

Euskal komunikabideak etorkizunera begira

Berrikuntza



Euskal komunikabideak berrikuntzaren bidean

XXI. mendeko gizartea eraldaketa bizian dago. Noranahi begiratuta ere, aldaketaren sakontasunaz eta garrantziaz ohartuko gara. Alor teknologikoan, sozialean, ekonomikoan, kulturalean, mugikortasunean baita harremanen alorrean ere, aldaketa sakonak gertatzen ari dira. Esan liteke mundua berpentsatzeko unean bizi garela.

Aldaketa garaiek maiz, beldurra eragiten dute, pertsonok egonkortasuna maite ohi dugu eta hura galtzeak egonezina eta noraeza sortzen ditu. Aldaketen abiadura zoratzeko modukoa da eta ondorioz, mota guztietako erakundeentzat oso zaila da aldaketen abiadura horretara egokitzea. Errealitate berri horrek mota guztietako ondorioak ditu pertsonengan. Ziurgabetasuna, egonezina, etorkizunaren inguruko zalantzak eta abar inoiz baino hedatuago daude gure artean eta horrek eragin zuzena du gure erakundeetan. Azken finean, erakundeak pertsonak osatzen dituzte eta pertsona horien pentsamoldeak erakundeari eragiten dio. Euskal komunikabideak ez dira salbuespena. Izan ere, testuinguru orokorrak erakunde guztiei eragiten badie ere, etengabeko aldaketa azkarren garai honek izugarrizko eragina du komunikabideen alorrean arrazoi desberdinengatik.

Lehenengo eta behin, esan behar da negozio ereduaren aldaketa zinez handia izan dela. Publizitateak migratu egin du hobeki segmentatzen duten aukera digital multinazionalera, edukiak kontsumitzeko era klasikoa telefono bitartezko kontsumoa ordeztzen ari da eta komunitateari dagokionez, sektorerik gazteenek edukiak kontsumitzeko ohitura desberdinak dakartzate. Errealitate honek orain arteko negozio eredua desitxuratu egin du eta ez da garbi ikusten zein izan daitekeen errealitate berri honi ongi egokituko zaion eredu berria.

Arestikoaz gain, etorkizun hurbilean aldaketaren abiadura eta sakontasuna areagotuko dela adierazten duten mezulariak ditugu. Izan ere, aldaketa teknologiko iraultzaileak iragartzen zaizkigu euskal hedabideen alorrean, are aldaketa gehiago ekarriko dutenak. 5G sistemaren hedapena edo itzultzaile neuronalaren aplikazioa dira, besteak beste, diogunaren adibide garbiak. Gaineratu beharko genuke oraindik bukatu ez den pandemiaren ondorioetako bat aldaketa prozesuak azkartzea izan dela.

Aurrean dugun errealitateak argi adierazten digu komunikazio eredu bat ahultzen ari dela eta era berean, eredu desberdin baten sorrera ageri zaigu. Ez du merezi saihestezina denaren kontra matxinatzeak, askoz ere eraginkorragoa da garai berrira egokitzeko ahaleginak egitea. Mehatxu itxuraz agertzen zaigun hori aukera bihurtzea da gakoa.

Aukerak, gauzak hobeki egiteko, eraginkorragoak izateko, gizarte hobeago bat lortzeko, justuagoa. Horren aldeko apustua egin dute euskal komunikabideek.

Beraz, Euskal komunikabideek jakin badakite garai berrietara egokitu behar dutela, arriskuak aukera bihurtu behar dituztela, haien funtzio soziala eta kulturala eraginkortasun handiagoz bete behar dutela. Euskal komunikabideek badakite Euskal Herriaren garapen kulturalaren eta sozialaren bidean ezinbesteko oinarria direla eta horrek sortzen duen arduratik sektorea eraldaketarako bidean pausoak ematen ari da.

