

PUBLIZITATE INSTITUZIONALA

Gaztelaniazkoei %97, euskarazkoei %3

Erakunde publikoek milaka euro bideratzen dituzte publizitate instituzionalera. Euskal Autonomia Erkidegoan, foru aldundiek eta Eusko Jaurlaritzak hainbat publizitate eta informazio ekintza mota bideratzen dituzte hedabideetara, hala nola, kanpainak, iragarki ofizialak eta babesak. 2013an, Eusko Jaurlaritzak 4.782.184 euro erabili zituen hedabideetan eta bestelako euskarrietan kontratazioak egiteko (euskarazko hedabideak sustatzeko erabili zuten diru-laguntzaren pare: 4.875.000). Publizitate horren diru kopuruaren %2,96 bideratu zuten euskarazko hedabideetara.

| ONINTZA IRURETA AZKUNE |

Argazkia: Axier Lopez



EUSKO JAURLARITZAK 2013AN publizitate instituzionalean gastatu zuen diru kopuru osoa aipatu berri duguna baino handiagoa da. Zaku osoa 5.702.311,87 eurokoa izan da eta bi zatitan banatzen da. Batetik, publizitatearen sormena, ekoizpena, lokuzio eta irudi eskubideak ordaintzen dizkie enpresa eslependunei, eta bestetik, hedabide eta bestelako euskarrietan publizitatea sartzeko kontratazioak egiten ditu. Diru kopururik handiena bigarreanean dago: 4.782.184,70 euro. Heda-

bideetara bideratutako diru poltsa horretatik, gaztelaniazko komunikabideek %97,04 jaso dute eta euskarazkoek %2,96. Publizitate instituzionala jaso duten euskal hedabideak ondokoak dira: *Anboto*, ARGIA, *Berria*, *Gazte-zulo*, Hamaika TB, *Hirinet*, Bizkaia Irratia, *Entzun!* eta *Euskal Herria*. Hekimeneko (Euskal Hedabideen Elkarte) kideak soilik kontuan hartuta, portzentajea %2,48 da. Eusko Jaurlaritzak publizitatean gastatu duena eta Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak eus-

karazko hedabide ez publikoei emandako diru-laguntzak alderatuz gero, kopuruak oso antzekoak dira: 4.782.184,70 euro publizitatean eta 4.875.000 euro diru-laguntzetan.

Publizitate bidez, 4.678.271,51 euro gaztelaniako hedabideetan, 103.913,19 euro euskarazkoetan. Desoreka nabarmena da, %2,96 euskal hedabideetan. Alde batetik, euskarazko hedabideek merkatuan duten hartzaila kopurua %2,96 baino handiagoa da, eta bestetik, publizitate banaketa horrek euskaldunak, hedabideak euskaraz kontsumitzen dituen herritar sektorea, kanpo uzten ditu. Desorekaz galdetu diogu Alberto Barandiaran Hekimeneko zuzendariari: “Desoreka begi-bistakoa da. Euskal hedabideek %3 hori baino askoz ere esangura komunikatibo handiagoa dute. Euskarri guztietan presente daude, eta haiek dira euskararen hiztun komunitatearekin lotura ziurtatzen dutenak. Irizpide politiko eta linguistikoen ikuspegitik, portzentaje hori ez da inola ere egokia”.

Eusko Jaurlaritzako sail bakoitzak euskarazko hedabideetan kontratatutako portzentajeak aztertuz gero, Ekonomiaren Garapen eta Lehiakortasun Sailarena da altuena: %5. Euskarazko hedabideetan 28.951 euro kontratatu ditu. Kopuru absolutuak kontuan hartuz gero berriz, Hezkuntza, Hizkuntza

Politika eta Kultura Saila da euskarazko hedabideak gehien kontratatu dituenen: 32.456 euro. Deigarria da euskararen normalizazioa sustatzeko eta babesteko ardura duen sailak diru kopuruaren %4,57 baino ez bideratzea euskarazko hedabideetara. Euskarazko hedabideak gutxien kontuan hartu dituen saila Segurtasun Saila da; 9.370 euroren balioko kontratazioak egin ditu, guztia- ren %0,98. Gainerako sailen artean ez dago alde handirik.

