

ZER GERTATU DA EUSKAL KONTSUMITZAILE ETA ERABILTZAILAILEEN HIZKUNTZA ESKUBIDEEKIN AZKEN 120 URTEOTAN?

Patxi Juaristi¹

Askotan hitz egiten da kontsumitzaileen eta erabiltzaileen eskubideei buruz², baina eskubide hauen artean gutxitan aipatzen dira hizkuntza eskubideak. Eta, egia esan, kontsumitzaileen eta erabiltzaileen eskubideak bere osotasunean ziurtatu behar dira, gizarte justu eta demokratagoak lortu nahi badira. Gogoan hartu behar da, kontsumitzaile eta erabiltzaileen hizkuntza eskubideak ahazten direnean, demokraziak ahuldu egiten direla eta bizi-kalitatea murrizten.

Zer gertatu da euskal kontsumitzaile eta erabiltzaileen hizkuntza eskubideekin historian zehar? Zein hizkuntzatan erosi ahal izan dute euskal kontsumitzaile eta erabiltzaileek? Euskara erabili da iragarkietan, fakturetan edota logotipoetan?

Lan honetan, kontsumitzaileen eta erabiltzaileen hizkuntza eskubideen azken 120 urteetako bilakaera aztertuko dut Bizkaia, Gipuzkoa eta Araban, garrantzi berezia emanez euskarazko publizitatearen bilakaerari.

Hasieratik esan nahi dut eremu publikoa albo batera utziko dudala eta eremu pribatuan egiten den kontsumoa ikertu dudala. Alegia, enpresa, denda eta, oro har, erakunde pribatuek eskaintzen dizkiguten produktu eta zerbitzuen kontsumoa zein hizkuntzatan egiten den aztertuko dut.

1. XIX. mendearen bukaera eta XX. mendearen hasiera: euskararen ahultzea eta lehen euskal iragarkiak

1866-1868 urte bitartean, 903.217 euskal herritarretatik erdia baino gehiago, 471.000 inguru, euskal eleduna zen (Intxausti, 1992:134). Ondorioz, XIX. mendearen bigarren erdian, euskarak izugarritzko indarra zuen euskal gizarteko arlo eta eremu guztietan.

1867an, 479.889 biztanle bizi ziren Araba, Bizkaia eta Gipuzkoan, eta horietatik 331.098 euskaldunak ziren; alegia, biztanleriaren %69 zen euskalduna (Intxausti, 1992:134). Dena dela, kontuan hartu behar dugu desberdintasun garrantzitsuak zeudela hiru herrialde historikoen

¹ Patxi Juaristi Larrinaga (Markina-Xemein, 1967) Soziologian Doktorea da (Deustuko Unibertsitatea, 1995). 1990-1993 urte bitartean ikerlariak trebatzeko Eusko Jaurlaritzako Hezkuntza, Unibertsitate eta Ikerketa saileko beka bat izan zuen. Tesia egiterakoan, ikerlari gisa aritu zen Galeseko Bangor Unibertsitatean (1992), Texas-eko A&M Unibertsitatean (1993) eta Nevada-Renoko Unibertsitatean (1994). 1998. urtean irakasle gonbidatua izan zen Idaho-ko Unibertsitatean. Euskal kulturari, euskaldunen balioei, euskarari eta, orokorrean, hizkuntzei buruzko zenbait ikerketa, artikulu eta liburu argitaratu ditu. 2000. urtean Mikel Zarate Saiakera Saria irabazi zuen. Bere azken liburuak dira *Salgai. Euskal kontsumo gizartea aztertzen* (Alberdania, 2005), *Kontsumitzaileen eskubideak. Aurrerapausoak, arriskuak eta konponbideak* (Deustuko Unibertsitatea, 2005) eta *Words and Worlds. World Languages Review* (Multilingual Matters, 2005). 1993tik 2005era Euskal Herriko Unibertsitateko irakasle izan da Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatean. 2005eko azarotik Eusko Jaurlaritzako Unibertsitate Zuzendaria da.

² Hain zuzen ere, Euskal Autonomia Elkartearen, Espainiar Estatuan zein Europar Batasunean argitaratzen diren txosten, arau eta ikerketetan, kontsumitzaile eta erabiltzaileek zazpi eskubide dituztela aipatzen da: osasunerako eta segurtasunerako eskubidea; kontsumitzaileen interes ekonomiko eta sozialak babesteko eskubidea; informazioa jasotzeko eskubidea; kontsumo arloan heziketa eta prestakuntza izateko eskubidea; ordezkaritza, Kontsulta eta partaidetzarako eskubidea; gutxiagotasun eta babesgabetasun egoeretan babeserako eskubidea; eta, azkenik, babes juridikorako eta kalteen konponketarako eskubidea. Eskubide hauen artean ez da hizkuntza eskubiderik aipatzen, ia gehienetan.

artean. Arabako biztanleriaren %9,59 zen euskalduna 1867an³, Bizkaiko biztanleriaren %81,43 eta Gipuzkoako biztanleriaren %96,42. Zentzu honetan, pentsatzekoa da Arabako kontsumitzaile eta erabiltzaile gehienak erdara erabiltzen zutela taberna, jatetxe, denda eta azoketan, eta, aldiz, bizkaitar eta gipuzkoarren gehiengoak euskaraz erosten eta saltzen zuela. Alegia, Bizkaiko eta Gipuzkoako harreman-sareko euskaldunen dentsitate handiaren ondorioz, kontsumitzaile eta erabiltzaileek euskara erabiltzen zuten salerosketetan.

XIX. mendearen bukaeran eta XX. mendearen hasieran, Gipuzkoa eta, batez ere, Bizkaia industrializatzen hasi ziren, nazioarte mailan izan ziren aldaketen ondorioz. Aldaketa hori Kubako gerraren amaierak eta nazioarte mailan Ingalaterrak jasan zuen gainbeherak eragin zuen nagusiki; eta hori dela eta, hainbat enpresa sortu ziren Gipuzkoan eta Bizkaian, nagusiki Bizkaiko Nerbioi-Ibaizabal ibai ertzean dagoen Ezkerraldea eskualdean. Ekonomi egitura sendotu zutenak ontzi-konpainiak, banku berriak, aseguru-enpresak, meatzaritzako enpresak eta ontziolak izan ziren. Egoera ekonomiko hobeto eraginda, bestalde, denda, ostatu eta merkataritza-establezimendu txikiak kopurua ere hazi egin zen.

XIX. mendearen bukaerako eta XX. mendearen hasierako industrializazio hau erabakigarria izan zen euskararen atzerakada prozesuan, batez ere Bizkaian eta Gipuzkoan. Industrializazioaren eraginez, urte gutxitan, euskara gutxiengo baten hizkuntza bihurtu zen herrialde historiko bietan. Izan ere, euskal hiztun asko baserria utzi eta euskararen egoera ahulagoa zen herri eta hirietara joan zen bizitzera. Bestalde, eskulanaren premiak eraginda, etorkin ugari etorri zen Espainiar Estatutik, eta toki askotan hiztun talde nagusia bihurtu zen. Eta, azkenik, estatu modernoaren hizkuntza transmisio tresnek (eskolak, administrazioak, soldadutzak eta kultur bizitza gidatuak) gaztelania hartu zuten hizkuntza ofizial bakartzat, eta, ondorioz, gaztelania asko zabandu eta indartu zen.

Hala eta guztiz ere, Bizkaian eta Gipuzkoan dendari euskaldunen kopurua garrantzitsua zen, batez ere herrietan. Ondorioz, bezeroen eta dendari eta tabernarien arteko ahoz-ahozko harremanak euskaraz izaten ziren nagusiki. Beti ere kontuan izan behar da gune soziolinguistikoa funtsezko faktore eragingarria zela kontsumitzaileen eta erabiltzaileen euskararen erabileran.

Ahozko erabilerarekin ez bezala, euskararen idatzizko erabilerarik ez zegoela esan daiteke. Fakturak, albaranak edo eskaera-orriak erdaraz izaten ziren. Izan ere, oso gutxi ziren garai hartan euskaraz alfabetatuak zeudenak. Horrekin batera, iruditzen zait kanpo eta barne errotulazioan ere erdara zela nagusiki. Hau da, euskal hiztunen dentsitatea handia zenean, kontsumitzaileen eta erabiltzaileek euskaraz hitz egiten zuten denda, taberna eta azoketan, baina idatzizko dokumentuetan zein errotulazioetan erdara nagusitzen zen⁴.

³1867an 10.500 euskal hiztun bizi ziren Araban (Intxausti, 1994:20)

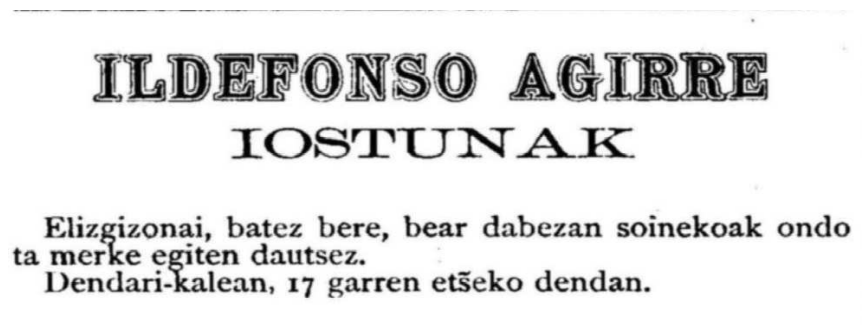
⁴ Herri oso euskaldunetako udal-akta guztiak erdaraz jasotzen ziren eta udalak herritarrekin zituen idatzizko harreman guztiak erdaraz izaten ziren. Are gehiago, ilustratu eta jauntxoek garrantzi gutxi ematen zioten euskarari. Markinan, adibidez, XIX. Mendearen bukaerako eta XX. mendearen hasierako herriko jauntxoek ez zuten euskara landu, eta euren liburu guztiak erdaraz idatzi zituzten, nahiz eta euskaraz oso ondo jakin. Markinako euskaraz idatzeko tradizioa bazegoen (Mogel osaba-ilobak, Frai Bartolome...), baina jauntxoek nahigo izan zuten erdaraz idatzi. Egia esan, erlijio gizonak izan ziren euskarari garrantzia eman zioten bakarrak. "Administrazioak bete ez duen papera Elizak bete du lurralde batzuetan euskararen gizarte-erabileran, batez ere XVIII eta XIX. mendeetan. Euskararen gizartratze hori herri euskaldunetan egin du batez ere, predikuen bidez eta dotrina irakatsiaz" (Arejita, Manterola eta Oar-Arteta, 2007:52).

