

* Hedatu SL publizitate enpresaren bitartez, errenta aitopenari buruzko informazioa tokiko hedabideetan banatu zuen Aldundiak.

** Tokikom elkarteko kide diren Gipuzkoako 14 hedabideen artean banatutakoa.

HEDABIDEETAN ERAGITEKO TRESNA POLITIKOA

Publizitate instituzionalen eta babesletzen bidez, zein komunikabidek jasotzen du diru gehien eta zein dira bazterrean geratzen direnak? Zein dira banaketarako irizpideak? Gipuzkoako Aldundiaren kasua aztertu du ARGIAk, datu publikoak ematen hasi baita –bera da bakarra-. Aperitibo gisa: diru gehien 'El Diario Vasco' egunkariari eman zion iaz ere Aldundiak, 399.075 euro; eta konparaziorako, ARGIAri 4.293, ia ehun aldiz gutxiago. Herritarren ezagutzatik urrun, diru publikotik ehunka milaka euro mugitzen dituen sistema opakua dago atzean.

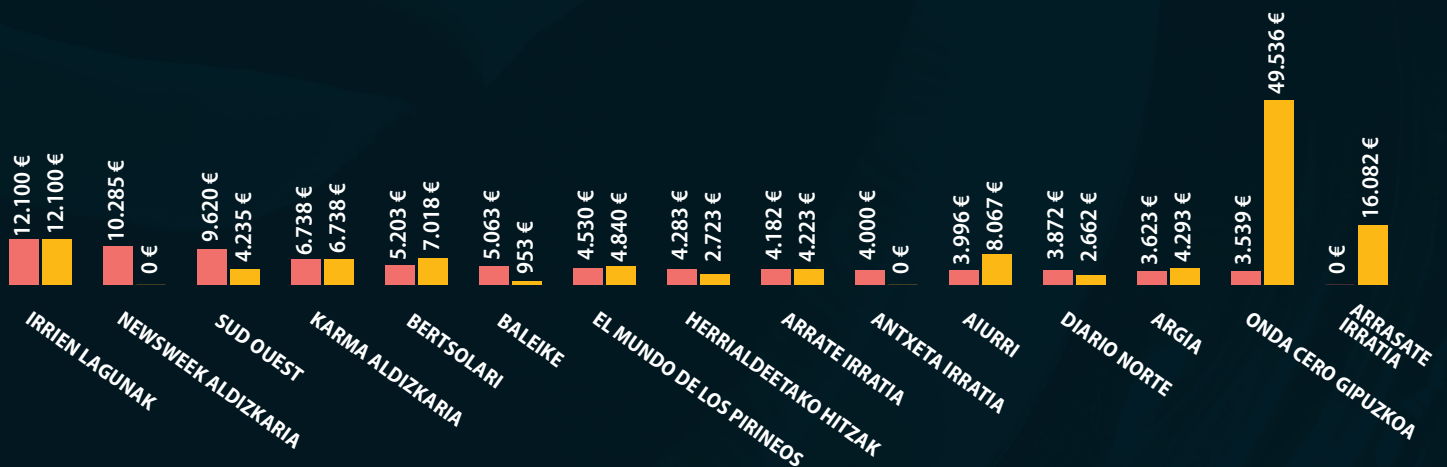


Axier Lopez
@axierL



Lander Arbelaitz Mitxelena
@larbelaitz

2016 **2017**



Euskal Herriko erakunde publikoek urtero milioiak banatzen dituzte hedabideen artean, instituzioek sortutako informazioa zabaltzearen truke (publizitatea) edo instituzioek egoki irizten dioten zenbait lan diru publikoz babes-tearen truk (babesletza).

Gipuzkoako Aldundiak zer banaketa eta nola egiten duen azaldu asmo du erreportaje honek. Infografia nagusia eskuragarri dago instituzio honek 2016an eta 2017an egin duen publizitate eta babesletza banaketa. Datu horiek lehen aldiz jarri dituzte herri-tarrentzat eskuragarri eta Gipuzkoako Aldundia gai honetan erakunderik gardenena da gaur gaurkoz. Datu guztiak publikoak dira, *Gipuzkoa Irekia* web-gunean daude eskuragarri. Bizkaian, Araban eta Nafarroan gai honetan herritarrek egun ezin dute jakin erakundeok zenbat diru publiko bideratzen duten hedabideetara publizitate publikoaren bitartez. Diru partidarik handienak mugitzen dituzten udal-tan ere ez dituzte datuak eskuragarri jartzen. Hori da, erreportajea Gipuzkoako datuetan bakarrik oinarritzeko arrazoia.

