

Elkarteentzat  
komunikazio  
erre*m*edioak

**TAILER PRAKTIKO BATEN OHARRAK**

Euskadiko  
Gazteriaren  
Kontseilua



Consejo de  
la Juventud  
de Euskadi

*Diru-laguntzaileak:*



KULTURA SALA  
Departamento de Cultura con Consejo  
Asesorado  
DEPARTAMENTO DE CULTURA  
Enean: Kulturaz eta Ekintza  
Komunitarioz



*Maketazioa:*

**IMAnGEN**  
imangendesign@gmail.com  
630 66 99 06

# Aurki**b**idea

Elkarteentzat komunikazio erremedioak .....	5
Komunikatzearen garrantzia .....	6
Testu motak / Generoak .....	7
Prentsaurrekoaren prozesua .....	11
1. PRENTSA OHARRA IDATZI .....	11
2. DEIALDIA EGIN .....	18
3. PRENTSAURREKOA EMAN .....	24
4. KAZETARIEI ARRETA .....	29
Irratian elkarrizketak eskaintzeko aholkuak .....	30
1. ERANSKINA: Komunikabideen mapa .....	32
2. ERANSKINA: Baliabide batzuk .....	36



# Elkarteentzat komunikazio erre~~m~~edioak

*“Benetan sentitzen dut eskutitz hau ohi baino luzeagoa izatea, baina ez dut astirik izan laburrago idazteko”.*

*(Blaise Pascal)*

**G**utuna hartzailearenera heldu dadin, zigilua jarri behar zaio; helbide zuzena idatzi behar da gutunazalean; postontzi egokian sartu behar da, eta garaiz sartu, gainera; horrez gain, letra eta hitz ulergarriekin idatzi behar da gutuna; bestela, zertarako balio izan du aurreko guztiak, baldin eta hartzaileak ez badu deus ulertzen? Alferrikakoa da zigiluari uko egin eta irakurle euskaldun bati alfabeto zirilikoan idazten tematzea: modu horretan, mezua ez da sekula jasotzailearenera iritsiko eta, iristen bada, ez du deus ulertuko.

Posta-zerbitzuak bezala, komunikabideek ere bere joko-arauak dituzte. Elkarte batek jokoan sartu eta, esaterako, prentsaurreko bat egitea erabakitzen duenean, ondo jokatu behar ditu bere kartak, partidak ez dezan bere kontra egin. Jokatzeak, noski, ez du esan nahi zelaitik kanpo ezin daitekeenik joko-arau horiek aldatzeko lanik egin. Baina, esandakoa: zelaitik kanpo, ez baloia duen bitartean.

Testu hau hasiberrientzat gako eta aholku batzuk eskaintzen saiatuko da. Gida ulerterraz bat izateko jaio da eta, horregatik, sinplifikazio eta baieztapen kategorikoak darabiltza zenbaitetan. Tira, aldez aurreko barkamena eskatzen dugu albo-ondorio horientatik. Guztiarekin ere, ea errezeta baliagarria zaizuen!

# Komunikatzearen garrantzia

## HITZAK ERE EKINTZA DIRA

### ZER NOLA KOMUNIKATU

Zertarako komunikatu nahi dugun zehaztea oinarritzkoa da prentsarekin komunikazio-ekintza bat gauzatzeko. Izan ere, gure helburuaren arabera, formula bat edo bestea erabiliko baitugu.

#### **Pentsamoldeak aldatzeko:**

Gure elkartearen xedea betetzeko, askotan funtsezkoa da pentsaerak aldatzea. Bestela, nola da posible aldaketa klimatikoaren aurka borroka egitea, gizarte bateratzaile bat sustatzea edo gazteek pairatzen duten enplegu-prekarietatearen kontra bultza egitea? Hitza oso tresna boteretsua izan daiteke. Elkarrekin hainbat aukera dituzte komunikabideen bitartez bere ideiak gizarteratzeko: iritzi-artikuluak idatzi, zuzendariari gutunak bidali, elkarrizketak eman, salaketa-prentsurrekoak burutu... Modu honetan, gizartearen pentsamoldea bakarrik ez: politikari eta gobernariaren pentsamoldea ere aldatu dezakegu, bere erabakiak bestelakoak izan daitezken.

#### **Dirua biltzeko, bolondresak lortzeko, bazkideak erakartzeko:**

Modu asko dago baliabideak lortzeko (Internet, posta-bidalketak, publizitatea...). Komunikabideak beste modu bat dira. Hedabideetan askotan ikusi daitezke, adibidez, elkarrekin odol-emaileak lortzeko egiten dituzten deiak jasotzen dituzten berriak.

#### **Gure agenda ezagutarazteko:**

Egunkari eta irratiaren agendak oso erabilgarriak izan daitezke hitzaldi, tailer, ikastaro eta mobilizazioetarako parte-hartzaileak erakartzeko.

#### **Kanpaina eta ekimen zehatzak ezagutzera emateko:**

Prensurrekoak tresna eraginkorra izan daitezke agendako-hitzordu bat baino gehiago diren ekimen eta kanpainak ezagutzera emateko: udako kanpaldi ibiltariak, ezintasunen bat duten nerabeen gizarteratzeari buruzko lehen jardunaldiak, gazteen emantzipazioaren alde egiteko festibala...

# Testu *m*otak / Generoak

**D**okumentu honetan albisteen inguruan arituko garen arren, elkarre bezala interesatu ahal zaizkigun testu mota edo genero ezberdinak daude.

## Iritzi-artikuluak:

Imajina dezagun gaztetxe bat ixten dutela. Gaztetxe horren gazte-asanblada izango da salaketa-prentsaurrekoa egingo duena, ziur asko. Baina gure elkarteak autogestioa, okupazioa eta gazteentzako gune-falta bezalako gaiak jorratzen baditu, ez dago sobera iritzi-artikulu bat edo zuzendariari gutun bat idaztea. Gauza bera mobilizazio bat deitzen dugunean: mobilizatzeko ditugun arrazoi guztiak iritzi-artikulu baten bidez zabaldu daitezke (gaurkotasunarekin lotuta egongo da iritzi artikulu eta, hortaz, errazagoa izango da komunikabideetan argitaratzea). Edo, beste adibide bat jartzearen: gure taldearen ardatza etxebizitza-eskubidea aldarrikatzea bada, etxebizitza-politiken inguruko iritzi artikulu edo gutunak idatzi ditzakegu. Guztiarekin ere, batzutan aproposagoa izango da prentsaurreko bat deitzea: adibidez, Etxebizitza Lege bat onartu berri bada eta gure elkarte dagoeneko etxebizitza-arloan erreferentzia bat baldin bada. Egoerak, aukerak, zehaztuko du hautu baten edo bestearen komenentzia. Hori bai: jardunaldiak, hitzaldiak edo udalekuak hedatzeko iritzi artikuluak... ezta pentsatu ere.

Iritzi artikuluetan bi mota nagusi ezberdinu behar ditugu: ohiko iritzi artikuluak eta zuzendariari gutunak. Helburu eta forma berdintsua duten arren, luzeera litzateke ezberdintasun nagusia. Lehenik eta behin, iritzi artikuluei espazio gehiago eskaintzen zaie. Hala ere, askotan sinadurak garrantzia izan behar du, hots, ez zaio edozeini eskaintzen tarte hura. Badaude, bestalde, iritzia zabaltzen pisua duten elkarteak eta horietako bozeramaileak argitaratzeko ohitura dute. Zuzendariari gutunak, ordea, motzagoak izan behar dira eta hain pisutsuak ez diren gaiak lantzeko leku aproposa dira (eta edozein sinadurak lortu dezake lekua).

Iritzi artikulu bat bidali aurretik, ezinbestekoa dugu egunkari horrek eskatzen dituen ezaugarriak kontutan hartzea. Horretarako bidea erraza da. Egunkari gehienek haien iritzi orrialdetan zehazten dituzte euren eskakizunak. Informazio horretan, besteak beste, karaktere kopurua zehazten da eta bidaltzerakoan eman beharreko datuak (askotan pertsonaren NAN zenbakia behar dute kontu legalak direla eta, baina informazio hau ez da inoiz argitaratzen).

### Hedabideen agendak:

Hitzaldiak, jaiak, ikastaroak... agenden bitartez zabaltzea komeni da, eta ez prentsaurreko edo prentsa-oharren bitartez. Salbuespenak daude, noski: ez da gauza bera gure elkarteko kide batek emango duen hitzaldi 'solte bat' edo aste bateko iraupena izango duten eta aditu ospetsuak gonbidatuko dituen hitzaldi-saio bat (honetarako, agian, prentsaurrekoa eman genezakeen). Hau da, badaude –nolabait esateko– deialdi arruntak, batetik, eta ohiz kanpokoak edo apartekoak, bestetik. Deialdiak hainbat arrazoiengatik izan daitezke “ohiz kanpokoak”: hizlarien kalitate edo ospeagatik, parte-hartzaile kopuruagatik, gaia edo ekintzaren originaltasunagatik, –“talde-besarkada erraldoia” –, oso noizean behin gertatzeagatik –100. urteurrena–, aukeragatik –abortuari buruzko eztabaida-saioa, legea onartzeko prozesuan–, esaterako. Deialdi “arruntak” agendara bidaliko ditugu; “apartekoak” zabaltzeko, ordea, prentsaurreko bat prestatu dezakegu edo, horren ordean, gaia komunikabide bakar bati eskaini.

### Albisteak: Nola sortu berriak prentsaurrekoen bidez.

Ezin da prentsaurrekorik eskaini hitzaldi bat edo aldizkari zahar baten ale berri bat aurkezteko. Ezin da prentsaurrekorik eskaini esateko, modu orokorrean, gazteek ez dutela etxebizitzarako sarbiderik. Modu honetako agerraldi bat antolatzeke, aitzakia on bat izan behar da. Kazetariei saltzeko moduko “produktu” bat izan behar dugu, gero produktu hori albiste bihurtu dezaten. Sagar bat ezin da tortilla bihurtu, eta ogirik gabe ez dago bokadilorik. Zeintzuk dira albisteak sukaldatzeko behar diren osagaiak? Hortaz, noiz emango dugu prentsaurrekoa? Zer da eta zer ez da albisteak?

- **Berritasuna eta gaurkotasuna:** datu, kanpaina, ekimen eta proiektu berriak. Eta, berriak izateaz gain, ‘gaurkotasun’ ezaugarria badute, hobeto. Nahiz eta memoria baten argitalpena berria izan, agian ez da komunikabideentzat interesgarria azaroan bagaude eta dokumentua aurreko urteko jarduera laburtzen badu.
- **Orijinaltasuna:** Desazkundea aldarrikatzeko Bilboko Iberdrola dorretik *puenting* egitean datzan ekintza batek beti erakarriko du kazetariren bat. Gutxienez argazkilariak agertuko dira.
- **Abagunea:** Ez da gauza bera sexu-erasoen aurkako prentsaurreko bat edozein egunetan egin edo, aldiz, bortxaketa-salaketa baten hurrengo egunean egitea. Ez da gauza bera otsailaren 10ean emakumearen eskubideak aldarrikatzeko ohar bat bidaltzea, edo martxoaren 8an egitea (hots, Emakumearen nazioarteko egunean).
- **Gatazka/polemika:** gure adierazpenek beste elkarte batzuekin, administrazioarekin edo beste eragileren batekin aurrez-aurreko bat eragiteko ‘hazia’ badute, mediatikoki tentagarriak izango dira.
- **Aditu, espezialista eta pertsona ospetsuak:** gure elkarteak, adibidez, Boliviako gazte-mugimendu entzutetsuenaren bozeramailea gonbidatu badu, posible da komunikabideren batek interesa agertzea.