Euskadiko Publizitate eta Komunikazio Institutuzionalari buruzko 6/2010 Legearen arabera, Eusko Jaurlaritzako Publizitateari buruzko Sailarteko Batzordeak bi txosten egin behar ditu urtero: amaitutako urteari buruzko memoria bat eta hasiko den urterako plan bat. Eman ditugun datuak 2013ko memoriakoak dira. Bi dokumentu horiek Legebiltzarrerara bidaltzen dira urte bakoitzeko saioen lehen epealdian (otsailaren 1etik ekainaren 30era).

Foru Aldundiak

Eusko Jaurlaritzaren 2013ko memoria interneten aurki daitekeen moduan, foru aldundien txostenik ez dugu aurkitu sarean. Bizkai-ko Foru Aldundiak adierazi digunez, EH Bildu talde politikoak Batzar Nagusietan gai

zauden lekuan
jaso
gaztezulo
aldizkaria

harpidetu
Tel: 943 457 250
harpidetza@gaztezulo.eus

urtean
22
euro

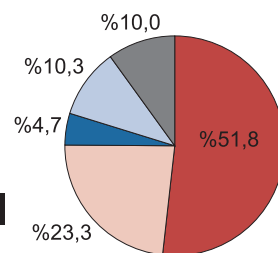
gaztezulo EUS
NI ETA HIRE MUNDUAK

@Gaztezulo

PUBLIZITATE INSTITUZIONALA

EUSKO JAURLARITZAREN (HPS) DIRU-LAGUNTZAK EUSKARAZKO HEDABIDEEI (2014*)

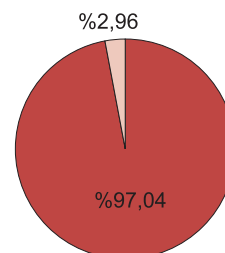
Egunerokoak edo tokian tokikoak, beti ere idatzizkoak	2.524.000 euro
Informazio orokorreko aldizkariak eta aldizkari espezializatuak	1.137.500 euro
Irratiak, osorik edo zatika euskaraz ari direnak	227.500 euro
Telebistak, osorik edo zatika euskaraz ari direnak	500.500 euro
Internet bidezko hedabideak	485.500 euro
Guztira	4.875.000 euro



*2013an kopuru bera banatu zen.

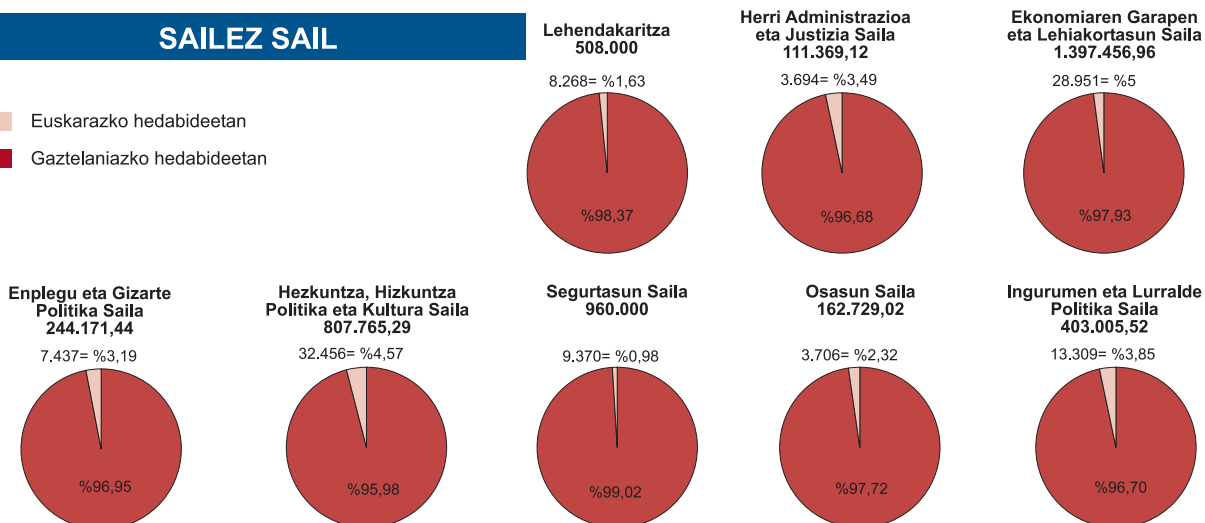
EUSKO JAURLARITZAK 2013AN PUBLIZITATE ETA KOMUNIKAZIO INSTITUZIONALEAN ERABILITAKO DIRUA

