

Mikel Irizar

Tribuaren mezulariak

ANDOAIN, MARTXOAK 13. Martin Ugalde parkean, 50 euskal hedabidek agerraldia egin zuten, sektorearen diagnostiko konpartitua plazaratzeko. Innobasque-rekin landu dute Gipuzkoa Berritzen ekimenaren baitan, eta aurrean dituzten erronkei elkartuta egin nahi diete aurre, eta erakundeekin elkarlanean.

ESKORIATZA, MARTXOAK 17. HUHEZI fakultatean, 20 toki hedabidek TOKI-KOM enpresa eratu zuten, esparru komunak eraiki eta kudeatzeko, solaskidetzak bakarraz jarduteko eta integrazioa lantzeko. Talde hau Andoaingoaren zati da: hura sektorea, hau azpisektorea.

Adi! Tribuaren mezulariak etorkizunera bidean abiatu dira.

KOMUNITATEAK ETA KOMUNIKAZIOA. Mundu zaharrean geografiak eragiten zituen komunitateak, zonalde berean bizi zirenak bihurtzen ziren komunitate. Baliabideak partekatzetik hasi eta hizkuntza, kultura, nortasuna garatuz sortu dira munduko komunitate berezkoak.

Denboran aurrera, bidaiek jarri zituzten komunitate berezkoak elkarrekin harremanetan eta bide batzuk komunitate izatera iritsi ziren (Donejakue, Zetarena). Kultura idatzia ere izan da komunitategile handia.

XXI. mendean komunikazioa da komunitategile nagusia: koadrilarekin, ahozkoa; sendiarekin, telefonoa, e-maila edo Internet; barnekomunikazioa enpresa eta erakundeetan, sare sozialak lagun taldean edo kidesun ezberdinen inguruan... Antzina ibai-bihurguneetan kolono multzoak finkatzen ziren bezala, gaur komunitateak sortzen dira komunikazio-kanaletan, interes komun baten errebuelta.

Hain da hau horrela, komunikazio-kanal propiorik eraiki ez duen komunitate berezkoak kolokan duela biziraupena bera.

MAPATIK ATERA. Une honetan bidegurutzean da euskararen komunitatea ere, gure tribua. Ez da bidean galdu, baina ez du



DANI BLANCO

etorkizuna ziur. Aurreko mapatik atera egin da, eta berria behar du aurrera egiteko. Lurralde ezezagunean eskarmentuak balio dio, baina lehengo mapak ez.

Besteak beste, mundu berrian ezinbestekoa du informazioa landuko duen komunikazio-egitura propioa eraikitzea. Baditu osagai batzuk: hizkuntza garatua, herri ekimenez sortutako hedabideak, erakunde ahalmandunak, teknologiaren ezagutza, etorkizunaz kezka... Orain behar ditu beste bi: norabide argia eta lankidetzak.

NORABIDEA. Iraultza digitalak hankaz gora jarri zituen komunikazio eredu tradizionalak eta krisi ekonomikoak errematatu egin du aberia. Telebista publiko asko kolokan dago, egunkari handiek ez dakite nola eutsi negozioaren gainbeherari, publizitateak nekez egiten du paperetik Internetara...

Gure hedabideek –gehienek– ez dute gerribueltan gantz handirik, mehe daude estualdian irauteko. Eta kezka argia dute etorkizunari buruz. Horregatik jarri dira aurrera begira, hausnarrean, norabide argia marraztu asmoz. Erakundeengandik ere laster batean espero dira ekarpenak. Guztia uztartzea izango da hurrengo lana, ereduaren hezurdura partekatzea, norabidea adostea.

LANKIDETZA. Euskal hedabideak –oro har– ez dira negozio. Eta horrek badu alde on bat: hedabideon atzean ez dago Murdoch edo antzekorik, herri ekimena baizik. Gure hedabideek funtzio sozial bat dute helburu nagusi: euskararen komunitatea sendotzea. Eta hor dute interes komuna beren artean eta herri erakundeekin.

Gauzak horrela, une ezin egokiagoa da interes komunari forma emateko, eredu konpartitzeko, lankidetzak finkatzeko. Oraintxe da ordua euskal hedabideen gaia trifulka politikotik ateratzeko eta jardura kontzertatuen lerroan sartzeko. ■