## Erreportaiak

Erreportaia albistea baino zabalagoa izan ohi da, estilo literarioago bat du eta normalki sakontasun handiagorekin jorratzen dituzte gaiak. Albisteen lehengaiak (berritasuna, abagunea, originaltasuna...) erreportaia bihurtu daitezke. Demagun urteurren bat ospatzeko jaia antolatu dugula:

*Albistea: Parapente desfile batekin ospatuko du X elkarteak bereX urteurrena, Sopelanan*

*Erreportaia: Urteurren zerutiarra*

Prentsaurreko bat ematen dugunean, kazetariak albiste bat zein erreportaje bat egin dezake. Esan bezala, prentsaurreko baten gai asko erreportaje bihurtu daitezke. Aldiz, erreportaje izan daitezkeen gai guztiak ezin litezke albiste bihurtu. Erreportajea ez dago ezinbestez gaurkotasunari lotuta, albistea dagoen bezala. Irrati, telebista edo egunkari bateko kazetari batek gure elkarteak egiten duen lanari buruzko erreportaia egin dezake, bai eta bolondres zehatz nekaezin bati buruzkoa. Baina pentsaezina litzateke gai horiei buruz hitz egiteko prentsaurrekoa ematea, ez direlako ez gai berriak, ez gaurkotasunezkoak, ez abagunekoak... eta abar.

Gutxienez hiru modu daude gure elkarteak erreportajeen bitartez komunikatzeko:

1. Prentsaurreko bat eskaintzen dugu 'albiste' batentzako lehengaiak eskaini ahal ditugulako, eta kazetariak, albistea egin beharrean, erreportaia egitea erabakitzen du.
2. Komunikabide zehatz bakar bati gai bat eskaintzen diogu, erreportaia bat egin dezan.
3. Komunikabide bat elkartera deitzen du gure lanari buruz edo gure beste gai bati buruz zerbait idazteko.

Honezkero komunikatzeko bi bide desberdin aipatu ditugu: prentsaurrekoak eskaintzea edo, horren orde, komunikabide zehatz bakar bati gai bat eskaini albiste/erreportaia/elkarrizketa bat egin dezan. Komenigarria da bi bide horien arteko desberdintasuna barneratzea, prentsaurrekoaren gakoak aztertu baino lehen:

Aukeratu behar da: ala prentsaurrekoa, ala kontaktuz-kontaktu gaiak saldu. Kazetaritza oso, oso lehiakorra da. Lehiakortasun gordina. Komunikabideak etengabeko borrokan egon ohi da, gai-propioak argitaratzeko (alegia, besteek ez dituzten gaiak argitaratzeko). Informazio zehatz bat duten komunikabide "bakarrak" izateak irudia hobetzen du eta, askotan gertatzen bada, salmentak ere. Eta "bakarrak" ezin badira izan, lehenak izan nahi izango dute. Hedabide bati gai bat "esklusiboki" berari ematen badiozu, edo berari besteei baino lehenago ematen badiozu... ia seguru da informazio hori argitaratuko duela eta, gainera, prentsaurreko bat eman izan bazenu baino leku/denbora gehiago eskainiko dizula (izan ere, gai-propio bat baldin badu, ikus dadila nahi izango baitu). Hori guztia, noski, baldin eta *albistea* ez bada batere interes-mediatikorik ez duen gaia edo ez badoa hedabide horren lerro-editorialaren aurka.

Kazetariei asko interesatzen zaizkie instituzioen eskusibak; udaletxeek, adibidez, tokian-tokiko komunikabideentzat eskusiba erakargarriak izaten dituzte. Lekuko egunkari batentzat konpetentziaren gaineko garaipen handia da udaletxearengandik jaien egitaraua lortzea, eta ‘aurkariak’ baino lehenago argitaratzea (azalean, noski). Egia da elkarte txikiak gai-mediatikoki interesgarri gutxiago dituztela. Gutxiago dituzte... baina badituzte. Ehun euskal gazte Armeniara joango direla eta bertan gazte armeniarrekin esperientziak elkartrukatu dituztela iragartzea interesgarria izan daiteke tokian tokiko egunkari/irradi/telebista batentzat. Batez ere, elkartrukean parte hartuko duten hiru gazterekin elkarriketa laburrak eskaintzen badizkiegu, bertako koordinatzailearen eta Armeniako koordinatzailearen adierazpenak eskaintzeaz gain; zer esanik ez, irudi onak ematen badizkiegu.

Beraz, gure elkartearentzat formula eraginkorra izan daiteke komunikabide bakar bati gai bat eskaintzea (horretarako, deitu egin behar da, tokiko atalaren arduradunarekin hitz egin eta gaia aurkeztu, bakarrik beraiantzat dela argitzeaz ahaztu gabe). Kontaktuz-kontaktu bitartezko errezetaren desabantaila honakoa da: nahiz eta zure gaiari leku/denbora gehiago eskaini, komunikabide bakar batek eskaintzen dizu. Baina agian hori komeni zaizu, hori delako bilatzen duzun hartzaille-motak gehien kontsumitzen duen hedabidea. Azken batez, asko dira kontuan hartu behar diren aldagarriak.

Edozein kasutan ere –eta salbuespenetan sartu gabe–, erabaki behar da: edo kontaktu bakar bati gaia eskaini, edo prentsaurreko baten bitartez hedabide guztiei eman.

Aurretik aipatu bezala, hirugarren bidexka bat dago: aldeztatik komunikabide bakar bati eskaintzea (beste inork baino lehenago zabaldu dezan) eta, egun batzuk geroago, guztientzako prentsaurreko bat egin. Kasu horretan, posible da aurreratu den komunikabide bakar horren konpetentzia zuzena prentsaurrekora ez agertzea (Deia/Correo, Radio Euskadi/Ser...), ez duelako atzetik doanaren irudia eman nahi, eta bide batez –eta neurri batean– *zigortu* egiten zaituelako. Dena den, komunikabide horren ‘lehia’ zuzena ez direnek seguru asko kasu egingo dizute (batzuk agian ez dira ezta enteratu ere egin albistea dagoeneko argitaratu dela, norgehiagoka horretatik kanpo daudelako). Adibide bat jartzearren: Diario de Noticias de Gipuzkoari eman badiozu gaia, Diario Vascon ez dizute kasurik egingo; baina agian zure lekutxoa/tartetxoa lortuko duzu Garan, Euskadi Irratian edo Hamaika Telebistan.

Badago gauza bat itsusi geratzen dena, eta elkarteek batzutan egiten dutena, bere borondate onenarekin baina ez oso zuzen: prentsaurreko bat eman eta, handik bizpahiru egunetara, komunikabide batera (edo gehiagora) deitu gai horri berari buruz erreportaje edo albiste bat egin dezan. Komunikabideak badu zuen albistearren berri eta, interesa baldin badu, deituko dizue. Beraz, **ez deitu salduta dagoen zerbait saltzeko**. Plus bat eskainiko ez badiozu behintzat. Izan ere, *extra*-ren bat eskaintzen badiozu, deitu diezaiokezu: adibidez, mintegi baten hizlaririk ospetsuenari elkarriketa eskusiboa edo, behintzat, bere konpetentzia zuzenari emango ez diozuna (Diario de Navarrari ematen badiozu, atera daiteke Canal 4n, Euskalerrria irratian eta Le Journal-en, baina ez Diario de Noticias de Navarran), hala nola aparteko irudiak edo barne-ekintza batean salbuespeneko parte-hartzea...

# Prentsaurrekoaren *p*rozesua

## PRENTSAURREKOAREN ATZEALDEA

Pentsatu, burutu eta kazetariei arreta eskaini

**J**adanik ezberdindu dugu zer den eta zer ez den prentsaurreko bat. Aldi berean, prentsaurrekoa eskaintzerik ez dugunean, gure eskura dauden beste baliabideak ikusi ditugu: iritzi-artikuluak, agenda, elkarrizketa edota erreportajeak. Prentsaurreko bat emateko aukera hausnartu dugunean, hori antolatzeko bidea hasten da. Lau pausu dituen ibilbidean gaude:

1. Prentsa oharra idatzi
2. Deialdia egin
3. Prentsaurrekoa eskaini
4. Kazetariei arreta

## 1. PRENTSA OHARRA IDATZI

Zergatik hemendik hasi?

Prentsa-oharra idaztetik hasteak hainbat abantaila ditu. Lehenik eta behin, gure gaia zein den argi eta garbi ikusteko aukera ematen digu. Oso zaila egiten bazaigu titularra eskaintzea, agian ez gaude albiste baten aurrean eta horrela izatekotan hobe hasieran konturatzea, guztia antolatu ondoren egitea baino. Prentsa oharra prentsaurrekoan esandakoa laburbiltzen duen dokumentua da. Komunikabideei bidaltzen zaie, zabaldu dezaten eta, modu honetan, gure mezua gizartearenera heldu dadin.

Prentsa oharra ez da ez manifestu bat, ezta komunikatu bat ere. Erraz ulertzearren, sinplifikatu genezakeen eta honakoa esan: **kazetariei 'eginda' ematen diegun albistea da prentsa-oharra**. Hein batean, bere lana egitean datza.

### Zergatik egiten da hori?

- Prentsaurrekora **agertu ez diren** komunikabideek informazioa izan dezaten.
- Kazetarien **lana errazteko**, askotan presaka dabiltzalako eta prentsa oharra ebaki eta itsatsi egiten dutelako (bariazioekin, mozten, luzatuz... edo dagoen bezala).
- **Edukia kontrolatzeko**: gu geuk idazten badugu, errazagoa da mezua gure irakurle / entzule / ikusleenera guk nahi dugun bezala eta guk aukeratu dugun ikuspuntuarekin iristea.

Kazetariei *lana eginda* emateak, noski, ez du esan nahi oharra erabiliko dutenik. Guk gure testua erabiltzea nahiago dugun bezala (gure ikuspegiagatik eta abar), komunikabideek ere bere testua egitean nahi dute, arrazoi askorengatik: modu horretan, edukia beraiek kontrolatzen dute eta ez gu eta, horrez gain, bere beharretara egokitzen dute (leku, denbora, kazetaritza-genero... beharretara). Gainera, irudi kontu bat da: gero eta agentzietako testu gutxiago eta testu-propio gehiago, gero eta izen edo ospe hobe.

Bestalde, kontuan hartu behar dugu **oharrak egunkarien idazkera eta estruktura jarraituz** egiten direla, eta telebista eta irratiek bere idazkera-motara egokitu behar dutela. Irratian, adibidez, esaldiak askoz motzagoak dira eta, paperekoetan ez-bezala, ez du inporta hitz bera behin baino gehiagotan errepikatzeak (aitzitik, ona da, mezua ulergarria izan dadin). Edo, beste adibide bat jartzearren, telebistan ez dute esan behar dagoeneko irudiak esaten duena.