Hedabide eta euskarrietan espazioen kontratazioan	4.782.184,70 euro
Euskarazko hedabideetan	103.913,19 euro
Gaztelaniazko hedabideetan	4.678.271,51 euro

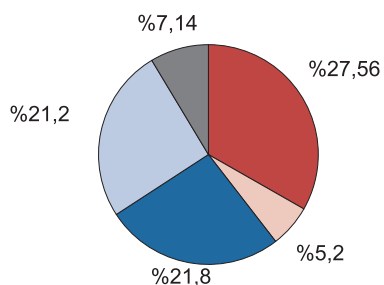


SAILEZ SAIL

- Euskarazko hedabideetan
- Gaztelaniazko hedabideetan

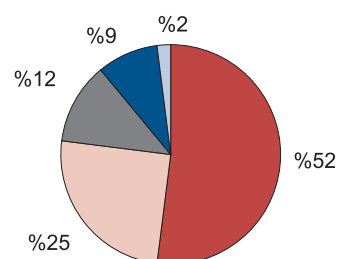


PUBLIZITATE BANAKETA HEDABIDE MOTAREN ARABERA



PUBLIZITATE BANAKETA HEDABIDE MOTAREN ARABERA, EUSKARAZKOETAN

- Eguneroko prentsa
- Aldizkariak
- Irratia
- Telebista
- Internet



PUBLIZITATE ETA KOMUNIKAZIO INSTITUZIONALA
JASOTAKO HAINBAT HEDABIDE

Telebista	1.085.388,46 €
G. Vocento: El Correo, El Diario Vasco	947.409,30 €
G. Noticias: Deia, Noticias de Gipuzkoa, Noticias de Alava	460.719,52 €
EITB Irratiak	333.510,63 €
Grupo Prisa (Cadena SER+40 Principales)	300.757,31 €
Onda Vasca	233.745,31 €
Gara	105.184,13 €
El País	87.149,12 €
El Mundo	74.515,64 €
Onda Cero	60.184,23 €
Berria	59.086,95 €
Cadena Cope	27.678,65 €
Grupo Nervión	23.723,78 €
Radio Popular de Bilbao	23.491,33 €
Cadena 100	17.865,48 €
Bizkaia Irratia	8.780,80 €
Argia	7.892,00 €
Euskal Herria	7.146,00 €
Anboto	7.000,00 €
Hirinet	5.000,00 €
Gaztezulo	4.890,69 €
Hamaika TB	3.031,73 €
Entzun!	1.157,02 €

Iturriak: Publizitate eta komunikazio instituzionalaren memoria 2013 eta Hekimen.

KONTZERTUAK

Abenduak 20
Bilboko Kafe Antzokia

Urtarrilak 30
Iruñeko Gayarre antzokia

Otsailak 8
Donostia Victoria Eugenia



Iurrean Etxanda
RUPER ORDORIKA



Iurrean Etxanda

Musikarik onena zuretzat
www.elkargitalextea.com



RUPER ORDORIKA

Alberto Barandiaran, Hekimeneko zuzendaria

“Orain, datuak ezagutu ondoren, Jaurlaritzarengana jotzeko ordua da”

Zergatik jarri du Hekimenek (Euskal Hedabideen Elkarte) fokua publizitate instituzionalaren kudeaketan?

Hekimenek sortze beretik esan du publizitatea landu beharreko gaia dela. Publizitate instituzionala, eta publizitate komertzial bateratua. Publizitate bateratuaren inguruan urratsak egin ditugu aurten, eta Gipuzkoako Foru Aldundian eskaintza bateratua egin dugu Hekimeneko Gipuzkoako hedabideen artean, eta emaitza oso ona izan da. Orain, beste esparru batzuetara nola zabaldu aztertzen ari gara.