Publizitate eta babesletza instituzionalaren banaketari dagozkion gastuak bi multzo nagusitan daude: *Publizitate kanpainetan egindako gastuak* eta *Kontratu txikiak* ataletan. Hainbat as- teko lana izan da dokumentuak aztertu eta kopuru batzuetara heltzea. Kasu batzuetan kontratuen kontzeptuak zehaztasunik gabeak dira, iragarkiaren eta kontratuaren datak ez dira azal- tzen eta azpikontraten bitartez eginda- ko banaketa errealak ez dira agertzen. Bestelako kontratu motak ere agertzen dira dokumentuetan (komunikazio zerbitzuak, adibidez), baina kontuan hartu ditugun bakarrak hedabideetan jarritako publizitate edo babesletzekin lotura zuzena duten kontratuak dira. Dokumentu publikoetan gastuak ban- nan-banan identifikatu eta EH Bilduk Batzar Nagusietan eskatutako doku- mentuekin konparatuz osatu dugu ze- rrenda. Halere, aurrez aipatutako arra- zoiengatik, baliteke zenbait kasutan kopurua guztiz zehatza ez izatea eta beraz, ahalik eta zuzenena den argaz- kia aurkeztu nahi dugu. Azkenik, gure emaitzak hainbat hedabideren lehen eskuko informazioarekin kontrastatu ditugu aurkeztu aurretik.

‘El Diario Vasco’ jaun eta jabe

El Diario Vasco egunkariak gutxienez 399.075 euro jaso zituen 2017an, Gipuzkoako Aldundiaren publizitate ins- tituzionalen eta kontratuen bidez. Urtez urte diru publiko gehien jasotzen duen egunkaria da Gipuzkoan. Orotara, lu- rralde honetan Vocento taldeko *El Dia- rio Vasco* eta Teledonostik 463.992 euro jaso dituzte. Bigarren lekuan Noticias taldea osatzen duten Noticias de Gipuz- koak eta Onda Vasca irratia 277.219 euro jaso dute; EiTBko hedabide publi- koei 178.000 euro ordaindu dizkiete eta SER taldea osatzen duten irratiei 96.000. EiTB elebiduna kontatu gabe, beste hirurek ia osorik gaztelaniaz in- formatzen dute.

Gipuzkoako Aldundiak 2017an pu- blizitate eta babesletzara bideratuta- ko diruaren %69 nagusiki gaztelaniaz aritzen diren hedabideentzat izan da, beste %13a diru publikoz finantzatuta- ko EiTBko irrati eta telebista elebidunei eman die, eta %18a euskarazko hedabi- deei. Euskal hedabideen multzoan iaz tokiko hedabideek jaso dute diru gehien 112.535 euro, euskarazko hedabideeta- ra bideratutako diruaren %45a. Konpa- raziorako, euskarazko hedabide guztiek 2017an jaso duten diru guztia batuta baino gehiago jaso du Noticias Taldeko bi hedabideek bakarrik.

Irizpide zaharkitu eta lausoak

Gipuzkoako Aldundiak publizitate ins- tituzionala zer irizpideren arabera ba- natu behar duen 1994ko apirilaren 6ko Foru Arauak zehazten du. Komunika- bideen panorama eta informatzeko bi- tartekoak nabarmen aldatu badira ere, orain dela 24 urte onartutako testua da erreferentzia bakarra. Arauak gabezia nabarmena du: prentsa idatzia bakarrik aipatzen du, albo batera lagaz, irratia, telebista edota Internet. Are gehiago, araua zein komunikabideri bideratuta dagoen zehazten duen lehen artikulua dio, “Gipuzkoako egunkariez” ari direla, ez besterik. Hala ere, hau izan da azken urteetako diru banaketak justifikatzeko erreferentzia.

Foru Arauaren asmo orokorrak on- dorengoak dira: “Euskal hiritarrek [sic] hizkuntza dela eta diskriminatuak ez izatea, informazio eskubidea eta infor- mazio aniztasuna bermatzea, propor- tzionaltasuna, hedabideen arteko lehia librea errespetatzearen, eta eraginkor-

tasuna”. Horretarako, “arbitraltasuna alde batera utzi eta malgutasunez joka- tu” behar dela azpimarratzen du.