Euskara ahultzen ari zen testuinguru honetan, intelektual eta politikari batzuk hizkuntzaren garrantziaren kontzientzia hartu zuten, eta euskarari balio gehiago ematen hasi ziren; besteak beste, Sabino Arana (1865-1903) edo Resurrección Maria Azkueren lana aipatu dezakegu.

Bestalde, XIX. mendearen azkenetan eta XX. mendearen hasieran, kapitalismoa hedatzen ari zen heinean, konpetentzia handitu egin zen, eta publizitateak izugarriko garrantzia hartu zuen, produktuak eta zerbitzuak saltzerakoan. Hain zuzen ere, publizitateak salmentak handitzen eta lehiakideengandik bereizten laguntzen zien enpresei. Alegia, kontsumo gizartea sortzen ari zen heinean, enpresak konturatu ziren publizitatea zela kontsumitzaileak erakartzeko eta hauen leialtasuna sortzeko iturri garrantzitsuenetarikoa.

Euskara ahultzen ari zen testuinguru horretan, eta industrializazioa eta masa kulturadun gizartea hedatzen, euskarazko lehen iragarkiak agertu ziren idatzizko komunikabideetan. Nik dakidala, Bizkaia, Gipuzkoa eta Araban, euskarazko lehen iragarkiak Bilboko Euskalzale aldizkarian (1897-1900) eta Ibaizabal astekarian (1902-1904) agertu ziren⁵. Hau da, euskarazko lehen iragarkiak industrializazioak eta masa kulturadun gizarteak gehien eragin zuen eta euskara oso ahuldurik zegoen hirian agertu ziren: Bilbon⁶.

1897ko Euskalzale aldizkarian (1897-2-14), adibidez, era honetako iragarkiak aurkitzen ditugu.



Ibaizabal astekarian (1902-01-12) ere aurkitzen ditugu euskarazko iragarkiak

⁵ Euskalzale aldizkaria 1897an hasi zen argitaratzen Bilbon, eta Ibaizabal astekaria ere Bilbon bertan, baina bost urte beranduago, hau da, 1902. urtean. Lehenengoa hiru urtez argitaratu zen (1897-1900) eta bigarrena bi urtez (1902-1904).

⁶ Euskara hutsez idatzitako lehen egunkaria *Uscal Herrico Gaseta* izan zen. Ipar Euskal Herrian argitaratu zen 1848tik aurrera, Agosti Xahoren zuzendaritzapean. Dena dela, nik dakidala, egunkari honek ez zuen euskarazko iragarkirik argitaratu. Bestalde, ezin da ahantzi 1904an, Euskaldun Ona aldizkaria hasi zela argitaratzen Baionan, eta lehen zenbakitik euskarazko iragarkiak izan zituela.

Euskal-Izkuntza

Naiz bizkaitarra orobat guipuzkoatar izkuntza ikasi nai dituenak ez leza-kete arkitu gai obeko libururik «Método práctico para aprender el Euskera bizkaino y guipuzkoano» eta «clave de temas ó complemento del método práctico» deritzaiotenak baino. R. M. Azkue abadeak izkiratu edo izkribatuak dira.

Biak batean bost pesetan daude salgai IBAIZABAL-en echean.

Egia esan, Euskalzale eta Ibaizabal aldizkarietan hasiera-hasieratik agertzen da euskarazko iragarkiak sartzeko eta hortik diru sarrerak lortzeko nahia. Lehen momentutik dago euskarari funtzio guztiak emateko gogoia. Horrela, 1902ko urtarrilaren 12an, euskarazko iragarkiak erakartzeko iragarki hau agertzen da:

IBAIZABAL

BIZKAITARREZ ETA GUIPUZKOARREZ EGUINA

Euskalerrian 3 peseta urtean
Erdalerrian 6

Guei edo numero bakocha chakur chiki bat
Astean Asteangoa da, ta igandeetan edo domeketan urtetan dau

Suskriziño lekua: Bilbon, Dendari kalean (calle de la Tendería), 19

JUAN JOSÉ ASTUY-RENEAN
Redakziñoa: Bilbon, Tíboli, letra B, 2.ª derecha

Iragarriak

1.º orrialdean peseta 1 lerroa
3.ª » 0,20 »
4.ª » 0,15 »

Beste klaseetako iragarriak itundu edo conbenidu bearrekoak izango dira
Aurretik pagau bear dira, bai suskriziñoak eta bai iragarriak

Euskal iragarkiak agertzeaz gain, XX. mendearen hasieran, 1905ean, hain zuzen ere, Donostian, Credit Lyonnais bankua euskarazko iragarkiak erabiltzen hasi zen bezero euskaldunak erakartzeko helburuarekin. Koldo Izagirrek dioen bezala, Credit Lyonnais bankuak, “Mintzatzen da euskaraz” eslogana jarri zuen Donostian, leku agiri eta nabarmenean, marmolezko plaka batean eta urrezko letraz. Horregatik, hain zuzen ere, izenburu hori jarri zion Koldo Izagirrek “Euskararen Historia txikia Donostian” liburuan publizitateari eskaini zion atalari (Izagirre, 1998:84).

Esaldi horrekin batera, Credit Lyonnais-ek honako iragarkia erabili zuen euskaldunen diruak erakartzeko helburuarekin (Izagirre, 1998:84):

“Trukatzen da erri danetako dirua eta papera. Pagatzen dira alde guzietako letrak eta chekak. Baita ere Amerikako beste onelako diru gai guziak eta gañerako diru tratu danak. Gordetzen dira berriz artarako egiñak dauden kuchetan nahi diran urre, zillar eta balio aundiko zernai gauza.”

Aipatzekoa da Credit Lyonnais-en iragarki hauek bere ordezkaritza guztietan, hala Euskal Herria osoan –Hegoaldean barne- nola Latinoamerikako euskal guneetan, egin zuen kanpaina orokor baten parte izan zirela (Izagirre, 1998:84-85). Horrela, Euskal Herrian ez ezik, Buenos Aireseko prentsan ere euskarazko iragarki handiak jarri zituen. Koldo Izagirrek dioen bezala: “Harrigarria da batzuetan, nola asmo komertzial azkar batek euskaldunago egiten duen atzerrikoa bertakoa baino” (Izagirre, 1998:86).

Euskal Herriko lehen kreditu-entitate modernoak XIX. Mendearen bigarren erdian sortu ziren⁷, baina pentsatzekoa da euskara erabili zuen lehen kreditu-entitatea kanpotik etorritako Credit Lyonnaise izan zela. Koldo Izagirrek dioen bezala, “Lurrikara bat suposatu zuen Credit Lyonnaisen sukarrak euskaltzale honek, oso agerian uzten baitzuten euskaldungoaren eskastasunak” (Izagirre, 1998:84).

XIX. mendearen bukaeran eta XX. mendearen hasieran kontsumitzaileen eta erabiltzaileen hizkuntza eskubideekin gertatu zena modu honetan laburbildu daiteke: garai hartan euskara ahultzen hasi zen, industrializazioak bultzatuta, hainbat euskaldun baserria utzi eta euskara ahulagoa zen tokietara bizitzera joan zelako eta Espainiatik hainbat etorkin etorri zelako. Hala eta guztiz ere, testuinguru soziolinguistikoak ahalbidetzen zuenean, kontsumo arloko ahoz-ahozko harremanak euskaraz izaten ziren, batez ere Bizkaian eta Gipuzkoan. Araban, herri txiki batzuetara mugatzen zen euskararen ahoz-ahozko erabilera. Nik dakidala, fakturak, albaranak edo eskaera-orriak erdaraz ziren gune euskaldun zein erdaldunetan.

Hala eta guztiz ere, euskararen aldeko kontzientzia hedatzen joan zen heinean, euskaraz egindako lehen iragarkiak ere agertu ziren XIX. Mendearen bukaeran eta XX. mendearen hasieran. Hain zuzen ere, Bilbon argitaratzen ziren Euzkalzale eta Ibaizabal aldizkarietan agertu ziren euskarazko lehen iragarki hauek. Dena dela, aldizkari hauek oso denbora gutxi iraun zuten (Euzkalzale 1900an desagertu zen eta Ibaizabal 1904an), eta, beraz, euskal publizitatearen inguruan eman ziren lehen ekimen hauek etenda gelditu ziren 1916. urtera arte. Hala ere, ezin dugu ahantzi, 1905ean, Credit Lyonnais-ek kanpaina orokor bat egin zuela euskaraz.

2. 1916-1923: Euzko-Deya eta Argia aldizkarien euskarazko iragarkiak

Espainiak ez zuen parte hartu Lehen Mundu Gerran (1914-1918), eta, ondorioz, Gipuzkoako eta Bizkaiko enpresen esportazioak handitu egin ziren, eta horrek ekonomiaren hazkunde izugarria ekarri zuen.

Egoera ekonomiko baikorrak lagunduta, lanpostu industrialak ugaritu egin ziren, baita denda, jatetxe, taberna eta zerbitzuei loturikoak ere. Apurka-apurka bada ere, Bizkaiko eta Gipuzkoako egitura sozial eta ekonomikoa aldatzen ari zen. Lehen sektore ekonomikoak garrantzia galtzen ari zen, industriaren eta zerbitzuen mesedetan.