Publizitate instituzionalari dagokionez, iaz Legebiltzarrean eskatu genituen Jaurlaritzak egingako publizitatearen datuak, eta duela gutxi ezagutu ditugu. Guk uste genuena baino txarragoak dira: %2-3 inguruan dabil Jaurlaritzak euskal hedabide ez publikoetan egiten duen publizitatearen kopurua. Oso-oso gutxi da hori.

Zein irizpide erabiltzen ditu Eusko Jaurlaritzak publizitatea hedabide batean edo bestean banatzeko? Eta Hekimenen ustez, zeintzuk beharko lukete irizpideak?

Ez ditugu ezagutzen Eusko Jaurlaritzaren irizpideak publizitatea banatzeko orduan. Hekimenen ustez, irizpide horiek zentzuzkoak izan beharko lirateke, zuzenak eta objektiboak. Eta iruditzen zaigu elebiduna dela dioen administrazio batean, euskal hedabideetan, euskara hutsean transmititzen duten hedabideetan, kanpaina publikoek askoz ere presentzia handiagoa izan beharko luketela.

Gai hau lantzen ari al da Hekimen Eusko Jaurlaritzarekin?

Hekimen gaia lantzen ari da sektore barruan, identifikatzeko ondo nola egin behar dugun lanketa hori, eta identifikatzeko zein izan behar duten helburuek. Laster urratsak egingo ditugun itxaropena daukagu. Orain, datuak ezagutu ondoren, Jaurlaritzarengana jotzeko ordua da.

Foru Aldundiek nola kudeatzen dute gai hau? Badira txosten publikoak? Azertu dituzue? Ados zaude-te hauen irizpideekin?

Foru Aldundiek bakoitzak bere erara kudeatzen dituzte gai hauek,



JOSU SANTESTEBAN

eta ez dago irizpide batasunik. Gipuzkoako Foru Aldundiarekin, esaterako, hainbat kanpaina eraman ditugu aurrera 2014an zehar, eta espero dugu aurrerantzean ere horrela jarraitzea. Oso balorazio ona egin dugu egin den lan horren inguruan. Bizkaiko Foru Aldundiari gaia proposatu genion, baina erantzun ziguten haiek ez dutela publizitaterik sartzen diruz laguntzen dituzten hedabideetan. Iruditzen zaigu hor ere badagoela zer landu: zer den diru-laguntza politikoa, eta zer den eskaintza komertziala. Horri guztiari heltzeko garaia da orain.

horretaz galdetu du, eta gaia landuko dute, baina instituzioa eta ahaldunak errespetatzeko asmoz, Batzar Nagusietan datuak ezagutzera eman arte ez dute informazioa zabalduko.

Gipuzkoako Foru Aldundiak duela bi urtez geroztik publizitate instituzional guztia

Komunikazio zuzendaritzatik bideratzen du eta iaz hasi baziren ere, publizitate banaketaren informazio zehatza jasoko duen dokumentuaren aurrelana bukatzen ari dira, eta beraz, aurki aurkeztuko dute 2014koa. Publizitate banaketa egiteko irizpideez galdetuta, Xabier Lekuonak adierazi digu 1994ko foru araua dagoela, bere ustez, zaharkitua, besteak beste prentsa idatzia baino ez du kontuan hartzen. Arau horrek lau ardatz ditu oinarri: berdintasun irizpidea, proportzionaltasuna, eraginkortasuna eta euskara. Foru Aldundiak hedabide publikoak eta euskarazkoak lehenesten ditu, baita tokikoak ere. Euskarri oro kontuan hartuta, 70 hedabide baino gehiagotan jarri dute publizitatea 2014an. Foru arauak dio publizitatearen %8 euskarazko hedabideetan sartu behar dela. Lekuonak aurreratu digunez, 2014ko txostenak dio publizitate gehiago sartu dela euskarazko hedabideetan gaztelaniazkoetan baino. ■

INAKIBEREZIARTUA
Enbalajeak · Biltegiatzea eta Logistika · Zerra eta eraikuntza

25 urte baino gehiago paketatze industrialaren sektorean

Jauregi auzoa, 75 · HERNANI · (Gipuzkoa) · ☎ 943 552 828
www.inakibereziartua.com · mjm@inakibereziartua.com