Urteko aurrekontua lau multzotan ba- natzen du arauak. Publizitate instituzio- nalaren %8 “euskarazko egunkarirako ziurtatutako da” –arteak *Euskaldunon Egunkaria*, egun *Berria*– eta “euskaraz- ko egunkari bat baino gehiago argita- ratuko zatekeen egunean, antzeko tra- tamendua edo berdina” eman beharko litzaiokeela dio. Aurrekontuaren %37 “Gipuzkoan argitaratzen diren egun- karien artean berdintasunez” bana- tu behar dela agintzen du. Beste %37 “hedapen-zifraren” arabera partitzeko zehazten du. Eta gainerako %18a “bes- te hedabideen” artean erabiltzeko dela dio, publizitatearen “lurralde eremua eta hartzaileak” kontuan hartuz.

Gipuzkoako Aldundiko Komunikazio- rako zuzendari nagusi Elene Arrazola Sotori kontsulta egin dio ARGIAk eta dio publizitatea banatzeko Foru Araua aintzat hartzen dutela. “Aniztasunari errespetua eta [hedabideen] dibertsita- te horrekiko zintzotasuna dugu irizpi- de nagusizat, foru arauak jaso bezala”. Halere, Foru Arauak aipatzen ez dituen beste irizpide batzuk ere badarabiltzate, bere hitzetan ondoriozta daitekeenez. Batetik, iragarki instituzionalak eta diru laguntzat banatzeko orduan, euskaraz- ko hedabideen artean “tokiko komuni- kabideei tratamendu berezia” ematen dietela azpimarratu du. Eta bestetik, “audientziei erreparatuz, lurraldeko in- formazioa espresuki eskaintzen duten bertako hedabide edo edizioei lehenta- suna” ematen diete.

Ez dute Foru Araua betetzen

Hainbat daturi erreparatuta, agerikoa da Foru Araua ez duela betetzen Gipuz- koako Aldundiak. *Berriak* ez du aurre- kontuaren %8a jasotzen –2017an %3a jaso zuen–, aurrekontuaren %37a ez da berdintasunez banatzen Gipuzkoan argitaratzen diren hedabide guztien ar- tean. Dozena batetik gora dira 2017an 1.000 euro baino gutxiago jaso zutenak. Horrez gain, irismenaren arabera bana- tu beharreko gainerako %37ari dago- kionez, datuak ez datoz bat. Adibidez, Madrilen egoitza duen *Oficina de Jus- tificación de la Difusión* enpresak –OJD gisa ezaguna– ematen dituen datuen arabera, 2010etik 2017ra *El Diario Vas- coren* ale salmenta gainbehera etenga-

bean dator. 2010ean egunero 71.948 ale saltzen zituen bataz beste, eta 2017an 48.949, aipatu iturriaren arabera. Publizitate sarrerak aldiz gora egin du, adibidez 2017an 2016an baino 100.000 euro gehiago eman dizkio Aldundiak publizitatean eta babesletzetan: %25eko igotzea.

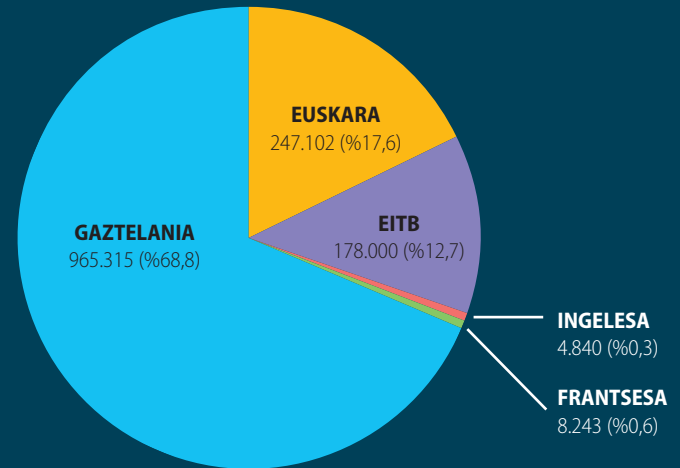
Diru publikoia banatzeko hedabideen irismena irizpide gisa hartuz gero, Noticias de Gipuzkoa egunkariaren kasuak hainbat zalantza jartzen du mahai gainean. 2013an egunero bataz beste 5.411 aleren salmenta aitortu zion OJD-k eta 2016an 4.291 alekoa. Salmenta horrekin jaso duen diru kopuruak agerian uzten du partiketa ez dela era proportzionalan egiten: *El Diario Vasco*k 2017an 399.075 euro jaso ditu 48.949 ale salduta (2016ko datua), eta *Noticias de Gipuzko*ak 4.291 alerekin 166.219 euro eskuratu baititu.