Automozioaren kasuan bezala, ibilgailu elektrikoaren aldeko apustua eginez edo energiaren alorrean bezala, energia berriztagarrien alde eginez, euskal komunikabideok ere badugu gure ibilgailua edo haize errota. Badugu lortu beharreko etorkizuneko eredua, sortzen ari den gizarte berrian eskatzen den komunikabidea eskaini ahal izateko bermoldaketa prozesu betean gaude. Gure kasuan, automozioaren edo energiaren adibideetan bezala, hiru elementu garrantzitsu behar dira eraldaketa prozesua portu onera eramateko:

1.- Sektorearen erabateko inplikazioa berrikuntzaren bidean horixe baita gakoa eraldaketa burutzeko. Euskal komunikabideak dira bermoldaketaren protagonista nagusiak. Berrikuntza teknologikoa bai, baina ez bakarrik horretan, berrikuntza ezinbestekoa da negozio ereduetan, berrikuntza hartzaileen ezagutzan, berrikuntza lan harremanetan, berrikuntza edukiak eskaintzeko moduetan, berrikuntza formakuntza ereduetan. Alegia, gure izana sakon eraldatzea ahalbidetuko duen berrikuntzaz ari gara, osoa, integrala. Hau da, kuskua hautsi eta tximeleta sortzeaz ari gara.

2.- Administrazioen inplikazioaz egin behar den prozesu bati buruz ari gara. Inplikazioa esan dugu baina, agian, konplizitateaz hitz egin beharko genuke. Euskal komunikabide indartsu eta eraginkorrak edukitzea helburu soziala da, kolektiboa. Aniztasuna bermatzeko, balore demokratikoak ez galtzeko, kultura eta hizkuntza egoki garatzeko, azken finean, herrigintzan aurrera egiteko funtsezkoak dira euskal komunikabideak eta beren funtzio soziala ukaezina. Administrazioek lagundu behar dute kotxe elektrikoa edo energia berriztagarriak laguntzen diren intentsitate berdinarekin eraldaketa sozial osoaren parte garrantzitsua baitira euskal komunikabideak.

Administrazioek jakin beharko lukete euskal hedabideen bermoldaketan inbertitu ezean, komunikazio talde indartsu eta interesdunak izango direla komunikazioaren erabateko kontrola hartuko dutenak. Lau pertsonen eskuetan dauden komunikazio talde horiek jaun

eta jabe izango dira gure herrian kalte handia eginez iritzi aniztasunari, gure kultura eta hizkuntzari eta informazio eskubideari. Administrazioek euskal hedabideen bermoldaketan inbertituz balio demokratikoak, kultura eta hizkuntzaren garapena eta iritzi aniztasuna bermatzen dituzte.

3.- Azkenik, aldaketa sakon orok jendartearen aldeotasuna eta inplikazioa eskatzen du. Nola sustatu kotxe elektrikoa gero inork erosten ez badu? Zertarako energia berriztagarriak ez badugu kontsumo egokia sustatzen? Komunikabideen aldeko etengabeko sustapen lana egitea ezinbestekoa da, euskal komunikabideen inguruan komunitatearen trinkotzea lortzeko beren balio sozial eta kulturala azpimarratu behar dira. Ez da nahikoa egokitzea, egokitzapenaren ahalegina balioan jarri behar da. Zorionez eta harrotasunez esan dezakegu orain arte, bederen, komunitate trinkoa eta fidela izan dela euskal komunikabideek izan duten sostengurik sendoena.

