

JAURLARITZAREN PUBLIZITATE BANAKETA

Botere mediatikoak eskuindarra eta erdalduna izaten jarrai dezan

Euskal Herriko erakunde publikoek urtero milioiak banatzen dituzte hedabideen artean, instituzioen publizitatea zabaltzearen edo hedabideen ekimenak babestearen truke. Oro har, datu publiko horien gardentasun ezak zaildu egiten du argazki osoaren jabe egitea, baina zorionez, tresna informatiko berri bati esker, Jaurlaritzaren azken bost urteotako banaketa aztertu dugu. Emaitza ohikoa da: Vocento, Noticias eta Prisa taldeko hedabideentzat pastelaren %80, nagusiki gaztelaniaz direnei %93, euskarazkoontzat %7 eta ARGIAri %0,3.

 AXIER LOPEZ

Komunikabideen gaineko boterea beti izan da gobernu gehienek obsesioa. Helburu hori lortzeko bideetako bat publizitate instituzionala da. Hedabideei diru publikoz egindako ordainketa horien opakutasuna eta arbitrariotasuna nagusi dira Mendebaldeko herrialdeetan, eta Euskal Herrian ere ez gara salbuespena.

Araba, Bizkaia eta Gipuzkoari dagokienez, askotan salatu dugu orriotan Jaurlaritzak, hiru aldundiek eta hiriburuetako udalek nola baliatzen duten publizitate instituzionala botere mediatikoa bare mantentzeko.

Publizitaterako erabilitako milioiak hedabideetara bideratzea oso kontu delikatua da, batez ere gardentasuna ez bada bermatzen. Azken urteotan hainbatetan salatu dugunez, diru publikoarekin hedabide batzuk saritzen ditu Jaurlaritzak, nagusiki bankuen eta nazioarteko inbertsio funtsen menpeko hedabide eskuindar erdaldunak, Vocento buru. Eta jakina, banaketa desorekatu horrek beste hedabide batzuk, tartean independenteak, zigortzen ditu. ARGIA da kasu nabarmenetakoa.

2017an banaketa hori publikoki azaldu eta argitara atera genuen ARGIA-n. Lan korapilatsua eta neketsua

izan zen, Jaurlaritzak oso formatu opako eta aldrebasean zabaltzen dituelako hedabideen kontratazioak, informazioa publiko eta sentibera izanik ere. Hala salatu du hainbatetan Parlamentuko oposizioak –EH Bilduk eta Elkarrekin Podemosek– eta neurriak eskatu ditu. Orain, zorionez, sektore publikoan gardentasunaren aldeko ekintzaile Jaime Gómez-Obregón adituak egin duen tresna bati esker, 2018 eta 2022 urte arteko publizitate kanpainen eta haien ordainketen inguruan informazio xeheagoa dugu esku artean.

GEHIAGO AGIAN, GUTXIAGO EZ

Jaurlaritzaren publizitate banaketari buruzko azken bost urteotako memoriaren barrenek ikusgai jarri ditu Gómez-Obregón-ek gobernovasco.marketing webgunean. Horren emaitzak dira erreportaje honetako grafiketan ikusgai daudenak. ARGIA-n datu batzuk kontrastatu ditugu eta oro har ikusi dugu hedabide nagusiek jasotako dirua ere gehiago dela, baina edonola ere, Gómez-Obregón-en tresnak bermatzen du hedabideek jasotako diru kopuru horiek ziurrak direla; hau da, kasu batzuetan agian kopuruak handiagoak izan litezke, baina inola ere ez txikiagoak. Grafike-

tan dauden zifrak jaso dituzte gutxienez hedabideek. Baina batez ere tresna horrek aukera ematen digu Jaurlaritzak publizitatearen bitartez sustatzen duen ekosistema mediatikoaren argazki osoa ikusteko.

