. Historia laburra

Informazioaren fenomeno horrek garrantzia izanik ere (lokalismotzat jo daiteke), garrantzi hori ez da onartu gure herrialdean oraintsura arte. Hurbileko eta tokiko oro ez da aintzat hartu, eta, denbora luzean,

*folklorismo*arekin lotu izan da. Hala eta guztiz ere, tokiko informazioa aspaldiko kontua da: «Zentzu hertsian, ia egunkari guztiak sortu ziren "toki" mailan. Halaxe agertu zen Europa kontinentaleko lehen egunkaria, *Diario de Barcelona* izenekoa (1792). Eta Madrilen ere, tokiko prentsaren aspaldiko aurrekariak aurki ditzakegu probintzian, eta auzuneko prentsa, hiriburuan: *Crónica de los Carabancheles* (1897), *La Región de Getafe* (1914), *El Heraldo de Chamberí* (1921) edo *La Voz del Distrito de Universidad* (1931)» (Macía Mercadé, 1997: 55).

2. Goraka doan sektorea

Goraka doan sektorea indartzea izan da horren guztiaren emaitza. XXI. mendearen hasierako eguneroko prentsak tokikotasun argia du. «Egunkariak, gaur egun, –gogorarazten du Jaume Guillametek– erkidegokoak edo probintziakoak dira, kontuan izanda hiriburuek haien eraginpeko lurraldeetan hiriburu gisa funtzionatzeko duten ahalmena eta hiriburuek gizartea ordezkatzeko duten ahalmena» (Guillamet, 2002). Hiri nagusiek, gutxienez, tokiko egunkari bat dute, eta egunkarien kopuruak etengabe egin du gora azken urteotan; beraz, pentsatu behar dugu berehalako etorkizunaren mapa ez dagoela itxita.

2000. urtearen hasieran, tokiko eta eskualdeko prentsari buruzko datuen azterketak erakusten zuen huraxe zela egunkarien talderik egonkorrena. Urte hartan, Madrileko egunkarien hedapenean, beherakadak izan ziren, eta, oro har, informazio orokorrekoak eta informazio espezializatukoak (ekonomia eta kirolak) ukitu zituzten, eta, hala ere, tokiko prentsak % 5,9ko hazkunde nabarmenarekin itxi zuen ekitaldia (Díaz Nosty, 2001). Beraz, agerian gelditu zen 1980ko eta 1990eko hamarkadetan epe laburrera eta epe ertainera emaitza onak ematen zituzten estrategiei esker aurrera egin zela, eta etorkizun oparoa espero zitekeen herritarrengandik hurbil dauden hedabideei dagokien tokian kokatzeko, aro digitalerako hedabideen sistemaren definizio berrituan.

Irizpide orokor gisa esan dezakegu 1990eko hamarkadaren amaieran tokiko egunkari gehienek profesionalizatuta zeuzkatela kudeaketa-arloko zuzendari-lanpostuak, promozioak, marketing-estrategiak ezarrita zeuzkatela, banaketen hobekuntzak sendotu eta bezeroari

arreta egiteko zerbitzuak sortuta zeuzkatela. Enpresaren arloko aldaketek beste kudeaketa-eredu bat iragartzen zuten multimedia-eremu baterako trantsizio-garaian, merkatuan nagusi ziren tokiko eta eskualdeko prentsako bi talderekin: Correorekin (Vocento gaur egun) eta Prensa Ibéricarekin. Bestelako talde txikiago batzuek ere (Zeta, Joly, La Voz...) tokiko eta eskualdeko hainbat egunkari zituzten eta indarra zuten merkatuan.

3. Merkatuan sartzeko formulak

Prentsa-taldeek egunkari txikien kontrako hainbat formula probatu dituzte merkatuan sartzeko, eta, horien artean, hiru nabarmentzen dira (Bell Mallen, 1994):

-Egunkari-marka bera argitaratzea herrialdeko hainbat tokitan; are gehiago, horietako batzuk banatzen diren tokian inprimatzen dira (*El País Cataluña* edo *Abc de Sevilla*).

-Egunkari-marka Espainiako estatuko hainbat tokitan kokatzea. Hartara, sozietateak sortu dira eta edizioa egiten den tokian sustraituriko pertsona fisikoek edo juridikoek partekatzen duten sozietate horien kapitala (*Grupo 16, El Mundo*).

-Egunkariak erostea, gehienbat inguru batean liderrak direnak, eta ondoren talde nagusian sartzea. Ildo horretan, *El Correo*, Prensa Ibérica eta Zeta nabarmendu behar dira.

Hirugarren formula izan da emankorrena informazioaren hedapenaren eta publizitatearen eboluzioaren ikuspegitik.

Prentsa-taldeek irakurleak erakartzeko sortu dituzten estrategiak ikusita, tokiko eta probintziako egunkari txikiek ere teknologia berriak izan dituzte euskarri erantzuteko. Eskuak lotuta dauzkatela ikustean, tokiko argitalpen independenteek irtenbide bakarra dute: zerbitzu komunak biltzea edo hitzartzea. Beren burua defendatzeko modu horri esker, aldi berean, beste estrategia bat jar daiteke abian, eremu zabaleko publizitatea erakartzeko, hitzarmenaren bitartez hedabideek informazioa zabaltzeko dituzten guneen ondorioz (Díaz Nosty, Lallana eta Timoteo, 1988).

4. «Edizionalizazioa»

Hedapen handiko egunkariek –oro har, nazio osokoek– beren burua defendatzeko formula bat erabili behar izan dute, eskualdeko, probintziako eta tokiko prentsaren gorakada geldiarazteko. Nahi den tokiko izaera inspiratzen duen filosofia gisa, egunkari horiek apustu handia egin dute «edizionalizazio»aren alde (González Borjas, 2000).

Egunkari bereko orrialde kopurua handia aldarazteko posibilitatea ematen duen prozesu batez ari gara, inprimatze-prozesua gelditu gabe, hain zuzen, tokiko edizioen konbinazio amaigabea lortzeko. Horretarako, gune geografiko jakin batean dauden kazetarien esku uzten da erredakzioa; alde teknikoak, ordea, oinarri hauek ditu: aurre-inprimatze zentralizatua, faksimileak transmititzeko moduak eta toki anitzeko inprimatzea. Erabakiak hartzeari dagokionez, tokiko edizioetan deszentralizatu egiten dira, baina, egoitza nagusian, uneoro izango dute argitaratuko denaren berri.

«Edizionalizazioa» gauzatzeko prozedurei dagokienez, honako hauek aipa ditzakegu: horien eragina duten arloko albisteak lehenestea; tokiko eta eguneroko gaiak balioestea, irakurlearen arreta eta jakin-mina pizten dituzten gaien alderako interesa agertzea; irakurleari tribuna bat eskaintzea, hurbileko kezkak azal ditzan; informazio orokorraren tratamendu komun eta nahikoa duten kate handietan txertaturiko edizioak eta egunkariak egitea; mezua bideratzea, eta mezuak bizkor agertzea ahalbidetzen duen teknologia sofistikatua erabiltzea, besteak beste (Peñalva, 1987).

Toki anitzeko kazetaritzaren lehen adibide adierazgarria *USA Today* egunkaria da. Kazetaritza-zentro handi batetik, nazioarteko politikari, gizarteari, ekonomiari eta kirolei buruzko informazioa dakarren egunkariko erdialdeko orrialdeak bidaltzen dira ia hogeita hamar egoitzatara. Hiri bakoitzean, tokiko orrialdeak gehitu eta inprimategi txikietan inprimatzen dira.

Hala, egunkari handia irakurleengana hurbiltzen da bi alderdiri dagokienez: edukiei dagokienez, eskualdeko, probintziako eta tokiko argitalpenekin lehian arituz; eta eskualdeetako egunkariak banatzeko bizkortasunari dagokionez, aldi bereko inprimatzea egiten baita hiri-inguruetako inprimategietan. Azken emaitza «tokiko informazioa eta publizitatea dakartzan hedabidea da, maila handiagoko egituran

txertatuta badago ere eta, beraz, eskaintza globalagoan eta osoagoan» (Diaz Nosty, Lallana eta Timoteo, 1988).

Eskualdeko edizioak ugaritzeak egunkari nazionaletan eta eskualdekoetan ez ezik eskualdeko izaera duten tokiko egunkarietan ere izan du eragina. Andaluzian, adierazgarriak dira *Ideal* (edizio bereziak egiten ditu Jaen eta Almeriarako), *Sur* (edizioak ditu Costa del Sol eta Melillarako) edo *Abc de Sevilla* (eskualdeko edizioak jartzen ditu Jerezen, Kordoban eta Huelvan) egunkarien kasuak (Guerrero, 1995). Are gehiago, tokiko gaia landu beharrak gainezka jarri du informazio orokorreko prentsa, eta, prentsa espezializatuan ere, badu bere tokia. Esate baterako, Espainian gehien irakurtzen den kirol-egunkariak, *Marca*k, hainbat edizio ditu.

Tokiko informazioa dakarren egunkariko zati horretan, eskualde bakoitzerako egokituriko publizitateak ere badu tokia. Irakurleak erakartzearekin batera, publizitatea da «edizionalizazio»aren negozioa indartzen duen beste zutabe handia, zeren edizio bakoitzak bere publizitate baitu eta, horri esker, diru-sarrera ugari ekartzen baitu.

5. Beharrezko aldaketa

1980ko eta 1990eko hamarkadetan izan duen eboluzioa ikusita, oinarri sendoak ezarri zituen tokiko eta eskualdeko prentsak, etapa berriko ezaugarri hauek kontuan izanda: egungo gizartearen konplexutasuna, herritarren eskari berriak, informazio-gizartean gertatzen ari diren aldaketa handiak eta berehalako etorkizunak dakartzan erronkak. Egunkariek, bereziki 1990eko hamarkadatik hona, beharrezko aldaketa bizkortu dute, historiaren trena ez galtzeko eta hedabideen mundutik ez desagertzeko. Berrikuntza horrek, aipatu bezala, enpresaren, merkataritzaren eta banaketaren egituretan izan du eragina, baita produktuaren itxuran eta edukietan ere (López, 2005).

Azken urteetan eginiko azterketa guztiak bat datoz: 1970eko eta 1980ko hamarkadan hasitako aldaketak areagotu egin dira 1990eko hamarkadan; izan ere, egunkari gehienek nortasun berria definitu dute milurtekoaren lehen 30 urteei begira. XXI. mendeko urte hauetan, egunkariek uste dute beren produktuak hobetu behar dituztela, guztiz betegarriak ez direlako. Inguruan gertatzen diren aldaketak direla-eta – hots, ikus-entzunezkoen kultura nagusi izatetik irakurtzeko ohituretara

edo erabiltzaileen gustuetara igaro izana–, arreta handiagoa jarri behar zaie diseinuari eta edukiei, baita tokiko komunitateen bizitzan inplikatzeari ere.

1980ko hamarkadan, diseinua berritu zuten Espainiako egunkari askok –*La Verdad*ek, Murtzian; *Hoy*k, Badajozen, *La Voz de Galicia*k…–, eta, aldi berean, berrikuntza formalak zekartzaten egunkariak iritsi ziren Madriletik —*El Mundo del Siglo XXI*—. 1970eko hamarkadatik nagusi ziren ereduen alternatibak agertu ziren, bereziki tokiko eta eskualdeko prentsan, erreferentziatzat *El País* egunkariaren diseinua zutenak. Erreferentzia horiek izanik, 1990eko hamarkadaren bigarren zatitik hona, egunkari guztiek handitu zituzten lan egiteko irizpideak, diseinu-taldeak sortu, eta eguneratzeaz etengabe arduratu ziren, betiere produktuen diseinu berri globalekin konbinatuta. Tipografia beste balio bat hartzen hasi zen; argazkiek garratzi handiagoa hartu zuten; infografia sartu zen; kolorea aintzat hartzen hasi zen eta, azken finean, hobeto irakurtzeko, dena hobetu zen.

Diseinuarekin batera, egunkariek informazio-lehentasunak aldatu dituzte. 1970eko eta 1980ko hamarkadetan informazio politikoa nagusi bazen ere, 1990eko hamarkadan, gizarteari eta zerbitzuari buruzko informazioa nabarmendu zen. Hala, norabide-aldaketa gertatu da, 1970eko eta 1980ko hamarkadetatik hona, tokiko egunkariek informazioa lantzean; izan ere, lehen informazio ugariagoa zekarten politikari buruzko ataletan (Diezhandino, Bezunartea, Coca, 1994).

Herritarren agenda hedabideen agendan agerrarazi nahian, tokiko egunkari askok kazetaritza hutsera jo zuten, komunikazio-kabineteek bidalitako edukien presentzia handia geldiarazteko; hots, «kaleko informazio»ra jo zuten. Kazetaritzaren funtsera itzultzean, interpretaziozko zenbait generoren balioa berreskuratu zuten, batez ere kronikarena, erreportajearena eta elkarrizketarena.

Hainbat hedabidetarako informazioa sortu beharrari erantzuteko, batez ere ikus-entzunezkoetarako eta Interneterako, zenbait egunkarik aldaketak probatu zituzten erredakzioen antolaketan, baina azken emaitza doikuntza txikiak izan dira egunkari gehienetan. Berrantolaketa horrek, zenbait kasutan, atalen izenak aldatzea ekarri zuen –Vocento taldeko egunkariek, proposamen ausarta egin zuten–, edo edukiak antolatzeko modu berriak, gai monografikoak eta

lurralde-gaiak konbinatzeko –*Diario de Pontevedra* edo *Málaga hoy*, besteak beste–.

Egunkari guztiek nabarmen handitu zuten orrialde kopurua hurbileko informazioa emateko. Ulertu zuten tokiko mikro-edukietarako joera izatea zela zenbait egunkariren irakurleen galera geldiarazteko bidea, eta halaxe gertatuko da, seguru asko, egunkari gehienekin (Fernandez, 2004).

6. Inplikazio handiagoa

XXI. mendearen hasieran, gure lurralde-eremuko tokiko egunkariaren produktu nagusiaren ezaugarri berriak definitu dituzten aldaketa horiek guztiak indartzearekin batera, komunitatea kezkatzen duten gai handietan gehiago inplikatzea erabaki zuten egunkariek. Informazioa ekoizteko baliabide mugatuak izan arren (horrek produktuaren kalitatea baldintzatzen du askotan) eta tokiko botereen menpe egon arren (batzuetan, kezkagarria da iragazkirik ez dagoelako eta enpresa argitaratzaileen sendotasun txikia delako), ahaleginak egin zituzten komunitatearentzat garrantzitsuagoak ziren gaietatik argi bereizitako tratamendua lantzeko.

Besteak beste, honako gai hauek izan dute garrantzi aipagarria tokiko hedabide guztietan: herritarren segurtasuna, drogen kontrako borroka, lurraldearen tratamendua, garraioak edo ondarearen eta ingurumenaren defentsa. Egunkari askok inplikazio handiagoa izan dute, gai horiek nola landu aldatzeko ez ezik, jarduteko proposamenen diseinuetan eta antzeko problemei beste lurralde batzuetan emandako alternatibak zabaltzeko. Aldi berean, gobernadoreek eta herritarrek sustaturiko tokiko aldarrikapen guztiak zabal lantzen saiatu dira, baita eguneroko bizimoduan sortzen diren arazoak ere.

7. Errentagarritasuna

Nahiz eta egunkari asko garai horretan aldaketak egin dituzten eta gehienek krisialdietan erantzuna eman duten informazioaren aldetik ahalegin handiak eginez, egia esanda errentagarritasuna da tokiko egunkarien jabeen benetako kezka. Laneko bilera guztietan lehenesten dituzte gai ekonomikoak, eta, ondoren, produktuaren kalitatea, zeren

eta, zalantzarik gabe, jakin baitakite eskaintzak ona izan behar duela informazioaren erabiltzaileak bezero gisa harrapatzeko. Egunkarietako arduradunen ekimenen xedea enpresek aro digitalean duten eginkizuna berriz definitzea izan da. Beharbada, horrexegatik egin dituzte ahalegin handiak arrakasta ekonomikoa eta merkataritzakoa lortzeko; eta gehienek lortu egin dute, epe laburrean bai behinik behin, eta jarduera pizteko neurri berriak lantzeko (hala nola prentsarentzako BEZa murrizteko aldarrikapena), irakurtzea sustatzeko, edo emaitzak salbatzearren promozioei eusteko.

Tokiko gizartearen aldarrikapenak, bereziki herritarrenak, prozesu informatiboan parte-hartze handiagoa izatera bideratu dira gehienbat; aniztasun informatiboaz eta horren funtzionamenduaz jabetuago egoteko aldarrikapenak komunitatearen interesen arabera funtzionatu behar du, herritarren beharrei eta eskariei erantzuten dien zerbitzua den aldetik. Izan ere, zenbait hedabidek hurbileko gaietarako atalak sortu zituzten («La voz de los ciudadanos», «La voz de la calle»…); kontsultak egiteko postontziak ireki zituzten, edo interesa zuten taldeek gaiak proposatzeko formulak ezarri zituzten, baina ez zuten goitik beherako planteamendurik egin lehentasun informatiboak aukeratzean eta hautatzean. Zenbait kasutan, egunkari gehienetan, demoskopia-sailak sortu zituzten, herritarren lehentasunak hobeto ezagutzeko.

Informazioaren lehentasunezko kontsumoa toki-mailakoa dela jabetuta (López, 2001 eta Arriaga, 2000), egunkarietako arduradunek «betiko kazetaritza»ren sustraiak berraztertzea erabaki dute edukiak berritzeko. Beharbada, horregatik, hainbat taldek ekimenak abiarazi dituzte azken bost urteotan, testuaren kalitatea eta informazio grafikoa hobetzeko. Zenbait egunkarik beren taldeak sortu zituzten, gertaeren jatorrizko ikerketa ziurtatzeko: informazio nagusiak sakon tratatzeko, gizartean garrantzia duten gaiak jorratzeko, iturriak zorrozki hautatzeko, irakurleen parte-hartzea eta balio etikoak lantzeko.

Oraindik ez da nagusitu mugimendu hori, baina joera nagusia da informazioaren aldetik dinamikoenak diren egunkarietan (Vocento taldeko zenbait egunkari, Prensa Ibérica, Zeta, Joly, La Voz de Galicia, *El Punt*…). Behar duten «haize freskoa» bilatzeko neurri bat da, baina azken urteotan ez dute lortu. Eta ez dute hala egin, funtsean, ez direlako gai izan irakurleak beren gaiak sortzen dituzten

berriemaile aktibo bihurtzeko, zertarako eta erredaktoreek landu ditzaten, iturri profesionalizatuek oso markaturiko agenda aberasteko, gaiak tratatzen laguntza emateko eta herritarrentzako gai garrantzitsuak biltzen laguntzeko.

8. Ondorioa

Informazioaren egungo egoeran, tokiko egunkariak asko izanik –2004ko azken hilabeteetan *Diario de Noticias de Álava*, *Noticias de La Rioja* eta *La Voz de Cádiz* agertu ziren– eta zenbait merkatutan lehiakortasun gogorra egonik, hedabide idatziek arrakasta ekonomikoa ziurtatu nahi dute epe laburrean eta ertainean, dibertsifikatzearen bitartez. Aldi berean, produktuak berritzen dituzte, estetikaren aldetik zein edukien aldetik, irakurlerik ez galtzeko, azken urteetan bidean gelditu diren zenbait irakurle berreskuratzeko eta, ahal den neurrian, beren eskaintza informatiboan interesa duen eta egunkariak prestatzen laguntzeko prest dagoen komunitate bat izateko. Guztiek nahi dute etorkizunean iraun, baina batek ere ez daki zein den helburu hori lortzeko formula magikoa. Jakin badakite edukien sinesgarritasunak indarra ematen diela etorkizuneko erronkei aurre egiteko. Beharbada, horrexegatik diote sinesgarritasuna hobetzeko ekimenak indartzeko ordua iritsi dela. Denborak esango du egia ala gezurra den.

Egia da XXI. mendeko informazioaren egoerak XX. mendean baino eredu ugariagoak eskaintzen dituela (produktuaren diseinuari zein edukiak lantzeko teknikei dagokienez). Eta ereduen aniztasunaren artean, 2005. urtean nagusi zen tokiko egunkariaren produktuaren ezaugarriak zehaztu dira. Izan ere, sektorean beren inbertsioak dibertsifikatzen ari diren talde txikiek eta ertainek sustaturiko baliabideen emaitza da aniztasun hori, edo egunkari bakarra duten enpresek bultzaturikoa, baina horrelakoak gero eta gutxiago dira.

Horien ezaugarriak ikusita, diseinu ona dutela esan daiteke (hasierako azala, diseinu zaindua eta informazio grafikoarekiko arreta); tokiko informazioko orrialde asko (informazioak hartzen duen tokiaren % 75-90) eta tokiko gai asko ematen dituzte; 18-30 erredaktore (txikienak) eta 30-100 kazetari (ertainak) dituzten taldeek osaturiko erredakzioa, eta 100 kazetari baino gehiago dituztenak ere bai (eskualdeko edo tokiko egunkari handiak), gehienek unibertsitateko titulua dutenak eta

28-45 urtekoak; zuzendaritza-egitura txikia erredakzioan; informazio-interpretazioa eta iritzia bereizten dituzte; egunkarien iritzia sartzen dute (erredaktoreak eta kolaboratzaileak); interpretazio-generoei lekua egiten zaie, batez ere kronikari eta elkarrizketari; Interneten, badute edizio bat eta badute «kaleko jende»ari interesatzen zaion informazioa hobetzeko kezka.

Tokiko egunkarien nortasun berriak, betiere aniztasunaren barruan, agerian uzten du hurbileko gaiei erreparatzen zaiela, eta hori bat dator urrutiko lurraldeetan argitaratzen diren hedabide inprimatuen beste ereduekin (Marqués de Melo, 1998) eta informazio osoa, zehatza eta erkatua (sakona izatea) izateko zenbait ekintzekin. Helburu horiek batzuetan lausotzen dituzten akatsek ez dute galarazten zuzendariek adieraztea inguruko informazioaren kalitatearen eta balio erantsiaren aldeko apustua egiten dutela. Hala eta guztiz ere, haien produktuek ez dituzte irakurleak behar bezala harritzen eta ez dute behar luketen «freskotasuna».

Azken finean, tokiko egunkari berria zerbitzuak interpretatzeko hedabide bat da, hurbileko gaietara bideratua, lurraldean sustraitua, proiektuak hurbil dituena, baina iraganean baino ikuspegi unibertsalagoarekin. Gainera, sendo uste du berritu beharra dagoela, komunitatearen bizitzan inplikatu, egungo teknologiak erabili eta beste eremuetan antzeko ezaugarriak dituzten hedabideekin lankidetzan aritzeko bideak bilatu behar direla. Bide luze eta zaila egin duen eredua da, non berritu diren hurbiltasunerako balioak berriz aurkitu baitira.

9. Tokiko prentsa Euskal Herrian

Trantsizio politikoan, herriko informazioa asko ugaritu zen Euskal Herrian, bai kuantitatiboki, baita kualitatiboki ere. Euskarazko informazioak apurka-apurka ere agertzen hasi ziren (Ramirez de la Piscina, 1998).

Trantsizio politikoaren garaian, herriko informazioak izugarrizko aldaketa izan zuen. Kazeta askotan agertzen zen informazio lokala oso bitxia zen. Hasiera batean, *herriko karta* deitzen zen informazio hura. 1990ko hamarkadaren atarian, berriz, argitaratzen ziren kazeta

gehienek lau, zortzi edo hamabi orriko gehigarriak kaleratzen zituzten egunero informazio lokalarekin.

Egoera aldakor hartan, Euskal Herrian, *Deia* eta *Egin* egunkariak (1977) jaio ziren. Egoera politiko berri horretara egokitu ez zirenez, hainbat egunkari desagertu ziren, dela enpresa-eredu zaharkituari eutsi ziotelako, dela politikoki jokoz kanpo geratu zirelako (Ramirez de la Piscina, 1998): *Unidad* (1980), *La Voz de España* (1980), *Pensamiento Navarro* (1981), *Norte Express* (1982), *Hierro* (1983), *Hoja del Lunes de San Sebastián* (1984), *Hoja del Lunes de Bilbao* (1984), *La Gaceta del Norte* (1987).

Garai horretan, beste egunkari batzuk ere jaio eta desagertu ziren, merkatu-kuota nahikorik lortu ez zutelako: *Tribuna Vasca* (1982-1983), *Navarra Hoy* (1982-1993), *La Voz de Euskadi* (1983-1985), *La Tarde de Euskadi* (1984), *Gaur Express* (1988-1989).

Beraz, urte horietan, Bizkaian, *El Correo Español-El Pueblo Vasco* egunkari historikoa dugu (1910). Gipuzkoan, *El Diario Vasco* (1934). Nafarroan, berriz, *Diario de Navarra*; kazeta hori dekanoa dugu Euskal Herrian, 1903an sortu baitzen. Araban, *El Correo* zen jaun eta jabe. Horiez gain, aipatutako *Deia* eta *Egin* egunkariak genituen, bakoitzak bere esparru ideologikoari eutsi nahian. Kazeta guztiek garbi asko zuten herriko informazioa indartu egin behar zela; eta horrela egin zuten.

1998ko uztailaren 15ean, Baltasar Garzon Entzutegi Nazionaleko epaileak *Egin* itxi zuen eta haren zuzendaria eta Administrazio-kontseiluko hainbat kide espetxeratu zituen. Uztailaren 16an, *Egin*eko langileek *Euskadi Información* egunkaria argitaratu zuten itxitako kazetaren lerro informatiboaren jarraitutasuna bermatzeko asmoz. Aldi berean, «Egingo dugu» ekimena martxan jarri zuten eta, Baietz Fundazioaren bitartez, dirua bildu egunkari berria argitaratu ahal izateko. 1999ko urtarrilaren 30ean, *Gara* jaio zen, *Egin* eta *Euskadi Información* egunkarien lekua betetzeko.

Antzeko gauza gertatu zen *Euskaldunon Egunkaria* eta *Berria* egunkariekin

Arabak prentsaren arloan zuen hutsunea betetzeko asmoz, 1996ko abenduaren 14an, *El Periódico de Alava* jaio zen.

Navarra Hoy zeritzon kazeta itxi eta gero, *Diario de Noticias* egunkaria 1994ko apirilean 8an jaio zen. 1998ko udan, *El Periódico de Alava*ren akziodun nagusiek *Diario de Noticias* erosi zuten. Haien erronka gogorrena *Diario de Navarra*ren lehiakideari aurre egitea zen. Hori dela-eta, *Diario de Noticias*ek zerbitzu-egunkariaren formula jorratzen du: diseinu erakargarri eta arina, gizartearen interes berriei erantzuteko gaiak eta abar. Horri jarraituz, geroago, *Noticias de Álava* eta *Noticias de Gipuzkoa* jaio ziren.

Informazio lokalaren hazkunde izugarri hori zertan oinarritu zen ikertzeko, Ramirez de la Piscinak (1998) bi aditurengana jo du: Joan Macía Mercadé (1991) eta Jose Mari Caminos (1993). Batak zein besteak informazio lokalak izan zuen hazkundea hobeto ulertzeko, honako bost faktore hauek aipatzen dituzte:

-Diktaduraren ostean sortu zen erakundetze-prozesua eta antolamendu politiko berria.

-Herriko informazioak izan zuen profesionalizatze- eta modernizatze-prozesua.

-Herriko informazioak duen gertutasuna eta komunitatea kohesionatzeko gaitasuna.

-Publizitatearen munduak egindako apustua.

-Birmoldaketa teknologikoak ahalbidetu zuen kosteen merkatzea.

Nolanahi ere, tokian tokiko informazioaren susperraldi hori ez da prentsaren eremua soilik gertatu, irratigintzan eta telebistagintzan ere antzeko prozesua gertatu baita.

Hala ere, aipatu behar dugu Euskal Herriko egunkarien nortasuna azken 20 urteotan finkatu dela. Kazeta horien ezaugarriak, zentzu askotan, Estatuko beste egunkarietatik urruntzen dira (Armentia, Camino eta Palazio, 1999). Alde batetik, egunkarien salmentak ikusten badira, nabarmen gelditzen da euskal egunkariak oso hedatuta daudela Euskal Herriko herritarren artean. Beste alde batetik, Euskal Herriko egunkariek oso barneratze handia dute. Gainera, beren irakurleen artean nahiko irudi ona dute: Euskal Herrian, Madrilgo prentsak ez du beste Autonomia Erkidegoetan duen indarra. Hori bai,

bai *El Pais*ek, baita *El Mundo*k ere, badituzte edizio bereziak Euskal Autonomia Erkidegorako.

Aipatu bezala, Hegoaldeko prentsak garrantzia handia du salmentei dagokionez. Adibidez, 2009. urtean Espainiar Estatuko informazio orokorreko 15 egunkari salduen artean, 2 Euskal Herrian argitaratzen dira: *El Correo* (11.a), *El Diario Vasco* (14.a).

Beste alde batetik, Euskal Herrian gehien saltzen den prentsa erdara hutsezkoa da. Testuinguru horretan, *Berria* da euskaraz argitaratzen den kazeta bakarra. 1999ko azaroaren 27an, Correo Taldeak (gaur egun, Vocento) kazeta itxurako *Zabalik* zeritzon astekaria plazaratu zuen, Talde horrek ateratzen zuen lehenbiziko euskarazko produktua hain zuzen ere, kontuan harturik *El Correo* eta *El Diario Vasco* egunkarietan euskal hizkuntzak oso toki gutxi duela.

Horrekin batera, aipatu behar da Madrilgo egunkariek gure erkidegoetan ez daudela oso hedatuta. EAEn eta Nafarroan, egunkari madrildarrak gutxi samar saltzen dira. Hortik, zenbait ondorio atera daitezke. Alde batetik, badirudi Espainiako egunkariei kostatzen zaiela euskal irakurleak bereganatzea; antza, irakurleria bertako informazio-produktuekin pozik dagoelako.

Euskal Herriko egunkarien beste ezaugarri garrantzitsu bat haien egonkortasuna da, azken urte hauetako salmentak gutxi aldatu baitira.

Euskal Herrian prentsaren kontsumoak beste autonomia-erkidego batzuenak bikoizten ditu. Horrek esan nahi du Euskal Herrian egunkari asko irakurtzen direla.

10. Bibliografia

Armentia, José Ignacio; Caminos, Jose María; Palazio, Gorka J. (1999). *Kazetaritzaren hasi-masiak*. Bilbo. UPV/EHU.

Arriaga, M.; Pérez Soengas, J.L. (2000). *La prensa diaria en Euskal Herria.* Bilbo: EHU/UPV.

Bel Mallen, José Ignacio (1994). «La prensa regional y local: un proceso continuado de expansión». In *Comunicación Social 1994/Tendencias. Informe Anual de Fundesco*. Madril, 209-222.

Bel Mallen, José Ignacio (2002). *La información local en la Comunidad de Madrid*. Madril: Fundación de la Comunicación Social.

Díaz Nosty, B.; Lallana, F.; Timoteo Álvarez, J. (1988). *La nueva identidad de la prensa*. Madril: Fundesco.

Díaz Nosty, B. (2001). *Informe anual de la comunicación 2000-2001. Estado y tendencias de los medios en España*. Madril: Ediciones Zeta.

Diezhandino, P.; Bezunartea, O.; Coca, C. (1994). *La élite de los periodistas*. Bilbo: EHU/UPV.

Fernández, Tino (2004). «¿Local-local-local? Pues… eso no es nada comparado con lo micro-local». In Ernsen, C.; Giner, J.A.; Sussman, B. *Innovaciones en periódicos. Informe mundial 2004*. Iruñea: Innovation.

González Borjas, Antonia (2000). «El fenómeno de la edicionalización y la prensa local». *Ámbitos*, 3.-4. zenbakiak. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/3/85borjas.htm>.

Guerrero Serón, Carlos (1995). *Los andaluces y los medios de comunicación.* Sevilla: Andaluziako Junta.

Guillamet, Jaume (2002). «Pasado y futuro de la prensa local». In López, R.; Fernández, F.; Durán, A. (koor.) *La prensa local y la prensa gratuita*. Castelló: Universitat Jaume I.

Guillamet, Jaume (2002). «Matriz local de la prensa diaria». Zenbaiten artean. *Libro blanco de la prensa diaria*. Madril: AEDE.

Macía Mercadé, Juan (1997). «La fuerza del periodismo local en la era de la globalización electrónica». *Estudios de Periodística V. Número especial dedicado al periodismo local*. Sociedad Española de Periodística.

López, X. (koor.) *La prensa diaria en Galicia*. Santiago Konpostelakoa: Santiago de Compostelako Unibertsitatea.

López, X. (2005). «La prensa local en España. Redescubrir el valor de la proximidad». *Telos*, 63. zk., apirila-ekaina.

Marqués de Melo, J.; Queiroz, A. (1998). *Identitade da impresa brasileira no final de século. Das estratégias comunicacionais aos enraizamentos e as ancoragens culturais*. Sao Paulo: UNESCO.

Moragas, Miquel de (2003). «Do global ó local como referente mediático. A posta polos gratuitos». Zenbaiten artean. *Medios locais e prensa gratuita*. Santiago Konpostelakoa: Xunta de Galicia.

Peñalva, José Luís (1987). *Prensa regional y nueva vías de acercamiento al lector*. Argitaratu gabeko doktorego-tesia. UPV/EHU.

Ramirez de la Piscina, T. (1998): *Kazetari-l@ana Euskal Herrian. Interpretaziorako eta espezializaziorako abiaburuak.* Bilbo: Udako Euskal Unibertsitatea.

2. gaia. Informazio orokorreko eguneroko doako prentsa

0. Sarrera

Betiko prentsa, oro har, gero eta gutxiago irakurtzen da egun, eta beste egunkari mota bat –doako egunkariei dagokionez– lehia ekonomiko berria da betiko egunkarietarako. Saltzeko eta informazioa emateko eta informatzeko moduak aldatzen dira. Hedabide modu bat sortzen ari da doako egunkarien gorakadaren[1] ondorioz, eta, gainera, lehiakide berria du gaurtik aurrera: *on-line*ko doako prentsa. Doako prentsak arriskua dakarkio ordaindu beharreko prentsari, baina hedabide talde asko erreakzionatzen hasi dira.

Betiko prentsari etsai bat sortu zaio: doako egunkariak. Doako prentsaren iraultza benetako *boom*a izan da kazetaritza modu berri gisa. Zeta Taldeko kontseilari editoriala den Jose Onetok onartzen zuenez: «Doako prentsa fenomeno handia da, eta azterketa sakonetan sartu gabe, oso irakurle jakin eta berri bat erakartzea lortzen duena. Izan ere, irakurle horren ezaugarri nagusia ordaindu beharreko prentsaren ohiko irakurlea ez izatea da».

Doako egunkarien arrakasta hiru faktorek azal dezakete: gertuko banaketa, politika gutxiago edukietan eta tokian tokiko edukiak.

Doako prentsara hurbildu baino lehen, doako prentsari zer deritzon mugatu behar da lehenik eta behin. Espainiako Doako Prentsaren Elkartearen estatutuekin bat etorriz, «doako prentsa da doan banatzen den eta irakurlearen kontraprestazio ekonomikorik ez dakarren argitalpen hori, baina bestelako baldintzak ere bete behar ditu: gehienez hilean behin argitaratua izatea, banaketa-kontrola izatea, Espainiako lurraldean editatzea, informazio orokorra izatea eta informazioaren % 30 gutxienez egunkariak berak idatzita egotea. Tokiko eta eskualdeko intereseko informazioa zabaldu behar dute, eta

[1] Komenigarria izango litzateke zenbait ñabardura zehaztea. Aipatzen ari garen egunkari horiek ez dira erabat «egunekoak», soilik bost egunetan editatzen baitziren astean.

erkidegoko hizkuntzan idatziko da, bertako hizkuntzaren alde egiteko borondatea baitute»[2].

Ohar laburra: Doako prentsaren sektore baten barruan, eguneroko argitalpenak eta beste guztiak bereizi beharra dago; izan ere, azken horiei buruz arituko gara beste kapitulu batean. Egunerokoak ez direnak, oro har, astean edo hamabost egunean behin argitaratzen diren kazetaritzako produktuak dira, eta hurbileko gaiekin lotuta daude, gehienetan toki mailako egunkariak baitira.

1. Historia laburra

Doako prentsa ez da berrikuntza hedabideen munduan. Are gehiago, ordaintzekoa den betiko prentsaren sarrerak dira doako prentsaren oinarria; izan ere, publizitatearekin finantzatzen da % 100ean. Betiko egunkarietan, ia % 75 publizitatearen salmentatik dator; irakurleek ordaintzen dutena, berriz, gainerako sarreren % 25 besterik ez da.

Doako prentsak aitzindari bat du: AEBetako *penny-press* delakoa. XIX. mendearen erdialdeko New Yorkeko langileentzako egunkariak ziren gehienbat. Dolar zentabo baten prezioa zuten, hots, *penny* bat balio zuten. Hiriko hainbat tokitan barreiaturiko mutilek saltzen zituzten egunkari aleak. *Penny press*aren ereduak arrakasta handia izan zuen. Nahikoa egunkari sensasionalistak ziren, arreta berezia jartzen baitzuten krimenetan, kiroletan eta tokiko albisteetan. Eduki serioagoa eta analitikoagoa eman nahian, berriz, *penny paper*en informazioaren eskaintzatik, egunkari garestiagoak baina kalitate handiagokoak sortu ziren, *New York Times* egunkaria, adibidez.

Espainian, 2000. urtetik hona hasi zen hitz egiten doako egunkariei eta horien posibilitateei, abantailei eta eragozpenei buruz. Hala eta guztiz ere, lehen baziren zenbait «egunkari» –azaleko preziorik izan gabe– doan banatzen zirenak zenbait hiriburutan, baita egunekoak ez ziren bestelako argitalpenak ere, jakina. Izenburu asko dira eta aspaldikoak dira. Baina *Metro Directo, 20 Minutos,* eta Abar sortzean piztu zen interesa eta polemika.

20 Minutos egunkaria 2000ko otsailean iritsi zen Espainiara (Madrilen soilik hasi zen banatzen), *Madrid y m@s* izenarekin eta, geroxeago,

[2] Espainiako Doako Prentsaren Elkartea, I. kapitulua, 2.2. artikulua.

azaroan, Bartzelonan, *Barcelona y m@s* izenarekin, baina, hurrengo urtean, egun ezagutzen dugun izena hartu zuen *20 Minutos* Norvegiako Schilbsted taldeak 2001ean hura eskuratu ondoren[3]. Handik gutxira, 2005eko apirilean, Zeta taldeak egunkariaren akzioen % 20 eskuratu zuen. *20 Minutos* editatzen duen enpresa 1999an sortu zen eta eguneroko doako prentsaren edizioaren aitzindaria da Espainian; izan ere, nagusi da sektorean.

El Nervión 2000ko abenduan argitaratu zen lehen aldiz, *Barcelona y m@s* agertu eta aste gutxi batzuetara, eta, hasieratik, beti esan izan zen «disuasio-egunkari hutsa» zela, *Metro*ren eredua beste hiri batzuetara hedatzeko tentazioa izan zezaketenen kontra, hain zuzen, Vocento taldea irakurleen edo publizitate sarreren aldetik liderra zen hirietan. Horren ondorioz, Vocentok Málagako merkatuan sartu behar izan zuen denbora ezin laburragoan, hamar egunean: *¡Qué pasa!* doako egunkaria atera zuen.

El Nervión egunkariak, tokiko eta eskualdeko multimediako zatia den aldetik, talde horren hedabideen artean sor litezkeen sinergia informatiboak eta merkataritzakoak ahalik eta gehien erabili nahi ditu. *El Nervión* merkatuko doako prentsaren kontsumoaren joera hazi zen unean sortu zen, eguneroko prentsa irakurtzea bultzatzeko eta, hala, irakurle berriak erakartzeko. Haren merkataritza-*target*a oso interesgarria da publizitaterako: unibertsitateko publikoa eta publiko gaztea, eta klase ertaineko eta altuko langileak.

Metro egunkaria egoitza Londresen duen Suediako Nazioarteko Metro taldekoa da; mundu osoan, 59 edizio baino gehiago ditu. 19 herrialdetan eta 18 hizkuntzatan argitaratzen da. Espainian, 2001eko martxoan abiarazi zen Metro Directe-Barcelona argitaratuta, eta urte bereko abuztuan iritsi zen Madrilera.

2005eko urtarrilean, informazio orokorreko eta doako banaketako *Qué!* Egunkaria argitaratu zen, eta, egunean, milioi bat ale jarri zituen Espainiako hamabi hiritako kaleetan. Ale kopuru horri esker, lehen egunetik izan da liderra doako prentsan zein ordaintzeko prentsan.

[3] Hauexek dira konpainia horren ardatzak: egunkariak eta liburuak argitaratzea, telebista-kanalak eta Interneteko guneak kudeatzea, zinema ekoiztea, zuzenbide zinematografikoak kudeatzea eta telefono mugikorretarako zerbitzuak ematea.

Fatoría de Información-ek argitaratzen zuen *Qué!* egunkaria, Recoletos Grupo de Comunicación konpainiakoak; horiek *Marca, Expansión, Actualidad Económica* eta *Telva* egunkarien editoreak dira baita beren sektoreetan liderrak diren *Diario Médico* eta *Gaceta Universitaria* egunkarienak ere.

«*Qué!* egunkaria liderra izateko sortu zen, bere independentziagatik, kalitateagatik eta ale kopuruagatik. Urte askoan, ilusio gehien sortu duen proiektu editoriala da», zioen Jaime Castellanosek, Recoletos Grupo de Comunicacióneko presidenteak.

«*Qué!* egunkaria argitaratuta, azken urteotan Espainian garapen handiena lortu duen eta irakurle berri asko erakarri duen sektore batean sartu gara; oreka handia lortu du gizonen eta emakumeen artean, kalitatezko egunkari bat eskatzen duen publikoarentzat», zioen Mariano Naterak, Factoría de Informacióneko zuzendari nagusiak.

Egunkari berria, gainera, Recoletos taldeak doako prentsan duen esperientzian, banaketa-sarea zabalean, inprimategien kalitatean eta Novomediaren indarrean (Talderen publizitate konpainia) oinarritzen da.

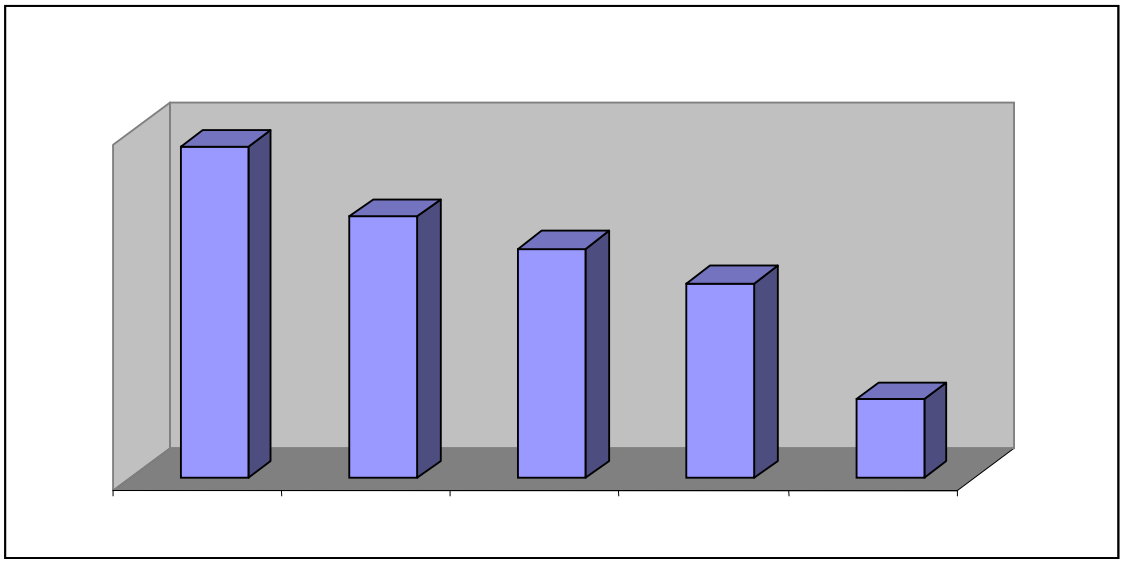
2006ko otsailean, *ADN* doako egunkaria sortu zen, eta, urtebete geroago, milioi bat irakurle baino gehiago zituen 16 probintziatan, arratsaldeko edizio bat eta hilean 200.000 erabiltzaile bakarrek erabiltzen zuten webgune bat. Planeta Taldeak *ADN* egunkaria editatzen du Madrilen, Bartzelonan eta Valentzian, eta eskualdeko bazkide garrantzitsuak ditu[4].

Gizarteak informazioaren aldetik dituen beharrei argi, berehala eta zorrozki erantzuten saiatzen da. Eta horrexegatik bihurtu da Madrileko eta Bartzelonako merkatuan dagoen lehen egunkaria; egunean, bi edizio ditu: *ADN* eta arratsaldeko *ADN2*.

EGMren arabera, irakurleen ehuneko hazkunderik handiena izan duen nazio-mailako egunkaria bihurtu da, eta Espainiako informazio

[4] Joly Taldeak Sevillan eta Málagan hartzen du parte; Voz de Galicia Korporazioak Vigon eta A Coruñan; La Información Taldeak Bizkaian eta Nafarroan; *Heraldo de Aragón*, Aragoin, Castelló eta Lleidan, *Segre* egunkariarekin lotuta, El *Heraldo de Aragón* eta el *Diario de Navarra* egunkariek, aldi berean, *ADN* editatzen dute Errioxan.

orokorreko lehen egunkarietako bat da egun, egunkari garrantzitsuenen aurretik: *Abc*, *El Periódico* eta *La Vanguardia*.



Iturria: CIES.

Edizio-enpresa handiek ez zuten merkatuan sartu nahi izan Espainiako doako prentsaren lehen proiektuak sortu zirenean, baina, orain, merkatu berri horretan nola sartu planteatzean ari dira.

2. Beste sektore espezifikoago batzuk

Bestalde, doako prentsak historia zabala du argitalpenei dagokienez, eta argitalpen horiek oso sektore espezifikoak hartzen dituzte, publizitatearekin soilik finantzatzeko moduko erosahalmena dutenak. Espainian, adibidez, honako kasu hauek ditugu: *Shanghay Express* (homosexualena), *Generación XXI* (unibertsitatea) edo *Batonga!* (musika). Bestalde, prentsa alternatiboa edo kulturala dago; oro har, asteko egunkariak dira, eta egunkaria argitaratzen den hiriaren kultura-eskaintzaren arloak azpimarratzen dituzte.

3. Zenbait ezaugarri

Ez dago zalantzarik doako prentsa merkaturatzeak iraultza ekarriko duela hedabideen merkatuan, eta horren ondorioak, oraingoz, zailak dira ebaluatzen. Internetek laurogeita hamarreko hamarkadako azken urteetan izan zuen gorakada izugarriarekin parekatu dute batzuek egoera hori.

Ez dago konparaziorik egiterik doako egunkarien eta ordaintzeko egunkarien artean, oraingoz behinik behin. Oso salbuespen duinak izan ezik, egunkari horien balioespen orokorrari esker, komunikaziorako produktu berrion funtsezko ezaugarrietara hurbildu gaitezke:

-Komunikazio-talde handiekiko lotura. Egunkari horiek ia guztiak komunikazioaren munduan interes ugari dituzten komunikazio-enpresen eskuetan daude.

-Doako egunkariek “tabloide” tamainako 24-40 orrialde dituzte.

-Agentzien informazioa erabiltzen dute gehienbat

-Erredakzio-talde txiki-txikiak dituzte.

-Informaziorik garrantzitsuenak tokiko ikuspegira bideratuta daudenez gero, doako prentsako zenbait egunkarik barrundatzen dute informazio-iturri nagusia irakurleek sortutako albisteak izango direla, eta halaxe gertatzen ari da dagoeneko egunkari horien webguneetan. Irakurleak informazio-iturri gisa erabiltzeari esker, gero eta erredakzio txikiagoak izango dira, edizio-kostu txikiekin eta publizitateak emandako sarrera handiekin.

-Publizitate edo propaganda gehiegi dute, finantzabide bakarra baita; batzuetan, inprimaturiko azaleraren % 50 izan daiteke publizitatea.

-Albiste laburrak ematen dituzte, funtsean metro zaratatsuko joan-etorrietan irakurtzekoak direnak eta ia iritzirik ematen ez dutenak[5]. «Gure helburua da gure irakurleak bulegora iristean

[5] «Ez gara egunkari ideologikoa edo politikoa», idatzi zuen *20 Minutos*ek aurkezpen-egunean.

munduan gertatu denaren inguruko ikuspegi laburra izatea», dio Henry E. Scout-ek, *Metro New York* egunkariko editoreak.

-Kolore eta ilustrazio asko dituzte.

-Ezin bila ditzakete irakurleak irakurleek haiek behar dituztenean, zeren irakurleen eskuetara goizeko lehen orduan iristen baitira. Ildo horretan, banaketa-sistema malgua du doako prentsak.

-Tirada handiak eta argitalpenak doakoak direnez gero, lehen prentsa kontsumitzen ez zuten irakurleen kopurua handitu egiten da.

-Ordaintzeko prentsak ukitu gabe duen eremuko publikoaren segmentu batera iristeko gai dira. Publiko kontsumitzailea sortzen du, dagoeneko esana dugunez, ohikoa ez bezalakoa: publikoak ez du bere borondatez ezer erosten, hartzaile pasiboa da; eta, gainera, ez dago frogatuta publiko hori informazio bila dabilenik.

-Doako prentsaren alde daudenek diote herritarren artean irakurtzeko ohitura eta irakurzaletasuna bultzatzen dutela. Ildo horretan, doako egunkariak ordaintzeko egunkarien produktu osagarria direla azpimarratuz kokatu dira merkatuan.

-Bizkor irakurtzeko egunkariak izanda, eta horien banaketa mota direla-eta (goizeko lehen orduetan), iraupen laburreko produktuak dira. Izan ere, prentsaren sektoreko iraupenik laburrena dute, informazioaren aldetik balioa galtzen baitute erabat eguerdia iritsi baino lehen.

4. Prentsaren sektoreko liderra Espainian

Hamar urtean, adinez nagusia izatera iritsi da doako prentsa, eta milioika lagun erakarri ditu, gehienbat gazteak eta emakumeak. Ordaintzeko egunkariek beren burua arriskuan ikusi zuten teknologia berriengatik (internet edo ikus-entzunezko hedabide pila). Hori dela-eta, XX. mendearen azken hamarkadan, promozio-ibilbide eroan hasi ziren –gaur egunera arte iraun du– irakurleak leial bihurtzeko (musika, kamisetak, entziklopediak, etab.). Ez zuten imajinatzen beste komunikazio-enpresari batzuk etorriko zirenik egunkariak… oparitzen! Horren ondorioz, ordaintzeko egunkariak eta doako egunkariak irakurle berriak erakartzeko lehian ari dira, eta, oraingoz, doako egunkariak irabazten ari dira borroka.

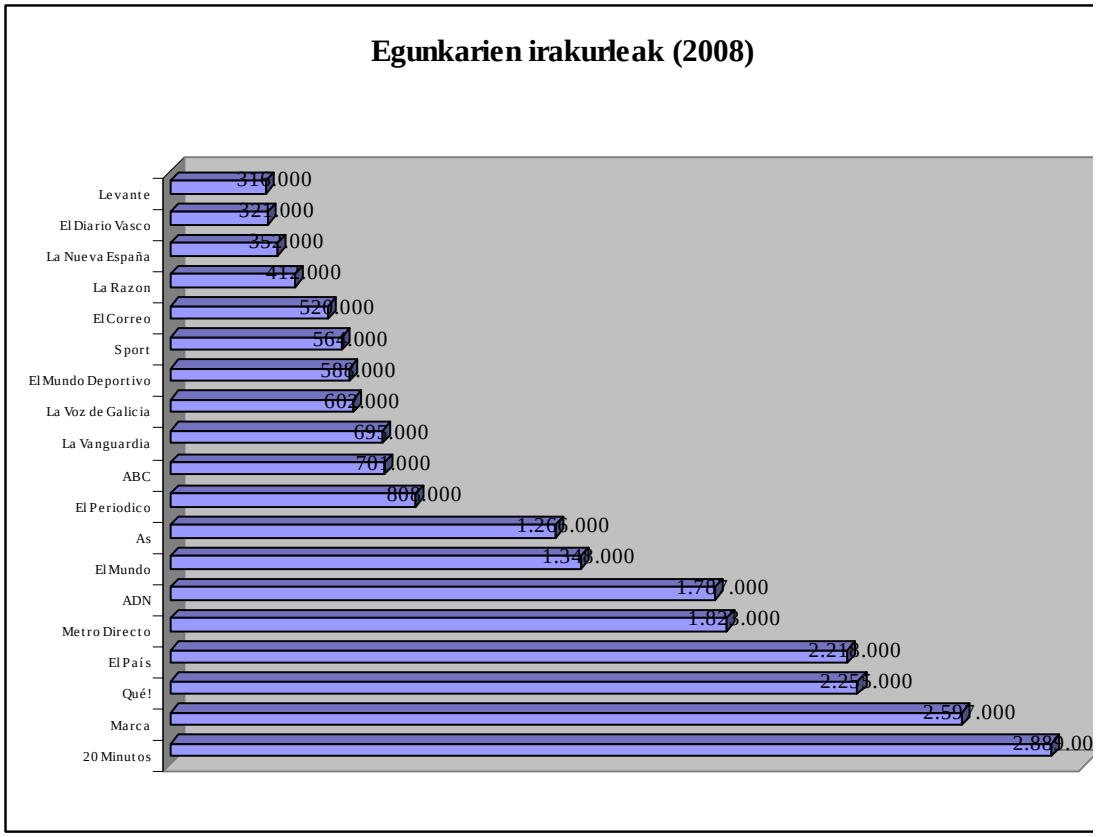
Indartsu sartu ziren merkatuan orain dela hamar urte eta orpopean dute jada Espainiako gainerako prentsa. Doako egunkariak jaun eta jabe dira merkatuan[6]; betiko prentsak onartu behar izan ditu eta, horren kontra borrokatzeko gai ez direnez gero, etsaiarekin bat egitea besterik ezin zuten egin.

Hauexek dira doako egunkariek informazio orokorreko egunkariekiko dituzten abantailak: produkzio kostu txikiak (kazetari gutxi dituzte) eta banaketa-kostuak ere nahikoa txikiak dira, hirietako toki estrategikoetan kokatzen diren banatzaileek banatzen baitituzte egunkariak, hala nola autobusak aldatzeko tokietan eta metro- eta tren-geltokietan.

Espainian gehien irakurtzen den egunkaria dagoeneko ez da *El País***,** askok oraindik uste duenez. Egia esan, inoiz ez da Polancoren egunkaria izan, baizik eta idatzizko prentsaren erregea *Marca* izan da beti Espainian. Bada hori ere ez. *20 Minutos* egunkariak orain arte aldaezina izan den joera hautsi du eta gure herrialdean editatzen dituzten gainerako egunkarien irakurleen kopurua gainditzen du; izan ere, publizitatearen zati handi batez jabetu da.

Hedabideen azken azterlan orokorraren arabera (EGM), *20 Minutos* egunkariak, 2008ko bukaeran, 2,889 milioi irakurle izan ditu. Horren atzetik, *Marca***,** (2,597 milioi), *Qué!***,** (2,255 milioi), *El País* (2,218 milioi), *Metro Directo* (1,823 milioi), *ADN* (1,787 milioi), *El Mundo (*1,348 milioi), *AS* (1,266 milioi) eta *El Periódico* (808.000) daude.

[6] Doako egunkarien hazkundea geldiezina da eta dagoeneko egunkarien hedapen osoaren % 6 dira. Europan altuagoa da ehuneko hori, % 17, hain zuzen. Datuen arabera, Europako kontinentea, doako prentsako talderik handienen egoitza, sektorearen paradisua bihurtu da. Espainian guztizkoaren % 51 dira.



Iturria: EGM.

Izan ere, betiko prentsa deritzona, hots, informazio orokorrekoa, ordaintzekoa, eduki zehatzekoa, azterketak dituena eta landuagoa dagoena, gero eta irakurle gutxiagorentzat da, irakurle elitistarentzat eta nolabaiteko heldutasun intelektuala duen jendearentzat.

Kazetaritzaren etorkizuna aro digitalean da, eta joera horiei ondoen egokitzen zaizkienak doako egunkariak dira, aro digitalaren estilo bera baliatzen baitute: titular laburrak, albiste laburrak eta zuzenak. Ona dena laburra bada, askoz hobea izaten da, eta halaxe betetzen da kasu honetan. Laburra izateak ez du esan nahi kalitaterik ez duenik.

Espainian, erabateko arrakasta izan da. Espainian, inoiz ez da izan herri-prentsarik, Britainia Handian edo Alemanian bezala; izan ere, beti erakarri izan dituzte gazteak eta emakumeak. Orain, bi sektore

horiek doako prentsarako joera argia dute, eta, horri esker, negoziorako oso mesedegarria den publizitate mota txerta dezakete egunkariek.

EGMren azken azterketa horren arabera, jendeak aurreko bederatzi urtean baino askoz gehiago irakurtzen du orain. Prentsaren gorakada berri horren «errudun» bakarrak egunero Metroko sarreran eta irteeran banatzen dizkiguten doako egunkariak dira.

20 Minutos egunkariak egunkarien irakurleen sailkapeneko gorengo mailan egotea lortu du. 2,4 milioi irakurle baino gehiago ditu, eta hazkunde ikaragarri handia da aurreko urtearen aldean. Izan ere, prentsaren krisialdiak prentsaren sektore guztiak ukitzen ditu, kirola barne –beti emaitza onenak lortzen ditu–, doakoak izan ezik.

Doako prentsaren arrakastaren oinarria, neurri handi batean, *20 Minutos* egunkariaren leloak berak dakarrena da: «Hartu, irakurri eta pasatu». Hala, banaketa-metodorik merkeena nahi dute doako egunkariek: irakurleek berek elkarri aleak pasatzea.

Inprimaketa eta banaketa dira doako egunkarien bi kostu nagusiak; bi partida horietan aurreztuz gero, berehala hobetuko da emaitzen kontua. Doako zenbait egunkari jabetuta dago horretaz, eta tiradak murriztea eztabaidatu zen 2006ko uda baino lehentsuago eginiko Prentsa eta Doako Argitalpenen Editoreen Kongresu Nazionalean.

Zenbat eta errotazio handiagoa izan, orduan eta banaturiko ale inprimatu gutxiago izango da eta, beraz, hobetu egingo da errentagarritasuna. Estrategia horren bidez, doako prentsaren erabiltzaileen kopurua eta errentagarritasuna handituko lirateke, banatzeko ahalmena baino gehiago. Estalkiko preziorik gabeko euskarri batean, irakurleek soilik agintzen du, eta EGMn igo egiten da errotazioarekin eta egunkariak kaleetan izanda.

«Ez dut uste komenigarria denik egunkariak 32 orrialde baino gehiago izatea, zeren eta azkenean jendeak ez bailuke irakurtzen bukatuko garraiobidean eta etxera eramango luke; horren ondorioz, ale gutxiago errotatuko lirateke». Álvaro Laforet Espainiako Metro Directoko *dircom*eko zuzendariaren hitzak dira, eta Arsenio Escolar *20 Minutos* egunkariko zuzendaria ere iritzi berekoa da: «*20 Minutos* hogei minutuan irakurtzeko egunkari bat da. Egia esan, gure datuen arabera,

batez beste, 19 minutu behar dira, eta ez dut nahi 25 minutu behar izatea.

5. Publizitatea lortzeko borroka

Baina irakurleak erakartzeko borrokatik harago, ordaintzeko prentsaren eta doako prentsaren arteko benetako guda publizitatearen arloan dago, zeren *on-line*ko kazetaritza berriak oraindik ez baitu hain indar handia; irakurleek kazetaritza modu berri hori onartu ahala aztertu beharko da. Prentsako publizitateari buruzko datuak oso adierazgarriak dira, batez ere 2001. urtetik hona, publizitate gutxiago jartzen hasi baitzen: Espainian, % 11 egin zuen behera inbertsioan. Joera hori gelditu egin zen pixka bat 2002an, baina oraindik ez da gorako bidean jarri.

Nahiz eta ohiko egunkariek doako egunkariek baino mendekotasun txikiagoa izan publizitatearen aldetik –doako egunkarietan publizitatea da diru-sarrera bakarra–, kostuen egitura handiagoa duenez gero, eragin handia jasaten dute finantzabideetan edozein murrizketa gertatzen bada. Hala, ohiko egunkarien produkzio-kostua, batez beste, 40 eurotik gorakoa da mila aleko; doako prentsaren kasuan, berriz, gehienez, 25ekoa da. Ez dakizkigu edo ez dira guztiz fidagarriak ordaintzeko eta doako prentsako publizitatean egin diren inbertsioei buruzko zifrak, eta, batez ere, ordaintzeko prentsak doako prentsaren eraginez izan litzakeen murrizketei buruzkoak. Hala ere, publizitatearen arlo horretan agertzen da lehiakortasun gordinena, zeren eta doako egunkariek irakurle berriak sortzen dituztela esan baitaiteke, bai, baina ez publizitatea ordaintzen duten enpresak, are gutxiago nazioarteko ekonomiaren atzeraldian egonda.

6. Doako prentsaren etorkizuna

Doako egunkari guztien arduradunek onartu zuten garai txarrak zetozela doako prentsarako, eta norberarena salbu, noski, doako egunkari guztiek arazo larriak izango zituztela aurrera egiteko.

Egia esan, panorama benetan latza da doako merkataritza-prentsaren sektorean: *ADN*ren edizio digitala ixteko erabakia gauzatzeko, epeak adostea baino ez da falta; *Qué!* eta *Metro*ren hainbat edizio itxi dira**.**

Kaleratze masiboak han eta hemen. Hori gutxi balitz, 2009ko otsailean jakin zen *Metro* argitaratzen duen multinazionalak bertan behera utzi zuela Espainiako jarduera, eta *Metro* egunkariak izan zirela azkenak, abenduan kaleratu zituen 40 lagunez gain beste 83 kale gorrian utzita. Geroago, zurrumurruek zioten *20 Minutos* ere haren bidetik joan zitekeela, haren argitaratzaileak, Schibsted multinazional norvegiarrak, sarri kopiatzen baititu *Metro*ren erabakiak. Edonola ere, panorama latza benetan sektore osoan.

Testuinguru apokaliptiko horretan, hala ere, irtenbide txiki bat ikusten da.

Eta doako egunkariak gehien irakurtzen direnak badira, webguneekin ere, gauza bera gertatzen da. OJD Interaktiboaren arabera *20 Minutos* egunkariaren webguneak 2009ko otsailean izan zituen 6.803.325 erabiltzaileak dugu horren adibide. Doako *Qué!* egunkariak ez du horrenbeste erabiltzaile, eta OJDek adierazi zuen hilabete berean 1.598.464 erabiltzaile izan zituela.

Doako prentsaren arrakasta gorabehera, arduradunek argi dute kazetaritzaren etorkizuna Interneten dagoela. Paperetik webgunera igarotze hori, aro digitalean sortu denez gero, askoz gutxiago kostako zaio doako prentsari ordaintzekoa den prentsari baino. Besteak beste, ematen dituzten edukiek (gaurkotasuneko *flash* txikiak labur-labur emanda) askoz zerikusi handiagoa dutelako Interneteko eredu informatiboarekin betiko prentsaren ereduarekin baino; izan ere, betiko prentsak azterketara eta gogoetara daude bideratuta gehienbat.

Doako prentsaren *guruak* diren Europako Iparraldeko herrialdeetan, ordea, eredu berri bat ari da arrakasta izaten, eta aurreikus daiteke hurrengo urratsa Espainiara iristea izango dela: Danimarkako bi egunkari nagusietako «doako bertsioen» atez ateko banaketa, *24Timer* eta *Dato*, Jillands Posten-ena eta Berlingske Tidende-rena, hurrenez hurren.

7. Doako prentsaren dekalogoa

2008ko urrian *Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas* delakoak antolatuta egin zen Madrilen *I Congreso Mundial*

de Prensa Gratuita. Han, *Federación Nacional de Prensa Gratuita*k sortu eta landu zuen *Manifiesto de Madrid* delakoa.

Hauek dira haren puntuak:

-Doako prentsa azken urteotan kazetaritza- eta komunikazio-arloan gertaturiko fenomenorik garrantzitsuetariko bat izan da.

-Doako prentsak irakurketa errazten du eta posiblea egiten du jendea ohitura demokratikoetara, partizipaziora, kulturara eta informaziora hurbiltzea.

-Doako prentsak eginkizun garrantzitsua du gizartean, *hiritar-ehundura* delakoa sortu eta irakurle-komunitateen artean kohesioa bultzatzen baitu.

-Doako prentsak adierazpen-askatasunerako eskubidea indartzen du, baita beste eskubideak ere.

-Doako prentsa –behintzat, kalitatezko irizpide batekin idatzitakoa– produktu berri interesgarri bat da kazetaritza-arloan, eta horretan lan egiten duten profesionalek beren lana egiten dute kalitatezko, etikazko eta independentziazko irizpideekin.

-Doako prentsak enplegua eta aberastasuna sortzen du; konpetentzia bultzatzen du eta prezioetarako traba bat da.

-Doako prentsak iragarleei bide berriak eskaintzen dizkie beren produktuak eta zerbitzuak ezagutarazteko.

-Doako prentsak instituzioei eskatzen die errespetua eta tratamendu bera informazioa eta publizitate instituzionala banatzeko orduan.

-Doako prentsak irakurle berriak sortzen ditu, eta, hala, komunikabide-ereduen garapena eta etorkizuna erraztu.

-Doako prentsa, azken finean, herri-ondasuna da.

8. Bibliografia

Lopez Lita, R.; Fernandez Beltran, F.; Durán Mañes, A. (2002). *La prensa local y la prensa gratuita*. Castelló: Universitat Jaume I.

Santos Diez, Mª Teresa (2001). *La prensa gratuita en el País Vasco*. Bilbo: Salgai Argitaletxea.