Espainiako CIS soziologia ikerketa zentroak emandako 2016ko datuek ere hala berresten dute. *Garari* bataz beste egunero 35.000 irakurle kalkulatu dizkio eta ondoren dator *Berria*, 29.000 irakurlerekin; *Noticias de Gipuzkoa* egunkariaren irakurleak 26.000 dira CISen arabera 2016an. Beste era batera esanda, *Noticias de Gipuzko*ak jaso duen dirua, gehien bat, irismenak justifikatzen badu, banaketa proportzionala eginez, *Gara* eta *Berria* egunkariak egun jasotzen dutena baino hamarnaka milaka euro gehiago jaso behar lukete.

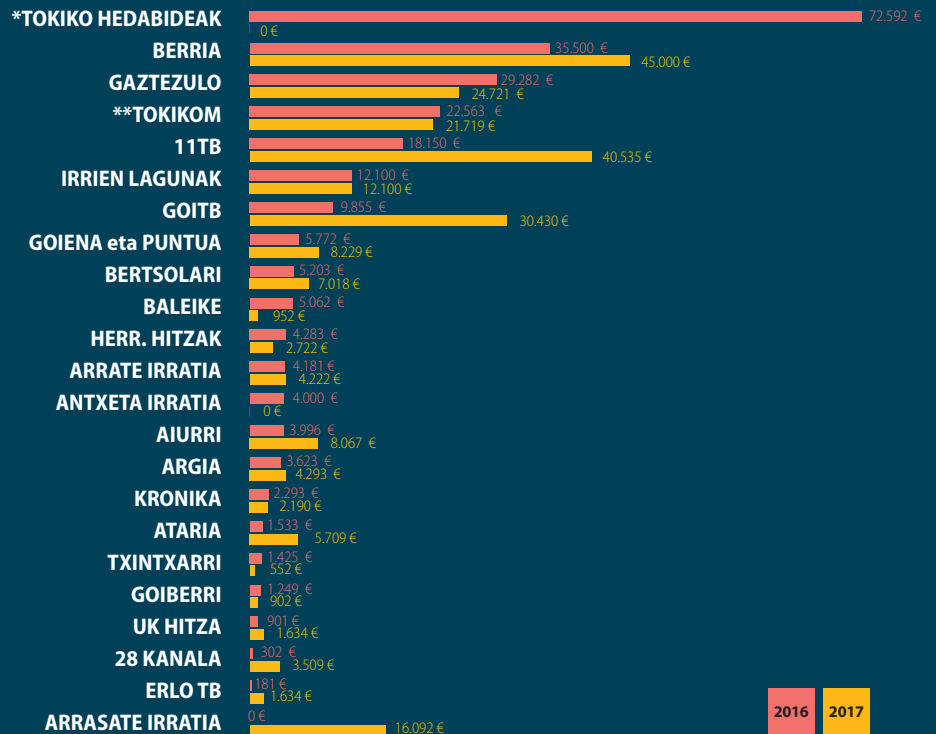
CISen datuek agerian utzi dute Noticias taldeko Onda Vasca jasotako publizitatea eta "irismena"-ren arteko arrakala ere. Erakunde horren arabera, 2016an Gipuzkoan gehien entzundako irratien artean bederatzigarrena izan zen Onda Vasca. 2017an banatutako publizitateari dagokionez, aldiz, Onda Vasca diru gehiago jaso du Onda Cero edo Cadena 100 kateek baino, bi aipatzearen.

Gipuzkoako Foru Aldundiak emandako datuetan publizitate gastuak sailka agertzen dira. Diputatu Nagusiaren saila da, alde handiz, diru gehien bideratzen duena, baina gainerako sailek ere publizitate kanpainak bideratzen dituzte. Datuek erakusten dute, sailaren buru alderdi bat edo beste izateak aldatetarako dakartzala. PSE-EEren esku dauden sailetan SER katearen presentzia handiagoa da eta oro har euskarazko

HIZKUNTZEN ARABERAKO BANAKETA 2017an



EUSKARAZKO HEDABIDEEN BANAKETA



Ondorengo hedabideei 1.000 eurotik behera eman dizkie zuzenean Aldundiak 2016an eta 2017an: Barren, Noaual, Karkara, Segura Irratia, Maxixatzen, The Balde, Naturaren Ahotza, Eta Kitto eta Uztarría.