XX. mendea aurrera zihoan heinean, euskara are eta gehiago ahultzen ari zen (etorkin espainiarren ugartzea, gaztelaniazko eskolaren hedatzea, soldaduska...), eta, ondorioz, Bizkaiko, Gipuzkoako eta, batez ere, Arabako kontsumitzaile eta erabiltzaileek gero eta gehiago erabiltzen zuten erdara. Dena dela, dendari euskaldunen kopurua Bizkaian eta Gipuzkoan

⁷ 1850ean, Gasteizko Aurrezki-Kutxa Munizipala sortu zen; 1870ean, Iruñeko Aurrezki-Kutxa; 1878an, Donostiakoa; eta, 1896an, Gipuzkoako Aurrezki-Kutxa Probintziala. 1907an, Bilboko Aurrezki-Kutxa sortu zen, 1918an Arabako Aurrezki-Kutxa Probintziala, eta 1921ean, Bizkaiko Aurrezki-Kutxa Probintziala eta Nafarroakoa. Euskal Herriko zortzi aurrezki-kutxa hauek Federación Vasco-Navarra de Cajas de Ahorro sortu zuten 1924an. Euskal Herriko lehen banku pribatua 1857an sortutako Banco de Bilbao izan zen

garrantzitsua zen, batez ere herrietan; ondorioz, bezeroekiko ahoz-ahozko harremanak euskaraz izaten ziren nagusiki.

Kontsumo arloko euskararen idatzizko erabilerari dagokionez, gauzak okertu egin zirela esan daiteke. Alde batetik, aurreko urteetan bezala, dendari, ostalari edo zerbitzu hornitzaileen euskararen idatzizko erabilerarik (fakturak, eskaera-orriak, errota-lazioa...) ez zegoen. Bestalde, Ibaizabal eta Euskalzale aldizkariak itxi zirenetik, (Euskalzale aldizkaria 1900an eta Ibaizabal astekaria 1904ean) euskarazko iragarkiak desagertu egin ziren Araban, Bizkaian eta Gipuzkoan.

Dena dela, 1916an, Euzko Deya politika aldizkaria sortu zen⁸, eta bere orrietan euskarazko iragarkiak agertzen hasi ziren. Zentzu horretan, Ibaizabal astekariak eta Euskalzale aldizkariak euskal publizitatearekin hasi zuten bidearen lekukoa hartu zuen Euzko-Deyak. Aitor eta Pedro Zuberogoiak dioten bezala: "...Euzko-Deya-ren ekarpenik handiena arlo grafikoan gauzatu zen. Arlo horretan bazegoen hainbat berrikuntza: noizbehinka agertzen ziren argazkiak (gehienak erlijiosoak), *Teles eta Nikc* komiki sorta, eta, agian deigarriena, publizitate moduluak. Esparru horren lanketak argi erakusten digu bazegoela hizkuntza-komunitatea sortzeko nahia, euskara gero eta garrantzitsuagoa zen kontsumoaren mundura ekartzeko gogoia, eta, aldi berean, iturri ekonomiko berriak bilatzeko asmoa" (Zuberogoiak eta Zuberogoiak, 2008:70)

Euzko-Deya aldizkarian era honetako iragarkiak agertzen ziren garai hartan:

-----ARBELOA-----
Tximist-argi-makatzak, gustitariko tramankulu
ta tximist-gauzeak. –Tximist-arijak jarten dira.
1.357`g. URUTIZKIÑA. **BILBAO.** – LOTERIA
KALEKO 2`GN.

Modu berean, 1921. urtean, euskarazko iragarkiak eskaintzen zituen Argia astekaria agertu zen Donostian (1921-1936)⁹. Euzkazale, Ibaizabal edo Euzko-Deyaren moduan, Argiak ere euskararentzako bide berriak irekitzen saiatu zen.

⁸ Euzko Deya aldizkaria Euzkeltzale Bazkunak argitaratu zuen euskara hutsez. Euzkeltzale Bazkuna Juventud Vasca talde nazionalistaren adarra zen. Arsenio Beazkoetxeak eta Josu Telletxeak sortu zuten aldizkaria, eta Sabino Aranaren ideiak azaltzen zituen. Bi aro izan zituen: 1916tik 1920ra eta 1921etik 1923ra. Hain zuzen ere, Primo de Riveraren diktadurak isilarazi zuen.

⁹ Argia Astekari ez da nahastu behar gaur egungo argiarekin, kaputxinoek Iruñean, 1919tik aurrera, argitaratu zuten *Zeruko Argia* hilerokoaren ondokoa dena. Hemeroteca.com web orrian irakurri daitekeen bezala, "Aldizkari ideologiaz katolikoa, eskuindarra eta euskaltzalea zen *Argia*. Abertzaletasuna partaide gehienek mugimendua bazen ere, ez zen Errepublikaren arte eremu politikoan gehiegi barneratu, eta plazaratzeko modua izan zuen Primo de Riveraren diktadura urteetan. Gipuzkoako herri eta hiri guztietan zabaltzen zen arren, 'nekazarien' edo 'baserritarren' aldizkari gisa nabarmendu zen bereziki, joera hura guztien gustukoena ez bazen ere. Molde guztietako albisteak ematen saiatu zen, bertako mugetatik harantz jo gabe, eta sarrera guztiz egokia eta espantugabea egin zuen euskarak ohiturarik ez zuen arlo batzuetan, futbol kroniketan esate baterako. Bestalde, orri erdia gorde zen betiere (lau orrialdeko astekaria izan zen luzaroan, baina zortzi eta hamabi ere eduki zituen bolada batzuetan) erlijio gaietarako".

ARDO-EGINTZA
= = =

Ardoak egiten dira ardotegiak Alcazar de San Juan'en (Ciudad Real)

Loidi ta Zulaika
Ufufidazkin edo Telegrafoa: "LOIDI"

: : : ETXE ONEN LAN NAGUSIA : : :
Meza Santurako ardo zuri gozoa egiten da.

DONOSTIA

Bonaparte Prinzipiaren
EUSKERAZKO LIBURUAK
•••••

"Librería Internacional"

6—TXURUKA—6

DONOSTIA

"EUZKADI" izena dun JABOYA !! onena da!! Toki guzietan : saltzen da :

Laburpen gisa esan daiteke, Primo de Riveraren aurreko urteetan gauzak nahiko berdin jarraitzen zutela euskal kontsumitzaileen eta erabiltzaileen hizkuntza eskubideei dagokionez. Herri euskaldunetan euskaraz hitz egiten zen denda, jatetxe eta tabernetan, baina idatzizko erabilerarik ez zegoen. Hala eta guztiz ere, urte batzutan euskarazko iragarkirik gabe egon ostean, Euzko-Deya (1916) eta Argia (1921) aldizkariak agertu ziren, eta Euskalzale eta Ibaizabal aldizkarien lekukoa hartu zuten euskarazko iragarkiak argitaratuz.

3. Primo de Riveraren diktadura (1923-1930): Euzko-Deya zarratzen dute

Espainiak egoera ekonomiko, sozial eta politiko nahasia bizi zuen 20. hamarkadaren hasieran¹⁰. Testuinguru horretan, 1923ko irailaren 13an, erregearen eta enpresari kataluniarren laguntzaz, gerrako ministro izandako Primo de Rivera jeneralak, diktadura militarra ezarri zuen, Espainiak zuen egoera txarra konpontzeko asmoarekin. Bere gobernuak konstituzioari loturiko bermeak eten zituen, Gorteak desegin eta alderdi politikoak eta sindikatuak debekatu.

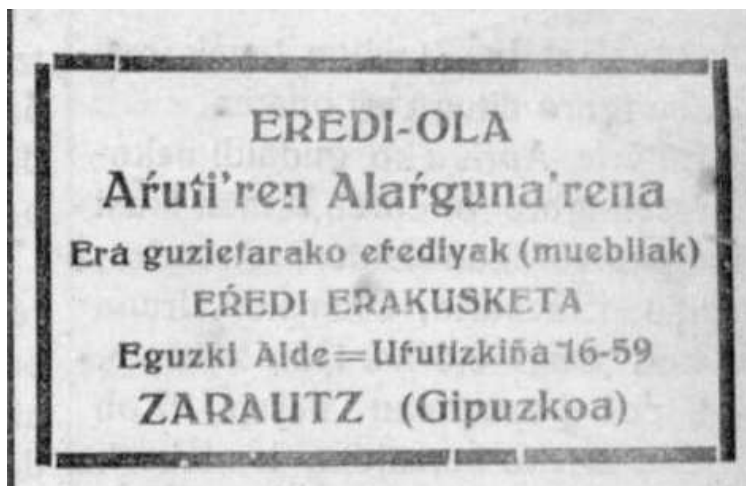
Diktadurak jarrera bortitza erakutsi zuen abertzaletasunaren, euskararen eta euskal kulturaren kontra. Horren adierazle da EAJ klandestinitatera pasatu zela, Aberri egunkari abertzalea zarratu egin zutela, eta Euzkadi egunkariari euskara erabiltzea debekatu zitzaioela¹¹. Modu berean, 1916an sortutako Euzko Deya politika aldizkaria zarratu egin zuten, eta, horrekin, euskarazko iragarkien bidea ere desagertu egin zen.

Hala eta guztiz ere, Argia astekariak argitaratzeko modua izan zuen diktadurak iraun zuen zazpi urteetan, eta, ondorioz, euskaldunek euskarazko iragarkiak kontratatzeke eta irakurtzeko aukera izan zuten diktadurak iraun zuen zazpi urteetan. Adibidez, 1925eko urtarrilaren 4ean, era honetako iragarkiak plazaratu ziren.