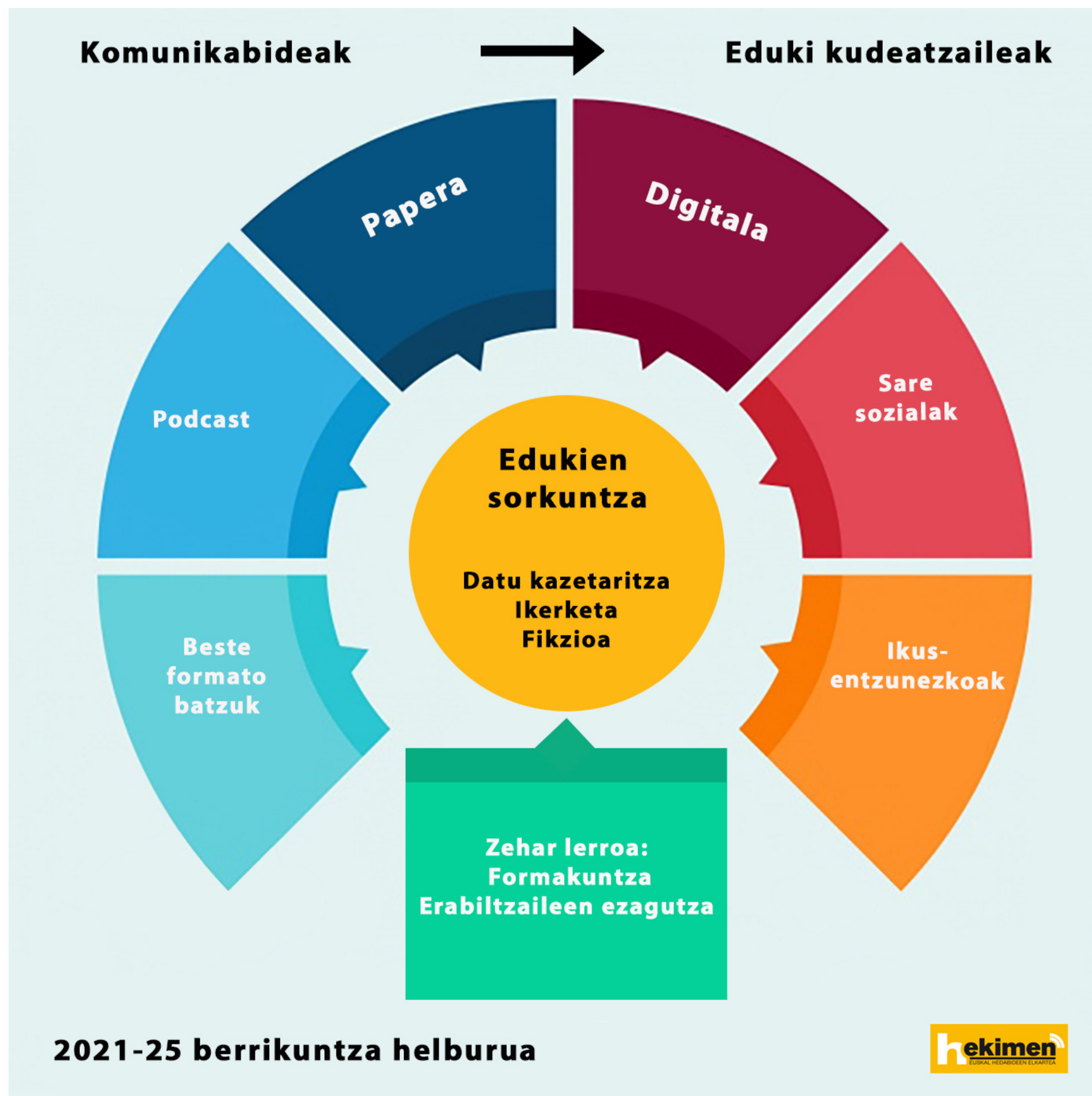
Baina zein da gure eraldaketa prozesuaren helburua? Nola definitzen da erraz ulertzeko moduan zein den gure ibilgailu elektrikoa edo haize errota? Hona hemen:

Komunikabideen bihotza, mamia, izateko arrazoia edukien sorkuntza da. Kalitatezko edukiak, kontrastatuak, iturri anitzak eta bermatuak erabiltzen dituen komunikabidea da izen hori merezi duen bakarra. Euskal komunikabideak hori dira. Hala ere, badira teknologiaren eskutik datozkigun berrikuntzak gurera ekarri behar ditugunak. Datu kazetaritza, algoritmoen erabilera, ikerketa kazetaritza edo fikzioa dira diogunaren adibideak. Etorkizuneko komunikabide modernoek tresna horiek erabili beharko dituzte Euskal Herriko gizarteari eredu komunikatibo sendo eta eragingarria eskainiko badiogu.

Bestalde, arestikoarekin lotuz, garrantzi handia duten bi zehar lerrotan inbertitzea garrantzi handikoa da. Izan ere, formakuntza egokitua eskaintzea eta erabiltzaileen ezagutza sakona lortzea sahiestu ezinezko zereginak dira.

Azkenik, esan beharra dago, edukiak sortzea ez dela nahikoa. Sortzea bezain garrantzitsua edukiak hedatzea da eta hori da, ziur aski, gehien aldatzen ari dena. Edukiak euskarri bakarrean edo nagusiki euskarri bakarrean eskaintzen dituen komunikabideak ez du etorkizun askorik izango ate joka dugun errealitate berrian. Ideia zurrun eta zaharkitu horrekin hautsi eta edukiak plataforma anitzetan kudeatzen dituzten komunikabideak sortzen ari dira. Guk ere, edukiak bide anitzetan hedatuko dituzten komunikabideak nahi ditugu, edukiak plataformetara egokituz. Oro har, euskarazko komunikabideak, ahaleginak egiten ari badira ere handiak dira inbertsio beharrak alor horretan eta maiz, ezin dute nahi

beste aurreratu. Euskal komunikabideek bide hori egin behar dute garai berrietara egokitzeko. Horixe da gure helburua, bermoldaketari zentzua ematen diona. Horixe da gure ibilgailu elektrikoa, gure haize errota.