Santos Diaz, Mª Teresa (2008). *El auge de la prensa gratuita en España*. Bilbo: UPV/EHU.

3. gaia. Prentsa espezializatua

0. Sarrera

Kazetaritzaren barneko espezializazioak oparoaldia izan du azken hamarkadetan, neurri handi batean komunikazioaren merkatuan gero eta eskaintza espezializatuagoa egokitu eta audientziek gero eta eskari selektiboagoa egin izanaren ondorioz. «Kazetaritza espezializatuaren aroan» gaude, hori guztia teknologia berrien hedapen ikaragarriak bultzatuta.

Generoak alde batera utzita, espezializazio mailaren arabera bereiz ditzakegu edukiak. Gaurkotasunaren konplexutasunaren ondorioz eta, oro har, gure gizarteen konplexutasunaren ondorioz, espezializazio maila handiagoetara jo dute prentsak eta kazetariek.

Kazetaritzak hasiera-hasieratik izan dituen aldaketa guztietatik, gaur egun gertatzen ari dena oso garrantzitsua da: espezializazioa. Aurrerapen teknologikoek eta gizarte-eskariak bultzatuta, askoz gehiago eskatzen duten eremuetan finkatzen ari da kazetaritza, eremu sakonagoetan, zeren eta gizartearen gustuek eta beharrek gizartearentzat benetan gogobetegarria den oro behar baitute. Batzuk haratago doaz, eta esaten dute sektoretan gero eta gehiago banatzen den irakurlearen beraren eskakizun gisa sortzen dela kazetaritza-espezializazioa, baita hedabideek berek informazio kalitate handiagoa eta edukien azterketa sakonagoa lortzeko duten behar gisa ere.

Badaude bai orokorrak eta askotariko gaiak lantzen dituzten argitalpenak, eta beste batzuek espezializatzea erabakitzen dute, irakurleei informazio sakona eman nahi zaien arloan espezializatu ere. Erabaki horrek eragin zuzena du kazetaritza-lanean eta merkatu informatiboetan.

Bereizketa hori agerikoa da, eta prentsaren arloan ezar dezakegu, baina, informazio orokorreko egunkari batean, sekzioak ezartzen dira, albisteak sailkatzeko eta espezializatzeko asmoz. Kazetariek, gaurkotasunaren ikuspegi zabala ahantzi gabe, gero eta ezagutza

sakonagoa behar dute gai jakin batzuen inguruan irakurleei informazioa emateko.

Ekonomia-atalean idazten duen kazetari batek espezializazio maila altua behar du arlo horretan ekonomiaren munduan eragina duten gaurkotasuneko albiste guztiak ulertzeko eta eraginkortasunez komunikatzeko. Gauza bera gertatzen da, esaterako, kirolean espezializaturiko kazetari batekin edo politika nazionalean, osasunean, zientzian edo hezkuntzan espezializaturikoekin.

Egunkari nagusiak ikus-entzunezko baliabide informatiboekin (irratia eta TB) edo digitalekin (Interneten eskuragarri dagoen informazioa) lehian aritzen saiatzen dira, irakurleei informazio osoa emanez, interpretazioarekin eta iritziarekin lagunduta. Gero eta garrantzitsuagoak dira gai jakin bati buruzko berriak ematen dituzten asteko koadernotxoak edo gehigarriak: ekonomia eta lana, zientzia eta teknologia, osasuna, kultura, hezkuntza eta abar.

1. Definizioa

Gure azalpenekin jarraitu baino lehen, kazetaritzako informazio espezializatua zer den definitu beharra dago. Definizio asko landu dira kazetaritzako espezializazioaren inguruan. Marsden-ek (1945), Orive eta Fagoagak (1974), Martínez Albertos-ek (1979), López de Zuazok (1976) eta Romanok (1984), besteak beste, sorkuntzaren definizio globalak eman dituzte.

Definizio ugari eta askotarikoak daude Kazetaritza Espezializatuari buruz, baita izendapenak ere; izan ere, Kazetaritzako Espezializazioa eta Kazetaritza Espezializatutako Informazioko Kazetaritza deitzen zaio bereizketarik egin gabe. Sailkapenen eta deskribapenen desberdintasunak, hasiera batean, agerian uzten du kontuz ibili beharra dagoela eremu horietan, zeren eta hor agerikoa den guztia ez baita kazetaritza espezializatuaren produktutzat jo behar, funtsezko ezaugarritzat, arlo jakin baten inguruan kazetari espezializatu batek egiten duen tratamendu zorrotza dela-eta.

Hainbat aditu, ordea, bat datoz esatean era horretako lana kazetaritza garaikidearen joera dela (Gonzalez, 2005).

Martinez Albertosek (1979) bereizketa baliotsua egiten du prentsa espezializatuaren eta kazetaritza espezializatuaren artean. Horren arabera, prentsa espezializatukoak dira profesional jakin batzuentzako edo jarduera jakin batean espezializatuak direnentzako argitalpenak –aldizkakotasun finkoa izan zein ez–; kazetaritza espezializatua, berriz, teorian, askoz jende gehiagorentzat da, egunkari bateko irakurleria zabalago eta jakin batentzat.

1974. urtean, Pedro Orive eta Concha Fagoaga irakasleek «informazioa egituratzeko sistema berri»tzat jotzen zuten, eta «horren oinarria arlo jakin batean diharduen aditu bat da, hedabide jakin baten barruan lan egiten duena eta ematen dituen mezuetan kazetaritza espezializatuaren bereizgarriak diren sakontasuna eta fidagarritasuna agertzen dituena» (Orive eta Fagoaga, Fernandez del Moral izeneko lanean, 1983).

Esteve Ramirezen arabera (1999), Martinez de Sousak dio honako hau eginkizun nagusitzat duena dela kazetaritza espezializatua: «hainbat eratako albisteak eta informazioak hedatzea gizarte-klase baten intereserako (langileak, kapitalistak), kirol baterako (futbola, boxeoa, etab.), gizarte-eginkizun baterako (militarrak, itsasgizonak, automobilistak, artistak, finantza-gizonak, erlijio-gizonak, etab.) edo zientziarako (biologia, astronautika, elektronika, etab.)».

V. Romanoren aburuz (1984), «kazetaritza-arlo jakin bati buruzko informazioa eta ezagutza biltzeko, transmititzeko eta jasotzeko jardueren multzoari deritzo espezializazioa».

Fernandez del Moralek eta Esteve Ramirezek (1996) adierazitakoa ere interesgarria da: «hala, gizartearen beharretatik, eta informazioa ematearen beraren eta profesionalen beren beharrek lagunduta, zenbait kimu-historia ernatu dira eta, zalantzarik gabe, Espezializatutako Informazio Kazetaritzaren sustraiak eta ernamuina dira».

Bi autoreek kazetaritza-informazio espezializatuari buruz proposatzen duten definizioa onartzen dugu: «gaurkotasunaren arlo jakin bateko errealitatean murgildu eta hura aztertzen duen egitura informatiboa da, jakintzaren espezialitateen bitartez betiere; errealitatearen motibazioak sakontzen ditu; errealitatea testuinguruan kokatzen du eta hartzaileari ikuspegi globala emango dio, eta kodea eta audientziaren beraren

maila egokituko dituen kazetaritza-mezua sortzen du audientziaren interesei eta beharrei erreparatuz».

Hainbat elementu ditu definizio horrek, hori bereizgarri egiten dutenak. Besteak beste, hauexek aipa daitezke:

a) Errealitatearen azterketak ez du zehatza izan behar, baina bai nahikoa sakona. Errealitatera hurbiltzeko, espezializazioa baliatu beharra dago.

b) Espezializazioaren gaiak eta errealitatea sakontzea; hartara, egon dauden iturriak erabiliko dira, beharrezkoak eta gainera sinesgarriak direnak.

c) Informazioa testuinguru globalean kokatzea, horri esker komunikatzen den informazioa inguruko mikro eta makro errealitatearen erreferentziako elementuekin erlazionatzen baita.

d) Kazetaritza-mezu bat sortzea, publiko handiaren eta audientzia espezifikoen diskurtsoak eta kodeak errespetatuko dituena.

e) Kazetaritza-informazio espezializatuak audientziaren interesak eta beharrak izan behar ditu kontuan, gizarte-elkarrizketa gauzatzeko.

Kazetaritza espezializatua zientzien eta jende gehienaren arteko beharrezko zubia da. Hortaz, mezu espezializatu zientifiko, tekniko eta soziala espezializatuak ez diren entzule/irakurleengana egokitzen saiatzen da, eduki informatiboaren beraren balioa galdu gabe. Kazetaritza-espezializazioaren aniztasuna informazioaren hedabideen, moduen eta edukien eta gizakiaren jarduera eta interesen aniztasuna bezain handia da.

Gizarteak berak eskatzen du kazetaritzaren espezializazioa; izan ere, gero eta informazio objektiboagoa eskatzen du, betiere azterketa sakonagoekin batera.

Merrill-ek, Leek eta Frienlander-ek diotenez (1992), «irakurleria/entzuleria espezializatua, sakabanatuta egon arren eta nolabait anonimoa eta heterogeneoa izan arren, interes komunak eta antzeko ideia politikoak eta ideologikoak dituzten pertsonekin dago osatuta, eta, antzekoak direnez gero, antzeko mezuak nahi dituzte».

Kazetaritza espezializatuan, faktore nabarmena dago horretan parte hartzen dutenentzat: sinesgarritasuna. Hedabideek adituen kategoria esleitzen diete komunikatzaileei; hori dela-eta, garrantzi nabarmena ematen zaio haiek esaten edo egiten dutenari. Baina entzuleak/irakuleak dira azken ebaluatzaileak, gizarte-elkarrizketaren bitartez iturriei, mezuei eta komunikatzaileei sinesgarritasuna ematen dietenak.

1.1. Zerbitzu-kazetaritza

Kazetaritza mota horrek pertsonei zerbitzua ematea proposatzen du, baina haren egunerokotasunaren, kezken eta desiren karga guztiarekin. Ispilua izan behar du kazetaritzak, hots, irakurleak bere burua ikusiko duen ispilua, Maria del Pilar Diezhandinok dioenaren arabera (1994).

Irakasle horrek azaldu duenez, norbanakoarentzat baliagarriak ziren albisteak emateko gero eta interes handiagoa izan zen hirurogeita hamar eta laurogeiko hamarkadetan. Aurretik ez zen eremu pertsonalak lantzeko horrelako interes handirik gertatu: osasuna, edertasuna, elikadura, ariketa fisikoa, drogak, burua kontrolatzeko teknikak eta abar.

Jokabide arau berri bat agertu zen prentsarako: informatzea baina irakurlearentzat baliagarriak izan zitezkeen arloak azpimarratuta.

Egunkarietan, sekzio bereziak sortzen hasi ziren aldian-aldian irakurleen kezka ugariei erantzuna emateko; sekzio berritzaileak ziren, ordura arte ezagutzen zirenen aldean.

Diezhandinoren aburuz (1994), kazetaritza mota hori kazetaritzaren industriaren krisialdian sortu zen bete-betean, hain zuzen, arazo ekonomikoak izan ziren hirurogeita hamarreko hamarkadan. Idatzizko hedabideek, funtsean, audientziaren ikerketara jo zuten, galdutako sinesgarritasuna berreskuratzeko moduak bilatu nahian.

Eginkizun horren barruan, irakurlearentzat giro konfidentziala eta atsegina sortu nahian, kazetaritza hezigarria, induktiboa, pizgarria eta biltzailea izan daiteke, baina desafiatzailea eta probokatzailea ere bai, eta, neurri batean, birrintzailea izan daiteke. Informazioa ematen duenaren eta informazio jasotzen duenaren interesen arabera izango da.

Bestalde, gorabehera asko izan zen laurogeiko hamarkadako aldaketa sozialen, ekonomikoen eta kulturalen ondorioz; *Niaren belaunaldia* izenekoa sortu zen, atsegin hutsaren eta zekenkeriaren belaunaldia, Diezhandinok azaltzen duenez (1994).

Laurogeita hamarreko hamarkadan, pertsonalistegia zen kazetaritza motaren ondorioz sorturiko gehiegizko iritziak izan ziren kezka-iturri nagusia. Gertaerak egiaztatu baino iritziak erkatzen dituen kazetaritza; gertaerak testuinguruan kokatu baino, adimena zorrozten da gertaera berari buruzko bertsiorik berritzaileena emateko (Diezhandino, 1994).

2. Kazetaritza espezializatuaren aurrekoak

Ikerlari gehienek adierazi dutenez, kazetaritza espezializatuaren aurrekaria interpretazio-kazetaritzan dugu, albistea testuinguruan kokatzeko eta gertaerak azaltze hutsak dituen zenbait hutsuneren kontra egiteko interesa dela-eta.

Hala eta guztiz ere, kazetaritzaren etapak kronologikoki deskribatzean, 1870ean sortu zen kazetaritza informatiboarekin hasi behar genuke; izan ere, Fernandez del Moralen arabera, objektiboa izateko eta Lehen Mundu Gerraren amaierara arte hedatu zen kazetaritza ideologikoaren kontrako proposamen gisa sortu zen.

Kazetaritza ideologikoaren ezaugarri nagusia moralizatzailea izatea izan zen, helburu proselitistarekin, betiere ideia politikoen eta erlijiosoen zerbitzura.

1947. urtean, interpretazio-kazetaritza agertu zen gizarte-erantzukizunaren teoriarekin lotuta; hori dela-eta, albistearen zergatia eta ondorioak azaltzea zuen helburu, betiere kazetarien iritziek gertaeren kontaketa oztopatu behar ez dutela ahaztu gabe. Ezin egin daiteke interpretaziorik azterketa egin ezik eta, beraz, ikerketa egin gabe, kazetaritza espezializatuan bezala. Horrexegatik dute bi kazetaritzek lotura estua.

Zenbait ikerlariren ustez, Txema Ramirez de la Piscinaren ustez, adibidez, kazetaritzaren laurdena espezializazioa da, baina Josep Maria Casasusek ere garrantzizkoa irizten dio kazetaritza soziala edo zerbitzu-kazetaritza sortzeari; lehenago aipatu dugunez, hirurogeita hamarreko hamarkadaren amaieran sortu zen kazetaritza hori.

Gaur egun, kazetaritzaren aro berrian, kazetaritza sakona, bizkorra eta berritzailea eskatzen du jendeak, eta batez ere ezagutzan oinarriturikoa. Casasusek (1991) ez du zalantzarik: gaur egun, eguneko gertaeren deskribapena baino, «kazetaritza zientifikoa landu behar da, atsegina eta zehatza, ebaluazio-kazetaritza soziala eta kontsumo-prosa aberatsa eta irudimen handikoa».

3. Espezializazio-arloak

Eduki berekin eta antzeko interesekin lotuta dauden informazio-eremuen multzoari deritzo espezializazioa. Kazetaritza-espezializazioaren arlo handi horiek sekzio hauei esleitzen zaizkie: politika, gizartea eta kultura, Esteveren arabera (1999). Hala, gai bereko informazioak biltzen diren argitalpeneko zatiari deritzo sekzioa.

Orivek eta Fagoagak (1974) espezializazio-arloen hiru talde ezarri zituzten: politika, gizakia eta aisialdia. Estevek aipatzen duen Muñoz Torresek eremu zabalagoa ematen du: politika, ekonomia, zientzia eta teknologia, kultura, kirolak eta gizartea.

Kazetaritza-testu jakin bat espezializazio informatiboko arlotzat hartzeko bete behar diren baldintzak ezarri diete Mar de Fontcubertak (Esteve, 1999):

-Gaien koherentzia. Kazetaritza espezializatuko arlo batek errealitatearen zati jakin batzuk jorratzen ditu eta, horren ondorioz, gai koherenteak sortzen ditu.

-Informazioaren tratamendu espezifikoa, honako hauek dakartzana: testu koherenteak egitea; informazio-iturri espezifikoak; helburu duen entzule motarekin koherentzia izatea, eta horrek kode komunak hartzea dakar; arloan diharduten eremu espezifikoko kazetari espezialistak informazioa kazetaritzako diskurtsoaren arlo jakin batean kokatzeko eta informazioa laburbiltzeko gai direnak.

Horri gehitu behar zaizkio espezializazio-azpiarloak edo informazio-blokeak. Arlo ekonomikoaren, hainbat gai-ardatz edo azpiarlo landu daitezke: burtsa, finantzak, gizarte-lanak, merkataritza eta abar.

Esteve Ramirezen iritziz, antolaketa bloke informatiboetan egituratzea lagungarria da informazioaren ikuspegia gehiago argitzeko, eta, gainera, nahasmena ekiditen du arlo berean.

4. Kazetaritza espezializatuaren gorakada

XX. mendearen bigarren erdialdetik hona izan diren aldaketa kultural, zientifiko, sozial eta politikoak bereganatu beharra dituzte irakurleek, premiaz, eta kazetaritzaren espezialitateek premia horri eman behar diote erantzuna.

Kazetaritzaren barruko espezializazioa izugarri handitu da azken hamarkadetan, neurri handi batean komunikazioaren merkatuan dagoen gero eta eskaintza handiagoa eta gero eta selektiboagoa den irakurle/entzuleen eskaria egokitu izanaren ondorioz. «Kazetaritza espezializatuaren aroan» gaude, hori guztia teknologia berrien zabalkundeak lagunduta.

Txema Ramirez de la Piscinaren ustetan (1999), publikoak produktu espezializatuak eskatzeak eta euskarri teknologiko berriek ematen dituzten aukerek bizkortu egin dute espezializazio-prozesu hori. Horri gehitu behar zaizkio zientzien eta ezagutzaren aurrerapen bizkorra eta ikus-entzunezko baliabideen lehiakortasuna.

Kazetaritza espezializatuaren gorakada hirurogeita hamarreko hamarkadaren amaieran eta laurogeiko hamarkadaren hasieran gertatu zen. Espezialitateak hedabideetan tokia hartuz joan ziren, nolabait antolatuta, eta gaien banaketa batez ere lau sekziotan egituratzen zen eguneroko prentsan: gizartea, politika, kultura eta ekonomia.

Ikerlari gehienen arabera, kazetaritza espezializatua Estatu Batuetan sortu zen XX. mendearen hirurogeiko hamarkadan, osasunaren, ingurumenaren eta etxeko ekonomiaren arloetan.

Batzuek diote 50eko hamarkadakoa dela. Muñoz Torresek (2001) aipatzen du Jose Luis Martinez Albertos irakasle ospetsuak dioena: «Bigarren Mundu Gerraren ondorengo urteetara arte ez zegoen egunkarietan kronika zientifikorik. Nolabaiteko kazetaritza-tradizioa soilik zegoen, informazio ekonomikoaren arloan espezializatua».

Baina kazetaritza espezializatu gisa edo joera gisa sortu zen garaiak baino garrantzi handiagoa dute hura sorrarazi zuten kausak. Horietako

bati dagokionez batez ere, bat datoz aditu nagusiak: hartzaileen interes berriak.

hedabideen merkatuko lehiakortasun gogorra eta Informazio eta Komunikazioaren Teknologiak sortu izana dira horietako beste batzuk, kazetaritzaren espezializazioa bizkortzen baitute.

Aurrerapen teknologikoak, aldi berean, igorleen gaitasuna eta trebakuntza handiagoa eskatzen du, Carlos Gonzalezek (2005) aipatzen duen Esteve Ramirezen arabera, eta lehiakortasunak irakurle/entzuleen eskakizunak pizten ditu, informazioa eta kanalak ugaritzen baitira eta selektiboagoak baitira. Hala, kausa-efektu erlazio konplexua sortzen da komunikazioaren ingurune globalean, hain zuzen ere, masen kulturaren aroa alde batera uzten eta gainditzen ari den garai batean: eredu komunikatiboak elkarrekin biltzeko garaia heldu da, espezialistek diotenez.

Orain, «irakurle/entzuleak selektiboak eta arlotan banatuta daude » eta gertaeren eta gaien izaerari buruzko azalpenak eskatzen dituzte; ez zaie interesatzen zer gertatu den eta etorkizunean zer gerta daitekeen soilik, baita eta aurrekoak zein diren eta adituek zer uste duten ere.

Bereizi gabe eta metaka heltzen zaion informaziotik baliagarria zaiona soilik aukeratu behar duen hartzaileari dagozkio eskakizun horiek, eta horiek betetzeko, profesional bat behar da, «gizarte modernoen ezaugarria politika-, ekonomia-, kultura-, demografia-, gizarte- eta giza konplexutasuna gero eta handiagoa da, eta hori dibulgazio-hizkera ulergarrira itzultzeko gai den profesionala behar da» (Quesada, 2001).

5. Kazetari espezializatua

Kazetaritzan landu daitezkeen gai eta eduki sorta zabala dagoela onartu behar da, jakintza espezializatuaren arloan. Kazetari espezializatuak egungo gizartean duen eginkizun idealista norbanakoa aldaketen munduan interesatu ahal izateko prestatzeko lagungarria izatea da. Horretarako, kazetaritza-profesionalak behar dira gero eta gehiago, zientzia, artea eta kultura deskodetzeko eta komunikatzeko trebezia handia dutenak, baina halako hizkera erabiliko dute non gizarte-elkarrizketa emankorra sortuko baita.

Kazetaritza espezializatua jarduera profesional berri baten ikuspegia da; gaia ezagutzea da, beste arlo batzuetan hainbat espezialitatetan egun hauteman daitezkeen mugak izan gabe: kazetaritza kulturala, zientifikoa, medikoa eta literarioa. Izan ere, arlo horiek elkar lagundu eta elikatzen dute.

Egunkarietako eta aldizkarietako erredakzioetan orokorrak deritzen kazetariak daude edozein albiste betetzeko eta informatzeko prest, eta, horiekin batera, gai jakin batean espezializaturiko beste zenbait. Bi profesional motak ezinbestekoak dira prentsak funtziona dezan.

Kazetari espezializatuak esperientzia profesionala eta espezializazio-arlo jakin bateko ezagutza zabala konbinatzen ditu, jendeari informazio orokorra ematea ahalbidetzen dioten kazetaritzako ezagutza orokorrak erabiliz. Bigarren gaitasun horrek profesional espezialistetatik bereizten ditu; izan ere, ez dira kazetariak, baina hedabideetako laguntzaileak dira artikulu-egile edo aholkulari gisa. Horrenbestez, ez dute menderatzen oso ondo kazetaritzako hizkera, ezta kazetariak informazio argia emateko darabiltzan beste ezagutza espezifiko asko ere; albiste konplexuagoak ere modu errazagoan ematen dituzte.

Pedro Ortiz Simarrok (1997) dioenez, kazetari espezializatua kazetari orokorrik onena bezain ona da. Eremu jakin bat sakonki ezagutzeaz gain, «arlo guztietarako» informatzailea izaten jarraitzen du. Horren ondorioz, espezializazioak ez du zatitzen ez kentzen jakintza profesionala, gehitu eta ugaritu baizik.

Ezagutzaren arlo jakin batean trebatzeari esker, beste edozein kazetarik ikusiko ez lituzkeen gertaerak ulertu, sakondu eta balioets ditzake kazetariak. Gainera, antzeko gertaerekin erlaziona ditzake gertaera horiek, gizarte-errealitatetik bakarturiko zatiak ez emateko. Azkenik, bere maila berean informazioa ematen duten iturriei aurre egin diezaieke. Kazetariaren espezializazioak ez dakar haren ezagutza zatitzerik edo haren eginkizun profesionala mugatzerik.

Alderantziz, honako hauek eman dezakete informazioaren sinesgarritasuna: profesionalaren prestakuntza handiagoak edo txikiagoak informazioko gai jakin bati buruzko ezagutza mailak, iturriekiko harremanek eta abar. Hori dela-eta, kazetari espezializatuak

jendea konbentzitzeko gaitasun handiagoa du beharrezko trebakuntza ez duen beste profesional batek baino (Esteve Ramirez, 1997).

Estevek (1997) berak kazetari espezializatuaren zenbait abantaila ezartzen ditu:

-Informazio-iturriak zuzenean eta berehala ezagutzen ditu, haiekin etengabe baitago harremanetan.

-Informazio-mezua egoki jorratuko dela bermatzen du; hala, komunikatzen ari diren alderdien arteko elkarrizketa oztopa dezaketen balizko zaratak kentzen dira.

-Profesionalen, hedabideen eta irakurle/entzuleen arteko harremanak errazten ditu, eta, horri esker, hartzaileek parte-hartze handiagoa izaten dute, adituaren eta publikoaren artean egon behar duten erlazioaren bidez.

Baina idatzizko hedabideek erabat espezializatzea ere erabaki dezakete. Hala, aldizkari arrosak (albiste «arrosak» soilik ematen dira), informatikari buruzko aldizkariak, oro har, edo kirol jakin bat jorratzen duten aldizkariak, aldizkari zientifikoak, parazientifikoak, eta abar ditugu. Prentsa mota horrek informazio orokorreko aldizkariak izan dezakeen baino irakurleria homogeneoagoa du, eta horrek guztiak enpresa-etekinak dakartza publizitatearen, salmentaren, irakurleen eta abarren aldetik.

Medikuntza-informazioan (Diario Médico), ekonomikoan (Cinco Días, Expansión), kirol-informazioan (Marca, AS, Sport, Mundo Deportivo), ikasle gazteentzako informazioan (Magisterio, Gaceta Universitaria, Menos 20, Menos 25), espezializaturiko egunkariak eta astekariak, besteak beste, aipatzea ere merezi du.

6. Zenbait datu

Egia esan, une hauetan, hedabide guzti-guztietan dugu kazetaritza espezializatua. Idatzizko prentsaren eguneroko argitalpenetan eta gehigarrietan txertatu da –neurri txikian edo handian, ongi edo hala moduz eginda–, eta ez hain modu sistematizatuan, ikus-entzunezkoen albistegietan. Baina egia da, halaber, espezializazioaren sektore nagusia, zalantzarik gabe, aldizkariena dela, egun eskaintzarik

zabalena eta askotarikoena ematen duena gaiei, hedapen-mailari, aldizkakotasunari, prezioei eta berrien aurkezpenari dagokienez.

Egunkarietan eta irratiko eta telebistako albistegietan egunerokoak eta egunero irakurleen eta entzuleen aurrean ezinbestean agertu beharra direla-eta, bizkortasuna lehenesten da nahitaez, eta bizkortasun horrek zaildu egiten du gai guztietara iristea, baita gai horiek publiko dibertsifikatuak eta zorrotzak eskatzen duen sakontasunarekin eta zehaztasunarekin jorratzea. Eta aldi berean, gaiak berdin tratatzeko efektua gertatzen da albisteak lantzean, eta hori oso urruti dago espezializaziotik.

Eta aldizkariek hartzen dituzte beren gain irakurleen interesak, gustuak, beharrak, zaletasunak edo jakin-minak eta gizarte bizitzako sektore guztiak hartzen dituen gai sorta handia bihurtzen dira: zientzia, literatura, pentsamendua, ekonomia, politika, historia, artea, dekorazioa, kirolak, osasuna, umorea, bizimoduak, informatika, lanak, natura, animaliak, moda, ingurumen-zientziak, nekazaritza, familia, telebista, musika, edertasuna, bidaiak, gastronomia, argazkigintza, zinema...

Hala, 1998. urtea hastean, aldizkakotasun desberdineko 6.992 izenburu argitaratzen ziren Espainian, 1.100 enpresa editoreren eskutik; guztira, 18.592.000 irakurle zituzten, eta, horietatik, 14.395.000 irakurlek –hots, % 77,4k– aldizkariren bat erosten zuten, ARIren (Informazio Aldizkarien Elkartea) azterlanak dakarrenez. EGMren kalkuluen arabera (Hedabideen Azterlan Orokorra), 14 urtetik gorako espainiarren % 54,7k irakurtzen du argitaraturiko aldizkarietako bat. OJDk (Hedapenaren Justifikaziorako Bulegoak) emandako datuen arabera, hedapenik altuenak ehun eta berrogeita hamarrean biltzen dira; horietatik, 84k, batez beste, 50.000 ale gainditzen dituzte zenbaki bakoitzeko.

6.1. Kirol-prentsa

Kirol-informazioak eta ikuskizunak protagonismo handiagoa hartu du azken urteotan Espainiako hedabideen sisteman, eta, horren ondorioz, sendotu egin dira hedabide espezializatuak, egunkariak eta telebista kanalak, esate baterako.

Kirol-prentsa –egunekoa eta egunekoa ez dena, orokorra eta espezializatua– nahikoa finkatuta dago, eta, gainera, gero eta kirol-saio eta -emankizun gehiago daude irrati-igorgailuetan eta telebistan. Are gehiago, azken hamarkadan, kirol-informazioak eta -ikuskizunak protagonismo handiagoa hartu du sistema sozialaren eta komunikatiboren multzoan.

XIX. mendearen azken urteetan, kirolari buruzko lehen informazioak hasi ziren agertzen Espainiako prentsan, kazetaritza ingelesaren eta frantsesaren eraginez. Era berean, informazio horietan, bazeuden espezializaturiko argitalpenak merkatuan, garai hartan[1]. Zaharrena (oraindik, merkatuan dirau), Bartzelonako *El Mundo Deportivo*, 1906an sortu zen astekari gisa eta egunkari bihurtua 1929an[2]. Azken mende erdian, ostera, kirol-informazioa informazio orokorreko egunkarietan, egunkari espezializatuetan, Astelehenetako Orrialdeetan eta kiroletan espezializaturiko aldizkari grafikoetan egon da banatuta.

1926. urtean hiri nagusietan Astelehenetako Orrialdeak sortzen hasi zirenetik, era horretako astekariek astelehenetako informazioa monopolizatu zuten eta, informazio orokorrekoak izan arren, zati handi batean, kirolari buruzko gaiak jorratzen ziren. Egunkariek, horrenbestez, asteartera arte itxaron behar izaten zuten aurreko igandeko futbol-jardunaldiari buruzko berriak eta iruzkinak argitaratzeko. Hala, Astelehenetako Orrialdeek eragin handia zuten gizartean frankismoaren garaian, eta argitaratzen ziren egunkari espezializatu bakanekin partekatzen zuten batez ere kirol-informazioa.

Nolanahi ere, frankismoaren lehen garaian, Bartzelonako *El Mundo Deportivo* eta Madrileko *Gol* (1940 eta 1945 bitartean argitaratua) eta Mugimenduaren Prentsa-katea publikoaren *Marca* (azken hori 1942an ezarri zen Espainiako hiriburuan eta *Gol*en ale kopurua hirukoizten zuen) kirol-egunkariak zeuden, eta beste bi egunkari gehitu zitzaizkien hirurogeiko hamarkadan, eta, denbora laburrean, arrakasta lortu zuten: Bartzelonako *Dicen* (1965ean) eta Madrileko *As* (1967an, izen bereko aurreko aldizkariaren oinordekoa).

[1] Espainiako lehen kirol-aldizkaria *El Cazador* izan zen, Bartzelonan 1856 eta 1857 bitartean argitaratua.
[2] Espainiako lehen kirol-egunkaria *Excelsior* izan zen, Bilbon 1924an argitaratua.

Bestalde, orain dela hamarkada batetik hona –Asteleheneko Orrialdeak pixkanaka desagertu zirenetik–, informazio orokorra ematen duten ehun egunkarik baino gehiagok kirol-informazioa ematen dute egunkariko zati handi batean, batez ere astelehenetan. Are gehiago, egunkari horietako zenbaitek kirol-gehigarri bat argitaratzen dute astelehenetan, formatuaren eta edukiaren aldetik kirol-egunkari baten parekoa. Hala egiten dute *El País, El Mundo, La Vanguardia, El Periódico de Catalunya* edo *Avui* egunkariek.

Eguneroko prentsan ez bezala, Espainian kirol-aldizkari ugari argitaratzen dira, baina batek ere ez du garrantzi handirik hartu. Beste zenbait herrialdetan, ordea, bestelako egoera dugu, AEBn, adibidez, non, kirol egunkaririk ez badago ere, hainbat aldizkari garrantzitsu argitaratzen baitira hala nola Time-Warner-en *Sports Illustrated* aldizkari zaharra eta ospetsua. Erresuma Batuaren kasuan, *Sunday Sport* nabarmentzen da eta Frantzian, *Equipe du Samedi* eta *France Football*, *L'Equipe* egunkaria argitaratzen duen editore berekoak biak.

Halaber, kazetaritza-sektore horretan, Madrilgo eta Bartzelonako argitaratze-zentroek ez ezik, beste hiri garrantzitsu batzuetakoek ere badihardute, baina bi hiri horietan baino neurri txikiagoan. Oro har, enpresa txikien zatikatze sakona sumatzen da; argitalpen bakarra egiten duten argitaletxeak dira oro har.

Lehenik eta behin, nabarmendu behar da azken urteotan Espainiako kazetaritza-talde handiek kirol-aldizkariak sartu dituztela hainbat sektoretan, eta gero eta ugariagoak dira izenburuetan. Bestalde, beste sektoreetako egunerokoak ez diren prentsako enpresek ere kirol-aldizkariak dituzte.

Informazioaren jarraipen espezializatua eta askoz argitalpen gehiago dituzten kirolei dagokienez, saskibaloikoari hauexek gehitu behar zaizkio: txirrindularitzakoak; futbolekoak; motoziklismo eta automobilismokoak eta kirol-informazio orokorrekoak. Aitzitik, egun argitaratzen diren hirurogei kirol-aldizkarien artean –gutxi gorabehera-, ia espezialitate guztiei buruzko izenburuak daude.

Asteko kirol-prentsak, oro har, hedapen txikia du bestelako sektore espezializatuen aldean, hala nola telebistako programazioko aldizkarien edo aldizkari arrosen aldean.

Kirol-kazetaritzak hainbat berezitasun ditu. Besteak beste:

-Estetikoak. Begi-bistan daude kirol-prentsaren eta bestelako kazeten artean dauden desberdintasunak. Kirol-egunkarietan, diseinuak eginkizun garrantzitsua du; guztiz adierazgarria da: tamaina handiko titularrak eta argazkiak, koloreak oparo erabiltzea, infografia nabarmena…

-Linguistikoak. Nabaria da anglizismoen presentzia izugarria. Bestaldetik, nabarmentzekoa da topiko eta esamolde gehiegi erabiltzen direla.

Euskal Herrian ere, kirol-kazetaritzak badu bere historia. Ezin dugu ahaztu *Excelsior* egunkaria, bai Euskal Herrian bai Espainiako estatuan sortu zen lehendabiziko kirol-egunkaria izan zela (1924). Euskal Herria kirol-argitalpen ugariren sorlekua izan da beti. Aurrenekoak XIX. mendearen amaieran plazaratu ziren, baina XX. mendearen hasiera oso emankorra izan zen kirol-prentsarako: *La Ilustración gimnástica* (1886), *El Pelotari* (1887), *Vida deportiva* (1911), *Los Deportes* (1911), *Norte sportivo* (1911), *La Información sportiva* (1911), *Hércules* (1915), *La Ribera deportiva* (1923)…

Excelsior kazetaren asmo onak ezerezean gelditu ziren 1931n, desagertu zenean. Urte berean jaio zen *Excelsius* kirol-egunkaria. Han lan egiten zuten kazetari batzuk aurreko kazetako berak ziren. Aurrekoak bezala, kazeta horrek ere sail asko zituen: futbola, txirrindularitza, pilota, herri-kirola, boxeo… Dena den, *Excelsius* horren bizitza tropa faxistek Bilbo hartu zuten urte berean amaitu zen, hain zuzen ere, 1937an. Izan ere, gerra zibilak bortizki zapuztu zuen kirol-prentsaren loraldi eder hura.

6.2. Egunkari eta aldizkari ekonomikoak

XX. mendean, informazio ekonomikoaren garapena eta garrantzia handituz joan da mundu osoan eta etenik gabe. 1929an, AEBko krisialdi ekonomikoak argi erakutsi zigun informazio mota horren beharra. Hortik aurrera, prentsa ekonomikoa nonahi azaldu zen.

60ko hamarkadatik aurrera, nabariagoa izan zen hazkunde hori. Informazio ekonomikoak gero eta indar handiagoa hartu zuen, eta garbi asko geratu zen «informazio mota hori herri garatuenentzat ez

ezik, herri pobreentzat ere ezinbestekoa zela» (Ramirez de la Piscina, 1998: 263).

Gaur egun, kazetaritza ekonomikoa mundu osoan dago garatuta, gero eta gehiago gainera. Garapen hori hobeto ulertzeko, Ramirez de la Piscinak (1998) proposatzen dizkigun honako hiru faktore hauek hartu behar dira gogoan:

-Merkatuaren bilakaera. Ekonomia-munduak informazioaren esparruan duen ekarria ikaragarria da.

-Finantza-sektorea eta publizitatea. Finantza-sektorearen jarduera ekonomikoak mezu-bideetan du isla eta erreferentzia zuzena, bai informazio-orrietan, bai publizitateari utzitako aldean. Gainera, sektore horrek publizitate asko sorrarazten du urtero.

-Ekonomiaren globalizazio-prozesua. Ekonomiaren mundializazioaz mintzo da nonahi. Globalizazioa da gako-hitza, azken urteotan indar berriak hartu dituen neoliberalismoak aurkitu duen biblia berria. Horri esker, New Yorkeko edo Tokioko burtsek bizi duten susperraldia edo hondamena laster dugu komunikabideetan.

Espainian, azken hogei urteotan informazio ekonomikoak izan duen gorakada oso nabarmena izan da. Ekonomia-arloko albisteak puntako informazioak dira ia egunero albistegi guztietan.

Badira hazkunde hori motibatu duten faktore batzuk (Ramirez de la Piscina, 1998):

-Mezu-bideetako gai-zerrenda. Trantsizio politikoaren garaian, gai politikoak nagusi izan ziren. Urteak aurrera joan ahala, gai batzuk –politikoak, hain zuzen– bigarren mailara pasatu ziren eta beste batzuek –ekonomikoek, haien artean–, berriz, bere biziko protagonismoa hartu zuten.

-Espainia eta Europar Batasuna. Europar Batasunean sartu izanak izugarrizko erronka ekarri zuen ekonomiarako eta, jakina, fenomeno horren ondorioak hedabideetako agendetan islatu ziren.

-Industria-birmoldaketak. Azken urteotan ugari izan dira. Horien ondoriorik mingarrienak langileek nozitu behar izan dituzte. Lanpostu asko galdu ziren. Gatazka franko gertatu zen eta horrek guztiak eragina eta isla izan zuen komunikabideetan.

-Informazio-iturri ekonomikoaren hazkundea. Azken urteotan, ekonomiaren eta negozioen munduan gero eta komunikazio-aholkulari gehiago dago, edozein unetan informazioa emateko prest eta informazio-olde izugarria sorrarazten dute.

-"Pelotazoa"ren kultura. 80ko hamarkadaren bigarren zatian, batik bat, *bihotzeko* prentsan agertzen zen jendea eta *izokin-kolore*ko orrietan azaltzen zena bertsua zen; *beautiful people* zen hura. Urtealdi hartan, jende asko aberastu zen; batzuk legez kanpo. Garai hartan egindako iruzurrak eta azpijokoak agerian gelditu ziren: finantza-eskandaluak nonahi eta noiznahi. Eta prentsa horren adierazle zuzena izan da.

Espainian, egunkari eta aldizkari ekonomikoak ditugu, eta kontuan hartu behar ditugu. Hona hemen datu batzuk:

1. Hedadura murritza dute.

2. Nahiz eta kasu gehienetan tirada gutxikoak izan, diru-sarrera handiak dituzte (publizitateari esker). Hori nabariagoa da aldizkarien kasuan egunkarienean baino, eta horren arrazoia oso sinplea da: aldizkari mota horien irakurleek duten erosahalmena handia da.

3. Edukien aldetik, oso espezializatuak dira eta zailak gertatzen dira –zenbait kasutan bederen– gai horietan adituak ez diren pertsonentzat. Burtsaren inguruko informazioan espezializatu baziren ere, enpresen munduko informazioek gero eta garrantzi handiagoa hartu zuten. Gaur egun, finantzen mundua lantzen dute, batik bat.

4. Egunkari eta aldizkari asko 80ko hamarkadan bizi izan zen euforia ekonomikoaren garaian sortu ziren.

6.3. Aldizkari erlijiosoak

40ko hamarkadako azken urteetan, Hego Euskal Herrian, elizgizon euskaldunek aldizkari batzuk sortu zituzten. Horietako bat frantziskotarren *Anaitasuna* dugu (Díaz Noci, 2001). Hasiera batean, Tolosan sortu zen, gipuzkeraz; gero, Bizkaiko frantziskotarrek ere beste *Anaitasuna* bat argitaratzeari ekin zioten, bizkaieraz. Bi ziren haien helburuak: alde batetik, kristautasuna bultzatu, eta bigarrena, euskara leku guztietan erabiltzen animatu.

50eko hamarkadaren hasieran, apaiz batzuk *Egiz* argitaratzen hasi ziren, euskaraz eta gaztelaniaz (euskararen ehunekoa ez zen handia), mimeografiatua, aldizkatasun finkorik gabe. 1954ko abenduan –hemezortzi ale atera ondoren eta *Egiz*ekoek besterik ez argitaratzea erabaki zutenean–, beste aldizkari bat argitaratu zen, taxuera handiagokoa, *Egi billa*. Aldizkari horrek *Egiz*en bideari eutsi zion, baina 1955eko ekaina arte iraun zuen; zazpi ale kaleratu ziren.

Diaz Nociren esanetan (2001), garai hartako aldizkari erlijioso gehienak legezkoak ziren. 1951ean, Larreako karmeldarrek *Karmel*, argitaratzen ekin zioten eta egunotara iritsi da aldizkari erlijioso hori. Erlijioari buruzko albisteak, literatura-lanak, olerkiak, bertsoak… agertzen ziren haren orrialdeetan.

Urteetan zehar, erlijioarekin zerikusirik zuten beste aldizkari batzuk agertzen hasi ziren (Díaz Noci, 2001): *Eibar* (1952), *Othoizlari* (1954), *Zeruko Argia* (Gerra aurrekoa)[3], *Irun eta Ondarribiko kaputxinoen irugarren ordenako orria* (1955), *Nora?* (1955), *Misionera* (1955), *Elkartasuna. Boletín de la Asociación de la Caridad* (1955), *La Voz de la Madre* (1955), *Ondarribiko izparrak* (1956), *Yakin* (1956), *Ekin* (1956), *Arnas* (1959), *Laiaketan* (1959).

Aldizkatasun ziurrik ez izan arren, ondo taxututako aldizkariak ateratzea baino gehiago inporta zuen euskarazko testuak kaleratu eta zabaltzeak. Zeregin hartan, elizgizonek izugarrizko garrantzia izan zuten; euskal kulturan interesa azaldu zuten.

6.4. Aldizkari politikoak

Euskal Herrian, Francoren aurkako politika egitea ezinezkoa zen. Horregatik, erregimenaren aurkako politika kanpotik egin behar zen. Prentsa politikoa atzerrian argitaratzen zen, betiere barrura begira. Garai hartako aldizkari politiko asko, beraz, klandestinoak ziren: tamaina txikikoak, multikopistaz edo mimeografoz eginak… Beste

[3] Urte haietan, erlijiozko hutsa zen; azpizenburuak berak zioenez: «Erlijiozko aldizkari edo errebista, edergarriduna, euskeraz egiña, Aita Kaputxinoek argitaratua». Bizitza luzea izan zuen. Gero, informatiboagoa bihurtu zen; hainbat eta hainbat euskaldun kazetarirentzako eskola izan da, eta 80ko hamarkadan kaputxinoek utzi eta kooperatiba gisa eratu zen; gaur egun ere argitaratzen da *Argia* bihurtuta.

batzuk, ordez, erbesteratuen artean banatzekoak ziren, kalitate handiagokoak; Eusko Jaurlaritzaren argitalpenak (*Euzko Deya*) edota alderdi politikoei lotutako aldizkariak.

Euzko Deya Eusko Jaurlaritzarekin lotuta bazegoen ere, bazeuden beste aldizkari batzuk: *Alderdi* (1949), *Tierra Vasca* (1956), *Euzkadi Askatuta, Euzko Izketa. Diálogo vasco* (1956), *Euzkadi Obrera, Euzkadi Roja, Irrintzi* (1958)…

7. Bibliografia

Casasús, Joseph María (1991). *Estilo y géneros periodísticos*. Bartzelona: Ariel Comunicación.

Díaz Noci, Javier (2001). «50eko hamarkadako euskal aldizkariak eta beren eragina». *Egan*, 2. garaia, LIV. alea. Donostia: Real Sociedad Bascongada de Amigos del País, 97-124.

Diezhandino, Pilar (1994). *Periodismo de servicio*. Bartzelona: Bosch.

Esteve Ramírez, F. (1999). *Áreas de especialización periodística*. Madril: Fragua.

Esteve Ramírez, F. (1997). *Comunicación especializada*. Madril: Ediciones Libertarias.

Fernández del Moral, Javier (1983). *Modelos de comunicación científica para una información periodística especializada*. Madril: Dossat.

Fernández del Moral, J. y Esteve Ramírez, F. (1996). *Fundamentos de la información periodística especializada*. Madril: Síntesis.

González, Carlos (2005). «Especialización en el Periodismo, una tendencia en el mundo de hoy». Rodríguez Betancourt, Miriam (koordinatzailea): *Tendencias del Periodismo Contemporáneo*. Habana: Editorial Pablo.

Martínez Albertos, J. (1979). «Redacción Periodística: los estilos y los géneros en la prensa escrita y Periodismo Especializado», *G.E.R.* XVIII. liburukia. Bartzelona.

Merill, J.; Lee, J.; y Friedlander, E. (1992). *Medios de comunicación social*. Madril: Germán Sánchez Ruipérez Fundazioa.

Muñoz Torres, Juan Ramón (2001). «Clarificaciones conceptuales sobre Información Periodística Especializada». In Galdón, Gabriel (koordinatzailea): *Introducción a la Comunicación y la Información*. Bartzelona: Editorial Arial.

Orive, Pedro y Fagoaga, Concha (1974). *La especialización en el periodismo*. Madril: Dossat.

Ortiz Simarro, Pedro (1997). «La formación dual del periodista especializado». *Estudios sobre Información Periodística Especializada*. Valentzia: San Pablo.

Quesada, Montserrat (2001). «Periodismo especializado». In Galdón, Gabriel (koordinatzailea): *Introducción a la Comunicación y la Información*. Bartzelona: Editorial Arial.

Ramirez de la Piscina, Txema (1999). «Realidad y utopía de la especialización», *Zer*, 6. Bilbao: UPV/EHU.

Ramirez de la Piscina, T. (1998). *Kazetari-l@na Euskal Herrian. Interpretaziorako eta espezializaziorako abiaburuak*. Bilbo: Udako Euskal Unibertsitatea.

Romano V. (1984). *Introducción al periodismo*. Bartzelona: Teide.

4. gaia. Herri-aldizkariak

Munduan beste askok bezala, Euskal Herriak tokian tokiko informazioa emateko komunikabide idatziak izan ditu, baditu eta, seguruenez, aurrerantzean ere izango ditu.

Idatzitako informazio lokala agente askoren esku izan da azken hogeita hamar urteotan Euskal Herrian. Dudarik gabe, eragingarriena eguneroko prentsa izan da. 1977an, *Deia* eta *Egin* egunkariak agertu ziren kioskoetan. «Batak zein besteak berrikuntza asko ekarri zituzten, hala ikuspegiaren aldetik nola informazioa lantzeko moduari dagokionez. Besteak beste, tokian tokiko albisteekin, sail indartsuak osatu zituzten, gainerako notiziei ematen zitzaien tratamendu profesional berarekin jantzita» (Ortega, 2005: 332). *El Correo Español* eta *El Diario Vasco* egunkariek, urte horietan ere, informazio lokalari arreta handia ematen zioten. 1999an, *Euskaldunon Egunkaria*k 'Bizkaia' izeneko gehigarria jarri zuen alean; irakurleak Bilboko informazio lokala euskara hutsez zuen eskura[1].

Espainiar Estatuko prentsa idatziak ere bertako informazioa eman izan du bere edizio lokaletan. 1990ko hamarkadatik, horixe egin dute *El Mundo* eta *El País* egunkariek, batez ere.

*Gara*k eta *Berria*k, azkenik, ez diote informazio lokalari aparteko garrantzirik eman beren orrietan. Hori bai, *Berria*k estrategia bat hasi zuen, eskualdekako *Hitza* doako egunerokoak sustatzeko. Beste alde batetik, *Gara*k Euskal Herri osoko albiste lokalak zabaltzen ditu sail batean.

*Berria*ren eta *Hitza*ren kasuan bezala, Vocento taldeak, 2000. urtean, *El Nervión* kaleratu zuen Bilbon, doan. Haren orrietan, informazio lokala ez ezik, politikari, kirolari eta nazioarteari buruzko berriak sartzen dira.

[1] Halaxe iraun zuen 2003ko otsailaren 20ra arte, hots, epaile batek *Euskaldunon Egunkaria* itxiarazi zuen arte. *Egin*en kasuan, informazio lokalerako tarte bereziak iraun zuen 1998ko uztailaren 15era arte, beste epaile batek *Egin* itxiarazi zuen arte, alegia.

Baina orain arte aipatu ditugun argitalpenak, *Egunkaria*ren kasua izan ezik, erdarazkoak izan dira. *Deia* eta *Egin* egunkarietan, tokian tokiko albisteen artean, euskaraz idatzitakoak ere baziren, baina gutxi ziren.

1980ko hamarkadan, bestelako proiektuak sortu ziren gurean; euskararen erabilera sustatzeko helburuarekin prentsaren bidea jorratzen hasi ziren herri-mugimenduetako sektore batzuk (auzo-elkarteak, kultura-taldeak, pertsona batzuk beren kabuz…): herri-aldizkariak.

0. Sarrera

Tokian tokiko aldizkarien aurrekariak herrietan maiztasun eta iraupen aldakorrekin argitaratzen ziren parrokia-orriak eta berripaperak ditugu. Euskal Herriko zenbait herritan, maiztasun eta iraupen aldakorrekin argitaratzen ziren parrokia-orriak herriko apaizak edo maisuak idazten zituen, euskaraz edo gaztelaniaz, eta gaiak hurbil-hurbilekoak ziren, berripaperen kasuan bezalaxe (Camacho, 2003, a: 68). Horiek lantzen zituzten albisteak, jakina, hurbil-hurbilekoak ziren. Estilo azkarra, argia eta umoretsua nahasten zituzten, taula eta grafikoen erabilerarekin batera.

Espainiako II. Errepublikan, herri edo zonalde txikiko aldizkariak sortu ziren. 1931. urtean, *Arrati'ko Deya* agertu zen, Eulogio Gorostiaga apaiz zeanuritarraren bultzadaz. 1931. eta 1932. urteetan argitaratu zen inguruko berriak euskaraz zabaltzen zituen aldizkari hori, harik eta beraren sortzailea hil zen arte. Informazio lokala hedatzen zuten beste bi aldizkari aipa daitezke, euskaraz testu batzuk bakarrik agertu arren: *Renteria* (1922-1936) eta *Oarso* (1930-1933), Errenterian argitaratzen ziren urtekariak. Azkenik, eskualdeko prentsaren barruan, *Bermeotarra* aipatu behar dugu, Bizkaiko kostaldeko herri horretan sortutako hilabetekaria, gaztelaniaz eta euskaraz idatzia (Díaz Noci, 1995).

Camachok gogorarazten duenez (2003a), Gerra Zibilaren aurretik horrelako euskal aldizkari lokalak bazeuden ere, 50eko hamarkadan nabarmentzen hasi zen fenomenoa dugu tokian tokiko prentsarena, eta, hurrengo hamarkadetan, garapen izugarria izan zuen, bereziki euskaraz. Garai hartakoak dira *Eibar* (1952), *Ondarribi'ko Izparrak* (1956), Etxebarri-Barinagako *Gure Erria* (1957), eta Zornotzako

Sirimiri Zornozano (1959) (Aranguren, 1999b). Beste aldizkari batzuk geroago hasi ziren argitaratzen eta asko desagertu ere egin dira.

Kasu gehienetan, elizaren babesean sortu ziren tokian tokiko aldizkari haiekin batera, egunkariek ematen zituzten kronika lokalak ere beste erreferentzia-puntu garrantzitsu bat izan ziren gaur egungo euskarazko herri-aldizkariak sortzeko (Aranzabal, 1998).

80ko hamarkadaren bukaeran hasi zen herrietako aldizkarien urrezko aroa *Arrasate Press* eta *Ttipi-Ttapa* aldizkariekin[2]. Eredu horri jarraituz, hurrengo urteetan, hainbat eta hainbat agerkarik ikusi zuten argia Euskal Herri osoan.

Hori bai, Macia Mercaderen ustez (1995), tokiko prentsaren loratzea, prentsa erregional eta lokalaren susperraldia, 1976tik 1990era bitartean gauzatu zen fenomenoa izan zen.

Euskarazko herri-prentsaren sorrera hobeto ulertzeko, Joxe Aranzabalek (1998) garai hartan gertatu ziren bost fenomeno garrantzitsu aipatzen ditu:

-Autoedizioa sortzea. Autoedizioaren iraultza 80. hamarkadaren erdialdean hasi zen. Ordenagailu-belaunaldi berriak agertu ziren, ordura arte denbora mordoa eskatzen zuten lanak askoz ere azkarrago eta merkeago egiteko gauza zirenak.

-Euskara batuaren egonkortasuna. *Arrasate Press* sortu zenerako, euskara batua finkatuta zegoen eta haren erabilera zabala eta ohikoa zen zenbait arlotan, bai irakaskuntzan bai administrazioan eta komunikabideetan ere. Hori bai, askotan, galdera bat sortu da euskalgintzan: euskara batua ala euskalkiak herri-aldizkarietan?

-Euskara-elkarteak. 80. hamarkadaren erdialdean ere, gerora Euskal Herrian zehar hedatuko ziren euskara-taldeen eredua sortu zen Arrasaten: AED (Arrasate Euskaldun Dezagun). Haren helburua Arrasate euskalduntzea zen. Hasieran, lanik handiena kontzientziazio-lana izan bazuen ere, gerora, heldu ahala, funtzio berriak hartuz joan zen, euskarazko komunikabideak sustatzea, adibidez. *Arrasate Press* AEDren babesean sortu zen. Gerora ere, Euskal Herrian zehar sortu

[2] *Arrasate Press* ez zen euskaraz argitaratutako lehen toki-aldizkaria izan, baina bai gehien iraun duena eta, beraren ondoren jaio ziren ia gehienentzat, begiratu beharreko ispilua izan da (Otamendia, 1995).

diren herri-aldizkari asko eta asko antzeko taldeen itzalpean plazaratu dira.

-Herri-erakundeek euskararekiko jarrera irekia. Udalak eta foru-aldundiak demokratizatu ondoren, euskararekiko eta euskal kulturarekiko jarrera irekiagoak azaldu ziren erakunde horietan.

-Euskal kazetari berriak agertzea. 80. hamarkadan, belaunaldi berriak agertu ziren. Hortik aurrera, gure aldizkarietan lan egin zezaketen kazetari profesional euskaldunak hartu ahal izango zituzten. Ordura arte euskal kazetaritza larru gorritan zegoen.

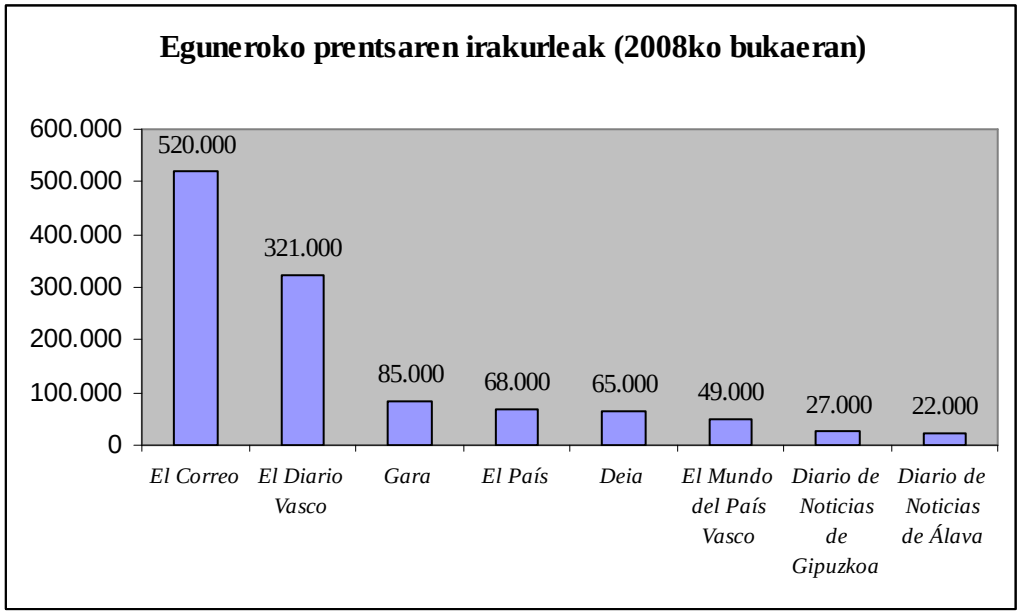
Jose Felix Diaz de Tuestak, adierazten duenez, Euskal Herrian, euskarazko prentsak eta, oro har, euskarazko komunikabideek inoiz izan ez duten indarra eta zabalkundea lortu dute 1982tik hona (1998). Haren ustez, lau dira mugarri nagusiak Euskarazko komunikabideen loraldi honetan: Euskadi Irratiaren sorrera, 1982ko azaroan; ETB1 kanalaren lehenengo emanaldia, 1983ko urtarrilean; *Arrasate Press* herri-aldizkariaren lehenengo zenbakia kaleratzea, 1988ko abenduan, eta Euskaldunon Egunkaria sortzea, 1990eko abenduan.

Arrasate Press sortu zenetik hamar urte pasatu ondoren, Asier Aranguren (1999:a) identifikatzen du euskarazko herri-prentsan arrakasta izan duen eredua: astekari-hamabostekaia, dohainik, autoedizioa landutakoa, diru-laguntza publiko eta publizitateari esker finantzatzen dena, etxeetako gutunontzira banatutakoa, edukietan ia inori min egiten ez diona eta euskara batuan idatzitakoa.

Urteek aurrera egin ahala, hainbat herri eta bailaratan finkatuz joan dira bertako aldizkariak, eta, milurteko berriarekin batera, berrikuntzak etorri dira. Egitasmo sendo eta profesionalagoak sortu dira: egunkari-papera erabiltzen hasi da tabloide formatuan; maiztasunak areagotu dira; astekariak indartuz doaz; astean bitan kaleratzen diren agerkarien formula erabiltzen hasi da, eta egunerokoak agertu dira tokian tokiko prentsaren eskutik (Aiestaran, 2004). Halaber, 2003an, Euskarazko Komunikazio Taldea SAk *Euskaldunon Egunkaria*k 2001ean hasitako bideari eutsi zion eskualdeetako egunkariak kaleratuz, euskara-elkarteekin, herri-aldizkariekin eta gizarte-eragileekin elkarlanean (Larrarte, 2003:40).

1. Herri-aldizkarien garapena

Euskal Herriko prentsaren barruan, euskarazko prentsak, oraindik ere, bazterreko lekua du. Gaur egun, euskaldunok badugu euskarazko informazioa nondik jaso, baina, oraindik, gehiagotan jotzen dugu erdarazko hedabideetara, Horiek gehiago direlako eta tradizionalki ohituago gaudelako erdaraz irakurtzen euskaraz baino (Camacho, 2003, b). Horregatik, euskarazko prentsaren eragina oso txikia da gizartearen arlo gehienetan, erdarazko komunikabideen aldean.



Iturria: EGM.

Hala ere, gaur eguneko euskarazko aldizkarien garapena inoiz izan den zabalena da eta, horien artean, herri-aldizkariek izan dute hazkunderik handiena. Gero eta ugariagoak dira herri-prentsaren aldeko apustua egin duten herriak. Horren lekuko dira azken urteotan sortzen ari diren herri-aldizkariak. 1980ko hamarkadaren azken aldera, euskarazko herri-aldizkariak sortzen hasi zirenetik hona, aldizkarien kopurua eta tirada biziki ugaldu da.

Hainbat aldizkari astero banatzen dira. Beste askok hamabostean behin egiten dute beren irakurleekiko hitzordua. Eta ez dira gutxi

hilabetekariak. Hazkunde kuantitatibo hori euskararen normalizazioaren plangintzei esker gertatu da (Camacho, 2003, b).

Izan ere, 1997. urtearen amaieran argitaratu ziren datuen arabera, EAEn eta Nafarroan, euskarazko eremu urriko prentsan, «zortzi astekari (33.500 ale), zazpi hamaboskari (24.000 ale), 23 hilabetekari (53.000 ale) eta, orotara, 350.000 irakurle baino gehiago» (Muniozguren, 1997) aurkitu daitezke. Gainera, maiztasun handiagoko beste 14 aldizkari daude. Guztira, 50en bat herri-aldizkari, 125.350 aleko tirada zutenak (Aranzabal, 1998). Jose Felix Diaz de Tuestaren ustez (2003), denetara, 203.030 ale argitaratzen ditu euskarazko tokiko prentsak zenbakiko, eta inoiz baino irakurle gehiago ditu, 600.000 euskaldun inguruk irakurtzen dute-eta. 58 bat toki-aldizkari argitaratzen dira gaur egun euskaraz. Euskal prentsa ez da inoiz hainbeste irakurleengana iritsi. 2004an, 68 herri-aldizkari zeuden, maiztasun desberdinekoak. 2006an, berriz, 67 herri-aldizkari zeuden Euskal Herrian. Hori dela-eta, esan daiteke herri-aldizkariek hedabideen merkatuan beren lekua aurkitu dutela.

Maiztasuna	**1991**		**1996**		**2003**		**2004**	
	Kopuru	**Ale kop.**	**Kopuru**	**Ale kop.**	**Kopuru**	**Ale kop.**	**Kopuru**	**Ale kop.**
Egunkariak	0	0	0	0	4	20.700	5	26.7(
Astekariak	4	13.500	8	35.650	12	74.530	13	74.5[illegible]
Hamaboskariak	5	17.600	6	22.500	9	40.000	8	31.1[illegible]
Hilabetekariak	11	27.300	22	52.200	23	55.550	23	57.3[illegible]
Beste batzuk	13	18.200	11	11.500	10	12.250	19	22.5(
Guztira	33	76.600	50	121.850	58	203.030	68	212.2

Iturria: 1991ko, 1996ko eta 2003ko datuak, Jose Felix Diaz de Tuesta (2003). 2004koak, Aiestaran (2004).

Beste datu bat gehitzen du Asier Arangurenek (1999:a): 100 bat langile soldatapean.

Diaz de Tuestak (1995; Txema Ramitez de la Piscina, 1998) herri-aldizkarien loraldia ahalbidetu duten faktoreak bereizten ditu:

-Erakunde publikoen laguntza. Herri-aldizkariek, eta batez ere euskarazkoek, erakunde publikoen babesa izan dute hasiera-hasieratik, bai diru-laguntzen aldetik, baita azpiegitura teknikoaren aldetik ere; ez, ordea, berek nahi luketen adinakoa. Egia da erakunde publikoek duten diru-laguntzen sistema asko kritikatu dela azken urteotan.

Nolanahi ere, gaur egun, erakunde publikoen laguntzek atal handia betetzen dute aldizkari horien diru-sarreretan.

-Teknologia berrien eragina. Autoedizioa sortu izanak, lehenengo, eta informazioaren gizartea deritzon fenomenoak, gero, erraztu egin dute herri-aldizkarien ibilbidea. Argitalpenen edizioa merkatu eta teknologia berriek erraztu egin dute, eta herri-komunikabide handi eta txikien arteko aldea murriztu. Teknologia berriek informazio lokalaren hazkundea bera ere erraztu egin dute; hau da, globalizazioak lokalizazioa areagotu du.

-Euskara batuaren sendotze-prozesua. Prozesu hori lagungarria izan da duda-mudak guztiak argituz joan direlako. Neurri horretan, gero eta talde gehiago animatu dira beren produktuak argitaratzera.

-Herriko informazioak euskaraz emateko zuen beharra. Herri-aldizkariek tokian tokiko informazioa luze eta zabal ematen dute eta, gainera, euskaraz. Komunikabide handiek ezin dute ase errealitate hori.

-Kazetari euskaldunen agertze masiboa. 80ko hamarkadaren bigarren zatian agertzen hasi ziren lehenengo kazetari euskaldunak. Beren xede nagusia garbi zegoen: euskarazko prentsa.

-Banaketa-sistema erraza. Herri-aldizkari gehienak harpidetza bidez banatzen dira, herritarren postontziraino.

Garbi geratzen da euskarazko herri-aldizkariak ugarituz joan direla, ez molde bakarrekoak gainera. Adibidez, 1999ko azaroan, Azpeitian, *Uztarria* herri-aldizkari sortu zen eta, 2002ko urtarrilean, *uztarria.com* webgunea.

Nahiz herrialde guztietan ez izan indar berdina, errealitate zabaldua dela esan dezakegu. Hedapena ez da homogeneoa izan: herrialde euskaldunetan zonalde erdaldunetan baino askoz ugariagoak dira. Hau da, euskarazko tokiko prentsaren hedapena lurralde euskaldunetan gertatu da batik bat, euskara oraindik indartsu dagoen herrialdeetan. Zabalkunde handiena Gipuzkoan dutela garbi nabaritzen da. Gipuzkoa dago ondoen hornituta eta Bizkaiko atzerakada nabaritzen da, batez ere euskaldunen kopurua Gipuzkoan baino handixeagoa dela kontuan izanez gero. Beste herrialdeetan, eskasia handia dagoela esan daiteke.

Eta batez ere, hiriburuetako egoeran agertzen den eskasia azpimarratu behar da, biltzen duten euskaldun kopuru handia kontuan izanik.

Oro har, Euskal Herriko eremuan euskaraz idatzitako prentsaren zabalkundea gaztelaniaz idatzitakoaren zabalkundearekin alderatuz gero, ia larrugorritan dagoela ikusten da. Arduragarria da benetan.