¹⁰ Annualetako hondamendiaren ondoren (1921), gatazka egoeran bizi zen Espainia. Erreforma demokratikoak huts egin zuten, langabezia gero eta handiagoa zen, langile eta baseritarren grebak gero eta ugariagoak eta jendea Marokoren aurkako kanpaina militarren aurka zegoen.

¹¹ Euzkadi Egunkaria 1913ko otsailaren 1ean sortu zen eta 1937ra arte iraun zuen.



Horrekin batera, 1925ean, Credit Lyonnais-ek euskarazko publizitate kanpaina atera eta hogei urtetara, Banco Guipuzcoanok (1899an sortua) era honetako iragarkia plazaratu zuen:

Banco Guipuzcoano, Jabien arteko dirutza: 25 milloi pezeta. Arpidetuak 50 milla garazki edo aziyoak, bakoitza 500 pesetakoak. Ordañez emandakoak: 12 milloi ta 500 milla pezeta. Baezpare gordetakoak: 9 milloi peseta.

Euneko 2 ta 3 ta 4`an gordetzeko diruai, nai denean ateratzeko eran, bai pesetetan, bai frankotan ta bai ingeles esterlin liberetan.

Noranaiko diru-artzeko idazki edo kartak, diru-bialketa, diru-gordeketa, diru-etxe arteko aginketa.

Aldi jakiñean dirua jasotzeko txartelak ematen dira, euneko 3`25` a, 3`75a ta 4`25a artzen dala. Zerbaitxo emanda, guztiz kutxa gogorretan gorde litezke bai balio aundiko pitxiak, bai ajol aundiko paperak, bai diru-txartelak, abar eta abar. Zernaiko diru artu-emanak, aldaketak, erosketak eta gordeketak. Ordu egokiak: goizeko 9 eta 1/2`etatik ordu 1`arte; arratsaldeko 3 ta 1/2`etatik 5`ak arte.

Esan bezala, Primo de Riveraren diktadurak abertzaletasunaren, euskararen eta euskal kulturaren kontra egin zuen, eta, ondorioz, euskarazko iragarkiak plazaratzen zituen Euzko-Deya politika aldizkaria debekatu egin zuten. Dena dela, Argia aldizkariak zabalik jarraitu zuen, eta hainbat etxek euren produktu eta zerbitzuak euskaraz iragartzeko aukera izan zuten. Banco Guipuzcoanok ere diktadura garaian atera zuen euskarazko lehen iragarkia.

4.- Bigarren errepublika eta gerra garaia (1931-1939): Euskal publizitatearen garai oparoa

Bigarren Errepublika garaian pauso txiki batzuk eman ziren euskararen alde (besteak beste, aipatzekoa da 1932an Euzko Ikastola Batza sortu zela), eta, ondorioz, ugaritu egin ziren denda, jatetxe eta tabernetako euskarazko izenak eta errotulazioak. Hala ere, oro har, euskara idatziaren presentzia oso txikia zen.

Kontsumitzaileen eta erabiltzaileen euskararen erabilerari dagokionez, aurreko urteetan bezala, euskaldunen dentsitate handi zen tokietan, kontsumitzaile eta erabiltzaileek euskara erabiltzen zuten dendariekin eta zerbitzuen hornitzaileekin izaten zituzten harremanetan.

Errepublikarekin, Primo de Riveraren diktadura garaian (1923-1930) debekatutako Euzkadi egunkaria (Bilbo, 1913-1937) euskarazko berriak eta iragarkiak sartzan hasi zen 1931an. Hain zuzen ere, 1931ko urtarrilaren 24an modu honetan iragarri zuen asmo hori:

EUZKALDUN SALEROSLEAI

Idazle gorengo askori zor, euzkelataj onek lortu daben edertasunak irauin dagian EUZKADI onek euzkerazko iragarki edo anuncioak emetik aurrera agertuko dauz. Bazotzak gura da en zatian edo tamañuan eta gura daben eran agertuko dira, baita bakotzak gura daben egunean bere.

Onexek izango dira saneurri edo presiuak:

- Illean iragarki bat, lerroko edo lineako, 0,75 laurleko.
- Astean iragarki bat, lerroko, 0,50.
- Astean iru iragarki, lerroko, 0,40.
- Egunero iragarki bat, lerroko, 0,30.

Guztiak oartuten dagoz iragarkiaizan daitela lerro gitxikoa, txindi emon bearra bere txikerra izan daiten. Orrera luzaroagoan iruan dagike iragarkiak. Iragarkiak estau bere zabaidu beari lerro askotan enkiten, sarri agertzean bafio.

Horrela, 1931tik 1937ra, Euzkadi egunkariak euskarazko hainbat iragarki plazaratu zituen. 1933 otsailaren 28an, adibidez, iragarki hau agertzen zuen:

ka'n aukla agertzen dira. Erantzun oyeri

IBARÉTA | **JOSKINTZA SASTRERIA**

Enparzuko gixon jantziak | TRINCIERAS y GABARDINAS
Ametzaga'iar Urtado kalea 20 g. | Urtado de Amézaga, 20

SE RECOMIENDA POR SI SOLO EL ALIMENTO INSUPERABLE

ALAR-ONENA

Olo afautzagillientzat eta txitak arteko. Especialisimo para gallinas ponedoras y
Utsik ematen ez duten jateinuak: Aragi, cria de pollitos. Resultados garantizados
afain eta azuf-irig "Alar Onena". Harinas de carne, pescado y hucso
"Alar Ofena".

Maria J. Esnozola

Miracruz, 21 | SAN SEBASTIAN | Teléfono 12014
¡ALERTA! EXIGID SIEMPRE LA MARCA "ALAR ONENA"

Argia (1921-1936) aldizkarian ere jarraitu zuen euskarazko iragarkiak plazaratzen. 1936ko uztailaren 5ean, adibidez, era honetako iragarkiak argitaratu zituen:



1930etik aurrera, bestalde, El Dia (Donostia, 1930-1936) eta El Pueblo Vasco egunkarietan ere euskarazko publizitatea agertzen hasi zen. Bi egunkari hauetako Euskal Orria izeneko atalean agertzen ziren euskarazko iragarkiak, ez egunkarien gainerako orrialdeetan. El Dia egunkarian, adibidez, honako iragarki hau aurkitzen dugu 1930eko ekainean¹²:



Laburbilduz, esan daiteke II. Errepublika garaia oso oparoa izan zela euskal iragarkiei dagokionez. Inoiz baino aldizkari gehiagok argitaratu zituzten euskarazko iragarkiak. Bost aldizkaritan agertu ziren, hain zuzen ere, euskarazko iragarkiak: Euzko-Deyan, Argian, Euzkadin, El Dían eta El Pueblo Vascon.

Gerra garaian onartu zen euskal estatutuak, bestalde, euskararen ofizialkidetasuna onartzen zuen, baina euskara egiten zen eskualdeetara bakarrik zuzendurik. Dena dela, Euskal Estatutuaren egitasmoak ez ziren gauzatu, eta kontsumoaren arloko erabilerak lehengo bidetik jarraitu zuen: euskaldun ugari zegoen tokietan euskaraz hitz egiten zen, baina euskararen idatzizko erabilera oso ahula zen. Dena dela, aipagarria ugaritu egin zirela denda, jatetxe eta tabernetako euskarazko izenak eta errotulazioak.

Gerrak, bestalde, azkena eman zien Euzko-Deya, Argia, Euzkadi edo El Dia egunkariak bultzatu zuten bideari. Izan ere, bertan idazten zuten kazetari batzuk fusilatu egin zituzten, frontean hil ziren beste batzuk, preso atxiki zituzten beste asko, eta erbestera behartu zituzten gainerakoak.

¹² www.hemeroteca.com web orrian irakurri daitekeen bezala: Euzkadi eta El Dia egunkariak Euzko Alderdi Jeltzalearenak ziren "eta, han eta hemen euskaraz azaltzen ziren albiste edo artikulua apurrez gainera, orri bat (askotan ez baterik) eskaintzen zuten egunero euskaraz, eguneko albiste nagusiei buruzko iruzkinak, iritzi artikulua, itzulpenak, narrazioak, herrietako kronikak eta hitz neurtuan eginiko lanak plazaratuz. Berealdiko garrantzia izan zuten orri hauek, harrera ona izan zutelako irakurleen artean eta etorkizuneko idazleak trebatzea zelako, besteak beste, haien helburua".

Gerra Zibilak iraun zuen urteetan, *Eguna* egunkaria kaleratu zuen Eusko Jaurlaritzak 1937ko urtarrila eta ekaina artean. Dena dela, gerra garaia bizi zela kontuan hartuta, egunkari honek ez zuen iragarkirik argitaratu iraun zuen sei hileetan.

5. Frankismo garaia (1939-1975): Euskarazko aldizkarien desagertzea eta 60. hamarkadako berpizkundea

Frankistek ezabatu egin zuten gerra garaian sortu zen Estatutua, eta Bizkaia eta Gipuzkoa probintzia traidore izendatu zituzten. Horrekin batera, erregimen berriak gogor egin zuen euskararen aurka. Euskaldunen hizkuntza eskubideak zapalduak izan ziren, eta, ondorioz, nola ez, baita kontsumitzaile eta erabiltzaile euskaldunen hizkuntza eskubideak ere. Euskarazko izenak eta errotulazioak zituzten denda, jatetxe edo tabernek izenak aldatzera edo itzultzera behartu zituzten, eta euskal publizitatearen inguruan emandako pausoak guztiz desagertu ziren. Joseba Intxaustik dioen bezala “Este desprecio político e ideológico hacia el euskera y el deseo de imposición del castellano pueden verse en proclamas oficiales u oficiosas y sanciones administrativas, y en los diarios de la época. Eran similares a este que apareció en *Unidad* de San Sebastián (15-IV-1939): “En todos los cafés. En todos los restaurantes. En todas las tiendas. En todas las oficinas deberían colgarse carteles que digan: Si ere español, habla español” con sentido claramente excluyente” (Intxausti, 1992:160) .