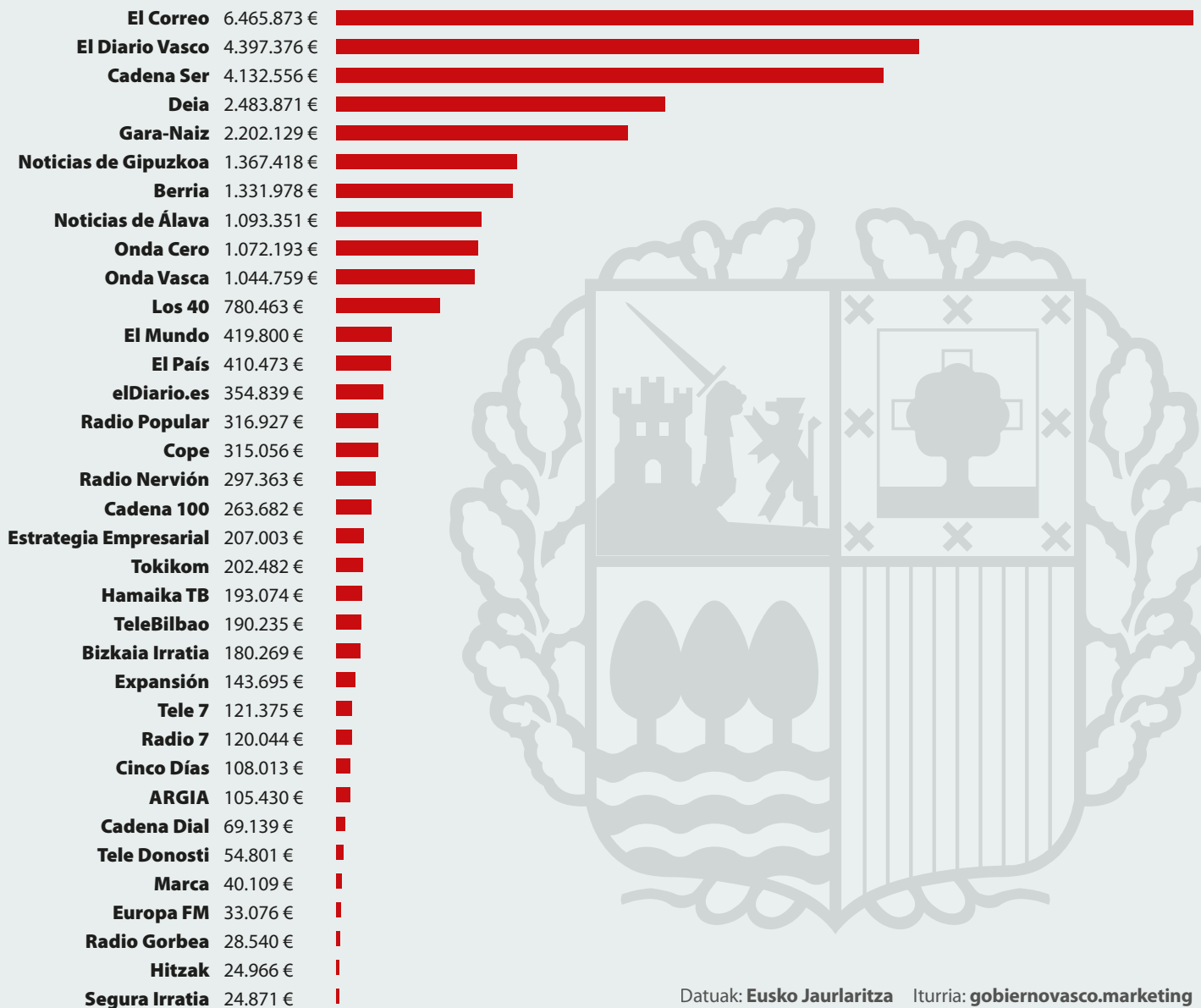
PASTELAREN ERDIA HIRU HEDABIDERENTZAT

2018 eta 2022 urte arteko epean Jaurlaritzak egindako 1.351 publizitate kanpainen ia erdia (665) *El Correo* eta bere doako gehigarrietan jarri du eta horren truke ia sei milioi eta erdi euro ordaindu dizkio. Vocentokoa ere baden *El Diario Vasco* –berak kudeatzen dituen Donostiako autobusen DVBus barne– 517 kanpaina eta ia lau milioi eta erdi euro jaso ditu. Prisako Ser irrati katearentzat 388 kanpaina eta lau milioi euro baino gehiago. Orotara, hiru hedabide handi horiek jaso dute gainerako hedabide guztien artean banatutako diru kopuru bera.