Beraz, posible da (egia esan, oso ohikoa) oharrari kasurik ez egitea edo guztiz moldatzea. Edozein kasutan ere, elkarteak oharra idatzi behar du. Ikus ditzagun zeintzuk diren ohar baten ezaugarriak.

### Zeintzuk dira oharraren ezaugarriak?

- **Oharraren edukiak eta prentsaurrekoan esandakoak bat egin behar dute.**

Begien bistakoa dirudi, baina harrigarria bada ere, sarritan oharra eta esandakoaren artean alde handia dago. Aldez aurretik zehaztu behar da zer esango den, oharrean gauza bera idazteko, kazetaritza-estiloarekin (oharra aldez aurretik prestatzen baita). Gidoi bat mugatu behar da, eta hitz egingo duena keta prentsa oharra idatziko duenak ahali keta gutxiena tera behar dira gidoi horretatik.

Hitz egiten duena gidoitik ateratzen bada, oharra idatzi duenak testua aldatu beharko du azkar-azkar, komunikabideei ohar zuzena bidaltzeko.

Aldiz, oharraren arduraduna gidoitik ateratzen bada, kinka larrian jarri dezake prentsaurrekoa eman duena, esan ez duen zerbait bere ahoan jartzen badu. Horregatik, esango dena eta oharrak adieraziko duena alde zuzenetik adostu behar da. Ezinbestekoa da. Egia da prentsaurrekoa eta gero oharra moldatu daitekeela: baina horrek denbora eskatzen du, eta denbora gutxi izango dugu oharra 13.00ak baino lehen bidali nahi badugu (eta 13.00ak baino lehen bidali beharko genuke).

Behin baino gehiagotan, prentsaurrekoan eman ez den datua edo agertzen da oharrean (edo aldrebes) edo, okerrago oraindik, hizlariak egin ez duen adierazpena kakotsen artean ateratzen da testuan (esan zezan aurreikusita zegoelako). Imajina ezazu zu agerraldian egon zarela. Zer pentsatuko zenuke? Sinesgarritasuna galtzen du elkarteak, dudarik gabe.

Adibidea:

Pertsona gazteek etxebizitzarako sarbiderako dituzten zailtasunei buruzkoa da gure prentsaurrekoa. Elkartearen bozeramaileak datu batzuk eskaintzen ditu eta egoera salatzen du, lerro orokorretan. Infra-etxebizitzari buruz ere hitz egitea aurreikusita zegoen, baina 15 minutu daramatza hizketan eta ezin da gehiago luzatu. Hala ere, oharraren arduradunak ez du testua idazten, eta horrela iristen da erredakzioetara:

*(...) Agerraldian, enplegu-prekarietateak eta etxebizitza-politiken porrotak EAEko gazte asko azpi-etxebizitzara kondenatu dituela salatu du X elkartearen bozearamaileak (...).*

Hau ez da sekula gertatu behar. Esaten denak eta idazten denak bate gin behar dute. Eduki aldetik, klaro. Berdin dio “etxebizitza bat lortzea gazteentzat oso zaila da” esan edo, beste era batera, “gazteek etxebizitzarako sarbide zaila dute” esan.

→ Albiste baten **egitura** jarraitu behar da.

**Titularra jarri: ‘laburpen’ erakargarri bat.** Mezu nagusia laburbildu behar du eta, aldi berean, amua izan behar da. Eraginkorra izaten da zenbaki potoloak erabiltzea (5.000 umek parte hartuko dute gazte-elkarteek antolatutako udalekuetan...), datu edo gertaera deigarriak (mahastizain gazteak Eltziegoko Guggenheimerara igo dira...), edo berritasuna eta gaurkotasuna azpimarratzen duten esaldiak idaztea (“Xri buruzko lehen kaleratu dute...”, “abiatu da, behingoz, X...”, “X proiektua martxan jarri dute lehen aldiz...”).

**Azpitularrak:** bat edo bi izan daitezke. Ezin da lerroburuan emandako informazioa errepikatu. Aldiz, titularra osatzeko balio dute.

**Lead (sarreratxo) batekin:** lehen parrafo bat da, zeinetan kazetaritzaren 5Wak jasotzen diren: zer, nor, noiz, non eta zergatik –who, what, when, where, why–.

“X elkarteak (nor) diru-laguntzen araudian udal gobernuak egin dituen aldaketak direla-eta (zergatik) jasan duen aurrekontu murrizketa (zer)salatu du gaur goizean (non), Donostiako X aretoan (non)...“.

**Tarteki (gaztelaniaz, *ladillo*) batekin:** testuaren barruan, parrafo baten aurretik bi edo hiru hitzeko titulutxoak jartzean datza.

...merkatu solidarioa burutzeko mila objektu baino gehiago biltzea espero dute...

**Bilketa, egoitza berrian**

Elkarteak gogorarazi duenez, ekimenean parte hartu nahi dutenek egoitza berrira eraman behar dituzte merkatuan salduko diren objektuak, Bulegoa X kalean dago...

**Sumarioren batekin:** testutik kanpo ‘ateratzen’ den esaldia da. Oharraren esaldi bat izan daiteke, edo kaxotx arteko adierazpen bat (hots, zeharkako estiloan edo zuzenekoan)

*Elkarteak ehun mila objektu baino gehiago biltzea espero du*

*edo*

*“Ehun mila objektu baino gehiago biltzea espero dugu”*

*Itsasne Larrazabal, merkatuaren koordinatzailea*

...merkatu solidarioa burutzeko mila objektu baino gehiago biltzea espero dute. Ibh ex et delit lum dunt am, sequipsummy nit iriusto ex et ing euguer ip etum ing euipit lore tet prat dolum aute con elismodo core tet lan ercilit eu facin ute tat. Xeros nostionsed tatem enismodit nonse eugiam , sim aliquip ea corer siscil in heniam etummodio consent vel utet, quat dolorem vent aliquat...

**Bilketa, egoitza berrian**

Elkarteak gogorarazi duenez, ekimenean parte hartu nahi dutenek egoitza berrira eraman behar dituzte merkatuan salduko diren objektuak, Bulegoa X kalean dago...

**Garrantziaren arabeko ordenean:** normalki, garrantzitsuena hasieran esaten da eta, testua aurrera joan ahala, garrantzi gutxiago duena txertatzen da. Horretarako, noski, alde zuzenetik ondo zehaztu behar da zein den mezu nagusia eta zeintzuk bigarren mailako ideiak. Garrantzi-ordena erabiltzen da kazetariak askotan oharra “moztu” behar dutelako: albisteak duen luzeera baino tarte txikiagoa dutenez egunkariaren orrialdean edo informatiboan, gure oharra moztu behar dute eta, sarritan, amaiera moztu dute (testua berregiteko denbora faltagatik gehienetan). Egitura honen izena “alderantzizko piramidea” edo “iraulitako piramidea” da eta, zehazki, telegrafoaren garaian jaio zen: erreportariak telegrametan bidaltzen zituzten berriak eta, batzutan, azken lerroak ez ziren iristen.

Idea bat → parrafo bat. Estruktura egokia eskaintzeko asmoz, ideien orokor bakoitza azaltzeko paragrafo batean egingo dugu. Ulegarria egiteaz gain, gure ideien hierarkia egiteko orduan argiago ikusiko dugu zein ideia azaldu behar dugun lehen eta zein utzi dezakegun amaierarako.

**Oharraren amaieran,** harremanetarako datuak agertu behar dira (mugikorraren zenbakia, arduradunaren izen/abizenak eta bere kargua edo ardura).

- **Orrialde bateko luzera** izan behar du gutxi gora behera, eta inoiz ez bi orrialde baino gehiagokoa.
- **Itxura zaindua:** oharrak ez dira dekoratu behar, baina bere itxura zaintzea komeni da, garbia izan dadila eta elkartearen *logoak* izan ditzala. Oharrak behin baino gehiagotan bidaltzen dituzten elkarteetan kasuan, komeni da irudi-jarraitu bat izatea, hots, eredu bera erabiltzea dokumentu guztietan.
- Bestalde, kazetari-hizkuntza erabili behar da. Esan bezala, albistea *eginda* eskaintzean datza ohar bat egitea. Beraz, idazterako orduan, egilea kazetariaren larruan sartu behar da eta egunkari batean idazten ari dela imajinatu. Egunkaria esaten dugu eta ez irrati edo telebista, oharrak, orokorrean, prentsa idatziaren arauak jarraituz idazten direlako.
  - Kazetari-hizkuntzan badago hautsiezina den arau bat: **hirugarren pertsonan idaztea**.

Bozeramailea: “X elkartetik salatzen dugu...”.

*Oharra: “X elkarteak salatu du...”.*

- **Zeharkako: estiloan**

Bozeramailea: “Zentroaren egoera onartezina da”.

*Oharra: Kolektiboaren arabera, zentroaren egoera “onartezina” da.*

- **Beste aholku batzuk:**

Esaldietan, egiturarik komenigarriena subjektu / aditz / predikatua da.

Erlatibozko esaldiak saihestu:

Txosna guztiek ez dute Iruñeako udaletxearengandik baimena jasoko.

*Iruñeako udaletxeak ez ditu txosna guztiak baimenduko.*

- **Adjektiboak ekidin. Adierazpen testualetako adjektiboak erabili bakarrik eta, beti, kakotxen artean:**

Bozerramailea: "Ekitaldi-egitarua benetan erakargarria eta oso berritzailea da".

*Oharra:*

**Ez:** Taldeak aurkeztu duen egitaraua benetan erakargarria eta berritzailea da (idazten duenak iritzia dela ematen du).

**Bai:** *Taldearen hitzen ekitaldi egitaraua "benetan erakargarria eta oso berritzailea" da.*

- **Hizkera formala erabili, baina ez artifiziala:**

Nahiz eta alde zuzenetik eta ondo pentsatutako testu bat den, ez du artifiziala denaren itxura eman behar, baizik eta idazkera *natural* batena.

- Elkarrekin bere gastuak arrazionalizatuko ditu eta giza baliabide eta baliabide ekonomiko gehiago eskatuko ditu

Hobeto:

- *Elkarrekin gutxiago gastatuko du eta bolondres eta diru gehiago eskatuko ditu.*

Irakurle edo ikusleak hizkera ilun bat 'itzuli' behar duenean... orrialdea pasa edo albistegia entzuteari uzten dio. Jendea metroan dago, kafe bat hartzen ari da edo sukaldean dabil... ez ezazu ahalegin handiak egitera behartu (ez ditu egingo); egin itzazu zuk, zuri komeni zaizulako.

Ez ezazu idatzi esango ez zenukeen zerbait. Seguru asko "normalean" hitza "eskuarki" baino gehiagotan erabiliko duzu. (Eta nork esan du *eskuarki* jasoagoa dela?).

Ohiz kanpoko hitzak eta dotorezia-itxura ematearren *erridikulua* izan daiteke, eta guk ez dugun ahi gure mezua *erredikulu* itxura izatea. Gauza bera perifrasiekin:

Kanpaina burutu ahal izateko aukera izan dezagun ezinbestekoak zaizkigun baldintzak aztertzea komeni zaigu.