Gerraosteko garai latz haietan ez zegoen euskarazko iragarkirik Hego Euskal Herrian. Dena dela, aipagarria da Guatemalan sortutako Euzko-gogoa (1950-1960) aldizkariak euskarazko iragarkiak argitaratzen zituela. Euskal Herritik urruti bada ere, euskarari funtzio guztiak emateko gogoa uka ezina zen.

**EL RESTAURANTE
LAS FAROLAS**
Non ase euskaldun baten urdaila? “Las Farolas” yatetxean
El restaurante LAS FAROLAS deja satisfecho el mejor estomago vasco
6ª Avenida Norte 1-D
Guatemala C.A.

Gerraosteko garai latzen ondoren, 60. hamarkadaren bukaeran, euskararen eta euskal kulturaren nolabaiteko berpizkundea ezagutu zen. Hainbat ikastola sortu ziren, helduen euskalduntze eta alfabetatze mugimendua jaio zen, euskara batuaren oinarriak finkatu ziren, eta euskarazko aldizkariak, kantariak, bertsolariak eta idazleak ugaritzen hasi ziren.

Testuinguru horretan, euskarazko lehen irratiak agertu ziren, eta, horrekin batera, baita euskarazko lehen irrati-iragarkiak ere. Zehatzago esateko, euskarazko lehen iragarki hauek 50. hamarkadaren azkenetan eta 60. hamarkadaren hasieran sortu ziren hainbat irratitan entzun ziren: Eibarko Arrate Irratian (1959an sortu zen eta 1964-82 bitartean itxita egon zen), Segura Irratian (1956an sortu zen)¹³, Radio Tolosan (50. hamarkadaren bukaeran sortu zen¹⁴) edo Herri Irratian (1961. urtean sortu ziren Herri Irratia-Radio Popular de San Sebastián eta Herri Irratia-Radio Popular de Loyola). Dena dela, ezin dugu ahanzi 1964. urtean, irratien kopurua murrizten zituen dekretu baten ondorioz, parroketan sortu ziren irrati hauek guztiak desagertu egin zirela. Dena dela, Euskal Elizak, Gobernuarekin akordio batera heldu ondoren, Donostiatik, Bilbotik eta

¹³ Don Zesarero Elgarrestak sortu zuen irrati hau 1956an, eta 1964. urtera arte egon zen zabalik, lehen aldian. Gero 1972an zabaldu zen berriro ere.

¹⁴ 50. hamarkadaren bukaeran sortu zuen Tolosako parroko zen Wenceslao Mayorak.

Iruñatik igortzeko baimena lortu zuen. Horren adibide da Herri Irratia-Radio Popular, jesuiten kongregazioarena.

Irratiekin batera, euskarazko iragarkiak sartzen zituzten aldizkariak ere agertu ziren 60. hamarkadan. 1919an sortutako Zeruko Argia aldizkaria, adibidez, euskal kulturaren berpizkundean aldizkari erreferentziala bihurtu zen 60. hamarkadan, eta, noizean behin, euskarazko iragarkiak sartzen zituen.

Euskarak eta euskal kulturak nolabaiteko berpizkundera ezagutu zuen testuinguru honetan, Lan Kide Aurrezkoa euskara erabiltzen hasi zen bere publizitate kanpainetan. Hain zuzen ere, 1972. urtean gertatu zen aldaketa hori. "Idatziz sukurtsaletik ateratako diptiko, kartel eta beste hainbat materialen ibilbidea, gainontzeko irudi elementuen oso antzekoa izan da. 1972ra arte ez zen ezer euskaraz egin, eta urte horretatik 1992. urtera bitartean, elebitasun desorekatua izan zen, gaztelaniak %70eko lehentasuna baitzuen. Kasu honetan ere 1992an lortu zen bi hizkuntzen arteko oreka handiagoa" (Unanue eta Intxausti, 2002: 98-99).

70. hamarkadaren hasieran, bestalde, euskarazko publizitatearen historian berebiziko garrantzia izan duen kanpaina plazaratu zuen Oreretako Fanderia Pentsuak enpresak. Hain zuzen ere, etxe honek oso ezaguna egin zuen esaldi hau: *ez merkeenak, bai onenak!* Esaldi horrekin batera bertsoa hau ere sartzen zuen marka iragartzeko:

**Janari bidez izaten dira
ganadu on, indartsuak,
Eta nora jo jakin bear du
baserritar burutsuak,
Berebiziko aragi pillak;
gañera esne putzuak,
Oiek guziak berekin ditu
Fanderia'ko pentsuak.
(Errenteri)**

Laburpen gisa esan behar da aurreko urteetan euskal publizitatearen inguruan eman ziren pauso guztiak desagerrarazi zituela Frankismoak. Euskararen aurkako testuinguru sozial eta politiko hartan, pentsa ezina zen euskal kontsumitzaileen eta erabiltzaileen hizkuntza eskubideei buruz ezer esatea. Dena dela, 60. hamarkadaren bukaeran, euskararen eta euskal kulturaren nolabaiteko berpizkundera eraginda, gerra osteko euskarazko lehen iragarkiak agertu ziren.

6. Franko hil osteko urteak (1975-1995): euskara masa kulturadun gizartera egokitzen

Franco hil ostean euskara oso ahuldurik zegoen, batez ere Araban¹⁶. Dena dela, Bizkaiko eta Gipuzkoako herri euskaldunetako kontsumitzaile eta erabiltzaileek euskara erabiltzen jarraitzen zuten taberna, jatetxe edo txikizkako merkataritza-establezimenduetan. Hala ere, eta XX. mende osoan zehar bezala, idatzizko erabilerarik ia ez zegoen. Fakturak edo albaranak ez ezik, enpresa gehienek logotipoak, publizitate kanpainak edo idatzizko dokumentuak erdaraz ziren. Egoera politikoak eta soziolinguistikoak ezer gutxi ahalbidetzen zuen arlo horretan.

¹⁵ Oreretako Fanderia Pentsuak enpresa 1955ean hasi zen pentsuak ekoizten eta saltzen.

¹⁶ Araban, mende batean euskaldunen taldea ia desagertu egin zen. 1867-1868 urteetan 10.500 euskal hiztun bizi ziren Araban, eta ehun urte beranduago, hau da, 1972an, 1.863 hiztun (Intxausti, 1994:21).

1977. urtean, *Deia* egunkaria sortu zen Bilbon eta urte horretan bertan Egin egunkaria. Gaztelania zen nagusi egunkari bi hauetan, baina noizbait euskarazko publizitatea ere argitaratzen zen. Bestalde, 80. hamarkadaren bukaeran, egunkari bi hauek euskara hutsezko *Eguna* eta *Hemen* astekariak kaleratu zituzten, eta hor ere euskarazko iragarki batzuk argitaratzen hasi ziren.

1977an, Eroski euskararen aldeko neurriak hartzen hasi zen. "Honela, 1977. urtean hasi ziren ontziratu gabe eskuratutako produktuak gaztelaniaz eta euskaraz eskaintzen. Urte hartan bertan, bere produktuak saltzen hasi zen Eroski eta produktu horiek ere bi hizkuntzatan eskura zitezkeen. Hasiera batean bospasei produktu baziren ere, gaur egun 6.837 erreferentzia daude Consumer produktuetan, eta horrez gain 1990az geroztik Estatuko lau hizkuntza ofizialetan aurkezten dira, hizkuntza guztiei trataera berbera emanda. Eroski taldeak Espainiako estatu osoan dituen saltokietan eskura daitezke eta ontzien formatua berbera da Euskal Herrirako nahiz beste zonaldeetarako" (Unanue eta Intxausti: 2002: 101).

Espainiar Estatuko lehenengo telebista-iragarkia 1941. urtean eman zuen TVE-k. Hain zuzen ere, Gillette enpresarena izan zen. Euskaldunok 80. hamarkadara arte itxaron behar izan genuen euskarazko lehen telebista iragarkia ikusteko. Hain zuzen ere, ETB1, EITBren euskarazko telebista-katea, 1982an sortu zen, eta hor hasi ginen euskarazko telebista iragarkiak ikusten.

1982an, bestalde, Eusko Legebiltzarrak Euskararen Erabilera Normalizatzeko Legea onartu zuen, eta horrek hainbat bide ireki eta bultzatu zituen.

1992an, Eroski Taldeak bere Hizkuntza Politikaren lehen zirriborroa idatzi zuen. Dokumentu horretan era askotako gaiei buruz hitz egiten zen: saltokietako publizitatea, bezeroari igorritako liburuxka eta bezeroarekiko bestelako harremanak, hedabideen bidez egiten den publizitatea, barne komunikazioa, langileen euskara eskolak eta euskara lan hizkuntza gisa normalizatzeko planak, lanpostuen hizkuntza mapa, bezeroarekin izan beharreko harreman-hizkuntza eta euskarazko hezkuntza egiturari eta euskara sustatzeko erakundeei eman beharreko laguntzak.

Dokumentu honen arabera, "saltoki bakoitzaren esku geratu da neurri horiek zehaztea. Saltokiek printzipio horiek garatzeko duten aukera eskualde bakoitzeko egoera soziolinguistikoak baldintzatzen du..." (Unanue eta Intxausti: 2002: 102).

Euskaldunon Egunkaria 1990eko uztailan kaleratu zen. Gerra Zibilaren garaitik, euskara hutsez egindako lehen egunkaria zen, eta garrantzi handia izan zuen euskarazko iragarkien arloa indartzeko.