Korporazioen arabera banatuta, EITB talde publikoko hedabideak dira diru gehien jaso dutenak, 15 milioi inguru. Haren atzetik, Vocento-Cope-Cadena 100 (aliantza estrategikoa dute sinatuta) taldea dago: 11 milioi eta erdi inguru. Ondoren, Noticias taldea osatzen duten *Deia*, *Noticias de Gipuzkoa*, *Noticias de Alava*,

Publizitate eta babesletza instituzionalaren banaketa

Epea: 2018-2022

Datuak: Eusko Jaurlaritzak Iturria: gobiernovasco.marketing

Onda Vasca eta Herri Irratia daude: sei milioi eurotik gora jaso dituzte. Laugarren tokian, Prisa taldea: *El País*, Cadena Ser, Los 40 eta Cadena Dial. Hauek bost milioi eta erdi euro baino gehiago poltsikoratu dituzte. Hurrengoa zerrendan *Gara-Naiz* taldea litzateke, baina aurrekoek jasotako kopurutik urrun, bi milioi pasa euroekin bost urtean.

ARGIA BERRIZ ERE BAZTERTUA

2017ko publizitate banaketa bidegabeaz informatu genuenean ondokoa

esan genuen: “ARGIAren zutabe eta sustengu ekonomiko nagusia gure komunitatea osatzen duten milaka lagunak dira. Herritar horiek, ARGIAk bezalaxe, hemen ordaintzen dituzte zergak, baina Jaurlaritzaren publizitate banaketak diskriminatu egiten ditu”. Sei urte pasa dira eta hitz berberak errepikatuko ditugu, datuek erakutsi digutenez.

ARGIAko irakurleek azken bost urteotan Jaurlaritzaren 69 publizitate kanpainaren berri baino ez dute izan.

100.000 euro inguru jaso dugu trukean. *Expansión*, *Tele7*, *Radio7*, *Cinco Días*, *TeleBilbao* eta *Bizkaia Irratia* he-dabideen azpitik, batzuk aipatzearen. Jaurlaritzak publizitate bitartez ARGIAra bost urtean bideratutako diru kopuru ia berdina eman dio *El Correo*-ri publizitate kanpaina bakar batean: 103.203 euro *Basque Green Deal* ize-nekoa zabaltzearen truke, “2030erako Europako klima-aldaketaren aurkako helburuak lortzearen garrantziaz sensibilizatzeke”.

EUSKALDUNAK GAZTELANIAZ INFORMATZERA BULTZATZEN DITU JAURLARITZAK

EITB talde publiko elebiduna kenduta, Eusko Jaurlaritzak 2018-2022 bost urteko epean publizitate eta babesletza bidez diruaren %93 gaztelaniaz edo nagusiki gaztelaniaz aritzen diren hedabideei eman die. Euskarazkoentzat gainerako %7 bideratu du.

Euskal hedabideen multzoan, *Berria* euskarazko egunkari nazional bakarrak jaso ditu ia bi herenak: 1.331.000 euro. Tokikomeko hedabideek 200.000 euro pasa jaso dituzte, Hamaika Telebistaren kopurutik gertu. 180.000 bat euro Bizkaia Irratiarentzat izan dira. ARGIAk, esan bezala, 105.430 euro.

Agerikoa da Jaurlaritzaren apustua gaztelaniazko hedabideen aldekoa dela. Konparaziorako, *Deia* egunkariak jaso du euskarazko hedabide guztiak batuta baino diru gehiago. Cadena Serrek euskarazko guztiak batuta halako bi, eta *El Correo*k bakarrik hiru halako baino gehiago.