Hobeto: *Komenigarria da kanpaina burutu ahal izateko baldintzak aztertzea.*

Saiatu zaitez naturaltasunez idazten, hizkuntza aberatsa eta zuzena erabiliz.

## PRENTSA DOSSIERRA

Batzuetan, prentsaoharraz gain, prentsa dossiera ere bidaltzen da, osagai gisa. Dossier bat prentsa-ohar bat baino luzeagoa eta zabalagoa da. Orokorrean, prentsa-oharra biltzen du bere baitan (baina ez du zertan) eta, horrez gain, beste atal batzuk:

FAQ Ohiko galderak:

Zer da X elkartea?

X elkartea X urtean jaio zen Xen alde lan egiteko...

Zer dela-eta kanpaina hau?

Kanpaina honekin, X elkarteak X sustatu nahi du...

Zertan datza kanpaina?

(Egitarauaren xehetasunak)

(...)

- Prentsaurrekoan hitzaldi-saio bat, mintegi bat edo dena-delakoa aurkezten bada eta, saiootan aditu ospetsuek parte hartuko badute, horien biografia labur bat idazten da dossierrean. (Argazkiarekin bada, are eta hobeto).
- Argazkiak, irudiak eta grafikoak (mapak, kartelak, infografiak...) eskaini daitezke).
- Dokumentuak atxiki daitezke (proiektu baten txostena, elkartearen memoria laburtua...).

Beti, beti, harremanetarako pertsonaren datuak idatzi behar dira: izena, kargua / ardura eta telefono zenbakia. Telefonoa egun osoan zehar egon behar da piztuta. Gaueko 20.00etan ere kazetariren bat deitu dezake, beste albiste bat "erori" zaiolako (elkarrizketatuak ez duelako telefonoa hartzen, edota ez duelako aurreikusitako informazioa lortu...). Albiste hori zure berriarekin ordezkatu dezake. Aukera galduko duzu? Prentsaurrekoaren egunean, egun osoan egon behar zara aurkitzeko moduan, prentsaurrekoari ahalik eta etekin gehien ateratzeko

## 2. DEIALDIA EGIN

Behin oharra eskuartean dugula, prentsaurrekoa noiz emango dugun erabaki beharko dugu.

### → Momenturik onena aukeratu.

**Prentsaurrekoak goizez** egiten dira (ia) beti. Batzutan –osogutxitan– prentsaurrekoaren edukiak prentsaurrekoa arratsaldean egitea agintzen du: desegokia deritzogun araudi baten sinadura-ekitaldia burutzen den bitartean elkarretaratze bat egingo badugu, eta ekitaldi hori arratsaldean bada, kaleko horretan ere egin genezakeen prentsaurreko bat goizez eta ondoren, elkarretaratzea jorrazteko interesa luketen komunikabideak elkarretaratzerara joango lirateke.

Beraz, prentsaurrekoak goizez egin ohi dira. Zehazki, **10.00ak eta 12.30ak bitartean**. Zergatik? 13.00etan irratietako lehen informatiboak hasten direlako, eta albistegian gure berria agertzea nahi badugu, kazetariak prestatzeko denbora utzi behar diegulako. Agerraldia 10.00ak baino lehen egiten badugu, izan daiteke prentsa-idatzizko kazetari gutxi agertzea: gehienak 10.30-11.00 aldera jartzen dira martxan, batzorde, osoko bilkura eta beste saio-politiko batzuk jarraitzen ez badituzte behintzat.

Asteko egun egokienari dagokionez, ez dago alderik astearte batean edo ostegun batean egitearen artean, adibidez. Hori bai, salbuespenak salbu, prentsaurrekoak astelehena eta ostirala bitartean egin behar dira (hots, astean zehar). **Eguna aukeratzekoan, komeni da egun horretan zenbat eta zeri buruzko prentsaurrekoak eta deialdiak egongo diren jakitea**: lerro orokorretan, prentsaurreko gutxien dauden egunean, aukera gehiago izango ditugu kazetariak gure deialdira agertzeko (are gehiago gaur egun, erredakzioak minimoen azpitik dauden garai honetan). Eta nola jakin daiteke zein prentsa-deialdi dauden?

Batetik, badaude instituzioen *hitzordu finko* batzuk.

Batzordeak: udaletan, aldundietan eta Eusko Jaurlaritzan egiten diren eztabaida-saioak dira. Gai edo arlo bakoitzeko batzorde bat dago (berdintasuna, gazteria, parte-hartzea...). Saio batzuk irekiak dira eta, beraz, kazetariak zuzenean jarraitzen dituzte. Prentsa-deialdi bat egingo badugu, komeni zaigu jakitea zein batzorde dauden egun horretan. Batez ere, udaletako eta aldundietako batzordeak badira; izan ere, tokian-tokiko informazioa jarraitzen duten kazetariak baitira normalki gure prentsaurrekora etorriko direnak. Batzorde garrantzitsu bat baldin badago, agian ez datoz. Eta ez hori bakarrik: batzordeari buruz albisterei bat egingo dute eta, hortaz, seguru aski espazio gutxiago izango dute beste berrientzat, batzorderik ez dagoenean baino (hau, noski, komunikabidearen atal-antolaketa araberakoa izaten da).

Gasteizko udalean, adibidez, udal-batzorde guztiak (ia) dira irekiak, eta tokian-tokiko informazioaz arduratzen diren kazetariak saio gehienak jarraitzen dituzte. Egun batean bi batzorde baldin badaude eta gai-ordena pisutsua bada, agian ez zaigu komeni prentsurreko bat egitea; batez ere, udaletxean ez badugu egiten (bertan egitekotan, batzordetik irteten dira bost minutu prentsurrekoaren irudi/audio edo oharren bat hartzeko). Ez da gauza bera gertatzen Donostian: bertan, saioak itxiak dira.

Batzordeez gain, osoko bilkurak daude (zinegotzi / batzarkide/ parlamentari guztiak biltzen diren saioa, kasuan kasu). Gauza bera gertatzen da hauekin: kazetariak, normalki, jarraitzen dituzte.

Bukatzeko, gobernu-batzordeak daude: udal-gobernua, foru-gobernua edo eusko jaurlaritzaren osatzen duten arduradun politikoen bilerak dira. Bileraren ondoren, prentsurrekoa eman ohi dute, onartu dituzten proiektuak eta hartu dituzten erabakiak ezagutarazteko. Beraz, kontuan hartzeko modukoak dira.

Erregularitasun finkoa izaten dute hitzordu hauek, orokorrean. Adibidez, Eusko Jaurlaritzako gobernu-batzordea eta Diputatuen batzordeak asteartetan bildu ohi dira eta, ondoren, gobernuko bozeramaileek prentsurreko bat ematen dute. Uda-gobernu batzordeari dagokionez, normalki, gutxienez astean behin biltzen da. Leku askotan, ostiraletan izaten da bilera. Beste kasuetan bezala, bilera eta gero alkateak prentsurrekoa eskaini ohi du, eta bertara joan ohi dira tokian-tokiko komunikabideen lekuko sailetaz arduratzen diren kazetariak.

Udal osoko bilkurak ere inportanteak dira kazetarien agendan. Udaletxeko zinegotzi guztiek parte hartzen duten saioak dira eta hilabeteko hirugarren edo azken ostiralean egiten dira.

- **Instituzioen web orrialdeek** jarduera-politikoak jasotzen duten agendak izan ohi dituzte. Sarritan gai-ordena ere atxikitzen da. Ez baduzu informazioa aurkitzen, ez izan zalantzarik: deitu eta galdetu.

Ohiko hitzordu politiko horiez gain, badaude aldiak beste deialdi batzuk, agentzia publikoenak, unibertsitateenak, museoek, enpresenak, alderdi politikoenak, sindikatuenak, elkarteenak, Gobernu Kanpoko Erakundeek (GKE)... Nola izan dezakezu horien berri?

- **Informazio agentzien** web-orrialdeen bitartez. Euskal Herrian presentzia gehien duten agentziak Efe, Europa Press eta Vasco Press dira. Bere web-atarietan prentsurrekoen deialdiak jaso ohi dituzte, Informazio-aurreikuspenak (*Previsiones informativas*) izeneko ataletan. Eragozpen bakarra dago: eguneko azken ordura arte e zohi dutela deialdien zerrenda argitaratzen, et agure prentsurrekoaren deialdia goizez bidali behar dugula hedabideetara (gure prentsurrekoaren bezperan). Horregatik, batzutan hobe da B aukera pasatzera:

- **Kazetari bati** galdetuz. Erredakzioetan etengabeko sarbidea dute agentzien informazio-aurreikuspenetara, kuota bat ordaintzen dutelako. Horrez gain, agentzien aurreikuspenez gain, bere agenda propioa izaten dute, zeinetan hainbat hitzordu jasotzen dituzten, batzutan agentziek jasotzen ez dituztenak.

Deialdi mota asko dago: politikari buruzkoak, ekonomiari buruzkoak, kulturari dagokizkionak, kiroltakoak... **Garrantzitsua da bereiztea: gure prentsurrekoa 'Gizarte' atalera bideratuta bada, atal horretara bideratuta egon daitezkeen beste deialdi batzuk hartu beharko ditugu kontutan (ez ordea Kultura edo Kirola ataletakoak, adibidez).** Hori zergatik? Ba kazetariak (batez ere egunkarietan) "espezializatuak" egon ohi direlako: kultura jarraitzen dute batzuk, kirolaz arduratzen dira besteak... eta abar. Beraz, 'Gizarte'ko deialdi gehiegi bada, agian 'Gizarte' arloaz arduratzen den kazetaria ezin izango da zure prentsurrekora agertu. Eta, agertzen bada, agian ez du izango lekurik/denborarik zure albistea emateko, 'Gizarte'ko gai gehiegi dagoelako espazio mugatu baterako. Esan bezala, 'Gizarte' eta 'Lekukoa' (*Local, Bertan, Ciudadanos, Vecinos...*) izango dira gehienetan *gure atalak*. Hortaz, gure agerraldiaren egun berean Eusko Jaurlaritzaren gobernu-batzordea bada eta alderdi politikoen lau prentsurreko badaude, sindikatuen elkarretaratze batez gain, ez kezkatu: bertara agertuko diren kazetariak, normalki, ez dira gazte-elkarte baten prentsurrekoetara agertuko direnak.

→ **Ondo aukeratu NON (kokalekua eta lekua).**

Ondo aukeratu behar da prentsurrekoa non egin. Gure prentsurrekora tokian-tokiko informazioa jarraitzen duten kazetariak etorriko badira, hobe da agerraldia beraiek egoten diren lekuetatik gertu antolatzea (Udaletxea, Aldundia, prentsurrekoak eman ohi diren erreferentziazko tokiak –liburutegiak, auzoetxeak, auzo-elkarteak...– eta, orokorrean, hirien erdialdea). Izan ere, sarritan bizpahiru prentsurreko (edo gehiago) izan baititzakete goiz berean (eta ordu berean!) eta, beraz, azkar mugitu behar baitira leku batetik bestera. Kokaleku ona bilatzeaz gain, iristeko erreza izango den tokia bilatzen saiatu beharko gara. *Kaleko 13B portala, A eskailera, laugarren pisua C (igogailurik gabe), hirugarren bulegoa B atea* ez baldin bada, hobeto.