Infografian ikus daitekeenez, komunikazio zerbitzu integrala sortzeaz ari gara. Kalitatezko edukiak sortzeaz eta horiek bide desberdin ugariren bitartez hedatzeaz ari gara. Edukia bera sortzea da kazetaritzan lanik neketsuena eta konplexuena nahiz eta atzean dagoena maiz ez den ikusten. Iturriak kontrastatzea, informanteak lortzea, dokumentatzea eta abar ez dira ikusten erabiltzaileak edukia jasotzen duenean baina, kalitatezko informazioaren bermeak dira. Beraz, edukiak sortzeko egindako ahalegina errentagarri bihurtuko da edukia kanal ugarietatik hedatuz. Baina, ez da, soilik errentagarritasun kontzeptuak sortzen duen beharra, merkatu aldaketa edo erabiltzaileen ohitura aldaketak ere badira behar hori sortzen dutenak. Duela ez asko erabiltzaileek egunkaria erosten zuten, irratia entzun edo telebista jartzen zuten informatuta egoteko, edukiak eskuratzeko alegia. Haiek ziren edukietara hurbiltzen zirenak. Orain hori arras aldatu da. Edukia da eskatu gabe, haien eskuetara iristen dena. Duela ez asko erabiltzaileak berria bilatzen zuen, orain berriak bilatzen du erabiltzailea.

Gainera, erabiltzailea eduki emale bihurtu da gustuko dituen edukiak haren ingurune hurbilean hedatzen baititu, askotan berri emalea da eta beste batzuetan elkarrizketa sortzen du komunikabidearekin berarekin iritziak trukatzuz. Eragile aktibo bihurtu da erabiltzailea. Errealitate horrek eramaten ditu euskal komunikabideak “eduki kudeatzaileak” izatera. Edukiak plataforma ugarian eskaintzea da erabiltzailearengana iritsiko direla bermatzeko bidea. Paradigma aldaketak ondorio handiak ditu komunikabide guztietan eta besteak beste hori da eraldaketarako arrazoiatariko bat.

Proposatu nahiko genuke 2025 urteari begirako helburu bat. Helburu handia baina lorgarria. Etorkizunean arrakastaz aritzea ahalbidetuko duen helburua, euskal komunikabideak etorkizunean jarriko dituen helburua, alegia. Horretarako honako gai hauek aztertzea komeni da, euskal komunikabideen artean lehendabizi eta Administrazioekin gero:

1.- EAEren kasuan Akordio markoaren egokitzapena

Laguntzak banatzeko akordioak errealitate berri hau kontuan hartu beharko luke. Merkatua oso aldakorra da eta komunikabideek egokitzapen handiak egin beharko dituzte haien edukiak erabiltzaileengana iritsi daitezen hain aldakorra den testuinguru mediatikoan. Komunikabideek egindako lana edukiak hedatzeko modu bakarraren arabera baloratzen bada sistema zurrana izango dugu garai berrietara egokitzea zailduz. Horixe da gaur egun akordio markoak duen ezaugarria. Beraz, arazo horri irtenbidea emateko euskarri

desberdinen arteko baliokidetasuna definitzea izan daiteke akordio markoaren egokitzapena egiteko erabil daitekeen ideia nagusia. Helburua da komunikabideei haien edukiak plazaratzeko moduaren inguruan askatasuna ematea erabiltzaileen nahietara eta merkatu aldakorrera hobeki egokitzeko.

Laguntzak estuki lotuta badaude kanal jakin batekin, komunikabide modernoek behar duten kanal aniztasuna erraztu beharrean zaildu egiten da, asko zaildu ere.