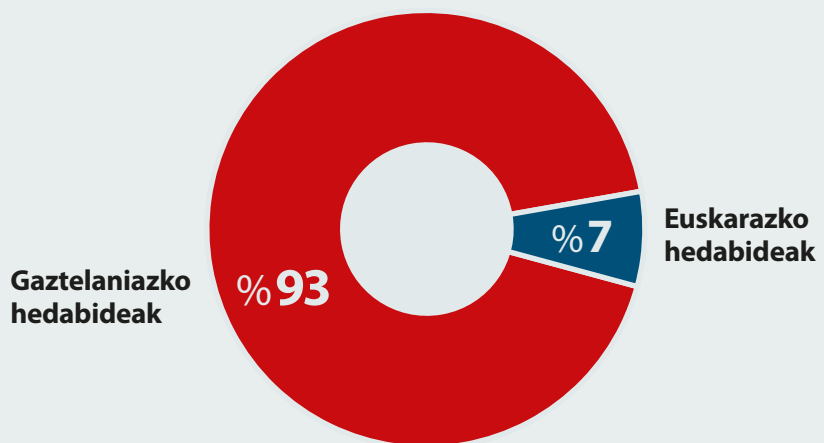
Gaztelaniaren aldeko apustua ez da horretan bakarrik geratzen agerian. EITB hedabide publikoaren barruan ere gaztelaniazko kateen alde egin du Jaurlaritzak. Adibidez, Euskadi Irratia eta Gaztea irratientzat 2.133.000 euro bideratu ditu eta Radio Euskadi eta Radio Vitoriarentzat, aldiz, 3.125.000 euro, milioi bat gehiago.

Beste adibide bat: euskarazko hedabideetan ia adina inbertitu du Jaurlaritzak multinazionalen menpeko sare sozialetan (Twitter, Google, Facebook...).

EUSKARAZKO HEDABIDEOK OMEN GARA "SUBENTZIONATUAK"

Batzuetan nahasmena sortzen denez, komeni da argitzea. Erreportaje honetan Jaurlaritzak hedabideetan jartzen duen publizitate instituzionalaz ari gara. Ez gara ari euskara sustatzeagatik euskarazko komunikabideek jasotzen duten diru-laguntzaz. "Baina euskarazko hedabideek ere dirua jasotzen duzue", entzun izan dugu, bata bestea konpentsatuko balu bezala. Eta ez da hala. Horren harira, euskarazko hedabideei noiz edo noiz maltzurki egozten zaie "diru publikoak puztuak" izatea; euskararen normalizazioaren bidean hedabideek euskara sustatzeko betetzen duten funtzio publikoaren ordainetan instituzioetatik urtero jasotzen duten dirua dela-eta. Publizitate instituzionalaren bidez, ordea, euskarazko diru-laguntzen bidez baino

Banaketa hedabideen hizkuntzaren arabera



Oharra: Eitb talde publikoa kanpo utzita.

askoz diru gehiago banatzen dute erdaraz ari diren hedabideen artean, irizpide gardenik gabe.

Adibide baten bitartez azalduko dugu. ARGIAk 2022an 526.646 euro jaso ditu euskararen normalizazioan egiten duen lana sustatzeko. Horri gehitzen badizkiogu Hazitekek emandako 10.510 euroko diru-laguntza, eta publizitate instituzionala argitaratzearen truke urte horretan Jaurlaritzatik jaso ditugun 24.097 euroak eta Gipuzkoako Aldunditik 9.135 euroak, emaitza 570.000 euro ingurukoa da. *El Diario Vasco*ri, aldiz, publizitate instituzional bidez, 883.795€ eman dizkio 2022an. Horri gehitu behar zaio gaztelaniaz aritzen diren hedabideei, *El Diario Vasco* barne, euskaraz artikulatu batzuk idazteagatik emandako dirua, Gipuzkoako Aldundiak publizitatearen truke urtero ematen diona (2017an 399.075 euro izan ziren) eta Donostiako Udalarena (2021ean 99.979 euro izan ziren), beste batzuen artean. Baina ez hori bakarrik, 2021ean eta 2022an COVID-19aren pandemiak eragindako kalteen izenean hedabide batzuei Jaurlaritzak ez-ohiko diru-laguntzak banatu zizkien: bost milioi 2021ean eta sei milioi 2022an. Banaketa horretan ia erabat kanpo utzi zituzten euskarazko hedabideak. 2021ekoan, diruaren %93,6 gaztelaniazkoentzat izan zen eta %6,6 euskarazkoentzat. Adibiderik gordinena: Vocento taldeari (*El Correo* eta *El Diario Vasco*) 5.015.695 euro oparitu zizkioten eta ARGIAri zentimo bat bera ere ez.