Bestalde, lekua ondo prestatuta egon behar da. Hobeto da leku irekiak saihestea. Kanean, normalki, ez da ondo entzuten (edo klaxonak, obrak eta oihuak entzuten dira), ez dago entxuferik, argi naturala ez da beti aproposena eta kuxkuxero astunak gerturatu daitezke...). Hori guztiagatik, prentsurreko bat kanean egiteko aitzaki on bat izan behar dugu. Esaterako, Saharar Herriaren aldeko manifestaldi bat deitu nahi baldin badugu, Marokoren enbaxadarena aurrean egin dezakegu deialdia. Dena den, kasu horretan ere leku itxi batean egin genezakeen, ez baitirudi enbaxadaren parean egiteagatik gure albistek arrakasta handiagoa izango duenik. Beste gauza bat da elkarretaratzea bertan egitea: hor badu zentzua, noski, eta kuxkuxeroak ongietorriak izan daitezke kasu honetan!

Salbuespenak salbu, ondorioz, prentsaurrekoa leku itxi batean egingo dugu. Leku horrek zenbait ezaugarri izatea komeni da:

- Hizlariantzat mahaia. Hizlariak non eseriko diren antolatu behar da ere: normalki, karguen arabera egiten da. Beste aukera bat da hizlariak gaiarekin daukaten loturaren arabera antolatzea. Adibidez, genero gai bat jorratuko badugu, agian elkartearen genero arduraduna egon daiteke erdia, eta ez elkarteko presidentea. Prentsaurreko bakoitzak antolakuntza bat eskatzen du, eta elkarte bakoitzak ere bere antolakuntza mota.
- Kazetariantzat aulkiak. Ahal izatekotan, ikasmahai moduko bat, koaderno bertan jarri ahal dezaten.
- Aulkirik gabeko gunetxo bat, kamarentzat.
- Argi nahikoa.
- Akustika onargarria (oihartzun handiko lekuak saihestu).

→ **Deialdia idatzi.** Behin erabakita noiz, ze ordutan eta non egingo dugun prentsaurrekoa, deialdia prestatu behar dugu. Gure prentsaurrekora etor daitezten komunikabideei egiten diegun gonbidapena da deialdia.

- Nolakoa da

Mezu motz eta argia izan behar da.

*X elkarteak bihar emango duen prentsaurrekora gonbidatzen zaituzte. Agerraldian, X (jai bat, mobilizazio bat, azterketa bat...) aurkeztuko du/te X-k (koordinatzaileak, X gonbidatuak...).*

*Eguna:*

*Ordua:*

*Lekua:*

*Elkartearen logotipoa eta harremanetarako telefono bat. Telefonoa mugikorra bada, hobeto (egun osoan zehar deitu baitezakete... hurrengo egunetan zehar!). Telefonoa hartuko duenaren izen-abizenak eta kargua edo ardura jartzeak omen da.*

Horrelako mezu batekin nahikoa da, eta hori baino gehiago gehiegi izan daiteke.

- Izan ere, gauza bat argi izan behar baitugu: guztiz DEBEKATUTA dago deialdian prentsaurrekoan aurkeztuko duguna atxikitzea (manifestua, gure mintegien egitaraua edo dena-delakoa). Bestela, nor etorriko da agerraldira? Nahikoa da gaia aipatzearekin.

## → Deialdia bidali.

## NOIZ.

Deialdia gure prentsurrekoaren bezperan bidaltzen da. Demagun gure agerraldia asteazkenean dela: orduan, asteartean egingo dugu deia. Salbuespen bat dago: astelehena. Asteko lehen egunean egiten badugu, komeni da deialdia ostiralean eta igandean egitea (asteaz zehar dagoen kazetari-lantaldea eta asteburutakoa ezberdina izan daitekeelako). **Ahal izatekotan, goizez** bidaltzen da, goizeko albistegi eta *magazinek* kontuan hartu dezaten hurrengo eguneko saioa prestatzerako orduan (bere lan-jardunaldia 14.00ak/15.00ak aldera bukatu ohi da). Telebista kateei ere goizez bidaltzea komeni da, arrazoi beretsuengatik. Egunkarietara, aldiz, arratsaldeko 19.00ak arte (eta 21.00ak arte ere!) bidali daiteke, baina gero eta lehenago, gero eta hobeto.

Laburbilduz: deialdia bezperan bidaltzen da, goizez.

Ez da ezer gertatzen bezperaz bidaltzeaz gain, aurretik ere gehiagotan bidaltzen badugu, baina arrisku bat du horrek: kazetaria datarekin nahastu dezakegu.

## ZEIN HIZKUNTZATAN. Elebitasunari buruzko oharra.

Deialdia (ondoren prentsa oharra eta prentsa-adierazpenak bezala), bi hizkuntza ofizialean egin behar da, posible den heinean. Batetik, guztion eskubide lingüistikoei zor diegun errespetuagatik eta, bestetik, eraginkortasunagatik: zer egingo dute gaztelaniazko edo frantsesezko komunikabideek, baldin eta euskaraz bidaltzen badugu bakarrik? Seguru asko, ez entzunarena egin. Eta zer gertatuko da, aldiz, bakarrik gaztelaniaz/frantsesez bidaltzen badiegu euskarazko komunikabideei? Hauek ziur asko ez dute entzungor egingo, ohituta daudelako itzulpenak egitera (ez bakarrik nazioarteko edo estatuko oharren itzulpenak, baizik eta tokian tokiko oharrenak ere). Baina zure oharrek ez badu beraientzat interes handirik, eta erredakziora iritsi zaizkien “interes gutxiko” berri guztien artean bat aukeratu behar badu (demagun, zutabe bat *betetzeko*), sarritan euskaraz dagoena aukeratuko du gaztelaniazkoa baino. Zure albistek argia ikus dezan nahi baduzu, aukera gehiago izango duzu euskaraz ere egiten baduzu. Askok dira euskarazko hedabideak eta hedabide elebidunak: Berria, Gara, Le Journal, Noticias de Gipuzkoa, Hamaika Telebista, ETB1, Gure Irratia, Info 7, Euskalerrria irratia, Euskadi Irratia, Bizkaia Irratia, Hala Bedi, Tas Tas...). Hizkuntza-eskubideez gain, gure eraginkortasuna dago jokoan.

## ZEIN KOMUNIKABIDEETARA BIDALI

Orokorrean, **tokian tokiko** egunkari, irrati eta telebista kateetara, bai eta bertakoak ez izan arren, lekuko edizioak dituzten hedabideetara ere. Deshazkundearen alde Guardian egingo dugun pic-nic-a BBCn zabaltzen badute ere... Nor etorriko da Lisboa edo Corketik!? Are gehiago, nor etorriko da Donostia edo Baionatik?

## ZEIN ATALETARA BIDALI

Komunikabideaz gain, atala aukeratu behar da. Gehienetan Gizartea eta tokian-tokiko atalak izango dira egokienak (Euskal Herria, Harian, Bertan, Local, Vecinos, Ciudadanos...) baina gaiaren arabera da hori. Banksy graffittiaren artista hitzaldi bat ematera gonbidatu badugu, agian Kultura atalera bidali behar dugu, eta Enplegu Hitzarmenarena urkako elkarretaratzea egingo badugu, Ekonomiara. Behin eta berriz Ekonomiako albisteak Kultura atalera bidaltzen badituzu, agian “Ez desiratu” bezala sailkatuko dituzte zure e-mailak eta, Banksy ekartzen duzunean, ez dira *enteratuko*.

Atalen aukeraketa hau, batez ere egunkariei begira egiten da. Irrati eta telebistetako albistegietan agertzeko, helbide bakarra egoten da (albistegiarena). Dena den, albistegien arduradunei bidaltzeaz gain, aproposa da ere *magazinetara* bidaltzea, bai eta programa baten batera ere (programaren gaiarekin zerikusia izan dezakeenean).

Ah, eta ez ahaztu: Gizarte atalera bidaliko baduzu, Gizarte atal guztietara bidali. Ez itzazu egin etsaiak, nahita ez bada behintzat. Eta, are gutxiago kazetariak badira eta guri buruz ondo edo gaizki hitz egiteko eta ez-hitz egiteko gaitasuna badute.

### 3. PRENTSAURREKOA EMAN

Behin data eta tokia ondo aukeratu dugunean, behin deialdia bidali dugunean eta prentsa-oharra edo prentsa-dossierra prestatu dugunean... prentsaurrekoa burutzeko ordua da.

Zenbait aholku:

- Prentsaurrekoa **motza** izan behar da.

Zer zentzu dauka gehienezko hitz-kopurua gainditzen duen testua *Zuzendariari Gutunak* atalera bidaltzea? Moztuko dute eta, gainera, testua mozterakoan edukia desitxuratu daiteke, segun eta nondik sartzen duten artazia.

Prentsaurrekoetan gauza bera gertatzen da: **gutxiago gehiago izan daiteke**. Kazetariak denbora gutxi dute, eta gure adierazpenak gehiegi luzatzea kaltegarria izan daiteke. Mezu gehiegi emateko arriskua dago (idea garrantzitsu bat edo bi adierazi beharrean). Eta ez hori bakarrik: aurrerantzean, akaso, kazetariak ez dira gure deialdietara agertuko, baldin eta ez bagara bere lanaren errealitatera egokitzen. Ez ahaztu: **prentsaurreko bat luzeago egiteagatik ez digute leku/denbora gehiago eskainiko**. Kazeta batek zutabe bat aurrekusi badu gure albistea emateko, seguru asko zutabe bat idatziko du (ez gehiago, ez gutxiago), prentsaurrekoak 15 minutu iraun edo bi ordu iraun. Behintzat, albiste-sorpresa benetan potoloa ez baduzu ematen, edo beste albiste bat ez bazaie erortzen eta tarte hori ez badute “bete” behar. Gauza bera gertatzen da irrati eta telebistan: normalki, nahikoa dute “korte” edo “total” bat grabatzearekin; hots, prentsaurrekoaren adierazpen esanguratsu batekin. Beraz, prentsaurrekoa ez da 30 minutu baino luzeagoa izan behar... kazetariak beraiek ez badute luzatzen, behintzat. Galderak egiten badituzte, guztiei erantzun bitartean luzatuko da agerraldia. Guztiarekin ere, saiatu erantzunetan gehiegi ez luzatzen. Zehatza izan erantzunetan.

- Kazetariak gelara edo aretora iristen direnean, komenigarria da izena/abizena eta zein komunikabidetik datorren **apuntatzea**. Modu honetan, prentsa-jarraipen hobea egingo dugu. Nahiko erraza da zein egunkarietan (eta nola) agertu garen kontrolatzea, baina nola kontrolatu telebista eta irrati gure agerraldiak? Ezin ditugu aldi berean emititzen diren hamar albistegi jarraitu, eta hedabide guztiek ez dituzte *audioak* Interneten zintzilikatzen. Gure agerraldira irrati eta telebistako kazetariak etorri izanak ez du esan nahi gero albistea eman dutenik (izan daiteke agertzea baina gero horri buruz ezer ez idaztea/esatea –eta alderantziz-), baina pistaren bat ematen digu, dudarik gabe. Horregatik ez dator gaizki prentsaurrekora etortzen direnen jarraipena egitea.