Herrialde batetik besterako aldeak ikusirik, baten batek pentsa dezake gizarte zibilaren ahultasunaren ondorioa izan daitekeela. Joxemari Muxikaren ustez, batez ere, politikarien jokabidearen ondorioa da. «Bizkaiko Foru Aldundiak herri-aldizkarietako ez du apenas dirulaguntzarik ematen. Ez, behinik behin, Gipuzkoako Foru Aldundiak edo Nafarroako Gobernuak euskal hiztun bakoitzeko aurreikusten duten kopuruekin alderatzeko proportziotan» (Muxika, 1999).

«Edozelan ere, ezin da ukatu euskarazko tokian tokiko prentsaren fenomenoaren garrantzia, ugaltzeaz gain, existitze soiletik kalitateko prentsa bihurtzera pasatu baita» (Camacho, 2003, a: 69).

Gertutasuna izan daiteke arrakasta horren arrazoi nagusia. Arrakastaren oinarria informazio lokalaren garrantzia izan daiteke, gustuko baitugu auzokoari zer gertatzen zaion irakurtzea. Globalizazioaren aro honetan, sekulako garrantzia du lokalismoak. Herritarrek gero eta estimu handiagoa diete gertuko albisteei. Herri-aldizkariei sinesgarritasun handiagoa ematen diete herritarrek berek, albisteak gertuko zaizkielako, eta, horri esker, azken batean, informazio hori interesgarriagoa izan daiteke haientzat ere. «Hurbileko informazioan dabilenak badaki hurbiltasunak biderkatu egiten duela albiste baten garrantzia (Irizar, 2002). Eta adibide bat jartzen du Mikel Irizarrek: Herrietan, istripuz hildako batek jakin-min handiagoa sortzen du munduko beste puntan hildako mila lagunek baino.

1.1. Herrialdeen arteko aldeak

Herri- edo eskualde-aldizkarien banaketan, alde handiak agertzen zaizkigu herrialde batetik bestera. Zabalkunde handiena Gipuzkoan dutela garbi nabaritzen da: han eginak eta zabalduak dira herri-aldizkariak.

Zabalkundeari begiratzen zainean ikus daitekeenez, Gipuzkoa dago ondoen hornitua eta Bizkaiko atzerakada nabaritzen da, batez ere euskaldunen kopurua Gipuzkoan baino handixeagoa dela kontuan izanez gero. Beste herrialdeetan, eskasia handia dago. Eta batez ere azpimarratu behar da hiriburuetako egoeran agertzen den eskasia, biltzen duten euskaldun kopuru handia kontuan izanik.

Lehen esan dugun bezala, herrialde batetik bestera alde nabariak daude. Batez ere, Bizkaiko eskasia azpimarratuko genuke. Araba Bizkaiaren antzera dago eta, Nafarroan, Bizkaian baino gehiago zabaltzen dira. Ez da orekatua. Baina, oro har, Hego Euskal Herriko eremuan euskaraz idatzitako prentsaren zabalkundea gaztelaniaz idatzitakoaren zabalkundearekin alderatuz gero, ia larrugorritan dagoela ikusten da. Gaztelaniazko kopuruetara iristeko, euskarazko prentsaren zabalkundea biderkatu egin behar litzake.

2. Euskarazko herri-aldizkarien ezaugarriak

Jose Felix Diaz de Tuestak (2003) azaltzen duenez, oso apustu garbia egin zuen *Arrasate Press*ek hasiera-hasieratik: bere zabalkunde-eremuan merkatuko liderra izatea, hau da, beste edozein egunkari edo aldizkari baino irakurle gehiagorengana iristea. Eta, horretarako erabili zuen errezetako osagarri nagusia, bertakoaren berri ematea, Arrasaten Arrasateren berri ematea, alegia. Gainontzeko osagarriak ere oso arruntak ziren: batetik, produktua eskatzen zuten herritar guztiei doan banatzea, hartarako harpidetza-sistema erabiliz eta aldizkaria etxez etxe banatuz; bestetik, aldizkarian publizitateari lekua ematea, aldizkaria finantzatzeko.

Diaz de Tuestak (1995) herri-aldizkariek dituzten hiru ezaugarri bereizten ditu:

1. Doakoak izatea. Doan banatzen dira, eta herritar askorengana iristeko aukera ematen dute. Irakurle-eremua handia izanik, publizitatea eta erakunde publikoen diru-laguntzak ere errazago etor daitezke. Kasu gehienetan, doakotasunaren formula hori nahitaez ezarri behar da, ez arduradunek beren interesetarako egokitzat jotzen dutelako, baizik eta irakurleek beraren truke ez dutelako ordainduko uste dutelako (Cantalapiedra, 1996). 90eko hamarkadaren amaieran, herri-aldizkari batzuk aleko zerbait kobratzea

pentsatu zuten. Beste batzuek, berriz, publizitate bidezko sarrerak gehitze aldera bideratu zituzten beren ahaleginak.

2. Finantziazio-sistema berezia. Herri-aldizkarien diru-iturri nagusiak aipatu dira: erakunde publikoen diru-laguntzak eta publizitatea.

3. Herrigintzan oinarrituta egotea. Haien sorburua euskara-taldeetan dago. Horrek eman zien bizitasuna eta herrigintzan aritzeko behar den kemena eta indarra. Gainera, hori abiapuntu ireki eta zabaletatik bideratu da, alderdikerietan sartu gabe.

Txema Ramirez de la Piscinak (1998), berriz, herriko informazioak ezaugarritzen dituzten hiru berezitasun aipatzen ditu:

-Berriemaileen eta informazio-iturrien arteko hurbiltasuna. Berriemaileak egunero ikusi eta hitz egiten du bere informazio-iturriekin, etengabeko harremana du. Haren ustez, informazio-iturriekin ahalik eta ondoen konpontzea urrezko araua da kazetagintzan.

-Idazgelatik kanpoko lanak duen nagusitasuna. Berriemaileak denbora asko emango du idazgelatik kanpo. Denbora gutxi emango du teletipoen aurrean, albiste-agentzietako berriak jorratuz.

-Informazio-iturri ofizialek duten nagusitasuna. Azken urteotan, informazio lokala oso burokratizatuta eta instituzionalizatuta dago; nonahi aurkitzen ditugu komunikazio-kabineteak (udaletxeetan, Udaltzaingoan...). Eta horrek informazio-iturrien protagonismoa gero eta handiagoa izatea dakar. Horregatik, herriko informatzaileak zorroztu egin behar ditu bere irizpide profesionalak.

Camachok (2003, a) beste ezaugarri batzuk aipatzen ditu:

-Herri-aldizkarien ezaugarririk nabarmenena tokian tokiko albisteetan oinarrituta egotea da: gertutasuna. Hain zuzen ere, eguneroko prentsan aukera urria duten gai, pertsonaia, kolektiboei… plazaratzeko aukera ematen zaie. Era horretan, herri-bizitzan protagonismo mugatua duten hainbat jarduera eta lagun dagokien lekuan jartzen dira, azken batean, beraz, informazioa horizontalago eta sozialago egiten dihardute herri-aldizkariek.

-Doakotasuna

-Hizkuntzari dagokionez, prentsa lokalean euskararen presentzia nabarmena da eta azken urteotan sortu diren agerkari gehien-gehienak euskara hutsean idatzita daude. Badira elebidunak diren aldizkari batzuk (euskara eta erdara) eta badira beste batzuk erdaraz bakarrik idatzitakoak (baina azken horiek gutxiengoak dira).

-Herri-aldizkari gehienak irabazi-asmorik ez duten euskara-elkarteek sortuak dira

-Administrazioaren inplikazioa ere izan ohi da, batez ere dirulaguntzak emateko.

-Erraz eta arinak irakurtzekoak izan ohi dira, «helburua aldizkari herrikoi, sinple, zabal eta irakurterraza egitea baita, eta ez betiko euskaltzale militante edo kulturzale minoritarioentzat» (Agirreazaldegi, 1993: 10).

-Interes orokorreko informazioa lantzen da prentsa mota horretan; gai guztiak jorratzen dituzte.

-Euskarazko publizitatedunak izaten dira. «Prentsa lokalak inoiz publizitaterik egin ez duten merkatariak jarri ditu publizitatea egiten» (Elkoroberezibar, 1992: 16).

-Maiztasunari dagokionez, euskarazko prentsa lokalean, orain dela gutxi arte, ez zegoen egunkaririk. Hori aldatu egin da eta jadanik badaude egunero kaleratzen diren egunkari euskaldunak. Hala ere, Euskal Herrian, gehienak astekariak, hamaboskariak eta hilabetekariak dira.

-Euskaldun peto-petoentzat zein euskara ikasten ari direnentzat eginak izaten dira. Hala ere, erdaldun asko ere hurbiltzen dira aldizkarietara, gainetik begiratzeko baino ez bada ere.

-Independentzia politikoa eta ideologikoa mantentzen dituzte, herri osora heldu nahi baldin badute.

-Geografikoki oso kontzentraturik agertzen dira herri-aldizkariak.

3. Herri-aldizkarien funtzioak

Euskarazko herri-aldizkariek oso funtzio garrantzitsua bete dute orain arte, baina ez dira gai izan eguneroko herri-informazioa jorratzeko eta hutsune hori betetzeko. Gaztelaniazko prentsa da eguneroko herri-informazioaren jaun eta jabe, eta, atal hori ondo jorratzen dutenez, irakurleak bereganatu egiten dituzte.

Herri-aldizkariek, hedabide guztietarako ezar daitezkeen funtzioez gain –informatzea, zerbitzu bat ematea eta entretenitzea–, beste batzuk ere betetzen dituzte (Agirreazaldegi, 1993):

-Giza harremanen bultzatzaileak dira. Inportantea da harreman pertsonalak lantzea. Komunitatearen kohesioa bizkortzen eta indarberritzen laguntzen dute herri-aldizkariek. Ematen duten informazioaren hurbiltasuna dela-eta, elkarren arteko harremanak bultzatzeko tresna aproposa da herriko prentsa (Camacho, 2003, a). Informazio horrek herritar xumeari egunero gogoratzen dio komunitate zehatz bateko partaide dela (Ramirez de la Piscina, 1998). Aldizkari bat zenbat eta hurbilago egon herritarrengandik, hainbat hobeto. Hurbiltasun horrek abantaila ikaragarriak ditu.

-Kultura-eragile eta hedatzaileak. Euskara eta kultura bultzatu eta zabaltzearen ondorioz, herriaren nortasuna indartzen dute.

-Publizitatearen eragileak. Herriko merkataritza-etxeei publizitatea egiteko aukera ematen die eta herritarrengana iristeko aukera paregabea da.

-Aldizkari herrikoi, sinple, zabal eta irakurterraza egitea. Herritar guztiontzat eginda dauden aldizkariak dira eta, horregatik, irakurketa erraztu behar da, guztiek dena ondo uler dezaten. Helburua ez da betiko euskaltzaleek irakurtzea, baizik eta sekula euskaraz irakurri ez duen jendearentzat produktu on eta erakargarri bat egitea. Azken finean, jendeak irakurtzea lortu behar dugu.

-Iritzi desberdinek lekua izan behar dute.

Hortaz, herri-aldizkariek beste funtzio batzuk betetzen dituzte.

- Euskararen normalkuntzan lagungarri izatea. Hedabide handietan euskarak oso presentzia urria izanik, prentsa lokalaren esparrua aproposena da euskara garatzeko eta normalizazioaren bidean jartzeko.

-Azken horrekin batera, euskaraz irakurtzeko zaletasuna lortzea izan daiteke beste helburu bat.

4. Herri-aldizkarien elkartea

4.1. Goiena

Goiena 2000. urtean sortu zuten Debagoieneko euskara-elkarteek ibarreko euskarazko komunikabideak indartu eta garatzeko asmoz. Elkarteek kooperatiba bat bultzatu zuten han eskualdeko udalak eta Goienako langileak integratzeko asmotan.

Zazpi urte hauetan, prentsan, garrantzizko garapena erdietsi du haren produktuak, astean bi egunez kaleratuta. Telebistan, eskualde osora zabaldu da eta seinalea zuntz optikoz hedatzea ere lortu du. Goiena.net eskualdeko ataria sareratu du eta Sustatu.com-en arlo editoriala zuzendu. Aurreko guztiez gain, Arrasateko Udalarena den Arrasate Irratia kudeatzen du.

Prentsa-arloa da Goiena multimedia egitasmoaren adar oparo eta eraginkorrenetakoa. Oparoa, ekoizpenari dagokionez baita lan-taldeari dagokionez ere. Izan ere, Goienako prentsa-arloak 120 orrialde sortu eta 24.000 ale banatzen ditu astero[3], ostiraletan (19.000 ale) eta astelehenetan (5.000). Bestalde, 25 lagunek dihardute modu batera edo bestera Goienako prentsa-taldean lanean, kazetariak, maketagile zein diseinugileak, argazkilariak, zuzentzaileak eta saltzaileak kontuan izanda. Banatzaileak kanpoan utzita, horiek 80 inguru dira-eta.

Goiena Telebista 2000ko maiatzean hasi zen lanean, Arrasate Telebistaren eta Atxabalta Telebistaren eskarmentua eta baliabideak aprobetxatuz. Gaur egun, bederatzi herritara zabaltzen da[4].

Arrasate Irratia da gaur egun Goienak kudeatzen duen irrati bakarra. 1994ko azaroaren 2an hasi zen igortzen. Legez, udalek dute herrietako irratietarako lizentziak eskuratzeko ahalmena, eta, hasiera baten, Arrasateko Udalaren kudeaketaz ekin zion bideari irratiak. Hala ere, 2000ko udazkena ezkero, Arrasate Komunikabideak elkarteak izan

[3] 2004ko datuak dira.

[4] Arrasatera, Aretxabaletara, Aramaiora, Antzuolara, Bergarara, Elgetara, Oñatira, Gatzagara eta Eskoriatzara, hain zuzen ere.

zuen irratiaren gestioaren ardura, eta 2001eko martxoa ezkero, berriz ere.

Beste alde batetik, Goienan aurrerapauso handiak eman dira teknologia berrien eta Interneten arloan ere. Goiena.net-en euskararen presentzia indartu eta bultzatzeak berebiziko garrantzia du. Goiena.net 2003ko azaroan jarri zen martxan. Informazioa da webgunearen funtsa, batez ere hasieran, eta diseinua ere horretarako eginda dago. Irisgarritasuna eta erabilgarritasuna funtsa dira.

Irizarren ustez, «toki hedabideen aldetik, Goiena izan da aldi honetako esperimenturik probetxugarriena. Hedabide mordoxka bildu du egitura indartsuan; gizarte ekimenaren eta erakundeen arteko lankidetzan, urrats berriak eman ditu; teknologian, jauzi handia egin du, eta euskarri berrietan jarduteko egitasmo indartsua landu du» (Irizar, 2002).

4.2. Euskarazko Komunikazio Taldea[5]

Ezin ahatz daitezke 2003ko otsailean *Euskaldunon Egunkaria* itxi izanak euskarazko prentsan izan zituen ondorioak. *Euskaldunon Egunkaria* itxi ondoren, ezinbestekotzat jo zen ahalik eta azkarren euskarazko egunkari nazional bat argitaratzeari ekitea. Horrek eragin zuen Euskarazko Komunikazio Taldea SA sortzea.

Itxieraren ostean, Euskarazko Komunikazio Taldea SAk eskualdeetako egitasmoak sortzeko duen gaitasuna agerian utzi du eta itxieraren unea oso ondo aprobetxatzen jakin izan du bailaretako egunerokoak sortzea azkartzeko. EKT sortu zen helburu nagusi bati erantzuteko xedez: euskarazko komunikabideak sortu eta sustatzea. Instituzioek, gizarte-eragileek eta norbanakoek egindako ahaleginari esker izan zen posible proiektu komunikatibo berri hori abiatzea.

Bi mailetan, urrats sendoak egin asmo ditu EKTk:

-Komunikabide-sarea aberastea du helburu; horretarako, euskarazko komunikabide independente eta zabalak sortu ditu, eta sortuko ditu, euskaldunontzat. Abian dituen proiektuak garatzearekin batera, proiektu berriak martxan jarri behar ditu.

[5] < http://www.ektsa.net/>

-Euskararen normalizazioan urratsa sendoak egitera ere badator, eta lan egingo du euskarazko komunikabideak indartsuak izan daitezen eta gehien irakurritakoen artean egon daitezen. Euskarazko komunikabidegintza garatzen ari diren enpresak ere erakundeen arteko elkarlana sustatuz eta landuz egin behar du lan, ezinbestekoa izango baita, lehenago eta geroago, elkarrekin hainbat ekimen egitea.

2001ean *Tolosaldean Egunero* (itxieraren ostean *Tolosaldeko Hitza*) sortu zenetik 2003ra arte egunerokoak kaleratzeko saiakerak izan baziren ere, ez zen eskualdeko egunerokorik sortu. 2003an, ordea, beste bi *Hitza* sortu ziren, *Oarsoaldeko Hitza* eta *Lea-Artibai eta Mutrikuko Hitza*, eta, 2004ko otsailean, *Urola-Kostako Hitza*k argia ikusi zuen. 2004. amaieran, beste hiru proiektu izan ziren abian: *Goierriko Hitza*, *Irutxuloko Hitza* eta *Busturialdeko Hitza*.

Hala ere, garatzen dituzten proiektu guztiak kontuan izanda ere, gaur egun, behintzat, *Berria* da EKTren izarra eta lehen produktua. Egunkari nazionala delako, gero eta euskaldun gehiago ekarri behar dituelako eta, ahalik eta bideragarriago egiten den neurrian, independentzia handiagoa ekartzearekin batera, kioskoa euskaldunduz joateko sekulako akuilua litzatekeelako.

Irakurleari informazio zehatza eta gogoetarako tresnak emango dizkion Euskal Herriko egunkari nazional nagusia izatea du helburu *Berria*ren proiektuak.

2003ko maiatzean abiatu zirenetik, *Berria* lehenbailehen kaleratu eta eskualdeetako bazkideekin batera hainbat proiektu berri abiatzea izan da lehentasuna. «Lehentasuna kalean egotea izan da, azkar abiatu eta sendotasunez kaleratu kalitateko proiektuekin», dio Joan Mari Larrartek (2004, 131).

Berria eta *Hitza*k aintzat hartuz gero, 200.000 lagunek irakurtzen dute euskarazko prentsa egunero[6].

Interneten EKTk gaur egun duen garapena *Berria.info* da. Horren eskaintza ardatz hauetan oinarritzen da:

-*Berria* sarean jarri eta haren hemeroteka eskaini.

-Egunean zehar, edizio jarraitua.

[6] 2006ko datuak dira hauek.

-Irakurleak parte hartzeko zerbitzuak.

-Gune tematiko eta monografikoak gertaera eta une jakinak jasotzeko.

-Ingelesezko edizioa.

4.2.1. *Hitza* proiektuen ideia nagusiak

Hitza proiektu sendoa da gaur egun, alde askotatik hartuta (Larrarte, 2003):

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

-*Hitza*ren bidez, herritarrari tokiko informazio aberats, kalitatezko eta plurala emateko bidea egiten da. Erreferentziazko bihurtzen ari da eskualde bakoitzeko euskaldunen artean.

-Tokiko informazioa bakarrik jasotzen duen egunkaria izan arren, *Hitza* bakoitza eskualdean gehien irakurtzen den egunkaria izatea lortu nahi da, eta horretarako modua egin behar da.

-Banaketa-sistema garestia da egunero etxeraino eramatea, baina urteetan herri-aldizkarien, astekarien eta egunkariaren bidearekin euskal prentsaren zabalkundea handitu ez bada, bestelako urratsak nahitaez egin behar dira, euskal prentsa osorako irakurle-eremua zabaltzeak izan behar baitu helburua. Harpidetza bidez eta etxeraino banatzeak aukera ematen digu euskal prentsara hurbiltzeko prest dagoena identifikatzeko. Horrek erraztu egingo du euskal kultura-produktuak zuzenean emateko aukera.

4.3. Topagunea[7]

1996ko ekainaren 15ean eratu zen Euskara Elkarteen Topagunea, eta horren barruan, 1997an, Herri/eskualde-aldizkarien batzordea sortu

[7] < http://www.topagunea.org/>

zen. Batzorde berri horren sorrerak izena aldatzeko beharra azaleratu zuen. Izen berri hori Euskara Elkarte eta Herri-aldizkarien Topagunea da; herrietako euskara-elkarte eta herri-aldizkariak biltzen dituen erakundea. Euskara kulturan, aisialdian, lan-munduan eta komunikabideetan jorratzea zuen helburu nagusi.

Honako hau dugu Topagunearen eginkizuna hedabideen arloan: herri nahiz eskualdeetako euskarazko hedabideak indartzea eta ugaltzea; hau da, oraingoz hedabideetako enpresa handiek guztiz irentsi ez duten informazio-eremua euskararako hartzea, ahal den euskarri guztietan, modu horretan hurbileko informazioaren bidez ahalik eta euskaldun gehienengana iristeko. Egiteko hori, batez ere, Topagunearen barruko elkarteekin bideratzekoa da, baina beste erakunde batzuekiko elkarlana ere garrantzitsua da.

Hala ere, Topaguneak helburu nagusi hauek ditu jaio zenetik:

-Euskara-elkarte eta herri-aldizkarien mugimenduan etengabe sortzen ari ziren proiektu berrietarako harremangune finkoa sortzea.

-Antzeko gaien inguruko esperientziak eta ideiak trukatzeko topagunea izatea.

-Baliabide ekonomikoak optimizatzeko kudeaketa zentralizatua bideratzea.

-Administrazioen eta bestelako erakundeen aurrean solaskide bakar eta ordezkaria izatea.

Topaguneak hizkuntzaren eta euskalgintzaren alde egindako lanaren balioa ezin du inork ukatu, eta hainbat herritan lortutako arrakasta ere ez. Hasieratik eman zitzaion garrantzi berezia horrelako gaia kultura eta aisia bezalako alor garrantzitsuetan jorratzeari eta horrek ekarri ditu ondorio eta emaitza esanguratsuenak. Baina, dudarik gabe, Topagunea ezaguna da herri-aldizkarien alde eta oro har euskarazko komunikabideetan egindako lanari esker. Egun, Topagunean, Euskal Herriko ia herri-aldizkari gehienak biltzen dira eta, dagoeneko egindako lana sendotzeaz gain, beste hainbat esparrutan ekimen berriekin lanean jarraitzeko asmoa dute.

Datuak ere, esanguratsuak dira oso. Uneotan, 5 irratik, 2 telebistak eta 35 aldizkarik osatzen dute sail hori. Gainera, horietako batzuek Interneten ere jartzen dituzte beren edukiak eta bestelako produktu

bereziak ere kudeatzen dituzte sarean. Idatzizko prentsa da, beraz, arlorik indartsuena, pisu espezifikorik handiena duena Topagunean, egunkari bat, hamaika astekari, hamar hamaboskari, hamaika hilabetekari, bi hilean behin kaleratzen den beste aldizkari bat eta hiru hilean behin argitaratzen den beste aldizkari bat biltzen baitira hor. Guztira, aipatutako 35 kazetok 160.000 ale argitaratzen dituzte. Edonola ere, Topaguneak ahalik eta arlorik gehien biltzen dituzten egitasmoak, proiektu multimediak bultzatu gura ditu, etorkizun-joera nagusia horixe delako. «Topaguneak hedabide oro euskaraz gara dadin egiten du lan, eta, ikuspegi horretatik, halabeharrez, multimedia egitasmoak bultzatzea izan behar du jomuga» (Mendizabal, 2004: 138).

4.4. Durangaldeko Herri Komunikabideak

Durangaldean, Debagoieneko esperientzia erreferentziatzat hartuta sortu zuten Durangaldeko Herri Komunikabideak (DHK) elkartea, lau herritako euskara-elkarteen eskutik. Taldeak komunikabide hauek kudeatzen ditu: *Anboto* eskualdeko aldizkaria –2001eko azaroaren 16an kaleratu zen lehenengo aldiz–, *Anboto irratia* –2003ko azaroan hasi zen igortzen– eta webgunea –2003an martxan jarri zen, Durangaldeko berriak etengabe eguneratzeko–.

4.5. Ttipi-Ttapa fundazioa

Nafarroan herri-komunikabideen arloan dinamismorik handiena erakutsi duen taldea dugu hau, multimedia-formula jorratu baitu. Hain zuzen, *Ttipi-ttapa* izan zen herri-aldizkarien aitzindari, *Arrasate Press*ekin batera 1989an sortu baitzen. Ingurune honetan banatzen da *Ttipi-ttapa*: Bidasoa, Baztan, Malerreka, Leitzaldea eta Urdazubin. Geroago, sarean agertu zen lehendabiziko euskarazko herri-aldizkaria izan zen, 1996an webgunea atera baitzuten, eta, beste urrats bat eginez, 1998an, *Ttipi-ttapa telebista* sortu zuten.

5. Herri-aldizkarien loraldia

Nork ez du jasotzen bere etxean euskarazko herri-aldizkari bat? Gauza aski arrunta da hori, nahiz eta, Ramirez de la Piscinak (1998) gogorarazten duenez, fenomeno hori nahiko berria izan gure artean.

Arrasate Press aldizkariaren sorrera izan zen fenomeno horren abiapuntua, 1988an Arrasaten sortu zenenean. Aurretik egon ziren euskaraz sortutako beste aldizkari batzuk, baina ez zuten ezagutu gaur egun euskarazko prentsak duen indarra eta zabalkundea. Hori bai, Ramirez de la Piscinak idazten duenez (1988), «hedapen hori ez da lineala izan, ezta homogeneoa ere, eskualde eta herrialde euskaldunetan aldizkari horien presentzia askoz handiagoa baita zonalde erdaldunetan dagoena baino».

Kasu gehienetan, aldizkari mota horiek euskara-taldeetan izan dute oinarri. Hau da, euskararen inguruko kezkari erantzun sendo bat emateko, euskara-taldeak sortu ziren herrietan eta geroago etorri zen euskarazko aldizkarien agerpena. Horrek erakusten digu zein garrantzitsua izan den euskarazko herri-aldizkarien fenomenoa, ez bakarrik komunikaziogintzan, baita gizartegintzan ere.

Prentsaren eremuan garatu den tokian tokiko informazioaren susperraldia ikus-entzunezko hedabideetan ere ikusten dugu; hau da, irratigintzan eta telebistagintzan, non euskararen presentzia oso nabarmena baita.

Hainbat faktorek ahalbidetu dute euskarazko herri-aldizkarien loraldi hori. Besteak beste, Diaz de Tuestak (1995) honako hauek proposatzen dizkigu:

-Erakunde publikoen laguntza, bai diru-laguntzen aldetik, baita azpiegitura teknikoaren aldetik ere. Hori bai, laguntza hori oso aldakorra da eta, azken urteotan, askotan kritikatu da erakunde publikoek duten diru-laguntzen sistema hori. Aldaketak direla-eta, zalantzan dago aldizkari askoren etorkizuna, beren diru-sarreretan erakunde publikoen laguntzek atal handia betetzen baitute.

-Teknologia berrien eragina, horiek erraztu egin baitute herri-aldizkarien ibilbidea. Teknologia berriek merkatu egiten dute argitalpenen edizioa, hedabide handi eta txikien arteko aldea murriztu egin arte.

Bestalde, azken urteotan sortu den globalizazioak informazio lokalaren hazkundea bera ere erraztu du; hau da, mundializazioak lokalizazioa areagotu du, eta fenomeno guztiz osagarriak dira.

-Euskara batuaren sendotze-prozesua, lagungarri gertatu zaiolako euskarazko herri-aldizkarien fenomeno horri, «duda-mudak argituz joan diren neurrian, gero eta talde gehiago animatu baitira beren produktuak argitaratzera» (Ramirez de la Piscina, 1998: 234).

-Herriko informazioak euskaraz emateko zuen beharra. Herri-aldizkariek tokian tokiko informazioa ematen dute eta, gainera, euskaraz. Horretan ezin da ukatu hedabide erraldoiek garatu gabe duten espazio bat betetzen dutenik.

-Kazetari euskaldunen sortze masiboa. Gehientsuenek argi zuten: euskarazko prentsa. Eta horren adierazle dira herri-aldizkari askotako idazgelak.

-Banaketa-sistema erraza. Gehienak harpidetza bidez banatzen dira, eta herritarren postontziraino zuzen-zuzenean heldu.

Kontuan hartzekoa da Camachok esandakoa. Haren ustez, bi garai desberdin ikus daitezke tokian tokiko aldizkarien arloan 90eko hamarkadan. Hasierako urteetan, euskarazko herri-aldizkari gehienak jaio ziren. Hazkunde kuantitatiboa izan zela esan daiteke. Aitzitik, 1995. urtetik aurrera, tokian tokiko prentsaren hazkunde kualitatiboa gertatu zen. Izan ere, aldizkariek kalitatea hobetzeko ahalegin bereziak egin zituzten: diseinu erakargarriagoa, edukiak aniztu, idazkera gehiago zaindu, irakurleen partaidetza sustatu… Hori dela-eta, denbora pasatu ahala, aldizkariek beste funtzio batzuk hartu dituzte beren gain.

Uztarria Azpeitiko herri-aldizkariaren ustez[8], hauek dira, labur-labur azalduta, kalitatearen urrats hori emateko zenbait zutabe:

-Edukia. Aldizkari batek egunerokotasunean oinarrituta egon behar du; gaiak aukeratzean, selektiboa izan behar du; gai propio gehiago landu behar ditu, eta produktuari nortasuna emango dioten atal txikiak sartu.

[8] <http://www.euskonews.com/0157zbk/gaia15712eu.html>

-Diseinua. Herri-aldizkariak gero eta apainagoa, erakargarriagoa izan behar du. Edukia da garrantzitsuena, baina edukia edertzea oso garrantzitsua da.

-Kazetarien trebakuntza. Aldizkariko kazetariak langile militantea izan behar du. Ezaugarri hori duen kazetaria lortu ostean, kazetariak etengabeko trebakuntzan jardun behar du: maketazioan, argazkigintzan, euskaran, idazkeran… Aldizkariaren produkzio osoa inola ere kazetariaren esku utzi gabe, hein handi batean, kazetariak hasi eta bukatuko du aldizkaria bera, eta, ondorioz, kazetaritzako atal guztiak dominatu egin beharko ditu.

-Iritzia eta zerbitzua. Herri-aldizkariak izan behar du herriko erreferentziazko produktua, eta, bide horretan, garrantzitsua da iritziaren atala eta zerbitzuarena ondo eta zabal lantzea, merezi duten hedadura emanez.

6. Herri-aldizkarien etorkizuna

Gaur egungo egoera ez da orain hamasei urtekoa. Euskarazko eta tokiko prentsan dagoen konpetentzia handiagoa da. Hasierako batean, herri-informazioa euskaraz ematea zen helburua, batik bat, baina iritsi da garaia herri-informazioa, euskaraz ez ezik, kalitatez emateko ere. Eta hor salaketa bat egin behar dugu: euskarazko herri-aldizkariak atzean geratzen ari dira, kalitate aldetik gutxi aurreratu delako, oro har.

Gaur egun, erronkarik handiena da kalitatea hobetzea eta herritarrei behar dutena ematea: informazioa, entretenimendua eta zerbitzua (Camacho, 2003, b).

Hortaz, hausnarketa egin behar da, eta ohartu beharra dago gaur egungo egoera eta orain dela hamar-hamabost urtekoa desberdinak direla. Alde batetik, gaur egun euskarazko egitasmoak ezin dira hartzaileen euskararekiko militantzian soilik oinarritu, hori beheraka baitoa. Eta bestetik, nahiz eta herritarrek gertuko albisteei garrantzia handia eman, herri-aldizkariak ezin dira lo gelditu, kontuan hartu behar delako erdarazko prentsa hasi dela informazio lokalaren esparruan sartzen.

Horrenbestez, irakurle kopurua eta merkatua murrizteko arriskua areagotzen ari da, eta, beraz, euskarazko herri-aldizkarien eraginkortasuna txikitzeko arriskua ere bai.

Euskarazko herri-aldizkariek –baita toki hedabideek ere– estrategia bateratua behar dute, ahalik eta arinen, lehen loraldian irabazitakoa gaur egun galtzeko arriskuan daudelako. Mikel Irizarren ustez, estrategia horrek honako puntu hauek behintzat izan behar ditu (2002):

-Egungoa indartu. Euskarazko toki-hedabide bakoitza txikia eta ahula izanik, elkar hartu beharrean daude, eta eskualdea izan daiteke kasu gehienetan eremu egokia, enpresa moldean antolatuz eta autofinantziazioan gora eginez. Eskualdeka biltzea da biderik logikoena eta merkeena. Inbertsio berririk egin gabe edo lan-taldea handitu gabe ere, eskualdeko taldeak indar handiagoa du herrikako hedabide bakanek baino (Irizar, 2002).

-Indar guztiak norabide berean jarriz. Aurrekoarekin lotuta, guztiontzako erreferentzia izango den plan bat behar da.

-Erakundeekin lankidetza finkatu. Lotu egin behar dute erakundeekiko harremana, lankidetza adostuz.

Idoia Camachok (2203, b), berriz, urriko prentsa sustatzeko, honako puntu hauek landu behar direla proposatzen du:

-Hedapena. Herri-aldizkarien zabalkundea euskarazko prentsaren barruan handia bada ere, oraindik ere, irakurleria murriztuarengana heltzen dira, gaztelaniazko hedabideen aldean.

-Zerbitzu-informazioa. Tokian tokiko eremuan, irakurlearentzat erabilgarria den guztia indartu behar da. Herritarren nahiak eta interesak kontuan hartu behar dira eta ez bakarrik gertakizunak eta albisteak hedatu.

-Azpiegitura eta enpresa-ikuspegi ahulak. Aldizkari gehienak irabazteko asmorik gabeko euskara-elkarteek sortu zituzten. Azpiegituraren zein langileriaren aldetik, aldizkarien idazgeletan, baldintzak kaskarrak ziren oro har, baliabide gutxi zituztelako eta borondate hutsez lan egiten zuten pertsona asko zeudelako. Denbora pasatu ahala, herri-aldizkari asko gero eta komunikabide sendoagoak eta profesionalagoak izatera pasatu ziren, enpresa-egitura hartuz, goi-

mailako teknologia erabiliz, langileria zabalago eta espezializatuagoa kontratatuz eta aurrekontu altuagoak izanik. Hala ere, urte askotan zehar, enpresa-ikuspegia ahula izan da oraindik, aldizkari asko eta asko diru-laguntzei esker bizi izan direlako. Herri-aldizkariak enpresa multimedia modernoetan biltzen hasi dira, eremu urriko komunikazioaren esparru guztiak profesionaltasunez lantzeko asmoz. Eta bide horretatik jarraitu behar dute.

Etorkizunean, aldizkarien erronka izan behar du herritarren eta aldizkarien arteko harremana orain artekoa bezain ona izateak. Eta horretarako, aldizkaria bera ondo zaindu behar da:

-Hurbileko gaiak. Herritarren eguneroko bizitzan pil-pilean dauden gaiak jorratu behar dira.

-Askotarikoa. Iritzi, jarrera eta izaera desberdineko herritar eta erakundeentzako lekua izan behar dute herri-aldizkariek.

-Aldizkari erakargarria. Gaiak bezainbeste zaindu behar da diseinua. Eta aldizkari erakargarriak izaten jarraitu behar dute. Gaiak era arin eta ulergarrian idatzi behar dira; diseinuak argia eta apala izan behar du.

Euskarazko herri-aldizkariek jorratu behar dute eguneroko herri informazioa? Zerbait egin behar dute esparru horretan? Beren eremua al da hori? Ereduak egon badaude: Tolosaldean *Galtzaundi* aldizkariaren eta *Euskaldunon Egunkaria*ren artean *Tolosaldean Egunero* egunkaria: euskarazkoa, egunerokoa –astelehenetan izan ezik–, zortzi orrialdekoa, doanekoa, «zabala», «parte-hartzea sustatzen duena», «berria eta berritzailea», «praktikoa»…

7. Bibliografia

Aiestaran, Alazne (2004). «Euskarazko prentsa elkarlanerako estrategien bila». In *Uztaro*, 49. zk., 45-57.

Agirreazaldegi, A. (1993). «Euskarazko herri aldizkari bat zure herrirako». In *Herri komunikabideei buruzko II. Jardunaldiak*, ARKO, Arrasate.

Aranguren, Asier (1999:a). «Gutxi baina onenak». In *Euskonews & Media*, 26. zk. < http://www.euskonews.com/0026zbk/portada.html>.

Aranguren, Asier (1999:b). *Euskarazko komunikabide lokalak Euskal Herrian*. Bilbo: UPV/EHU.

Aranzabal, J. (1998). «Euskarazko herri prentsaren bilakaera». In *Euskonews & Media*, 8. zk. < http://www.euskonews.com/0008zbk/frmedia.htm>.

Camacho Markina, Idoia (2003: a). «Euskarazko herri-aldizkarien funtzioak hirugarren milurtekoaren atarian». In *Uztaro*, 43. zk., 67-85.

Camacho Markina, Idota (2003: b). «Tokiko prentsa etorkizunari begira». In *Euskonews & Media*, 231. zk. < http://www.euskonews.com/0231zbk/gaia23104eu.html>.

Caminos, Jose M. (1996). *La prensa en el País Vasco*. Donostia: Orain SA.

Cantalapiedra, M.J. (1996). *La información local en los periódicos de Bizkaia*. Bilbo: UPV/EHU.

Diaz de Tuesta, Jose Felix (1995). «Komunikabideen ekarpena hizkuntza-normalizazioan». In *Euskara biziberritzeko saioak*, XIV. Uda ikastaroak, Arrasate.

Diaz de Tuesta, Jose Felix (1998). «Kalitatea, euskarazko herri komunikabideen erronka». In *Euskonews & Media*, 12. zk. < http://www.euskonews.com/0012zbk/frgaia.htm>.

Diaz de Tuesta, Jose Felix (2003). «Tokiko prentsaren errezeta». In *Euskonews & Media*, 231. zk. <http://www.euskonews.com/0231zbk/gaia23101eu.html>.

Diaz Noci, Javier (1995). *Euskal prentsaren sorrera eta garapena (1834-1839)*. Donostia: Eusko Ikaskuntza.

Elkoroberezibar, M.A. (1992). «Prentsa lokala Euskal Herrian». In *Jakin*, 69, zk., 11-37.

Irizar, Mikel (2002). «Euskarazko toki hedabideak eta informazio gizartea», *Euskonews & Media*, 157. zk. < http://www.euskonews.com/0157zbk/portada.html>.

Larrarte, J.M. (2003). «Eguneroko prentsa, *Tokiko Hedabideak etorkizunari begira. III. Jardunaldiak*, Topagunea Euskara Elkarteen Federazioa, Abadiño.

Larrarte, J.M. (2004). «Euskarazko Komunikazio Taldea (EKT): Etorkizuneko komunikazio taldearen oinarri sendoa». <http://www.argia.com/kazetaritza2004/joanmarilarrarte.pdf>.

Macia Mercade, J. (1995). *La Comunicación regional y local*. Madrid: Editorial Ciencia 3 Distribución, S.A.

Mendizabal, Jasone (2004). «Tokian tokiko prentsa eta informazioaren gizartea». <http://www.argia.com/kazetaritza2004/joanmarilarrarte.pdf>.

Muniozguren, F. (1997). «Eremu urriko euskal prentsaren bideetan barrena», *Jakin*, 103. zk., 73-79.

Muxika, Josemari (1999). «Herri aldizkariak zertan diren», *Euskonews & Media*, 26. zk. < http://www.euskonews.com/0026zbk/portada.html>.

Muxika, Josemari (2002). «Euskaraz idatzitako aldizkarien errolda: 1960-1999», *Medatika*, 9. zk.

Ortega, Hektor (2002). «Bilbo eta herri aldizkari euskaldunak: Berton eta Prest!», *Euskonews*, 157. zk. < http://www.euskonews.com/0157zbk/portada.html>.

Ortega, Hektor (2003). «Hiriburuetako herri aldizkariak zertan diren» *Euskonews*, 231. zk. < http://www.euskonews.com/0231zbk/gaia23104eu.html>.

Ortega, Hektor (2005). «Tokian tokiko aldizkariak Bilbon», *Bidebarrieta*, 16. zk., 331-338.

Otamendi, M., eta Uria, I. (1995). «Euskal prentsak ez du inoiz maila hau izan», *Euskaldunon Egunkaria*ren Urtekaria.

Ramirez de la Piscina, T. (1998). *Kazetari-l@na Euskal Herrian. Interpretaziorako eta espezializaziorako abiaburuak.* Bilbo: Udako Euskal Unibertsitatea.

Zuberogoitia, Aitor (2003). *Euskararen presentzia gaur egungo prentsa elebidun abertzalean*, Leioa, Euskal Herriko Unibertsitatea.

5. gaia. Egunerokoa ez den euskarazko prentsa

1. Berripaperak

«Berripaper» hitzarekin, kazetaritzan nahikoa zaharra den forma adierazi nahi da: *newsletter*, hau da, gai zehatz bati buruzko informazioa jakitera ematen duen buletin txikia, orrialde gutxikoa, normalean postaz edo harpidetzaz interesatuei bidaltzen zaiena. Berripapera izenak dioen bezala, orri informatibo bat baino ez da, baina aprobetxatu nahi izan dute, halaber, jendeari beste hainbat berri ere zabaltzeko. Informatzea eta ekintza jakin baten jarduna jendearengana hurbiltzea du helburu.

Inguru anglosaxoian oso hedatua dago komunikabide hori eta Euskal Herrian ere erabili izan da XX. mendeko azken hamarkadatik aurrera[1]. Gure artean ere izan dira izaera eta nortasun desberdineko berripaperak. Bazegoen aurrekaririk, adibidez, Arrasateko Eskola Politeknikoan Juanito Leibarrek makinaz egin, eskanerrez baliatuta, eta fotokopiaturiko *Gorabeherak*[2]. Aitzindaria, baina, tokian tokiko prentsan aitzindaria izan zen bezalaxe, Joxe Aranzabal dugu, *Arrasate Pres*seko lehen zuzendaria, alegia.

Orria prestatzeak bere denbora hartzen du eta hori maiztasunarekin lotu behar da. Izan ere, kasu batzuetan ez dute oraindik aldizkakotasuna finkatzea lortu. Lana pilatzen da eta justu antzean edo denboraz larri ibiltzen dira, edota nahi zuten bezala orririk atera ezin dira. Bestetik, hasierako formatua bera ere sinplifikatuz joan da, eta artikuluei lekua kendu.

Honako hauek dira berripaperen ezaugarri orokorrak:

-Normalean, 4, 8 edo 12 orrialdekoak dira.

---

[1] Ezagutzen diren lehen berripaperak Philip Edward Fugger konde alemanak plazaratu zituen XVI. eta XVII. mendeen artean. Europako hainbat salerosketagunetan bildutako berriak jasotzen zituzten eskuz idatzitako orriak ziren.

[2] Bi orrialdetan, hamabostean behin-edo eskolaren eta kooperatiben inguruko berri mordoa argitaratzen zituen. Albisteak, hurbil-hurbilekoak ziren. Estilo azkarra, argia eta umoretsua nahasten zituen (Aranzabal, 1998).

-Ez dute, aldizkariek bezala, azal eta atzeko azal gogorrik.

-Autoedizioz (ordenagailu bat, inprimagailu bat eta eskaner bat erabiliz) egin daitezke.

-Azkar irakurtzen dira. Erabat aproposak dira astirik ez eta informazio zehatza irakurri behar dutenentzat.

-Edozein toki eta unetan irakur daitezke.

-Gai berezi batean interesa dutenentzat eginda daude.

-Gai baten inguruko laburpena –ez-espezializatua nahitaez– izan liteke.

-Egunkariak eta aldizkariak baino askoz merkeagoak dira. Edonork egin dezake berripapera, askoz ere diru eta jende gutxiago behar baitira egiteko.

-Oso malguak dira.

1991n hasi ziren Euskal Herrian berripaperak zabaltzen: Aranzabalek berak egin zituen Eusko Jaurlaritzaren Hizkuntza Politikorako Idazkaritza Nagusiarena, euskararen inguruko berriak jakinarazten dituena (bi edizio, euskarazkoa eta gaztelaniazkoa), *Euskararen berripapera* izenburupean, eta Arrasate Komunikabideak elkartearena (*Herriko*). Gero, beste batzuk atera dira: adibidez, Euskal Herriko Unibertsitateko Euskararako Errektoreordetzak banatzen zuen *Campusa*, euskara hutsez eta euskarari buruzkoa; Ikerfolk elkartearen *Pas de Basque*; Elgoibarko Izarra elkartearena (*Izarren Hautsa*) edo Eusko Ikaskuntzarena (*Asmoz eta Jakitez*, hirueleduna: frantsesez, gaztelaniaz eta euskaraz). Euskaltzaindiak ere noizbehinka argitaratu du beste bat, adibidez 1994an Leioan egin zen Biltzarraren egunetan, ekitaldi horren berri emateko.

Joxe Aranzabalek sailkapen bat egiten du (1994): erakundeen berripaperak (aipaturiko *Euskararen berripapera, Campusa*)[3], elkarteenak (*Izarren Hautsa, Herriko, Gurean, Hizketa, EKB Berriak, Asmoz eta Jakitez*, oraingoz –1998– azkena den Andoaingo Larramendi Kultur Bazkunaren *Xudurluze, eke-berriak…*)[4], parrokia-

[3] Erakunde horiek informazio-premia dute hiritarrei edo taldekideei emateko.

[4] Gure gizartea osatzen duten era guztietako elkarteak sartzen dira: erlijiosoak, medikuntzakoak, kirolaren ingurukoak…

orriak[5], enpresen barne-informazioa dakarrenak (*Eroski, Lagun Aro Berriak*)[6].

Azken urteotan esan liteke berripaperen loraldia bizitzen ari garela, Euskal Herrian, ez ezik Estatu Batuetan, Espainian eta Europan zehar ere bai. Baina zergatik?

-Gizartearen interes-taldeak. Geroz eta gehiago, gizartea interes-taldetan ari da antolatzen. Gizarte oso garatuetan garbi ikusten den fenomenoa da hori, interes-talde bakoitzak berari doakion informazioa eskatzen baitu.

-Auto-edizioa sortzea. Ordenagailuek eta auto-ediziorako sortu diren programa informatikoek sekulako iraultza eragin dute berripaperen munduan; lehen enpresa espezializatuek baino ez zuten ahalmena, eta, orain, ia edonoren eskuetan dago. Kostuak ere ikaragarri jaitsi dira. Ulertzekoa da geroz eta jende gehiago animatzea berripaperak argitaratzera.

Hobetzeko bideak berripaperak sinplifikatu eta formatu egonkorrago bat ematetik etorri dira. Batzuk, gainera, Internetera pasatu dira, eta, merkeago izateaz aparte, paperean baino lehenago argitaratzen dira ziberespazioan: *Asmoz eta Jakitez*, adibidez. Baina elkarteen ekimen eta ekitaldien berri izateko, webguneak ez ezik, bestelako bideak erabiltzen dituzte. Horrexegatik, sortzen dituzte albisteak zabaltzeko e-posta bidezko banaketa-zerrendak. Harpidetuz gero, postontzian elkarteen inguruko oharrak eta albisteak jasotzen dituzte.

Argi dago teknologia berriek antzinako forma hori berpiztu dutela. Luistxo Fernandezek dioenez, «uste dut formatu hori Euskal Herrian sartu eta gutxira, zaharkitua egotera kondenatua egon dela. Paperezko *mailing* eta logistika garesti eta konplikatuaren aldean, komunikazio elektronikoak abantailak besterik ez du»[7].

2. Prentsa kontrakulturala edo *undergrounda*

[5] Euskal Herriko zenbait herritan, maiztasun eta iraupen aldakorrekin argitaratzen ziren. Batzuetan, herriko apaizak edo maisuak idazten zituen, euskaraz edo gaztelaniaz. Gaiak hurbil-hurbilekoak ziren (Aranzabal, 1998).

[6] Horixe da informazio gehien erabiltzen duen sektorea. Negozioetan eragina izango duen era guztietako informazioa jakin behar da.

[7] <http://eibar.org/blogak/luistxo/archive/2006/11/24/berripaperaren-gainbehera>.

Zaku handi samar horretan, hainbat gauza sartu ohi dira: fanzineak[8], prentsa musikala (rock eta bestelako musika, gazteei buruzkoa, alegia), baina baita sindikala, ezker abertzalekoa, homosexualen mugimendukoa, auzokideen aldizkariak eta talde politiko txiki batzuen aldizkariak ere. Horrela egin dute, adibidez, Carlos Egiak eta Javier Bayónek beren liburuan (1997). Hain ezberdinak diren aldizkari eta komunikabideen gainetik, badago ezaugarri komun bat: ezarritako boterearen kontrakoak edo kanpokoak izatea, hau da, eredu nagusiaren aurkakoak. Hori, jakina, nahiko zehaztugabea da; horregatik daude hain gai ezberdinei buruzko komunikabideak. Ikuspuntu ezberdina ematen duten komunikabideak sar daitezke sailkapen honetan.

Aipatutako autoreei jarraituz, honako multzo hauek ikus daitezke *kontrainformazioa*ren panoraman. Baliabide urriagoak eta hedapen murritzagoa dute horrelako komunikabideek. Ideia libertarioekin bat datoz gehienetan eta horregatik informazioan ere eredu horizontala ezartzearen aldekoak dira.

Besteak beste, honako ezaugarri hauek dituzte:

-Gehienak elebidunak izan ohi dira. Gutxi batzuek, ordea, euskara dute hizkuntza.

-Informazioa eta iritzia nahasten dituzte askotan.

-Irakurleen parte-hartzea sustatzen dute, eta horrek zenbait abantaila eta arrisku ditu.

-Gutxitan, ez dute kazetari bat bera ere lankide.

-Komunikabide merkea denez, hainbat eragilek beren informazioa zuzenean zabaltzeko erabiltzen dute.

Lehenik eta behin, fanzineak ditugu; hau da, talde musikalei buruzko, rock-estilo zehatz batzuei buruzko edo zenbait zaletasuni buruzko magazinak, askotan baliabide gutxirekin eginak[9]. Fanzineak izan ziren, irrati libreekin batera, 80ko hamarkadaren gazte aldarrikapenen bozgorailu. Hamarkada horretako fanzineek, oro har, antzeko itxura zuten: gehientsuenak zuri-beltzak ziren eta, maketazio aldetik,

[8] Ingelesezko bi hitzetatik dator *fanzine* hitza: *fan* (zalea) eta *magazine* (aldizkaria) hitzetatik.

[9] Fanzine askok lehen bizpahiru aleak argitaratzea ere ez zuten erdietsi eta beren kabuz desagertu ziren.

fotokopiatu eta grapatutako orriez eginda zeuden[10]. Orduko etika aldarrikatu nahi izaten zuten; sarri aipatu izan zen punkaren etika hori: *Do it* yourself (egin ezazu zuk zeuk). Hala ere, hori ere aldatu da ordenagailuen zabalkundeari esker; lehen fotokopiaz eta eskuz egiten zena, orain, autoedizioz egin daiteke –eta egiten da–, eta fanzine horiek itxura profesionala dute.

Fanzine gehienetan, informazioa da elementurik garrantzitsuena; haientzat, oinarrizkoena ahalik eta informazio gehien ematea da. Beste fanzine batzuek, berriz, arlo grafikoari eta argazkiei ematen diete garrantzia.

Dirua irabazteko asmorik gabeko argitalpena izatea da fanzineen beste ezaugarri garrantzitsuenetako bat.

Fanzinearen eta aldizkariaren arteko ezberdintasun nabariena merkataritza-helburua da. Aldizkari gehienak ardatz ekonomiko argia dute; fanzineen helburua, berriz, ez da diruaren hotsa. Eta independentzia ekonomiko horrek, hain zuzen, bihurtzen ditu bereziki argitalpen mota hori ordainezin.

Fanzineak, gaur egun, ohiko komunikabideek islatzen ez dituzten ikuspuntu eta jarduerak ezagutzeko ia aukera bakar bilakatu dira. Baina, arduradun batek esaten duenez, prezio bat ordaindu beharra dago. Fanzine gehienek arazo larriak topatzen dituzte aurrekontu urritasunaren eta banaketarako zailtasunaren eraginez. Fanzinea, berez, ahalik eta jende gehienaren eskuetara iristeko egiten da, baina, errealitatean, produkzio independente horiek hesi eta zailtasun anitz topatzen dituzte.

Bigarren multzoa gaztetxeen eta gazte-asanbladen inguruko aldizkariak ditugu, herri eta hiri askotako gazte ezkertiarren mugimendukoen ingurukoak. Mugimendu antimilitarista ere nabaria izan da Hego Euskal Herrian azken hamarkadetan, eta hainbat aldizkari argitaratu dira: *Ardi beltza*, *Erresistentzia*, *Matxinada*, *Sarea*, *Ekintza zuzena* eta abar.

[10] Fanzinetan jorratutako gaiak ezberdinak eta ugariak dira, eta gai horiek aurkezteko erabilitako formatuek ere merezi dute aipamenik. Grapatutako fotokopia eskasak nagusi direla uste dutenak oker dabiltza. *Fanzineroso*en irudipenaren adibide franko dago: banan-banan margoturiko azalak; tupperware baten barnean aurkezturikoak; eskuz jositako mini alkandora batez estalitakoak; artilezko hariz jositakoak, beste beste, topa ditzakegun bitxikerien artean.

Hainbat talde alternatibok ere beren aldizkariak argitaratu dituzte: langabetuen batzordeak (Gasteizko *Langabezia*, adibidez), talde feministek (*Geu Emakumeok, Lanbroa, Sorginak*), auzokoek, HIESAren inguruko taldeek, homosexualek (*Aldarte, Gay Hotsa, Xut*), unibertsitateko taldeek (*7 baietz!, Sakontzen, Izar beltza*), talde internazionalistek (*Aldarrika sarea, Amaiurko Quetzal Agiria, Herriak aske*) eta abar. Gehien gehienak elebidunak dira, eta euskara nahiko lekukotasunezkoa da. Gehien gehienak ere ezker abertzaletik gertukoak dira.

Agian, sailkapen malgu samar horretan, bestelako aldizkariak ere sartu behar genituzke: adibidez, 70eko hamarkadan *Araba Saudita* elebiduna eta *Euskadi Sioux*[11] satirikoa, eta gaur egun Ordiziako *Ostiela!*, non, beste testu kritiko batzuen artean –alde batekoak zein bestekoak–, 1997an, Matias Mujikaren euskarari buruzko libeloa agertu baitzen lehen aldiz[12]. Baita *Napartheid* ere, batez ere komiki alternatiboari eskainitako aldizkari nafar euskarazkoa[13].

---

[11] Euskal Herrian Euskal Herriari buruz barre eta txantxa egiteko asmoa zuen kultura-proiektu freskagarria zen *Euskadi Sioux* aldizkaria. 1979ko otsailean jaio zen. Satira, umorea, ironia, esperimentazioa, forma eta eredu berriak ziren haren armak. Jomugak, berriz, betiko etsaiez gain –estatua, frankismoaren jarraitzaileak, erreformazale eskuindarrak, espainolista sutsuak, eliza, kapitalista boteretsuak...–, haien ordenaren aurka borrokatzen zuten taldeak eta ereduak ere bai. Hau da, ezkerreko talde, ikur eta ideiak, eta noski, baita, abertzaletasunarenak ere. Tamalez ez zuen luzaro iraun, eta zazpi ale geroago 1979ko maiatzaren 15ean ikusi zuen azkenekoz argia, hain zuzen ere, autofinantziatzerik lortu ez zuelako.

[12] 2003an eraldaketa-prozesu bat jarri zen martxan. Haien asmoa aldizkaria zabaltzea zen. Proiektu zabalago bat egin nahi zuten, irekiagoa, parte-hartze handiagoarekin. Azken finean, kanpora begira zabalduko zen proiektu bat. *Ostiela!* lau lagunen arteko proiektu minoritario gisa gelditu zen eta, horregatik, jendeari zabaldu nahi zioten. Argi zuten aldizkariak nola jorratu behar zituen gaiak: lantzen zirenak modu zirikatzaile batez jorratu nahi zituzten, tonu kritikoa galdu gabe. Umore puntu bat ere beharrezkoa zen. Edukiez gain, formatuan zenbait aldaketa egitearen beharra azpimarratu zuten. Aldizkaria irakurleari zabaldu behar zioten, irudiari garrantzi handia emanez; itxura arintzea garrantzitsua zen, irakurleari erraztasunak ematea.

[13] Napartheid komikia Iruñeko marrazkilari gazteen talde batek sortu zuen 1988an. Gaur egun, Euskal Herriko herrialde guztietako berrogei bat marrazkilarik azaltzen dituzte beren lanak eta laurogei bat laguntzailek egiten dute lan han, denek ere musu truk.

2.1 Ekintza Zuzena

Gasteizko *Resiste* fanzinearen ondoren –hura 1985ean sortu zen-, indarrean zirauen Euskal Herriko fanzinerik zaharrenak, *Ekintza Zuzena*k. Fanzine baten gisara jaio zen Bilbon, baina, pixkanaka, aldizkari formaturako joera hartu zuen. Bilakaera horretan, ordea, fanzineen espiritu eta filosofiari eutsi zion. Fanzineen filosofia barneratzea funtsezkoa izan zen urte horietan irauteko. Filosofia horrekin, lana izan zen irauteko faktore nagusia, eta lan horretan sinestea ere. Izan ere, bere burua aldizkaritzat jotzen bazuen ere, fanzineen ezaugarriak estuki betetzen zituen, diru-usaina zuen guztia baztertzen baitu: borondatezko lanean oinarritzen zen; liberatuen filosofiaren kontra zegoen erabat; uko egiten zion diru-laguntzez baliatzeari, eta publizitatea baztertzen zuen. Jarrera hori azken muturrera eramanda, uko egiten zion tresnerian 'hipotekatzeari'.

Borroka sozialetan zebilen jendearengan eragiteko ilusioarekin sortu zen *Ekintza Zuzena*. *Aldizkari literarioa* irakur zitekeen mantxetako azpitituluan. Pentsamendu politiko askatzaile eta eraldatzailearen tradiziotik hartu zuten, baina ez zuten ideologia gisa planteatzen. Ez zuten inoren antolaketa-erreferentzia izan nahi; ez zuten inor bildu nahi ezein erakunde anarkistaren atzetik. Gizartean zabaldutako borroka ugarietan –langabezia, antimilitarismoa, ekologia, hezkuntza…– inplikaturiko gazte eta helduen artean eztabaida sortzea, ideia eraldatzaileak zabaltzea eta ikuspegi kritikoa lantzea ziren *Ekintza Zuzena*ren jardueraren ardatzak. Argi zegoen aldizkari batek ez zuela borroken isla hutsa izan behar, propaganda tresna hutsa bihurtzeko arriskua baitzegoen. Horregatik, gaiak lantzeko orduan, ikuspegi kritikotik eta sakontasunez lantzen saiatu ziren beti.

2.2. Kontrainformazioa eta Internet

Internet sortu arte, komunikabide alternatiboen berezko ezaugarria zen hedapen murritza izatea. Merkataritza-helbururik gabeko hedabide batek, eragile jakin bakar batek bultzatuta, ez zuen aukerarik eremu mugatu batetik kanpo inolako eraginik izateko (Carramiñana eta Garate, 2004).

Azken urteotan, horrelako komunikabide alternatibo asko Interneten ere agertzen dira. Gaur egun teknologia berriek hartu diete erreleboa fotokopia, grapagailu eta paperei. Sarean argitaratzeak baditu abantailak: printzipioz, antzeko hedapena izan dezakete, mundu mailakoa, eta ale kopuru mugagabea. Distribuzioan ere ez da lan handia egin behar, paperezko aldizkariak direnean, eta, informazioa jasotzeko, e-posta bide erraza da.

Gaur egun, argi eta garbi dago Internet medio komunikatibo eraginkorrenetakoa dela: komunikazio ziurra, arina eta askotarikoa bermatzen ditu. Ezaugarri horiek kolektibo eta talde alternatibook aprobetxatu beharreko medioa bihurtzen dute Internet.

Azken 5-10 urteotan, Internetekin, oso zaila bilakatu da gobernuentzat sarean mugitzen den kontrainformazioa erabat kontrolatua izatea. Gaur egun, webgune bat egitea eta Interneten jartzea zeharo erraza bihurtu da. Hori dela-eta, hedabide alternatibo gehienak Interneten topa daitezke. Iturri ofizialei aurre egiten dieten komunikabide horiek, denboraren poderioz, gero eta euskarri gehiagotan egiten dira.

Hedabide alternatibo horiek honako ezaugarriak hauek ere nabarmentzen dituzte: alde batetik, ikuspegi kritikoa mantentzen saiatzen dira eta, bestetik, pentsamendu antzekoa dutenen ideiak posta elektronikoan jasotzeari garrantzi handia ematen diote, haien artean nolabaiteko interakzioa sortzea, hain zuzen ere.

3. Haur-aldizkariak eta komikiak

3.1. Haur-aldizkariak

Komikia komunikabide nagusietako bat da haurraren bizitzan, haurraren gustukoenetakoa, eta haurrarengan eraginik handiena

duenetako bat. Bizi garen mundu honetan, irudia maila guztietan gero eta garrantzitsuagoa delarik, argi dago zein garrantzitsuak diren komikiak haurren bizitzan.

Euskaraz komikiak argitaratzeko ideia Euskal Herrian gizarte-aldaketa eta aldaketa politikoz jositako garai batean sortu zen. Aldaketa horien artean, ikastolen normalizazioa eta euskararen irakaskuntza nabarmendu ziren. Garai hartan, euskarazko testuak falta ziren, eta garai hartan sortu ziren lehendabiziko euskal argitaletxeak eta eskolarako euskarazko lehen materialak argitaratzen hasi ziren. Testuinguru horretan, euskarazko irakurzaletasuna bultzatzea ezinbestekoa zen; horretarako, euskarazko komikigintza baliatu zuten.

70eko eta 80ko hamarkadetan, lehendik zetorren *Kili-kili* haur-aldizkariari beste batzuk gehitu zitzaizkion Iparraldean eta Hegoaldean. 1966. urtean, Jose Antonio Retolazak sortu zuen *Kili-kili* aldizkaria. Hasieran, umeei euskal nortasunaren berri ematea zuen helburu. Gero, euskaraz alfabetatzea, sariak-eta erabiliz. Hasi eta lasterrera, debekatu egin zuten eta, diktadura amaitu zenean, berriro ekin zion lanari. Gaiei dagokienez, komikiak, igarkizunak, kultura-gaiak, euskal historia eta abar eskaintzen zituen.

1977an sortu zen *Ipurbeltz* haur eta gaztetxoen aldizkaria, Erein argitaletxearen eskutik, indarra hartzen ari ziren ikastolei zerbitzua emateko asmoz. Orduan ikastolen presidentea zen Aristegietak argitaldari horri proposatu zion, eta, aldi berean, marrazkilari talde bat ere bildu zuen, Antton Olariaga, Jesus Lucas, Tomas Hernandez Mendizabal eta Mikel Plazaola, besteak beste. *Ipurbeltz* aldizkariaren azkeneko zenbakia 2008ko ekainean argitaratu zen. Azkeneko ale hark ziklo bat itxi zuen; hilero-hilero argitaratzen zuten 1977az geroz, 31 urtez. Guztira, 362 ale kaleratu ziren, eta, batez beste, 8.000 ale argitaratzen ziren, azkenaldian, ostera, 1.200[14].

Ibilbide horretan zehar, hainbat euskal egilek hartu dute parte. Hiru aro izan ditu aldizkariak; lehenean, komikiak eta jolasak ziren nagusi; bigarrenean (1982. urteaz geroz), Mertxe Ezeizak eta Aitzpea Goenagak material didaktikoa egiten zuten; eta hirugarren aroan,

[14] Euskal komikigintzaren historiari erreparatuz gero, *Ipurbeltz*en ezaugarririk azpimarragarriena iraupena izan da. Faktore oso inportantea da. Horrez gain, jende askorentzat, txikitako euskarazko erreferentziazko denbora-pasa izan da.

denetariko edukiak, komikiak eta beste argitaratzen ziren. 1994an, berrikuntza bat egin zuten. Umeek ere kazetari-lana egiten zuten. Batez ere, harpidetza bidez banatzen zen, batik bat Gipuzkoan.

Ipurbeltz proiektuaren helburuetariko bat: «gure kultura berreskuratzekoan funtsezkotzat jotzen dugu ahalegin serioa egitea haur-hizkeraz, komikian, gure umorea, gure fantasia, gure historia, gure estetika agertzeko, alegia, gure komikia gaur egun Euskal Herrian bizi diren umeentzat egiteko».

Baina bazeuden lehendabiziko batzar haietan zehaztu ziren beste hiru helburu nagusiak:

-Lehendabizikoa, euskara lagun artean, etxean, kalean eta eskolan normalizatzeko tresna izatea.

-Bigarrena, berezko ezaugarriak izango zituen komikia sortzea, umore onekoa, eta imajinazioz eta abenturaz josita, matxismoa eta indarkeria alde batera utzita.

-Eta azkenik, euskal marrazkilari eta gidoilarientzako plataforma izatea.

Hogeita hamar urte baino gehiago euskaraz soilik lanean aritu zen aldizkaria izan zen *Ipurbeltz*. Ikastoletan, asko saltzen zen, eta, nagusiki, euskal marrazkilariak ziren egileak, baina beste zenbaiten lanak ere jasotzen zituen, itzulita.

Erein argitaletxearen esanetan, «31 urte hauetan zehar, hasierako planteamendu haiek ondo baino hobeto bete direla uste dugu. Aldizkariko orrietan argitaratu duten marrazkilari eta gidoilarien zerrenda amaiezina da»[15]. Helburuak beteta, eta hiru hamarkada baino gehiago lanean egon ondoren, *Ipurbeltz*en argia itzali egin zen. Denbora horretan guztian egindako lanak hasierako planteamenduak sobera bete ditu, eta aukera paregabea eman zien komikigintzan aritu nahi zuten euskal artistei. «Halere, gizartea aldatu egin da, gazteen gustu eta joerak ezberdinak dira, zeharo, eta etorkizunera begiratu beharra dugu».

Horretaz aparte, ikastola askotan, aldizkaritxoak egiten dituzte umeek, hezkuntza-sistemaren barruan komunikabideen garrantziaren erakusle direnak.