Beraz, hedabide guztiak jasotzen dute diru publikoa, baina euskarazkoek, dena

azken zentimoraino justifikatu beharraz gain, "subentzionatuak izatearen zama" faltsua jartzen saiatzen dira sektore euskararazkoak. Aldiz, gaztelaniazko hedabideek orotara diru publiko askoz gehiago jasotzeaz gain, boteretik gertuen dauden komunikabide hauen bideragarritasun ekonomikoaren sostengu nagusia dira instituzioak, eta horrek boterearekiko bezerokeria harremanak dakartza, behin baino gehiagotan erakutsi dutenez.

LEGEAREN LAUSOA LAGUN

Arabara, Bizkaian eta Gipuzkoan publizitate instituzionalaren erabilera arautzen duen legea 2010ekoa da, Patxi López lehendakari zenekoa. Honela dio: "Zalantzarik gabe, gizartean eragina duen jarduera denez, eta eduki oso sentikorak direnez, beharrezkoa da berau garatu behar den eremua argi eta garbi ezarriko duen lege bat [...] herritar guztiak informazioa eskura izatea bermatuko duena".

Baina lege horrek ez du zehazten horrelako lege mota batetik espero den puntu nagusietako bat: publizitate instituzionalaren pastela hedabideen artean banatzeko irizpideak. EAEko legeak ondokoa baino ez du zehazten: "Eskaintza ekonomiko onuragarriena" aukeratu dela (9. artikulua) eta "kanpainaren eraginkortasuna eta efizientzia" lehenetsiko dituztela. Hau da, oso irizpide lausoak dira.

Are gehiago, legeak ez du behartzen banaketa hori erakunde independente batek egiaztatzea eta gardentasun-ariaketa bakarra gobernuak urtero Legebiltzarrerara bidali behar duen PDFa da. Gai-

Banaketa enpresa taldeen arabera

Eitb	14.923.764 €
Vocento + Cope + Cadena 100	11.444.887 €
Noticias	6.317.993 €
Prisa	5.500.644 €
Gara-Naiz	2.202.129 €
Berria	1.356.944 €
Grupo Planeta - Atresmedia	1.112.629 €
Unidad Editorial	603.604 €
Nervión taldea	592.934 €
...	
ARGIA	105.430 €

nera dokumentu horiek oso kritikatuak izan dira beren akats kopuruagatik, irizpide bateraturik ez izateagatik, datuen kalitate eskasagatik, kanpainetan inbertitutako diruaren eta eraginkortasunaren arteko balorazio ezagatik... Milioika euro publiko irizpide lausoen arabera banatzen dituzte, kontrol independenterik gabe eta datuak eskainita gardenetasuna eta analisi orokorra egitea bermatzen ez dituen formatu batean.

Banaketa partzial horrek jasotako kritiken aurrean, Eusko Jaurlaritzak "hedabideen irismena" aipatu izan du irizpide nagusi eta bakar gisa behin baino gehiagotan. Eta horretarako, nahiz eta ez dagoen inon hala jasota, CIES enpresak egiten dituen zenbaketak kontuan hartzen dituzte erreferentzia gisa. Hala adierazi zuten, adibidez, "COVID-19aren ondorioak arintzeko" zenbait hedabideri emaniko "ezohiko laguntzen" banaketa desorekatua justifikatzeko.

IRISMENA BAI, BAINA SOILIK KOMENI DENEAN

Beraz, audientzia da irizpidea dirua banatzeko. Baina, hala al da beti? *Deiak* jasotakoa aztertuko dugu. Jaurlaritzan agintzen duen alderditik ideologikoki gertuen dagoen hedabidea da 2018 eta 2022 artean diru gehien jaso duen laugarren hedabidea: bi milioi eta erdi euro.

Deia egunkariari urtetik urtera diru gehiago eman dio Jaurlaritzak publizitate bidez: 2018an 373.026 euro eta 2022an 565.795 euro. Hau da, bost ur-

tean %34ko igoera. Oso hedabide gutxik gozatu du horrelako diru igoeraz.