2.- Edukiak plataforma berrietara egokitzeko inbertsioak

Digitalizazioan berrikuntza garatu ahal izateko hainbat inbertsio lerro aurreikustea komeni da. Lehenengo eta behin, alor teknikoaren garapena dugu. 5G sistemaren hedapenak tresneria askoren egokitzapena eskatuko du sistemak dituen beharretara egokitzeko. Asko eta handiak izango dira sistema berriak ekarriko dituen aldaketak eta teknikoki egokitu ahal izateko inbertsioak ezinbestekoak izango dira. Arreta berezia jarri beharko dugu ikus-entzunezkoen alorrean, alde batetik edukien handitze nabarmena aurreikusten delako eta beste aldetik, Lurreko Telebista Digitalaren etorkizuna ez dagoelako garbi. Nonbait 5-10 urteko epean LTDa ez da seinaleak jasotzeko bidea izango. Bestalde, telebistak HD formatuan lan egin ahal izateko beharrezko egokitzapenak ere inbertsioen atalean kokatzea ezinbestekoa da.

Euskal komunikabideek haien edukiak plataforma desberdinetan hedatu ahal izateko inbertsioak egitea sahiestuezina da. Diru bitarteko horiek beharrezko dituzten tresnen erosketa egin ahal izateko bideratuko dira bai eta edukien egokitzapena egin ahal izateko lankideak formatzeko edo kontratazio berriak egin ahal izateko. Kontuan eduki behar da edukiak plataformetara egokitzea ezinbestekoa dela, egokitzapenik gabe ezin direla bere horretan plazaratu. Errealitate horrek ondorio zuzenak ditu erabiltzen den tresnerian. Izan ere, datu baseak gero eta handiagoak dira eta ondorioz, zerbitzariak ere gero eta eraginkorragoak eta handiagoak behar dira.

Azkenik, esan behar dugu garai berriek beste bi erronka ekarri dizkigutela berrikuntzarekin zerikusia dutenak eta inbertsioak eskatzen dituztenak. Alde batetik, telelana dugu. Pandemiaren eraginez etxetik lan egiten duten lankideak asko izan dira eta itxura guztien arabera telelanak etorkizun hurbilean bere presentzia handitu egingo du. Lankideek etxeetan dituzten lan baldintzak hobetzea eta lan fluxuak bermatzea interneterako sarbide egokiak eskainiz erronka handia izango da. Bestaldetik, zibersegurtasunaren auzia ere arretaz aztertut behar den gaia da. Telelenaren ugaltzearekin batera segurtasuna handitu beharra ikusten da eta horretarako, sistema egokiak inplementatu beharko dira.

3.- Proiektu komunak sortzeko inbertsioak

Bide honetan doazen komunikabideen arteko proiektu komunak garatu ahal izateko ere inbertsioak bideratzea komeni da. Administrazioek, alde batetik, zuzenean inbertituz lagunduko diete elkarlanez sortutako proiektu hauei eta bestaldetik, bai European edo Estatuetan egon litezkeen funtsetara iristeko egin beharreko kudeaketa lanetan laguntzea administrazioek beren gain har dezaketen zeregina da. Maiz, oso zaila da komunikabideentzat Europako edo Estatueta funtsak eskuratzea, alde batetik, ez direlako ezagunak eta beste alde batetik, funtsak eskuratzeko egin beharreko kudeaketa ez delako erraza. Administrazioen konplizitatea behar eta nahi dugu funts hauetara iristeko, euskal komunikabideen eraldaketa erraztu dezaketen funtsak izanik garrantzi handikoak dira komunikabideen garapena errazteko.

Euskal komunikabideen arteko proiektu komunek aparteko garrantzia dute. Izan ere, haien balio komunikatiboaz aparte sektorearen ikuspuntutik oso kontuan hartzekoak dira. Sinergiak bilatzen dituzte, elkarlanean oinarritzen dira, sektorea bera indartzen dute eta komunikabideen arteko batasunak proiektu ausartak eta konplexuak sortzea ahalbidetzen du. Komunikabideek bakarka sustatzen ahal dituzten proiektuak baztertu gabe, proiektu komunek aparteko garrantzia estrategikoa dute.

4.- Bertako administrazioen inplikazioa

Euskal Herriko administrazioek zuzen zuzenean inplikatu behar dute bermoldaketa prozesuan eta ez bakarrik kanpoko funtsetara iristea erraztuz. Komunikabideek izango dituzten inbertsio beharrak asetzeko funtsa sortzea badagokie Administrazioei. Berrikuntza, digitalizazioa, formakuntza, proiektu berriak, plataforma berrietara egokitzea eta abar garatu ahal izateko behar den diru horretarako bereziki sortutako funtsatik diruztatzea biderik eraginkorrena da, beste sektore ekonomiko batzuetan gertatzen den bezalaxe.