Iparraldean, berriz, 90eko hamarkadan, *Xirrixta* eta *Kometa* sortu ziren. 1992an jaio zen *Xirrixta* lau eta zortzi urte bitarteko umeentzat. Kattalin Totorika arduraduna zen. Euskal Herriko ume gehienek ulertzeko moduko aldizkaria zen; beraz, Hegoaldean ere banatzen zen.

[15] *Deia*, 2008/11/04.

Kometa (1996) berdintsua zen eta *Xirrixta*rekin zegoen lotua, Xirrixtazaleak elkarteak bi sortu baitzituen. *Kometa* zortzi urtetik aurrerako umeentzat egina zen.

Argitalpen biek Frantziako Milan taldearen babesa zuten. Hainbat urtez, kalitate handiko produktua kaleratzen zuten idazle eta irudigileen laguntzarekin (Atxaga, Mariasun Landa, Patxi Zubizarreta, J. K. Igerabide, J. Mitxelena, M. Valverde eta abar), baina, 1998an, desagertu egin zen, halako argitalpenetara ohitu gabeko merkatu murritzak eragindako arazo ekonomikoengatik[16]. Gero, 2000. urtean, *Na-nai* aldizkari berria sortu zen, Milan taldeak babestuta hori ere. Kalitate handiko produktua izaten jarraitzen duen arren, zailtasun handiak ditu merkatura behar bezala iristeko.

Xede horiek plazaratuz, Iparraldeak erakutsi zion Euskal Herri osoari eta bereziki Hegoaldeari, gai ere bazela maila handiko kultura-produktu batzuk bideratzeko eta eskaintzeko, eta euskararen modernotasuna beste behin frogatu zuen, gainera.

3.2. Euskal komikia

Ehun eta hamar urte pasatu dira marraztutako lehen globoa sortu zenetik. Richard Felton Outcaulten Yellow Kid pertsonaiak hitz egin zuen lehenengoz globo baten bidez. Ordutik, heldu egin da komikia –adierazpen artistiko eta literario gisa–, baita gurean ere.

1896. urtean sortu zen, beraz, komikia, AEBn. Euskal Herrira ere, segituan heldu zen komikigintzaren fenomenoa, 1918. urtean[17].

[16] Hala ere, bada, arazoa sakonagoa izan zela uste zuten Xirrixtazaleak eta Letrazopa elkarteek, hots, haur-prentsa irakurtzeko ohitura falta. «Haurren inguruko helduek ez diote aldizkako irakurketari behar beste garrantzia eman. Haurrak irakurtzea liburuak irakurtzea da, baina oraindik kontzeptua arrotza da zenbaitentzat» (*Egunkaria*; 1998-05-20). Gainera, euskaldunen artean ez dago euskal kontsumoaren ohiturarik. Kasu gehienetan, kultura-kontsumoa erdarazkoa da.

[17] Dena den, eta data bat ezartzekotan, 1894. urtea aipatuko dugu; Orduan sortu baitzen lehen bineta historikoa gurean. Euskal Herrian sortutako historia-komikia oso abertzalea izan da beti; *Semana Euscara* eta *Thun Thun* aldizkarietan aurkitu daitezke lehen ereduetako batzuk. Egunkarietara geroago heldu ziren komikiak, 1911. urte inguruan; *El Pueblo Vasco de Bilbao* egunkariak lehen tira komikoa argitaratu zuen, gaztelaniaz, ordea. 1918. urtean kaleratu zen lehen komikia euskaraz; Teles eta Niko pertsonaiak, *Euzko Deya* aldizkarian agertutakoak. Ez zuen

Ordutik hona, asko aldatu da komikigintza. Euskal Herrian ere, horrela izan da, eta esan dezakegu heldutasuna iritsi duela. Izan ere, Espainiako 1936ko Gerraren aurretik, umeentzako produktua zen soilik. Gerra ostean, helduentzako komikiak egiten hasi ziren. Frankoren garaiko hutsunearen ostean, gerora, *Pan Pin* aldizkaria agertu zen (1960tik 1964ra). Hori ere umeentzat eta euskaraz egina. Ondoren, *Kili-Kili* sortu zen, eta jarraian, besteak.

Pan Pin ikastoletan hasi berriak ziren haurrentzako komiki modukoa izan zen. *Zeruko Argia*k argitaratu zuen. Frantziako aldizkari katolikoetatik ateratako kalitatezko lanak itzuli eta argitaratu zituzten urtetan *Pan Pin*en. Bigarren aroan , Mortadelo y Filemonen istorioak ere eman zituen euskaraz. *Kili-Kili* geroago kaleratu zen. Hori ere umeentzako komikia izan zen eta Bizkaian izan zuen oihartzun handiena. Hizkuntza-batasunaren garaian, euskara batuaren aurka eta Bizkaiko euskalkiaren aldeko jokaera hartu zuen *Kili Kili*k. Horrek, beraren geroa baldintzatu zuen. Bestalde, komikiak estetika nahiko landatarra zuen[18].

Nahiz eta Euskal Herrira komikigintza laster heldu, euskal komikigileen talde bat aipatzeko, 60ko hamarkadara egin behar dugu salto. Gerra aurretik, berrikuntza grafiko bat izan zen gurean, eta hori, jakina, igarri egin zen marrazkilarien artean. Dena den, euskal komikigileen taldea geroagokoa da. Aitzindarien artean, Zabaleta[19] eta Olariaga aipatuko behar ditugu. Eta Zabalotarrek, 1926tik aurrera, *Argia* aldizkarian argitaratu zuten beren komiki-ekarpena[20].

Umeentzakoak ez badira ere, euskaraz komiki batzuk agertu ziren helduentzat ere. 70eko hamarkadan, *Gomiki 2*, *Ehun kilo* eta *Alde* aldizkariak argitaratu ziren. 1975ean, *Anaitasuna*k eta Lankide Aurrezki Kutxak *Komikia* atera zuten, Egileor eta Jon Zabaleta marrazkilariekin eta Xabier Kintana idazlearekin.

---

denbora asko iraun eta oso aztarna gutxi daude gainera. Euskal komikiaren historia ahalegin anonimo askoz osatua dago.

[18] *Noticias de Gipuzkoa*, 2008/01/13.

[19] Hirurogeita hamarreko hamarkadan, klandestinitatean, hamabi orriko Aberri Egunaren ipuin-komiki oso polita atera zuen Yon Zabaletak.

[20] Txiki eta Ignacia anai-arrebak. Nolabaiteko marrazkigintza eta komikia egin zuen lehen emakumea izan zen Ignacia. Lan bikainak egin zituzten biek, bai ilustratzaile eta bai komikigile gisa.

Euskara ikasten ari direnentzat, HABEk *Habekomik* sortu zuen 80eko hamarkadan. Euskal Herriko komikigile batzuek jatorrizko lanak argitaratzeko aukera izan dute hor.

Hortik aurrera, komiki alternatiboak edo *underground* sortu dira. Dagoeneko aipatu dugu *Napartheid*[21], eta, euskaraz noizbait zer edo zer argitaratzen duelako, baita *TMEO* komikia ere aipatu behar da, Euskal Herrian egindako komiki-aldizkari zaharrenetakoa.[22]

[21] Asko aldatu da *Napartheid* fanzinea 1988. urtean Asisko Urmenetak eta Patxi Uhartek lehenengo komikiak egin zituztenetik. *Euskararen Legea*ren aurka manifestazio handi bat egin zen Iruñean urte horretan, eta Asisko eta Patxi pegatinak zein fotokopiaz egindako komiki-liburuxka txiki batzuk saltzen jardun ziren. Liburuxka hori izan zen lehenengo *Napartheid*, baina, apurka-apurka, haziz joan zen. Marrazkilari gehiago bildu zituzten; inprentan argitaratu zuten, eta Din A4 tamaina hartu zuen hiruhilabetekari horrek. Zenbaki bakoitza gai zehatz bati buruzko monografikoa izaten zen.

[22] Euskal Herrian argitaratzen diren aldizkarien artean, ale kopuru handiena argitaratzen zuen *TMEO*k. Bi hilabetetik behin, 5.000 alerekin kaleratzen zen. Haren helburu nagusia «Euskal Herrian komiki-aldizkari bat izatea zen» eta haren hastapenak nahi horri hertsiki lotuta zeuden. Aldizkari hori Iruñean sortu zen, 1987. urteko sanferminetan. Hantxe elkartu zen lehenengoz marrazkilari talde bat. Artista haietako gehienek Madrilgo eta Bartzelonako hainbat aldizkaritan egiten zituzten kolaborazioak, baina ez zeuden erabat gustura.

Dena den, herrialdetik herrialdera dauden ohiturak ezberdinak dira. Frantzian, esaterako, hilero, hamar komiki-proiektu kaleratzen zituzten argitaletxeek, eta hori asko da gurearen aldean.

Fanzineek ere badute zer esanik euskal komikigintza aurrera bultzatzeko orduan. Komikigileak elkartzeko balio izan zuten, eta haien lanak argitaratu ahal izateko. Oraindik ere, fanzineek badute garrantzia. Fanzinea, oraindik, indartsu dago, mugimendu horrek gogor iraun duelako. Baina, oro har, *Napartheid* eta besteren bat izan ezik, zokoratu dituzte gehienetan. Bestalde, fanzineak komikigile askoren lanak ezagutarazteko tresna dira. Fanzineetan ez bada, egun ez dago aukerarik norberaren lana kaleratzeko. Dena den, badira fanzineetatik igaro baina beren ibilbideari eutsi dioten komikigileak. Horietako marrazkilari eta komikigile batzuk fanzine munduan jardunak dira. Hala ere, aspaldian, beren kabuz egiten dituzte lanik gehienak.

Euskal Herriko Iparraldean, industria garrantzitsu bat sortu izan da komikiaren inguruan. Hegoaldeko eta Iparraldeko egoerak oso desberdinak dira. Iparraldean, helduak komikiak irakurtzera eta erostera ohituta daude. Kontsumo errazeko baliabidea da han. Hori ez da Hegoaldean gertatzen. Ez dago merkaturik; hor dago gakoa. Eskaintza eskaria baino handiagoa da. Badaude indar handiko komikigileak; egitasmoak sortzen dira, baina ez da saltzen. Diru-sarrerak eskasak dira, eta komikigintza, Hego Euskal Herrian, *hobby* bilakatzen da; ez du besterik.

Ezin da kanpotik datorrenarekin lehiatu. Atzerriko produktuak indartsuak dira eta arrakasta dute han eta hemen.

3.3. Marrazki bizidun japoniarrak

Berez, haur-aldizkariak edo komikiak ez izan arren, animazio-telesail japoniarrek gure arreta merezi dute hainbat belaunalditako ikusleen telebista-orduak bete dituztelako.

Egia esan, belaunaldi guztietako ikusleek marazki bizidun japoniarren telesailez gozatzeko aukera izan dute txikitan; izan ere, faktoria horretatik ateratako istorioekin hazi gara den-denak.

Gogoan ditugu bereziki negar batean jartzen gintuzten istorio miresgarriak: Heidi, Marco, Mazinger-Z,…

Euskadira etorrita, Dragoi Bola telesail arrakastatsu eta ospetsua agertu aurretik, euskaraz, hainbat marrazki bizidun japoniar egon ziren; mutikoentzako telesailak, alde batetik: Yamato, Harlock Kapitaina, Dotakon… Gutxiago izan baziren ere, bestetik, neskentzako telesailak izan ziren (erromantikoagoak, pertsonaia distiratsuak zituztenak…): Sandybell, Candy Candy… Arestian aipatutako Heidi eta Marcos telesailak ere euskaraz eman ziren.

Haatik, arrakastatsuena Dragoi Bola izan da, eta izango da, zalantzarik gabe; oso ezaguna da. Interneten nabigatzea besterik ez dago, telesailari webgune asko eskaini zaizkiola konturatzeko. Akira Toriyamaren Dragon Ball manga komikietan oinarrituta dago. Anime bertsioa zati bitan egin zen: Dragon Ball eta Dragon Ball Z. Geroago, Dragon Ball GT heldu zen, baina azken hori ez zen manga bertsioan oinarritu eta ekoizleek merchandising bitartez dirua irabazteko besterik ez zuten atera; gainera, kalitateari dagokionez, aurrekoen aldean, alde nabarmena zegoen.

Arrakasta handiko beste telesail batzuk ere izan ziren: Lamu, Doraemon, Hattori Ninja, Doremi, Flyren abenturak…

Beste batzuek ere ospea lortu zuten zuten: Sherlock Holmes, Karekano, Conan Detektibea…

Hori guztia, jakina, Shin Chan ospetsua albo batera utzi gabe.

3.4. Umoregintza grafikoa

Umoregintza grafikoaren euskarri nagusiak egunkariak zein aldizkariak dira; idatzizko komunikabideetan jaio zen umore grafikoa. Grafismoa indar handiz sartu da prentsan. Urte batzuetatik hona, idatzizko komunikabideetan, gero eta garrantzi gehiago ematen zaio marrazkiari. Zergatik? Diskurtsoa erreza da; begietatik aise sartzen da. Hori dela-eta, agerian geratu da testuaren eta marrazkiaren arteko lotura eraginkorra dela.

Grafismoaren garrantziaz jabetuta, gero eta idatzizko hedabide gehiagok heltzen diote informatzeko modu horri. Era berean, gero eta gehiago dira eguneroko berriak txiste bihurtzen dituzten

marrazkilariak. Prentsa-marrazkilariek eguneroko gaiak hartu eta ikuspuntu partikular batetik aurkezten dituzte. Kazetaritza-genero horretan, marrazkilariak errealitateari buruzko ikuspuntua sormenez, ironiaz eta umorez irudiztatzen du.

4. Kultura-aldizkariak[23]

Komunikazioaren eta informazioaren gizartean bizi garela esan ohi da, eta ez da esaera hutsa; izan ere, informazioaren sorkuntza eta hedapena kuantitatiboki ikaragarri hazi da azken urteotan, teknologia berrien garapenarekin, batez ere.

Dena dela, informazioaren ozeano zabal horretan, eguneroko informazioaren zurrunbilotik haratago, sorkuntzarako, azterketarako, kritikarako eta gogoetarako pausalekuak izan badira. Kultura-aldizkariek horretan dihardute; errealitatearen berezko pluraltasuna islatzen; mundua ulertzen eta azaltzen saiatzen. Eguneroko informazio-oldea besterik gabe onartu ordez irakurleari irizpideak emanez hautaketan eta bereizketan laguntzea da aldizkari horien helburuetako bat; alegia, munduan eta gure inguruan gertatzen denaren erreferentzia eta motorra izatea.

Kultura-aldizkariak, ordea, minoritarioak dira, berez. Merkatu mugatua dute, eta, kuantitatiboki balioetsita, prentsaren munduko sektore urrienetarikoa dira. Baina, kualitatiboki, kulturgintzaren barruan sektore estrategikoa da, gakoa, ezinbestekoa aniztasun demokratiko, ideologiko eta kulturalerako.

Euskal Herrian, horren adibide ugari ditugu: *Jakin*, *Euskonews&Media*, *The Balde*, *Entzun!*, *Artez*, *Bertsolari*, *Zehar* eta abar. Urteekin, aldizkari asko sortu dira eta kultura-aldizkarien panorama asko aberastu da. Hala ere, bizi dugun garaia ez da unerik onena kultura-aldizkarietarako; are gehiago pentsamendu bakarra nagusi den gizarte honetan, hausnarketarako pausaleku baitira.

Kultura-aldizkariei buruz hitz egitean, Ramirez de la Piscinak (1998) zenbait datu interesgarri nabarmentzen ditu. Batetik, euskara

[23] Kultura-aldizkarien inguruan, informazio gehiago jaso ahal izateko: <http://www.baietz.org/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=577>.

modernotasunaren bideetan sartzeko kultura-aldizkariei egokitu zitzaien lan mardula. Bigarrenik, aldizkari horiek, kultura-kontuez gain, ideia politikoei atxikitzeko erakutsi zuten joera markatua. Eta hirugarrenik, aldizkari horien sustapen-lanetan zenbait euskaltzale ezagunek bete zuten funtzio erabakitzailea.

Aipatzekoa da 1880. urteko uztailaren 18an kaleratu zuten *Euskalerria* aldizkaria. Kultura-aldizkari elebiduna zen, eta Euskal Herriko hizkuntza, kantuak, ohiturak, araudiak eta historia jasotzen zituen. Gipuzkoako idazle eta pentsalariak bildu zituen Jose Manterola sortzaileak, bere inguruan proiektua bultzatzeko.

Euskaltzale izan zen euskara hutsez sortutako lehenengo aldizkari kulturala (1897-1899). Resurreccion Maria Azkue izan zen haren arima eta gidatzailea. Geroago, euskara hutsezko beste aldizkari bat ere kaleratu zuten, *Ibaizabal*, ibilbide laburrekoa (1902-1903). Jarduera luzeagoa izan zuen *Euzko Deya* izenekoak (1916-1923).

Geroago, 1917an, *Hermes, Euskal Herriko aldizkaria* agertu zen, '*ideien hegodun mezularia eta bokantzaren patroi*' izateko asmoz. Jesús de Sarríaren, Eduardo Landetaren eta Alejandro de la Sotalaren eskutik, kulturaren eta politikaren inguruko aurreiritziak gainditu eta ekarpen, korronte eta iritzi desberdinei bide egitea izan zen *Hermes*en filosofiaren oinarria.

Gerra iritsi baino lehenago, aipagarriak dira, halaber, *Euskaltzaleak* (1927) eta *Yakintza* (1933-1936).

1939-1975 urtealdian, badugu zer aipatu kultura-arloan: *Jakin*, *Elhuyar*[24], *Euzko Gogoa*[25], *Egan…* Horietariko batzuek eginkizun garrantzitsua izan zuten gero euskal kulturan.

Jakin aldizkaria[26] 1956an sortu zen. Frankismoaren garaian 10 urtez debekatuta egon bazen ere, etenik gabe argitaratu da 1977az geroz. Pentsamendu- eta kultura-aldizkaria da, gogoeta, kritika nahiz azterketa biltzeko asmoa duena. Haren orrietan, Euskal Herriko intelektualen bilakaera, haien arteko eztabaidak, norabide-aldaketak, dena dago. *Jakin*en sortzaileek euskara eta kultura txertatu nahi izan zituzten, eta, asmo horri uko egin gabe, tinko eutsi dio oraingo zuzendaritzak. Bi hilabetean behin argitaratzen da eta zenbaki gehienak gai monografiko baten inguruan antolatzen ditu, gai bera ikuspegi eta egile ugarien lanez hornituta[27]. Kulturaren barruko adar guztiak ditu aztergai: kulturgintza, artea, hizkuntza, literatura, hezkuntza, politika, ekonomia, zientzia, filosofia, gizartea, komunikabideak...

Beren izaera minoritarioari lotuta dago, halaber, gisa horretako aldizkarien egoera ekonomikoa. Euskarazko kultura-aldizkari gehienek, denak ere esatearren, neurri handi batean, diru-laguntzei esker egiten dute aurrera; harpidedunak behar dituzte. Irakurle erreala eta potentziala kontuan izanda, gisa horretako aldizkariek ez dute besterik gabe beren burua mantentzeko adina ematen.

Euskal Herrian, ordea, bada kudeatzeko beste bide bat aurkitu duen kultura-aldizkarik. *The Balde*[28] da horietako bat. Izenak dioen bezala, doan banatzen da hainbat lekutan: arropa-dendetan, tabernetan, kultura-etxeetan, musika-aretoetan eta abar. Horrez gain, harpidetza bidez ere banatzen dute. Gainera, elebitan (euskaraz eta inglesez) egiten denez, Europara ere asko ari da zabaltzen aldizkaria. Aldizkaria

[24] Euskal Herrian zientziaren eta teknologiaren dibulgazioaz arduratzen den aldizkari garrantzitsuena. 1974an sortu zen, bi urte lehenago osatu zen izan bereko kultura-taldeari esker.

[25] Bere garaiko euskal aldizkari garrantzitsuena. 1950ean agertu zen lehen aldiz Guatemalan, haren bultzatzaile nagusiak han bizi baitziren.

[26] http://www.jakingunea.com/

[27] Ikasle gazteek idazten dutenak, izen handirik ez hasieran, baina beste apaiztegietako aldizkariekiko aldea nabari da berehala. Mitxelenak, Zaitegik eta Zabalak argitalpena agurtu dute.

[28] http://www.thebalde.net/

2001ean sortu zen eta Euskal Herrian gisa horretako argitalpenetan zegoen hutsunea betetzeko asmoa zuen. Izan ere, *The Balde*n, poesiak, musikak, dantzak, pinturak, antzerkiak…, denetariko arte-adierazpenek dute lekua.

Gaur egun, kultura-aldizkari gehienek dute beren lekua Interneten. Aukera asko ematen dituen eremua da eta gutxi dira bertsio digitalik ez duten aldizkariak. Gutxi dira paperezko bertsiorik ez dutenak ere, baina, kultura-aldizkarien artean, Euskal Herrian, bada horren adibide bat: Eusko Ikaskuntzak sortutako *Euskonews&Media* astekari elektronikoa. Zientziari eta euskal kulturari buruzko argitalpen digitala da, 1998an sareratu zen eta, hamar urte hauetan, asko hazi da. Astekariko edukiez gain, Internetek ematen dituen aukerak aprobetxatuta, besteak beste, arte-galeria bat, artisautzari eskainitako gune bat, euskal kantutegia eta abar.

Eusko Ikaskuntzak apustu handia egin zuen *Euskonews&Media* astekariaren alde, baina gisa horretako urratsak ematea ez da ekonomikoki batere erraza. Interneteko argitalpenen eta paperezkoen egoera oso desberdina da, eta, sareak etorkizuna izateko, finantzabide berriak bilatu behar lirateke; izan ere, aldizkari digital asko eta asko desagertzen dira finantzabide egokirik ez dutelako aurkitzen.

Dena den, kultura-alor horretan, azken urteotan, beste aldizkari batzuk plazaratu dira: *RIEV, Tantak, Uztaro…*

Sarean nahiz paperean, kultura-aldizkariak, oro har, munduan, gure inguruan eta esparru desberdinetan gertatzen ari dena adierazteko erreferentzia dira.

4.1. Literatura-aldizkariak

XXI. mendearen hasieran, inoiz baino biziago ekarri ziren hitzetara literatura-aldizkariak, Susa argitaletxeak Ibinagabeitia proiektua aurkeztearen karietara. Han, euskal kulturaren azken urteetako historia labur bezain bizia kaleraturiko hainbat literatura-aldizkariren berri ematen zitzaigun. Aurrera jarraitzen ez zuten proiektuak ziren guztiak, denboraldi batean hainbat proiektu eta helburu zituztela-eta plazaratzen hasitakoak. Garai eta testuinguru ezberdinetako idazkiak. Aniztasun eta eskaintza zabala. Guztiek lan ederra egin zuten beren

garaian. 80ko hamarkadan bizi genuen literatura-aldizkarien eztanda. 90eko hamarkada garatu ahala, oraindik ere topa zitezkeen eztanda horren zantzuak.

Orduko hartan, esperimentazio eta gerora idazle handi izango zirenen lehen lanak topatu ahal izan genituen aldizkari horietan eta geroago egonkortu ziren hainbat argitaletxe eta elkarlanaren sorgune izan genituen. Bizirik jarraitzen duten aldizkariak baditugu oraindik gurean. Klasiko eta denboran erreferentzia garrantzitsu bilakatu direnak, zirikatzaile-espiritua dutenak eta iritzi eta jardun zabalagoetara jo dutenak, edo gazte indarrez sustatutakoak.

Azkenaldian kaleratutako aldizkariei gainetik begiratuz gero, honako hauek ikus daitezke:

-*Egan*. *Euskalerriaren adiskideen elkarteko aldizkaria*ren euskarazko gehigarria da. 1948tik martxan da aldizkari hori. Urtean, lau zenbaki argitaratu ohi dira, bi alditan banatuak. Horietan, azterketa literarioak aurkituko ditugu, nahiz eta aldizkaria ez zen espresuki literatura-gaiak jorratzeko sortu. Sorkuntza-lanak, haur- eta gazte-literaturari eskainitako txokoa eta adabakiak topa ditzakegu. Baita kritika eta aipamenei eskainitako leku bat ere. Euskal kulturan izan zuen garrantzia ukaezina da, egoera politikoak inposatutako pobrezian euskarak arnasa hartu ahal izan zuelako (Díaz Noci, 2001).

-*Hegats*. Andolin Eguzkitza zenak zuzendutako argitalpena dugu. Kritika-bideei eta liburu-iruzkinei eskainitako atalak daude. Euskal Idazleen Elkarteak kaleratua da hori.

-*Zubizabal*. 1999ko ekainean argitaratu zen lehenengo aldiz. Eta, ohiko testu eta saiakera-lanez gain, hainbat antzerki-lan topa ditzakegu. Urtean, bi zenbaki kaleratzeko ohitura zuen.

-*Putz*, Apokaliftin elkartekoek argitara eman ohi duten bihilabetekaria da. 99ko abenduan ikusi zuen argia. Hainbat elkarrizketa eta testu ironikorekin batera, hainbat autoreren testuak topa daitezke. Baita ipuin erotikoak ere.

-*Karmel* hiruhilabetekarian, kulturari, gizarteari, elizari eta iritziari eskainitako txokoez gain, literaturari eskainitakoa ere aurkitu dezakegu. Han, literatura-kritika, kontakizunak eta olerkiak biltzen dira.

-*Ostiela.* Lehen zenbakiarekin 1995eko abenduan argia ikusi zuenetik honaino, erotismoz, iruzurrez eta estetika iradokitzailez, ironikoz eta probokatzaileaz osatutako lana plazaratu zuten Jon Aranok, Juanba Bengoetxeak, Izaskun Berasategik, Koldo Goitiak eta gainerakoek zuzendutako aldizkari horretan. «Flipatzeko narkoti-kultura» da berena.

-*Bazka*. Ukatu ezinezkoa da izan duen onarpen ona. Egungo gaien inguruko hausnarketa eta estetikaren inguruko kezkak eman ditu argitara, literaturaz, arteaz eta kritikagintzaz. Lehen aleak 99an ikusi zuen argia.

4.2. Maiatz *aldizkariaren kasua, 25 urte euskara eta literaturaren arrimuan*

Iparraldeko idazle batzuen gogoetari esker jaio zen *Maiatz* aldizkaria, duela 25 urte. Mende laurdena bete du *Maiatz*ek, eta dagoeneko lortu du, besteak beste, Ipar Euskal Herriko ahotsa Hegoaldera hedatzea. Euskarazko literatura berritu guran hasi ziren aitzindari haiek, *Gure Herria* aldizkariaren zidorrari jarraituz, eta ideia berriak garatu zituzten, belaunaldi berri baten gerizpean.

Baziren, bai, bestelako aldizkariak, baina *Maiatz*ek bere zigilua zuen. Hala uste du *Maiatz*eko Itxaro Borda idazleak ere –zuzendaria izandakoak–. *Deia* egunkarian, 2007ko maiatzaren 18an, egindako elkarrizketa batean azaltzen duenez, «Hegoaldeko garai hartako aldizkariak talde zehatzen eta erran nezake literaturaren ikuspegi arras finkatuen inguruan biltzen ziren. Batzuetan iruditzen zitzaidan beste mundu batekoak ginela eta, besteetan, elkarrekin ibiltzen ginen mahai-inguruetan literatura aldizkarien booma aztertzen. Hegoaldean, gaurkoan, literatura-aldizkari askorik ez da, baina *Maiatz*ek iraun du, agian oinarrian testuen artean aukerarik egiten ez genuelako eta idazleari bere ikuspuntu literarioa gara zezan uzten geniolako».

Hala, literatura-aldizkari berri bat sortzea erabaki zuten, non bertako euskalkiak eta errealitate soziala eta kulturala islatuko baitzen, emakumeei garrantzia berezia emanez. «Literatura-bizirako» leloarekin kaleratu zuten lehen ale hura. Eskutik eskura saltzen zuten.

Hurrengo zenbakia ateratzeko dirua erdiesteko adina ateratzen zuten, eta horrekin gustura, helburua irautea baitzen.

Lanak lan, 25 urte pasa dira eta 50 bat idazlek parte hartu dute aldi horretan, eta idazle berri asko sortu dira *Maiatz*en altzo epelean.

*Maiatz*en bidea ez da erraza izan, eta gorabehera handiak izan dituzte azken urteotan. Sorrera zaila izan zen, lehen esan dugunez, dirurik gabe, ahal tekniko murritzekin, elkartzeko nekeekin. Gero, beren erritmoa aurkitu zuten, baina, lana ongi egiteko, maiz izan dute denbora eskasa. Euskal Kultur Erakundearen laguntza pixka bat jaso dute 1990etik aurrera; horrekin, maketazio hobea eta inprimatze egokia sortu zuten. Baionako Bil Txokon solasaldiak antolatu dituzte, 1984tik aurrera, mugaz bi aldeetako idazleak gonbidatuz, eztabaidak piztuz.

Gaur egun, ehun bat bazkide dira eta beste horrenbeste harpide dituzte. Funtzionamenduan, gauzak asko hobetu dira, baina, salmentei dagokienez, arazoek betiko moldea dute. Merkataritza-alde ahulena dute, aldizkari militante-itxura dute oraindik, banaketa nagusia salmahaietan egiten baitute. Hori bai, maketazio- eta inprimatze-arazoak konpondu dituzte.

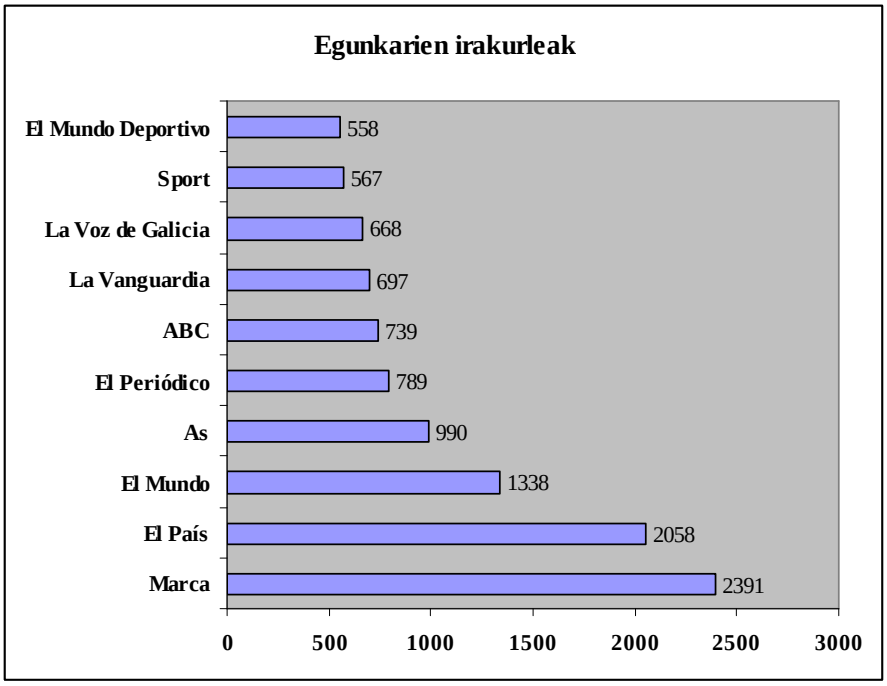
Iraganari begira egoteak arrisku galantak ditu, eta, *Maiatz*en, nahiago dute etorkizunari behatu[29]. Argi dute literaturak toki handia hartzen duela hizkuntza baten bizian, batez ere hizkuntza hori baztertua eta gaitzetsia delarik. Iparraldeko nortasun literarioa biziaraztea ere garrantzitsua da; haien euskalkiak nagusiki ahozkoak baizik ez dira oraindik. Iparraldeko euskara bizi da eta ahalbide asko ditu espresio mailan; altxor bat da literaturarako. Irakurleria handitzea, irakasleak Iparraldeko testuak erabiliz gehiago inplikatzea ere garrantzitsua da. Idazle berriei laguntzea premiazkoa da ororen gainetik. Euskarazko aldizkari eta liburuen hedapena ere erronka handia da baita.

Etorkizuna ez da esperantza hutsez jositako bidea, eta *Maiatz* aldizkarien zuzendaritzatik esaten dutenez, kontu handiz ibili behar dute, "profesionalismo"-nahikeria argia ikusten baitute literaturgintzan.

[29] Literatura-aldizkariaren ondare osoa interneten jartzeko asmoa dute. Ale batzuk Ibinagabeitia Proiektuaren webgunean (http://andima.armiarma.com/maia/aurki.htm) daude dagoeneko.

5. Kirol-aldizkariak

Azken urteotan, kirol-kazetaritzaren garapena oso nabarmena izan da. Izan duen gorakada kontuan hartzekoa da. Informazio orokorra lantzen duten egunkarietan, Kirol-sailak gero eta orrialde gehiago hartu ditu. Baina ez hori soilik, lau kirol-kazeta aurkitu ditzakegu, gaur egun, Espainian, gehien irakurtzen diren egunkarien artean, EGM (Estudio General de Medios) erakundeak 2006ko azaroan emandako datuen arabera.



Datuak: EGM. 2006ko azaroko datuak.

Ramirez de la Piscinak aipatzen duenez (1998: 302), «kirolak betidanik izugarrizko lehia eta jakin-mina piztu ditu gizakion artean. Fenomeno horren handitasuna deskribatu nahian sortu ziren lehen kirol-informatzaileak (...) Horren ondorioz, kirol-informazioa da, uneon, audientzia gehien biltzen duen kazetaritza mota».

Beharrezkoa egiten zaigu aipatzea kirol-espezialitate guztiek ez dutela tratu bera jasotzen komunikabideetan. Batzuek presentzia ikaragarria dute: futbola, saskibaloia, txirrindularitza, pilota...; beste batzuek, berriz, oso txikia. «Tratu hori kirol bakoitzaren ikusgarritasun mailaren arabera ebazten da» (Ramirez de la Piscina, 1998: 302).

Lehen kirol-argitalpena XIX. mendearen erdialdean agertu zen Londresen, *Sportsman*, gerora *Sporting life* izenarekin ezagunagoa egin zena, Ramirez de la Piscinak gogoratzen duenez. Geroago, beste batzuk jaio ziren, Espainian, besteak beste, *El Sport español* edo *El Cazador*. Geroago, beste kirol-aldizkari batzuk plazaratu ziren: *La revista ilustrada del Sport* (1900) edo *El Mundo Deportivo* (1906).

Euskal Herrian, kirol-kazetaritzak badu bere garrantzia eta bere historia. Interes handikoa izan daiteke 1924an Bilbon sortutako *Excelsior* egunkaria, espainiar estatuan kaleratu zen lehendabiziko kirol-egunkaria, gaztelaniaz.

Javier Diaz Nocik gogoratzen duenez, «Kirolek elementu ideologiko bat zuten, dudarik ez dago, haien bidez ideia batzuk igortzen baitira. Horretaz jabetu ziren nazionalistak, eta, 1924an bertan, *Excelsior* aldizkaria ateratzen hasi ziren».

Dena den, egunkari hori 1931n desagertu zen, baina, urte berean, *Excelsius* kirol-egunkaria jaio zen. Aurrekoak bezala, era guztietako kirolen berri ematen zuen. Dena den, 1937an amaitu zen haren bizitza, faxisten tropek Bilbo hiria hartu zuten urte berean.

Horretaz gain, Euskal Herrian, kirol-argitalpen ugari plazaratu dira, gure artean kirol-prentsak harrera ona izan baitu beti.

Dena den, lehen esan dugunez, kirol-kazetaritzak azken urteotan izan du hazkunde handiena, batez ere, telebistari esker.

5.1. Kirol-aldizkarien ezaugarriak

Txema Ramirez de la Piscinak (1998) azaltzen duenez, bi izan daitezke kirol-kazetaritzaren berezitasunak:

-Estetikoak. Kirol-egunkari eta -aldizkarien diseinua bera guztiz adierazgarria da, hor erabiltzen diren baliabideak harridurazko kazetaritzak edo sentsazionalismoak erabiltzen dituenak baitira

askotan: tamaina handiko izenburuak eta argazkiak, koloreak oparo erabiltzea eta infografia nabarmentzea, besteak beste.

-Linguistikoak. Nabaria da anglizismoen presentzia izugarria kirol-kazetaritzan. Gainera, topiko eta esamolde gehiegi izaten dira. Gainera, ematen du kirol-kroniketan erabiltzen diren termino asko eta asko gerra-hizkuntzatik aterata daudela.

6. Emakumeentzako prentsa

Emakumeentzako prentsa eboluzio bete-betean dago. Emakume irakurleen gustuak eta zaletasunak aldatu egiten dira eta argitaletxeak egokitzen saiatzen dira merkatu-kuota ez galtzeko. Betiko argitalpenak ikuspegi berriekin ateratzen dira eta ia landu gabe zeuden populazio-sektoreentzako argitalpenak sortzen dira. Psikologia, ongizatea eta osasuna enpresa-jarduera baten gai nagusiak bihurtu dira, eta gero eta gehiago espezializatzen dira baliabide elektronikoen lehia gainditzeko.

Aldaketaren zergatietako bat kontsumoaren joera berriak dira. «Emakume irakurleek kontsumo handiko *zapping* moduko bat egiten dute Internet, telefono mugikorra eta abar ezarri direnetik; hori dela-eta, editoreek kontzeptu berriak asmatu behar dituzte» emakume kontsumitzaile bati egunero iristen zaion eduki-olde ikaragarriarekin lehian aritzeko.

Emakumeen kultura-prestakuntza nabarmen hobetu da. Emakumeak laneratzeak (bizitzako etapetako batzuetan behinik behin) eta gizartean gero eta partaidetza handiagoa izateak emakume irakurle desberdinak sortzea dakarte: trebatuta daude, beren interesak zein diren hobeto dakite... Dagoeneko ez dute haien eskubideen alde borrokarik egiten, baizik eta nortasuna finkatzeko beste fase batean daude.

Egoera horretan, aldizkari orokorrek –etxerako ikuspegi praktikoez beterik eta gazte zein nagusientzat direnak adina bereizi gabe– ez dute zentzurik egun. Frantzian, adibidez, argitalpen handiek bizirik diraute oraindik ere, *Elle* edo *Marie-Claire* delakoak adibidez, baina familia edo etxerako aholku baliagarriak ematen dituztenek, ordea, gero eta ale gutxiago saltzen dituzte etengabe (*Femme Actuelle* adibidez).

Egoera horri aurre egiteko, edukien espezializaziora jotzen dute editoreek. Adibidez, psikologiarekin eta psikiatriarekin lotutako gaietarako dagoen interes gero eta handiagoa beste irakurle-talde batzuetara iristeko modu bihurtu da.

7. Prentsa arrosa

Kirolak eta prentsa arrosa (edo txutxu-mutxuetakoa) gaur egun diru gehien biltzen duen albistegietako alorra dira; jendeak eskatzen dituen kontsumo-produktuak dira eta eman egin behar dira. Iheserako prentsa horren arrakastak beste zerbait ere adieraz lezake: jendea gogait eginda dagoela eta politikaz «paso» egiten duela, eta, horren eraginez, pertsonek gai arinagoetara jotzen dute. Bestalde, duela 15 edo 20 urte egunkaririk salduenak informazio orokorrekoak izateak garai hartako egoera politikoarekin du zerikusia. Trantsizio politikoa bete-betean zegoen eta jendeak informazio-egarria zuen. Gaur egungo egoeran, normala da salduenak kirol-egunkariak izatea; zoritxarrez, normala da, eta beste herrialde batzuetan gertatzen denarekin pareka daiteke, adibidez Erresuma Batuan edo Alemanian informazio sentsazionalistarekin geratzen denarekin.

Gaur egungo gure gizartean oso modan dagoen fenomenoa dugu prentsa arrosa. Adibideak nonahi ikus daitezke. Telebista eguneko edozein ordutan piztu eta, edozein katetan, prentsa mota horri erreferentzia egiten dioten hainbat telesaio ikus daitezke.

Prentsan horrenbeste ugaritu diren txutxu-mutxuei, «famatuen» gorabeherei, «bihotzeko» kontuei eta ikuskizunei buruzko informazioak oso interesgarriak suertatzen dira gure artean jendearen arteko harremanak nolakoak diren erakusteko.

Prentsa mota horri jarraitzeko gero eta joera handiagoa dago. Zergatik ote? «Mundu» hori ikaragarrizko negozioa da eta, asko saltzen duenez, interesagatik dihardu aurrera.

Orain arte, desberdintasun bat zegoen prentsa horia eta prentsa arrosaren artean. Prentsa horiak sentsazionalismoa bultzatzen zuen, eta prentsa arrosak, berriz, sentimentalismoa bultzatzen zuen. Gaur egun, dena den, ezin dira bereizi eta, ziur, behin baino gehiagotan, bata bestearekin nahasten dira. Kazetaritza modu horiek prentsa

sentsazionalistaren bidea hartu dute, jendeak kazetaritza horiarekiko fideltasuna erakutsi baitu, morboa aurkitzeko asmotan.

Iñaki Lazkanok gogoratzen digunez, William Randolph Hearst hedabideetako magnateak ustiatu zuen prentsa horiaren boterea egokien. Izan ere, bere prentsa-inperioa erabili zuen 1898an AEBk Espainiari gerra deklara ziezaion. Hearts handikiaren irudi eta antzera fabrikatu zuen Orson Wellesek «Citizen Kane» (1941) maisulaneko protagonista[30].

Honako hauek izan daitezke prentsa arrosaren ezaugarriak:

-Gainerako aldizkarien aldean, oso merkeak dira.

-astean behin kaleratzen dituzte.

-jendeak gustuko du horrelako eduki arinak irakurtzea.

EAEn, 2005an, aldizkaririk irakurtzen duten irakurleek (EAEko herritarren % 54,2 direla kontuan hartuz) informazio orokorrekoak (% 35ek) eta prentsa arrosa, txutxu-mutxuetakoak (%35ek), irakurtzen zituzten batez ere. Jende gutxiagok irakurtzen dituzte zientzia- eta kultura-dibulgaziokoak (%14k) eta kiroletakoak (%11k). Gainontzeko aldizkari mota bakoitza (motorraz, modaz, osasunaz, dekorazioaz, musikaz, bidaiez, zinemaz, telebista-gidak, aldizkari teknikoak, ekonomikoak eta bestelakoak) irakurleen %10ek baino gutxiagok irakurtzen dute. Beste alde batetik, eta aldizkariak irakurtzeari dagokionez, EAEn inoiz edo ia inoiz aldizkaririk irakurtzen ez dutenak Espainiako Estatuan baino gutxiago dira. Bestalde, bi lurraldeetan irakurtzen diren aldizkari moten banaketa ia berdina da, baina hemen prentsa arrosa gutxixeago irakurtzen da[31].

8. Bibliografia

[30] *Gara*, 2008/08/29

[31] EAEko emakume eta gizonen iritzien arteko aldeak eta haien artean irakurtzen dituzten aldizkari motak hobeto ezagutzeko, hona hemen 2008ko azaroan eginiko ikerketa bat <http://www.basques.euskadi.net/contenidos/informe_estudio/ikuskerak_2/en_ikus2/adjuntos/08ikuskerak02.pdf>.

Aranzabal, Joxe (1998). «Euskarazko herri prentsaren bilakaera». In *Euskonews&Media*, 8 zk. <http://www.euskonews.com/0008zbk/frmedia.htm>.

Carramiñana, Mikel; Garate, Aritz (2004). «Informazio alternatiboa Euskal Herrian. Mediaberri.com». In *Euskarazko Kazetaritzaren I. Kongresua*. <http://www.argia.com/kazetaritza2004/carraminana-garate.pdf>.

Diaz Noci, Javier (1990). «Txistu, euskarazko lehen komiki-aldizkaria». In *Jakin*, 60 zk.

Díaz Noci, Javier (1995). *Euskal prentsaren sorrera eta garapena (1834-1939)*. Donostia, Eusko Ikaskuntza.

Díaz Noci, Javier (2001). «50eko hamarkadako euskal aldizkariak eta beren eragina». In *Egan*, 2. garaia, LIV. alea. Donostia: Euskalerriaren Adiskideen Elkartea, 97-124.

Diaz Noci, Javier: *Argia. Euskal astekari baten historia (1921-1936)*. Liburu argitaragabea. <http://www.ehu.es/diaz-noci/Libros/Argia.pdf>.

Egia, Carlos; Bayón, Javier (1997). *Contrainformación. Alternativas de comunicación escrita en Euskal Herria*. Bilbo: Likiniano Elkartea.

Ramirez de la Piscina, T. (1998). *Kazetari-l@na Euskal Herrian. Interpretaziorako eta espezializaziorako abiaburuak*. Bilbo: Udako Euskal Unibertsitatea.

6. gaia. Herri-telebista

0. Sarrera

Indar handiz sortu ziren telebista lokalak, baina, gaur egun, aldaketa-garaiak bizi dituzte. Duela hogei urte, *Plentzia Telebista*[1] igortzen hasi zenetik gaur egun arte, bilakaera gorabeheratsua izan du telebista mota horrek[2]. «Indar handiz sortu zen, baina komunikabide horren garapenean jarritako esperantzek laster egin zuten topo uste baino errealitate gordinagoarekin» (Arana, Azpillaga, Narbaiza, 2004:11). Izan ere, telebista lokalen atzean dauden gizarte- eta kultura-mugimenduek –euskararen ingurukoek ere– zailtasunak izan dituzte komunikabide mota hori abian ipintzeko, batez ere kontuan harturik erakunde publikoek oso interes gutxirekin sustatu dituztela telebista lokalak. Bestalde, oso enpresa pribatu gutxi ausartu dira telebista lokalean dirua inbertitzera; hala ere, azken urte hauetan, egoera hori aldatu egin da.

Egun, hogeita hamar telebista lokal baino gehiago aritzen dira gure esparruan, bost Araban, hamaika Bizkaian eta hamasei Gipuzkoan. Hala ere, hazkunde kuantitatibo horretaz gain, aldaketa ugari eta garrantzitsuak gertatu dira kanal lokalen izaeran. «Kanalen helburuei, hedadurari, transmisio-sistemari, aurrekontuari, finantzatzeari, programazioen ordu kopuruari, hizkuntzari eta edukiei dagokienez, aldaketa nabarmenak gertatu dira. Kanal bakoitzean, modu desberdinean gauzatu dira gainera» (Arana, Azpillaga eta Narbaiza, 2003:83).

Telebista asko direla ematen du, baina estatu osoan edo beste autonomia-erkidego batzuetan dagoen telebista kopuruaren aldean, laburra geratzen zaigu telebista lokalen zerrenda hori. «Asko ala gutxi dira, orduan, Euskal Herriko telebista lokalak? Galdera horrek ez du hemen erantzunik, ez baitago parametro bat bakarrik kopuruaren

[1] http://www.euskalnet.net/ptb/.

[2] Gogoan hartu telebista dela milurtekoaren amaieran komunikabiderik garrantzitsuena, bai ikusle kopuruagatik, bai inbertsio mailagatik baita eraginagatik ere.

egokitasuna neurtzeko. Izan ere, udalerri guztietan egon behar luke berezko telebista lokalik? Edo gertuko komunikazioa benetan sustatuko duen telebista lokalen sare sostengarria izatea litzateke erronka?» (Arana, Azpillaga eta Narbaiza, 2004: 16).

Azken urteotan, telebista lokalekiko interesa berpiztu egin da, komunikazio-taldeak telebista lokaletan indartsu sartu direnetik, lege-hutsunea aprobetxatuz. Kablearen hedapenak[3], halaber, aukera berriak ekarri ditu telebista lokalen programazioa zabaldu, ezagutzera eman eta hedatzeko. Uhin hertziarrez igortzen diren ekimenek ere izan dituzte aldaketa garrantzitsuak. Espainiako gobernuak telebista lokaletarako frekuentzia-plana iragarri zuen orain dela gutxi. Lizentziak digitalean bakarrik igortzeko izango omen dira eta telebista lokalek ezin izango dute gaur arte bezala modu analogikoan igortzen jarraitu.

Beraz, azken denboraldian ikuspegi berri bat sortzen ari da Euskal Herriko telebistagintza lokalean, helburu berriekin, estrategia berriekin, erronka berriekin, egitura berriekin.

1. Historia

Televisión Españolak 1956an hasi zituen bere emankizunak eta 30 urtez ez zuen ia konpetentziarik izan Estatu espainiarrean. Garai hartako eskaintza txikia zen; bi kate bakarrik zeuden: TVE-1 eta TVE-2.

1990ean, telebista-sistemaren lehen aldia itxi zen Espainiako Estatuan. Urte horretan, telebista autonomiko gehiago agertu ziren (Canal *Sur*, *TeleMadrid* eta *Canal 9*) eta martxan zeudenekin (*ETB*, *TV3* eta *TVG*) bat egin zuten; horietako batzuek, gainera, bi kate zituzten (*ETB2* eta *Canal 33*). Gaztela-Mantxak eta Kanariar Uharteek beste hamar urtez itxaron behar izan zuten beren kate autonomikoa izateko.

Baina Estatu mailako estaldura zuten hiru kate pribatu agertu zirenean izan zen unerik garrantzitsuena: horietako bik dohainik emango zuten programazio orokorra (*Tele 5* eta *Antena 3*), eta hirugarren katea

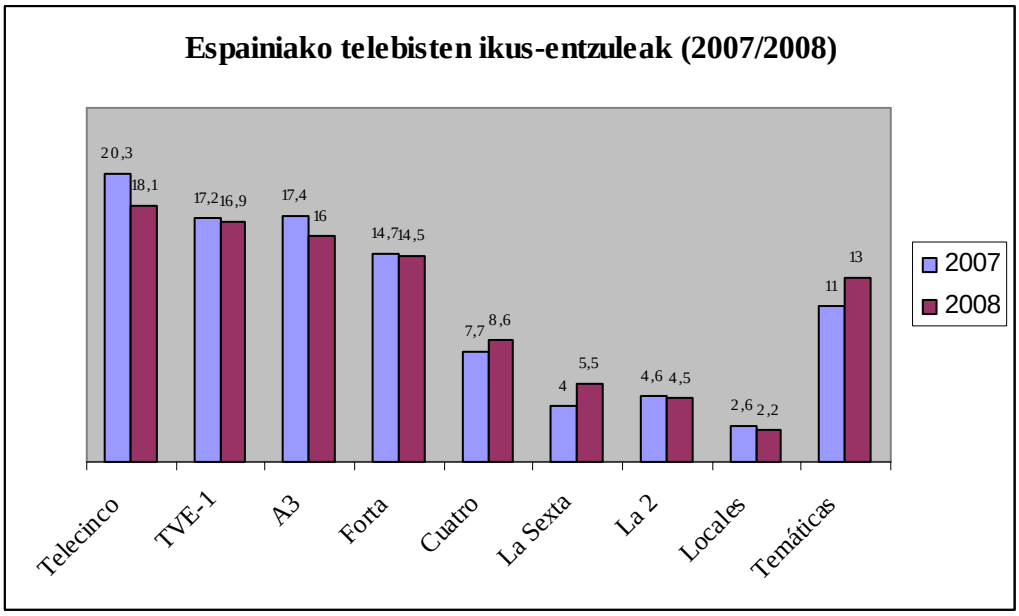
[3] Kableak lagundu egin du hiriburuetako telebistek izaera lokala gainditu eta eskualde eta/edo probintziarako hedatze-estrategietan.

(*Canal Plus*) ikusteko, berriz, ordaindu egin beharko zen, nahiz eta dohainik ere emango zituen hainbat programa.

Kateak gehitu ziren eta, gizartean eta teknologian, aldaketak izan ziren: lan-malgutasuna eta urrutiko agintea zabaldu ziren. Erabateko aldaketa egon zen telebista kontsumitzen zutenen ohituretan; ondorioz, telebista-enpresak berehala egokitu ziren joko-arauetara eta lehiaketa-eremu desberdinetara. Egoera berriaren adierazle nagusia telebista-industriaren agente guztiek 1993an adostu zuten akordioa izan zen: Sofresek (telebistako ikusleak neurtzeko enpresak) eskainitako datuen arabera antolatuko zen arloa.

Hamarkada bat geroago, 2005eko azaroan, *Cuatro* Sogecable enpresa-taldearen orotariko telebista-katea jaio eta dohainik igortzen hasi zen, Canal + (1990ean ordainpean igortzen hasi zen katea) birmoldatu eta Estatu osorako kate analogikoa izateko baimena esleitu ondoren. Cuatro telebista-kateak, bestalde, LTD (Lurreko Telebista Digitala) teknologia bidez ere igortzen du Espainiako Estatuan.

Halaber, *La Sexta* orotariko telebista-kate pribatua da. Teknologia analogiko eta digitalean igortzen du Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, S.A. enpresa-taldearen telebista-kate horrek. 2005eko abenduaren 26an, LTD teknologian igorri zuen Estatu osoan, eta, analogikoan, Madrilen eta Bartzelonan (lehen probak izan ziren). 2006ko martxoaren 27an hasi zen emanaldi erregularra.



Iturria: Sofres

Lurreko Telebista Digitala (LTD) errealitatea da jada. Espainiako Estatuko telebista-kate guztiek digitalean eta analogikoan igortzen zuten aldi berean 2002ko apiriletik. Halaber, operadore digitalek ere igortzen dute, hala nola *Veo TV*k eta *NET TV*k. Seinale hori jasotzeko, telebistari deskodetzaile bat gehitu behar zaio[4].

Plataforma horien bidez jaso daitezkeen telebista-kate gehienak programazio mota jakin batean espezializatu dira: naturari buruzko dokumentalak, marrazki bizidunak, musika, albistegiak, zinema... Era berean, une jakin batean programa bat erosteko aukera ematen dute plataforma horiek, futbol-partida bat edo pelikula bat adibidez.

Itzalaldi analogikoa (izen hori jarri diote Europar Batasuneko telebista eta irratiek analogikoan igortzeari utzi eta digitalean soilik igotzea) 2010. urtean izango da Estatuan. Ordura arte, bi modutara igorriko da, baina, data horretatik aurrera, LTD deskodetzailea beharrezkoa izango da telebista ikusteko.

[4] Horren gainean gehiago jakin ahal izateko, liburu honen X. atala irakurri.

1.1. Telebista Lokala Espainian

Geroago gogoratuko dugunez, lehenengo herri-telebista Katalunian sortu zen, 1980. urteko ekainean. Hala ere, herri-telebisten aurrekina Quebec-en izan zen, 1969an TEVEC fundatu zutenean.

Haren lehentasuna guztiz hezigarria zen (Beaud eta Flichy, 1979: 332). Bestalde, Quebeceko gobernuaren helburu esplizitua kultura babestea eta sustatzea zen, herri-telebistaren erabilera eginez.

Beraz, herri-telebista mota hori adibide on bat izan zen erakusteko gizarte zibila gai zela komunikabide-eredu hori martxan ipintzeko, eta kritika bat ikus-entzunezko industria proposatzen zituen erreprodukzio kulturalaren ereduei. Horiek, neurri handi batean, mugatzen zuten komunitate lokalen garapena.

Beste aldetik, herri-telebisten sorreran, garrantzi handia izan zuen ikus-entzunezko teknologien prezioa jaisteak, baita haiek erabiltzeko erraztasunak ere. Horrek posible egin zuen hainbat taldek herri-telebistak martxan jartzea.

1980ko ekainaren 7an sortu zen *Ràdio Televisió Cardedeu*, izen bereko herrian, herri-irratiek Katalunian izandako arrakasta aprobetxaturik. Estatu espainiarrean, bera izan zen lehen herri-telebista, eta ateak ireki zizkien atzetik etorri ziren beste telebista lokal askori.

Beraz, Cardedeuko telebistarekin, hausten hasi zen Espainiako telebistaren komunikazio-sistema monopolistikoa, bi modutan. Lehenengoz, ordura arte soil-soilik existitzen ez zen operadore berri bat sartuz, eta bigarrenez, aktore mediatiko berri hori komunikazio-eredu instituzionalaren alternatiba gisa definituz.

Kataluniako administrazioaren laguntza instituzionalak erakusten du hedabide berriak hasieran izan zuen interes politikoa, eta, horrenbestez, agerian geratu dira orduan ere herritarren eskuetan osorik zegoen komunikazio-eredua ezartzeko eragozpenak.

Ia-ia aldi berean, eta aurkako asmoekin, funtsean merkataritzaren kontzeptuetatik abiatu behar zuen tokiko telebista baten eredua eratzen hasi zen. Tokiko telebistaren merkataritza-kontzeptua Andaluzian sortu zen, telebista-kate nazionalen estaldura handitzeko egindako ekimenetatik, ekimen horiek komunitate-bideoen esperientzia bihurtu

baitziren. Kableak, azkenean, bere estaldura herriaren hiriguneraino hedatu zuen, eta, kasu batzuetan, bere eskaintzaren barruan, tokiko edukien programazioa sartu zuen; eta batik bat, TVEren seinalea banatzeko hedatutako azpiegitura eskasa zuten lurraldeetan, orotariko kateen seinalea berriro hedatzen zuen.

Cardedeun uhin bidezko tokiko telebista sortu zen aldi berean, gutxi gorabehera, Sanlucar de Barramedan ere, Cadizko enpresaburu batek errepikagailu bat instalatu zuen udalerrirako, telebista nazionala errazago jasotzeko; gero, errepikagailu horri tokiko eduki espezifikoak zituen kanala erantsi zion[5].

Ordutik, Estatu espainiarrean egiten ari den merkataritza-telebistako ekimen mota horretan, nagusi da etekinak lortzea helburu duen enpresa-estrategia ezartzen saiatzeko joera saihestezina. Estrategia horren ondorioz erabili behar diren elkartze moduak eta ezarri behar diren emankizun-zerrendak eduki propioen ekoizpen-arriskuak murriztera bideratzen dira, eta, horregatik, azken buruan, telebista horiek herritarren aukera gisa agertzeko interes oro bazter geratzen da.

Tokiko telebistaren kontzeptu desberdin hori laurogeiko hamarkadako lehenengo urteetan garatu zen. Orduan, tokiko telebistaren esperientziak estatuko lurralde osoan ezartzen hasi ziren, batzuetan kablea erabilita, eta gehienetan uhin bidezko igorpena erabilita.

Tokiko telebistaren bi ereduak arauketa juridiko orotatik aparte garatu ziren, trantsizioaren ostean sortutako ikus-entzunezko sistemaren diseinuari muzin eginda.

Kasu batean zein bestean, helburu eta asmo desberdinak gorabehera, garrantzitsuena da artean Espainiako telebista-sistema eraldatzeko lehenengo saiakerak egin zirela, telebista autonomikoen mapa zehazten hasi baino lehenago.

Udalen eta herritarren eremua komunikabide batez hornitzeko saiakera dugu. Hala ere, boterea mutur horietaraino deszentralizatzeko borondatea ez da sekula izan. Ondorioz, tokiko telebistek botere publikoaren erasoak jasaten zituzten etengabe, eta, orain dela gutxi arte, telebista-sisteman nahita bazterturik egon dira.

---

[5] Navarro Moreno, J.A. (1997): *La televisión local. Andalucía, la nueva comunicación*. Sevilla, Fragua.

Tokiko telebistek bizi izandako 25 urte luze hauetan izan diren gertaera soziopolitikoetara moldatzen eta bizirauten saiatu dira, lurralde guztietako gobernu eta botere politikoen kudeaketa kontuan hartuta.

1.2. Euskal Herriko herri-telebistak

Herriko edo tokiko telebistak azken urteotan ugarituz joan dira hainbat herri eta lekutan. Indarra eta lekua hartuz joan dira hedabide horiek. Euskal Herrian tokiko prentsarekin gertatu zen bezala, ugaltzen ari dira herri-telebistak ere.

Horregatik esan daiteke duela urte gutxiko fenomenoa dela herri mailako ikus-entzunezko hedabideena. Euskal Herrian funtzionatzen duten telebista lokal gehientsuenak 90eko hamarkadan sortutakoak dira eta horietarik asko azken urteetan[6]. Salbuespen bakarrenetakoak Eskoriatzako *Telesko* (1985) –hauxe izan zen sortzen aurrenekoa-, Andoaingo *Kanal On* eta Barakaldoko *Tele 7* dira. Horiek igortzen jarraitzen dute, baina badira iragan hamarkadan hasi eta, arrazoiak arrazoi, beren bidea eten dutenak, *Plentzia Telebista*k kasurako (1987).

Aurretik, beste esperientzia bat egon zen 1986an, *Ikas Telebista* Andoainen martxan jarri zutenean. Haren helburua hezkuntza-arloan mugitzen zen eta, horregatik, EHUk parte hartu zuen, baita Televideo Eskolak ere.

Egitura sendoago bat dutenen artean, eta kronologiari helduz, *Arrasate Telebista* (ATB) aipatzea da nahitaezkoa. Arrasate Telebista 1990eko otsailaren 13an hasi zen igortzen. Arrasateko Udaleko langileekin eta bitartekoekin, AED kultura elkarteak proposatutako ekimen batean oinarriturik, eta, egun, erreferentzia bilakatu da, bai erdietsi duen kalitate mailagatik, bai euskara hutsez aritu delako. Hamar urtez aritu zen, *Goiena Telebista* sortu arte.

---

[6] 1980ko ekainaren 7an sortu zen Cardedeu herrian *Televisió Cardedeu* (http://www.cardedeu.org/tele/), herri-irratiek Katalunian izandako arrakasta aprobetxaturik. Estatu espainiarrean bera izan zen lehen herri-telebista, eta bidea erraztu zien atzetik etorritako beste telebista lokal askori.

Zarauzko Telebista (ZTB)[7], *TeleBilbao* (TB) eta *Urnieta Telebista* (UTB) izan ziren ondorengoak, 1991 eta 1992 artean sortuak eta izaera ezberdinekoak hiruak ere. Kostaldekoa enpresa pribatu batek abiatua, baina udaletxearen babesa jaso du ; hiriburukoa iniziatiba pribatutik jaio zen bigarrena, eta hirugarrena, Urnietakoa, udalaren ekimenez sortu zen.

ZTB, *Zarauzko Telebista*, Cabledisen eskutik hasi zen igortzen 1991n. Garai hartako programazioa ordu batekoa zen. Bere jaiotzetik urte batera, ZTBk aldaketa handia egin zuen, eta bere programazioa hiru ordu ezberdinetan ematen zuen. ZTBren historian, programa asko izan dira, eta oso ezberdinak gainera. Programa horietatik, asko erreportajeez hornitzen ziren, baina beste batzuek ideia berritzailea zuten helburu. 2002ko udazkenean, ZTBren bigarren iraultza etorri zen: programazioa asko zabaldu zen, goizeko emankizun edo magazine moduko batekin eta albisteen aurrerapenarekin eguerdian. ZTBk etorkizun oparoa du, programazio urria eman arren kalitate handikoa baita, eta hango profesionalek beren trebezia argi utzi dute. 1992an, *Jaitxiki TB* ere sortu zen.

1994ean, *TeleDonostik* (TD) eta Eibarko *Kateberriak* (KTB) heldu zioten erronkari. Lehenak, batez beste, hamabi orduko programazioa igortzen du egunero, nahiz eta horren erdia kanpo ekoizpena den –hau da, erositako saioak– eta bigarrenak bi orduz, baina berek ekoiztutakoak. Biak ere publizitatez hornitzen dira bizirik irauteko.

Kaito Telebista herri mailako telebista-igorgailua sortzeko ideiari 1992an heldu zion Nicolas Oteizak. Pausoz pauso eta urtez urte, *Kaito Telebista* pixkanaka indartuz eta ezagutzera emanez joan zen, lehenengo Azpeitian eta geroxeago, berriz, 1995ean, baita Azkoitian ere.

*Ermuko Telebista*k (ETL) 1995eko hondarrean ekin zion lanari. *Teleskor*ekin, ZTBrekin eta UTBrekin batera.

Hurrengo urtean, 1996an, telebista andana sortu zen Euskal Herrian: Gasteizko biak, *Canal Gasteiz* eta *TeleVitoria* (TV), Iruñeko *Canal 4* –aurretik Nafarroako hiriburuan igortzen zen *Pamplona Televisión* desagertu ostean jaio zen gaurkoa–, *Tafalla Televisión* eta *Oarso Telebista*. Aurretik, telebista estrategikotzat jotzen zuen euskaltzale

[7] http://www.zarauzkotelebista.net/.

talde bat jo eta su aritu zen lehen irudi haiek aireratzeko. 1995eko urtarrilean hasi ziren lanean horretarako. Pasaian, Lezon, Errenterian eta Oiartzunen ikus daitekeen telebista horrek berregituraketa sakon bat bizi izan zuen eta, 1996. urtearen hasieran, indarberriturik ekin zion bideari[8]. Geroztik, zailtasun eta oztopo ugariren gainetik, bailarako euskaldunak informatzeko eta entretenitzeko lanean jardun zuen.

Errepasoarekin jarraituz, 1997an, *Canal Bizkaia Telebista*k[9], *Txingudi Telebista*k[10], *Xaloa Telebista*k eta Aldudarrak-en *Ele Bista*k lehen urratsak eman zituztela aipatzea besterik ez zaigu geratzen. Ezin ahaztu, hala ere, 1998ko ekainaren 1ean *Ttipi-Ttapa Telebista*k bere lehen irudiak igorri zituela, telebideoa martxan jarriz. Urtebetetze agurrak, publizitatea eta bestelako informazioak agertu ziren lehenengoz[11].

*Ttipi-Ttapa Telebista*k 2009ko urtarrilaren 31n igorri zuen azkenen aldiz. Arrazoi nagusien artean, Nafarroako Gobernuak euskarazko komunikabideekiko duen jarrera tamalgarria dugu[12].