- Prentsaurrekoan, **oharra eta/edo dossierra eman** behar zaie kazetariari. Agerraldiaren hasieran eman daiteke. Baina SEKULA ez da prentsaurreko baina LEHENAGO eman behar. Norbaitek guk hitz egin baino lehenago zabaltzen badu berria, beste kazetari batzuk *plantea* egin dezakete eta gure deialdia baztertu (dagoeneko aipatu dugu hedabide batzuen arteko lehiakortasuna). Arau guztiarekin bezala, salbuespenak egin daitezke: konfiantzazko kazetari bat ezagutzen badugu eta ziur baldin bagaude ez duela prentsaurrekoa baino lehenago zabalduko, aurretik eman diezaiokegu. Edo agian prentsaurrekoa 19.00etan da eta, orduan, prentsa-idatzizko kazetariari eman ahal diegu. Bueno, ahal bakarrik ez: behar ere, komeni baitzaigu. Izan ere, hurrengo egunean argitaratu dezaten nahi badugu, arratsaldeko 14.00ak baino lehen bidaltzea komeni baita (atal bakoitzaren orrialde kopurua goizetan erabakitzen delako) edo, beranduenez, 16.00-17.00etan (orrialdeen maketak egiten direlako). Eta, kasu honetan, ez dago arriskurik: gure prentsa-oharra besteek baino lehenago argitaratu nahi izango balute ere, ezingo lukete, hurrengo egunerarte ez baitago egunkaririk. Gure deialdia berandu bada, beraz, prentsa-idatzizko kazetariari oharra lehengo eman ahal diegu... ezinbestekoa baldin bada. Kontuan izan egunkari batzuk komunikazio-talde baten parte direla eta, talde horiek, irratiak eta telebistak ere badituztela (El Correo-Punto Radio, Deia-Onda Vasca...). Guztiarekin ere, *albiste-bonbazo* bat eman beharko genuke kazetariak gure berria besteek baino lehenago (edo behintzat, emateko) nahi izan lezaten Hori, (errealistak izan gaitezten) oso gauza arraro eta ezohikoa izango litzateke gure kasuan! Gazte-elkarteek egiten dituzten prentsaurrekoek normalki ez dute lehiakortasun hori pizteko txinpartik, beraz lasaitasunez hartu!
- Prentsaurrekoaren **argazkiak atera**. Bertikalak eta horizontalak, egunkariak orrialdeak bere erara antolatu ahal izan ditzaten. Publizitateak, alboko berriak eta abar orrien maketazioa baldintzatzen dute, eta batzutan irudi bertikal (edo horizontal bat) jartzeko beste aukerarik ez daukate. Ez badiegu modu horretan bidaltzen, agian ezin izango dute irudia argitaratu. Dena den, argazki bertikal bat (edo horizontala) egiteaz ahazten bazara, ez gehiegi kezkatu: horrek ez du esan nahi zure albistea irudirik gabe argitaratuko denik (irudia badu, irakurle gehiago izango ditu), kazetariak argazkia moldatu dezaketelako edo, bestela, artxibo-irudiak erabili.
- Prentsaurrekoa hasten denean, **hizlariak bere burua aurkeztea** komeni da. Izena, abizena, eta kargua / ardura. Azken honi buruz, ohar bat: kazetari batentzat gehienetan ez da nahikoa “Miren, feminista” zarela esatea. Imajinatu albistegi batean horrela aurkezten dutela zure adierazpena: “Miren feministak esan duenez...”. Ez da serioa. Horregatik, ardura edo kargua esan behar da: Miren Elizondo, X talde feministaren bozeramailea (edo taldekidea...).

Askotan, elkarteek ez dute nahi kazetariak hizlaria “bozeramaile”, “arduraduna” edo “koordinatzaile” hitzak bezalakoekin aurkeztu dezaten, taldearen funtzionamendua horizontala edo *asanblearioa* dela argudiatuz. Batzuek eskatu ere egiten dute hitzak berari egozte baina, taldearen ahoan jartzea, baina hori, normalki, erredakzio-buruek ez dute baimentzen prentsaurreko bat egon denean (oharra bakarrik bidaltzen bada ezberdina da, ez duelako

inork hitz egin). Gordin esango dugu gure iritzia: kazetari batentzat, nahiko gogaikarria da egitura ez-hierarkikoaren azalpena behin eta berriz entzutea. Bera zu identifikatzera behartuta dago. Prentsaurrekoan bozeramaile lana egin baduzu, zergatik ezin dezake idatzi/esan taldeko bozeramailea (edo bozeramaileetako bat) zarela?

Behin adierazpenak bukatuta, agian **kazetari batzuk** hizlariengana gerturatuko dira, zalantzak argitzeko edo informazioa osatzeko. Izan daiteke ere norbaitek elkarrizketaren bat eskatzea. Beste askok, korteal/totalak (esaldi esanguratsu bat) grabatu nahi izango dituzte. Azken hau arrazoi askorengatik izan daiteke: grabatu duena ezabatu zaiolako, adibidez. Edo, bestela, “korte on bat” eman ez diezulako, ez duzulako mezu nagusia motz, argi eta indarrez esan, edo ez diozulako bilatzen zuena eman (agian, ez duzulako nahi izan: batzutan esaldi polemikoaren bila dabilta, edo prentsaurrekoarekin zerikusirik ez duen zerbaiten bila: kasu horretan, zuk zeuk erabaki: komeni al zaizu amuari lotzea?).

Posible den heinean, kazetari guztiei eman behar zaie arreta. Arreta emateak, dena den, ez du esan nahi eskatzen duten guztia ematea: aurkeztu berri duzun bidezko-merkataritzari buruzko kanpainari buruz galdetu beharrean, tokian-tokiko udal-gobernuaren aurkako kritika bat eskatzen badizute (zeharka bada ere), diru-laguntzak murriztu dituelako... agian ez zaizu kritika hori egitea komeni (kritikarekin ados bazaude ere). Hala ere, erantzuiozu: esaiozu –horrela erabaki baduzu–, gai hori ez dela prentsaurrekoaren ardatza eta, beraz, nahiago duzula beste baterako utzi edo, zuzenean, ez erantzun. Eta ez haserretu: bere lana da. Galderak egitea kazetaritzaren bihotzean dago.

Arau apurtezin bat dago, aurretik ere aipatu izan dena: kazetari guztiei arreta-maila berdina eman. Ezin zaio kazetari bati “korte” on bat eman eta, hurrengoari, galdera berarena urrean, “korte” okerrago batekin erantzun gauza bera erantzuteaz aspertu zarelako. Jokaera bera izan ezazu batarekin et abestearekin: irrati kate bateko entzuleak ez du beste irrati-kate bateko zure “korte ona” entzungo (eta zuk guztiek “korte ona” entzun dezatela nahi duzu, seguru asko), eta, gainera, SEKULA ez da ahaztu behar komunikabide askoren artean dagoen lehiakortasuna. Norbaiten “lagunago” bazara, bestearen “etsaiago” izateko arriskua duzu.

Hortaz, saiatu abantailarik ez ematen. Gutxienez saiatu abantailak gaizki ez ematen. Elkarre batek komunikabide zehatz baten aldekoa postua egin nahi duenean, modu askotara egin dezake (erreportaje baterako gai bat hedabide horri bakarrik eskaintzen, elkarrizketak ematen...), baina prentsaurrekoa ez da modu horietako bat. Prentsa-deialdiaren ezaugarria GUZTIENTZAT dela da. Deialdia guztiei luzatzen zaie, oharra guztiei bidaltzen zaie, eta galderak guztiei erantzuten zaizkie (gutxienez, ez duzula erantzungo arrazoitzeko). Beste gauza bat da kazetari batek zalantzak argitzeko eta informazioa aberasteko interesa izatea, eta beste batek, ordea, ez. Kasu honetan, kazetarien galdera da, ez zurea. Guztiarekin ere, gauza bat da prentsaurrekoaren zalantzak argitu eta informazioa osatzea, eta beste bat beste albiste bat edo datu oso garrantzitsu bat ematea... Ondo jokatu zure kartak!

## → Oharra bidali

Soilik prentsaurrekoa amaitu ostean egin daiteke. Egin aurretik, eta prentsaurrekoan aurreikusita ez zegoen zerbait azaldu bada edota denboragatik edo zerbait ez bada azaldu, aldatzea beharrezkoa da. Testuan ez dagoen adierazpen garrantzitsu bat egin bada, idazten da. Testuan dagoen adierazpen bat ez bada egin, ezabatzen da. Eta abar. Ondoren, e-mailez bidaltzen da komunikabide guztietara (sekzio edo atalik aproposenera). Lehen bai lehen egin behar da hau: prentsaurrekoa bukatu eta 15-30 minututara, ahal bada.

Bidalketa egiterako orduan, zenbait aholku hartu daitezke kontuan:

- Oharra / dossierra, hobeto gaztelaniaz eta euskaraz (berdintasuna bermatzeagatik eta ahalik eta hedabide gehiagotan agertu ahal izateko).
- Oharra luzea denean, e-mailaren *gorputzean* bertan idatzi beharrean, hobe da artxibo moduan atxikitzea. Onena word formatua da, kazetariak ebaki/itsatsi egin ahal izan dezaten. PDF bezala bidaltzea nahiago baduzu, ez ezazu blokeatu, testua kopian ahal izan dezaten.
- Ohitura ona da elkartearen/elkarteen *logoak* itsastea e-mailean.
- Harremanetarako kontaktuaren izen/bizenak, ardura / kargua eta telefono zenbakia (ahal den guztietan, mugikorra).
- Ez ahaztu Gaia (*Asunto*) idazten: *Pobrezia Zero Prentsa-Oharra / Nota de prensa Pobreza Cero*.
- Ez dator gaizki argazkiak atxikitzea: gutxienez bat bertikala eta beste bat horizontala, egunkariak bere beharren arabera diseinatu ahal izan dezaten orrialdea.
- Zein komunikabideetara

Deialdia bidaltzeko unean esan den bezala, zein hedabidetara eta zein sekziara bidaltzen den diseinatu behar da. Deialdian zehaztutako irizpideak jarraitu behar dira, baina zenbait ezberdintasun aintzat hartuz:

Bidalketa zabalagoa izan daiteke. Prentsaurrekoa den hirian/herrian dauden hedabideak joango dira prentsaurrekora (eta ez besteak), baina agian hiri / herri horretan egoitzarik ez duten beste komunikabide batzuentzat ere interesgarria da zuen oharra.

Ohartarazpena: Informazio-agentzietara bidali ere (EFE, Europa Press, Vasco Press). Agentziek, gero, komunikabideetara zabalduko dute ere... agian. Egia da agentziek oharrak berbidaltzen dituztela komunikabideetara, baina ez dute beti egiten, eta oharra moldatzen dute (laburtu, luzatu, ikuspuntua aldatu, titular ezberdina aukeratu...). Horregatik, **AGENTZIETARA BIDALI BAI, BAINA INOIZ EZ BAKARRIK**

**AGENTZIETARA.** Komunikabideek gure oharra izan dezaten nahi dugu, eta agentziek ez digute hori bermatzen.

Beste ohar bat: **hartaileen helbideak ezkutatu** itzazu, areago e-mail partikularrak ere idatzi baditugu.