Zabalpenari begiratuz gero, ordea, joera guztiz kontrakoa da. Jaurlaritzak hedabideen irismena sailkatzeko baliatzen duen CIES enpresaren neurketen arabera, *Deiak* 2018tik 2022ra irakurleen %38 galdu ditu paperean. 2018an 79.000 irakurle zituen eta 2022an 49.000. Konparaziorako, 2022an CIESeK ARGIAri 52.000 irakurle esleitu dizkio EAEn. Datu antzekoak izanik ere, *Deiak* iaz 565.795 euro jaso ditu Jaurlaritzaren publizitateak, eta ARGIAk 24.097. Internet-en izandako igoerak ez luke igoera hori justifikatuko, igoera hori orokorra delako hedabide guztietan.

Eta ez dezagun ahaztu: Jaurlaritzako Kultura eta Hizkuntza Politika sailburu Bingen Zupiriak 2012tik 2016ra arte zuzendu zuen egunkari hori krisi ekonomiko beteian izan da. Azken urteotan *Deia*-ko langile batzordeak askotan salatu du bizi duten "egoera jasanazina", soldata jaitsierak eta kaleratzeak tarteko.

STATUS QUOA INDARTZEKO

Interneten etorrerarekin hedabideen irismen erreala kuantifikatzea zaila izateaz gain, irismena irizpide bakartzat hartzeak zirkulu biziaria sortzen du. Irakurle/entzule/ikusle gehien duten hedabideei txikiagoei baino askoz diru gehiago emanda, handiak handi izaten jarraituko du eta bazterrekoak bazterrean. Ahaztu gabe, urtez urte datuek erakusten dutena: gaztelaniaren hegemonia betikotzen laguntzen du irizpide horrek, euskararen kaltetan.

Banaketaren joera nagusia urtez urte errepikatzen dela ikusita, aurretik sumatzen genuena orain argiago esan dezakegu: publizitatearen banaketa ez bidezkoaren bitartez, Eusko Jaurlaritzak hedabideen ekosistema baldintzatzen du urtez urte, haren interesen arabera.

ETA ORDUAN, ZER?

Aldaketa oro norberetik hasten da, eta gai honetan hedabideek ere erantzukizun handia dugu, ia inork ez baitu gai honi buruz hitz egiten eta inork ez baititu bere datuak argitaratzen. Batzuek agian jasotzen duten diru apurra galtzeko beldurra dutelako, eta beste batzuek, jakina, opakutasuna onuragarri zaielako eta diru partiketa alde dutelako. Instituzioei erantzukizuna kendu gabe, hedabideok agian, etsenplu izan beharko genuke, gardenago jokatu eta sektore publikotik jasotako diru-sarrerak argitaratu, are gehiago botere politikoarekiko menpekotasun lotsagabearen ondorioz, komunikabide nagusien sinesgarritasuna oso hondatuta dagoen garaiotan.

Irismena irizpide bakartzat hartzea bateraezina da erakunde publiko orok sustatu behar duen aniztasunarekin. Horrela informaziorako eskubidea merkatuaren eta kapitalaren "borondatearen" esku uzten ari dira. Telebista piztea besterik ez dago ikusteko zein "aniztasun" kultural eta politiko mota eskaintzen duen merkatuak esku-hartze publikorik gabe.

Ez al litzateke interesgarria izango diru kopuruetan gehieneko mugak ezartzea talde handientzat? Eta irismenaz gain beste neurgailu batzuk kontuan hartzea publizitatea orekatzeko? Adibidez, ondoko aldagai sozialak sartuz: hedabidearen gardentasun-maila, kooperatibismoaren sustapena, langileen baldintzak, komunikabidearen independentzia maila, kontu deontologikoen bermea... Ala normala egiten al zaigu maila berean saritzea multinazionalen jabetza duten hedabideak eta langileak jabe diren komunikabideak?