Handia eta aberatsa izan ondoren azken urteotan Arrasaten herriko komunikabideen alde egindako lana, 2000ko maiatzean, hasi zen

[8] Arnasa euskara-taldearen eta Lau Haizetararen ekimenez sortu zen.
[9] http://www.canalbizkaia.com/.
[10] http://www.bidasoa.net/txinguditelebista/indexeus.htm.
[11] 1998ko ekainaren 15an, bere lehendabiziko emankizuna igorri zuen. Nerbioak eta arazo teknikoak tartean, behar baino ordu erdi geroago hasi zen informatiboa.
[12] Momentuko egoera eta etorkizunera begira dauden aurreikuspen ekonomiko eta legal kezkagarriak kontuan hartuz, telebistaren jarduna urtarrilaren 31n gelditzea erabaki zuen Ttipi-Ttapa Fundazioak. Ez zen erraza izan. Luze hausnartu ondotik hartutako erabakia izan zen, samina eta nekez hartzen den horietakoa, jakinda, ongi jakin ere, zenbat kostatzen diren gauzak aitzinera ateratzea zerotik hasita. Izan ere, Nafarroako Gobernuaren diru-laguntzarik gabe, krisi orokorraren eraginez publizitatean diru-sarrera gutxiagorekin eta, LTDaren atarian Foru Administrazioak eta Espainiako Gobernuak telebistaren egoera legeztatu eta igorgailurako lizentzia eskuratzeko aukerarik gabe utzi ondotik, ikusi zen erabakirik zentzuzkoena arduraz jokatzea dela. Hasiera batean uste zen posible izango zela telebistari eustea diru eta giza baliabide gutxiagorekin. Denborarekin, ordea, garbi ikusi zen usteak ustel zirela, eta baldintza minimoen azpitik saiatzea, batere erreala ez izateaz aparte, kaltegarria ere izan zitekeela epe ertain eta luzera begira. Gauzak horrela, hortik aitzinera, indar guztiak aldizkaria eta webgunea indarberritzera bideratu ziren.

igortzen *Goiena Telebista*, Debagoieneko eskualde telebista[13], *Arrasate Telebista*ren eta *Atxabalta Telebista*ren eskarmentua eta baliabideak aprobetxatuz. Programazioari dagokionez, bi lan arlo nagusi dituzte. Lehenengoa informazioa da. Eguneroko albistegia da hor garrantzitsuena. Bigarren atal nagusia entretenimendua da, eta, hor, bailarako ekitaldiak grabatzea da gero eta gehiago landu nahi dutena. GoiTBren helburua hurbileko informazioa euskaraz lantzea zen; egindako diagnostikoen arabera, euskarak esparru berriak sortu behar ditu, eta hurbileko informazioak gero eta garrantzia handiagoa izan behar du.

Lehen esan den moduan, aurretik Arrasaten ari zen *Arrasate Telebista* izan zen *Goiena Telebista*ren oinarri nagusia, eta Goiena kooperatibak kudeatu zuen[14].

2003ko abenduaren 31n eman zuen azken emankizuna *Oarso Telebista*k. Lehentxeago (2002ko irailean), *Durango TB*[15] hasi zen igortzen. Hasiera batean, hiru orduko programazioa zuen, baina, gaur egun, Bizkaian gehien ikusten diren telebista lokalen artean dago. Alain Salterianen ustez (*Durango TB*ko zuzendaria), «ez da erraza izan, baina eguneroko lan gogorrari esker lortu dugu»[16]. Gogoratzen duenez, 1990ean, *Durango Irratia* sortu zuten; ondoren, *Uriberri* aldizkaria jaio zen. Durangaldeak eman zezakeena ikusita, telebista bat martxan jartzea pentsatu zuten. Helburua Durangaldeko herritar guztiei gerturatzea izango da dagoen errealitatea kontuan hartuta.

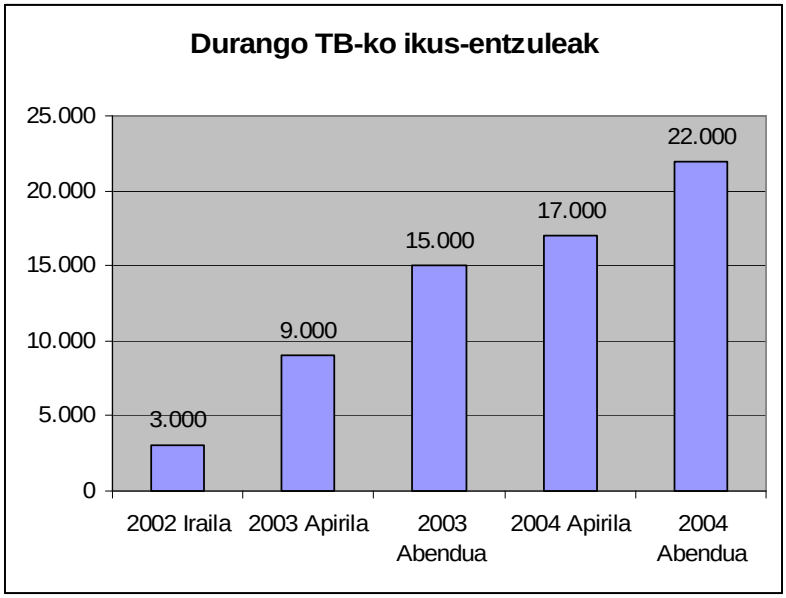
---

[13] Gaur egun, bederatzi herritara zabaltzen da: Arrasatera, Aretxabaletara, Aramaiora, Antzuolara, Bergarara, Elgetara, Oñatira, Gatzagara eta Eskoriatzara, hain zuzen ere.

[14] GOIENA 2000 urtean sortu zuten Debagoieneko euskara-elkarteek ibarreko euskarazko komunikabideak indartu eta garatzeko asmoz. Elkarteek kooperatiba bat bultzatu zuten han eskualdeko udalak eta GOIENAko langileak integratzeko asmotan. Urte hauetan, prentsan garrantzizko garapen bat erdietsi du bere produktuak astean bi egunez kaleratuz. Telebista eskualde osora zabaldu da eta seinalea zuntz optikoz hedatzea ere lortu du. Telematikan, Goiena.net eskualdeko ataria sareratu du eta Sustatu.com-en arlo editoriala zuzendu. Aurreko guztiez gain, Arrasateko Udalarena den *Arrasate Irratia* kudeatzen du.

[15] http://www.durangotb.com.

[16] *Deia*, 2004/01/18.



Iturria: CIES.

Azken urte hauetan, zabalkunde nabarmena izan duela erakusten dute inkesta bateko datuek. Eskualdeko herri guztietan egin da galdeketa eta etxeen % 92ra heltzen da seinalea[17].

Bide luzea eta gogorra izan ondoren, azkenik, 2003ko urriaren bukaeran, *Goierri Telebista*[18] bere lehen emankizunak igortzen hasi zen, Euskaltelen kablearen bidez. 2004ko urtarrilean, berriz, uhin bidezko emanaldia hasi zen; hala, seinalea Beasain, Ordizia, Lazkao, Idiazabal, Legorreta, Olaberria, Ormaiztegi, Segura, Gabiria, Zerain, Arama, Gaintza eta Altzaga herrietara iristen da.

2004an, beste herri-telebista berri bat sortu zen, *Izarraitz Telebista*, Urola bailaran, Azpeitian. Txema Zubizarreta eta Bixente Aldalur lagunek sustatu zuten proiektua eta bi ardatz nagusiren bueltan garatuko zuen bere jarduera: tokiko informazioa eta sorkuntza. *Izarraitz* herritarren parte-hartzeari zabalik dagoen telebista izatea nahi zuten eragileek, eta ikastaroak antolatu zituzten xede horrekin. Egitasmo pribatua izanda, publizitatea izango zen katearen

[17] http://www.goiena.com/goitb.
[18] http://www.goierritelebista.com.

finantzazio-iturri nagusia. Halere, bailarako Udalekin harremanetan hasi ziren dirulaguntzak eskuratzeko.

2005eko bukaeran, *TeleDonosti* eta *Localia* kateek beste lehiakide bat izan zuten Donostialdean: Nervión Comunicación taldearen *Teledonostia*. Iñigo Arrarte proiektuaren zuzendaria azaldu zuenez, UHFko 24an sintoniza zitekeen katea. «Oraingoz, *TeleBilbao*tik Espainiako Estatuko hainbat katetarako egiten den programazioa eskaintzen dugu. Urtea amaitu aurretik, ordea, Donostian grabatutako saio txikiak ematen hasi nahi dugu». *Radio Donosti*rekin lotura du kate berriak; oraingoz, gaztelaniaz egiten dute programazioa, baina elebiduna izatea nahi dutela azaldu zuen zuzendariak.

Azken urteotan, erruz ugaritu dira. Lerro hauek idazteko unean, agian, herri-telebista baten jaiotzaren berri izan dezakegu. Hala, zaila da zehaztea gurean dauden tokiko telebisten kopurua. Igorpen-eremua Euskal Herri osoa baino txikiagoa duten telebista-kanalak kontuan hartuta, 60 bat kate daude.

1.2.1. Kontzentrazioa talde handietan

Hego Euskal Herriko lau herrialdeetan, tokian tokiko hainbat telebista ikus daitezke, eta, oro har, gaztelania euskararen aurretik dago. Udalak, elkarteak eta enpresa handiak dira kudeatzaileak. Badira udaletatik bultzatu eta herri-elkarteek kudeatzen dituzten telebistak ere. Euskararen normalizazioaren alde egiten duten telebistetan, esate baterako, udalek azpiegitura jarri ohi dute. Errentagarritasun ekonomikoa bilatzen dutenak, berriz, hiriburuetan kokatu ohi dira, eta hedabide talde handiekin dute harremana.

Azken urteetan, kate kopurua ugaldu egin da, bereziki hedabide talde handiek bultzatutako proiektuen bitartez. Localia, Local Media eta Correo hedabide taldeenenak dira tokian tokiko telebista nagusiak.

2. Definizioa

Ana Isabel Rodriguezek honako hau proposatzen du: «Televisións Locais ou de Proximidade son as que emiten para un municipio, unha comarca o un barrio. É aquí donde o concepto da promididade axuda a establece-los límites dinha emisora local fronte ó siguiente escalón

que xa estaría ocupado pola televisión rexional. Proximidade, xunto con producción propia de interés local, participación directa dos cidadáns, publicidade local, servicio público, pluralismo e instrumento socio-cultural de normalización lingüística, son algunhas das características máis salientables que permiten a unha serie de emisoras recibí-lo nome de Televisións Locais» (Rodríguez, 2001:48).

Katalunia kontuan harturik, Pradok eta de Moragasek honela definitzen dute tokian tokiko telebistagintza: «Tokiko telebista nagusiki tamaina txiki edo ertaineko giza komunitate batentzat egiten dena da, lur-eremu jakin batean, haren eguneroko esperientziei buruzko edukiak, haren kezka eta arazoei buruzkoak, haren hizkuntza, arte- zein kultura-ondarea eta haren memoria historikoa jorratzen dituena» (Prado eta de Moragas, 2002: 76).

Teorialari gehienek diote telebista lokalaren fenomenoa sortu dela masa-komunikabideei aurre egiteko, horiek tokian tokiko ohitura batzuk lausotzea lortu zutelako: «la televisión local surge de la necesidad, cada vez más imperiosa, de recuperar tradiciones perdidas, acontecimientos ignorado por las grandes cadenas televisivas obsesionadas en superproducciones transnacionales y engañosas» (Iborra, 1992).

Asier Arangurenek, berriz, telebista lokaltzat zer jotzen duen gogorarazten digu: «Telebista lokalak herri, hiri edo eskualde jakin bateko bizilagunek berta-bertako informazioa eta entretenimendua jasotzeko duten eskubide eta jakin-minari bereziki erantzuteko asmoz sortutako telebista-kateak dira» (Aranguren, 1999:233).

Baten batek justifikatzen du herri-telebisten jatorria behar batean, «en la necesidad de promover la comunicación desde ámbitos ciudadanos con la clara intención de profundizar en el desarrollo de la neonata democracia española y hacer efectivos los movimientos críticos al sistema monopolístico de la televisión pública estatal pero, también, se comienza a intuír el evidente interés que tiene el sector para las administraciones de ámbito territorial inferior al estado» (López Cantos, 2003:120)

Teorialari guztiak bat datoz telebista lokalaren kontzeptua definitzeko zailtasunak dituztela azpimarratzean. Definizioetan, behin eta berriro azpimarratzen dira ezaugarri batzuk; «así la mayoría de los

investigadores considera que la televisión local es un medio de comunicación circunscrito a un área determinada y que debe realizar producción propia, un primer matiz para diferenciarlo de medios generales y otros medios 'menores'» (Navarro, 1999:70); kontuan hartzekoa den alderdia: «entendemos por televisiones locales a aquellos entes con capacidad para producir programas, excluyendo de esta manera a los vídeos comunitarios, por venir definidos como empresas exclusivamente de difusión, aunque debemos tener presente la transformación de buena parte de ellos en empresas complejas que, además de emitir, elaboran algunas producciones audiovisuales, que, en su mayor parte, son informativos locales» (Álvarez Monzoncillo, 1992).

3. Ezaugarriak

Gertutasuna, eduki propioak eta euskararen presentzia. Horiek dira, azken batean, tokiko telebistaren ezaugarririk nabarmenak. Gainera, tokiko telebistek hurbileko esparruari lotutako informazioa eman behar dute. Gaur egungo gizartean, tokian tokikoak funtsezko lekua du eta hortxe dute tokiko telebistek gunerik behinena. Hala ere, herri-telebisten esparrua konplexua da. Telebista bakoitzak berezko ezaugarri propioak ditu, jakina, «beste edozeinetatik ezberdina egiten dutena» (Arana, Azpillaga, Narbaiza, 2004:32).

1. –Sortu direnetik, herriko jendearen gauza txikiak telebistan agertzea izan da telebista lokalen ilusioa. Auzoetan dagoen bizitasuna telebistaren bidez azaldu nahi dute, hori ez baita telebista handietan agertzen. Haien eskakizun bakarra zeregin horretan jarraitzen uztea da. Izugarrizko onura ematen diote gizarteari, tokiko berriak eta bestelako informazioak biltzen direlako.

2. –Tokian tokiko igorpen-esparrua erabili izan da beti elementu definitzaile modura. «Telebista lokal edo hurbilekoak udalerri, eskualde edo auzo baterako igortzen dutenak dira. Gertutasunaren kontzeptuak berak lagunduko du igorgailu lokal baten mugak jartzen, hurrengo mailan legokeen eskualdeko telebisten aldean» (Rodríguez, 2001:48). Hasiera batean, herria edo hiria ziren eremu geografiko mugatzaileak telebista lokalaren hastapenetan. Denboraren poderioz, muga horiek desagertu dira eta zabaldu egin

dira, eta, prozesu horretan, erabilitako igortze-bitartekoek ere eragina izan dute. Kasu gehienetan, aire bidezko igortzea erabili dute telebista lokalek haien programazioa zabaltzeko bide gisa, baina badira salbuespen batzuk. Hala ere, azken urteotan, kable bidezko azpiegitura asko zabaldu da hemen Euskal Herrian, batez ere Euskaltel kable-operadoreari esker.

«Igortze-esparrua zabaltzeko joera dagoen arren, udalerriaren mugen barruan aritzen direnak asko dira oraindik ere; telebista lokalaren lokaltasun kontzeptuak muga geografikoari zegokion oinarrizko zentzuari jarraitzen dio» (Arana, Azpillaga eta Narbaiza, 2003:89).

3. -Errealitate oparo horrek ederki islatzen du informazio lokalak gizartean pizten duen interesa. Tokitan bizi denari jazotakoak gehiago estimatzen ditugulako lagun hurkoari gertatutakoak baino. Herriko telebista herrian gertatzen diren kontuekin eta herritarrekin berekin lotuta ikusten da estuki. Horregatik, orotariko kateek ere gero eta tarte handiagoa ematen diete gai bati buruzko saioei eta lurraldeetako emanaldiei.

Aurreko esaldian esaten denaren ildotik, zera esaten du Miquel de Moragasek: «Hurbileko telebista batek jorratu beharreko edukiak, kanalaren igortze-esparruan bizi direnen egunerokotasunari, ardurei eta arazoei, ondare linguistiko, artistiko eta kulturalari eta oroitzapen historikoari buruzkoak izango dira (...). Azpimarratu beharra dago hurbiltasuneko ikuspegi horrek ez dakarrela hurbileko edukien emate soila baita bertan egina edo produzitua izatea ere» (Moragas, 2000:26).

4. -Herrietako telebistek, nahiz eta horretan ere ezberdintasunak egon, baliabide xumeak dituzte, oro har. Gastu ugari eta diru-sarrera gutxi. Horixe dute tokian tokiko telebistek. Hala ere, integratzailea, aniztasunaren aldekoa, zabala, independentea eta profesionala izateko helburua dute, eta hori diruaz baino, proiektuan sinetsiz lor daiteke.

5. –Zerbitzu publikoa izatearen helburu dutenak gehiengoa izan arren, bi motatako ekimenak bereizten ditugu telebista lokalen artean, gizarte-eragileek sortutakoak eta udalen ekimenek sortutakoak (horiek oso gutxi dira Hego Euskal Herrian beste herrialde batzuen aldean, Kataluniaren aldean, esaterako: *Telesko*, *Mendaro TB*, *Urnieta*

TB,…). Hala ere, enpresa-izaeratik jaio eta errentagarritasun ekonomikoa eta, askotan, autoenplegua bilatzen duten telebistak aurki ditzakegu, batez ere azken urteotan. Multzo horretan, bereizketa argia egin daiteke bi ereduren artean (Arana, Azpillaga, Narbaiza, 2004): enpresaburu txikiek, sarritan autoenplegu gisa, sortutako ekimenak, batetik, eta enpresa-lehia edo -oinarri zabalagoekin sortutakoak, bestetik.

6. -Nahiz eta asko izan eguneko tarte batzuetan edo egun berezietan (herriko jaietan, Aste Santuan,...) bakarrik igortzen duten herri-telebistak, emanaldien iraupena luzatuz ere joan da, eta, gaur egun, ikusten den bezala, gehienak emanaldi iraunkorrekoak eta maiztasun handikoak dira. Emanaldien iraupena luzatzeko erabiltzen diren estrategiak oso desberdinak dira, baina, gehienetan, errepikapena jartzen da martxan, «baita estatu-mailako kanal orotariko arruntetan ere, baina, telebista lokaletan, arruntagoa da, nola ez, horien produkzio-gaitasuna eta programak eskuratzeko ahalmena haiena baino askozaz txikiagoa baita» (Arana, Azpillaga eta Narbaiza, 2004:34).

Azpimarratzekoa da, halaber, igortze-orduak betetzeko, gero eta garrantzi handiagoa duela kanpo-produkzioak; alde handiarekin, gainera, horixe da nagusi. Baina zailagoa da programazio-merkatu arruntetan telebista lokal horietarako programak lortzea, baliabide ekonomikoen ezagatik, batez ere. Salbuespen bakarra hiriburuetako telebistek egiten dutena da, horiek lortzen baitituzte halakoak, baina gehienetan ez dira izaten kalitate handiko programak.

Hala ere, azken urteotan, finantza-ahalmen handiagoari eta komunikazio-taldeetan integratuta egoteari esker, posiblea da kalitate handiko programak eskuratu eta ematea.

Hori dena hala izanda, euskara kalteturik suertatu da. Izan ere, haren presentzia oso txikia da telebista lokaletan; hala ere ezberdintasun handiak daude kanal batzuetatik bestetara.

7. -Publizitatea eta erakunde publikoek emandako dirulaguntzak dira komunikabide horien finantzabide nagusiak. Publizitatearekin batera, produkzio-zerbitzuek eta programen salmentek ere pisua dute telebista lokalen jarduera finantzatzeko baliabideen artean.

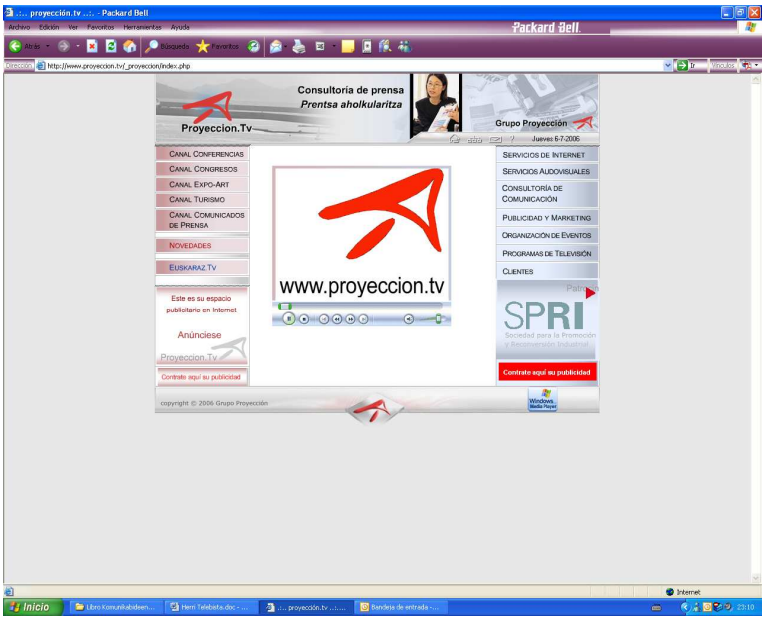
Herrietako telebistek, oro har, baliabide gutxi dute eta batzuek diru-laguntzei esker irauten dute bizirik. Hala eta guztiz ere, azpimarratzekoa da atal honetan, telebista gehienak, oraindik, urrun daudela errentagarri izatetik. Alderantziz, galera handiak dituzte haietako askok. Hainbat arrazoi daude hori horrela izateko. Baina posiblea da, halaber, inbertsioaren helburua errentagarritasuna lortzea ez izatea. «Orain, merkatu lokaletan kokatzea da garrantzitsua eta berdintsu samarra da horrek eskatzen dituen inbertsioak, bihar ikusiko da» (Arana, Azpillaga eta Narbaiza, 2004: 31).

8. -Kontzentrazioa da lege. Hiru talde handinahien menpe daude gehienak: Localia (*Canal Bizkaia, Txingudi TB*, etab.), Vocento (*Bilbovisión*[19], *Tele Donosti*, etab.) eta Local Media (*TeleBilbao, TeleVitoria*, etab.). Aipatu kateok talde horien mende daudela esan daiteke, eta kanpo-produkzioa gailentzen da. Asko handitu da talde horien presentzia Hego Euskal Herriko telebistagintza lokalean azken urteotan. «Talde horiek eremu lokala, merkatu-aukeratzat eta esparru eraginkortzat hartzeaz gain, datorkigun erronka digitalerako kokatuta egoteko baztertu ezinezko abagunetzat jotzen dute» (Arana, Azpillaga eta Narbaiza, 2003:91).

9. -Lehen aipatu dugun moduan, igortze moduan ere, aniztasuna da nagusi. Gehienek uhinez igortzen dute, baina gero eta gehiago dira kablearen trena hartu dutenak. Egun, bakar batek igortzen du Internet bidez, *Proyección TV*k[20].

[19] http://www.bilbovision.com/.

[20] ETB-1 kateak egunero ematen duen "Iparraldearen orena" albistegiaren bideo guztiak ikusteko aukera ematen du martxan hasi berri den Itelebista webguneak (http://www.itelebista.com). Telebistako saio horrek bost minutuko iraupena du, eta Lapurdiko, Zuberoako eta Behe Nafarroako berriak ematen ditu. Estreinatu berria da Itelebista (2006ko ekainean), baina bost urte igaro orduko 5.000 bat hartzaile izatea espero dute egitasmoaren arduradunek. Ipar Euskal Herriko biztanleak dira, hasiera batean, gunearen edukien hartzaileak, baina Hegoaldeko jendea eta diasporakoa ere hurbildu daitekeela pentsatzen dute, horretarako, tresna oso egokia baita Internet.



10. -Herri-telebisten zailtasunak:

-Kobratzen ez direnez, publizitateaz gain, batzuetan diru-laguntzak eskatu behar izaten dira haien iraupena bermatzeko.

-Informazioa emateko inguru zehatzak lantzen direnez, beste inguruko herrietako informazioa ematea ez da posible.

-Publizitate egiteko ere, inguru horretakoa egin behar da, eta horrek muga handia dakar. Gainera, herrialde horrek bestelako komunikabide batzuk baldin baditu inguruan, lehia handia sortzen da eta zailtasunak agertzen dira.

-Zailtasunak egoten dira guztiengana heltzeko.

4. Tipologia

«Nahiz eta Telebista Lokal izenburupean guztiak sartzen diren, aterpe horretan dagoen errealitatea askotarikoa da eta ez dago tipologia bakar bat ezartzeko modurik» (Arana, Azpillaga, Narbaiza, 2005). Horren arrazoia autore horiexek ematen digute: «hori horrela izatearen arrazoi nagusienetakoa, nagusia ez bada, araudi ezari eta ondorioz instituzioek

izan duten utzikeriari leporatu dakioke» (Arana, Azpilla eta Narbaiza, 2003:83).

Bi eredu desberdindu beharra dago hasiera-hasieratik. Batetik, kablez hedatzen den telebista; bestetik, uhinez zabaltzen dena. Gaur egun, hirugarren aukera modura, satelitea erabiltzen dute zenbait telebista lokalek beren programak trukatzeko (baina Hego Euskal Herrian ez dago horrelakorik).

Asier Arangurenek lau motatako telebista bereizten ditu. Lehenak hiriburuetakoak. Horiek errentagarritasun ekonomikoa dute helburu –horregatik, gehienak komunikazio-talderen bati lotuta daude (Localia eta Vocento taldeetan, nagusiki)–, «eta horrek ahalmen handia dakarkie teknikoki, programa-zerrenden aldetik eta ekonomikoki» (Arana, Azpillaga eta Narbaiza, 2003 (b):69); dirua egin nahi dute eta publizitatea dute finantziazio-bide. Telebista bat ipintzen dute negoziogune garrantzitsua delako. Hiriburuetako telebistek, salbuespenak salbuespen, gutxi erabiltzen dute euskara[21], nahiz eta programazio-eskaintza handiak izan –eguneko 24 orduak betetzen dituzte–. «Donostiako kasua kenduta –hor euskarazko komunikabide multzo indartsua baitago– Euskal Herriko beste hiriek euskarazko komunikabideen arloa xumeago dute, eta ez da agertzen eredu argirik. Egia da hiri guztietan daudela euskarazko komunikabideak; batzuetan, zailtasun handiz aurrera egin dute, eta beste batzuek baldintza hobeetan jarduten dute» (Zabaleta, Urrutia, Gutierrez, Xamardo eta Mendizábal, 2000; Ortega, 2003). Jende kopuru handiagoarentzat igortzen dute mezua, ikusle potentzial handiagoa dute, beraz, eta horrek publizitate gehiago lortzeko aukera ematen die. Irabazteko asmoa dute horietako askok, zerbitzu bat emateaz landa.

Edorta Arana, Patxi Azpillaga eta Beatriz Narbaiza EHUko irakasleek hiru telebista mota bereizten dituzte: herritarren zerbitzua edo gizarteak parte hartzea bultzatzen dutenak; errentagarritasun ekonomikoa bilatzen dutenak; eta hirugarrenik, eragin-eremu bat sortu nahi dutenak eta alderdi politikoekin lotura handia dutenak. Azken bi

[21] Orain gutxi, kanal handi batzuk hasi dira euskaraz zerbait igortzen, Eusko Jaurlaritzak euskaraz aritzearren ematen dituen diru-laguntzak jaso ahal izateko. Hala ere, egun, kate batzuei laguntza horrek ez die axola, kasu batzuetan ez baitute ezer ematen euskaraz.

taldeetako telebista-kateetan, kultura- edo hizkuntza-helburuak gutxienekoak dira.

Ez dezagun ahatz telebista lokal nagusi horien sortze-arrazoia zein den. Adibide pare bat, alde batetik, Susana Armentiak, *Canal Gasteiz*eko[22] zuzendariak, honako hau esan zuen Gamarrako Atarian Gasteizko telebistak instalazio berriak inauguratu zituenean: «Tenemos un objetivo bien claro, realizar una televisión cercana, plural, profesional y, por encima de todo, al servicio de todos los ciudadanos (…) La vocación de liderazgo es inequívoca y el compromiso con la sociedad alavesa, total»[23].

Beste alde batetik, *Canal Bizkaia*ko webgunean, honako xede hau agertzen da: «Ofrecemos una televisión de proximidad, diferenciada y especializada en Bizkaia, igorendo unos programas con un claro perfil de servicio, tanto de produccón propia como ajena, de primera línea en el panorama televisivo actual, con un único objetivo, colaborar en el desarrollo integral de nuestro territorio, Bizkaia. Fruto de la estrategia corporativa tendente a desarrollar alianzas estratégicas con los principales agentes del mercado, se ha producido la firma de un acuerdo de colaboración entre Canal Bizkaia y Localia (…) Este acuerdo consolida la trayectoria de Canal Bizkaia en su apuesta por la calidad e impulsa su proyección de futuro como televisión referencial en Bizkaia junto a un grupo lider». Hirugarren adibide modura, *Canal Euskadi*ek [24] aipatzen duena: «Se posiciona entre la única opción autonómica ETB, y las televisiones locales, juntando en un mismo producto lo mejor de cada una de ellas: la calidad y profesionalidad de la autonómica y la cercanía de las locales».

Adibideak baino ez dira, baina hiriburuetako telebista lokal pribatuen xedearen norabidea markatzen digute.

Bigarren mota hirietako telebista lokalak dira, *Tele 7*, *Txingudi*, KTB... eta horrelakoak. Horien filosofia hiriburuetako telebisten bera da, baina hiriak txikiagoak dira eta merkatua ere, beraz, txikiagoa. Azken finean, ikusle-kontua da. Horiek ere, batez ere, gazteleraz igortzen dute, nahiz eta euskararen presentzia oso desorekatua izan

[22] http://www.canalgasteiz.com.
[23] *Noticias de Álava*, 2005/12/18.
[24] http://213.198.89.39/html/modules/news/.

beren artean alderatuta. Gaztelera nagusi izaten bada ere, euskararen presentzia oso garrantzitsua den tokietan, kasu batzuetan, berdindu eta beste batzuetan gainditu egiten du –betiere hori, bai, barne-produkzioaz ari garela–. Haien programazioa sortzerakoan, komunikazio-talde handiek katean ematen dituzten edukiak erabiltzen dituzte; beraz, barne-produkzioa asko gutxitzen da, telebista lokal handiek beren saioen zerrenda osatzean erabiltzen dituzten produktuen aldean.

Hirugarren mota euskaraz igortzen duten telebista lokalak dira. Hor, bai abiapuntua, bai azken helburua guztiz desberdinak dira. Alegia, herri-ekimenek, euskalgintzak, sortutakoak dira eta hizkuntzaren normalizazioaren bidean tresnatzat jo behar dira. Euskara hutsez egiten dute lan eta euskara hutsez lan egiten duen komunikabide batek ez du inoiz negoziorik egiterik, dirutan behintzat. Horiek barne-produkzioko programekin betetzen dituzte beren emanaldi-taulak, baina 24 orduko programazio horretatik oso urrun daude. Emanaldia betetzeko, errepikapena askotan erabiltzen dute. Horretaz gain, askok herritarrentzat interesgarria izan daitekeen informazioa ematen dute (autobusen ordutegiak, guardiako farmaziak,...); horri "karrusela" deitu izan zaio. Herritarrentzako zerbitzu publikoa izanik, bertakoen beharrak asetzen saiatzen dira.

Azkenik, ez-profesionalak izeneko telebista lokalak ditugu. Ez dute egitura profesional bat atzetik. Normalean, hasten ari diren telebistak dira edo atzetik enpresa edo elkarte-proiektu finko bat ez duten ahaleginak. Nahiz eta ezaugarri asko izan (aurrekontu oso txikia, seinalearen hedapen txarra, formatu ez-profesionalean igortzea,...), noizean behin igortzen duten telebista txikiak dira, herriko festetan eta halakoetan (*Kaito Telebista*). «Tradizionalki asko izan dira, baliabideen urritasunagatik, hain zuzen ere, noizean behin eta bakarrik eguneko tarte batzuetan igortzen zuten telebista lokalak» (Arana, Azpillaga, Narbaiza, 2004:33). Denborarekin, batzuk goragoko mailatara iragaten dira eta beste batzuk, lehenago esan dugunez, desagertu.

Adibide moduan, *Kanal On* dugu. *Kanal On*, Andoaingo bertako telebista da. Zinema eta Bideo Eskolaren sostengu tekniko nahiz gizon-emakumeak duen udalerriko igorgailua bat da.

Edorta Aranak, Patxi Azpillagak eta Beatriz Narbaizak telebista lokalen bost eredu bereizten dituzte nahiko erraz, emanaldien maiztasuna, emanaldien osaera, programazio-taularen sortzea, programen jatorria, emanaldiaren izaera (originala, errepikapena) eta euskararen erabilera konbinatzen dituzten moduaren arabera. «Lehenengo eta behin, kanal handi izenda daitezkeenak daude, hiriburuetan eta haien inguruan kokatzen direnak (*Tele 7*…). Bigarrenik, katean igortzen duten telebista ertainak, igortze-esparru txikiagoetan aritzen direnak baina beren programazioa sortzean komunikazio-taldeek katean ematen dituzten edukiak erabiltzen dituztenak (*Mendaro TB*, *Txingudi TB*…). Hirugarrenik, euskara hutsean aritzen diren igorgailuak, hizkuntza horren aldeko apustua egiteak programazioa goitik behera baldintzatzen baitu (GoiTB, *Zarauzko TB*…). Laugarrenik, kanal ertain-txikiak, esparru ertain eta txikietan aritzen direnak, taldeetako kateekin zerikusirik gabe, oso baliabide ekonomiko urriekin (*Durango TB*, *Kanal On*, *Jaitxiki TB*…). Azkenik, kablez bakarrik igortzen dutenak, gehienak Nafarroako Erriberan kokatuak eta, behin baino gehiagotan aipatu bezala, programazioaren ordu-kopurua oso mugatua dutenak» (Arana, Azpillaga, Narbaiza, 2004:32-33).

Francisco Lopezek, bi motatako herri-telebistak bereizten ditu. Alde batetik, tradizio europarrean oinarritzen dena. Horrek zerbitzu publikotzat jotzen du telebista lokala; hedabide alternatibo bat herritarren artean komunikazioa errazteko, biztanleriaren partaidetza zuzena suspertzeko eta normalizazio linguistikorako bitarteko gisa erabiltzeko. Beste alde batetik, bigarrena merkataritza-eredu amerikarrean oinarritzen dena dugu. Horrek tokian tokiko programazioa erabiltzen du kable-sarean sartzen diren telebista-programak errentagarri egiteko aukera gisa (López Cantos, 2003).

Beraz, ikusten denez, diferentzia ikaragarriak daude telebista lokal moten artean, bai hedapenean, bai programazioetan, baita, nola ez, helburuetan eta baliabide ekonomikoetan ere.

5. Euskal Herriko herri-telebistak

Gaur egun, espainiar estatuan guztira dauden 897 herri-telebistetatik[25], hurrenez hurren, hogeita hamarretik gora genituen ikusgai Euskal Herrian, taula honetan ikus dezakegun bezala[26].

Bizkaia	Bilbovisión, Canal Bizkaia, TeleBilbao, Tele 7, Plentzia Telebista, Gran Bilbao TV, Uribe Kosta Telebista, Durango TB, Proyección TV, Urdaibai TB
Araba	Alava 7, Canal Gasteiz, Alto Nervión TV, Tele Vitoria, Canal 58
Gipuzkoa	TeleDonosti, Txingudi TB, Ikas TB, Kanal On, GoiTB, Kaito Telebista, Kate Berria, Telesko, Mendaro TB, Oarso TB**,** Jaitxiki TB, Zarauzko TB, Urnieta TB, Localia Gipuzkoa, Goierri, Urola TB, Izarraitz TB, Teledonostia

«Biderketa kuantitatibo horrek aldaketa ugari ekarri ditu, besteak beste, kanal horien helburuetan, jabegoan eta kudeaketan, igorpen-eremuan eta, guri gehien interesatzen zaigun horretan, programa-eskaintzan» (Arana, Azpillaga eta Narbaiza, 2003: 63)

Hori bai, beste autonomia-erkidego batzuetan dagoen herri-telebista kopuruaren aldean, laburtzat jo daiteke Euskal Herrian duguna.

Aurreko datuek ez dute esan nahi Euskal Herriko herri gehienetan telebista lokalik ikusten ez denik, ezta gutxiago ere. «Azken urteotan, telebista lokal askok hedapen-eremua zabaltzera jo dute gero eta indar handiagoarekin; batzuetan, eskualdera, eremu horrek Euskal Herrian duen izaera eta tradizioari jarraituz, baina, bestetan, hortik haratago, probintziaraino ere bai» (Arana, Azpillaga, Narbaiza, 2004:16).

6. Euskal Telebisten Elkarteak

Baina bakoitzak mezua helarazteko darabilen hizkuntzak bereizten ditu Euskal Herriko herri-telebistak. Hala ere, «euskarazko telebista» definitzeko, irizpide modura igorpen-orduen erditik gora euskarazkoa izatea jarrita, zazpi gertuko telebista aritzen dira egun geure artean euskaraz. Bizkaian bat: *Urdaibai TB*; Gipuzkoan, sei: *Goiena TB,*

[25] AIMC elkarteak 2002ko urrian argitara emandako datuak.

[26] Gaur egun igortzen dutenez gain, duela oso gutxira artekoak eta aurki aireratuko direnak ere sartu ditugu.

Kaito TB, Oarso TB, Telesko, Urnieta TB eta *Zarauzko TB*. Horietatik, euskara hutsez aritzen diren telebistak hiru besterik ez dira, baina, laster, aztertuko dugunez, beste batzuk batuko zaizkie. UTBk eta *Kanal On*ek ere gehiengoa euskaraz igortzen dute, baina gainerakoek, batzuk gehiago, besteak gutxiago, ezer gutxi.

Arrasate Telebista (gero, GoiTB), *Oarso Telebista* eta *Zarauzko Telebista* dira euskara hutsez lan egiten dutenak -Aldudarrak elkartearen *Ele Bista* ere euskaraz mintzatzen da-. *Arrasate Telebista* izan zen aitzindaria eta, hiru ordu eta erdi eta lau ordu bitarteko programazioa osatzen zuen egunero. Arrasate Komunikabideak-en (ARKO) barruan zegoen, Arrasate Press aldizkariarekin batera[27].

Oarso Telebista 1996. urteko maiatzean sortu zen, eskualdeko informazioa euskaldunei beren hizkuntzan helarazteko xedeaz. Euskara berreskuratzeko lanean dabilen gizarte-mugimenduak jarri zuen mahai gainean proiektua, eta, gero, etxeetako pantailetan islatu zen. Erronkak ez zaizkie falta. *Zarauzko Telebista*k urte asko daramatza lanean eta, egunero, ordubeteko programazioa igortzen du.

Herri-telebista horien ezaugarriak agertzerakoan, argiro nabarmentzen dira honako hauek: herri-mugimenduetatik, euskararekin lotutako elkarteetatik sortutako komunikabideak dira –Zarautzekoa salbu[28]–, lehendik beste zereginetan –aldizkari edo irratietan kasurako– zeuden pertsonen ekimenez.

Euskal telebista baten funtzioa euskaraz komunikatzea da eta, hedabideen heinean, bertakoaren berri ematea. Adibide moduan dugu *Zarauzko Telebista*ren webgunean irakur dezakeguna: «*Zarauzko Telebista* (ZTB) egiten dugunok esan nahi dugu bertako informazioa eta eduki propioak euskara hutsean eskainiz, batez ere, normalkuntza linguistikoan betekizun garrantzitsua betetzen dugula eta herriko erreferentzia informatiboa garela. *Zarauzko Telebista* (ZTB) zerbait

[27] Arrasate Telebista sortu zenerako, Arrasate Euskaldun Dezagun indarrean zen eta, gainera, *Arrasate Press* aldizkari lokalaren esperientzia zuen gero Arrasate Komunikabideak sortu zuen taldeak.

[28] *Zarauzko Telebista*ren kasua desberdina da. 1988. urtean, Cabledis enpresak egin zuen telebanaketa, enpresa modura. Cabledis enpresa pribatuek eta erakunde publikoek osatzen dute. Hileroko kuota baten truke, hartzaileak 20 kanaletik gora ikus ditzake eta, horien artean, *Zarauzko Telebista* dago.

bada, bertako, hurreko, euskarazko telebista bat da, telebista handiek baztertzen dituzten eremuak eta edukiak bere gain hartzen dituena».

Horrek, dena den, ez du esan nahi berari bakarrik begira egon behar duenik. Azkenik, bailara kontzeptua lantzea ere bada haren egitekoa.

Haien helburu nagusia euskararen normalizazioa izanik –«zabalkunde handia izan du era horretako kazetagintzak (tokiko komunikabideek) euskarazko komunikabideetan azken hamarkadan» (Zabaleta, Urrutia, Gutierrez, Xamardo eta Mendizábal, 2000)–, hurrengo urteetarako asmoak ekoizpen-ahalmena handitu eta emanaldiak areagotzea dira.

Finantziazioa ere adierazgarria da. Diru-laguntzen beharra nahitaezkotzat jotzen da, baina autofinantziazioan emandako urratsak ere aipatzekoak dira. *Oarso*koek eta *Ttipi Ttapa*koek, adibidez, fundazio-egitura dute eta, bazkideen kuotekin, aurrekontuaren zati bat estal dezakete, *Arrasate Telebista*n gertatzen den moduan. Publizitatetik iristen diren diru-sarrerak ere nabarmentzekoak dira. Azken ezaugarria (eta beste herri-telebistetara luzatu daiteke) barne-ekoizpenak duen garrantzia da. Uhineratzen diren saio guztiak dira bertakoek eginak.

Orain dela gutxi, euskarazko telebistak bildu dira eta euskal telebisten sarea sortu, Euskarazko Herri-telebisten Elkartea: *Xaloa, Ttipi-Ttapa, Zarauzko Telebista, MendaroTB, Oarso TB, Goierri TB, UrdabaiTB* eta *Goiena Telebista*. Helburua presio-talde bat eratzea da. Sarea beharrezkotzat jotzen zen, haien iritziz, indarra egin behar dutelako Eusko Jaurlaritzak haiekiko duen politika aldatzeko. Aldi berean, tokiko telebistek, lankidetzan, saioak trukatu eta ekoitzi dituzte barne-produkzioak areagotu eta hobetzeko asmoz. Oraindik taxutzen ari den proiektua bada ere, makina bat asmo daude dagoeneko mahai gainean: digitalizatzeari aurre egiteko diru-laguntzak handitzea; banatzen ari diren lizentzietan barruti bakoitzeko euskarazko telebista bati gutxienez lizentzia bat ematea, «euskarazko telebistek merezi duten lekua izatea aldarrikatzen dugu, eta urtetan egin dugun lana behar den bezala balioets dadila» eskatuz; eta euskarazko hedabideen gaineko gogoeta estrategiko bat sustatzeko eskatu diete administrazio publikoei.

6.1. Euskarazko Tokiko Telebisten Elkartea

Bi helbururekin sortu zen 2004ko azaroan Euskarazko Tokiko Telebisten Elkartea. Batetik, euskarazko tokiko telebisten jarduna indartzea, bazkideei lagunduz eta berriak sortzeko urratsak bultzatuz. Bestetik, tokiko telebisten sektorean euskararen presentzia bermatzeko eta indartzeko politika eraginkorrak bultzatzea.

Ekimen horren atzetik daudenek gogorarazten dutenez, 1990.-2000. urteen artean, administrazioen, alderdi politikoen, gizarte-eragileen eta komunikabideen aldetik axolagabetasun handia zegoen; telebista publikoak izanda, tokiko telebistek zertarako balio zuten galdetzen zuten askok eta egoera horretan bizi ziren. Gogorarazten dutenez, egoerak aldaketa handirik izan ez bazuen ere, 2001. eta 2004. urteen artean Jaurlaritzak emandako dirulaguntzekin hasi ziren tokiko telebistak indartzen. Baina, 2004an, kezka eta ekimen berriak egiteko gogoa zuten. Localia eta Vocento taldea hirietako emanaldiak eskaintzen hasi ziren, gaztelaniaz, eta tokiko telebistek bat egin beharra zeukatela ohartu ziren. Pixkanaka, herriko telebista zirenak eskualdeko telebista bihurtzen hasi ziren. Horrela sortu zen Tokiko elkartea. Lehenengo bilera haietan ohartu ziren jada programazioa hobetu beharra zeukatela, betekizun legalei erantzun behar zietela, ordezkaritza iraunkorra lortu behar zutela, tokiko telebistak indartu eta negoziazio-indarra handitu beharra zeukatela.

Telebista eta elkarte hauek daude Tokiko elkartearen barruan: Busturialdeko Irrati Telebista SL (UTB[29]), Goiena Komunikazio Zerbitzuak Kooperatiba Elkartea (GoiTB), Goiherriko ikuskari SL (*Goierri TB*), Telezerbitzuak SA (*Zarautz TB*), Ttipi-Ttapa fundazioa (*Ttipi-Ttapa TB*), *Xaloa TB* eta Topagunea Euskara Elkarteen Federazioa. Inazio Arregik, Tokiko elkarteko presidenteak, gogorarazten duenez: «gutxi eta ahulak ginela ikusirik, bakarka eduki genezakeen ibilbidea oso txikia zen. Bildu beharra zegoela ohartu ginen, besteak beste, programa berriak egiteko eta trukatzeko, administrazioarekin elkarrizketa lortzeko eta hornitzaileei erosketak egin ahal izateko»[30].

Elkarteak sortu eta berehala, errealitate batekin topo egin zuen: sektore ahula ziren, oso sakabanatuta zeuden eta digitalizatzearen kontuarekin, lizentzien kontuarekin… arazo askori aurre egin behar

[29] Bizkaian programazioaren % 70etik gora euskaraz egiten duen bakarra.
[30] *Gara*, 2006/04/05.

zieten, eta pentsatu zuten bakarka egin beharrean elkarrekin egitea askoz hobea izango zela. Elkartu eta bi helburu zehaztu zituen elkarteak, bi erronka: bazkideei lagunduz eta egitasmo berriak sortzeko urratsak bultzatuz Euskal Herriko euskarazko tokiko telebisten jarduna indartzea, batetik, eta tokiko telebisten sektorean euskararen presentzia bermatzeko eta indartzeko politika eraginkorrak bultzatzea, bestetik. Lan horretan ari dira eta lan horretan ari direlako salatu zuten gaur egun bizi duten egoera. Euskarazko tokiko telebisten eskubideak indartu zituen elkarteak: bazkideek aldarrikatzen dute euskarazko telebistek merezi duten lekua izatea. Jaurlaritzak arautu behar duen eremu horretan, euskarazko telebistetarako lekua gorde behar du. Euskaldunek eguneko informazioa euskaraz jasotzeko eskubidea bermatuta eduki behar dute.

Horregatik, Tokiko elkarteak eskaera bat egin zion 2005eko urrian Eusko Jaurlaritzari: «Tokiko telebistetarako lizentziak banatzen direnean, barruti bakoitzean, gutxienez, euskarazko tokiko telebista bat behar dugu. Barruti edo mugape bakoitzean, lau telebistatarako egongo da tokia eta gutxienez bat euskaraz izatea ez da gehiegi eskatzea». Izan ere, abenduaren 31 baino lehen, tokiko telebistetarako lizentzia-banaketa egingo zen, Lurreko Telebista Digitalaren Legeak zehazten duen moduan. Lizentzia horiek hamar urterako izango ziren, eta, beraz, euskarazko tokiko telebistetarako lizentzia horiek lortzea ezinbestekoa zen, baimenik lortzen ez zen barrutietan ez baitzen euskarazko tokiko telebistarik izango urte askoan.

6.2. Ibaizabal, telebista digitala euskaraz

Aspaldiko asmo hutsa premia bihurtu zitzaien Bilbon eta itsasadarraren bazter bietako eskualdeetan bizi diren euskaltzaleei: euskarazko telebista. Aro digitalak baliabide eta aukera berriak eskaintzen zizkien eta jakin zuten Eusko Jaurlaritzak tokiko telebistak arautuko zituen dekretua iragarri zuela. Egokierak euskaltzaleen premiak elikatu ditu. Horiek elkartu egin ziren, eta Ibaizabal izeneko ekimena sortu zuten, Bilbon eta itsasadarraren inguruko udalerrietan euskaraz jardungo zuen telebista proiektua sustatzeko.

Hiriburuan agerraldia egin zuten. Sustatzaileek beren asmoen berri eman zuten, eta euskaltzale andanak babesa adierazi zien. Mezua argia

zen: «Euskarazko telebista behar dugu, euskarazko telebista gura dugu, eta horretara ailegatzeko borondatea erakutsi gura dugu»[31].

Euskaltzaleen ezinegonak ondo errotutako sustraiak ditu. Orain arte, ez da egon sektorea arautu duen legerik. Hutsunea baliatuz, lekuan lekuko hainbat telebista sortu da aspaldi Bilbon bertan, bai eta inguruko herrietan ere. Guztietan, gaztelania da nagusi, erabiltzen duten hizkuntza bakarra ez bada. Jaurlaritzaren iragarpenak asmoak hauspotu dizkie, batu, elkartu lanean hasi eta egitasmoa biribiltzeraino.

Telebista horrek hartuko lukeen eremua ere ez da txantxetakoa. Ezin da ahaztu Jaurlaritzak Bilbo, Barakaldo eta Getxo legez izendatu duen eremuak, hiriburua ez ezik, Ezkerraldeko lau herriak, Meatzalde osoa, Basauri, Galdakao, Enkarterri eta Uribe Kostako udalerriak hartuko lituzkeela.

Asmoak asmo, balizko telebista euskaldun hori nolakoa izan daitekeen ere iragarri dute: «Estilo propioa izango duena; hemen bizi garen guztion ezaugarriak aintzat hartuko dituena; zabala, askotarikoa, dinamikoa eta serioa; modernoa eta solidarioa; gure inguru urbanoari neurria hartuko diona eta, era berean, euskararen herriaren lurralde osoa aintzat hartuko duena; eta gainerako eskualdeetako euskarazko telebistentzat lagungarri eta, ahal dela, eredugarri».

Lehenengo pausoa eman dute. Orain, *Ibaizabal*en aldeko babesak biderkatu nahi dituzte, den-dena haiek marraztu bezala ateraz gero, bi edo hiru urte barru, bizkaitar gehienen etxeetan ikusi ahal izango den telebista egin ahal izateko.

Oraingoz, 2009ko maiatzean berritu dute Ibaizabal Telebistaren webgunea[32] lehen urteurrena ospatzeko. Itxura txukuntzeaz gain, atal eta aukera berriak eskaintzen dituzte. Saio berriak plazaratzen ari dira eta zaharrak pixkanaka eramango dituzte artxibora. Agenda eskaintzeaz gain, nahi duenak bideoak bidaltzeko aukera ematen du «Zure txokoa» izeneko atalean.

[31] *Berria*, 2006/05/19.
[32] <http://www.ibaizabaltb.com>

Bilbotik mundura zabaltzeko helburu xumea duen euskara hutsezko interneteko telebista herritarra da *Ibaizabal*. Diruz laguntzeko proposamena egiten die egitasmo hori bultzatu nahi dutenei.

6.3. Hamaika, tokiko euskarazko telebista-kateak sustatzeko taldea

Hamaika izeneko enpresa sortu zuten 2006ko irailaren 19an sei komunikazio-talde, -enpresa eta -eragilek, eskualdez eskualde euskarazko telebistak sustatzeko. Talde berriaren egitekoa zen euskaldunen arteko komunikazioa euskaraz egiteko aukerak hedatzea, eta, horretarako, tokian tokiko telebistak sustatuko zituen lehendabizi.

Arduratuta zeuden, Euskal Herrian gero eta telebista-kate gehiago ikusteko aukera bazegoen ere gehienak atzerrian ekoitzitakoak zirelako eta, hortaz, ia guztietan euskarak zuen agerbidea ahula zelako.

Lurreko telebista digitalaren hedapena antolatzeko Eusko Jaurlaritzak laster kaleratuko zuen araudiak aukera berriak sortuko zituela oharturik, talde bat sortu zuten tokian tokiko euskarazko telebista-kateak sortzeko. Hamaika taldeko aurkezpenean adierazi zenez, «eskualde bakoitzean euskarazko telebista bat sustatu nahi dugu, dagoeneko hainbat lekutan badiren euskarazko toki telebistekin batera euskarazko telebisten panorama nabarmen hobetzeko». Ildo beretik jarraituz, «euskarazko telebistak sustatuko dituen proiektu horrekin, areagotu egingo dira euskaldunen arteko komunikazioak eta euskaraz egiteko aukerak».

«Herritarrarengandik hurbilen izango diren telebistak izango dira; tokiko informazioa eta kezkak hobekien landuko dituztenak eta eragile guztiekin parte hartzeko aukera handien izango dutenak». Ilusio handia piztu zuen Hamaika Telebistak bere sorrera iragarri zuenean, bertan bildutako komunikazio-taldeen jatorri eta aniztasunagatik, besteak beste.

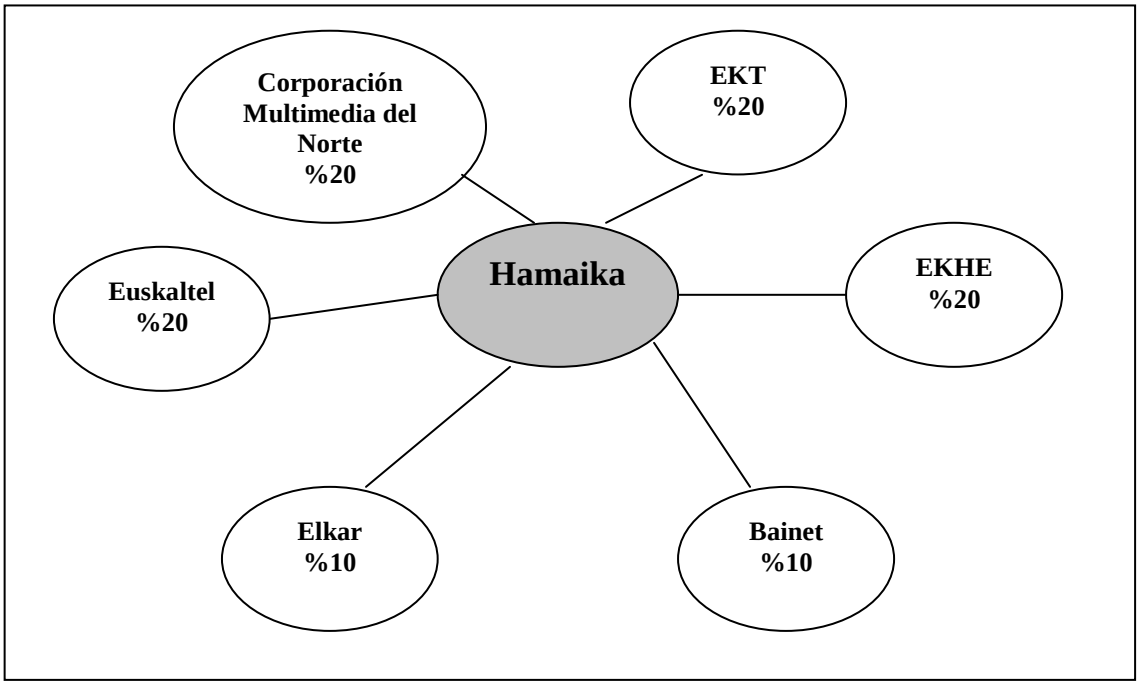
Elkarlanean sortutako ekimenaren atzean izen handiko enpresak ageri dira: *Berria* egunkaria kaleratzen duen Euskarazko Komunikazio Taldearekin (EKT) batera, *Gara* eta *Le Journal* egiten dituen Euskal Komunikabideak Hedatzeko Elkartea (EKHE), *Deia* eta *Noticias* egunkariak argitaratzen dituen Iparraldeko Multimedia Elkartea

(CMN), Elkar liburu eta disko ekoiztetxea, Euskaltel telekomunikazio-eragilea eta Bainet telebista- eta zinema-ekoiztetxea. Hiru komunikazio-taldeek %20ko parte-hartzea dute taldean; gainerako biek, berriz, %10.

Oinarri sendoen gainean eraikitako asmoa da Hamaika, taldea osatzen duten enpresek proiektua bermatzen dute eta: «Sinesgarritasuna eta sendotasuna ibilian-ibilian irabaziko baditu ere, sorburu egoki batetik abiatzea da egitasmoa».

Asmoak asmo, euskarazko telebistak egitea posible dela ohartarazi zuten sustatzaileek. «Zaila da, garestia da eta denon ahalegina eskatuko du; baina ez da ezinezkoa».

Hamaika osatzen duten taldeak



6.3.1. Hamaika eta euskarazko toki-telebistak

Gero eta telebista-kate gehiago sartzen ziren gure etxeetan, eta horietatik gehienak Euskal Herritik kanpo ekoitzitakoak ziren. Horrek berebiziko garrantzia zuen eguneroko informazioa ekoiztean, munduaren ikuskeraren antolatzean, gure ohiturak moldatzean eta

gure nazio-nortasuna osatzean. Euskal komunikazio-esparruaren egoera kezkagarri horretan, bereziki arduratuta zeuden euskarak telebista-esparruan zuen presentzia ahularekin. Merkatua ezagutzen zuen edonork bazekien momentu horretan zegoen euskarazko eskaintzarekin ezinezkoa zela adin eta gustu guztiak asetzea.

Digitalizatzea etortzearekin batera, aukera berriak sortu ziren telebista-kate gehiago izateko. Horien artean, tokian tokiko telebista digitalak egiteko aukera zetorrela ikusi eta horri eutsi nahi izan zioten.

Hamaika Telebistak eskualde bakoitzean euskarazko telebista bat sustatu nahi zuen. Horixe zen haren asmo nagusia. Euskara ahalik eta gehien zabaltzea telebista-eremuan. Azken finean, euskarazko telebista-eskaintza handitu eta zabaldu nahi zion euskal ikusleari.

Hamaika taldea proiektuak urrats berria eman zuen euskarazko tokiko bost telebistekin akordia sinatu ostean. Eusko Jaurlaritzak zabaldutako Toki Telebisten emakiden lehiaketara elkarrekin aurkeztea adostu zuten hitzarmen horren bitartez.

Hala, martxoaren 19an Bilbon ezagutzera eman zutenez, Hamaikak hitzarmen bana sinatu zuen Goiena, Tolosaldeko Komunikabideak, Urola Kostako Komunikabideak, Goierri Ikuskari eta Oizmendi Telebistekin. Akordio bakoitzak bere xehetasunak bazituen ere, guztietan komuna da Hamaikak enpresa horietako bakoitzean parte hartuko zuela eta enpresa horren bidez izango zela Hamaika Taldea eskualde horretan. Hau da, Debagoienean, Tolosaldean, Urola Kostan, Goierrin eta Lea-Artibai Busturialdean.

Akordio horrekin eta Hamaikak hainbat euskara-elkarterekin beste hamar eskualdeetan sortu zituen enpresekin, Euskal Autonomia Erkidegoko hamabost barrutietan, euskara hutsezko telebista baten proiektu bana aurkeztuko zen. Lizentzia lortuz gero, eskualde bakoitzean euskarazko bat egiteko aukera bermatuko zen.

Hauek ziren beste hamar barrutiak eta horietara aurkeztuko ziren enpresak: Bilbo, Barakaldo, Getxo eta Mungia (Bilbo Handia Ikusentzunezkoak); Durangaldea (Urkiola Ikusentzunezkoak); Donostialdea (Donostialdea Ikusentzunezkoak); Oarso-Bidasoa (Oarsoaldea Bidasoa Ikusentzunezkoak); Gasteiz eta Aiara (Araba Ikusentzunezkoak) eta Debabarrena (Arno Ikusentzunezkoak).

Bost telebista horien artean eta beste hamar mugapetan aurkeztuko zirenekin batera, Euskarazko Toki Telebisten Sarea antolatuko zen, programazio komuna sindikatze-erregimenean elkarrekin ekoitzi eta publizitatea kudeatzeko.

Lizentziak eskuratu eta gero, Sarean Nafarroako euskarazko telebistek ere izango zuten tokia.

Hala, uztailaren 17an, lurreko telebista digitaleko lizentzien banaketaren berri eman zuen Jaurlaritzak. Hamaika Telebista Hedatzeko Taldearen barruan bildu ziren ekimenek aurkeztu zituzten eskaera guztiei baimena eman zien, eta, beraz, eskualde bakoitzean euskarazko kate bana egotea ziurtatu zen.

6.3.2. Hamaika eta internet

Martxan dago jada Hamaika Telebistaren webgunea. Han sartzearekin batera datorkigun telebista digitalari buruzko bideoa ikus dezakegu. Ikusleak parte-hartzaile bihurtzearen abantailaz aritzen zaigu, besteak beste, baita tokiko telebistaren abantailez ere.

Bost atal ditu webguneak: *Telebista*, *Nola ikusi*, *Sarea*, *Bideoteka* eta *Harremana*. Itxura modernoa eta freskoa du telebista berriaren logoan oinarrituta.

Telebista atalean, bideoak ematen dira. *Nola ikusi* atalean, bestalde, telebista-kate berria etxean ikusteko ditugun bi aukerak azaltzen zaizkigu: Lurreko Telebista Digitalaren 23. kanalean edo Euskaltelen kablearen bidez. *Sarea* atalean, Hamaika Telebista egitasmoaren sarea ikusi ahal izango dugu: Hamaika Telebista berriak, Hamaika sareko tokiko telebistak eta Hamaikarekin harremanetan diren tokiko telebistak.

Bideoteka atalean, emanaldiak hasten direnean, telebistan bertan eman diren bideoetako batzuk ikusi ahal izango dira ordenagailuaren pantailan. Atal horietaz gain, bilatzailea eta berriak ere eskaintzen ditu webguneak.

7. Herri-telebistak garatzea

Kataluniako telebista-eredua ezinbesteko erreferentzia da euskal kazetarien lanerako, baita etorkizun hurbilean jaio daitezkeen herri-telebisten kateen ezaugarrietarako ere. Kataluniako telebistak bertako nortasun bereizgarria, balioak eta hizkuntza babestu eta bultzatzen ditu. Tokikotasuna eta kalitatea bermatzeaz gain, edukiek lehiakorrak behar dute izan. Hau da, iragarleak erakarri ahal izateko, ikusle ugari eskuratu behar dituzte. Azken erronka horri aurre egiteko, formatuen eta generoen gaineko berrikuntza-prozesu etengabean ari da Kataluniako telebista. Horretarako, oso garrantzitsua da hango hizkuntza babestea eta, Euskal Herrian, kontuan hartu beharko lukete hori.

Telebistaren digitalizatzearekin, eskaintza asko haziko da. Telebista ulertzeko modua aldatuko da, eta multimedia bihurtu. Katalunian, adibidez, oso ondo kokatuta daude bide horretan eta hizkuntzari sekulako babesa ematen jarraituko dute.

Euskal Herrian, honako gai hauek landu gabe daude:

-Herri-telebista digitala mailaz maila garatzea, maiztasun-maparen banaketa ezagutzen denean eskualdeari lehentasuna emanez, Eudelek eta hiri handietako udalek parte hartuta.

-Eusko Jaurlaritzak edukien esparruan gutxieneko batzuk arautzea (kuota soziolinguistikoa eta norbere programazioarena); are gehiago, euskarak eta oraingo herri-telebistetan norberaren programek duten leku txikia ikusita.

-Herriko informazioari eta herriko bertako produkzioari eman beharreko bultzada.

-Kudeaketa-sistema mistoei –publiko/pribatuei– beren aldaera ugarietan ekiteko aukera eta premia, hurbileko komunikazioaren aukerak aprobetxatzeko, baina eskualde edo herriko irrati eta telebistarako konbinazio garestiak ez direnak alde batera utzi gabe.

-EITBren eta herri-kanalen arteko hitzarmenak egitea komenigarria da (informazioak eta deskonexio-orduak partekatzea; euskarazko programak uztea...).

8. Bibliografia

Álvarez Monzoncillo, José María (1992). *El futuro del Audiovisual en España*. Jean Luc Iwens. Madril: Fundesco.

Arana, E.; Azpillaga, P.; Narbaiza, B. (2005). «Telebista lokalen panorama Hego Euskal Herrian». In *Zer*, 15. zk.

Arana, E.; Azpillaga, P.; Narbaiza, B. (2004). «Telebista lokalak Euskal Herrian». In *Jakin*, 141. zk.

Arana, E.; Azpillaga, P.; Narbaiza, B. (2003). «Tokian tokiko telebistagintzaren programazioa, ordainsariak eta erronkak». In *Uztaro*, 46. zk.

Aranguren, Asier (1999). *Euskarazko Komunikabide Lokalak Euskal Herrian*. Doktorego tesia. Bilbo: UPV/EHU.

Iborra, Pere (1992). «Una televisión local al servicio del público. La experiencia de Cataluña». "El servicio público en TV" izeneko Biltzarrean (Pablo Iglesias Fundazioak antolatua) aurkezturiko hitzaldia.

López Cantos, Francisco (2003). «La televisión local en el contexto audiovisual. Análisis del sector en la provincia de Castellón». Doktorego-tesia. Castellón: Universitat Jaume I.

Moragas, M (2000). *Televisiones y regiones en desarrollo. Posibilidades en la era digital*. Badajoz: Sociedad de la Información.

Navarro Moreno, José Antonio (1999). *La televisión local. Andalucía: la nueva comunicación*. Madril: Fragua.

Ortega, Hektor (2003). «Hiriburuetako herri aldizkariak zertan diren». In *Euskonews&Media*, 231. zk. <http://www.euskonews.com/0231zbk/gaia23102eu.html>.

Prado, E. eta de Moragas, M. (2002). «Les televisions locals a Catalunya. De les experiències comunitàries a les estratègies de proximitat». In *Quaderns del CAC*en zenbaki berezia. Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Bartzelona.

Rodríguez, Ana Isabel (2001). *Os informativos diarios nas televisións locais de Galicia. A información televisiva no espacio local*. Doktorego-tesia. Santiago Konpostelakoa: Universidad de Santiago de Compostela.

Zabaleta, I.; Urrutia, S.; Gutierrez, A.; Xamardo, N.; eta Mendizabal, A. (2000). «Euskarazko komunikabideak eta kazetaritza: egoera, ardatzak eta pisu erlatiboa». “Los medios de comunicación de las lenguas minorizadas en la Unión Europea: realidad, problemática y nuevas estrategias de desarrollo” ikerketa-proiektuaren emaitza partzial bat da. <http://www.argia.com/kazetaritza2004/zabaleta-urrutia.pdf>.