Administrazioek badakite zein den euskal komunikabideek betetzen duten funtzioa herritarrak kalitatez informatuta edukitzeko, euskararen normalizazio prozesuan laguntzeko, gizartea kohesionatzeko eta demokraziak eskatzen duen pentsamendu aniztasuna islatzeko. Horregatik guztiagatik, berrikuntza prozesuaren bidaia laguna eta inbertsioen iturria izatea ere badagokie administrazioei.

Komunikabide bakoitzak bere errealitatearen berri jakinaraztea da bidea haren beharrak zein diren ezagutzeko, izan ere, abiapuntu desberdinak daude euskal komunikabideen artean. Inbertsioak, beraz, garapen behar horien arabera izatea komeni da. Komunikabideen abiapuntua eta errealitateak desberdinak dira baina, helmuga denentzat berdina behar du izan.

5.- Formakuntza

Berrikuntzaren parte garrantzitsua pertsonak dira. Izan ere, komunikabideen aberastasun handiena beren lantaldea da. Etorkizuna pertsonen talentua indartzen duten prozesu berritzaileen bitartez eraikitzen da. Euskal komunikabideen sortzearen aroan ere, herri honetako pertsonak izan ziren ezinezkoa zirudien hori lortu zutenak eta oraingoan ere, pertsonen gaitasunean dugu fedea jarrita. Testuinguru berriak eta digitalizazioaren inpaktuak aldaketaren abiadurara egokitzeko gai diren erakundeak eta pertsonak eskatzen dituzte. Lan egiteko modu berriak ezinbestekoak dira, elkartasunean, adostasunean eta batasunean oinarrituak non formakuntzak, elkarlanak eta kudeaketa emozionalak berebiziko garrantzia izango duten. Izan ere, ez gaude eraldaketa digital baten aurrean bakarrik, eraldaketa kulturala da aurrean dugun hori.

Beraz, lehentasunez, pertsonengan inbertitu beharra dago, haien formakuntzan bereziki. Ezinbestekoa izango da lantaldeak formatzea. Kazetaritza egiteko molde berrien aurrean gaude eta erronka hauei guztiei aurre egiteko ezinbestekoa zaigu irizpideak eta formazio larria modu iraunkorrean antolatzea.

Baliabideak formakuntzara bideratzea arrakastarako bide ziurra da. Berrikuntza etengabea izango den neurrian formakuntza ere etengabea izango da eta adibide gisa, eta besteak beste, honako gai hauek jorratu daitezke:

- a.- Edukiak plataforma anitzetan hedatzeko trebakuntza.
- b.- Aldaketa teknologikoen aurreko formakuntza.
- c.- Lidergo eraldatzailea eta talentuaren kudeaketa.
- d.- Marka kudeaketa eta marketing digitala.
- e.- Datuen kudeaketarako trebakuntza, datu kazetaritza, alegia.

f.- Lantaldeen kudeaketa emozionala.

g.- 5G sistemaren aukerak.

6.- Erabiltzaileen ezagutza

Esan bezala, agerikoa da publizitatearen migrazioa gertatzen ari dela hobeki segmentatzen duten beste aukera batzuetara. Bitartean, euskal komunikabideek, oro har, haien erabiltzaileen inguruan duten ezagutza mugatua da. Une honetan, oso urriak dira publizitate jartzaileei haien interesekoa izan daitekeen segmentazioa eskaintzen duten komunikabideak. Beraz, esan liteke, erabiltzaileen ezagutzan inbertitzeak aukera gehiago emango duela segmento erakargarriak eskaintzeko eta ondorioz, inbertsioak erretornoa izateko.

Erabiltzaileen ezagutzan sakontzeak publizitatean aukera handiak eskaintzen ditu marketing estrategiak errazten dituelako, baina baditu bestelako abantailak ere. Edukiak erabiltzaileen nahietara, gustuetara eta beharretara egokitzeko aukera ere ematen du, bai eta erabiltzaile potentzialetara errazago iristeko ere. Horrek erabiltzaileen komunitatea handitzeko balio du eta ondorioz, komunikabideen bideragarritasuna errazteko ere bai.

Horri gehitu behar diogu gizarte sektore berrietara iristeko ahalmena nabarmen handituko dela ezagutzan sakonduz gero. Alor horretan inbertsioak egiteak izaera guztiz estrategikoa du eta artikulatu beharko litzateke sistematikoki lan egiteko modua, erabiltzaileen nahiak eta gustuak aldakorrak direlako.