Politika feministetan diskriminazio positiborako arauak nagusitzen dira, pribilegiatuen eta diskriminatuen arteko desberdintasun historikoak arintze aldera. Politika fiskal justuetan gehiago ordaintzen du gehiago duenak, banaketa bidezkoagoa egiteko. Baina publizitate instituzionalaren gaiari dagokionez, guztiz kontrakoa gertatzen da. Hain zuzen, diru gehien dutenei ematen die diru gehien Jaurlaritzak. Ezer alda ez dadin. ●



Datuak zabaltzen dituzte aho txikiarekin, gardena izatea beste gauza bat da

Jaime Gómez-Obregón

Jaime Gómez-Obregón ingeniariak oso tresna baliagarria sortu du Jaurlaritzaren diru publikoaren erabileraz gehiago jakiteko. 2018tik 2022ra erakunde horrek hedabideen artean banatu dituen publizitate kanpaina guztien datuak prozesatu, aletu eta era ulergarrian eskuragarri jarri ditu gobiernovasco.marketing webgunean. Software librea erabili du eta kode irekian eskaini. Alegia, erakunde publikoek egin beharko luketena –eta egun egiten ez dutena– egin du.

 AXIER LOPEZ

Zer egiten du kantabriar batek Eusko Jaurlaritzako paperen artean?

Ni Kantabrian bizi naiz, baina gardentasunaren gaiak ez du mugarik. Hekimen euskal hedabideen elkarreak erakunde gardentasunari buruzko nire aurreko proiektu bati buruz hitz egitera gonbidatu ninduen. Eta orduan, zuekin, komunikabideekin eta kazetariekin, hitz eginda sortu zen publizitate instituzionalaren banaketaren gaiari heltzeko ideia. Erronka bihurtu zen niretzat, erantzukizun sozialari lotua, erakunde opakutasun horiek ikusarazi nahi ditudalako.

Publizitate eta komunikazio instituzionalari buruzko 6/2010 Legeak arautzen du gai hori EAEn. Nola betetzen dute lege hori?

Eusko Jaurlaritzak Legebiltzarrerara urtero bidaltzen du aurreko urteko memoria eta ondoren, Legebiltzarrak argitaratzen du. Egia esan, memoria batzuk ez daude beren webgunean eta beste bide batzuetatik lortu behar izan ditut, informazio publikoa izan arren.

2010eko lege hori oso modu irekian eta zehazkabean idatzita dago. Funtsean, paperak eskaneatu, 150 orrialde baino

gehiagoko PDF bat sortu eta diputatuei e-postaz bidaltzen diete. Egin dezaketen gutxienekoa da.

Legeak gardena izatea eta gobernuak datuak argitaratzea besterik ez du eskatzen. Datuak zabaltzen dituzte bai, baina aho txikiarekin. Gardena izatea beste gauza bat da.

Urtean PDF bat zabaltzea gardentasuna al da?

Jaurlaritzak argitaratzen dituen PDFak ez daude datu-base batean oinarrituta, akats dezente dituzte eta eskuz eginda daudela nabari da. Egia esan, 2023an horrelako datuak PDF makur [“retorcido” darabil berak gaztelaniaz] horietan argitaratzea oso *kutrea* da. Tresna hau sortu dugu, hain zuzen ere, datu korapilatsu horien gainean argia jartzeko. Areago, iruditzen zait Eusko Jaurlaritzak berak ere ez dituela datuak gure tresnak ematen dituen moduan. Ez, behintzat, modu analitikoan egituratuta.

Gure tresna hobekuntzarako proposamen gisa ulertzea gustatuko litzaidake. Ea balio duen politikariak pilak jartzeko, baita hedabideek ere, eta datu horiek hobeto erabil ditzazuen. Lan ho-

nek ez du zerikusirik kolore politiko batekin edo bestearekin. Webgunean ez dut iritzirik ematen diruaren banaketari buruz, hori ez dagokit niri.

Milioika euro publikoren erabilerari buruzko memoriak hain akats zakarrekin argitaratzea, ez dirudi oso serioa denik.

“Datuen kalitatea” nahiko baxua da. Batzuetan gaizki eginda daude, maitasun eta interes handirik gabe. Adibidez, NDARI esleitutako publizitate-kanpaina bat aurkitzen dudanean, nik ez dut zertan jakin zer esan nahi duten sigla horiek. Ondoren, gehiago irakurri eta galdetu ondoren, konturatzen zara *Noticias de Álava* egunkariari ari direla. Edo, zentzu berean, batzuetan *Los 40* erabiltzen dute, beste batzuetan *Principales*, beste batzuetan *berrogei katea*, edo *40* besterik gabe. Hamaika Telebistaren kasuan ere, ez dakit zenbat era ezberdinetan idatzi duten: *11TB*, *11 telebista*, *amaika*, *hamai-ka telebista*... Mota horretako akats asko eta askotarikoak daude.