Bestalde, elkarteak **web orrialdea** edo **bloga** baldin badu (eta ez baldin badu, bada garaia...!), gomendagarria da prentsurrekoaren albistea **agerraldia** bukatu eta **handik gutxira igotzea**. Seguruena kazetariak sartuko diren lehen lekua izango da web-orria edo blog-a, elkarteari buruz informazioa izateko. Azken “post-a” edo berria 2008koa izatea ez dio batere mesederik egiten gure irudiari (eta gure irudiaren menpe dago, hein batean, gure sinesgarritasuna). Beraz, behin prentsurrekoa bukatuta, lehen bai lehen igo behar da albistea. Hori bai: **inoiz ez da igo behar prentsurrekoa baino lehen**. Bi arrazoiengatik: batetik, inork ez dezan informazioa besteek baino lehenago eduki (deialdira ez agertzeko aitzakia ona da); bestetik, agian prentsurrekoan adierazpenak egingo dituztenak gidoitik ateratzen direlako eta, hortaz, prentsa-oharra goitik behera aldatu beharko litzatekeelako, Interneten zintzilikatu baino lehen.

- **Oharra heldu ote den jakiteko deitu, ala ez?**

Prentsa-ohar bat deitu ote den galdetzeko deitzen baduzu, kazetari askok baietz esango dizute, e-maila ireki ere egin gabe. Are gehiago ordu estuenetan deitzen baduzu (irriti eta telebistako albistegia baino pixkat lehenago, egunkariko erredaktoreak sutsu idazten ari irenean (19.00 / 20.00etan...)). Oharra iritsi ote den jakiteko, beste aukera batzuk daude. Adibidez, *hartu-agiria* aktibatu dezakezu mezua bidaltzerakoan. Modu horretan, mezua iristen zaienean, jaso dutenaren *egiaztagiria* iritsiko zaizu. Aukera honek, dena den, badu bere desabantaila: zure postontzia egiaztagiriz gainezka egongo da. Bigarren aukera bat dago: kazetari ezagunen bati galdetu. Berari iritsi bazaio, besteei ere iritsiko zitzaien (*Delivery* desatsegina ez bazaizu heltzen behintzat). Arazoa izaten da zegokion atalera iritsi den edo ez: hori, helbide-zerrenda ondo edo gaizki prestatu izanak baldintzatuko du. Eta gaizki prestatu baduzu ere, ez larritu: Txosna-egitarau bat Kirolak atalera iristen bada, seguru aski kiroleko buruak edota erredaktoreek Gizarte sailari pasako diote mezua.

Gertatu daiteke ere “Posta ez-desiratua” karpetara heltzea. Tira, kasu horretan ere, ez gehiegi kezkatu: kazetariak badakite hori gertatzen zaiela, eta noizbehinka karpeta hori ere begiratu ohi dute.

## 4. KAZETARIEI ARRETA

Gertatu daiteke kazetariak prentsaurreko baino lehen deitzea: batzutan, prentsaurrekoak joateak mereziko ote dien edo ez *ikertu* nahi dute. Nork hitz egingo duen, datuak emango ote dituzuen, zein izango den adierazpenen ikuspuntua...? Hori ez da txarra. Saiatu etor daitezten konbentzitzen. Hor ibai, ez iezaiezu bidali oharra eta dossierra prentsaurrekoa baino lehen, azaldu dugun bezala.

Behin oharra/dossierra bidalita, telefonoa joka hasiko da (hala bedi!). Nork erantzun behar du?

Askotan, elkarte eta plataformek zuzenean elkarrizketetan parte hartuko dutenen telefonoa jartzen dute. Modu bat da. Dena den, badago beste bat, komenigarriagoa: **elkarrizketatuen telefono zenbakiak jarri behar**ean, **elkarrizketak koordinatuko dituenaren telefonoa jartzea**. Zer abantaila ditu pertsona bakar bat elkarrizketaz arduratzea?

Normalki, deiez arduratuko dena prentsa-arduraduna izaten da edo, gutxienez, prentsa-oharra idazteaz eta bidaltzeaz arduratu dena. Pertsona horrek prentsaurrekoaren ikuspegi globala du; zergatia, testuingurua, edukia, parte-hartzaileak, beste elkarte / plataforma batzuen babesa, hizlarien datuak... ezagutzen ditu, eta, berria ez bada, kazetarien funtzionamendua ezagutzen du, bai eta kazetari batzuk ezagutu ere. Horregatik, ondo kudeatuko ditu kazetarien eskakizunak eta zalantzak. Eta, horrez gain, koordinazio eta prentsa-jarraipen lana egin ahal izango du. Elkarrizketen kudeaketa “zentralizatua” dagoenez, pertsona horrek badaki zein komunikabidetik deitu duten, nork deitu duen, zer behar zuen, noiz/nola agertuko den albistea, eta abar. Gainera, bat baino gehiago badira elkarrizketatuak izateko prest daudenak, koordinatzaileak gainjarpenak saihestuko ditu eta kazetariaren beharretara gehien egokitzen den kazetaria eskaintzen saiatuko da. Adibidez, hiru “elkarrizketatu” posible badaude eta bakar batek baldin badaki euskaraz, Berria-k deitzen duenean euskaldunaren telefonoa emango dio seguru asko, eta ez bestea. Saio eta komunikabide bakoitzerako aproposagoa izan daiteke “elkarrizketatu” profil bate do beste bat. Bestalde, koordinatzaileak prentsa-jarraipena egingo du: albistea / elkarrizketa / erreportajea... non, nola, noiz agertu den jasoko du eta, ahal duenean, grabatuko du. Gero, datu eta artxibo hauek guztiak oso erabilgarriak izango dira, gure hemeroteca propioa osatzen joateko, eta prentsa-ebaluazioa egiteko ere (ahaleginek eta emaitzek bat al datoz?).

# Irratian elkarrizketak eskaintzeko aholkuak

**N**ola prestatu irratiko elkarrizketa bat?

Behin pausu hauek irakurrita, oso logikoak direla pentsatuko duzu, baina irakurriko ez bazenitu, ziur baten bat ahantziko zenukeela.

Irrati batetik elkarrizketa bat “lotzeko” deitzen badizute...

**Zein programatik deitu dizuten *apuntatu*** – nolako elkarrizketak egiten dituen begiratu ahal izateko.

**Nola egingo duzu?**

Telefonoz sartuko zara ala estudioan egitea nahiago duzu? Ezberdintasun nagusia soinu kalitatea eta harremanak izango da. Bertara joanez gero, kazetarietara harreman estuagoa lortuko duzu –beti da ona– eta, gainera, soinu kalitatea handiagoa izanen da. Telefonoak, ostera, jende asko lasaitzen du. Batetik, ez dituzulako kazetarietara rafagak, sintoniak eta horrelakoak jartzeko egiten dituzten keinuak ikusten eta bestetik, erosoagoa delako. Kalitatea telefonoz urrinagoa da.

**“Enlatatua” ala zuzeneko izango da?**

Zuzenean egin dezakezu, hanka sartzeak ere zuzenean joango dira; edo “enlatatua” ala zuzeneko faltsu batean. Irratiaren magiaren zati bat dira zuzeneko faltsuak, eta hanka sartzeak ekiditeko era bikaina ere badira.

**Zeri buruz hitz egin behar duzu?**

Arrazismoaren aurkako aktibista izan zaitezke eta irradi konkretu batetik deitzen zaituzte “arrazismoari” buruz hitz egiteko. Zuk, adibidez, Frantziak ijitoen aurka hartu dituen neurriei buruz hitz egingo duzula pentsa dezakezu baina irradi esatariak zure auzoan etnia konkretu batekoak sortu dituzten istiluetara eraman dezake.

Arazoa hemen orokortzea da. Kazetariak zera esan dezake; arrazismoari buruz hitz egingo dugu. Hau oso orokorra da. Elkarteari mesede txikia egiten diogu horrelako elkarrizketa bat onartuz gero. ESPEZIFIKOAK izan behar gara. Zertaz hitz egingo dugu? Arrazismoa. Arrazismoa non? Noren aurka? Noren aldetik?... Espezifikoak

### Galderak lotu

Normalean oso zaila izango da galderak lotzea, baina aurreko puntuan azaldu dugun bezala galderak bideratzea posiblea da. Elkarrizketa nondik joango den finkatu. Hau da, lerroak zehaztu.

### Datu teknikoak

Zenbat iraungo du elkarrizketak? 5 edo 15 minutu? Zer nolako formatua izango du? Arratsaldeko magazine batean perfil-elkarrizketa bat izango da ala elkarrizketa mamitsua izango da gaueko saio batean? Argi izan!

Elkarteak argi izan behar du zein izango den irratiekin hitz egingo duen pertsona. Orena bakarria izatea litzake edo bi lagun izatea, beti haiengana jo dezaten. Hala ere, aukeraketa kontu handiz egin beharreko zerbait da. Ez zaigu zertan “gehien dakiena” interesatu behar. Agian asko daki baina dena kontatzen du eta entzuleek irratiz aldatzen dute, agian asko daki baina ez du ongi adierazten. **Elkarteko pertsonarik didaktikoena da onena.** Irratian hitz egiterakoan helburuko publikoa oso zabala da. Hau da, entzuleen artean gazteak egongo dira, lanean dauden langileak, etxeko-gizonak edota ongi entzuten ez duten amonaxo edo aitonatxoak. Guztientzat hitz egin behar dugu. Guztiengana heldu behar gara. Teknizismoak, jerga hitzak.... utikan! Entzuleek ulertu behar gaituzte.

## 1. ERANSKINA:

# Komunikabideen

## mapa

**G**ure elkarten xede eta asmoak gizarteratzeko Euskal Herrian dugun komunikabideen mapari buruzko informazio argia behar dugu. Hau da, argi izan behar dugu zer nolako jarrera editorialak dituzten komunikabide ezberdinek.

Banaketa hau egiteko **komunikazio taldeen** barne-antolaketari so egingo diogu. Zeintzuk dira Euskal Herriko komunikabide talde nagusiak?

### Komunikazio taldeak

Egun, hiru dira Euskal Herriko komunikazio talde nagusiak. *EITB* –zerbitzu publikoa, *Vocento* eta *Noticias* taldea. Hala ere, garrantzi handiko beste talde batzuk daude *Gara* egunkaria edo *PRISA* taldea kasu. Era berean, ezin ditugu ahantzi tokian tokiko irratia –irradi libreak- edota aldizkari zein egunkariak –*Hitza*, *Uztarría*, *Karkara*-.

**EITB**k formatu guztietan emititzen du –egunkaria da falta zaion bakarra-. Hala ere, irradi, telebista eta interneten hainbat kate / dial ditu.

### Telebista

*ETB1* eta *ETB3* sortzen ditu euskaraz.

*ETB2*, gazteleraz.

*Atzerrira emititzeko bi kate ditu.* *ETBsat* Europarako, eta *Canal Vasco* Ameriketarako.