7. gaia Udal-irratiak

1. Definizioa

«Udalaren edo tokiko administrazioaren ondasuna diren eta hedadura-eremu lokala duten igorgailuak dira udal-irratiak. Kudeaketari dagokionez, udalek berek kudea ditzakete –udal-elkarte edo organo baten bidez–, edo espresuki sorturiko erakunde autonomo baten bidez». (Gutierrez, 2002: 139).

Guretzat, udalaren edo tokiko administrazioaren ondasuna diren eta hedadura-eremu lokala duten igorgailuak dira. Kudeaketari dagokionez, udalek berek kudea dezakete (udal-elkarte edo organo baten bidez), espresuki sorturiko erakunde autonomo baten bidez. Definizio horren arabera, atal horretan aipatzen diren igorgailuak honako hauek dira: udalarenak direnak, tokiko administrazioaren babes instituzionala jasotzen dutenak, eta udal-aurrekontuetatik diru sorta finkoa jasotzen dutenak[1].

Legeak dio udalek zuzenean gestionatu eta gidatu behar dituztela irratiak. Monterok dioenez, puntu honetan, besteak beste, lau arazo sortzen dira(1998):

1. Udal gehienak ez daude irrati baterako inbertsioak egin eta langileen kostua beren gain hartzeko moduan. Baldintza hori erabakigarria izan da hasiera batean udal-agintarien artean ondo hartutako hainbat proiekturi atea ixteko orduan[2].

2. Gauza bat da talde batek zerbitzu publikoa izateko bokazioa duen irrati bat antolatu nahi eta udalari babesa eskatzea, eta oso bestelakoa da udalak berak gestionatzea. Irrati bat sortzea baino, hamaika premia nabarmenago aurkituko ditu udal batek sosak gastatzeko.

---

[1] Atal honetan ez dira sartzen herriko bizitzan eragina duten igorgailuak, merkataritza-helbururik ez badute; edo merkataritza-xedea izanda, tokiko irrati pribatuen sailean sartzen badira.

[2] Horregatik, herri askotan udalek berek bultzaturiko igorgailuek aurrera jo ez duten arren, herriko giza taldeek bultzaturiko proiektuak bihurtu dira praktikan herriko irrati.

3. Udal-gobernuaren eskuetan dagoen irrati bat ez da komunikabide libre bat, panfleto bat baizik. Helburua hori bada, konforme, aurrera, baina dudatan jarriko litzateke proiektu horren arrakasta.

4. Eguneroko martxan, administrazioa eta komunikabideak bateraezinak dira. Komunikabide batean erritmoa bizia da oso, baita herri-komunikabide batean ere, erabaki asko segundotan, edo asko jota egunean bertan hartu behar dira. Beste aldean, guztion ahotan da "jauregiko gauzak" zein motel doazen. Komunikabide batek ezin du aurrera egin administrazioaren logikan murgilduta. Ez da posible.

1.1. Ezaugarriak

Igorgailu horiek ezaugarri komun batzuk dituzte:

-Herritarrengandiko hurbiltasuna; herriko bizitza suspertzeak egon beharko du haien oinarrian.

-Horrekin batera, herritarren zerbitzurako igorgailuak izan behar dute, bertako giza talde guztien parte hartzeko eskubidea jasoz.

Teresa Santosek (2002) beste ezaugarri batzuk aipatzen ditu:

-Gaitasunik larrienak langileen kostuan datza, diru asko behar baita zerbitzu hori betetzeko. Horregatik, kasu batzuetan zein besteetan, era desberdinetan konpontzen da arazo hori. Adibidez, udalek berek oso gutxitan hartzen dute beren gain langileen kostua. Gutxitan, udalek uzten dituzte lokalak eta ordaintzen dituzte gastu batzuk (ura, argia, telefonoa,…). Hala, irratiek betetzen dituzte langileen soldatak. Eta beste batzuetan, zerbitzua ematen duen enpresak berak (gestio ez-zuzenak direlako) ordaintzen ditu soldatak.

-Gestioa. Kasu batzuetan, irratiaren zerbitzua udalek zuzenean gestionatu eta gidatzen dute. Eta beste kasu batzuetan, enpresa edo talde baten gestiopean dago.

-Dekretuaren arabera, irrati horiek bertako estaldura bete behar dute eta ezin dira besteekin borrokan egon. Hori teoria da, praktika desberdina baita. Kontuan harturik betebehar hori oso larria dela publizitate-gestioetarako, tolerantzia-giro batean, beren estaldura handitzen dute. Modu horretan, haien entzuleen kopurua handiagoa da, baita haien publizitateko merkatua ere.

-Kasu gehienetan, finantziazioa bikoitza onartuta dago; hau da, udalen diru-laguntzak eta publizitate bidezkoak. Baina gertatzen dena zera da udalen finantzabidea eskasa dela eta, horregatik, publizitatetik hartu behar izaten dituztela diru-sarrera gehienak.

-Programazioa. Kasu gehienetan, udal-irrati bakoitzak bere kabuz antolatzen du bere programazioa; hau da, ez dute antolatzen programazio bateratu bat. Horregatik, kasu gehienetan, ordu gutxiko programazio berezkoa ematen da; beste orduak Autonomia Erkidegoko igorgailuarekin betetzen da edota grabatutako musikarekin edo kanpoko programazioarekin. Hori bai, programazio horren barruan, garrantzi handia ematen zaio bertako informazioari eta batez ere, albistegiei. Segidan, entretenimenduzko programazioa dugu (magazinak batez ere) eta musika.

-Hizkuntza. Bukatzeko, azpimarratzekoa da udal-irrati horietako erdia baino gutxiago proiektu euskaldunak direla. Nahiz eta tokiko erakunde askok udal-irratia izateko lizentzia eskuratu (eta eskuratu ez dutenek bultzatu egin dituzte udal-igorgailuak legetik at), kasu gehienetan, gaztelaniazko komunikabideak sortu dira, eta euskararen presentzia oso txikia da[3].

2. Udal-irratien legeztatzea

1991n, espainiar estatuko gobernuak Soinuzko Irrati Hedapenaren Udal Emandegien Antolaketa eta Kontrolari buruzko legea onartu zuen, *de facto* zegoen egoera arautu eta ordenatzeko asmoz. Arau berri horrek 1980ko hamarkadan estatuan zehar sortu ziren tokiko irrati askoren egoera legeztatu zuen, batez ere Katalunian eta Galizian, non igorgailu horiek indar handia baitzuten. EAEn, horrela igortzen zuten igorgailuek ez zuten indar handirik eta, kasu gehienetan, udalaren babesa edota laguntza zuten. EAEn, oso udal gutxik sortu eta bultzatu zuten irrati bat. Patxi Monteroren esanetan, «herri bakoitzak bere irrati lokala izateko aukera arautuko zuen legea onartzear zegoela jakin genuenean, ametsa sendotzeko unea ikusi genuen aurrean. Batzuek sinetsi genuen itxitako irrati libreen lekua beteko zutela irrati lokalek; zentsuratutako mugimendu haren espiritutik edan eta proiektu

[3] Horrelako kasuetan, merezimendu handikoak dira udal-irrati batzuk egiten ari diren esfortzuak beren programazioaren % 50 euskaraz izateko.

sendoago baten atarian geundela, babes legalaren eta antolaketa arrazionalago baten bermearekin»[4].

Legeak esparru juridiko orokorra eman zien, ekarpen berririk egin gabe. Hala, udal-irratien finantziazioa bikoitza onartu zuen gobernuak; hau da, udalen diru-laguntzak eta publizitate bidezkoak[5].

Beste arloetan, legea komunikabide publikoen oinarriak azaltzera mugatzen zen (Gutierrez, 2002). Era berean, kontrola udalen eskuetan uzten zuen; udal-erakundean zegoen erabakitzeko ahalmena eta ez gobernu-organoetan, hala aniztasun informatiboa zabaltzen eta adierazpen-askatasuna bermatzen zelakoan.

1992ko urrian, espainiar estatuko gobernuak errege-dekretu bat argitaratu zuen lege hori garatzeko. Dekretuak udalek irrati-maiztasuna lortzeko bete behar zituzten baldintzak ezartzen zituen. Lege eta dekretu horretan oinarrituta, Nafarroako gobernuak herrialdeko udal-irratiak arautzeko 1992ko abenduaren 21eko 431/1992 Foru-dekretua onartu zuen. Gauza bera egin zuen EAEko Jaurlaritzak 1994ko martxoaren 22ko 138/1994 dekretuarekin, Euskal Autonomia Erkidegoko Udal Erakundeei frekuentzia modulatudun uhin metrikoetako irrati-zabalkunde zerbitzu publikorako baimena emateko modua arautzen duena.

Dena dela, dekretu horiek martxan jartzeak ez zion ekarri indarrik lehendik ahula zen mugimendu horri. Are gehiago, ezarritako bete beharreko baldintzak gogorrak izanik, igorgailua sortzeko asmoa zuten udal askok atzera egin zuten, horretarako gaitasunik izango ez zutelakoan. Udal gehienak ez zeuden irrati baterako inbertsioak egin eta langileen kostua beren gain hartzeko moduan. Adibidez, 1987an, EAEn, 12 udal bizkaitarrek eskatu zioten igortzeko baimena Kultura Sailari, baina horietako bakar batek soilik lortu zuen legearen araberako baimena, Getxokoak[6].

---

[4] < http://www.euskonews.com/0003zbk/media0301.html>

[5] Erabaki hori igorgailuen eta gobernuko agintarien arteko negoziazioen ondoren hartu zen, lehenengo zirriborroan udalak berak zerbitzua ordaindu behar zuela aurreikusten zutelako. Finantzabide bakar horrek itotze ekonomikoa ekarriko zielakoan, igorgailu horien arduradunek proposatu zuten diru-sarrera propioak izatea.

[6] Arantza Gutierrezek (2002) gogoraraztzen du Durangon udal-irratia dagoen arren, ez duela Jaurlaritzaren lizentziarik.

Patxi Monteroren ustetan (1998), legea ez zen etorri irratiak loratzen laguntzera. «Ezta gutxiagorik ere. Legea mugatzailea da oso. Hain da mugatzailea, non EAEko hainbat herritan irratia sortzeko edo irrati txikiak indartzeko ziren proiektuak horretan geratu baitira, gauzatu gabeko asmoetan. Dekretua onartu zenetik ez da irrati lokal publiko berririk sortu. Eta lehenagotik martxan edo eratze-bidean zirenen artean, batzuk mutu daude; beste batzuek eskolaren bati lotuta jarraitu dute; bat edo beste merkataritza-irrati pirata bihurtu dira».

Madrilgo gobernuak Maiztasun Modulatuko Irrati-hedapenerako Estatuko Plangintza berria onartu zuen 2006ko irailaren 1ean. Plangintza horrek 1979koa ordezkatzen du eta, 87tik 108ra MHztan kokaturiko maiztasun-bandan, ordena jarri nahi du, AERC izeneko espainiar merkataritza-irratien elkartearen eskaerei erantzun nahian.

Plangintza horren arabera, 76 maiztasun berri dagozkio Euskal Herriari, horietako erdia baino gehiago, berrogeita bi, Nafarroako Foru Komunitateari, eta gainerako hogeita hamalauak, Euskal Autonomi Erkidegoari. Herriz herri, maiztasun horiek honela banatzen ziren:

Erkidegoa	Udalerria	Maiztasun kopurua
Nafarroa	Altsasu	3
Nafarroa	Ameskoa	4
Nafarroa	Baztan	3
Nafarroa	Auritz	4
Nafarroa	Lizarra	2
Nafarroa	Izaba	3
Nafarroa	Leitza	3
Nafarroa	Otsagabia	4
Nafarroa	Iruñea	2
Nafarroa	Azkoien	3
Nafarroa	Zangoza	3
Nafarroa	Tafalla	3
Nafarroa	Tudela	1
Nafarroa	Bera	4
EAE	Bilbo	6
EAE	Durango	1
EAE	Durangaldea	1

EAE	Gernika	1
EAE	Getxo	3
EAE	Lekeitio	1
EAE	Azkoitia	1

Iturria: Arantza Gutierrez (2008).

3. Udal-irratiak Euskal Herrian[7]

Lehen aipatu dugun moduan, baziren EAEn dozena erdi bat irrati udal-erakundeek babestutako irrati lokal publiko sendoak izateko asmo serioa zutenak. Gaur, udaletatik sortu zirenak noraezean dabiltza, Patxi Monteroren esanetan.

Oso gutxi dira oraindik Euskal Herrian herri mailako irratia duten udalak; eratu direnak irrati-enpresa handien merkataritza-estrategiek errentagarritasunik ikusten ez duten udal ertain handietan kokatuta daude. *Durango Irratia* eta Bermeoko *Itsuki Irratia* igorgailuen abiapuntua ezberdina da. Ez dira udalaren magalean sortutakoak. Bi horiek irrati libreak ziren aurretik; zerbitzu publiko izan nahian; udalaren babesa lortu dute gero, baina beren martxa autonomoa eta jende talde bultzatzailea dute atzetik.

Gutierrezek gogorarazten duenez (2002), *Zornotzako Udal Irratia* izan daiteke seguru asko Euskal Herriko lehenengo udal-irratia. 1982an sortu zen Zornotzako Kultura Etxean, asteburuetako emanaldiekin. Poliki-poliki, herriko talde batzuek parte hartzeko aukera izan zuten. 1985etik aurrera, irrati-formula musikalean oinarrituriko programazioa ematen zuen. Hainbat lokaletatik pasatu ziren. 1993an, udalak kazetaritzako ikasleentzako bi beka deitzea erabaki zuen. Programazioa profesionalizatzea baita euskarazko irratsaioak sartzea ere zuten helburu arduradunek. Halaber, programazioa luzatu zuten eta euskarazko lehenengo irratsaioak sortu ziren. Berritasun teknikoak ere izan zituen irratiak garai horietan.

3.1. Durango Irratia

1991. urteko uztailaren 19an, *Durango Irratia*k bere lehenengo uhinak aireratu zituen. Durangaldean ez zegoen uhinen bitartez informatzen

[7] Arantza Gutierrezek (2002) proposatutako irizpideari jarraitu diogu.

zuen komunikabiderik eta kazetaritza-ikasketak burutu eta irratia gustukoa zuen gazte talde batek proiektu hori beharra beharrezkotzat jo zuen, garai hartan. Urteak pasatu ahala, ohartu ziren irratia kudeatzeko beharra zegoela. 1997. urtetik aurrera, pentsatu zuten baliabide teknikoak eta giza baliabideak sendotu behar zirela eta, horren ondorioz, publizitatea lantzen hasi ziren. Irratia kalitatez entzun ahal izateko ekipo tekniko aproposak erosi ziren. Horretaz aparte, eta Durangoko udalarekin batera frekuentziaren eskaria egin eta legalizazioa bera ere lortu zuten. Garai hartan, Euskal Herrian, irrati publiko gutxi ziren, baina horien esperientzia baliagarria izan zen *Durango Irratia* martxan jartzeko. Hala, *Durango Irratia* bere lehenengo urratsak ematen hasi zen Durangon eta Durangaldean.

*Durango Irratia*k bere lehenengo irratsaioak martxan jarri eta urtebetera, 1992an hain zuzen ere, entzule kopurua neurtzeko lehenengo ikerketa egin zen. Ikerketaren arabera, entzule kopurua 5.000 zen. 1993.urtean, berriz, entzule kopuruak gora egin zuen eta, 1994. urtean, 12.000 hiritarrek entzuten zuten *Durango Irratia*. Aurreko urteetan egin ziren ikerketen arabera, Durangaldeko biztanleen % 42k aukeratzen zuen Durangaldeko herri-irrati publikoa.

2001. urtean, Durangoko udalak Durango Komunikabideak Elkarte Publikoa sortu zuen, komunikazioa arlo publikoan lantzeko eta komunikabide publikoak sortzeko. Elkarte publiko horren barnean, *Durango Irratia* zegoen.

Durango Irratia, beste herri-irrati batzuetarako, erreferente garrantzitsua izan zen. Hala nola, *Arrasate Irratia, Itsuki Irratia, Getxo Irratia, Gorliz Irratia* eta *Bilbo Hiri Irratia* irratietarako, garrantzitsua izan zen. Programazioan eta automatizazioan, apustua egin zuen herri-irratia izan zen.

Durangoko udalak sortzen zituen albisteak *Durango Irratia*k aireratzen zituen. Hortaz gain, Durangoko elkarte guztiek beren berriak kaleratzeko tresna ere bilakatu zen azkeneko urteotan.

2007ko apirilean, Vocento taldea gestionatzen hasi zen *Durango Irratia*, *Durango Telebist*arekin batera.

3.2. Aralar Irratia

Aralar Irratia[8] 1991. urteko maiatzaren 2an sortu zen, batez ere, Lekunberri herrian euskara suspertzeko xedearekin[9]. Hasiera hasieratik finkatu zituzten helburuei dagokienez:

-Euskara zabaldu eta indartzea.

-Herritar zerbitzua eta herriarentzakoa izatea.

Udal Irrati gisa, Lekunberrin eman zitzaion bultzadarik handiena, euskara azken 40 urteetan desagertzera etorria baitzen. Irratiaren uhinak Araitzeraino, Beteluraino eta Larrauneraino ere iristen ziren, horietan euskarari eutsi zitzaion arren.

Urteak joan ahala, eta Lekunberriko Udalak ikusita aurretik ezarritako helburu eta asmoa betetzen ari zela, programazioa bi ordu gehiago luzatzeko erabakia hartu zuen eta, bide batez, herritarrentzako zerbitzu gisa ere, eskaintza ugaritu zen.

Gaur egun, *Aralar Irratia* erakusleiho eta erreferentea da eskualdeko edozein herritarrentzat. Orain, 18 urteko ibilbidearen ondoren, bere tokitxoa lortuta daukate inguruko herrietako edozein etxetan.

Denbora igaro da eta, denborarekin, aldaketak ere izan dituzte, hainbat langile eta lagun ibili dira Lekunberrin duten ganbaratxo horretan. Urrats garrantzitsu eta aberasgarria eman zuten *Beleixe* eta *Esan Erran* irratiekin batera sarea osatu zutenean, eta freskotasunean eta dinamikotasunean hobetu zuten. Orain digitalizatze-prozesuan daude, besteak beste, kalitate teknikoan hobetzeko asmoz.

Azkenik, azpimarratu behar da hasi zireneko ilusio berarekin edo handiagoarekin jarraitzen dutela eta etorkizunari ere kementsu begiratzen diotela.

3.3. Oñati Irratia

*Oñati Irratia*ren lehen emanaldia 1991ko maiatzaren 11n izan zen. Bi helburu nagusi zituen: batetik, Oñati barruan gertatzen den guztiaren berri ematea, udal-kontuak, herrian sortzen diren albisteak...; bestetik,

[8] < http://www.aralarirratia.com/>

[9] Duela hogei bat urte, Lekunberrin, euskara galtzekotan egon zen, baina berrindartu eta zegokion tokia hartzen hasi zen poliki-poliki; horretan, *Aralar Irratia*k lan handia egin du, egiten du eta egingo du.

hasieratik, garbi geratu zen euskara bakarrik erabiliko zutela eta hizkuntza normaltzeko bide bat izango zela.

Sei urte geroago, 1997an, irrati-zabalkundeko zerbitzu publikorako baimena eskuratu zen. Oñatiko Udalak herritarrei zerbitzu bat emateko asmoz sortu zuen irratia. Zenbait faktorek eragin zuten irratia sortzea:

-Herritarrek informazio hurbila eskuratzeko zuten egarria.

-Herriaren eta inguruaren orografia menditsuak irrati-eskaintza mugatzen zuen.

-Euskararen erabilera normalizatzeko bide egokitzat jotzen zen.

-Herrian zegoen kultura-dinamikaren isla eta bultzatzaile izan zitekeen.

Oñati Irratia sendotuz joan den heinean, emanaldi-orduak ugaldu dira. Programazio-eredu eta saio ezberdinak frogatu dira eta herritarren zuzeneko parte-hartzea bultzatzeko hainbat ekimen egin dira.

Hemezortzi urteren ondoren, *Oñati Irratia* herritar talde handi baten erreferentzia bihurtu da. Eguneroko lanean, irrati-emanaldien kalitatea hobetu eta entzuleen interesak hobeto asetzeko helburuari tinko heltzen dio[10].

3.4. Oiartzun Irratia

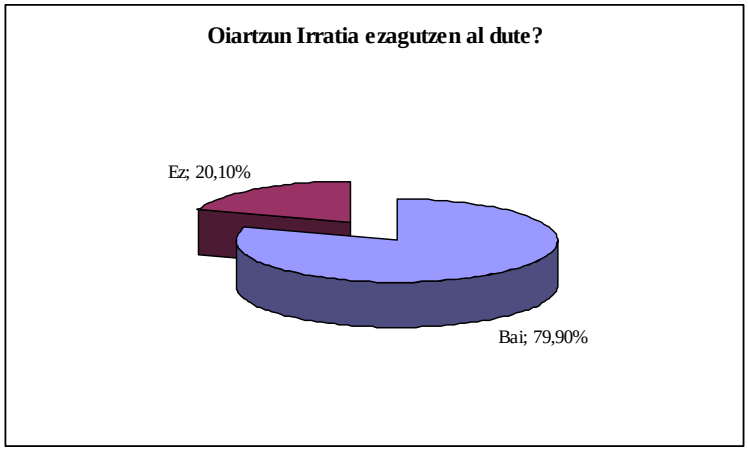
Hainbat euskal herri-komunikabide biltzen dituen fundazioaren barruan dago *Oiartzun Irratia*[11]. Hain zuzen ere, igorgailua Oarso Komunikabideen Fundazioaren barnean zegoen, *Bailaran Lau Haizetara* eta *Orraxi* aldizkariekin eta *Oarso Telebista*rekin batera. 1999ko uztailaren 7an igortzen hasi zen; *Oiartzun Irratia* udalaren lokaletan dago, eta tresneria ere udalarena da. Hala ere, mantentze-lanak, langileei ordaintzeko dirua, materiala erostekoa eta gainerako

[10] Egunero, hiru/bost orduko programazioa ematen du *Oñati Irratia*k, batez ere, goizean. Gainontzeko orduetan eta asteburuetan, haren maiztasunean, *Euskadi Irrati*ko emanaldia igortzen da.
[11] < http://www.oiartzunirratia.org/>

gastuak finantzatzeko, publizitatea saltzen dute[12]. Herriko biztanleentzat pentsatuta dago, eta herriko berriak herri-ikuspuntutik ematen saiatzea du helburu, herriari protagonismoa emanez, eta euskaraz. Eskualdeko eta Euskal Herriko albisteek ere badute beren tartetxoa. Horregatik, ezinbestekotzat jo zuten herritarren parte-hartzea, hasieratik.

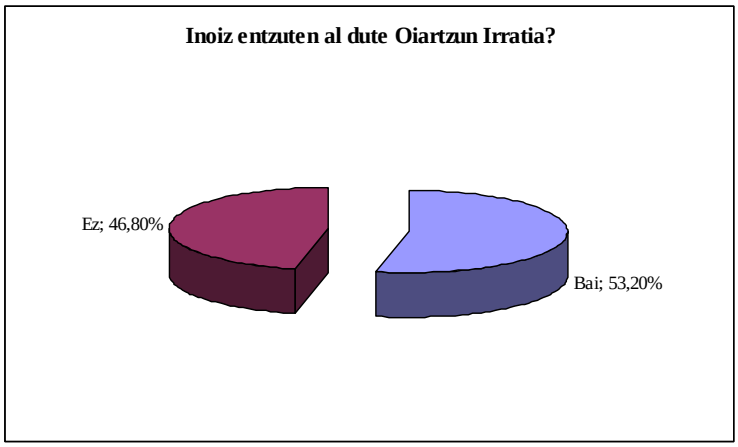
Mira zabaleko ekimenak aurrera eraman nahi dituzte: programazioa zabaldu; herriko talde gehiagok parte hartzea eta entzule gehiago lortu.

2008ko maiatzean, Aztiker ikerketa-enpresak, Oiartzungo Udalaren babesarekin, *Oiartzun Irratia*ren entzuleei buruz aztertu zuen. Hona hemen emaitza interesgarrienak[13]:



[12] *Oiartzun Irratia*k publizitatea onartzen du eta hura da aurrekontuaren % 30, hain zuzen, soldatak ordaintzeko darabiltena; funtzionamendu-gastuak, inbertsioak eta bestelakoak egiteko, Oiartzungo Udalak laguntzen die.

[13] *Oiartzun Irratia* ezagutzen duten herritarren erdiek baino gehiagok entzun izan dute inoiz. Pdf artxibo honetan, aurki ditzakegu ikerketako emaitza interesgarrienak: <http://www.oiartzunirratia.org/files/AURRERAPEN%20TXOSTENA%202008-06-23.pdf>



Iturria: Aztiker (2008)

3.5. Zirika Irratia

Gipuzkoan sortu zen lehen udal-irratia *Zirika Irratia* izan zen. 1989ko abenduan hasi zen igortzen udaletxetik. Udalak, egoitza uzteaz gain, ia erabat ordaintzen du igorgailuaren gastua. Idiazabal herria du hedadura-eremu; hala ere, Goierri osora hedatzeko asmoa zuten haren arduradunek. Herrirako interesgarriak diren albisteak zein abisuak ematen dituzte. Halaber, herriko taldeen eta elkarteen parte-hartzea bultzatzea dute helburu, bertako ekitaldien dinamizatzaile moduan erabili ahal izateko.

3.6. Karrape Irratia

1996. urtean hasi ziren herritar zenbait lanean. Herriko informazioa eta entretenimendua beren hizkuntzan jorratzeko gune bat behar zela ohartu ziren. Hori guztia herritar guztien artean zabaltzeko modurik egokiena irrati bat izan zitekeela pentsatu zuten, eta mantso-mantso horrela hasi zuen bere ibilbidea *Karrape Irratia*k[14].

Lehenik eta behin, irrati bat barrutik nolakoa zen eta zer zen ikasi beharra zegoen, zer tresna behar ziren jakin behar zen; beren herrian bideragarria ote zen aztertu behar zen. Lan hori guztia egin ondoren,

[14] < http://www.karrape.com>

beste zenbait irratirekin harremanetan jarri eta gauzak txukunduz joan ziren.

Materiala erosi, antenak jarri, lokala aurkitu... horrek guztiak lana eman baldin bazuen ere, lortu egin zen; udaletxeko lehenengo solairuko 2 gela egokitu ziren irratirako.

Ondorengo pausoa martxan jartzea zen. Horretarako, ikastaro zenbait egin ziren; horretan, *Xorroxin Irrati*ko lagunak izan zituzten laguntzaile. Herriko zenbait lagunek ikastaroa egin eta saiotxo batzuk egiten hasi ziren.

Hurrengo pausoa udalarena zen; 1997. urteko apirilean, langileak kontratatzeko azterketa egin zen udaletxean bertan eta, hortik aurrera, egundaino isildu gabe aritu da Leitzako *Karrape Irratia*.

Gaur egun, kolaboratzaile ugari ditu *Karrape Irratia*k, eta, horiei esker, irrati aberats, plural, gazte bilakatu de. Gai desberdinak jorratzen dira *Karrape Irratia*n, eta entzulearen parte-hartzeari ematen diote garrantzia. Ez da helburu bakarra; izan ere, euskara hizkuntzak bere biziko garrantzia izan du urte hauetan guzietan eta helburu nagusietakoa izan hasieratik. Herrian bertako informazioa ematea ere beste helburuetako bat da.

3.7. Arrasate Irratia

EAEn legalizaturik dagoen udal-irratietako bat da. Hasieran, udalak kudeatzen zuen; gaur egun, berriz, Goiena kooperatibaren gestiopean dago. Nerea Zubiete eta Patxi Montero izan ziren irrati-proiektuaren arduradunak, eta, urte asko eman eta gero, 1991ko errege-dekretua indarrean jarri arte itxaron behar izan zuten, egitasmoa praktikara eramateko. Dena dela, 1994ko azaroaren 11an hasi zen igortzen. Proba-emanaldien garaia gainditu eta gero, 1995eko otsailean, abian jarri zen emankizun erregularra. Legeztatzea 1997ko abenduan onartu zuen Jaurlaritzak.

Arrasateko informazioa ematea izan dute beti helburu nagusi; bereziki herriko kontuetan espezializatutako irratia da, baina mundu zabaleko gertakariak ere jasotzen ditu, betiere, herriko ikuspuntua galdu gabe. Hala ere, igorgailua inguruko beste herrietara heltzen zenez, hango

berriemaileak izan zituzten, herri horietan gertatzen zenaren berri eman ahal izateko. Euskaraz aritzea erabaki zuten hasieratik.

Esan bezala, *Arrasate Irratia* herri-irratia izanik, udal-irratien legeak Arrasaten bakarrik igortzea baimentzen du, baina, Goiena komunikazio-enpresaren adar bat izanda, GoiTBren seinaleaz baliatuta, irratia entzuteko beste aukera bat ere badago telebistaren bitartez; hala, GoiTBk zuzeneko saiorik ez duen orduetan, *Arrasate Irratia* Debagoieneko txoko guztietara heltzen da *Goiena Telebista*ren bitartez.

Etapa berri horrek hainbat aldaketa ekarri zituen. Horien artean ezin ahantz daiteke 2000ko maiatza ezkero *Arrasate Irratia*k 24 orduko emanaldi propioa duela, zuzeneko saioekin batera musika baita lagun FMko 107.7an. Horretaz gain, *Euskadi Irratia*ren albistegi-laburpenak ere ematen ditu goizero 107.7ak.

*Arrasate Irratia*ren helburua zera da entzuleei ahalik eta informaziorik bizkorren, gertukoen eta zehatzena helaraztea eta, era berean, entzuleentzako zerbitzu- eta entretenimendu-lana egitea[15]. Udal-irratia izanda, eduki asko herriko erakundeetatik eratorrikoak izan daitezen ahalegintzen dira, eta, hala, irratiaren zerbitzu-izaera indartzen da eta, aldi berean, herritarrak udal-erakundeetara gerturatzen dira.

3.8. Errenteria Irratia

Errenteriako udalaren azpiegiturarekin eta Kubide enpresaren ardurapean, *Errenteria Irratia* jarri zuten abian 2001. urtearen hasieran[16]. Magazinarekin eta kirol-saioekin hasi ziren igortzen. Laster, musika- eta zinema-saioak ere abiatu zituzten irrati elebidun berrian, kulturak eta entretenimenduak beren garrantzia zutelako emankizun-zerrendan. Tokiko informazioari lehentasuna ematen diote eta herritarrek parte hartzeko aukera dute. Azpiegitura udalak jarri zuen arren, merkataritza-helburua zuten igorgailuaren arduradunek eta, horregatik, Kubide izeneko enpresa sortu eta berak kudeatzen du igorgailua.

---

[15] < http://goiena.net/blogak/irratia>

[16] Hain zuzen ere, 2000ko amaieran jarri zuten abian: abenduaren 27an hasi zen igortzen.

3.9. Getxo Irratia

Bizkaiko Uribe Kostan, 1988ko urtarrilean hasi ziren Getxoko udal-irratiaren emanaldiak; proba moduan hasieran, eta erregulartasunez apiriletik aurrera. Kontrol-kontseilu batek kudeatzen du igorgailua, 1987ko otsailaren 27ko udalbatzan ezarritakoaren arabera. Kontseilu horren funtzioen artean, udal-komunikabideen arduradun teknikoa izendatzea dago. Ekitaldien plangintza ezartzea eta adostutako programazioa betearaztea dira eginkizun garrantzitsuenak. Irratiaren lehenengo urtean, herriko talde batzuek eta kolaboratzaileek parte hartu zuten, baina, azken horien lan-baldintzen inguruan arazoak zirela-eta, aukera hori itxi egin zuen udalak. Beraz, informazio-arloa aurrera eramateko, funtzionarioek langile-zerrenda eratu eta gero, irratsaioak kontratatzeari ekin zion udal-administrazioak. Gaur egun, goizeko emanaldiak izaten dituzte soilik, udal-informazioan oinarrituriko buletin elebidunetan eta arratsaldeko hiruetatik aurrera Euskadi Irratiaren programazioaren bikoiztaile soila da igorgailua.

3.10. Berriozar Irratia[17]

1985an sortu zen lehen aldiz Berriozarren irratia, Antonio Salasen eskutik. Hasieran, bere kontura lortzen zuten dirua, festak eta beste ekintzak antolatuz. 1988an, lehen aldiz jaso zuen diru-laguntza, eta, urte horretako abuztuan, FMko 106,5ean *Zartako Irratia* sortu zen.(1988-1990).

Hasieran, irratiaren azpiegiturak eskasak ziren eta ez zuen lortu legeztatzea, 1990eko TLO legea zela-eta. Beste irrati asko bezala, hori ere itxi egin zuten. Urte batzuk geroago, Berriozar udal-irratia sortu zen FM 100.8an, lokal propioekin eta material berriekin.

3.11. Itsuki Irratia

Itsuki Irratia, 1986. urteko ekainaren 10ean jaio zen Bermeon ibilaldia ospatzen ari zela. Udalarekin hitz egin ondoren, eta toki bat aurkitu eta

[17] < http://www.arrakis.es/~zartako/>

gero, lehen emanaldiak egiten hasi ziren; hasiera bateko programazioa, batik bat, kulturala eta musikala zen.

Urte hauetan, *Itsuki Irratia* hainbat lokaletatik pasatu da. Lehen lokala Intxausti kalean zegoen eta Bermeoko Saltzaileen Elkarteak emandakoa zen. Lehen lokal haren azpiegitura oso txarra zenez, Udalak emandako beste lokal batean kokatu zuten irratia. Baina, hala ere, Askatasun Bideko lokal horretan, arazoak zirela-eta, ez zuten denbora luze igaro, eta, hortik, Artike Bideko abere-hiltegiko bigarren solairura pasatu ziren. Baina, han ere, arazoak izan zituzten[18]. Beraz, Udalak Teodoro Anasagasti kalean zegoen institutu zaharreko goiko solairuko gela batzuetan beharrezkoak ziren erreforma-lanak amaitu ondoren, han ezarri ziren *Itsuki Irrati*koak. Iraganari begira, udal-irrati bihurtzea eta irrati baten bidez Bermeo herriarentzat lan egitea ziren haien ametsak.

3.12. Mozoilo Irratia[19]

Galdakaoko *Mozoilo Irratia* irrati aske moduan jaio zen 1979an. Gobernuko agintariek itxiarazi zuten 1981ean eta, 1986an, berriro ireki zuten. 1988tik aurrera, udalaren babespean igortzen hasi zen. Udalak egoitza uzteaz gain, dirulaguntza ematen zion urtero irratiari; dena dela, finantzabide eskasa zen hori eta publizitatetik hartu behar izaten zituen diru-sarrerak. Programazio gehiena gaztelaniaz egiten zuen eta irrati-formula musikala zuen oinarri. Langile gehienak boluntarioak ziren.

3.13. Gorliz Irratia

Uribe Kostan, Getxo Irratiaz gain, badago beste udal-irrati bat, *Gorliz Irratia*[20] (1989), hain zuzen ere. Igorgailu hori tokiko administrazioaren babesa eta laguntza ekonomikoa ditu, baina ez dago udal-egituretan sartuta, zerbitzu moduan emanda baizik. Irratiko langileek egindako magazine banak eta udal-informazioak betetzen dute goizeko eta arratsaldeko programazioaren tarterik handiena;

[18] Toki baxuan zegoenez, Bermeoko toki askotara ez zen heltzen *Itsuki Irrati*ko seinalea.
[19] < http://www.euskalnet.net/mozoiloirratia/>
[20] < http://www.gorlizirratia.com/noticias/>

gainerako ordutegia musikak eta kirolak betetzen dute. Finantzabide bikoitza du: udalaren diru-laguntza eta publizitatearen salmenta. Igorgailu elebiduna da, baina gaztelaniazko ekoizpena nagusia da

Euskal Herriko beste herri batzuek udal-irratiak bultzatu zituzten 1990ko hamarkadan, eta beste batzuk bidean geratu dira. Kasu gehienetan, udal-agintarien onarpena izan arren, irratia muntatzeko egitasmoek ez zuten erantzun ofizialik izan. Beste kasu batzuetan, hainbat herritan sortu ziren udal-irratien eragina ez zen oso handia izan.

Irrati publikoen egoerari buruzko azterketa hau amaitzeko, udal-irratien porrota azpimarratu behar da, Gutierrezen hitzetan (2008). Estatuko beste erkidegoetan gertatu denaren aurka, ez EAEn ezta Nafarroan ere ez da udal-irratien mugimendurik sortu, eta oso gutxi dira bide horretatik jo duten tokiko irratiak eta are gutxiago irrati bat kudeatu nahi izan duten udalak.

4. Bibliografía

Gutierrez Paz, Arantza (2002). *Euskal irratigintzaren historia*. Bilbo. Udako Euskal Unibertsitatea.

Gutierrez Paz, Arantza (2008). «Euskal Herriko irrati-mapan, estatu kateak eta gaztelania nagusi». In *Euskonews*, 442. zk. <http://www.euskonews.com/0442zbk/gaia44201eu.html>.

Montero, Patxi (1998). «Udal irratiak EAEn: ahuntzaren gauerdiko eztula». In *Euskonews*, 3. zk. <http://www.euskonews.com/0003zbk/media0301.html>.

Santos Díez, Mª Teresa (2002). «Las emisoras municipales en el País Vasco: origen y desarrollo». In *Ámbitos*, 9.-10. zk., 401-418.

8. gaia. Irrati libreak

0. Sarrera

Mundu osoan zehar eta izen askoren azpian sortutako irratiak dira irrati libreak, gainontzeko irratien ordezkoak izatekotan. Euskal Herriko irrati libreak frankismo osteko garaian sortu ziren eta, egun, herritar ekimenen eta komunikabideen arteko bide erdian kokatzen dira.

Irrati libreen mugimendua Europan sortu zen 1970eko hamarkadan[1]. Baina, autore batzuen ustez, urte batzuk lehenago aurki ditzakegu mugimendu horren aitzindariak. Hain zuzen ere, Alemanian, 1918-1919 urtealdian, Kaiserren abdikazioa zela-eta. Baita Algerian ere, 1956-1962 urtealdian, *La Voix de l'Algèrie libre* izeneko irrati alternatibo batek eginkizun garrantzitsua izan baitzuen independentzia-gerran.

Baina, lehenago aipatu dugun moduan, 1970eko hamarkadaren erdialdean hedatu zen Europan irrati libreen mugimendua. Irrati aske ugari sortu ziren Italian: *Onda Rossa, Radio Alice, Radio Populare…* . Frantzian, besteak beste,: *Radio Lille Campus* (1969), *Radio Active* (1975), *Radio Verte* (1977)…

Irrati libreen mugimendua Kataluniatik (*Onda Lliure*, 1979) sartu zen espainiar estatuan. Horrek zabaldutako bideari beste askok jarraitu zioten. *Osina Irratia*, Euskal Herriko lehen irrati librea, gutxira jaio zen Donostiako Amara auzoan, hiriko talde antimilitaristen eskutik. Halaber, eredu komunikatibo alternatibo hori laster zabaldu zen lurralde osoan, komunikabide ofizialek isiltzen zutena zabaltzeko asmoz.

Lehenengo irrati libreak sortu zirenetik, urte asko pasatu dira. Egia esan, denbora luze horretan, ehunka ahotsek elikatu dituzte

[1] Irrati aske izendatu zuen lehenengo igorgailua Italian agertu zen 1960ko hamarkadaren amaieran. Danino Dolci izeneko taldeak sortu zuen irrati klandestinoa Sizilian (Partinican), eta, besteak beste, Beliako biztanleen bizi-baldintza txarrak salatzea zuten helburu.

estudioetako mikrofonoak, albisteak, musika, kritikak, elkarrizketak, literatura, gai sozialak… Denetarik izan da irrati libreetan. Betiere irratia asanbladaren bitartez gestionatuz, ideia komunak indartuz eta komunikabide herrikoi parte-hartzaile ez-komertzial ezberdin bat bultzatuz.

Irrati libreen helburua da «herritarrek egindako irratia izatea, berak senti daitezela protagonista eta igorritakoa berena balitz bezala sentitzea». Honako hauek ziren garai horretako irrati libreen oinarri ideologikoak:

1. Baimenik gabe igorri, uhinak okupatuz.
2. Kontra-informazioaren kontzeptuaren nagusitasuna.
3. Kultura alternatiboa bultzatu, erakundeen kulturari aurre eginez.
4. Entzuleen parte-hartze zuzena: pertsona oro informazio-iturri izan daiteke.
5. Hizkuntza berri bat erabiltzea: sexista, gerrazalea… ez den hizkuntza aldarrikatzen dute.
6. Berriemailearen subjektibotasuna eta zintzotasuna aldarrikatzen dute.

Hogei irrati libre inguru daude gure artean eta bi esperientzia interneten: *Irratia.com* eta *Irratilibre* zibertopagunea.

1. Lehen esperientzia Euskal Herrian

Gorago aipatu dugunez, *Osina* izan zen Euskal Herrian sortu zen lehen irrati librea. 1978-79 urte inguruan izan zen hori, Donostian. Aitortu beharra dago Euskal Herrira italiar haizeek ekarri zutela irrati libreen fenomenoa. «Irrati libre izenaren erroek ere Italian dute iturburua, izen hori hartuko baitu 70 hamarkadaren erdialdean mugimendu ezkertiar eta iraultzaileen (Brigada Gorriak...) indarberritzearekin batera herrialde horretan sortuko den kontra-informaziorako irrati-sareak. Milanoko *Radio Milano Internacional*

eta Anconako *Radio Emanuel* irratiak izan ziren Italiako irrati libreen lehen bi esperientzia aitzindariak»[2].

Irrati libreek indar handia hartu zuten Italian, 1985ean 5.000 irrati libre inguru martxan izateak argi erakusten duen bezala. Oinarri kooperatibistak zituzten irrati horien eredua kopiatuz sortu zen, hain zuzen ere, Donostiako *Osina Irratia*. Lantzen zituzten gaiak askotarikoak ziren, era guztietakoak

Poliziarekin oztopoak gainditu ostean eta irratiaren uhinak berriro igortzen hasi ondoren, Donostiaz gain, Orereta aldera eta Hernani ingurura ere iritsi zen.

Baina poliziak bigarren operazioa egin zuen eta, horrekin batera, bukatutzat jotzen dugu Euskal Herriko komunikazio alternatiboaren lehen esperientzia.

Baina *Osina* irratiaren esperientzia hori ez zen ezerezean geratu eta Euskal Herrira ekarri eta parte-hartzea bultzatu nahi zuen irrati-eredu herrikoiak jarraipena izan zuen, antzeko esperientziak sortu baitziren, baita hiriburuetan ere.

Arantza Gutierrezek gogorarazten duenez, *Osina Irratia* sortu zenetik, irrati aske eta alternatibo asko sortu ziren euskal lurraldean zehar. «Oso igorgailu lokalak ziren arren, mugimenduak oso oihartzun handia lortu zuen euskal gizartean, batez ere 1980ko hamarkadaren erdialdean» (2002: 98).

Euskal komunikabide herrikoien mugimendua indarberritu zen 80. hamarkadan, komunikabide ofizialek sortzen zuten panorama negargarria ikusita. Horregatik hasi ziren sortzen hainbat eta hainbat telebista-, aldizkari- eta irrati-proiektu. «Hamarkada aurrera joan ahala, apurka-apurka, Euskal Herriko hiri eta eskualdeetan, izaera ezberdineko irrati-proiektuak sortuz joan ziren. Komunikabide-alorrean zegoen gabeziak asko erraztu zuen bidea eta gabezi hori aprobetxatuz, leku handia hartu zuten, oro har, irrati libreek, nahiz eta irrati bakoitzaren eragite-gaitasuna arras ezberdina izan»[3].

80. hamarkadaren hasieran, irrati libre asko sortu ziren bai Euskal Herrian, bai espainiar estatuan. 1980. urtean, *Mozoilo Irratia* jaio zen

[2] <http://www.xirika.com/kapitulu%20matxinatuak/08_herri_komunikabide.doc>.
[3] Ibidem.

Galdakaon. Hori izan zen Bizkaiko lehenengo irrati librea. Urte bat geroago itxi behar izan zuen Gobernu-ordenak aginduta. Baina, 1986an, berriro hasi zen igortzen, baina udal-irrati bihurtuta.

Aurretik, Euskal Herrian «aske» moduan igortzen hasi zen lehenengo igorgailua *JMC-Radio* izan zen, 1978an. Tolosan, *Satorra Irratia* martxan jarri zuten 1979an, baina, urte bat geroago, Gobernuak itxi egin zuen.

1983an, Bilboko San Inazio auzoan hasi zen igortzen *Gramola Irratia*. Urte berean, *Txomin Barullo Irratia* izen bereko konpartsak eraginda sortu zen. Araban, *Hala Bedi Irratia* martxan jarri zuten Gasteizen.

Eta urte bat geroago, 1984an, *Iluna Irratia*, jaio zen Bilboko Santutxu auzoan; *Karibe Irratia*, Sestaon; *Betekada Irratia*, Gernikan; *KakaFlash* izeneko irratia, Azpeitian; *Zintzilik Irratia*, Oreretan; *Zazpiki Irratia*, Elgoibarren, eta *Txapa Irratia*, Bergaran.

1985ean, *Zirika Irratia* sortu zen Barakaldon, gazte talde batek bultzatua; eta *Otxasko Irratia*, Bilboko Otxarkoaga auzoan. Urte berekoak dira: *Arrakala Irratia*, Lekeition; *Ortzadar Irratia*, Bilboko Uribarri auzoan; *Pirula Irratia*, Amurrion; *Basterra Irratia*, Laguardia (azken bi hauek, Araban); *Erresistentzia Amara Irratia*, Donostiako izen bereko auzoan, eta *Irrintzi Irratia*, Astigarragan.

Hurrengo urtean, 1986an, *Basurto Irratia* sortu zen Bilboko izen bereko auzoan. Urte berean igortzen hasi ziren: *Aldaba Irratia*, Durangon; *Txintxibiri*, Elorrion; *Azur Irratia*, Karrantzan; *Eup! Irratia*, Markinan; *Pottoka Irratia*, Eibarren, eta *Txantxangorri Irratia*, Donostiako Antigua auzoan.

Urte bat geroago, 1987an, Santurtziko *Pititako Irratia* hasi zen igortzen, baita Bilboko Iralako auzo elkarteak bultzatuta *Irola Irratia* ere. Urte berekoak dira *Bost Axola*, Getxon; eta *Molotoff*, Hernanin.

Geroago, 1989an jaio zen *Zaldiko Maldiko* Bilboko Zorrotza auzoan.

Horiez gain, beste irrati libre batzuk sortu ziren, mota desberdinetako taldeek bultzatuak.

Horietariko igorgailu askok ikusi zuten beharrezkoa zela zer edo zer elkarrekin egitea. Irrati libreen mugimendua hartzen ari zen indarra ikusirik, Euskal Herriaren luze zabalean bakoitza bere borrokan

dabilen mugimendu hori koordinatzeko eta biltzeko beharra geroz eta nabariago sentitzen hasi ziren irrati libreen mugimenduko kideak.

Hala, 1985ean, Irrati Askeen Lehenengo Topaketa Nazionala egin zen Zarautzen, eta, han, irrati libreen koordinakundea osatzeko lehenengo pausoak eman ziren.

Hasiera batean, Espainiako Irrati Libreen Koordinakundean parte hartu zuten Euskal Herriko irrati libre askok. Baina, han egoteak zentzurik ez zuela ikusirik, Euskal Herriko koordinakunde bat sortzearen aldeko apustua egiten hasi ziren. Honako irizpide hauek finkatu ziren Euskal Herriko Irrati Libreen Koordinakundea sortu zen garaian:

-Irrati libretzat hartuko dira antolakunde eta sektore herritarrek erabil ditzaten sorturiko irrati-igorgailuak.

-Bizirauteko publizitatea onartzen ez dutenak eta kuota bidez autofinantzatzen direnak, irratiaren independentzia iraunarazteko.

-Ideologikoki kontra-informazioan eta informazio alternatiboan oinarritzen direnak, Estatuen intoxikazio informatiboa saihesteko.

Koordinakunde horrek irrati libreen arteko topaketa bat baino gehiago antolatu zituen. Bigarren topaketan, Euban, besteak beste, prentsa-agentzia alternatibo bat sortzeko erabakia hartu zen, informazio-iturri herritar eta alternatibo bat eskura izateko asmoz. Horrela sortu zen Tas Tas izena hartu zuen informazio-agentzia; baina ez zuen biziraupen luzerik lortu, denbora laburrera fundamentu faltagatik eta eskatzen zuen lan eskergagatik bertan behera geratu baitzen.

Irrati libre batzuk euskararen aldeko ahaleginak egin zituzten, kritika soziala ahaztu gabe (*Txomin Barullo Irratia*[4]*, Otxasko Irratia, Sestaoko Karibe Irratia,*…). Irrati libreen arteko ezberdintasunak oso nabariak ziren, «bai lehentasunak markatzerakoan, bai ekonomia antolatzean, bai medio teknikoen aldetik, bai emanaldien aldetik, bai hizkuntza… Tokian tokiko ekimenak zirenez, bakoitzak errekurtso batzuk sortu zituen bere programazioa aurrera eraman ahal izateko» (Uriarte, 2001: 175).

[4] Bazkideen kuoten bidez finantza-sostengua zuen arren, garrantzi handia zuen Bilboko Aste Nagusian jartzen zuen txosnak, diru-iturri gisa.

90eko hamarkadaren hasieratik, joera ezberdinak sortu ziren irrati libreen artean. Ozta-ozta mantentzen ziren irrati batzuk desagertu egin ziren, beste batzuek, berriz, beren egitasmoa birdefinitu behar izan zuten. Carlos Egiaren eta Javier Bayonen iritziz, irrati askeen krisialdia ez da isolaturik ulertu behar, baizik eta 1980ko hamarkadaren bukaeran eta 1990ekoaren hasieran herri-mugimenduetan suertatu zen krisialdiaren barruan kokatu behar da. Borondatezko lanean oinarritutako beste herri-ekimenetan gertatu zen moduan, irrati libreen kasuan, nekea eta inplikazio falta izan ziren arazorik nagusienak (Egia eta Bayon, 1997).

Aldi berean, eta nahiz eta krisialdia egon, egitasmo berriren bat sortu zen: *Tas Tas Irrati Librea* (Bilbon), esate baterako, edo *Bilbo Hiri Irratia*, euskara hutsez igortzen zuen irratia ez-instituzionala zen.

Geroztik, Arantza Gutierrezen ustez, irrati askeak beste garai batean sartu ziren. Alde batetik, antolaketaren inguruan, profesionalagoak ziren eta prestakuntza beharrezkotzat jotzen zuten. Hala, langileentzat antolatutako ikastaroez gain, irrati batzuetan, langileak kontratatzea aurreikusi izan zuten. Horrez gain, finantzabideak ugaritu ziren. Horretarako, bazkidetzan zein irratian parte hartzen zutenen inplikazio ekonomikoa funtsezkotzat jo zuten.

Teknologia berriak ere sartu ziren emandegi horietako estudioetan eta askok ekipamendua digitalizatzeaz gain, Interneten aurkitu zuten beste ‘dial’ bat, muga geografikoa gaindituz.

«Aldaketa horiek guztiak zirela medio, milurteko berriaren hasieran esan daiteke irrati askeak bizirik daudela; are gehiago, zahar batzuek –garairik okerretan bizirautea lortu zutenek- jarraitzeaz gain, igorgailu berriak sortu dira Euskal Herrian zehar» (Gutierrez, 2002: 117).

2. Definizioa

Villaverdeko Adierazpena delakoak honako definizio hau ematen digu: «En una sociedad cuya realidad está altamente centralizada e informatizada, donde los medios privados y públicos de comunicación son poder y están al servicio del poder, las radios libres surgen ante la necesidad y el derecho de toda persona individual o colectiva a

expresar libremente sus opiniones y criticar y ofrecer alternativas en todo aquello que le afecta directa e indirectamente»[5].

Beste alde batetik, Teresa Santosek irakasleak proposatzen duen definizioa oso zabala da: «Bajo el nombre de radios libres incluiremnos todas aquellas emisoras que promovidas en su mayoría por colectivos sociales, instituciones o grupos económicos de pequeña cuantía, hacen uso de las ondas sin poseer licencia de emisión» (Santos, 1994: 12).

Baina zergatik sortzen da irrati libre bat? Beti daude helburu batzuk betetzeko eta, kasu honetan ere, bazeuden; eta agian nagusiena: herrientzako komunikazio-iturri alternatibo bat izan nahi dute, biltzar-bidez erabakitzen duena eta parte-hartzea bultzatzen duena. Hedabide bat independente eta antikomertziala. Dirua ez da sekula haien motorra izaten igortzeko eta lan egiteko. Hala, irrati libreek gaur egun hedabideak menderatzen dituzten enpresen alternatiba bat izan nahi dute.

Zentzu horretan, interesgarria iruditzen zaigu Arantza Gutierrezek proposatzen duen definizioa: «Baimenik eskatu gabe, irrati-maiztasunak libreki okupatzeko eskubidea aldarrikatzen duten igorgailuak, eta beren helburuetariko bat bide ofizialetan tokirik ez duen komunikazioa ahalbidetzea dutenak, herritarren parte-hartze zuzena bultzatuz» (2002: 99).

Gure interesatzen zaigun kasuan, zenbat irrati hainbat definizio aurkitu dezakegu. Hona hemen adibide batzuk, Txema Uriarteren ideiari jarraituz (2001):

Arrakala Irratia (Lekeitio): «Irrati libreek adierazpen askatasunarekin zerikusi handia daukate. Beste komunikabide guztietan, interes politiko eta komertzialen baldintzapean arrastaka ibiltzen diren bitartean, irrati librea bide bat baino ez da, nor beren gustuak, iritziak, eta egi txikinak, uhinen bidez entzun nahi dutenari zabaltzeko. Irrati libre bat ondo eroatea programa bakoitien esku dago. Hemen ez dago 'amatxu'rik inon kakak garbitzeko ez apurturiko gauzak konpontzeko. Arduria eta diziplina derrigor bete behar diren baldintza bakarrak dira,

[5] <http://www.medioscomunitarios.net/node/197>.

programa denen aldetik, igortzen jarraitu nahi badu. Erabakiak asanbladan hartzen dira»[6].

Zintzilik Irratia (Orereta-Errenteria): «Komunikabide ofizialek isiltzen zutena zabaltzeko asmoz 1984. urtean, Euskal Herrian zehar Irrati Libreak sortzen ari ziren garai haietan, sortutako kolektiboa da *Zintzilik Irratia*. *Zintzilik Irratia* kolektibo autogestionatua da (ez dugu inoiz administrazioaren diru-laguntzetatik bizi izan nahi) eta asanbladaren bidez funtzionatzen du»[7].

Hala Bedi (Gasteiz): «Lana hiru ataletan banatzen da: Lehendabizikoa, 'Oinarri ideologikoak' titulupean, egitasmoarekin lortu nahi ditugun xedeei buruz eta horrek gizartean eduki beharreko proiekzioari buruz aritzen da gehien bat. Horrekin batera, eguneroko lanean akatsak ez izaten ahalbidetuko duen printzipio-aitorpena izan nahi du eta egitasmoari berezko linea editoriala emanen diona. Bigarren zatia, 'Barne-antolakuntza', gure antolaera-eredu bitxiari buruz aritzen da, eredu horizontala, demokratikoa eta biltzar-bidezkoa, ohiko bideei segitzen dieten gainontzeko hedabideetatik bereizten gaituena, alegia. Antolaera hori lagungarria zaigu funtzionamenduaren errendimendua eta barne-demokrazia uztartuz, egitasmoaren garapenean guztiok parte hartzea bultza dezagun. Azken zatiak, 'Komunikazio egitasmoa', gure esperientzia luzearen ostean bultzatu nahi ditugun eredu eta eduki komunikatiboetan sakontzen du. Atal horretan, etorkizunean bultzatu eta garatu nahi ditugun ideia berriek ere badute tokia. Lan horren bidez, argi adierazi nahi dugu, enpresa-talde handiei edo alderdi politikoren bati loturik egon barik, herri-oinarri demokratikoa izanik baizik, entzuleria garrantzitsua lor dezaketen hedabideak sortzea posible dela eta horretarako aukerak egon badaudela. Egitasmo honen bidez, borroka antikapitalista eta gizarte-aldaketa baten aldeko borrokan diharduten gizarte-sektore edo eremu askotarikoen ekarpenen batasuna bilatu nahi dugu. Era berean, sektakeriak eta gidarikeriak baztertu nahi ditugu. Gizarte-borrokaren eta horrek hedabideetan duen islaren interpretazio zabala egiten dugu, borroka hori zenbait ekarpenekin aberasteko bide gisa»[8].

---

[6] < http://www.geocities.com/Heartland/Pond/5468/2.htm>.
[7] < http://www.zintzilik.net/>.
[8] < http://www.halabedi.org/>.

Koska Irratia (Algorta): «Irratia sortzen duten guztiek euren burua irrati abertzale, euskaldun eta ezkertiar moduan definitzen dute. Aldi berean, irrati libretzat dute euren burua, ezartzen dizkiguten inposaketa, arau eta ezarpenen kontra agertzen dituzten nahi eta ekimenen aldetik. Eskualde osora kalitatez hedatzeko asmoz, herri-irrati honek desobedientzia zibila bultzatzen du»[9].

Irrati libreak, beraz, mass-medien merkatutik bazterturik dauden esperientziak ditugu, herritarrei eta herri-mugimenduei ahotsa emateko asmoz sortzen hasi zirenak; horregatik izan ziren irrati-proiektu horiek bultzatzaileak gaztetxeak, auzo-elkarteak, talde ekologistak… eta horietako bat herri-mugimenduko hainbat talderi nahiz kulturgileei irratsaioak haiek berek egiteko aukera ematea izango da.

2.1. Irrati libreen ezaugarriak

Filosofia eta antolaketa aldetik arras ezberdinak diren esperientziak sortuko direnez, zaila da irrati libre eredu orokor bat ematea; eredu asko daude. Batean eta bestean errepikatuko diren ezaugarriak badira, ordea. Oro har, bederatzi berezitasun aipa daitezke irrati libreen ezaugarrietan:

1. Irrati libreen gestioa biltzar bitartez egiten da, biltzarrean erabakitzen dira proiektua aurrera eramateko bitarteko guztiak baita irratien norabidea ere.

2. Ez dira profesionalak. «Irratian egiten den lan guztia borondatezkoa da. Bertan lan egin eta parte hartzen dugunok proiektu komuna bultzatzea daukagu helburutzat»[10].

3. Legez kanpoko emanaldiak. Irrati libreek aske eta mugarik gabe igortzeko eskubidea aldarrikatzen zuten.

4. Ez dira komertzialak. Irrati libreetan ez da inongo helburu ekonomikorik; gizartearen saldu-erosi dinamikatik at gelditu nahi dute. Merkataritza-publizitateari eta erakundeen diru-laguntzei uko egiten diete. Autokudeaketa bilatzen dute.

[9] < http://www.koskairratia.com/>.
[10] <http://www.txapairratia.org>.

5. Alde ekonomikoari dagokionez, autogestioa dute zutabe eta oinarri, eta horretarako erabiltzen dituzten diru-iturriak askotarikoak izaten dira (kontzertuak, jaiak, material batzuen salmentak,…). Hori bai, bizi duten egoera prekarioa dela-eta, ongi etorriak izango dira erakunde publiko eta pertsona indibidualen ekarpen edo dirulaguntzak, argi utziaz, horren truke ez dutela haien aldetik inolako mendekotasun eta ardurarik jasoko.

6. Independentzia ideologikoa eta ekonomikoa. Talde politiko, ekonomiko eta iragarki-egileetatik kanpo daude.

7. Herri-taldeekiko elkarlana. Irrati libreen mugimendua herri-taldeekin lotuta jaio eta garatu zen. Eta talde horiei adierazpide bat ematea izan da haien helburuetariko bat. Gaur egun, irrati libreetan, talde askok dute beren tokia: antimilitaristak, ekologistak, feministak, …

8. Euskara beti izango da erreferente eta lehentasuna haien irratsaioetan, eta ezinbestekotzat jotzen dute gutxiengo batzuk euskaraz egitea. Irrati libreetan, euskararen aldeko lanaren beharraz jabetzen dira, eta haien ahaleginak hizkuntza indartzera ere bideratzen dituzte.

9. Ahotsgabekoen ahotsa izaten dira. Horrekin batera, kontrainformazioa izango da irrati libreen beste helburu bat. Gainontzeko komunikabideek ezkutatzen dutena eta haien ustez albiste izan behar litzatekeena kaleratu eta zuzeneko informazio-iturriak bilatzea da haien ustez kontrainformatzea. Irrati libreen helburua jendeari hitza ematea da; hobeto esanda, komunikazio-prozesutik kanpo bazterturik daudenei (pertsona nahiz talde) hitza ematea. «Adierazpen Askatasunaren alde borrokatzen dugu, ahots ezkonfomista eta iraultzaileak irratien munduan gero eta baztertuagoak dauden garai hauetan, eta mundu aske eta solidarioago baten alde borrokatzen ari diren pertsona eta taldeei irekitzen dizkiegu *Zintzilik Irrati*ko uhinak».

Marta Llorente *Txomin Barrullo Irrati*koak honela azaltzen du ideia bera: «Bakoitzak bere iritzia dauka, eta, normalean, munduan, bi iritzi daude, bata boterean daudenena eta bestea boterean ez gaudenona eta inon azaltzen ez dena. Eta hori da irrati libreen funtzioa, beste inon agertzen ez direnen iritziak plazaratzea» (Uria, 1987: 42).

1986an, Euskal Herriko Irrati Askeen Koordinakundeak *Tas-Tas* kontrainformazio-agentzia sortu zuen, informazio zein iritzi alternatiboen bozgorailua izateko funtzio hori oso garrantzitsutzat jotzen zutelako (Gutierrez, 2002).

10. Entzuleek parte hartzea bultzatzea. Irrati libreek harrera ona dute entzuleen aldetik. Nolabait, irrati libreekin errepikatzen da telebista lokalekin gertatzen den efektua: hurbiltasunarena; oso garrantzitsua da entzuleekin zubiak eratzea. Kontuan izanik hedapenaren aldetik oso murritzak direla, herrietako eta hiri-auzoetako biztanleek beren egiten dute irrati libreen jarduna. Horixe da giltza irrati horiek bizirik iraun ahal izateko.

11. Haien jardunek ondo islatzen dituzte hedabide txikiek bizi ahal izateko dituzten oztopoak, baita oztopook gainditzeko egin ohi diren ekimenak ere.

12. Euskal Herriko eta atzerriko irrati libre eta komunikazio-eredu ezberdina bultzatzen duten taldeekin erlazioak bultzatuko dituzte, proiektu komunak sortuz eta aurrera eramanez[11].

3. Antolamendua

Txema Uriartek (2001) azaltzen duenez, irrati libreen antolamendua tokian tokiko errealitateari egokituta dago: jendeak parte hartzen du nahi bezala, nahi duenean, nahi adina. Komunikatzeko tresna izan nahi dutenez, ateak parez pare irekita dauzkate herritarrek.

Oro har, irrati libreetan karguak ez dira definitzen eta sarritan talde fundatzaileko kideak izaten dira irratiaren antolatzaileak. Erabakitzeko ahalmena oso sakabanatuta dago eta, askotan, biltzarra izaten da erabakitzeko tresna. «Una radio libre es una emisora de radio independiente, de carácter no lucrativo cuya gestión y programación se elabora de forma colectiva. La emisora no está promovida por entidades públicas, institucionales, privadas o comerciales, sino que la

[11] ARROSA irrati-sarea Euskal Herri osoko irrati mordoxka baten elkarlanaren ondorioa da. Hor biltzen diren irrati gehienak txiki xamarrak dira, herri edo eskualde mailakoak. Elkar ezagutzeko eta koordinatzeko sarea izateaz gain, irrati-emankizunak trukatzeko egitura ere bada. <http://www.arrosasarea.org/bitakora/>.

lleva un colectivo de personas o por una asociación sin ánimo de lucro»[12].

Batzarretan oinarritutako irratiak dira irrati libreak, guztiontzat irekiak diren biltzarretan hartzen baitira erabakiak. Baina, kasu batzuetan, bilera horietatik ateratako erabakiak baliagarriak izan daitezen, zenbait batzorde izendatzen dira, hainbat gairen inguruan proposamenak egin ditzaten: besteak beste, arlo teknikoarekin, ekonomiarekin eta propagandarekin lotutako gaiak jorratuko dira.

Euskal Herriko irrati libreen kasu batzuk aztertuko ditugu:

Txapa Irratia (Bergara): «Gestioa biltzar bitartez egiten da. Biltzarrean erabakitzen dira proiektua aurrera eramateko bitarteko guztiak, baita irratiaren norabidea ere. Ezin dugu lanaren zatiketa soziala onartu: arduradunak denok izan behar dugu; denok jakin beharko dugu albisteak egin eta ematen, errealizazioa zuzendu eta mantentze-lanak egiten».

Info 7 (Donostia): «*Info7 irratia*k herri-oinarria eta borondatezko laguntza izan arren, eguneroko lana profesionalen esku dago. Eguneroko kudeaketa eta programazioa egitea bera langileen esku dago, betiere herri-elkartearen eta bestelako laguntzaileen iritzia kontuan hartuta, noski»[13].

Xorroxin Irratia (Erratzu): «*Xorroxin irratia*k, hasieratik, herriak herriarendako egindako gauza bat izatea zuen helburu, eta hala du, noski. Herriari zerbitzu sozial bat ematea zuen helburu, herriaren oihartzuna izatea, eta, hasieran, hala hasi ziren, jendea irratira hurbiltzen zen, kantu batzuk eskaintzera, edo beren kezka, arrangurak, pozak, tristurak eta abar zabaltzera»[14].