Baina akats zakarragoak ere badaude. Dirudienez, memoriak lehenik gaztelaniaz idazten dituzte eta gero euskarara



itzultzen dituzte. Eta ulertzen ez dudan arrazoiengatik, hitzen bilaketak egiten dituzte eta zuzenean dagokien euskarazko hitzekin ordezkatzan dituzte. Beraz, y letra agertzen denean, "eta" jartzen dute. Eta horrela, *Etaoutube* izeneko hedabide batekin egin nuen topo, Youtube behar-rean. Edo *Entremayores* hedabidea *Entremaetaores* jarri dute.

Gizakiek egindako akatsak dira, baina jatorrizko datuen kalitate txarra erakusten dute, eta Eusko Jaurlaritzan datu horiek guztiak biltzeko eta tratatzeko barne-prozedurak *kutre* xamarrek direla.

Ematen du ez dituela inork irakurtzen memoria horiek.

Bai, hori da tristeena. Bestela askoz lehenago aurkituko genituen horrelako akatsak. Zenbat txosten eta memoria egin eta banatuko ote dituzte gobernuek, legeak "hala dioelako", gero inork ere begiratzen ez dituenak?

Kasualitatea, kausalitatea, inertzia...?

Arazoaren zati bat konpontzen saiatu naiz, tresna publiko, aske eta kode irekiko sortuz, informazio hori egituratzeko eta aztertzeko. Zu egiten ari zaren bezala, eta, gainera, uste dut lehenak eta baka-rrak zaretela, erabil dezakezue tresna horrelako galderak egiteko, baita erantzuteko ere. Garrantzitsuena diru publikoaren banaketa da, noski, baina azterketa hori gizartearen esku uzten dut.

Udaberrian ikusiko dugu gure lanak eraginik izan duen. Legearen arabera, Eusko Jaurlaritzak beste memoria bat argitaratu beharko du, 2023ko datue-

kin. Bi aukera baino ez daude. Bata, orain arte bezala argitaratzea, egindako ekarpen guztiei muzin eginez. Nire ustez, hori harrokeria litzateke hobekuntza-proposamenei kasurik ez egitea. Eta bi, Jaurlaritzak jarrera aldatzea eta memoria formatu guztiz irekian aurkeztea.

Ba al dago eredu estandarrik edo asmatu beharreko zerbait da?

Ez, dena asmatuta dago. Edozein formatu ireki eta egituratuk balio du informazio publikoa argitaratzeko. Eta zalantzarik izanez gero, guardiako informatikariarengana jo. Ez da zaila. Ni ez nintzateke sartuko teknizismoetan, Jason formatua edo datu-base egituratu erlazional bat... Ez da kontu tekniko, borondate politikoa baizik.

Ez dirudi gardentasuna erakunde publikoen lehenasunen artean dagoenik.

Gai hau kontakatuz eta ke saltzailez beteta dago. 15 urte daramatzat hitzaldi, txosten, sinposio eta abarretan parte hartzen, datu irekiak eta gardentasuna zeinen garrantzitsuak diren azaltzeko. Zuzendari nagusiak, politikariak, enpresariak... hurbildu zaizkit, eta denek baietz, ados daudela diote. Nazkatuta nago "estrategia nazionalak", "eskubide-gutunak", *powerpointak* eta apelazio abstraktuak ikusteaz, baina praktikara heltzean, oso gutxi aurreratu da azken urteotan. Hitz egin bai, baina egin ez. Hizkuntza politikoaren hipokresia da, baita gorreria ere gehienok eskatzen dugunarekiko: datu publikoek irekiak, gardenak eta eskuragarriak izan behar dute. ●

1990ean sortua



Aholkularitza zerbitzu ezberdinak eskaintzen ditugu:

- Zerga-ordainketak
- Merkataritza
- Kontabilitatea
- Legea
- Lan esparrua

Urbietan, 15. Hernani.

943 33 12 67

Brintzacom



mitxelena
MEKANIZATUAK

Eztiago Industrialdea 21, HERNANI 943 55 25 12 - 16
info@talleresmitxelena.eus www.talleresmitxelena.eus