* Hedatu SL publizitate enpresaren bitartez, errenta aitorenari buruzko informazioa tokiko hedabideetan banatu zuen Aldundiak.

** Tokikom elkarteko kide diren Gipuzkoako 14 hedabideen artean banatutakoa.

GAINONTZEKO INSTITUZIOAK GEHITU BEHAR

Gipuzkoako Aldundiak publizitate eta babesletzen bidez hedabideetara bideratzen duen diru kopuru hau lagin bat besterik ez da. Argazki osoa izateko, kontutan hartu behar da gainerako instituzio publikoen publizitatek datorren dirua -irizpide berdinak erabiltzen dituzten gainerako aldundiena-, ETS moduko enpresa publiko askorena, udalena, diru publiko asko jasotzen duten zenbait enpresa, Eusko Jaurlaritzarena, eta zenbait hedabideren kasuan Espainiako Gobernuaren eta bere agindupeko erakundeena.

Hala, Euskal Herrian gehien saltzen diren egunkari, telebista eta irratiek osatzen duten enpresa-taldeek milioiak jasotzen dituzte urtero funts publikotik, agintari publikoek emandako publizitate, babesletza, lan teknikoen eta diru laguntzen bitartez herritarrek jakin gabe.

hedabideena urriagoa da gainerakoetan baino. *El Diario Vasco* sail guztietan da diru gehien jasotzen duena, alde handiz. Proporzionaltasuna?

“Beharrezkoa da arauak informaziorako eskubidea bermatzen duela eta informazio aniztasuna nahiz elkarren arteko lehiaren legea errespetatzen dituela gauzatzea”. Esaldi korapilatsu hori dio hitzez hitz Foru Arauaren hitzaurreak. Datuek erakusten dutenez, ordea, banaketan alde nabarmenak daude. 2017an hiru komunikazio-enpresak aurrekontu guztiaren %62 jaso baitute, publizitate eta babesletza instituzional guztiaren ia bi herenak: Vocentok %33 -*El Diario Vasco* eta Teledonosti-, Noticias taldeak %16 -*Noticias de Gipuzkoa* eta Onda Vasca- eta EITB-k %13. Gai nontzeko %38a 48 hedabideren artean banatu dute.

2016an ere antzekoa izan zen banaketa. Hiru talde horiek aurrekontu guz-

tiaren %61 bereganatu zuten: Vocentok %28, Noticias taldeak %18 eta EITBk %15.

Status quo indartzeko irismena

Publizitatearen banaketan hedabideen “irismen datuak” pisu erabakiorra du Aldundiarentzat. Interneten etorrerarekin, ordea, hedabideen irismen erreala kuantifikatzea oso zaila da: zeinek zenbatzen du hedabideak Whatsapp gisako sare pribatu, Twitter, Facebook edo Youtuberen bidez zenbat jenderengana heltzen diren? OJD erakunde espainiarraren datuak eta webguneetako *Google Analytics*-en estatistikak baino ez dituzte aintzat hartzen “irismena” kalkulatzeko. Beraz, hedabide batzuen indargunea diren sare sozialen zabal-kundea zenbatu gabe uzten dute erakunde publikoek. Horrez gain, hedabide bakoitzaren baliabide ekonomikoak eta iraganean egindako bidea ere ez dira

kontutan hartzen. Galdera batzuekin hobeto ulertzen da azken hau.

Diru publikoa jasotzeko, maila berean izan behar al dira multinazionalen jabetza duten hedabideak (Vocentoren kasuan adibidez, BBVA bankua da akziodun nagusia) eta jabetza langileena den komunikabideak, ARGIA kasu? Lehia desorekatua da berez, banketxe handi baten babesa daukan hedabidearen eta bere baliabideekin irauten duenaren artean. Lehenbizikoak bermatuta dauka egunero kaleratzea, inbertsoreek haien interesentzat komenigarri jotzen baldin badute. Bigarrenak aldiz, publikatzen duen zenbaki bakoitzarentzat finantzazioa lortu behar du. Erakundeek pluraltasun informatiboa babestu behar badute, zer zentzu dauka gaur egungo publizitate-politikak?

Hedabideen herentzia historikoa ere ez da kontutan hartzen dirua banatzeko orduan. Nahiz eta ezinbestekoa den

DV-KO EGURALDIAREN ORRIA BABESTEN DU ALDUNDIAK

El Diario Vasco egunkariak 2017an jaso dituen 399.075 euroen artean, eguraldiaren informazioa daraman *El Tiempo Hoy* orriaren babesletza dago. 4.800 euroko hiru ordainketa egin zizkion Aldundiak Vocentoko egunkariari, orotara 14.400 euro 2016an eta beste hainbeste 2017an.