Pititako Irratia (Santurtzi): «La verdad es que no somos gentes de grandes discursos, ni de elaboradas teorías, no tenemos bases ideológicas estrictas, ni siquiera escritas, tan sólo unas mínimas normas de convivencia... nos hacemos día a día y aprendemos sobre la marcha, elaborando reflexiones desde las distintas experiencias...lo que explica por qué estamos aquí en una radio libre, en la red, en la calle, un grupo de gente bastante heterogéneo, un batiburrillo de

[12] <http://www.radiobronka.info/Radios-Libres-Ondas-de-Libertad>.
[13] <http://www.info7.com/>.
[14] <http://www.xorroxin.org/>.

ideas...Nos une el uso colectivo de unas herramientas de comunicación desde la libertad, y las ganas de tener en nuestras manos y de poner a disposición de otr@s los medios técnicos necesarios para difundir lo que pasa en nuestro ámbito más cercano y contribuir a conocer otros espacios, intercambiar ideas, contenidos críticos y cuestionarnos la realidad para actuar»[15].

Hala Bedi (Gasteiz): «*Hala Bedi Irrati*ko (HBI) kidea irratian lan egiten duen edo irratiarekin kolaboratzen duen pertsona oro da, kolektiboarekiko bere inplikazio maila edonolakoa izanda ere, baina azken alderdi horren garrantzia azpimarratu behar dugu: HBIko kolektiboarekiko inplikazio maila handigoa lortzera jo behar dugu, hots, irratian eguneroko eginbeharretan aktiboki lan egitea, norberaren irratsaioa egiten den ala ez alde batera utzita. Begi-bistakoa da pertsonen araberako ardura eta konpromiso maila ezberdinak egon daitezkeela, baina argi utzi beharra dago bakoitzak beregana dezakeen parte-hartzearen maila zein den ere guztiok garrantzitsuak garela irrati honen komunikazio-egitasmoan».

Azken urte hauetan, zenbait aurrerapauso hauteman daitezke, zeren, 90. hamarkadan profesionalik onartzen ez bazen ere, gero eta zabalduago baitago lan kualifikatuak eta astunak profesionalek egitea. Irrati libre askok herri-oinarria eta borondatezko laguntza izan arren, eguneroko lana profesionalen esku dago. Eguneroko kudeaketa eta programazioa egitea haien langileen esku dago, betiere herri elkartearen eta bestelako laguntzaileen iritzia kontuan hartuta, noski.

1980ko hamarkadaren amaieran eta 1990ekoaren hasieran, irrati libreen mugimenduaren ahultze-prozesua hasi zen, eta irrati aske gutxik iraun zuten (Egia eta Bayón, 1997; Gutierrez, 2002). Geroztik, beste garai batean sartu dira irrati askeak. Antolaketaren inguruan, profesionalagoak direla esan daiteke; «hau da, borondatezko lanean oinarritzen diren arren, beharrezkotzat jotzen dute prestakuntza. Hori dela-eta, ikastaroak antolatzen dituzte beren langileek gutxieneko ezagutzak ikas ditzaten. Halaber, irrati batzuetan, langileak – liberatuak– kontratatzea aurreikusi dute» (Gutierrez, 2002: 117).

4. Programazioa

[15] <http://www.pititako.net/>.

Programazioan azaltzen zaigunez, irrati libre bakoitza inguru jakin batean sortu eta hango kezkei erantzuna ematen saiatzen da (Uriarte, 2001).

Beste alde batetik, bi atal bereizten ditu Urairtek: grabatutakoa eta zuzenean igortzen dena.

Programazioari dagokionez, era guztietako programak igortzen dira, musikalak (musikak garrantzia handia du irrati libreetan ere, eta denbora asko betetzen du), albistegiak, ekologiari buruzkoak, kulturalak eta abar.

Irrati libreetan, saio kontra-informatiboak ezinbestekoak dira eta, askotan, beren berezitasunak adierazteko balio dute. «*Zintzilik Irratia* irrati ireki eta parte-hartzailea da, eta, hemen, gizarte kapitalista eta errepresibo hau aldatzeko lanean ari diren pertsona eta taldeek lekua dute. Gure helburua, irratiarekin komunikabide gisa esperimentatzeaz gain, botereari salduta dauden komunikabide ofizialek isiltzen dituzten salaketa, lan eta proposamenei ahotsa ematea da. Adierazpen Askatasunaren alde borrokatzen dugu, ahots ezkonformista eta iraultzaileak irratien munduan gero eta baztertuagoak dauden garai hauetan, eta mundu aske eta solidarioago baten alde borrokatzen ari diren pertsona eta taldeei irekitzen dizkiegu *Zintzilik Irrati*ko uhinak». Ildo beretik, *Arreta Irratia*k (Ermua) esaten duena interesgarria suertatzen zaigu: «Gure helburua esku-hartze ekonomiko edo politikorik edukiko ez duen informazioa plazaratzea da, beste komunikabideetan normalean azaltzen ez den ikuspuntu batetik lan egiten duen irratia izan nahi dugu. Jende arruntaren iritzia jaso; herri-mugimenduen berri izan, eta, herriko berriei buruz, era naturalean informatu nahi dugu»[16].

Irrati libreek ahaleginak egiten dituzte entzuleen parte-hartzea zuzenean bultzatzeko. Horren adibide asko ditugu, hala nola *Radiokultura* (2005ean igortzen hasi zen), entzuleek osatutako programazioa proposatzen duen irrati bakarra baita, ele bietan (euskaraz/frantsesez)[17].

Uriartek gogoratzen duenez, programazioari dagokionez, bi atal bereiz daiteke: grabatutakoa eta zuzenean igortzen dena. Historikoki

[16] <http://www.nodo50.org/ermualibertario/spip.php?article12>.
[17] <http://www.radiokultura.com>.

arrakasta handiena zuzeneko irratsaioek lortu izan badute, gero eta argiago azaltzen da atal biak jorratzen ari direla 24 orduko programazio orekatua lortzekotan.

Programazioetan, musikak garrantzi handia hartzen du irrati libreetan. Orain dela hogei bat urte, Ramon Zallok zuzendutako ikerketa batean, irrati libreen programazioa aztertu zen eta emaitzak honelakoak ziren: emankizunen % 45 musika zen; %15 informazio kulturala; % 13 kontra-informazioa, eta beste horrenbeste bestelako saioek (Bustamante eta Zallo, 1988).

5. Esperientzia berriak

Digitalizatzearen garaian, batasuna da irrati libreak eta gizarte-taldeek sortutako irratiak alternatibo izateko bide bakarra. 2001ean, hogeita bost irratietako ordezkariak[18] elkartu ziren *Arrosa*n, bi helbururekin: guztien arteko elkarlana bultzatzeko oinarriak ezartzea eta teknologia berriei egokitzea.

Han bildutakoek honako hau garbi zuten:

-Irrati guztiak ezberdinak izan arren hainbat behar eta nahitan bat egiten zenez, hortik ezer abiatu zitekeela.

-Bereziki irrati libreen artean lehenago ere izan zirela koordinazio- eta elkarlan-saiakerak eta asmo horrek bizirik zirauela.

-Baliabide teknologikoek lehen zailagoa zena errazten zutela, eta, aukera berriak zeudenez, horiek aztertzeko beharra zegoela.

-Komunikabideen eremuan egunetik egunera enpresa handiak nagusitzen ari zirela-eta, gertuko komunikabideen esparrua ere bereganatu nahiko zutela jakinik, gertuko komunikazio horretan aritzen ziren euskarazko komunikabideek elkartu eta indartu beharra zutela, enpresa handiei aurre egingo bazieten.

2002an, *Arrosa* Ekoizpen Zentroa jaio zen. Bost eginkizun nagusi hartzen ditu bere gain *Arrosa* Ekoizpen Zentroak:

[18] Gehienak irrati txiki xamarrak eta maila lokalean edo ertainean aritzen direnak. Asmoa ez zen inori atea ixtea, guztion artean zeuden aukerak aztertzea baizik.

1. Euskal Herriko lurralde eta herritar guztiak barne hartzen dituen igortze-eremua osatzen duela haien arteko uhinen loturak, eta, Euskal Herriko Komunikazio Esparruaren beharra azpimarratuz, hori sortu eta bultzatzeko ahalegina egingo dutela.

2. Irrati bakoitzak lehentasunezkoa duela berezko duen maila lokalari edo ertaineko lanari eustea eta hori indartzea eta beste irratien laguntzarekin hedatzea. Beraz, gertuko komunikazioari lehentasuna ematen diotela, herritarrenganako duen hurbiltasun eta garrantzia azpimarratuz.

3. Irratien arteko kohesioa zein lotura areagotzeko beharra sentitzen dutela, komunikazio-lan osoagoa jorratu eta eskaini ahal izateko.

4. Euskal Herriko beste eskualde zein lurraldeetan egiten den komunikazioa eta informazioa eskura izan nahi dutela, maila lokaletik zonaldeen arteko elkar ezagutza eta elkarrenganako hurbilketa bultzatzeko.

5. Halaber, nahiz eta irrati bakoitzean euskararen presentzia neurri ezberdinekoa izan, euskara hutsezko produkzioa landuko dela Zentroan.

Beraz, honako hau da *Arrosa*ren eginkizun nagusia: Euskarazko Euskal Herriko Komunikazio Esparrua sendotzea, maila lokal eta ertaineko irratien elkarlanerako tresnak eskainita. Bestalde, sarea dial alternatiboa da irrati horietarako[19].

***Arrosa* proiektuaren parte izateko erabakia hartu zuten irratiak**

Irratia	**Eremua**	**Irratia**	**Eremua**
Antxeta	Txingudi badia	Irulegi	Nafarroa Beherea
Arrakala	Lekeitio	Karrape	Leitza
Arreta	Ermua	Matrailako	Eibar
Beleixe	Sakana bailara	Molotoff	Hernanialdea
Bilbo Hiria	Bilbo aldea	Oiartzun	Oiartzun
Eguzki	Iruñerria	Radixu	Ondarroa
Esan erran	Basaburua	Tas-Tas	Bilbo aldea
Eup!	Markina	Txapa	Bergara

[19] Arrosa proiektuari buruz informazio gehiago jasotzeko, <http://www.arrosasarea.org/bitakora/wp-content/uploads/2006/06/arrosa_historia.pdf>.

Euskalerria	Iruñerria	Txolarre	Andoain, Villabona, Tolosa
Garraxi	Altsasu/Sakana	Uhinak	Aiara aldea
Gure Irratia	Lapurdi	Xiberoko Botza	Zuberoa
Hala Bedi	Araba osoa	Xorroxin	Baztan, Bidasoa, Malerreka
Herri Irratia	Gipuzkoa eta Araba osoa	Zazpiki	Elgoibar
Irratia.com	Sarea	Zintzilik	Errenteria-Orereta

Aldez aurretik, irrati libreek beste sareak sortu dituzte beren artean, hala nola Euskarazko Irratia, Irratilibre ziberespazioa, Akitaniako eta Euskal Herriko Irratien arteko sarea eta abar. (Uriarte, 2001).

6. Bibliografia

Bustamante, E.; Zallo, R. (1988). *Las industrial culturales en España*. Madril: Akal.

Egia, Carlos; Bayón, Javier (1997). *Contrainformación. Alternativas de comunicación escrita en Euskal Herria*. Bilbo: Likiniako Elkartea.

Gutierrez Paz, Arantza (2002). *Euskal irratigintzaren historia*. Bilbo: Udako Euskal Unibertsitatea.

Gutierrez Paz, Arantza (2003). «Irratiak eta Internet bat eginda, hedabide erraldoien aurrean». In *Uztaro*, 47 zbk., 55-66.

Santos Díez, Teresa (1994). *Radios Comerciales… Ondas Libres*. Bilbo. Patrocinadora OCR.

Uria, I.M. (1987). «Irrati librea, komunikabide alternatibo eta herrikoia». In *Punto y Hora*, 468. zk., 42.

Uriarte, Txema (2001). «Irrati libreak. 20 urteko jarduera Euskal Herriko dialetan». In *Uztaro*, XX zk., 167-194.

9. gaia Norabide berriak irratigintzan

1. Irratia digitalizatzearen aroan

Ehun urte pasatu dira, 1887ko uztailean Marconi italiarrak harigabeko telegrafia berriaren patente britainiarra lortu zuenetik. III. milurtekoaren atarian, ez dirudi irrati analogikoaren soinuak bere horretan irauteko aukera handirik duenik. Digitalizatzearen aroa da hau; irratiak ere egokitu beharko du aro honetara.

Digitalizatze horrek aire freskoa ekarriko dio irratiari, baina, oraingoz, digitalizatzea irrati-idazgeletan eta estazioetan baino ez ikusi; hala ere, «oraindik beste pauso garrantzitsu hori ere eman behar du, eta soinuaren jasotze digitala orokortu. Jasotze digital horrek irratiaren aldaketa eragingo du, hedabide hori neurri handiz multimedia bihurtuz» (Palazio, 2000: 172).

Aro berri honetan, irratia ikusgarria izango da, eta musikaren eta informazioaren alorrera gero eta gehiago mugatuko da. Hori bai, oraingoz, irrati mota horren entzule-kopurua mugikorra da, baina espero da datozen urteetan kopuru horrek goraka egitea. Hainbat faktorek azalduko dute gorakada hori; besteak beste, telebista digitalak jendearengan izango duen eragina; irrati digitalaren soinuak jasotzeko aukerak gehitzea, horiek jasotzeko hargailuen prezioak behera egingo duelako; eta irrati-pantaila digitalari esker datu eta zerbitzu erantsiak jaso ahal izatea.

Seinale multimediatikoak jasotzeko, aparatu-aniztasuna ere garrantzitsua izango da. Irratiaren kontzepzioa aldatuko da, balio erantsiak izango baititu laster batean; ez ditugu bakarrik soinuak entzungo, baizik eta irudiak jaso ahal izango dira pantaila txikien bidez, besteak beste. «Orain arte ezagutu ditugun dialak analogikoak dira, baina sistema digitalek horiek desagertzea ekar dezakete etorkizun hurbilean», iragartzen du Gutierrezek (2001). Hori bai, beraren ustez, batzuk ez dira hain baikorrak eta ez dute uste dial berri horiek sortuko direnik, «telefonia mugikorrak edota hariaren bidezko telebistak zerbitzu berak eskainiko baitituzte».

Jose Luis Tejerinak (Palazio, 2000: 173) azaltzen digunez, irrati digitalak erraztasun handiak emango dizkigu irrati analogikoaren aldean:

-Audioaren jasotze finko eta ibilkorrean kalitate handiagoa.

-Kanal-irrati elektronikoaren erabileran malgutasuna.

-Programen eskaintza emendatzeko posibilitatea.

-Balio erantsiko zerbitzuak.

2. Interneteko irratiguneak

Gorka Jakobe Palaziok gogoratzen duenez (2000), 1995. urtean, enpresa batek *Real Audio 1* produktua merkaturatu zuen. Horren bidez, zibernautak kalitate txikiko soinua jaso zezakeen. Urrats garrantzitsua izan zen hori soinua jasotzearen alorrean. Urte berean, beste enpresa batek *Streamworks* famatua kaleratu zuen, eta *Real Audio 1*en kalitatea gainditu zuen. Lehenengo pausoak ziren horiek audioaren esparruan Interneten. 1995. urtea amaitu aurretik, *Real Audio 2* agertu zen, eta aurreko bertsioa erabat hobetu zuen.

Aurretik, lehenengo saioa MBONE izeneko teknologian oinarritu zen, internet audioz edo bideoz hornitzeko; baina saio horrek ez zuen aurrera egin (Gutierrez, 2001).

Orduz geroztik, *Real Audio* estandarra nagusitu da interneten audioaren esparruan. 1996. urtean, hirugarren bertsioa agertu zen, Macromedia-ren *Shockwave* izeneko *plug-in*arekin lehia bizian egon ondoren. Horrek soinu hobea zuen *Real Audio 2*k eta *Streamworks*ek baino.

1996ko irailean, *Real Audio*ren hirugarren bertsioa plazaratu zuten eta audio estereoa ere entzun zitekeen. Urte bat geroago, laugarren bertsioa sortu zuten (*Real Player 4.0*). Bideoa eskaintzea zen haren berezitasunik aipagarriena; bideo- eta audio-seinalea jasotzeko aukera ematen zuen denbora errealean. Beraz, ez zen beharrezkoa gure ordenagailuaren disko lokalean artxiboak deskargatzea. Ondoren, beste bertsio batzuk agertu ziren (*Real Audio Player 5, Real Player G2, Real Player Plus G2, Real Player G7*…).

*World Wide Web*ean audioa jasotzeko programak orokortzen diren neurrian, badira interneten irrati-estazioak kokatu dituzten pertsonak. Lehenbiziko irratigune horiek informazioan oinarritu ziren, eta nabigatzaileen informazio-egarria ase zuten. WWW sarea ez zen egokia hasierako momentu horietan albisteak jasotzeko, oraindik transferentzia-abiadurak oso handiak ez zirelako.

Egia esan, diru gutxi behar da ziberespazioan irratigune bat sortzeko; edonoren esku dago. Orduan, zerk bultzatzen du irrati-enpresa bat ziberespazioan egotera? Zer bilatzen du enpresa horrek? Hasiera batean, presentzia instituzionala baino ez; hau da, kanal berrian presente egotea. Horretarako, enpresari buruzko informazioa eta han lan egiten duten irrati-esatari ospetsu baten gaineko informazioa ipintzen zituzten, baita irratiko edukiak ere edo publizitate-salneurriak edo irratsaio batzuei buruzko informazio zehatza edo irratiaren historia. Nahiko sinpleak ziren, estatikoak.

Apurka-apurka, soinua ipintzeko dauden moldeak agertzen hasi ziren. Besteak beste, hiru aukera ematen dizkigu WWW sareak audio agertzeko:

-Fonoteka edo luzaro dirauen soinua.

-Ziberespazioan jarri eta berehala iraungitzen den audioa.

-Gertatu ahala igortzen den audioa; hau da, zuzenean igortzen dena.

Sarean egoteaz gain, aplikazio berriak sortu ziren irratigintzan, audiotik harantzago joanez: irudiak, bideoak, testu dinamikoak, entzuleen arteko harremanak…

Irratiak du presentziarik handiena hedabide idatzien ondoren interneten . «Internetek aukera berriak eman dizkie irratiei ekoizpen- eta errealizazio-arloetan» (Gutierrez, 2003: 58). Eta horietako irrati askok ahalmena handitzen duten ezaugarri komunikatiboak beren egiten dituzte, baita internet bezalako euskarri multimediatikoaren agertze eta garapen fase horretan ere (Díaz Nosty, 1998).

Lehenbizikoa eta nagusia den berrikuntza hedapenean datza: eremua zabaltzen da, emanaldi bakoitzaren seinalerako planeta osoa hartzen baita. Irratigune txiki bat sortu interneten, eta munduko edozein tokitatik entzun daiteke, irismen telefonikoaren bidez sareari lotura

egotea bakarrik beharrezkoa izanik; muga geografiko-fisikoak eta administratibo-politikoak gainditu dira. «Ez da batere zaila norberak etxetik nahi duen soinu-artxiboa internetera bidaltzea, edo norberaren webgunea osatu eta audio-informazioa ematea; horretarako informatika-programa eta ordenagailu egokiak izanez gero, ia edonork egin dezake irratsaio bat. Badaude, halaber, interneten bidez irratsaio bat nola egin eta bidali azaltzen dituzten webguneak; eta hori guztia ia dohainik, –telefono-konexioa baino ez da ordaindu behar–». (Gutierrez, 2001: 107).

Beste balio bat: sareak ahalbidetzen duen kontsumo-bateratasuna; hortaz, erabiltzaileak soinua jasotzeaz batera, beste edozein gauza egin dezake (testu bat idatzi, zerbitzu bat kontsultatu edo egunkari baten edizio digitala irakurri).

Horrekin batera, ziber-irratiguneetako guneetatik gureganatzen ditugun irrati-seinaleek diskurtsoaren sekuentzia kronologikoa apurtzen dute, audio-artxiboak gure ordenagailuetan gorde ahal eta nahi dugunean entzungo baititugu.

Beste zenbait aldaketa daude:

-Ez da inbertsio handia egin behar irratsaio bat sarean sortzeko. Edonor izan daiteke informazio-sortzaile.

-Programazio orokor edo konbentzionalarekin batera, beste motatako irratsaioak ere egingo dira, *target* edo helburu berriei egokituak. Dohainik edo harpidetzaren bidez jasoko dira. Entzuleek beren irratsaio gustukoenak entzuteaz gain, nahi duten abestia edo kontzeptua eskura dezakete, irratirako emankizun-zerrenda berezko bat sortuz. Horrez gain, publizitateak beste eginkizun bat izango du. Irratsaio espezifiko horiekin batera, pantailan agertuko den publizitateak zerikusi handia izango du kontratatu diren zerbitzuekin; zehatzagoa izango da.

Hori bai, oso gutxi dira interneteko entzuleei eskainitako eduki propioak ematen dituztenak. Gehienek errepikatzen dituzte uhinetako emanaldiak. «Erabaki honetan, ziur aski, enpresa-interesek eragin handia dute, entzuleen eskakizunen gainetik. Oraindik, entzuleria berri horren garapena ezin aurreikusiz, gutxi ausartzen dira programazio berritzaileak egiten, batez ere, aldaketa horrek ekoizpen-gastuak handitzea baldin badakar» (Gutierrez, 2001: 115).

2.1. Interaktibotasuna *etorkizuneko irratian*

Etorkizuneko irratian, interaktibotasuna izango da gakoetariko bat. Apurka-apurka, irratiaren interaktibotasuna –baita telebistarena ere– errealitate bihurtuz joan da, «eskatu ahala egindako hedabide bihurtu arte, hau da, programen auto-errealizazioa gauzatu arte» (Palazio, 2000: 179). Interaktibotasunak aldatu ahal izango ditu irratietako edukiak (interneten aroan, erronka nagusietako bat edukietan egongo da). Baina pesimismoa nagusi da aditu askoren artean, haien ustez irratian edukien kopia baino ez dutelako espero, analogikotik internetera pasatzerakoan.

Palaziok (2000) bi eredu berri desberdintzen ditu irratian, interaktibotasunari buruz hitz egiterakoan:

-Eduki metatuetako irratia: entzuleak makinarekin interaktuatzen du (grabatutako azken albisteak entzunez, adibidez).

-Iturriarekiko interaktiboa den irratia: kazetariek informazioa bidaltzen diete bezero harpidedunei, eta igorleak *feedback*a egin dezake.

2.2. Multimediatikoak

Badirudi irratiguneak erabat multimediatikoak izateko joerak nagusitu behar duela, sarearen ahalmen guztia aprobetxatzearren. Beren norabide eta esparrua bilatu beharko dituzte entzule gehiago izateko, jakitun izanda audioarekin bakarrik ezin dutela ezer handirik lortu.

3. Tokian tokiko irratiak Interneten

Sareak iraultza ekarri du irrati bidezko emanaldietarako eta sareaz baliatuz soilik emanaldiak egiten dituzten irratiei ateak ireki dizkie. Sarearen bidez lan egiten duten emandegien kopurua oso desorekatuta dago; adibidez, irrati lokal gutxik egiten dute informazioaren aireratzea sistema horretaz baliatuz eta, gehienetan, sarean guneren bat izanez gero, han, emandegiaren inguruko datu esanguratsuak jartzen dituzte, baita programazioa, emanaldiak nondik egiten diren, agenda kulturala, ekintza ezberdinak eta horrelakoak ere.

Beste herri irrati batzuk, ordea, sareak dituen abantailez jabetu dira eta, beren webguneak hornitzen, diru eta denbora asko (batez ere, denbora) inbertitzen dute. Gainera, handik, aukera ematen zaio entzuleari emanaldia zuzenean entzuteko edota nahi duena entzuteko zerbitzua eskaintzen dute.

Zerbitzu horren bitartez, entzuleari posible zaio berak entzun nahi dituen gaiak entzutea, nahi duen orduan eta nahi duen ordenan. Gero eta gehiagok eskaintzen dute txat-zerbitzua.

Internetek eskaintzen dituen abantaila guztiak tokian tokiko irratietarako oso baliagarriak izan arren, askok webguneak eratzeari ekin diote irudi eta prestigio kontuak direla medio.

Euskal igorgailu askok dute Internet bidezko emanaldia, baina, gehienetan, uhinen bidez emandako programazio bera ematen dute.

3.1. Irrati nafarren sarea

Nafarroan euskaraz diharduten sei irratik Nafarroako Irrati Euskaldunen Sarea aurkeztu zuten jendaurrean 2007. urteko hasieran. Sarea *Xorroxin, Beleixe, Esan Erran, Karrape, Aralar* eta *Euskalerria* Irratiek osatzen dute. Irrati bakoitza bere webgunea du, baina gune nagusi bat estreinatu zuten. Azaldu zuten bezala, bakoitzak lan-esparru, zabalpen-eremu eta, oro har, ezaugarri ezberdinak zituen, baina, oinarrian, komuneko ardatza; euskara eta hizkuntzaren normalkuntzaren aldeko lana irratigintzaren berezko baliabide guztiak erabiliz.

Sare aurkeztu berriak, besteak beste, programazioa bateratua bultzatu, elkarlana sustatu, esparruak zabaldu eta, eremu handienera iristeko, sistema komuna martxan jarri eta bazkideen ekoizpena ahalik eta modu egokienean gauzatu nahi du. Tokian tokiko irratiek beren baliabide eta ezaugarri propioekin, eguneroko jardunean euskal hiztunen komunitatearen sendotzeko egiten duten lana bateratu dute eta etorkizunerako erronkari elkarrekin heltzen diote.

Wegunea da irratien erakusleiho eta elkargune nagusia. Han, irrati bakoitzak bere inguruko berriak, gaiak, eztabaidaguneak, argazkiak, audioak… izateaz gain, egindako irratsaioak interneten jartzeko aukera izaten du, modu horretan beste irratiek eskuragarri izaten dute,

eta, beraz, programazio trukaketa egin dezakete. Baina ez hori bakarrik, edozein erabiltzailek ere izaten du aukera webguneak bisitatu eta irratsaioak entzuteko. Webgune nagusi bat eratu dute, eta, hortik aurrera, irrati bakoitzak bere webgune propioa du. Hala ere, hori lehenengo pausoa baino ez da, eta, etorkizunerako, *online* igortzeko aukera aztertzen ari dira sareko kideak.

4. Irrati libreak eta garapen teknologikoa

Irrati libre askoren itxieran, faktore izan dute askok eragin zuzena: belaunaldi gazteen militantzia eza eta atzerapen teknologikoak, besteak beste.

Etorkizunerako, irrati libreak teknologia berriak jorratzen hasi dira; horiek azkarragoak eta seguruagoak izateaz gain, soinu-kalitate bikaina dute. Irratietan suertatzen ari den iraultza teknologiko berri hori, lan egiteko ohiturak aldatzera behartzeaz gain, komunikazio-hesiak apurtzen ari da. Ekipamendua digitalizatzeaz gain, Interneten aurkitu dute beste dial bat, muga geografikorik ez duena.

Hala ere, arlo horretan irrati libreen artean dauden ezberdintasunak nabariak dira. Denak jabetzen dira teknologia berriek ekar ditzaketen abantailez, baina bi oztopo aurkitzen dituzte: inbertsioa eta prestakuntza (Uriarte, 2001).

4.1. Irrati libreak eta Internet: erronka berri bat

Teknologia berrien erronka aipatzea beharrezkoa da. Internetek beste lan egiteko modua eman die irrati libreei. Interneten bidez, irratsaioak eman baita jaso ere egin daitezke[1]. Mundu osora zabalduko dituzte irrati librearen edukiak. Horrez gain, Internet oso azoka ona izan daiteke irrati libreek beren ‘filosofia’, beren nortasuna, erakusteko. «Internet garatu eta berehala konturatu ziren herri-mugimenduak komunikazio-amaraunak oso tresna egokia eskaintzen ziela beren aldarrikapenak ezagutarazteko» (Gutierrez, 2003: 56).

[1] Horretarako, ordenagailuan *Real Audio* bezalako programa bat eta soinu-txartela baino ez dira behar.

Teknologia berriak iritsiak dira irratiaren mundura. Nahiz eta orotariko irrati gehienak entzutean duela hamarkada batzuetako eduki berak iritsi, aukera berriak ari dira sortzen. Nahiz eta entzule gehienak FMko uhinetara mugatzen diren, dagoeneko irrati libre ugari entzun daitezke Internet bidez. Euskal Herrian, hamalau bat badira, gutxienez.

Irrati libre askotako arduradunek Interneti emandako erabilera murritza da, eta, batez ere, programei edota irratsaioei buruzko informazio gehigarria ematen dute. Ematen diren saioak, aurretik eman direnak izaten dira gehienetan edo, gutxitan, zuzenekoak. Hori bai, ezin da esan Interneten dauden irrati libreek gaur egun programazio propiorik egiten dutenik, salbuespenak salbuespen: zuzenean –eta bakarrik– Interneten igortzen duten irrati libreak.

Hala Bedi, *Irola Irrati*ek edo *Irrati.com*, esate baterako, Interneten bidez entzun daitezke. Horiek webgunea dute eta, han, grabatutako irratsaioak edo musika grabazioak eta zuzenean eginikoak entzun daitezke.

Erraza da sarean dauden irratien emanaldia ordenagailutik jasotzea. PC edo Mac ordenagailuetan, programa arruntekin entzun daitezke irrati gehienak. EITBko irratiak (Euskadi Irratia eta Radio Euskadi) entzuteko, esaterako, Windows Media Player behar da PCetan eta Windows Media Mac ordenagailuetan. Are errazago jasotzen dira Iruñeko *Eguzki* edo Errenteriako *Zintzilik* irrati libreak.

Irrati libre eta euskaldunek aukera ederra dute Interneten. «Interneteko emanaldiekin gure helburua da Hego Amerikara, Espainiara eta kanpoan bizi diren euskal herritarrengana iristea da», zioen Rober Izquierdo *Irola Irrati*ko kideak. Hala ere, hurrengo urteetan, irrati gehiagok jarriko dute sarean beren eguneroko emanaldia. Tolosaldeko *Txolarre Irratia*k, esate baterako, Interneten igortzeko asmoa azaldu du.

Beste aldetik, irrati libreen webguneak kontrainformazioa lantzen jarraitzeko beste urrats bat dira, eta komunikabide ofizialek haien herriaz «isiltzen edo manipulatzen dituzten berriak» aurkituko dira horietan. Irrati libreak Interneten sartu ziren sareak eskaintzen zien oihartzuna erabiltzeko asmoz.

4.2. Internet bidez igortzen diren irrati libreak

Internet bidez igortzen duten bi irrati sortu ziren denbora gutxian Euskal Herrian. Biak Lapurdin: *Radiokultura* eta *Info7*. Ipar Euskal Herrian, irratigintza benetako tresna eraginkorra da, eta, Internetera, modu nahiko naturalean eman dute jauzia. *Info7*, gainera, proiektu nazionala da. *Egin Irratia*ren hutsunea txukun betetzen du. Hala, egun munduko edozein txokotatik, posible da irratia euskaraz entzutea.

5. Internet bidezko igorgailuak

Lizentziarik gabe. Programa egin eta igorri. Horrela lan egiten dute Interneteko irratiek. Askotan, demostratu egin da irrati *online* bat modu eraginkorrena dela jendearengana heltzeko, baina, oraingoz, horrelako irratiak askoz gehiago hedatu behar dira.

Irrati normal batentzat, lizentzia eskatzea lan gogorra da; Internet bidezko irratietan, berriz, ez dute horrelakorik egin behar, ez baita beharrezkoa lizentziarik. Nahi duenak sor dezake. Gainera, lizentzia beharrezkoa ez denez, kosteak nabarmen gutxitzen dira.

Euskal irratiek ere interneten diala aprobetxatu dute beren mezuak helarazteko. «Gutxik dute oraindik zuzenean igortzeko gaitasuna, eta, gehienek beren existentziaren berri baino ez dute ematen» (Gutierrez, 2001: 116). Dena dela, gero eta irrati gehiago entzun ditzakegu Interneten . Horietariko batzuk, gainera, *podcast* zerbitzua eskaintzen dute; hau da, soinu artxibo horiek gure ordenagailura jaitsi eta edozein unetan entzuteko aukera izango dugu *podcast* irakurgailu batekin.

Dena dela, aukera asko eskain ditzake interneten dialak etorkizunean. Alde batetik, webgune bat sortzea oso merkea eta erraza da, baita soinu-artxiboak sartzea ere. Beste aldetik, uhinen bidezko hedadura-eremua oso murritza dela jakinda, sarearen bidez, oso urrunera heltzeko aukerak ematen zaizkie irrati txikiei. Halaber, irratiek entzuleek parte hartzea ahalbidetzen duten bide berriak lantzen dituzte Interneten.

Badaude sarean sortu diren bi euskal irrati. 2000ko azaroan, *irratia.com* euskal irrati digitala hasi zen igortzen interneten. Albiste batzuk jartzen zituzten webgunean, baita grabatutako saio eta

elkarrizketa batzuk ere, deskargatzeko moduan. Ehunetik gora saio egin dituzte eta guztiak entzun eta jaisteko aukera ematen dute.

Zuzeneko irratsaio bakarra genuen, *Jalgi Hadi Dantzarat*, asteazkenero *Tas-Tas* irratian egiten zutena, sarean zuzenean igorrita Aukera hori zabalduz joan zen, proiektua denboran garatu den heinean. Hortik aurrera, saio gehiago egin dira eta zenbait euskal irratik parte hartu dute egitasmo komuna bultzatzeko asmoz (Gutierrez, 2001).

2004ko abenduaren 14an hasi ziren *irratia.com* webgunearen 2.0 bertsioarekin (blog bihurtuta). Izen bereko zuzeneko irratsaioa ere egiten dute asteartero. Horrez gain, haiekin harremanetan jar gaitezke.

Beste kanal bat *irratinet.com* izan zen, euskarazko lehen irratia sarean. Zuzeneko emanaldiaz gain, entzuleei munduko edozein tokitan dagoen lagunari kanta bat eskaintzeko aukera ematen zen (sarearen bidez mundu osoan entzungai izan baitaiteke); hau da, uhineko irratietan oso arrakastatsua izan zen formula bera erabiltzen zuten entzuleen parte-hartzea bultzatzeko. Bi kanal zituzten: *Irratinet Klassik*, musika euskalduna etengabe ematen zuena, eta *Irratinet Mix*, non mundu osoko abestiak entzun baitzitezkeen.

5.1. Pandora, Interneteko irratia ulertzeko beste modu bat

Interneteko irratia ulertzeko beste modu bat da Pandora[2]. Webgune horretan, Interneteko erabiltzailearen gustuen arabera sortzen da irrati-katea. Erabiltzaileak bere musika-zaletasunak adierazten ditu (artista edo abesti baten izena emanez), eta, horren arabera, bere gustuen arabera egindako musika-irratia sortzen du Pandorak, erabiltzailearen gustuko artista edo abesti horren antzekoak diren abestiekin.

6. Bibliografia

Díaz Nosty, Bernardo (1998). «Radio: ser o no ser de una expansión». In *Informe anual del a comunicación 1997-1998*. Bartzelona: Grupo Zeta.

[2] <http://www.pandora.com>

Gutierrez Paz, Arantza (2003). «Irratiak eta internet bat eginda, hedabide erraldoien aurrean», *Uztaro*, 47 zk., 55-66.

Gutierrez Paz, Arantza (2001). *Ekoizpena eta errealizazioa irratian*. Bilbo: Udako Euskal Unibertsitatea.

Palazio, Gorka Jakobe (2000). *Irratibidearen barrunbean zehar. Harigabeko telegrafiatik ziber-irratietara*. Bilbo: Udako Euskal Unibertsitatea.

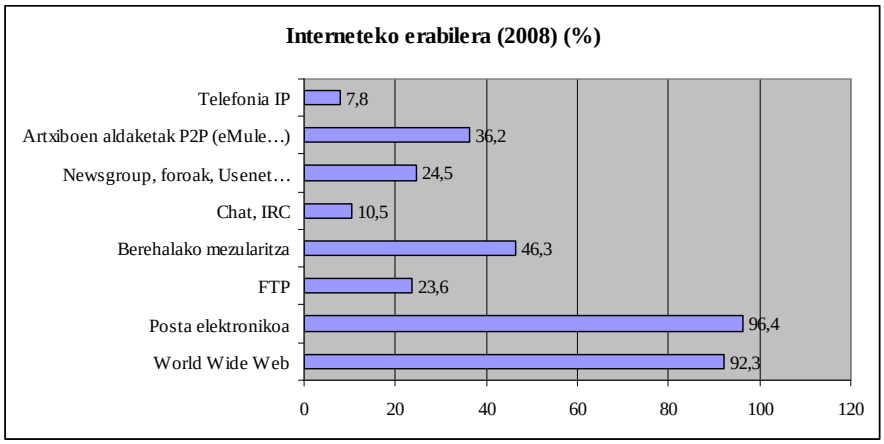
10. gaia. Euskal Herriko tokian tokiko komunikabideak Interneten

0. Sarrera

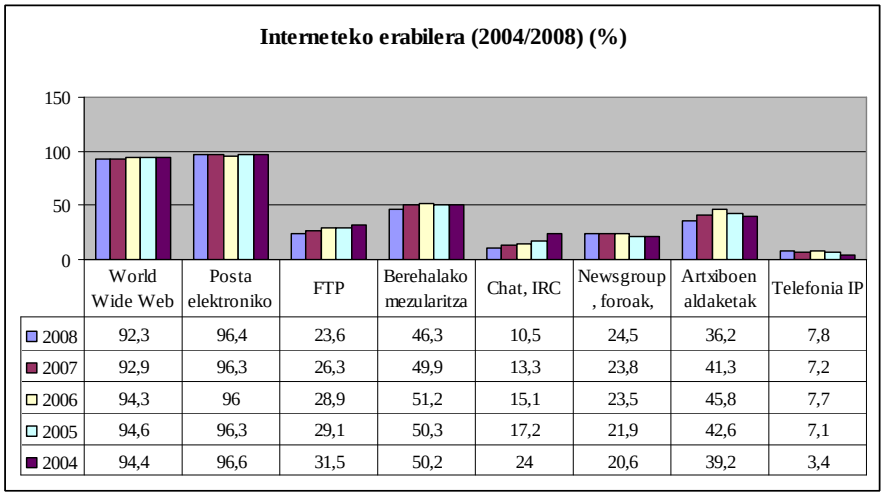
Euskarazko kazetaritzak Interneten nolako presentzia duen adieraztea da saio honen helburua. Gure arteko komunikabideak berandu samar sartu dira sarean, eta, haien egituran, badaude eskasiak. Hala ere, mundu fisikoan gertatzen den bezala, Euskal Herriko komunikabideek lanean dihardute ziberespazioan ere zenbait esparru konkistatzeko. Testu honetan, Interneten dauden euskal hedabideen historia egiteaz gain, haien ezaugarriak, haien proiekzioa eta etorkizunerako hautematen diren joerak ere azaltzen dira.

1. Lehen pausoak

Duela urte batzuk, 1989-1990ean, alegia, orduan CERN europar laborategiko eta orain hain ospetsua den Estatu Batuetako Massachusetts Institute of Technologyko zientzia-gizon batek, Tim Berners-Leek, programa bat asmatu zuen informazioa gordetzeko eta hipertestuaren aukerak aprobetxatzeko. «Hipertestu bat», zioen Berners-Leek, «aldi guztiekiko erreferentziak dituzten loturak egitekoa da; horregatik, testu arrunt baten aldean, oso agiri indartsua egin daiteke» (Berners-Lee, 1997: 10). Urtebete geroago, 1991ko udan, zientzialari horrek bere asmakizuna jarri zuen Interneten: World Wide Web zuen izena (Mundu Osoko Amarauna). Hasieran, Estatu Batuetako armadak asmatutako sare bat zen (Arpanet) eta, gero, batez ere, akademikoen tresna bat izan zen, baina, ordudanik, guztientzako tresna bihurtu zen; orain dela bost mende Mendebaldean asmatu zen inprentarekin pareka daiteke asmakizun hori. Gaur egun, XXI. mendearen hasieran, Internet, beste zerbitzu batzuek ere osatuta badago ere, WWWrekin eta posta elektronikoarekin identifikatzen da. Gure artean ere, Asociación para la Investigacón de Medios de Comunicación (AIMC) delakoaren ikerketa baten arabera, Interneten erabiltzaileen % 92,3 WWWra sartuak ziren 2008an, eta % 96,4 posta elektronikora (AIMC, 2009).



Iturria: AIMC.



	World Wide Web	Posta elektroniko	FTP	Berehalako mezularitza	Chat, IRC	Newsgroup , foroak,	Artxiboen aldaketak	Telefonia IP
2008	92,3	96,4	23,6	46,3	10,5	24,5	36,2	7,8
2007	92,9	96,3	26,3	49,9	13,3	23,8	41,3	7,2
2006	94,3	96	28,9	51,2	15,1	23,5	45,8	7,7
2005	94,6	96,3	29,1	50,3	17,2	21,9	42,6	7,1
2004	94,4	96,6	31,5	50,2	24	20,6	39,2	3,4

Iturria: AIMC.

Jauzi kualitatibo hori gertatu zen Tim Berners-Leeren programak edizio elektronikoaren (digitalaren) multimedia-aukerak inoiz baino hobeto erabiltzen zituelako, hau da, informazio ikusizkoa, soinuzkoa eta testuzkoa batzen zituelako, eta informazio kantitate eskergak posible egiten zuelako hipertestu edo hipermedia kontzeptuaren bitartez hierarkikoki eta organikoki antolatu eta erlazionatutakoak bideratzea. WWWaren erakargarritasunak Interneteko beste zerbitzu batzuk baztertu egin ditu ia, hala nola *Gopher*, *Archie* edo *Telnet*, eta, edukien edizioan, iraultza oso bat ekarri du. Mendebaldeko kulturan

hain erroturik zeuden kontzeptu batzuk, testu sekuentziala, irakurketa modua edo masa-komunikazioa adibidez, gaur egun, krisian daude, baina haien indarra, dudarik gabe, oraindik handia da.

Argi dago, beraz, Interneten eta batez ere WWWren zabalkundea egokia dela kazetaritza berria sor dadin, kazetaritza elektronikoa (batzuetan, «multimedia eta interactivo» hitzak gehitzen dira, irratitik, telebistatik eta teletestutik bereizteko batez ere) eta, hitz anglosaxoia erabiltzearren, *online* kazetaritza (Meso, 2006). Kazeta eta bestelako hedabideak sarera igaro dira, baina ez dira oso azkarrak izan: uholde handia 1994an eta 1995ean gertatu zen, informazioa erabili eta eskaintzen duten enpresa handiak Interneten beren produktuak jartzea erabaki zutenean. Lehen, Estatu Batuetan, handik gutxira, Europan, baita Espainian ere eta, berandu samar, Euskal Herrian, erdarazkoak eta euskarazkoak (Armañanzas, Díaz Noci eta Meso, 1996).

Une honetan, kazetaritza-argitalpen elektronikoak (zaila da guztiei «aldizkari» deitzea, guzti-guztiek ez baitute aldizkakotasunik) milaka dira munduan. Europan ere, adibide asko ditugu. Euskal Herrian, ehunka. Hala ere, gurean, arrakasta erlatiboa da. Euskal Herriko enpresen kontserbatismoa dela-eta, kazetaritza elektronikoa berandu samar agertu zen. Enpresa-arrazoiengatik, ez teknikoengatik, azal daiteke ahulezia hori. Hasiera batean, Euskal Herriko oso produktu gutxi saiatu ziren Interneteko edizioaren aukerak guztiak baliatzen, eta askoz gutxiago euskarri fisikoko edizio elektroniko aberatsagoa egiten: ez dugu kazetaritzaren arloko euskal CD-ROMik, *Argiarena* izan ezik, eta hori ere 1997an agertu zen. Ezin dugu inolaz ere konparatu Euskal Herriko egoera Kataluniakoarekin, adibidez. Han, oso goiz egin zuten jauzia, eta ausartak ere izan ziren: munduko egitasmo aurrerakoienetariko bat burutu zuten *El Periódico de Catalunya*koek, *newspad* izenekoa, hau da, erabat multimedia den egunkari elektroniko bat jasotzeko xafla elektroniko harigabe bat.

Testu honetan, laburki bada ere, euskarazko hedabide elektronikoen azterketa egingo dugu, eta Euskal Herriko komunikabideetan euskara nola erabili den ere aztertuko dugu. Historia egiteaz gain, gaurko gure komunikabideak nolakoak diren eta haien ezaugarriak zein diren ere azalduko dugu. Ez dugu ikuspuntu kritikoa baztertu behar, kritika latz-latza ez bada ere. Hauxe da gure abiapuntua: konparaziorik egin gabe –oraingoz produktu ohikoak, batez ere inprimatuak, eta elektronikoak

ez dira behar bezala bereizi– aztertuko dugu ea informazio-produktu elektronikoak moldatu diren Internetera (komunikabide berri-berria eta iraultzailea) eta edizio elektronikora. Inprenta asmatu zenean ere, eskuizkribuak eta liburu inprimatuak ez ziren hain ezberdinak, baina, urte batzuen buruan, hala ere, monasterioko kopisten eta haien tekniken ordez, beste lanbide bat sortu zen, inprimatzailearena. Bilakaera hartan, dudarik gabe, monasterio batzuetan, tipo mugikorreko inprentak sartu ziren, baina, batez ere, enpresa berriak sortu ziren. Eta horiek zaharrak alboratu zituzten, monasterioek, printzipioz, sektoreko aurrerapenei aurre egiteko prestatuagoak baziruditen ere.

Azterketa honek euskal komunikabide elektronikoen miaketa enpirikoan datza. Espainiako hedabide elektronikoen datu-base bat osatu genuen 1995etik hasita, eta halako tipologia bat ere egin genuen[1].

Egunero hedabideren bat sortzen da, baita Euskal Herrian ere. Ez dugu, haatik, gure hedabide elektroniko guzti-guztien zerrenda eman behar, hain aldakorra da-eta.

Bigarrenik, 1997ko udan eta udazkenean, galdera batzuk prestatu genituen eta Euskal Herriko komunikabideetako arduradunei bidali, fitxa morfologikoa egin eta enpresa-egituraren zenbait zehaztasun jakin ahal izateko.

Datuok osatzeko, Interneten erabilerari buruzko AIMCren aipatutako inkestaz baliatu ginen, eta zenbait komunikabideren hedapenari buruzko datuak ezagutzeko Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) delakoaren ikerketa ere erabili genuen.

Bibliografiari dagokionez, kazetaritza elektronikoaren joeren berri izateko, batez ere, Estatu Batuetako materialak erabili genituen, haiek bideak markatzen zituztelakoan. Oso esanguratsua iruditu zitzaigun John V. Pavlik New Yorkeko Columbia Unibertsitateko irakasleak koordinaturiko artikulua (1997).

[1] Interneten kontsulta zitekeen datu-base hori (http://www.pd.lp.ehu.es/Website/Revistas/Propia/index.html) Euskal Herriko Unibertsitateko Kazetaritza II sailaren webgunean, alegia.

2. Interneten erabilera Euskal Herrian

Lehenik eta behin, azpimarratu behar dugu Interneten erabilera Euskal Herrian ezin dela konparatu Europako gainerako lurraldetakoarekin, askoz gutxiago Estatu Batuetakoarekin. Hala ere, Eustatek[2] dioenez, 2005. urtearen amaieran, biztanleen % 44,4k esan zuen Internetera sartzeko aukera zutela, eta hori 4,5 ehuneko-puntu igoera zen 2004koaren aldean. Posta elektronikoari dagokionez, biztanleen % 39,9k zuten etxean.

Etxeko informatika-hornikuntzei dagokienez, Interneten sartzeko aukeren arloan dinamikoenak ziren gizarte-taldeek irakaskuntzako edota laneko jardueraren batekin zuten lotura. Aldiz, gutxiago sartzen ziren bakarrik bizi zirenak, adinekoak, emakumeak, ez-aktiboak eta ikasketa maila txikiagoa zutenak.

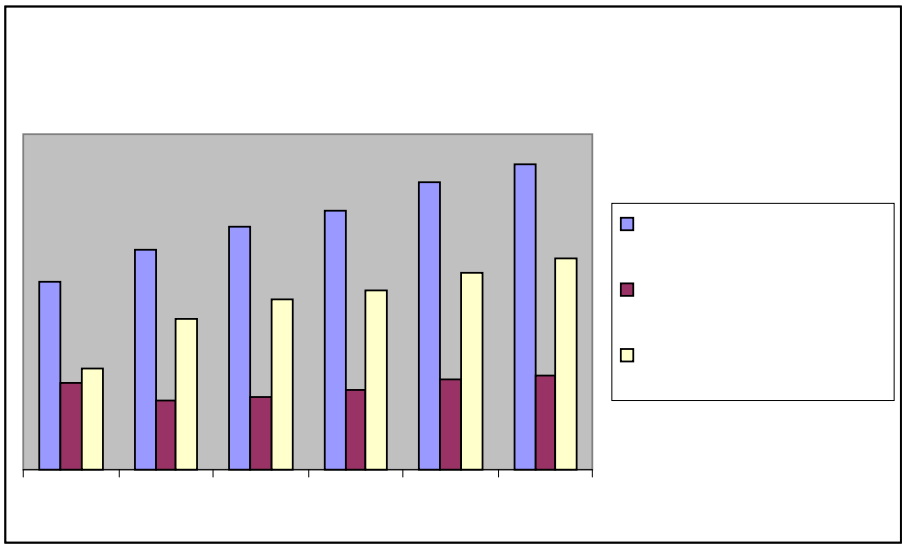
Aipagarria da heziketa maila handiena zuten taldeek eskuratzen zituztela lehenago eta neurri handiagoan IKT (Informazio eta Komunikazio Teknologiak) hornikuntzak etxean. Beraz, talde horretakoek baliabide gehiago zituzten teknologia berrien aldaketetara moldatzeko; horrez gain, arlo horretan, ekonomia mailak, adinak eta sexuak ere eragin zuten. Gehien konektatzen zirenak seme-alabak zituzten familiak ziren; eta, adin-taldearen arabera, 15-24 urte bitartekoak[3].

Interneten sartzeko aukeraren hazkundeak, 2005ean, bere horretan jarraitzen zuen, EAEko biztanleen artean, aurreko urteen aldean. Urte horretan gora egin zuen Internetera konektatu zirenen nahiz Internetera benetan konektatzeko aukera zutenen proportzioak. Hala, EAEko 15 urteko edo gehiagoko biztanleen % 37,8 sarean nabigatzen ibiltzen zen, edozein tokitatik konektatuta ere. Bestalde, % 54,5ek aukera zuen bere inguruan konektatzeko; beraz, 16,7 ehuneko-

[2] <http://www.eustat.es>

[3] Erreferentziazko biztanleria, batzuetan, 14 urtetik gorakoa da (Estudio General de Medios); beste batzuetan, 15 urtetik gorakoa (Eustat, INE), 16 urtetik gorakoa (Eurostat) zein 18 urtetik gorakoa (Observatorio de la Sociedad de la Información en Euskadi). Beraz, aldeak egon daitezke Interneten erabiltzaileari buruzko datuetan, iturri batetik bestera. Horregatik, kontu handiz egin behar dira konparazioak.

puntuko tartea osatzen zuten hainbat arrazoirengatik inoiz konektatzen ez zirenak[4].



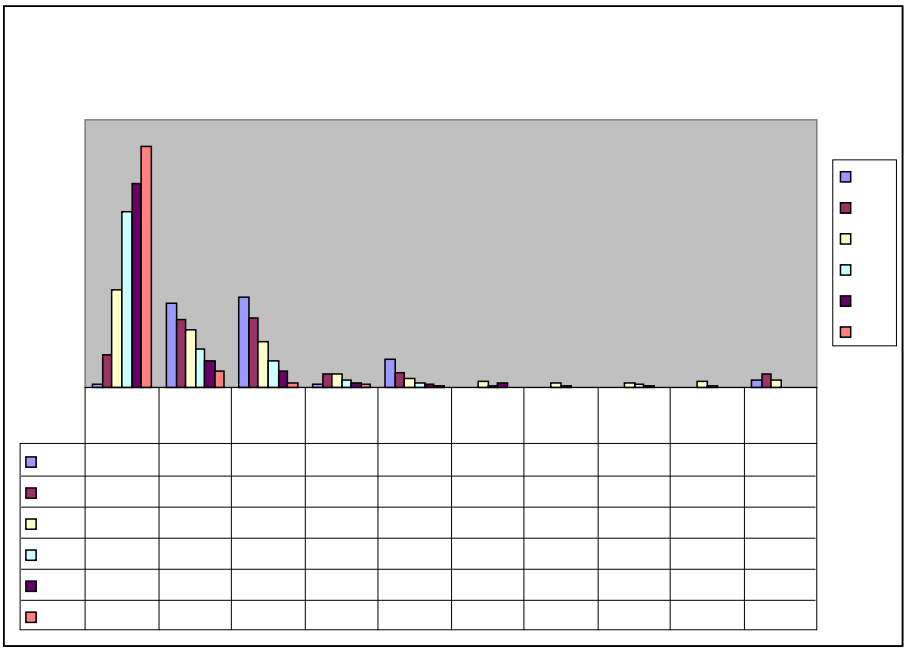
Iturria: Eustat.

Bada Interneten erabilera bat gero eta areago ikasketa- eta lan-helburuetatik bereizten dena: jokoetakoa, musikakoa eta beste aisia-mota batzuetakoa, bidaiatzeko informazioa biltzekoa, albisteak jasotzekoa, enplegua bilatzekoa, eta, orobat, erabilera partikularreko komunikazio pertsonalak bideratzekoa. 2005ean, internauten % 52,5 xede pertsonalengatik konektatu zen, laneko helburuetarako sartu zirenen % 36,4ren aldean. Aurreko urtearen aldean, 6,6 ehuneko-puntu jaitsi zen ehunekoa.

Interneten erabilitako zerbitzuei dagokienez, posta elektronikoa erabiltzen zuten gehien EAEko Internet erabiltzaileek, guztira % 81,5ek. Horren atzetik, txata (% 34,2) eta fitxategien transferentzia (% 30) zeuden.

[4] Erabiltzailetzat hartzen da azken hiru hilabetean behin edo behin Internetera sartu den pertsona oro. Definizio hori onartu zen 2003an, Eurostatek zuenarekin bateratzeko. 2003a baino lehenagoko datuetarako, definizio zaharra erabili da: adin jakin batzuetan Internetera noizbait konektatu zela baieztatzen zuen edozein pertsona.

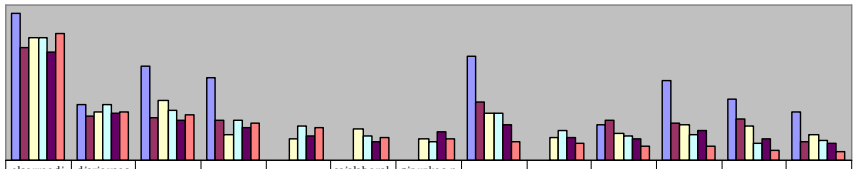
Bisitatutako web motei dagokienez, % 82,4k ondasun eta zerbitzuen gaineko informazioko orrialdeak kontsultatzeko erabiltzen zuen Internet. Komunikabideak (% 57,9), aisialdi-zerbitzuak (% 39), Administrazioaren informazioa (% 38,4), banka elektronikoa (% 34,4), bibliotekak eta dokumentazioa (% 34,3) eta turismo-erreserbak (% 29,6), horiek kontsultatzen zituzten gehien EAEko Interneten erabiltzaileek 2005ean.



Iturria: IGIF/ESIF. Eustat.

Bisitatu ziren azken webguneei dagokienez, argi eta garbi, informazioarekin loturiko webguneek nagusi izaten jarraitzen zuten, gehien aipaturiko hirurak egunkari digitala baitziren. Prentsari loturik ez zegoen lehenbiziko webgunea EHUren gune instituzionala zen.

15 urteko eta gehiagoko Internet-erabiltzaileek gehien aipatzen dituzte web guneek izaniko bilakaera (%)



	elcorreodigital.com	diariovasco.com	marca.es	ehu.es	bbk.es	cajalaboral.es	gipuzkoa.net	euskadi.net	lanbide.net	elmundo.es	iberia.com	elpais.com	boe.es
2000	14,2	5,3	9,1	8	0	0	0	10	0	3,5	7,7	5,9	4,7
2001	10,9	4,3	4,1	3,8	0	0	0	5,6	0	3,8	3,6	4	1,8
2002	11,9	4,7	5,8	2,5	2,1	3	2,1	4,5	2,2	2,6	3,5	3,3	2,5
2003	11,9	5,4	4,8	3,9	3,3	2,4	1,8	4,5	2,9	2,4	2,5	1,7	1,9
2004	10,4	4,5	3,8	3,2	2,4	1,8	2,7	3,4	2,2	2,1	2,9	2	1,6
2005	12,2	4,7	4,4	3,6	3,1	2,2	2,1	1,8	1,7	1,4	1,4	1	0,8

Iturria: IGIF/ESIF. Eustat.

3. Interneten dauden euskarazko komunikabideen sailkapena

1998ko lehen hiruhilekoan, Euskal Herrian, 60 bat komunikabide elektroniko zeuden. Horietatik, dozena bat euskara hutsezkoak ziren, eta beste 18k bazuten euskaraz zer edo zer. Hau da, ikertutako komunikabideen erdian, euskara agertzen da. Bi urte geroago, 2000. urteko azken hiruhilekoan, Euskal Herrian, 145 bat komunikabide elektroniko zeuden. Horietatik, oso gutxi euskara hutsezkoak ziren, eta beste 25ek bazuten euskaraz zer edo zer. Beste gauza bat da nolako komunikabideak ziren eta zenbatek irakurtzen zuten. Hala ere, nahikoa esanguratsua iruditzen zaigu kopuru hori, kontuan harturik, gainera, hedabide tradizionaletan ez bezala, erakunde publikoen dirulaguntzarik ez zegoela. 2006an, berrehun bat komunikabide zeuden Interneten.

Beraz, gaur egun Interneten dauden Euskal Herriko komunikabide guztiak ekimen pribatuari esker –aldizkari ofizialak izan ezik, jakina– daude sarean. Horixe da, hain zuzen ere, beste datu interesgarri bat, bi arrazoirengatik. Bata, benetako egoera eta indarren banaketa nolakoa den zinez ikus daitekeelako neurri handi batean, eta bestea, Interneti buruzko apustu eskasa eta beldurtia euskal erakundeen aldetik. Salbuespen batekin: Eusko Ikaskuntzaren *Euskonews* izenekoa; Akitania-Nafarroa-Euskadi fondoaren laguntzarekin, 1998ko lehen hilabeteetan hasi zuen.

Sailkapena egiteko, hainbat irizpide erabil daitezke. Alde batetik, orain arte erabiliena: komunikabide motaren araberakoa (idatziak eta ikus-entzunezkoak, eta haien barruan irratia –soinua nagusi– eta telebista –irudia nagusi– daudela) eta maiztasun edo aldizkakotasunaren araberakoa. Badago beste irizpide bat, hasiera batean oso gutxi azaltzen zena, baina aurrerantzean nagusitu behar izan zuena Interneteko komunikazioak arrakasta lortuko balu: medio berria egokitutako eta berez pentsatutako komunikabideak izatea.

Azken irizpide hori kontutan harturik, oso gutxi dira Euskal Herrian bertsio elektronikoa baino ez duten komunikabideak, nahiz eta ehuneko hori gero eta handiagoa izan. 1997ko udan sortu zen Gorka Jagobe Palazio Euskal Herriko Unibertsitateko irakaslearen *Basque Media Mirror* izeneko hilabetekaria. Hori izan zen lehenengoa, baina jadanik desagertu da. Gero, Eusko Ikaskuntzaren *Euskonews* izeneko astekaria. Hor, Euskal Herriko zientzia- eta kultura-informazioa ematen da, eta Interneten ezaugarri berrietara egokitzen saiatu zen. Euskaraz, gaztelaniaz, frantsesez eta ingelesez egina da, diasporako euskaldunengana ere iritsi nahian.

Hasiera batean, Euskal Herriko hedabide elektroniko gehienak, bestalde, batez ere testualak ziren. Arrazoi teknikoengatik –soinuak eta irudiak bidaltzea askoz ere mantsoagoa zen testu hutsak bidaltzea baino– eta hedabide tradizionalekiko mendetasunagatik. Bazegoen salbuespenik, baina gutxitan gertatzen ziren. Sarean zeuden hedabide ikus-entzunezkoak, irratiak zein telebistak, testualak ziren, hau da, betiko produktuen iragarkiak.

Mundu osoan zehar bezalaxe, Interneten zeuden komunikabide gehien-gehienak paperezko egunkari zein aldizkarien bertsio elektronikoak ziren. Horregatik, nahitaez jarraitu behar genion betiko sailkapenari, aldizkakotasunaren eta motaren arabera. Hala ere, bazirudien edizio fisikoaren ezaugarri hori desagertzear zegoela ziberespazioan, *El País Digitalaren* arduraduna zen Mariló Ruiz de Elvirak zioenez: «Llegará un día en que los diarios que se han adentrado en el ciberespacio (...) dejen de responder a la definición que de ellos hace el diciconario: ‘periódico que se publica todos los días’ para pasar a ser ‘periódico que se publica a todas horas’» (Ruiz de Elvira, 1997: 8). Egun, egunkari elektronikoak ez dira bakarrik egunero kaleratzen, orduro baizik.

Hori ez zen une hartan Euskal Herriko prentsa elektronikoaren kasua. Hasteko, egunkari guztiak ez zeuden Interneten. *El Diario Vasco* eta *El Correo* egon bazeuden, lehena nahiko goiz (1995eko abuztuan), bigarrena nahiko berandu (1996ko azaroan). Euskaraz ezer gutxi –batere ez *El Correon* zer edo zer *Diarion*, paperezko bertsioan bezalatsu–, baino, behintzat, Gipuzkoan hegemonikoa den egunkariak bazuen produktu elektroniko nabarmenik, belaunaldi berrien aldeko apostu garbia zena, eta euskarari esparruaren erdia edo eskaintzen ziona: *DV Ikasnet.* Bazen zerbait.

Bestalde, egunkari «elebidunak» (ez baitakigu elebiduntzat har daitezkeen euskaraz % 25 baino gutxiago argitaratzen dutenak) ez zeuden sarean. Geroago, *Egin* eta *Deia* kontsultatzen hasi ziren Interneten. Falta zen bakarra, *El Periódico de Álava*. Nafarroan zeuden bi egunkarietatik, bat bakarrik dago ziberespazioan, berriena, alegia, *Diario de Noticias*. Paperean bezala, bazuen zertxobait euskaraz, baina gehien-gehiena erdaraz zegoen.

Euskara hutsezko egunkari bakarra, *Euskaldunon Egunkaria*k ahaleginak egin zituen, eta ia egunkari osoa Interneten zegoen. Hasiera sorpresa bat izan zen, irakurle batek (Josu Azanzak) bere kabuz lehen orrialdeko titularrak eta sarrerak jarri baitzituen Interneten. Orrialde ez-ofiziala zen. Gero Estatu Batuetako zerbitzari batean, Geocities-en, toponimo-zerrenda bat eta igandero argitaratzen ziren Gerra Zibilari buruzko erreportajeak jarri zituzten. Azken horiek kendu zituzten liburu batean argitaratu zirenean, 1997ko bukaeran, merkataritza-arrazoiak zirela medio. Esanguratsu askoa iruditzen zaigu gertaera hori, merkatu digitalaren ahuleziaren eta enpresa tradizionalek zuten ikuspuntuaren eta jarreraren isla zirelako. Hala ere, sarearekiko interesa mantentzen zuten –Luis Fernándezek mantentzen zuen batez ere, hari esker egin baitziren aipaturiko pausoak–, horren seinale igandero bertsio inprimatuan Interneti buruzko atala, 'Nabigatzen' izenekoa. Edukiak ere Interneten aurki zitezkeen, artxibo moduan.

Bestalde, askotan erabiltzen omen zen Internet iturri gisa *Euskaldunon Egunkari*an, Martxelo Otamendik Euskal Herriko Unibertsitateko Kazetaritza II sailak antolaturiko jardunaldietan azaldu zuenez (Peñalva eta Del Hoyo, 1997: 139-142). Zenbait kasutan ere, testuak eta irudiak bidaltzeko erabili zuten, adibidez Atlantako Joko

Olinpikoetan edo Estatu Batuetako hauteskundeetan. Esanguratsua zen zuzendariak hari buruz esandakoa: «Gaur egun, *Egunkariak* Internetera bidaltzen dituen komunikazioak dira, ordena honetan, euskaraz, ingelesez eta gaztelaniaz» (Peñalva eta del Hoyo: 141). Badirudi, beraz, hain nazioartekoa zen merkatu horretan euskara bultzatzeko beste hizkuntza batzuk ere erabili behar zirela. Nola eta zein neurritan, denboraren poderioz jakingo dugu ziur aski.

Badago beste datu interesgarri bat: Internet ez ezik, Intranet kontzeptua ere bereganatu zuten, eta egunkari barruan, Interneteko teknologiaz -eta irudimenaz ere- baliatuz, argazkien artxiboa antolatu zuten. Beste datu bat: 1997an, Jalgi zerbitzaria sortu zen. Partaideak Eusenor (Euskal Herriko Ikastolen Elkarteak eta Euskalgintza Elkarlanean Fundazioak osatua) zen; laster gehitu zitzaien *Euskaldunon Egunkaria*, euskal «amarauna bultzatu nahian» (Sagarna, 1997: 63). Egunkari boteretsuagoek egindakoa baino askoz gehiago eta aurrerakoiago, dudarik gabe.

Euskararen interesa ziberespazioaren munduan nabarmena zen. Baita kazetaritzan ere. Beste kasu paradigmatiko bat *Argia* astekariarena izan zen. Gainera, haiek sortu zuten euskarri fisikoan, CD-ROMean, lehen kazetaritza-produktu Euskal Herrian, aldizkarian 1963tik 1997 bitartera argitaraturiko elkarrizketa guztiak biltzen zituena. Hori ere, bilaketa-motor batekin batera, beraren webgunearen ardatza zen. *Argia*koek egin zuten besteek egin ez zutena, balio gehigarria ematea produktu elektronikoari. Bestela, jai zuten enpresek Interneten negozioa egin nahi bazuten.