Euskadiko Kutxak ere pauso adierazgarriak eman zituen 90. hamarkadan. Arestian esan bezala, Euskadiko Kutxa 1972an hasi zen publizitate kanpaina elebidunak egiten (elebitasun desorekatua izan zen, gaztelaniak %70eko lehentasuna baitzuen) eta 1992an lortu zen bi hizkuntzen arteko oreka handiagoa. "Irrati nahiz idatzizko prentsan ere 1992koa izan zen erreferentzi urtea, orduan hartu baitzuen euskarak garrantzia, eta desoreka hori nolabait 'gainditu'. Dena den, Euskadiko Kutxak hedabideetan ateratako publizitatea maxima baten menpe jarri izan du beti: kasu bakoitzeko baldintzen arabera euskararen erabilera egitea alegia. Hau da, komunikabidearen izaeraren edo lurraldearen arabera, euskara kopuru bat edo beste bat erabiliko da eta horren eraginez, 1992tik aurrera zonalde edo hedabidearen arabera hizkuntza baten edo bestearen ia erabateko nagusitasuna agertuko. Egoera hori erabat aplikagarria da telebistaren kasuan ere. Zer esanik ez elebitasun orekatua bilatu ez den kasu gehienetan euskara galtzaile izan dela erabilera mailaren borrokan eta hori egiaztatzen aski da

Euskara hedabideetan erabiltzeko Euskadiko Kutxak egun duen eredia ikustea” (Sarasua eta Arexolaleiba: 99).

Ikusten den bezala, 90. hamargarren hamarkadan aldaketa garrantzitsuak eman ziren euskarazko publizitatearen ikuspuntutik. Dena dela, argigarria da 1993an, “Euskaraz egindako publizitatearen erronkak” izenburupean, Eusko Jaurlaritzako Euskararen Berripaperak zioena: “Fanderiko pentsuak, ez merkeenak, bai onenak’ iragarkia irratian entzuten zenetik publizitateak bide luzea egin du. Merkatu ekonomiaren zutabe garrantzitsua bihurtu da, milioiak erabiltzen dira horretan, hizkuntza berezia garatu du, istorio ikusgarri bezain harrigarriak ikus daitezke... baina euskarak apenas eman du aurrerapausorik publizitategintzan: ETB-1ek eta *Euskaldunon Egunkariak* gaztelaniazko iragarkiak onartu behar izaten dituzte, publizitatearen diru iturriak behar-beharrezkoak dituzte eta. Publizitate-agentziek, bestalde, ez dute gehienetan sortzaile euskaldunik. Euskarazko iragarki gehienak, hortaz, itzulpenak dira. Ondo egindakoak zenbaitetan eta erdarazkoen kalko hutsak nahi baino sarriago.

Azkenaldi honetan, ordea, geroz eta gehiago dira publizitatea euskaraz ere egiten duten enpresak, denda handietatik hasi eta kale kantoiko kafetegiarekin amaitu. Publizitatearekiko kezka, bestalde, zabalduz doa geure artean, *Publizkuntza 91* ihardunaldiak lekuko. Euskararen normalizazioak euskara publizitategintzan ere erabiltzea esan nahi du. Tajuz, bizitasunez eta ondo erabilitako euskara, ez merkeena, bai onena”.

Modu berean, “Euskara eta publizitatea” izenburupean Jesus Eguzkiza-k idatzi zuen artikuluan zera zioen 1995. urtean¹⁷: “Orain arteko esperientzia ez hain luzean itzulpenaz baliatu izan gara gehienetan, erdaraz sortutako mezuak bideratzen. Argi dago bide hau ezin dugula baztertu, baina bai ohi den baino egokitxoago eratu. Luzera begira, euskaraz sortu, egin eta buruturiko publizitatea litzateke eraginkorrena, biziena eta zuzenena, baina euskal kreatiboen lantegiak amatauta daude oraindik; beraz asmatzaileak sortuz doazen bitarte honetan itzulpenari heldu beharrean gaude”.

Franco hil ostean gauzak aldatzen hasi ziren kontsumitzaileen eta erabiltzaileen eskubideen ikuspuntutik. Zentzu horretan, Eroskik, Euskadiko Kutxak, ETB1-ek edo Euskaldunon Egunkariak eman zituzten pausoak erabakigarriak izan dira publizitate kanpainetan euskararen presentzia ziurtatzeko eta euskara gizarte modernoaren beharrezanetara egokitzeko. Bereziki 90. hamarkadan, euskarazko publizitatea ugaritu egin zen, eta kontsumitzaile eta erabiltzaile euskaldunen hizkuntza eskubideen arloan aurrerapauso garrantzitsuak eman ziren.

7. Gaur eguneko egoera (1995-2008): Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Hizkuntza Eskubideei buruzkoa

Apurka-apurka, elebidunen kopurua gora doa Euskal Herrian, eta euskarak orain dela urte batzuk baino egoera hobea du (Euskal Herriko Soziolinguistikazko Inkesta, 1991, 1996, 2001). IV. Inkesta Soziolinguistikokoaren arabera, hamasei urte edo gehiagoko biztanleen artean, 1991n baino 137.200 elebidun gehiago zegoen 2006an. Euskaraz hitz egiteko gai direnen hazkunde handiena Euskal Autonomia Elkartearen (EAE) gertatu da azken urteotan, baina baita Nafarroan ere. Iparraldean, aldiz, oraindik ere euskarak hiztunak galtzen ari da, ahortzi gabe hazten dagoela gazte elebidunen kopurua. Erabilerari dagokionez, EAEko biztanleen %18,6k euskara

¹⁷ <http://www.eizie.org/es/Argitalpenak/Senez/19901131/eguzkiza>

gaztelania beste edo gehiago erabiltzen du eguneroko jardunean, Iparraldean, biztanleen %10,3ak du era honetako euskararen erabilera eta Nafarroan %5,6ak.¹⁸

Honek guztiak nolabaiteko baikortasunera eramaten bagaitu ere, argi esan behar dut euskarak ahultasun asko dituela. Besteak beste, ahultasuna oso nabaria da jatetxe, taberna eta txikizkako merkataritza-establezimenduetan egiten den euskararen erabileraren ikuspuntutik.

Euskararen erabilera EAEko jatetxe eta tabernetan (2003)

Euskararen erabilera EAEko jatetxe eta tabernetan (2003) ikerketaren arabera, EAEko jatetxe eta taberna gehienak oso gutxi erabiltzen dute euskara, bai ahozko komunikazioan eta bai idatzizkoan ere. Ia establezimendu erdiek ez dute euskara inoiz erabiltzen, eta bostetik lauk ez dute inoiz erabiltzen edo oso gutxitan erabiltzen dute. Kontrako muturrean, %9 bakarrik dira gehienbat euskara erabiltzen dutenak, eta gainerako %12k gune soziolinguistikoaren arabera, batik bat, erabiltzen du gehiago edo gutxiago.

Datu hauek ez dira batere harritzekoak, kontuan hartzen badugu jatetxe eta tabernetan langileen %60k ez dakiela euskaraz. Nolanahi dela ere, jatetxeetako erabilera tabernetakoa baino pitin bat handiagoa da, ia bikoitza.

Euskararen erabilera txikizkako merkataritza-establezimenduetan (2003)

Euskararen erabilera txikizkako merkataritza-establezimenduetan (2003) ikerketaren arabera, EAEko txikizkako saltokirik gehienak oso establezimendu txikiak dira, langile bat edo bikoak, eta oso gutxi erabiltzen dute euskara, bai ahozko komunikazioan eta bai idatzizkoan ere.

Saltoki erdiek baino gehiagok ez dute euskara inoiz ere erabiltzen; lautik hiruk, berriz, ez dute inoiz ere erabiltzen edota oso gutxi erabiltzen dute. Kontrako muturrean, %7 bakarrik dira beti edo ia beti erabiltzen dutenak, eta gainerako %17k gune soziolinguistikoaren arabera, batik bat, erabiltzen du gehiago edo gutxiago.

Datu hauek ez dira batere harritzekoak, hirutik bitan, %64tan, inork euskaraz ez dakiela kontuan hartzen badugu. Nolanahi dela ere, kontuan izan behar da gune soziolinguistikoa euskararen erabileran funtsezko faktore eragingarria dela.

Euskal Herriko Inkesta Soziolinguistikoa (2006): Dendetan, bankuetan eta kutxetako euskararen erabilera

Euskal Herriko Inkesta Soziolinguistikoaren (2006) arabera, EAEko 16 urtetik gorako biztanleen %13k beti edo ia beti euskara erabiltzen du eguneroko erosketak egiten dituzten dendetan eta %6k euskara gaztelania beste. Elebidunen kasuan, aldiz, eguneroko erosketak egiten ditugun dendetan %44k beti edo ia beti euskara erabiltzen dute eta %17k euskara gaztelania beste.

¹⁸ Oso kontuan hartu behar da azken 15 urteotan euskararen erabilerak gora egin duela EAEko biztanleen artean (1991n, biztanleriaren %15,3k euskara gaztelania beste edo gehiago erabiltzen zuen, 2001ean, %17,2k eta 2006an %18,6k). Nafarroan euskararen erabilera ez da ia aldatu 1991tik (1991n, biztanleriaren %5,9k erabiltzen zuen euskara gaztelania beste edo gehiago, 2001ean, %5,8k eta 2006an %5,6k), eta Iparraldean behera egin du erabilerak (1996an Iparraldeko biztanleen %13k euskara frantsesa beste edo gehiago erabiltzen zuen eta 2006an biztanleen %10,3k zuen horrelako euskararen erabilera).