HONDARTZETAKO INFORMAZIOA

SER irrati kateari (Radio Eibar, Radio Irun eta Radio San Sebastian batuta) 21.681 euro eman zizkion 2017an Gipuzkoako Aldundiak hondartzetako informazioa eskaintzeagatik. Onda Vasca irratian, hondartzen informazio atalaren babesletzagatik 3.025 euroko hiru ordainketa egin zituen, 9.075 euro gutzira.

egungo “irismen gaitasunak” ulertzeko. *El Diario Vasco* Gipuzkoan eta *El Correo* Bizkaian eta Araban, eta azken finean, Vocentoren egunkari erregionalak Espainiako estatuko hainbat probintzian duten hegemonia eta boterea ezin dira ulertu, hedabide hauek frankismoan jokatu zuten rola eta pilatu zizuten pribilegioak kontuan izan gabe.

Irismena kalkulatzeko arazoak albo batera utzi gabe, irismena banaketarako irizpide nagusi bilakatzea bide eraginkorra da hedabideen status quoa betikotzeko, baita gaztelaniaren hegemonia ere euskararen kaltetan. Sare sozialetan hainbat hedabidek egiten duten lana ez kontuan hartuz, hainbat medio handiri egiten diete mesede, eta beste batzuei kalte.

Borondatea salgai

Hedabide askoren biziraupenerako ezinbesteko diru-sarerria ekonomikoa

da publizitatea, eta gehien bat, babesletza eta publizitate publikoa. Edozein demokraziatan oso tentuz kontrolatu beharreko eremua da botere politikoa- ren eta enpresa pribatuen arteko harreman ekonomikoa. Eta informazio askatasuna bermatu behar duten hedabideen kasuan, are gehiago. Kazetaritza kazetaritza izan dadin ezinbesteko duen independentzia –ekonomiko eta politikoa– ezbaian jar dezakeen faktorea baita.

“Dirua modu arbitrarioan banatzen baduzu borondatea erosten ari zara, informazio eskubideari kalte egiten ari zara. Adierazpen askatasuna nabarmen kaltetzen da, prentsa askatasunarekin lotuta ez badao; eta prentsa askatasuna ezin da guztiz garatu joko arau ekitatiborik gabe”. *Eldiario.es* hedabideko zuzendari Ignacio Escolar Espainiako Estatuko panorama mediatikoaz mintzo da Amnesty Internationalek antolatuta-



GEHIGARRIEN PAGOTXA

Gipuzkoako Aldundiak 2017an zortzi gehigarri argitaratu ditu babesletza kontzeptupean. Bat *Sud Ouest* egunkarian jarri zuten kultura eta turismoari buruz (1.180 euro) eta beste zazpi *El Diario Vasco*en. Merkeena Bioterrari buruzkoa izan zen 3.630 euroko kostearekin, Idiazabal gaztari buruzkoa 3.640; hortik aurrera osasunari buruzkoa 4.235, zibersegurtasunaz bat 4.950 eta beste bat 9.570 euroan. Nabarmen garestiagoak dira Ingurumen sailak lotutakoak, erraustegiaren publi-erreportajeekin: 17.545 euro kostatu zituen batek eta besteak 21.671 euro.

ko jardunaldi batzuetan. “Prentsa plurala daukagu, beren iritzi eta ikuspegiak partekatzen dituen prentsa aurki dezakete ia espainiar guztiek; baina ez daukaguna da jokozelai justurik prentsa-rentzat”, zioen. *Eldiario.es*-en 2017ko iraileko kronikan jaso zuten, “aktore politiko eta ekonomikoek informazioaren gainean duten kontrolari erreferentzia eginez adierazi zuen hori. Zehazki, esaldi horrekin publizitate instituzionalari egiten zion erreferentzia, irizpide arbitrario eta opakuekin egiten den diru publikoaren banaketari”.

Arlo honetan Euskal Herrian oraindik bide luzea dago egiteko. Publizitatearen banaketari lotutako gardentasun faltari irizpideen zehaztasunik eza gehitu behar diogu. Bi gaiak dira erraz konpontzekoak, alderdi politikoen aldetik borondatea baldin badago eta hedabideok diru publikoaren erabileraz gertuko jarraipe- na eskaintzen badiegu herritarrei. ■