Aldizkariak, bestalde, askoz gehiago dira egunkariak baino. Tokian tokikoak gero eta gehiago ziren Interneten ere. Ziberespazioan, berriro ere, mundu fisikoan gertaturiko fenomenoak errepikatzen ziren. Lehenengoa *Ttipi-Ttapa* nafarra izan zen; gero, *Santimariñe* bizkaitarra, eta, ondoren, *Otamotz, Aretxagazeta* eta *Bidasoaldeko Mobidak*. Zerrenda gehituz joan da azken urteotan: ordenagailu pertsonalak eta autoedizio-programek errazago eta merkeago egin baitzuten paperezko edizioa aldizkari txiki batentzat, teknologia informatiko berak are errazago eta merkeago egiten zuen edizio digitala.

Abantailak bazeuden, nabarmenak gainera: irakurleak gehiago ziren (adibidez, herri horretatik kanpo bizi den bertako jendea),

paperezkoak bezalaxe dohainik izaten jarraitzen zuten, baina ekoizlearentzat merkeagoak, ez baitira inprimatu behar, ez eta banatu behar. Are gehiago: aurrekoen artxiboa eta bilaketa-sistema eman daitezke, eta paperezkoan ezin egin daiteke.

Kultura-aldizkarietarako ere, Internet oso eremu aproposa da. Zientzia-aldizkarien kasuan, are gehiago. Badute oso publiko zabala, baina gutxiengo batek osatua. Zabalkunde fisikoa garestia da, are gehiago ale kopuru murritz baterako. Publiko horrek, bestalde, berri zientifikoak oso arin jakin behar ditu. Ale kopuruen erreprodukzioaren eta banaketaren kostua desagertu egiten da Interneten. Hala ere, Euskal Herrian zientzia- eta kultura-aldizkariak urriak ziren. Bazeuden euskara ikasteari buruzkoak, *Aizu!* eta *Euskaltzale*. Hori bai, paperezkoen berdinak dira. Berdin gertatu zen Euskal Herriko Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultateko *Zer* aldizkariarekin. Bazegoen datu ezin interesgarriago bat: paperean, 500 bat ale agertzen ziren, eta ehun bat harpide zituen. Bertsio digitalak, berriz, 1997an (lehen hiru zenbakietan) 8.500 kontsulta izan zituen. Onartzen badugu ere kontsulta bakoitzeko 4-8 orrialde ikusten zirela, horrek esan nahi zuen *Zer* digitalak mila edo bi mila irakurle zituela. Edo gehiago: kontuan harturik zientzia-aldizkarietan irakurleek artikulu bat edo bi, gehien-gehienez, irakurtzen zutela, eta artikulu bakoitza web-orri bat zela, baliteke irakurleak sei mila bat izatea, hau da, bi mila zenbaki bakoitzeko. Gainera, 1997ko irailetik urrira, kontsulten kopurua bikoiztu egin zen. Are garrantzitsuago, *Zer* digitala kontsultatzen zuten askok eta askok ez lukete bestela aldizkaria irakurriko, bai testu zehatz batzuk baino ez zitzaizkielako interesatzen, ez aldizkari osoa, bai aldizkaria banatzen ez ziren lekuetan bizi zirelako, eta garestia litzatekeelako ale fisikoak eramatea. Haren zuzendaria zenak, Carmelo Garitaonaindiak, 1997ko azaroko *Oeian* zioenez, kontsulten erdia Espainiatik zetorren, eta gainontzeko % 40 Estatu Batuetatik. Argi dago, beraz, nola kultura-aldizkariek beren merkatua izugarri zabaltzen zutela Internetera igaroz, nahiz eta txikiak izan. Euskaraz bazegoen zerbait, gehiena gaztelaniaz eta testuren bat ere (gero eta gehiago, merkatuak hala eskatuta), ingelesez.

Egia da, jakina, arlo geografikoa handitzean ingelesa nagusitzeko joera agertzen dela, baina hizkuntza-aniztasuna ere posible da: espazio fisiko aldetik (paperezko bertsioetan ez bezala) mugarik ez dagoenez, testuak zenbait hizkuntzatan eman daitezke.

Aldi berean agertu ziren paperezko bertsioa eta digitala. Fakultate horretan ere agertu zen 2000ko ekainean *Coranto.net*, kazetaritza digitalari buruzko lehenengo aldizkari elektronikoa, Kazetaritza II Sailak kaleratua.

Argi dago aldizkari elektronikoek beren merkatua izugarri zabaltzen zutela Internetera igaroz, nahiz eta txikiak izan.

Azkenik, Euskal Herriko kazetaritza-produktu digitalen tipologia agortzeko, aldizkari ofizialak aipatu behar dira. Espainian ere, desagertutako *El Temps* aldizkari valentziarraren bertsio digitalarekin batera, ziberespazioko lehena *Boletín Oficial del Estado* izan zen. Horrek, joera ia unibertsalaren aurka, hasiera-hasieratik kobratzen zuen, informazio ofiziala dohainik eman beharrean. Bazirudien aldizkari ofizialetan joera hori nagusituko zela. Euskal Herrian ez zeuden sarean aldizkari ofizial guztiak, baina bai mordoxka bat: Euskal Herriko Aldizkari Ofiziala, Gipuzkoakoa eta Nafarroakoa bazeuden, guztiak, dakigunez, elebidunak. Bizkaikoa eta Arabakoa falta ziren, baina, azkenean ere, agertu egin ziren. Eta Herri Arduralaritzaren Euskal Erakundearen (HAEE-IVAP) aldizkari euskarazkoa bazegoen: *Administrazio Euskaraz Aldizkaria*.

4. Euskara sarean

Gero eta euskarazko webgune gehiago ditugu sarean, gero eta zerbitzu gehiago, aukera gehiago. Baina hain baikorra ote da euskarak sarean duen egoera?

Egun, ziurrenik, denok dakigu gutxi gorabehera zer den Internet, zer den e-posta, edo zer den webgune bat. Hain arrunta bilakatu diren tresna horiek baina, nahikoa berriak dira, hamabost urte baino gutxiagokoak. Urte gutxian, Euskal Herrian, erabiltzaile kopuru handi samarra lortu du; batzuetan, erakunde publikoek bultzatutako kanpainek eragin nabarmena izan dute eta, beste batzuetan, eguneroko bizitzak berak eraman gaitu posta elektronikoa izatera, egunkariak sarean irakurtzera…

Ez da erraza neurtzea, ez kopuruz ezta eraginez ere, euskarak edo euskarazko webguneek nolako presentzia duten Interneten.

7.500/10.000 bat webgune izango dira euskaraz, tartean euskara eta beste hizkuntzaren bat erabiltzen dutenak.

Orain dela hamabi bat urte sareratu ziren lehenbiziko webguneak euskaraz. Orduan, oso gutxik zekiten zer zen Internet edo zertarako balio zezakeen. Hamabi urte inguru igaro dira Aitor Lopez de Aberasturik Kaixo.com ataria sortu zuenetik; haren iritziz, euskararen erabilera nahikoa txikia da. Webgune pertsonal gutxi daude euskaraz; enpresa askok ez dute euskara erabiltzen beren guneetan; oraindik, asko dira euskaraz aurkituko ez ditugun zerbitzuak… Beraz, euskarak Interneten duen erabilera txikia da.

Kaixo.com Interneteko euskarazko lehenengo tresna izan zen; ordutik gauza asko aldatu dira. Webgune gutxi egon arren, gero eta gehiago sortzen dira eta erabiltzaileen kopuruak ere gora egiten du.

Euskara beraren egoerak eragozten du webguneak sortzea, erabiltzaileak ere ez baitira hainbeste, kapitulu honen hasieran ikusi dugun moduan. EAEn dauden erabiltzaileetatik kalkula dezakegu laurdena euskalduna dela. Dena den, euskara ez da gehiago erabiltzen Interneten hein handi batean ez dagoelako behar beste zerbitzu euskaraz. Eta nola konpon daiteke arazoa? Argi dugu zer egin behar litzatekeen. Gune on bat egiteko finantziazioa behar da eta denbora ere bai; denbora eta dirua dira sarean euskararen erabilera areagotzeko botika egokiak.

5. Tokiko hedabideak, etorkizunerako prestatzen

Tokiko komunikabideen errealitatea asko aldatu da azken urteetan. Egoera berriak erabat moldatu ditu urteotan erronka eta beharrizanak.

Hogei bat urte dira dagoeneko hurbileko informazioa lantzen duten hedabideak sortu zirela Euskal Herrian. Aitzindaria *Arrasate Press* izan zen, berak zabaldu zuen ondoren hedabide makina batek egin duen bidea. Herriko informazioa herritarren ikuspegitik jorratzen zuen aldizkari arrasatearrak eta herritarrentzat berentzat eginda zegoen gainera. Horren ostean etorri zirenak ere euskara-elkarteen babesean sortu ziren, euskararen ezagutza eta erabilera sustatzeko helburuarekin.

Ordutik urte nahikotxo joan direla eta gogoetarako une aproposa dela iritzi diote Euskal Herriko tokiko hedabideek, hasierako sasoietako aldizkarien eta egungoen artean aldeak handiak baitira, bai beharrizanei dagokienez, baita egoerei dagokienez ere.

Azken 20 urteetan gertatutako aldaketek erabat aldatu dute kasu askotan tokiko komunikabideen errealitatea. 1988. urtearen hondarrean *Arrasate Press* sortu zenean zegoen testuinguruaren oso ezberdina da egungoa, urteotan agertu diren zenbait elementu direla-eta: Internet, medioen kontzentrazioa, globalizazioa eta multimedia egitasmoak.

Errealitate berriak bizi dituzte elkarteek eta hedabideek, eta, horiekin batera, erronka berriak definitu dituzte; batzuk teknologia berriekin lotuta, beste batzuk antolaketarekin…

6. Euskal komunikabideak eta teknologia berriak, etorkizunari begira

Argitalpen elektroniko guztiak teknologia berrien beldur ziren, eta, laster, aukera batzuei aurre egin beharko zieten: lehena, erabaki ea Interneteko informazioa era tradizionalean nahi zuten eskaintzen zituzten edukien laburpena emanez ala harantzago joatea, edukiak sarean *in extenso* emanez, eta horregatik lortzea bere zabalkundearen zati garrantzitsua igorpen elektronikoa izatea (De la Serna, 1997). Hori lortzeko, dudarik gabe, edizio elektronikoak ematen zituen aukera guztiak baliatu behar ziren; esperimentatu egin behar zen. Galdera litzateke: betetzen al zuten Euskal Herriko hedabideek eskakizun hori?

Hasteko, multimedialtasuna eskasa zen. Ikus-entzunezko hedabideek ez zuten ez soinurik ez irudi mugikorrik zabaltzen. Irudi mugikorrek, egia da, arazo teknikoak ematen zituzten. Ez horrenbeste, ordea, soinuek. Irudi mugikorrak ordenagailu batean ikusi ahal izateko, Internetetik hartzeko, denbora luzea behar zen. Gure artean, France 3 Bayonnek bakarrik esperimentatzen zuen aukera horrekin. Gainera, ordenagailuan ikus zitezkeen irudiak telebistakoak baino askoz txarragoak izaten ziren. Soinuen kasuan, berriz, ez da horrenbeste ulertzen zergatik inork ez zituen Euskal Herrian eskaintzen, ez aldi berean, betiko irratiak egiten zuen bezala, ez artxibo moduan gure

ordenagailura ekartzeko aukera, alegia, azken hori merkataritza-irratiak eskaini ezin zezakeen aukera izanik. Oso eskasak ziren bilaketa-sistemak, Java *applets* direlakoak, eta, oro har, euskarazko komunikabideetan –erdarazkoetan bezalaxe–, testualtasuna nagusi zen. Horrek, aldi berean, oso interaktibotasun txikia zekarren, apenas posta elektronikoaren bidez hedabidearekin komunikatzeko aukera: ia inoiz kazetariekin; beraz, erabiltzaileak izan dezakeen eragina komunikabidearenganakoa da, ez kazetariarenganakoa. Horretan ere, hedabide inprimatuen sistema zaharrari jarraitzen genion.

Salbuespenak bazeuden, *Irrati.com* eta *Proyeccion.tv*. Azken hori Interneten bidez euskaraz igortzen duen lehenengo telebista zen. Bost kanalez osaturik zegoen (berriak, hitzaldiak, turismoa, bideo-sormena eta enpresei zuzenduriko guneekin, hain zuzen ere). Telebista berria dohainekoa zen, independentea eta egunero edo astero berrituz joango zen. Gerardo Fernández Llana proiektu berriaren zuzendariak adierazi zuenez, helburua ez zen beste komunikabideei konpetentzia egitea, baizik eta laguntzaile bat gehiago izan nahi zuen. Ipar Euskal Herrian, bazegoen beste adibide bat, TVPI.com, Baionako tokiko telebista.

Hala ere, azken urteotan, askoz gehiago izan dira Interneten agertu diren telebistak. Telebista kate bat sortzea oso garestia da, baina internetek aukera merkeagoa ematen du. Eta nola ez, parte hartzeko aukerak gehitzen dizkio egitasmoari. Hona hemen gure artean ditugun esperientzia batzuk:

-*Ibaizabal Telebista*[5]. Urteurrena ospatzearekin batera berritu egin ditu itxura eta edukiak Bilbon sortutako euskara hutsezko internet bidezko telebista horrek. Bilboko euskaldunentzako erreferentzia eta tresna bihurtu nahi du eta, horretarako, hainbat arlotako informazioa ematen du: gaurkotasuna, musika, artea, salaketa, umorea eta abar. Hainbat gairi buruzko saioak ematen ditu: *Non eta Bilbon*, *Akorde artean*, *Orroak* eta abar. Horretaz gain, parte hartzeko aukera ematen du, nola ez. Horretarako, hainbat bide daude: gure bideoak bidal ditzakegu *Zure Txoko* atalera, izenburu, etiketa eta deskribapen txiki batekin, edo besteen bideoen iruzkinak egin ditzakegu.

[5] <http://www.ibaizabaltb.com>

-KanalDude[6]. Parte-hartzea sustatzen duen Ipar Euskal Herriko web telebistatzat du bere burua KanalDudek. Bi hizkuntzatan ematen da, euskaraz eta frantsesez, eta horrek ere saio desberdinetan antolatzen ditu edukiak: kultura, jendartea, kirola, musika eta abar. *Tokia* atalean, esaterako, hainbat herritan publikoarekin egindako emankizunak biltzen dira. Arrosan egoitza duen Aldudarrak Bideo elkartearen ekimena da KanalDude. Egitasmo hori martxan jarri aurretik, beste bi saiakera egin zituen gaur egungo hori sortu arte.

-*Bertsoplaza TV*[7]. Bertsozale Elkarteak ere sortu du bertsozaleentzat eta profesionalentzat internet bidezko euskarazko telebista. Bertso-saioak, elkarrizketak, erreportajeak eta abar ematen ditu. Parte hartzeko aukera ere ematen du bertsorik gustukoena bozkatuz, komentarioak eginez edo bertsolaritzaren inguruko bideoak bidaliz.

-*Nafarroako Ikastolen TB*[8]. Nafarroako ikastolek ere jarri dute martxan internet bidezko telebista-ekimen bat. Oraingoz, betan dagoen arren, hainbat bideo eskaintzen ditu eta gureak bidaltzeko aukera ere ematen du.

-*Tokiko.tv*[9]. Euskarazko Internet bidezko telebista jarri du martxan Euskarako toki telebisten elkarteak. Euskal Herriko hainbat tokitako gertakizunen berri izan daiteke bertan. Elkarte hau osatzen duten telebisten bideoak eskaintzen dira kanal desberdinetan. Kategoriaren arabera ere sailkatzen dira bideoak. Albisteak, bidaiak, jaiak, medikuntza, artea, futbola, kultura, zinema eta txirrindularitza aurkituko ditugu beste batzuen artean. Horretaz gain, eguneko bideoak eskaintzen dira “Gaurkoak” izeneko atalean. Web gunean erregistratuz gero, iruzkinak egiteko aukera ere ematen da.

Irratiari dagokionez, beste aukera bat proposatzen zuen *Irrati.com*ek, Euskal Herrian Interneten bidez igortzen zuen lehenengo irratia. Sarean igortzen zuten atzerriko irratiak arakatzen hasi ziren Jabi Zabala eta Patxi Gaztelumendi, eta, hortik aurrera, musika, irratia eta sarea proiektu berean elkartzeari ekin zioten. Haien ustez, irratiaren kontzeptu erabat ezberdina zen, Interneten mugarik ez baitzuen.

[6] <http://www.kanaldude.com>
[7] <http://www.bertsoplaza.tv>
[8] <http://www.iktb.tv>
[9] <http://www.tokiko.tv>

Con formato: Justif
Con formato: Espa
(España - alfab. inter

Kontzeptu mugagabe horren barruan sartzen ziren bai edukiak eta bai hartzeko gaitasuna, berdin jar baitzezaketen haiek egindako programa bat, edo beste irrati batek egindakoa. Ez zuten loturarik inongo irratiarekin.

Edukien etengabeko berriztapenik ere ez zegoen. Egunkarien kasuan, denbora luzea pasatu behar izan zuen ikusteko nola horiek ausartzen ziren produktu elektronikoa inprimatua baino lehenago argitaratzera. Munduan zehar horixe zen joera, zertxobait mugitzen zen arren, baina Euskal Herrian erabat nagusi zen. Hona hemen Mariló Ruiz de Elviraren hitzak, gure ustez, ezin esanguratsuagoak: «Hoy por hoy, la mayoría de los diarios presentes en Internet siguen siendo fieles a su nombre, es decir, la información que ofrecen en la red se actualiza una vez al día, al ritmo de sus ediciones impresas, por más que esporádicamente se incluyan grandes noticias de última hora. Evidentemente, se trata de una revolución difícil de digerir para los medios tradicionales, ya que una exclusiva periodística que aparezca antes en la red que en los quioscos mina, aunque sea muy levemente, las ediciones en papel» (Ruiz de Elvira, 1997: 8).

Hala ere, duela asko ikus-entzunezko komunikabideek, batez ere irratiak, aurrea hartu zieten inprimatuei azkartasun kontuetan, eta orain, berriro testu-hedabideek galduta zuten borroka horretan garaile suerta zitezkeela ematen zuenean, beldur omen dira. Hona hemen gakoa: oraingoz, kazetaritza-enpresa handiek mesfidantzaz ikusten zituzten beren produktu digitalak, betikoen arerioak baitziren, eta, hala, paperezko edo uhinezko produktuen «anaia gazteenak» izatera behartuta zeuden. Produktu digitalak bazituzten konpetentziak ere bazituelako, ez produktu berririk sortzeko asmoa zutelako. Berriz ere, Mariló Ruiz de Elviraren hitzak (bera ere produktu digital beldurtiaren buru) errepikatu behar ditugu: «El contenido y la marca son los reyes en Internet y la competencia que ya empieza a desatarse en el ciberespacio acabará provocando que ese contenido salte a la luz digitalizado en el momento en que esté listo para publicarse. Hasta ahora eso no era posible; con Internet ya se ha materializado y, además, con el enriquecimiento que suponen los recursos multimedia» (Ruiz de Elvira, 1997: 8).

Hedabide elektronikoek beren nortasuna, beren erretorika sortu behar zuten; ez zegoen beste biderik negozio bideragarriak eta errentagarriak

nahi bagenituen. Balio erantsia, gaur egun, hemeroteka mugatu bat izaten da euskal hedabide elektronikoetan. Handiena, *Argia*rena. Egunkarien kasuan, noiz hasiko ziren beren artxibo eskerga eskaintzen? Batez ere berriek, hasiera-hasieratik dena ordenagailuz egin baitzuten eta beren bildumak digitalizatzea erraz eta merke samar egin baitzezaketen? Horrekin batera, jakina, bilaketa-sistema bat. Horretan, *Argia* eredu dugu.

Oso gutxi ziren *online* kazetaritza hedabide zaharretarako igorpen sistema berria baino gehiago zela sinesten zutenak. Horietako bat New Yorkeko Columbia Unibertsitateko John V. Pavlik irakaslea dugu. Horrek nahiago zuen pentsatzea albiste mota berri bat sortu behar zela, irakurketa norberaren gustuetara egokitua, komunikabide pertsonalizatuak eraikiz, eta hedabide zaharrek ezin zezaketen aukera hori eman (Pavlik, 1997:30). Paradigma berri hori ez zen inondik ere gure artean agertzen, idiliko bezain kontserbadore ziren gure parajeetan, batez ere enpresa boteretsuenen artean.

Etorkizunik balego kazetaritza digitalean, audientzia berrietan legoke. Irakurle berriak zortzi edo hamar urte ditu, eta bideo-jokoekin jokatzen du. Hau da, ordenagailuekin ibiltzen da; informazioa beste era batera jasotzen du; badaki zer den interaktibotasuna, informazio mailak. Bere jarrera aktiboa da. Aurreko belaunaldien ohitura kulturalak eta informazio jasotzeko moduak oso ezberdinak ziren: gaurko gure gazteak medio pasiboetara ohituta daude, irratira eta, batez ere, telebistara; helduxeagoak, berriz, egunkarien eta liburuen kulturakoak dira, informazio modu sekuentzialez jasotzera ohituta. Azken batean, apustuak multimedialtasunaren aldekoa, interaktibotasunaren aldekoa, arintasun eta aldi berean sakontasunaren –eta pertsonalizatzearen– aldekoa izan behar du. Agian, produktu berriak, publiko berriarentzat, ez daude enpresa zaharren eskuetan, irudimena duten kazetari eta enpresa berrien eskuetan baino. Nork daki.

7. Bibliografia

Armañanzas, Emy; Diaz Noci, Javier, eta Meso Ayerdi, Koldo (1996). *El periodismo electrónico. Información* y *servicios multimedia en la era del ciberespacio.* Bartzelona*:* Ariel.

Asociación pra la Investigación de Medios de Comunicación-Estudio General de Medios (2009). *Navegantes en la Red. 11ª encuesta AMIC a usuarios en Internet.* Madril: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. <http://www.aimc.es>.

Berners-Lee, Tim (1997). «Y el hombre creó la World Wide Web». In *World Media Network, El País* egunkariaren gehigarria, 1997ko abenduaren 18a, 10.-11. orrialdeak.

De la Serna, Victor (1997). «Periódicos en la red». In *El Mundo,* urriaren 7a. Madril, 36. orrialdea.

Diaz Noci, Javier eta Meso Ayerdi, Koldo (1997a). *Medios de comunicación en Internet.* Madril: Anaya Multimedia.

Díaz Noci, Javier eta Meso Ayerdi, Koldo (1997b). «Tipología de los medios de comunicación en Internet. Génesis y desarrollo de un nuevo paradigma comunicativo. El caso vasco». Eusko Ikaskuntzen XIV. Kongresuan aurkezturiko komunikazioa, Bilbo, 1997ko azaroaren 27a.

Fernández, Luis (1997). «Euskararen espazioa informazioaren autobidean». In *Jakin,* 102, iraila-urria. Donostia: Jakinkizunak, 1997, 29-46.

Gutiérrez, Maite (1998). «Conectados desde casa». In *Nuevo Trabajo, El* Correoren gehigarria, urtarrilaren 11, 6. orrialdea.

Oficina de Justificación de la Difusión (OJD). *Avance mensual difusión WWW* Madril: OJD. <http://www.ojd.es>. 1997ko abenduaren 5ean gaurkoturiko datuak.

Meso Ayerdi, Koldo (2006). *Introducción al Ciberperiodismo*. Leioa, Euskal Herriko Unibertsitatea.

Pavlik, John V. (1997). «The Future of Online Journalism. Bonanza or Black Hole? ». In *Columbia Journa/ism Review,* July/August. New York: Columbia University, 30-37.

Peñalva, José Luis eta Del Hoyo, Mercedes (arg.) (1997). *De la prensa tradicional al desafío cibernética. Primeras Jornadas de Prensa Vasca.* Bilbo: UPV/EHU.

Ruiz de Elvira, Mariló (1997). «En pugna con los diarios». In *World Media. Network, El País* egunkariaren gehigarria, 1997ko abenduaren

18a, 8-9.

Sagarna, Andoni (1997). «Jalgi euskarazko komunikazio-zerbitzaria». In *Jakin*, 102. zenbakia, 47-60.

11. gaia. Beste komunikabide batzuk

0. Sarrera

Eskuko telefonoa, Internet, kontsolak, MP3 irakurgailua eta argazki-kamera digitalak aisiaren «ekosistema naturalaren» osagaiak dira gaur egun. Gazteak ordenagailuez eta eskuko telefonoez inguratuta jaio eta hazi dira, eta, beraz, ez daude errealitate horretatik kanpo. Helduek irratia edo telebista ikusten duten naturaltasun berarekin hautematen dituzte gazteek aparatu horiek guztiak. Gazteek eguneroko baliabide gisa darabilte teknologia informazioa bilatzeko, harremanetan jartzeko, adiskide berriak egiteko, musika entzuteko edo astialdiaz gozatzeko.

1. Bideo-jokoak

Bideo-jokoek gure gizartean duten arrakasta errealitate bat da. Bideo-jokoen kontsumoak zinemaren, grabaturiko pelikulen eta musikaren kontsumoa gainditu du. Bideo-jokoak aisialdiaren gune nagusi bihurtu dira, eta merkatu horrek, urtean, zinemak, musikak edo, nola ez, liburuek baino diru gehiago mugitzen du. Erakargarritasun horren eraginez, enpresa handien esku geratu da, eta bideo-joko nagusiak nazioarteko izenburu ezagunak dira: *Harry Potter*, *Eraztunen Jauna* eta antzekoak.

Estatuan, bideo-jokoen merkatuak 1.500 milioi euro mugitu zituen 2007an. Gainera, aspaldidanik, joko elektronikoak haurren eta gazteen joko gustukoenak dira.

Baina, historikoki, bideo-jokoa Komunikazio eta Informazio Teknologien artean gehien gutxietsi den teknologia izan da, nahiz eta gazteen artean duen eragin ekonomiko eta soziala ikaragarria izan. Bideo-jokoek garapen propioa izan dute, Interneten, telefonia mugikorraren eta bestelako IKTen garapenetik at. Dena den, azken urteotan, plataforma horien guztien arteko konbergentzia gertatzen ari da. Hala, gero eta arruntagoa da Interneten edota telefono mugikorrean jokatzea.

Ordenagailuekin asko jokatzen den arren, bideo-jokoen benetako maitaleak bideo-kontsoletan aritzen dira. Hiru lehiakide nagusi aritzen dira alor horretan: Sony PlayStation, Microsoft XBox kontsola eta Nintendo. Azken urteetan, PlayStation izan da jaun eta jabe; bereziki, PS2 kontsola kaleratu zenetik. Baina gauzak aldatzen hasi dira.

Nintendo izan zen bideo-jokoen arloan aitzindaria, baina merkatu horren benetako gorakada Sonyren PlayStationekin etorri zen. Duela urte gutxi, bazirudien PS2 bideo-kontsolak ez zuela aurkaririk izango; eta hala izan da, baina lehiakideak sortu zitzaizkion. Microsoftek, esaterako, XBox bideo-kontsola sortu zuen merkatu horretan tokia egiteko; toki txikia hartu arren, iaz, Sonyri aurre hartu zion XBox 360 PS3 baino urtebete lehenago kaleratuta. Merkatuaren presioak eraginda, Sonyk PlayStation3 kaleratu berri du Japonian; baina, arazo tekniko asko izateaz gain, Europara ez da martxoa baino lehen iritsiko. Gauzak horrela ikusita, lasterketa dirudi horrek. Eta hala da, bideo-jokoen merkatuak oso azkar eboluzionatzen baitu, eta tokia lehen hartzen duenak jan dezake tartaren zatirik gozoena.

PS3 eta XBox360 ikusita, esan daiteke bideo-kontsolen hirugarren belaunaldia sortu dela; baina, merkatuan, benetako iraultza Nintendok sortuko du. Aste honetan bertan kaleratuko du Wii, bideo-jokoak ulertzeko modua alda dezakeen kontsola.

Bideo-jokoen mundua, beti, gazteei lotuta azaldu da. Wii bideo-kontsola agertzearekin, berriz, bideo-jokoen merkatua zabaldu egin dela dirudi, eta, orain, gazteek ez ezik, helduek ere jokatzen dute.

Ping-pong lehen jokoak asmatu zirenetik gaur egungo jokoetara iritsi arte, bideo-jokoek garapen sakona izan dute. Azken belaunaldiko bideo-jokoek duten arrakasta ikusita, argi dago gaur egungo haurrak ordenagailuaren munduan murgilduta bizi direla, eta tresna hori oso ohikoa dela haien eguneroko bizitzan. Guraso askok, baina, oraindik, errezeloz begiratzen diete jokoei, erabilera txarra edo adinera egokitzen ez diren edukiak izan ditzaketelakoan. Bestalde, askok galdetzen dute zergatik ez den aprobetxatzen bideo-jokoek hezkuntzarako duten potentziala. Zergatik ez ditugu uztartzen bideo-jokoen izaera jolasgarria eta hezkuntzako edukiak?

Gaur egun, hainbat guraso eta hezitzailek bideo-jokoen eragin negatiboaz mesfidati azaltzen dira. Arrazoi falta ez dute; izan ere,

bideo-joko batzuek ez dirudite oso gomendagarriak gaztetxoenentzat. Balantzaren beste aldean, *Sims, Super Mario…* bideo-jokoak jar genitzake.

Beraz, bideo-jokoen erabileraren inguruko eztabaida, jada, mahai gainean dago. Bideo-jokoek, modu zuzenean, gure gizartean nagusi diren balioak islatzen dituzte: indarkeria, kontsumismoa, abiadura, lehiakortasuna, sexismoa… Bideo-jokoen eta biolentziaren arteko harremana topiko bilakatu da (hainbat kasutan guztiz justifikatuta).

Joan den mendeko 70eko hamarkadan bideo-jokoak azaldu zirenetik, hainbat eta hainbat kezkatu dira horrelako jokoek gazteengan izan ditzaketen eragin negatiboaz. Eztabaida horretan, bi aldeetatik, salaketak egin izan dira. Horrela, adibidez, American Psichology Associationek dioenez, hainbat ikerketek frogatu dute badagoela harremana bideo-jokoen indarkeriazko edukien eta ondorengo indarkeriazko jarreraren artean. Kritika hori adituta, hainbatek aldarrikatzen dute merkatu librearen ideia, izan ere, ‘Asociación Española de Distribución y Edición de Software de Entretenimiento’k defendatzen duen bezala, indarkeriazko edukia duten bideo-jokoak esku bateko hatzekin zenbatu daitezke.

Bideo-jokoen arrakasta azaltzeko, hainbat aldagai aztertu behar dira. Teknologia Berriak nagusitu diren garai honetan, bideo-jokoen garrantzia ulertzeko, arrazoi sozial eta kulturalak azaldu behar dira. Horiekin batera, ezin dira ahaztu bideo-jokoen merkatuak publizitate eta marketinean egindako ahalegin guztiak. Era berean, familian izandako aldaketa guztiek ere eragina izan dute, gurasoak lanpetuta dauden bitartean, horien kontroletik kanpo, haurrek zein gazteek telebista eta bideo-jokoetarako denbora gehiago baitute.

Jokatzea giza bulkada naturala da. Gure ingurune digitalean, bideo-jokoak agertu izana da bulkada horren isla. Bideo-jokoek trebetasunak garatu, sormena piztu edo balioak transmiti ditzakete, baldin eta irizpide egokiei jarraituz aukeratzen badira eta denbora kontrolatuta erabiltzen badira.

Internetek zabaldu egin ditu bideo-jokoen aukerak: joko berriak eta jokatzeko kide berriak. Jokatzeko lekurik ohikoenak ziberkafetegiak, kulturaguneak edo etxeko ordenagailu pertsonalak dira, baina bideo-

joko motaren edota bideo-jokoari eskaintzen zaion denboraren inguruko zuhurtzia ez da ezein kasutan ahaztu behar

Laburbilduz, bideo-jokoen arrakasta ulertzeko, hainbat faktore aztertu behar dira. Teknologia Berriak nagusitzen ari diren gizarte batean ezin da arrakasta gehien lortu duen elementuetako bat besterik gabe txartzat hartu.

1.1. Bideo-jokoak euskaraz

Bideo-jokoen boom-a 90eko hamarkadan heldu zen Euskal Herrira AEBtik. Hala ere, euskarak ez du presentziarik merkatu handi horretan, hizkuntzaren faktoreak ez baitu eraginik izaten salmentetan, ez behintzat gurea bezalako merkatu txiki bateko salmentetan. Hori dela-eta, enpresa handiek ez dute egiten beren jokoak euskaraz argitaratzeko ahaleginik.

Ezin da esan, beraz, euskaraz bideo-joko asko dagoenik. Nazioartean zabaldutako jokoen artean, *Hiru mosketariak* nabarmen daiteke. Haurrentzako PCrako plataforma-joko bat zen eta hogei herrialde baino gehiagotan argitaratu zen; Elhuyar Fundazioak argitaratu zuen euskal bertsioa.

Horren aurretik egon dira beste ahalegin batzuk ere, besteak beste, duela zenbait urte argitaratu zen *EH Mundiala* euskal selekzioaren bideo-jokoa, edo 3Arrano elkartekoek beren webgunean argitaratu zituzten zenbait joko. Baina, esan bezala, merkatu zaila da bideo-jokoena; eta nazioarteko enpresa handiek interesik ez duten bitartean, zaila izango da PS3ekin edo Wiirekin euskaraz jokatu ahal izatea.

2. Web zerbitzuak

XXI. mendean sartu eta berehala, Tim O'Relly linuxzaleak *web services* edo web zerbitzuen ahalmenari erreparatu zion eta joera baten berri eman zigun. Web 2.0 hasita zegoen 2005. urtean. Irakurtzeko ez ezik, idazteko sare ere bilakatua da geroztik Internet, eta interakziozko benetako tresna zen. Web zerbitzuen arrakasta oso handia izan da azken urteotan. Web zerbitzuetara joko dute hainbatek, aplikazioen unibertsaltasuna gauzatu ahal izateko, edonon eta edonoiz kontsultatu ahal izateko, hardwareari erreparatu gabe.

Sareko zerbitzuak eskaintzen dituztenak abangoardia dira eta aurreratzen digute nolakoa izango den etorkizuna. EPIC 2015[1] dokumentalean aurreikusten denez, geroko zerbitzuak sare-zerbitzuak izango dira, orokorrak eta unibertsalak.

Baina, Web 2.0 hori zer den adierazteko, Markus Angermeierrek egindako irudia dugu. Kontzeptu-mapa horretan, Web 2.0ren inguruan dauden terminoak eta nozioak ageri dira, baita mugimendu horren adibide garbien izenak ere, eta bakoitza kokapen erlazionatuta dauka.

Web 2.0ren kontzeptu-mapa. Iturria: Markus Angermeier.

2.1. Blogak

Blog bat, modu orokorrean esanda eta gaur egun aski ezaguna denez, istorioak edo artikuluak biltzen dituen webgunea da. Blog hitza *web log* terminoaren laburketa da (web egunkaria). Blogaren egileak, blogariak, mezuak bata bestearen atzetik idazten ditu, eta, ondoren, kronologikoki argitaratzen dira blogean. Normalean, egile bakarra dute, baina gehiago ere izan ditzakete. Maiz eguneratzen dira eta han idazteko estiloa zuzena izaten da. Blog guztien egitura antzekoa izaten da oso: goiko aldean, blogaren izenburua agertzen da, zutabe nagusian

[1] <http://www.unabvirtual.edu.co/epic/>

mezuak eta irakurleen erantzunak, eta, beste zutabe batean, egilearen datuak, estekak, mezuen artxiboa, *tag* edo etiketak eta kategoriak. Mezuak dataren eta kategorien arabera sailkatuta azaltzen dira, era errazean aurkitzeko moduan.

Mezuetan, testu-informazioaz aparte, argazkiak, bestelako irudiak, aurkezpenak, animazioak eta bideoak ere txerta daitezke. Multimediazko elementu horiek web zerbitzari batean kokatu behar dira blogean txertatu baino lehen.

Blog gehienak pertsonalak izaten dira, egile bakar batek idatzita, baina badira taldeek, elkarteek, erakundeek eta enpresek sortutakoak ere. Han, askatasun osoz, albisteak, iritziak, pasadizoak eta abar argitaratu daitezke. Esateko zerbait duen edonork izan dezake blog bat. Eta egileak baimena ematen badu, irakurleek iruzkinak gehi ditzakete, eta egilearen eta irakurleen arteko solasaldiak ahalbidetu.

Blogak sortzeko, dohaineko edo ordaindu beharreko plataformak erabil daitezke. Doakoek nahiko zerbitzu ona eta duina ematen dute, eta blog bat eduki nahi duenak plataforma horietako batera jo eta, minutu gutxitan eta bizpahiru urratsetan, blog bat sortu eta idazten has daiteke. Han, blogaren itxura pertsonalizatzeko txantiloiak eskaintzen dira, editore errazak, irudiak sartzeko baliabideak, bloga gordetzeko espazioa eta abar.

Gai, interes, zaletasun edo jakin-min bereko blogosfera delakoetan parte hartzen dute. Horretan datza, hain zuzen ere, blogen bidezko solasaldi horren joritasun handiena. Argi dago blogosfera horien eremuetan harreman ugari eta aberatsak sortzeko aukera handiagoak daudela, blog bakar bateko iruzkinen bidez baino. Horregatik, uste dugu fenomeno horren gakoa blogetan baino blogosferetan dagoela.

2.2. Euskal blogosfera

Zenbat blog euskaldun ote gaur? Atzo baino gehiago, eta bihar baino gutxiago. Sarean, iraultza itzela eragin dute. Hezkuntza, kirola, kultura, politika… Hamaika gairi buruzkoak dira. Edozeinek kudeatzen ditu. Kazetariek zein irakasleek; jende anonimoak zein ospetsuek. Izan daitezke bai pertsonalak bai profesionalak. Bai plataforma baten barruan bai komunitate baten barruan. Lau mila blog

baino gehiago daude momentu honetan 'bizirik', hau da, azken lau hilabetean gaurkotuta. Izatez, zazpi mila baino gehiago sortu dira azken urteotan.

Blog euskaldun guztiak egunero irakurtzea ez da posible, bederen, giza terminoetan. Baina bai termino robotikoetan: 2005. urtean martxan jarritako ekimen berri batek, Aurki.com-ek, blog euskaldun guztiak irakurtzen ditu, etengabe, eta haien azken nobedadeak antolatzen ditu albistegi kolektibo automatiko batean; Aurkiri esker, gainera, blogen irakurketa harpidetza bidez egin daiteke, eta harpidetza bidezko irakurketa hori garrantzitsua da.

Leire Iturregik gogorarazten duenez[2], euskal blogosferaren sorrera aztertzeko, zortzi urte atzera egin behar dugu, 2001ean sustatu.com bloga sortu zen unera. Goiena Komunikazio Zerbitzuen eta CodeSyntax enpresaren eskutik agertu zen, Gipuzkoako Foru Aldundiaren eta Eusko Jaurlaritzaren laguntzarekin.

Sustatu.com sarean agertu zenetik hainbat blog sortu baziren ere, plataformak agertzeak eman zion erabateko bultzada euskal blogosferari. Edonoren esku jartzen baitzuten blog bat sortzea, horretarako diseinatutako *software* bati esker. Lehena 2006ko martxoan sortu zen: Blogari.net. Hori da plataforma guztien artean nagusia. Hurrengo postuetan, Blogak.com eta Mundua.com daude.

Blog gehienak plataformatan eta komunitatetan biltzen dira. Hala, Goiena.net edo Eibar.org esanguratsuak dira, baina Euskal Herriko Unibertsitatea, *Berria* eta *El Correo* egunkariak benetan garrantzitsuak dira arlo horretan.

2.3. Bideoblogak

Gero eta bideoblog gehiago ari dira sortzen gurean. Bideoklipek osatutako galeria da bideoblog bat; horiek kronologikoki antolatuta egoten dira, eta iruzkinak egiteko aukera ematen da gehienetan.

Bideoblogak sortzeko aukerak asko diren arren, gurean sortutako hiru adibide ekarriko ditugu orri hauetara. Antzeko aukerak ematen dituzten arren, berezitasun batzuk ere Badira.

[2] *El Correo*. Larunbata 2008ko otsailaren 23a.

-Euskaltube[3]. YouTuberen euskarazko bertsioak euskarazko bideoak bidali eta erabiltzeko aukera ematen die Interneteko erabiltzaileei. Iraupen desberdineko bideoak bidal daitezke eta horiei etiketak jartzen zaizkie. Lau ataletan banatzen dira: nabarmenak, ikusienak, berrienak eta eztabaidatuenak. Bi mila bideotik gora eskaintzen zituen 2008ko bukaeran Euskaltubek eta 1.600 erabiltzaile inguru zituen. Interesen arabera antolatutako taldeetan antolatzen dira bideoak.

-NireTV[4]. Gure bideoblogak sortu eta kudeatzeko aukera ematen du webgune horrek. Egunean minutu bateko bideoa igotzeko aukera ematen du. Bakoitzak bere sorkuntzak erakusteko pentsatuta dago NireTV; hori dela-eta, ez ditu onartzen telebistan grabatutako bideoak ezta egilearen lizentzia errespetatzen ez dutenak ere. Bideoa erabiliz zerbait kontatu nahi dutenentzat pentsatuta dago. Lau hizkuntzatan erabil daiteke: euskara, gaztelania, ingelesa eta katalana.

-Yo Grabo[5]. Web kameraren bidez grabatutako bideoak igotzeko aukera ematen du bideoblog sare horrek. Erregistratuz gero, pantailan agertzen den «Bideoa grabatu» atalean klikatuz egingo dugu grabaketa. Telefono mugikorraren bidez grabatu eta bideoak bidaltzeko aukera ere badago, eta hori aukera interesgarria da zuzenean transmititu nahi dugunerako. Horretarako, aplikazio bat instalatu beharko dugu gure telefonoan. Hiru hizkuntzatan eskaintzen da: gaztelania, katalana eta ingelesa.

2.4. Sare sozialak

Batzuek gorroto dituzten arren eta askoren ustez posta elektronikoarekin nahiko bada ere, ezin dugu ukatu sare sozialek indar handia dutela gaur egun, garai batean blogek izan zuten bezalakoa, agian. Azken urteotan, interneten munduan arrakasta handiena izan duten fenomenoetako bat dira sare sozialak. Baina zer dira sare sozialak? Funtsean, lagunen artean taldetxoak osatuz beren arteko elkarrizketa eta trukea ahalbidetzen dituzten webguneak dira. Webgune horiek aukera ugari ematen dizkiete erabiltzaileei: mezuak,

[3] <http://www.euskaltube.com>
[4] <http://www.niretv.com>
[5] <http://www.yograbo.com>

argazkiak, musika, albisteak eta bideoak trukatzea, besteak beste. Sistema ezagunenen artean aipa genitzake, esate baterako, Facebook, MySpace, Twitter eta YouTube, oso ezagunak eta erabiliak baitira.

Tresna horien gakoa da hara iristen den erabiltzaile batek soslai pertsonal bat sortzea, bere izena eta oinarrizko informazioa emanez. Soslai hori sortu ondoren, lagunekin edo antzeko zaletasunak dituen jendearekin bat egin dezake, beren arteko lotura ezarriz. Era berean, erabiltzaile baten lagunek dituzten beste lagun batzuekin topo egin dezake eta, horrenbestez, lagun-sarea etengabe zabalduz joan. Azken finean, webgune horiek erabiltzaileen arteko loturak sortzea errazten dute eta, azken emaitza gisa, erabiltzaileak bata bestearekin lortzen dituen sare erraldoiak dira. Munduko edozein puntutan interes komunak dituen laguna topatzea ahalbidetzen dute.

Sare sozial guztien artean, bada bat azkenaldian beste guztiei gailentzen ari zaiena: Facebook du izena. Webgune horrek berrehun milioi erabiltzaile inguru ditu gaur egun mundu guztian zehar banatuta. Facebooken kontu bat irekitzen duen edonork lagunak bilatu eta haiekin lotura sor dezake, etengabe haien berri izan ahal izateko. Lotura horri esker, haiekin harremanetan jartzeko aukera du, baita haiei azken argazki eta bideoak erakusteko aukera ere. Horrez gain, erabiltzailearekin aspaldi harremanik izan ez edota urruti bizi diren lagunekin topo egin eta harremana berrezartzeko aukera ematen dio asko eta askori. Facebookek, gainera, lagunak aurkitu eta kontaktatzeko erraztasun horrez gain, eskaintzen dituen aplikazioei esker izan du arrakasta. Aplikazio horien bitartez, posible da musika-taldeen albisteak, webguneen loturak, ekimenak, kontzertuak eta beste gertaera asko lagunei gomendatzea.

Baina gaur egun erabiltzaile erregistratu gehien duen sarea, ordea, MySpace da. Webgune hori, bereziki, musika-taldeei beren informazio guztia trukatzeko ematen diren erraztasunagatik egin zen ezagun. Gaur egun, ia edozein musika-taldek du MySpacen erabiltzaile-kontu bat. Horren bitartez, musika-taldeek edozein bisitari beren abestiak erakusteaz gain, argazkiak, bideoak, kontzertuen datak eta albisteak plazaratzeko aukera ematen du MySpacek. Duela urte batzuk arte, oso zaila zen talde batek bere musika jendeari zabaltzea, baina mundu osoari entzuteko aukera ematea erraztu dute MySpace bezalako sistemek. Era berean, badira webgune horri esker ezagun

egin diren taldeak, haien musika lau haizetara zabaldu baitu. Musika-taldeei aukera horiek emateaz gain, entzule erabiltzaile soilei ere abantaila ugari ematen dizkie.

2006an sortu zenetik, zeresan handia eman duen beste sare sozial bat Twitter izan da. *Microblogging* deritzon sistema horren bitartez, sakelako telefonoa baliatuz idatzitako mezuak balira bezala, gehienez 140 karaktere dituzten mezuak truka daitezke lagunekin. Eguneroko gauza txikiei buruz komunikatzeko aukera azkarra ematen du, azken finean, aplikazio interesgarri honek. Hainbat bide daude Twitter erabiltzeko: webgunetik, SMS bidez, sakelako telefono batetik, berehalako mezularitza-programetatik edo Facebook bezalako zerbitzuetatik, esaterako. Twitter aplikazioa erabiltzeko, erregistratu egin beharko dugu lehenik eta behin. Gure mezuak irakurtzeaz gain, lagunenak irakurri ahal izango ditugu gure Twitter orrian. Gure mezuak ere lagunengana iritsiko dira. Kasu horretan ere, hainbat bide daude mezuak jasotzeko: Twitter orriaren bidez, SMS, RSS, berehalako mezularitza eta abar.

Eta argazkiak konpartitu ahal izateko badago Flickr, hedapen handia lortu duen Yahoo!ren zerbitzua. Erabiltzaileek beren argazkiak igo ditzakete zerbitzu horretara eta, era berean, lagunek igo dituzten argazkiak ikusi eta horien gainean iruzkinak egin daitezke.

Argazkiekin gertatzen den bezalaxe, bideoekin beste horrenbeste egin daiteke, Googlek kudeatutako YouTube zerbitzuaren bitartez. Grabatutako bideoak, bezperan telebistan eman zuten saio horren tarteren bat, musika-talde gogokoenaren bideoklipak, zure futbol-taldearen azken partidako golak, eta imajina dezakegun beste edozein bideo aurkitu ahal izango ditugu YouTuberen sorta amaiezinean.

Beste erabiltzaile batzuek, ordea, beren artean albisteak partekatzea nahiago dute. Horretarako, badaude hainbat albistegi kolektibo, hala nola, Zabaldu.com[6], Aupatu.com edo Digg.com bezalako. Horrelako webguneak baliatuz, erabiltzaileek berriak gomendatzen dizkiete gainontzekoei. Halaber, hara bidalitako albiste guztiak beste erabiltzaileek ikusi ahal izango dituzte, eta, bozketa-sistema bati

[6] Interneten aurkitutako albiste interesgarrienak zabaltzeko aukera ematen duen sistema da zabaldu.com. Horrela definitzen du Arkaitz Zubiagak berak 2006ko martxoaren amaieran sortutako webgunea. Sarean euskara sustatzeko asmoarekin sortu zuen albistegia.

esker, komunitateari interesgarrien iruditzen zaizkion albisteak agertuko dira webgunearen azalean. Aipatutakoak kolaborazio sozialaren bidez egindako albistegitzat jo daitezke direla esan daiteke.

Orain arte azaldutakoak gaur egungo sare sozialen artean ezagunenetakoak diren arren, ehunka tresna aurkitu daitezke interneten. Euskaraz ere, badaude hainbat sare sozial, aurrekoen funtzionamendu bera dutenak.

Adibidez, gazteentzako sare sozial euskalduna sortu berri du Goiena Komunikazio Zerbitzuak[7]. Mundu osoan hain ezagun bihurtu diren Facebook, Tuenti eta antzekoen moduan, lagunekin egoteko eta lagun berriak egiteko parada ematen digu, baina euskaraz. Izan ere, horiekin hainbat informazio konpartitzeko aukerak ematen ditu: argazkiak, bideoak eta beste hainbat kontu.

Lagunekin mezuak trukatu eta tribuak egiteko aukera ematen du, esaterako, eta, dagoeneko, 2009ko ekainean 8.000 jokotik gora eskaintzen ditu webgunean bertan jokatzeko. Euskara hutsean dago gazteentzako egitasmo interesgarri hori.

Beste aldetik, Zuzeu[8] albistaria Internetetik eta Interneterako euskaldunentzat sortutako albistari digitala dugu. Interneten euskaraz dagoen eskaintza zabaldu behar delakoan, egoera azkartzeko asmoz dator; erabiltzaileari aktiboki aritzeko aukera ematen zaie.

Euskaraz idatzitako albiste eta iritziez gain, beste hizkuntzetatik hartutako edukiak ere eskaintzen ditu, Zuzeu munduari begiratzeko leiho bat baita.

Xoraturikan Elkarte Mugatuak bultzatutako irabazteko asmorik gabeko ekimen hori informazio-tresna horizontala da eta, horregatik, hein handi batean, erabiltzaileak berak sortzen ditu edukiak, erredakzioak sortutakoez gain. Erabiltzailea protagonista izanda, parte-hartzea, eztabaida eta hausnarketa sustatzen ditu Zuzeuk.

Horretarako, web 2.0 inguruneak eskaintzen dituen tresnak erabiltzen ditu, eta sare sozialen integrazioa eta erabiltzaileen komunitatea beti ditu presente.

[7] <http://www.zugaz.com>
[8] <http://www.zuzeu.com>

Beste alde batetik, 2003an jarri zen abian Euskarazko Wikipedia, Wikipedia bera sortu eta bi urtera. 2006an, bost mila artikulu izatera iritsi zen eta 25.000 artikulu eskaintzen zituen bi urte geroago.

Wikipedia Interneten irakur daitekeen entziklopedia zabala da, doakoa, fidagarria eta librea izateko asmoarekin jaioa. Proiektuak, nazioartekoa eta eleanitza den neurrian, ahalik eta hizkuntza gehienetan idatzita egotea du helburu.

Parte hartu nahi duenak artikuluak sortu, daudenak osatu eta aldatu, proba-orrian saioak egin edo Txokoa izeneko gunea bisitatu dezake, han mota guztietako galderak eta hizketaldiak baitaude. Horietaz gain, asteko herrialdeari buruz idazteko aukera ere badago astero aldatuz doan herrialdeko artikuluan.

Zortzi ataletan banatzen dira Euskarazko Entziklopediaren edukiak: natura-zientziak, gizarte-zientziak, zientziak, artea eta kultura, informatika, kirola, aisia eta Euskal Herria.

Euskarazko bertsioaz gain, beste 50 Wikipedia daude. Ingelesa, alemana edo frantsesa bezalako hizkuntz hedatuez gain, hainbat hizkuntza gutxitu aurkituko ditugu, okzitaniera, korsikera eta aragoiera, esaterako. Extremadurako hizkuntza eta Esperantoa ere aurkitu ditzakegu.

3. Liburu elektronikoa

Liburugintzaren sektorea aztoratuta dabil. Negozioa itxuralda dezakeen liburu elektronikoaren urtea 2007koa izango zela iragarri dute hainbat guruk, eta banatzaileak, inprentak eta liburu-dendak salto batez gaindituko lituzkeen liburu berrien auzia ikusita nola jokatu asmatu nahian ari dira argitaletxe handiak zein txikiak[9].

Testuak pantaila elektronikoetan irakurtzea ez da gauza berria, baina, orain, azken bi-hiru urtean, hain zuzen ere, liburuak ez besterik irakurtzeko propio diseinatutako gailuak merkaturatu dituzte. Gailu baliagarriak dira gainera. Orain, tinta elektronikoa erabiltzen dute eta, ingelesez, esaterako, sareko banatzaileen eta argitaletxeen webgunetan milaka titulu daude irakurgai.

[9] < http://www.youtube.com/watch?v=A8N2SAZ-XS8>. Liburu elektronikoa azaltzen den bideo hau ikus dezakezue.

Baina gaur egun liburu elektroniko edo liburu digital izenarekin ezagutzen dugun horretarako lehen urratsak 1971n eman ziren Illinoisko Unibertsitateko Gutemberg Proiektuaren barnean[10]. Proiektuburua Michael Hart izan zen. Liburua doako liburutegi digitala da. Haren ondarean, Shakespeareren, Poeren eta Danteren obra klasikoak daude, baita guztion ezagunak diren beste batzuk ere (egile-eskubidearen pean ez daudenak). Bilduma, denetara, 2.000 liburuk osatzen zuten 2002. urtean.

Hamar urte geroago, 1981ean, lehen liburu elektronikoa merkaturatu zuten: *Random House's Electronic Dictionary* izenekoa, Random Housek argitaratua. Alabaina, liburu elektronikoak 2001eko martxoan izan zuen benetako hedapena, Stephen King nobelagile ospetsuak (Simon Schuster argitaletxe elektronikoaren laguntzarekin) Interneten bitartez *Riding the Bullet* izeneko eleberria modu esklusiboan atera zuenean. 48 orduan, 500 mila kopia saldu zituen, bakoitza bi dolar eta erdian. Hilabete geroago, Vladimir Putinek bere memoriak argitaratu zituen sarearen bitartez.

Orduz geroztik, hainbat argitaletxe elektroniko sortu zen, eta denda birtualak liburu digitalak eskaintzen hasi ziren beren katalogoetan; ale batzuk saltzeko, eta besteak doan.

3.1. Definizioa

Liburu digital, eBook delakoak edo liburu elektronikoak fitxategi elektronikoa du euskarri, ez papera[11]. Testua formatu digitalean dago, eta disketean, CD-Romean edo Interneten gordetzen da. Liburu elektronikoak multimediako elementuak sartzeko aukera ematen du: bideoa eta audioa, kasurako. Interneten kasuan, sarean dauden beste liburu digitaletarako estekak paratzeko aukera ematen du.

Gailu horiek bat-batean agertu dira merkatuan, teknologia iraultzaile baten erabilerari esker: tinta elektronikoari esker. Pantailek hiru geruza dituzte: batek mikrotransmisore elektrikoak ditu; bigarrena polimeroa da; eta hirugarrena, berriz, xafla babeslea. Polimeroan, gel

[10] <http://www.gutenberg.net>

[11] <http://teknopolis.elhuyar.org/ikusi.asp?Multi_Kodea=194&atala=erreportajeak&lang=EU>

batean flotatzen ari diren milioika kapsuladun matrize bat dago; gel horri esker, elektromagnetikoki estimulatzen dira kapsulak. Estimulazio horren bidez, kapsula bakoitzak alde zuria edo beltza erakusten du; hala, pantailan, testu bat edo grafiko bat agertzen da.

Horretan bereizten dira produktua garatzeko lehian ari diren bi teknologiak, E Ink et Gyricon. Xeroxek garatutako Gyricon da eremu horretako aitzindaria, baina bereizmen gutxien duena. Kapsulak bi aldeko esferak dira; alde bat beltza dute, eta bestea, zuria. Geroago garatu zen E Ink da erabiliena, hark baitu bereizmen handiena. Teknologia horretan, kapsulak elektrikoki kargatutako titaniozko partikula zuriz eta beltzez beteta daude, likido likatsu batean sartuta. Kapsula bakoitza bi transmisoreri lotuta dago, eta, hala, partikula beltz guztiak, zuri guztiak edo erdi eta erdi igotzea lor daiteke, Xeroxek erabiltzen duen metodoaren antzeko batekin.

3.2. Liburu elektronikoa Euskal Herrian

Liburu elektronikoa iritsi da dagoeneko Euskal Herrira. Irakurtzeko aukera berriak gero eta askotarikoak dira teknologia berrien bidetik.

Elkar euskal liburu-denden sarea liburu elektronikoa izeneko eragingailua merkaturatzen hasi berria da. Europako bi fabrikatzaileren liburu elektronikoak eskaintzen dituzte dagoeneko: zortzi hazbeteko iRex Technologies taldeko iLiad, eta sei hazbeteko Booken Cybook frantsesaren eragingailua. Elkar liburu-denden katea mota horretako irakurketa-eragingailuak eskaintzen dituen lehenengo enpresa da, eta, horren harira, hain zuzen, 2008ko abenduan, Elkar dendetan eskuragarri jarri zituzten liburu elektronikoak aurkeztu ziren.

Nahiko berria den arren, dagoeneko, Elkar euskal liburu-denden sarea ‘liburu elektronikoa’ izeneko eragingailua merkaturatzen hasi da, mota horretako euskarriko liburuak irakurtzea ahalbidetzen duena. Arestian esan bezala, liburu-denden sarea irakurketa elektronikoko eragingailuak erosleen eskura jartzen dituen lehenengo enpresa da gure artean. Aktibazio-kodeak dituzten kupoi batzuen bitartez, irakurleek liburu gehiago deskargatu ahal izango dituzte. Kupoi bakoitzeko kodea erabiliz, eta Interneten bidez, hainbat idazle edo gai ezberdinetako liburuak deskargatzeko aukera egongo da, Elkar, Alberdaina, Sua eta Ttarttalo argitaletxeenak. Hor aurkituko ditugu,

besteak beste, Kirmen Uriberen *New York, New York*, Xabier Montoiaren *Euskal Hiria sutan*, Uxue Alberdiren *Aulki jokoak* edo Katixa Agirreren *Habitat*.

3.3. Izugarrizko iraultza

Milaka liburu sar daitezke liburu elektroniko bakarrean, Elkar liburu-dendako arduradunen esanetan. Izan ere, 390 gramo besterik ez du pisatzen liburu elektronikoak eta 155x216x16 mm baizik ez du neurtzen. Bateriak duen autonomia, bestalde, zortzi mila orrialde irakurtzeko adinakoa da. Liburu elektronikoak edo liburu elektronikoen irakurgailuak ohiko liburuen tamaina du, A5 dokumentuena, baina, arestian esan bezala, milaka liburu gorde ditzake barruan.

Ordenagailua eta Interneteko konexioa behar ditu liburu elektronikoak, liburuak kargatzeko hain zuzen. Nolabaiteko liburutegi birtuala da. Ezagutza tekniko berezirik ez da behar hura erabiltzeko; irakurtzeko zaletasuna da beharrezkoena, besterik ez da behar.

3.4. Abantailak

Dena ez da abantaila izango, noski, baina, dagoeneko, liburu elektronikoek dituzten abantailak begi-bistakoak dira, hain zuzen, liburuak pilatzeko edota testuaren tamaina egokitzeko aukera, esate baterako.

Beraz, abantaila ekologikoa da abantaila nagusia; paperezko euskarririk behar ez denez, askoz zuhaitz gutxiago botako dira. Gainera, oso energia gutxi behar du funtzionatzeko.

Abantailen artean, irakurtzeko erraztasuna dago. Erabiltzaileak bere beharretara egokitu baitezake irakurgailua: letra-tamaina handitu daiteke; ikusmen-arazoak dituztenentzat, audio-liburak daude, edota orrialde-ordena ere alda daiteke. Cybook liburu elektronikoa, esate baterako, poltsiko-liburu tamainako aukera ere ematen du.

Esan bezala, era guztietako irakurleentzat pentsatutako teknologiak dira, baita era guztietako irakurketak ahalbidetzen dituztenak ere. Aplikazio horietaz gain, esate baterako, edozein hizkuntzatako hiztegiak sartu eta kontsultatu ahal izango dira han, irakurketa egin ahala. Atzerriko hizkuntzak ikasteko ere, beraz, oso tresna erabilgarria izango da liburu elektronikoa.

3.5. Desabantailak

Une honetan, prezioak du desabantailarik handiena. Gaur egungo modeloek 200 eta 500 euro bitartean balio dute. Prezio garestiegiak, kontuan izanik merkatuan Netbookak edo minieramangarriak aurkitu ditzakegula 300 euro inguru ordainduta.

Beste aldetik, liburu elektronikoek zenbait arazo txiki konpondu behar dituzte. Lehena, zalantzarik gabe, estandar argi bat falta izatea da, liburuen MP3 bat, alegia. Bigarrena, freskatzeko abiadura, gailu horien hutsuneetako bat baita, oraindik ere. Adibidez, 2009ko martxoan, Fujitsuk aurkeztu zuen koloreetako pantaila duen lehen liburu elektronikoa, eta 1,8 eta 8 segundo artean behar ditu pantailaren irudia aldatzeko, eskatutako kalitatearen arabera.

3.6. Etorkizuna

Batek baino gehiagok pentsa lezake, ondorioz, liburu tradizionalaren desagertzearen hasiera dela honako garai hau; hain zuzen, egun gutxi geratzen zaizkiela paperezko orriei. Hala ez balitz ere, garbi da liburu elektronikoak ere abiatua duela bere ibilbidea, eta horren froga, liburuak irakurtzeko dagoeneko dagoen eskaintza.

Azkenaldi honetan, paperezko liburuak desagertzearen kezka handitu da liburu digitalak gero eta ezagunagoak baitira. Hala ere, *El País* egunkariak egindako erreportaje baten arabera, Espainian paperezko liburuak ez daude desagertzeko arriskuan. Dena den, antza denez, Estatu Batuetan egoera ez da berdina. Izan ere, New Yorken, Dan Brownek ateratako azken eleberriaren (*El símbolo perdido*) saldutako paperezko 100 liburu bakoitzeko, Amazon programaren bitartez 120 deskargatu dira.

Batek daki, liburu elektronikoak inoiz ordezkatuko duen liburu tradizionala, paperezkoa. Teknologia nahiko aurreratuta dago, baina tresna horien kostuak eta liburu elektronikoen eskasiak asko mantsoarazten ari dira hedapena.

Oraingoz, ezagutu eta eskuratzeko aukera ematen dute. Ohiturak aldatzea, berriz, norberaren esku gelditzen da, irakurtzeko plazera norberak nola hartzen duen…

LIBURU ELEKTRONIKOAREN BIDEA. KRONOLOGIA

1971: Michael Hartek Gutenberg proiektua abiatu zuen, liburuak digitalizatu eta doan eskaintzeko.
1993: Bibliobytes izeneko proiektua agertu zen: liburuak doan Interneten.
1995: Amazon liburuak saltzen hasi zen Interneten.
1996: Gutenberg proiektuak mila liburu digitalizatu zituen. Helburua milioi bat zen.
1998: Bi liburu elektroniko merkaturatu zituzten: Rocket ebook eta Softbook zuten izena.
1998-1999: Interneten liburu elektronikoak saltzeko webguneak sortu ziren: Reader.com eta eReads.com.
2000: Stephen Kingek 'Riding Bullet' izeneko eleberria kaleratu zuen formatu digitalean. Bakarrik ordenagailuetan irakur zitekeen.
2001: 'Todoebook.com' jaio zen, gaztelaniazko lehen liburu-saltzailea.
2002: Random House eta HarperCollins argitaletxeak tituluen bertsio elektronikoa saltzen hasi ziren Interneten.
2005: Amazonek Mobipocket erosi zuen, liburu elektronikoen estrategia sendotu nahian.
2006: Sony enpresak Sony Reader merkaturatu zuen, tinta elektronikoaren teknologiarekin.
2007: Amazonek Kindle merkaturatu zuen.
2008: Adobek eta Sonyk teknologiak bateratu zituzten.
2008: Sonyk PRS-505 merkaturatu zuen.

3.7. Legala ala ilegala?

Fabrikatzaileek saiakerak egin dituzte liburu elektronikoek irakur ditzaketen formatuak mugatzeko edo marka bakoitzerako formatu esklusiboak sortzeko, baina saiakera horiek beren kalterako izan dira, eta badirudi azkenean PDF formatua onartzea dela guztiek izango duten gutxieneko ezaugarria. Beraz, legezkotasunaren muga igaro gabe, doako liburu asko aurkituko ditugu. Guttenberg proiektuaren gunean eta halakoetan, egile-eskubideak iraungita dauzkaten liburu asko aurkitu ditzakegu.

Gainera, editorialak ere liburu elektronikoen aukerak ikusten hasiak dira, eta liburu elektronikoen eskaintza zabaldu egingo da, arrazoizko prezioetan, espero dezagun. Izan ere, prozesuaren zatirik garestiena, liburua fisikoki egitea, desagertu egiten da.

4. Bibliografia

Cales, J.M.; Hurtado, R. (2004). *El libro electrónico*. Madril: Sanz y Torres.

Jenkins, Henry (2009). *Fans, bloggers y videojuegos*. Bartzelona: Paidós.

Molina, Jose Luis (2001). *El análisis de redes sociales*. Bartzelona: Bellaterra.

Monsoriou Flor, Mar (2008). *Manual de redes sociales en Internet*. Madril: Creaciones Copyright.

Montagnana, Vincent (2009). *Videojuegos*. Madril: Ma Non Troppo.

VV.AA. (2006). *El libro electrónico en la universidad: Testimonios y reflexiones*. Buenos Aires: Alfagrama Ediciones.

[12] <http://www.berria.info/paperekoa/plaza/2009-01-28/038/006/Hemen_dago_liburu-e._Adituek_iragarri_dute_hau_izango_dela_liburu_elektronikoaren_urtea_eta_euskal_argitaletxeak_bide_berria_aztertzen_ari_dira_jada._Lehen_urratsak_laster_egingo_dituzte..htm#despiezea1>