### Irratia

Euskadi Irratia, formatu “generalista”, euskaraz.

*Radio Euskadi*, formatu “generalista”, gazteleraz.

Gaztea, “*radio formula*”, euskaraz.

*EITBkultura*, musika eta kultura.

*Radio Vitoria*, formatu “generalista”, gazteleraz.

### Internet

eitb.com – berriak, *podcasting*, berrien zatiak...



**Vocentok** formatu guztietan ditu hedabideak. Dena dela, esanguratsuena egunero kioskoetan saltzen dituen aleak dira, bera baita egunkari gehien saltzen dituenak.

### Prentsa

*El Correo*: Bizkaian gehien irakurtzen den egunkaria

*El Correo*: Araban gehien irakurtzen den egunkaria

*Diario Vasco*: Gipuzkoan gehien irakurtzen den egunkaria

### Irratia

PuntoRadio: Euskal Herrian hedapen txikia dauka

### Telebista

Tokian tokiko zenbait telebista erosi ditu, Bilbovisión...

**Noticias taldeak** ibilbide laburra du oraindik, baina zabaltzeko aukera handiak ditu. Duela gutxi, *Onda Vasca* irratia erosi eta urtebeteko epean 100.000 entzule inguru lortu ditu, *Radio Euskadik* galdu dituenak. Era berean, Hego Euskal Herriko lurralde guztietan egunkariak ditu.

### Prentsa

Deia, Bizkaian

Noticias de Álava

Noticias de Gipuzkoa

Noticias de Navarra

### Irratia

Onda Vasca

Herri Irratia

### Telebista

*Hamaika Telebista* – Zenbait euskal komunikabideekin garatutako proiektu informatiboa. Euskara hutsez. Garapen bidean dago.

**Prisa** taldea garrantzi handiko taldea da Espainia mailan<sup>1</sup>. Euskal Herrian, ostera, taldearen garrantzia mugatuagoa dago. Irratien aldetik, adibidez, garrantzia oso handia da **SER** kateek milaka entzule dituztelako gure artean eta tokian tokiko irratiak dituztelako. Egunkarien aldetik, *El País* asko irakurtzen da estatuan, ez ordea gure artean.

<sup>1</sup> Prentsan, *Grupo Empresarial de Medios Impresos* taldearen sustatzailea da. Ikus-entzunezkoen alorrean, *Sogecable / Digital+* edota *Plural Entertainment* kontrolatzen ditu eta irradian *Union Radio*, *SER* edota *Gran Via Musical* kontrolatzen ditu. Inprimatzeko *Dédalo Grupo de Impresión* taldea dauka. Euskal Herrian, ostera, *El País*ek egunkari ale gutxi saltzen ditu eta koaderno txiki bat dauka hemengo berrietara zuzendua. Oso zaila da bertan notizi lez agertzea.

## Egunkariak

### *El País*

## Irratiak

SER –Gasteiz, Bilbo, Iruñea, Donostia, Irun edo Eibarrek, adibidez tokian tokiko informatiboak dituzte–.

## Telebista

Espanian telebista kate handiak ditu, **Cuatro** kasu. Ez ordea Euskal Herrian.

**Gara egunkaria** hedabide garrantzitsua da Euskal Herrian eta elkarteei ahotsa eman ohi die bere orrialdeetan. Hori dela eta, garrantzitsua da 98.000 irakurle inguru dituelako.

## Irratia

*Info7 Irratia*, euskaraz.

## Telebista

**Hamaika Telebista** –Zenbait euskal komunikabideekin garatutako proiektu informatiboa. Euskara hutsez. Garapen bidean dago.

**Berria egunkaria** euskara hutsezkoen arteko erreferentea da. Elkarteei ere garrantzia ematen die eta elkarteentzat garrantzi berezia duen **Hitza** tokian-tokiko egunkarien sustatzailea da. Hitza egunkariak zonalde horietako berriak argitaratzen dituzte eta egokiak dira gure berriak helarazteko.

### Eskualdeetako **Hitzak**:

Tolosaldea eta Leitzaldea

Goierri

Urola Kosta

Iruxulo –Donostia-

Oarso Bidasoa

Lea-Artibai

Mutriku eta Busturialdea

### Herrialdeetako **Hitzak**:

Araba

Bizkaia

Gipuzkoa

Iparraldea

Nafarroa

## Telebista

**Hamaika Telebista** –Zenbait euskal komunikabideekin garatutako proiektu informatiboa. Euskara hutsez. Garapen bidean dago.

**Diario de Navarra** Nafarroa Garaian egunkari gehien saltzen dituen hedabidea da. Kontuan hartu behar da, lurralde honetan botere handia duelako. Elkarte kristauei, adibidez, tarte eman ohi die.

Euskal komunikabideen mapa horrela geratuko litzateke:

	EITB	VOCENTO	NOTICIAS	GARA	PRISA	BERRIA
Egunkaria	-	3	4	1	1	B*
Irratia	5	1	1	1	P*	-
Telebista	5	V*	1*	1	P**	1

Komunikabide talde guztiek web orrialdeak dituzte kate, irrati zein egunkari bakoitzerako.

V\* Tokian tokiko zenbait telebista erosi ditu

1\* Tokian tokiko zenbait telebista erosi ditu

P\* SER irratiari buruz ari gara. Irun, Eibar, Gasteiz, Bilbo, Iruñea, Donostia... Batzuk, hirietakoak, kate autonomoak dira nahiz eta estatuko irrati nagusiarekin parrilla bateratua izan. Besteak, herrietakoak, herriko albistegiak sartzen dituzte hiriko eta estatuko irratiarekin parrilla tartekatuz.

P\*\* Estatu mailan telebistak dituzte

B\* Berria egunkaria da nagusia baina **Hitza** egunkariarekin garrantzia zeharo handitzen da. Herri euskaldunetan, irakurle askok beste egunkari bat erosten dute baina **Hitza**ko bazkideak direnez, horiek ere irakurtzen dituzte.

Bestalde, tokiko telebisten artean programak trukatzeko dituzte. Hau da, elkarte batek Nafarroa iparraldean egindako jaia Goierri edota Debagoienan ikusi ahal izango dute, **Goiena telebista**, **Goierri telebista** edo **Ttipi-ttapa** telebistaren bitartez.

### Irrati libreen errealitate paraleloa

Euskal Herrian oso hedatua dagoen fenomeno da irrati libreena. Eskualde guztietan irrati libre bat dago –gutxienez– eta euren **parrilla**, hau da, programen antolaketa, beste irrati libreen programekin tartekatu ohi dituzte orduak betetzeko. Irratien egoera asko aldatzen da herri batetik bestera. Herri batzuetan oso egonkortuak daude, Gasteiz kasu, non Hala Bedi Irratiak 30 urte betetzeko bidean baiten. Nafarroa iparraldean, adibidez, oso egonkortuak daude ere baina entzuleria oso zabala da, besteak beste eskelak euskaraz ematen dituztelako eta haien eskualdeetan gertatzen dena euskaraz zabaltzen dutelako. Badaude ere orain sustatzen ari diren beste irrati batzuk.

Edozein kasutan ere, irrati hauek oso interesgarriak dira elkarteentzat. Batetik **informazioa** bertan **zabaltzea** askoz **errazagoa** delako -erraza baita elkarrizketa bat lortzea-; entzuleria –**helburuko publikoa**– gizarte aferekin **sentsibilizatua** dagoelako eta, azkenik, elkarte gehienek **irratsaio bat lortzeko** aukera dutelako. Ziurrenik, jende askok eta askok ez du aukera hau ezagutuko, baina diru kopuru txiki bat ordainduz programa propio bat egiteko aukera dago. Baldintza batzuk bete-behar dira. Hauen artean, garbiketa txandetan parte hartu, asanbladetara joan... Dena dela, oso aukera interesgarria da elkarteentzat euren mezua mugarik gabe helarazteko aukera ematen dielako.

## 2. ERANSKINA:

# Baliabide batzuk

**T**estu hau komunikabideei hurbilpen bat besterik ez da. Informazio gehiago aurkitu dezakezu jarraian jasotzen diren lotura horietan.

### Euskeraz

- Ekimenen hedapena prestatzeko gakoak, Gipuzkoako Foru Aldundiko Gazteria sailaren atarian.

<http://gipuzkoagazteria.net/programak/webasoci/tema4e.htm>

- Azpidazki: Administrazio eta Zerbitzuetako Pertsonalarentzat (AZP) idazteko erredakzio-gida. Ez da kazetaritza gida bat, baina idazteko aholku oso baliagarriak ematen ditu, prentsa-oharretan ere kontuan hartu beharko liratekeenak.

<http://www.ehu.es/azpidazki/default.asp?itemID=26>

- EAEko komunikabideen gida (helbideak, telefono zenbakiak, e-mailak...).

[http://www1.euskadi.net/helbideak/frames3\\_c.asp?cls=A&cod=12](http://www1.euskadi.net/helbideak/frames3_c.asp?cls=A&cod=12)

- Nafarroako Komunikabideen gida (helbideak, telefono zenbakiak, e-mailak...).

[http://www.navarra.es/home\\_es/Navarra/Instituciones/Otras+Instituciones+y+entidades/Medios+de+Comunicacion/](http://www.navarra.es/home_es/Navarra/Instituciones/Otras+Instituciones+y+entidades/Medios+de+Comunicacion/)

- Elkarte eta boluntariotzarako Gasteizko Erdu agentziaren komunikazio-arloko laguntza zerbitzua. (Elebiduna).

[http://www.vitoria-gasteiz.org/we001/was/we001Action.do?aplicacion=wb021&tabla=contenido&idioma=es&uid=1f6f6c62\\_11ac31cd14a\\_7ff2#OtrosSoportes](http://www.vitoria-gasteiz.org/we001/was/we001Action.do?aplicacion=wb021&tabla=contenido&idioma=es&uid=1f6f6c62_11ac31cd14a_7ff2#OtrosSoportes)

## Gaztelaniaz

- Guía de comunicación para asociaciones juveniles (paperean):  
[http://www.editorialpopular.com/Shop/PO\\_ficha.asp?IdProducts=98](http://www.editorialpopular.com/Shop/PO_ficha.asp?IdProducts=98)
- Manual de comunicación para entidades sociales de la Agencia para la participación y el voluntariado Bolunta de Bizkaia.  
<http://www.bolunta.org/manual-comunicacion/>
- Guía de Comunicación de la Fundación Gestión y Participación Social.  
[http://asociaciones.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=500&Itemid=64](http://asociaciones.org/index.php?option=com_content&task=view&id=500&Itemid=64)
- Hazlo Posible fundazioaren galdera-atala, zalantzak argitzeko (gaztelaniaz):  
<http://www.solucionesong.org/gestion-ong>
- ‘Los medios de comunicación y las ongds’ txostena.  
<http://www.congde.org/ant/1%20Encuentro%20%28%20publicacion%29/Comunicacion.pdf>
- Curso de introducción a la redacción periodística. Rosa Escrihuela Sánchez. (Interneteko eskuliburua).  
<http://www.mailxmail.com/curso-introduccion-redaccion-periodistica>



[komunika@egk.org](mailto:komunika@egk.org)