Erabiltzaileak etengabe eta sistematikoki aztertzea ahalbidetuko digun tresnak sortzea erabat estrategikoa den zeregina da.

Ezin dugu ahaztu gure erabiltzaileen artean egon badaudela arreta berezia eskatzen duten sektoreak eta maiz zerbitzurik gabe gelditzen direnak ez dugulako biderik haien beharrak asetzeko. Entzuten eta ikusten ez duten pertsonen buruz ari gara. Edukiak haiengara irits daitezten inbertsioek egitea ezinbestekoa da. Hori ere berrikuntzan sartu behar den zeregina dugu.

7.- Datugintza eta metrika berriak

Euskal komunikabideen irismena zein den etengabe ezagutzea zeregin estrategiko garrantzitsua da, dudarik gabe. Komunikabideon presentzia espazio fisiko geografikoan desorekatua da une honetan eta euskal hiztunen presentziarekin, tokian tokiko egoera soziolinguistikoarekin, estuki erlazionatua dago. Hala ere, digitalizazioak aukera ematen du pertsonarenganaino iristeko eta espazio geografikoak garrantzia erlatiboa galtzen du. Zentzu horretan, euskaldunak dauden lekuan daudela, euskal komunikabideak erabiltzeko bideak artikulatzeko inbertitzea garrantzi handikoa da. Baliabideak behar dira euskaldunen presentzia handia ez den lekuetan euskaldunek euskal komunikabideak erabili ahal izateko. Euskaldunen presentzia urria den espazio horiek betetzea lehentasunezko gaia da.

Bestalde, euskal komunikabideak gure kulturaren hedatzaile eraginkorrak diren neurrian, nazioartean ere presentzia areagotzeko bideak irekitzea interesgarria da euskarazko edukiak beste hizkuntza batzuetan ere eskainiz.

Esan gabe doa, euskal komunikabideen kontsumoa monitorizatzeko sistema eraginkorrak abian jartzeko ere bideak artikulatu behar direla, urteetan zehar mantenduko direnak, besteak beste, serie historikoak bermatzeko.

8.- Komunikabideen kudeaketaren modernizazioa

Gero eta argiago dago digitalizazio hitzaren benetako esanahiak zerikusia duela teknologiarekin eta batez ere, lan egiteko moduekin. Ez dago berrikuntzarik soilik tresneria aldatuz, pertsonak dira berrikuntzak eskatzen dituen zereginak aurrera eramango dituztenak eta ondorioz, aldaketak berez sortzen dituen beldurrak eta kezkak ezabatzeko komunikabideen kudeaketa egokitzea ezinbestekoa da, besteak beste, aldaketen aurrean beldurrik gabe aritzeko.

Berrikuntza sustatzen duten kudeaketa sistemak zein diren ezagutu eta komunikabide bakoitzari zein dagokion hoberen jakiteko ere aukerak ezagutaraztea zeregin garrantzitsua da. Aldaketa organizatiboek ere diru-laguntzak eskatzen dituzte. Lehenengo eta behin, aldaketa prozesuak egiten laguntza beharrezkoa delako eta bestalde prozesu horietan, arestian esan bezala, lankideak formatu behar direlako aldaketarako erresistentziak gainditzeko.

Etengabeko berrikuntzak gure erakundeak berpentsatzera eramango gaitu, gure antolaketa ereduak behar berriei egoki erantzuten ote dien jakiteko. Pertsonak dira berrikuntza, garbi dugu hori.

Badugu helburu bat, badugu hori lortzeko epe jakin bat, badugu hara iristeko erabateko borondatea eta nahia, Administrazioen konplizitatea da nahi duguna berrikuntza garatzeko. Euskal Herriaren kulturak, hizkuntzak eta komunikazioak euskal komunikabide indartsuak, anitzak eta kalitatezkoak eskatzen dituzte, gizartearen komunikazio behar berrietara ongi egokituak, modernoak. Korporazio handi eta homogeneizatzaileen aurrean iritzi aniztasunaren bermea izango diren komunikabideak izaten segitzeko aldaketa garai hauetan etorkizuna amestea dagokigu, amestera eta errealitatea izan dadin sinergiak bilatzea ere. Etorkizuna hasi da.

2021eko ekaina