Bankuetan eta kutxetan nagusiki euskara erabiltzen duten 16 urtetik gorako herritarrak %17 dira, eta euskara gaztelania beste erabiltzen dutenak %4. Gazteen artean euskara erabiltzen dutenak gainerako adin-taldeetan baino zertxobait gehiago dira (%23 16 eta 24 urtekoen artean)

Euskal Autonomia Erkidegoko eremu publikoko zein pribatuko hizkuntza-paisaia eta euskararen erabilera (2006-2007)

Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak Euskal Autonomia Erkidegoko eremu publikoan zein pribatuan hizkuntza-paisaia eta euskararen erabilera aztertu zituen 2006 eta 2007. urteetan¹⁹. Sektore pribatuari dagokionez, honako hauek izan ziren ondorio garrantzitsuenak:

a) EAEn merkataritza, ostalaritza eta hainbat zerbitzutako jarduera adarretako establezimenduak 30.000tik gora dira. Horietatik gehien-gehienak txikizkako merkataritza establezimenduak (%50) eta ostalaritzako establezimenduak (%42) dira. Bezeroekiko harremana duten aztertutako zerbitzu-enpresak, aldiz, 182 izan dira, baina aipatzekoa da enpresa horiek 3.000 establezimendutik gora eta 40.000 enplegatutik gora dituztela EAEn.

b) Aztertu diren bi unibertsoen (zerbitzu sektoreko establezimenduetan eta bezeroekin harreman zuzena duten enpresetan) ezaugarri soziolinguistikoak: Langile elebidunen ehunekoa oso antzekoa da (%36 eta %37 hurrenez hurren), eta bat dator EAEko errealitate soziolinguistikoarekin (Kontuan hartu langile horien erdia baino gehiago 40 urte baino gutxiago dutela, eta 16 eta 40 urte bitarteko elebidunen ehunekoa EAEn %36 inguru dela).

c) Halere, jarduera-adarraren arabera edo lurraldearen arabera alde esanguratsuak daude bai establezimenduetan baita bezeroekin harreman zuzena duten enpresetan ere. Banku, aurrezki kutxa eta kreditu kooperatibetako langileen artean, esaterako, euskara dakitenen ehunekoa (%40) batez bestekoaren gainetik dago, hiper eta supermerkatuetan eta higiezin agentzietan, aldiz, azpitik (%33 eta %23 hurrenez hurren).

d) Lurraldeari dagokionez, euskaraz dakiten langileen ehunekoak bat datoz lurralde bakoitzaren errealitate soziolinguistikoarekin. Izan ere, Gipuzkoako establezimenduetan lanean ari diren elebidunak %55 dira, Bizkaian %28 eta Araban %21.

e) Euskararen ahozko erabilerari dagokionez, txikizkako merkataritza, ostalaritza eta hainbat zerbitzutako establezimenduen %70ean ez da inoiz edo ia inoiz euskararik erabiltzen, %14an gaztelania gehiago erabiltzen da eta %8an euskara eta gaztelania maila bertsuan erabiltzen dira. Hortaz, ahozko komunikazioan euskara nagusiki establezimenduen %9an erabiltzen da.

f) Bezeroekin harreman zuzena duten zerbitzu-enpresen ia erdiek (%47) ez dute (ia) inoiz euskararik erabiltzen bezeroekin ahozko harremanetan, laurden batek (%28) gaztelania gehiago erabiltzen du, bostetik batek (%19) bi hizkuntzak antzera erabiltzen ditu eta %5ek gehiago

¹⁹ Ikerketa honen ondorio nagusiak lau izan dira: 1. Eremu publikoan euskararen presentzia eremu pribatuan baino nabarmen handiagoa da, bai ahoz bai idatziz. 2. Eremu publikoan zein pribatuan, euskararen erabilera handiagoa da idatziz ahoz baino. 3. Euskararen erabilera, batez ere ahozkoa, oso lotuta dago tokian tokiko errealitate soziolinguistikoarekin. Izan ere, Gipuzkoako egoera Bizkaikoa eta Arabakoa baino hobea da, eta gune euskaldunetako ekipamenduen eta establezimenduen gune erdaldunetakoena baino. Aldeak, esan bezala, batez ere ahozko erabileran ematen dira. 4. Administrazio desberdinen artean eta jarduera-sektore desberdinen artean ere alde esanguratsuak daude. Euskararen erabilera handiagoa da Eusko Jaurlaritzako administrazio nagusian Estatuko Administrazioaren menpe dauden establezimenduetan baino. Aldi berean, askoz hobea da finantza-erakundetan, higiezin agentzietan baino.

erabiltzen dute euskara. Bezeroekiko harremanetan (ia) beti euskara erabiltzen dutenak %0,5 baino ez dira (enpresen %1,6k ez du daturik eman).

g) Euskararen idatzizko erabilerari dagokionez, txikizkako merkataritza, ostalaritza eta hainbat zerbitzutako establezimenduen %56an ez da inoiz ala ia inoiz euskara erabiltzen, %20an erdietan baino gutxiagotan erabiltzen da eta %10ean erdietan gutxi gorabehera. Hortaz, idatzizko komunikazioan euskara nagusiki establezimenduen %17an erabiltzen da.

h) Euskararen erabilerarik altuena publizitate-euskarrietan ematen da (liburuxkak, eskaintzak, prentsa...), 0 eta 10 puntuko eskalan 3,97 punturekin. Euskararen erabilera maila batez bestekoa (2,43) baino altuagoa da baita ere interneteko web orrietan (3,71), eta kanpo (3,51) eta barne errotulazioan (3,28). Batez bestekoaren inguruan, liburuxkak eta katalogoak agertzen zaizkigu (2,33), eta batez bestekoaren azpitik kutzako etiketak, fakturak, eskaera orriak eta abar. (1,55).

i) Azpimarratzekoa da hipermerkatuetan eta supermerkatuen, finantza-bulegoen eta higiezin agentzien establezimenduen erdian gutxienez euskararen presentzia ziurtatuta dagoela aztertutako idatzizko elementu guztietan. Horrela, hiru establezimendutik bitan kanpo errotulazioa (%66), barne errotulazioa (%64), liburuxkak eta katalogoak (%63) eta publizitatea (%62) euskaraz daude. Eta bitik batean web orria (%52) eta kutzako tiketak, fakturak edo eskaera-orriak (%48) ere bai. Beste muturrera jota, establezimenduen %47k ez dute euskararik erabiltzen web orrian eta %46k kutzako tiketetan, fakturretan eta eskaera-orrietan (erresguardoetan edo jakinarazpenetan bankuen eta kutxen kasuan).

j) Bezeroekin harreman zuzena duten zerbitzu-enpresetan euskararen erabilera mailarik altuena informazioa eta produktuen zein zerbitzuen berri ematen duten makina edo kutxazain automatikoetan ematen da (7,9 puntu). Honen atzetik billeteak (7,2), eta 6 punturen bueltan: txartelak, txekeak, taloiak, megafonia, kontsumitzaileek eta erabiltzaileek bete beharreko inprimakiak, jendaurreko kartelen edo errotuluen bidez ematen den informazio finkoa edo aldi baterakoa, eta telefono publikoetan eta pantaila elektronikoetan ematen den informazioa. Euskararen erabilera mailarik baxuena aldiz, fakturak edo erosketa-tiketak, aurrekontuak, gordailu frogagiritan (3,6), salmenta-kontratuak edo zerbitzua emateko kontratuetan (3,5). Hau da, bezeroarekiko harreman pertsonalizatuetan erabiltzen diren dokumentuetan (eta beraz kasu bakoitzean landu behar direnetan), eta telefonoen aurkibideetan (3.3) ematen da.

k) Txikizkako merkataritza, ostalaritza eta hainbat zerbitzutako establezimendutan elkarriketatuari, bere establezimendurako euskararen erabilerak zenbaterainoko garrantzia duen galdetuta, %25ek oso garrantzitsutzat jotzen dute, eta %17k nahikoa garrantzitsutzat. Hamarretik seik, aldiz, uste dute garrantzi gutxi duela edo ez duela batere garrantzirik (%26). Euskara oso garrantzitsua dela erantzundakoen pisua askoz altuagoa da saltokietan (%40), eta finantza bulegoetan (%35). Aldiz, oso baxua da higiezin agentzietan (%10).

l) Bezeroekin harreman zuzena duten zerbitzu-enpresetan, erdia baino gehixeago dira (%53) beren enpresarako euskara erabiltzea oso eta nahikoa garrantzitsua dela adierazten dutenak. Hirutik batentzat (%35) euskarak ez du batere garrantzirik edo bere enpresari begira, txikia da garrantzia. Azken horien artean aipatu aire garraioko enpresak (%75), higiezin agentziak (%57), energia hornikuntzako enpresak (%50) eta saltoki handiak (%50).

m) Inkestatu gehienek uste dute euren establezimenduetan edo enpresetan euskara erabiltzeak abantailak dituela, eta oso gutxi dira desabantailarik dakarrela uste dutenak. Abantailen artean, bezeroarekiko harremana eta eskainitako zerbitzua hobetzen laguntzen duela, bezeroari

euskaraz artatua izateko aukera eman eta bere eskariari erantzuten laguntzen zaiola eta komunikazioa erraztu eta hobetzen dela azpimarratu dute. Desabantailen artean, aldiz, langileak prestatu beharra dakarrela, lanean atzerapenak eragiten dituela eta kostu ekonomikoak handitzen dela adierazi dute.

Bilboko Komertzio Ganberaren “Estudio de hábitos de consumo en el comercio minorista, hostelería e imagen personal 2008”

Bilboko Komertzio Ganberak “Estudio de hábitos de consumo en el comercio minorista, hostelería e imagen personal 2008” ikerketaren emaitzak plazaratu zituen 2008an. Euskararen erabilerari buruz zera esaten du: “En los comercios de Bizkaia el uso del euskera se adecúa a las preferencias y demandas del cliente en la gran mayoría de los casos. De hecho, un 90% de la muestra reconoce ser atendido en el idioma deseado”.

Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Estatutua (2003)

2003. urteko abenduan, Eusko Legebiltzarrak onartu zuen Kontsumitzaile eta Erabiltzaileen Estatutuan, publikora zabalduzko establezimenduetan euskaraz artatua izateko eskubidea aipatzen da VII. Kapituluaren Kapitulu honen 37. artikulua dioenarena arabera, kontsumitzaile eta erabiltzaileek honako hizkuntza eskubideak dituzte:

- a) Ondasun eta zerbitzuei buruzko informazioa euskaraz nahiz gaztelaniaz jasotzekoa.
- b) Autonomia Erkidegoaren lurralde eremuan kokatzen diren enpresa edo establezimenduekin dituzten harremanetan, ofizialak diren bi hizkuntzetako edozein erabiltzekoa.

123/2008 DEKRETUA, uztailaren 1ekoa, Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Hizkuntza Eskubideei buruzkoa.

2003ko Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Estatutuaren II. Tituluaren VII. Kapitulutik abiatuta, 2008ko uztailaren 1ean, Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Hizkuntza Eskubideei buruzko 123/2008 DEKRETUA argitaratu zen. Dekretu honen helburua da kontsumitzaileekiko eta erabiltzaileekiko harremanetan, jendeari begirako enpresa, erakunde eta establezimenduen hizkuntza-betebeharrak zehaztea, kontsumitzaileei eta erabiltzaileei aitortutako honako eskubide hauen progresibotasun- baldintzak erabakitze aldera: ondasun eta zerbitzuei buruzko informazioa euskaraz nahiz gaztelaniaz jasotzekoa, eta bi hizkuntza ofizialetako edozein erabiltzen dutela ere, zerbitzu egokia jasotzeko eskubidea. Halaber, Dekretu honen helburua da kontsumitzaileekiko eta erabiltzaileekiko hizkuntza-konpromisoaren zigilua sortzea.

8. ONDORIOAK

XIX. mendearen bukaeratik, gune soziolinguistikoak zehaztu du jatetxe, taberna edo txikizkako merkataritza-establezimenduen euskararen ahozko erabilera. Harreman-sareko euskaldunen dentsitateak, gainerako erabilera-eremuetan bezala, garrantzi handia izan du kontsumoaren arloan euskara erabiltzeko orduan.

Idatzizko erabilera desberdina izan da. Izan ere, gune soziolinguistiko euskaldunetan ere logotipoak, errotulazioak, fakturak, eskaera-orriak, albaranak...erdaraz izan dira ia oraintsu arte. Dena dela, uka ezin da azken 20 urteotan aurrerapauso garrantzitsuak eman direla. XX. mendean zehar oso denda, jatetxe edo taberna gutxik erabili izan du euskara idatzizko harremanetan, eta gaur egun txikizkako merkataritza, ostalaritza eta hainbat zerbitzutako

establezimenduen %17ak erabiltzen du. Gainera, hipermerkatuen eta supermerkatuen, finantza-bulegoen eta higiezin agentzien establezimenduen erdian gutxienez euskararen presentzia ziurtatuta dago idatzizko elementu guztietan.

Bestalde, euskarazko lehen iragarkiak XIX. mendearen bukaeran agertu ziren, baina oso gutxi garatu den arloa izan da XX. mendearen bukaerara arte. XIX. Mendearen bukaeratik euskarazko publizitatea egiteko ahaleginak egon, egon dira (Ibaizabal, Euzkalzale, Euzko-Deya edo Argia, Euzkadi aldizkariak, adibidez), baina etenaldi askorekin, eta, beti ere, testuinguru politikoaren menpe. Eta honek kalte handia egiten digu euskaldunoi. Izan ere, euskaldunok azken 120 urteetan kontsumitu ditugun ia iragarki denak erdaraz idatzita eta pentsatuta egon dira, eta horrek egoera diglosikoa indartu besterik ez du egin.

90. hamarkadan pauso erabakigarriak eman ziren euskarazko publizitateari dagokionez. Dena dela, oraindik ere euskararen ahultasunetariko bat publizitatearena da. Izan ere, kontsumitzen dugun iragarki gehienak erdaraz daude edota erdal mentalitatearekin eginak. Kasurik onenean, Euskaltzaindiaren arauak behar bezala jarraituta itzultzen dira erdaratik, baina ez dute izaten jatorrizkoaren erakargarritasun eta graziaz. Kasu askotan, dena dela, itzulpenek akats ugari izaten dituzte edota itzulpen txarrak izaten dira. Norbaitek esan zuen, *arnasten dugun airea oxigenoz, hidrogenoz eta publizitatez osatua dagoela*, baina euskaldunok esan beharko genukeena da *guk arnasten dugun airea oxigenoz, hidrogenoz eta erdarazko publizitatez osaturik dagoela*.

Euskarazko publizitatearen ahultasuna ulertzerakoan, ezin dugu ahantzi, kasu askotan, euskal merkatua txikiegia dela euskarazko publizitate kanpaina erraldoiak eta errentagarriak egiteko. 1998an, Euskararen Aholku Batzordeak zioen bezala²⁰: "Publizitateak, berez, hedabide zabalak eskatzen ditu. Alde horretatik, kontra dute behar hori euskarak eta euskarazko komunikabideek. Baina, zorionez, euskaldunen merkatua hazten ari da, gazteriarena batez ere. Euskaldun gazteek kontsumitzen duten guztia, beraz, euskaraz iragar daiteke.

Bestalde, enpresa asko, handiak batez ere, euskaltasunaren edo bertakoak izatearen ohorea eta jatorritasuna lortzeko ere baliatzen dira publizitateaz. Izan ere, bi etekin atera nahi izaten zaizkio publizitateari: bata saltzea; bestea, markaren beraren izen ona zabaltzea.

Publizitate bila dabiltzanek eta agentzietako erabakigile euskaltzaleek bigarren etekin honen balioaz ohartarazi beharko lukete iragarki-jartzailea, nahiz eta Euskal Irrati Telebistako eta herri-aldizkarietako publizitateak irabazien etekina ere ongi ziurtatu.

Bestalde, Eusko Jaurlaritzako eta foru-aldundietako Kultura eta Hezkuntza sailak, batez ere sailetako erabakigileak, indargune garrantzitsua dira publizitatea gehitzeko ahaleginean²¹.

Hala eta guztiz ere, pentsatu behar da Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Estatutuak (2003) eta Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Hizkuntza Eskubideei buruzko 123/2008 DEKRETUAK lagunduko dutela ondasun eta zerbitzuei buruzko informazioa euskaraz nahiz gaztelaniaz jasotzen. Egia esan, iruditzen zait arau hauek aurrerapauso garrantzitsua direla kontsumitzaile eta erabiltzaile euskaldunen hizkuntza eskubideak babesteko. Hori bai! iruditzen zait arau-hausteak ez direla behar bezala zehazten. Nire ustez, arlo hau hobeto zehatu beharko litzateke legean zein dekretuan. Izan ere, egin diren arauak ezer gutxi esaten dute araua betetzen ez denean jarri behar diren salaketa eta isunei buruz, eta, ondorioz, inor ez da behartzen ofizialak

²⁰ Euskararen Aholku Batzordeak 1998ko ekainaren 24ko Batzorde Osoaren bileran aho batez onetsitakoa

diren bi hizkuntzak erabiltzera; komertzioetan elebitasuna bultzatzea dendarien borondate hutsaren arabera dago.

Quebeceko enpresak frantsesa erabili behar dute egiten dituzten iragarkietan zein enpresa ezagutarazteko erabiltzen dituzten bitartekoetan, interneten, adibidez. Eta hori ziurtatzeko, *Office québécois de la langue française* enpresen jarraipena egiten du, eta legea jarraitzen ez duten enpresak salatzen ditu. Horrela, euren produktuak iragartzerakoan frantsesa erabiltzen ez duten enpresei 500 \$ eta 1.400\$ bitarteko isunak jartzen zaizkie lehen lege haustea egiten dutenean, eta 1000 \$ eta 7000 \$ bitarteko isunak bigarrenean. Bestalde, Quebec-en saltzen diren produktuen etiketak, estalkiak, kaxak eta produktuaren erabilera adierazten duten dokumentuak frantsesez egon behar dira. Ingelesa edo beste edozein hizkuntza batzuk ere erabili daitezke, baina, beti ere, frantsesak duen erabilpen bera badute.

Esanak esan, Euskaldunok asko daukagu ikasteko Quebec-etik.

9. Aipatutako bibliografia

- Arejita, A., Manterola, A. eta Oar-Arteta, S. (2007): *Euskararen Geografia Historikoa*. Labayru Ikastegia, Vitoria-Gasteiz.
- Eguzkiza, J. (1995): "Euskara eta publizitatea".
<http://www.eizie.org/es/Argitalpenak/Senez/19901131/eguzkiza>.
- Eusko Jaurlaritza (1993ko apirila): *Euskaraz egindako publizitatearen erronka*. Euskararen Berripapera Gasteiz. 1993ko apirila 11. zenb.
- Eusko Jaurlaritza (2008): *IV. Inkesta Soziolinguistikoa 2006*. Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia, Gasteiz.
- Intxausti, J. (1992): *Euskera. La lengua de los vascos*. Elkar, Donostia.
- Intxausti, J. (1994): *Euskara Araban. El Euskera en Alava*. Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia, Vitoria-Gasteiz.
- Izagirre, K. (1998): *Euskararen Historia Txikia Donostian 1800-1998*. Susa, Zarautz.
- Juaristi, P. (2005): *Kontsumitzaileen eskubideak. Aurrerapausoak, arriskuak eta konponbideak*. Deustuko Unibertsitatea, Giza Eskubideen Institutoa, Bilbo.
- Juaristi, P. (2005): Salgai. *Euskal Kontsumo Gizartea Aztertzen*. Alberdania, Irun.
- Unanue, A. eta Intxausti, N. (2002): *Kooperatibak eta euskara. Historia eta aro berri baten oinarriak*.
- Zuberogoitia, A. eta Zuberogoitia, P. (2008): *Bertan Bilbo. Bizkaiko hiriburua eta euskara: XX. mendeko historia*. Bilboko Udala. Euskara Saila, Bilbo.