

Alaitz Vives

KAZETARIA

“Talotu & txistorratu”

Inoiz ikusi al duzue herriko anbulategia non kokatu erabakitzeke bile-
ra deialdirako neonezko kartelik?
Nik ez. Hala ere, Las Vegas estilo-
ko udal komunikazioak gurean
jarraitzaile larregi dituela esango nuke.
Ados, ipini kartel koloretsuak eta eskuko
gida satinatuak neonezko kartelak aipatu
ditudan lekuan.

Ikuskizun kultura da Udalen komuni-
kazio ekimenen aldetik atentzio gehien
jasotzen duena. Herriko jaiak direla,
antzerki emanaldiren bat, kontzertuak...
Ados, kartelak jartzen bikainak gara
gurean. “Mozorrotu zaitezte”, “egin dan-
tza”, “sartu eta begiratu beste hau”, “ondo
pasa”, “talotu eta txistorratu zaitezte!”.

Oraindik ere ez dut udaleko egunero-
ko erabakietan parte hartzeko gonbitea
egiten duen Las Vegas estiloko kartelik
ikusi; informazio hori udal bandoetan
plazaratzen da, letraz jositako paper gris
ulerkaitezten. Zorte apur batekin, herriko
informazioa jorratzen duen aldizkari edo
egunkariaren atalean aurkitu ahal izango
duzu, zenbatekoa den udalak hitz eman
duen azken kreditua.

“Komunitatea hila dago”, “parte har-
tzeko kultura galdu egin da”, “jendea
indibidualista da”, “inguruan gertatzen
denarekiko interesa galdu du” sarriegi



DANI BLANCO



Komunikazio estrategia
izateak herritarren
parte-hartzea errazten du,
bultzatzen du, eta are
gehiago esango nuke,
pentsatzen dut
komunitatea sortzen
eta kohesionatzen
lagun dezakeela



entzuten ditugu horrelakoak. Parte hartze-
ko moduak aldatu egin dira, interesa hor
dago, ikusi eta jaso nahi duenarentzat,
baina askotan erosoagoa da komunitatea-
ren axolagabekeria faltsu horren atzean
ezkutatuz, ikuskizun kulturalen soilik zen-
tratutako udal komunikazioa egiten jarrai-
tzea.

Komunikazio estrategia izateak herrita-
rren parte-hartzea errazten du, bultzatzen
du, eta are gehiago esango nuke, pentsa-
tzen dut komunitatea sortzen eta kohe-
sionatzen lagun dezakeela.

“Atea irekita dago, eta ordutegia publi-
koa da, aurkitu nahi gaituenak badaki non
gauden” edota “informazio guztia web-
gunean daukazu” bezalako hitzek, parte-
hartzea edota hartu-emana boikoteatzen
dituzten jarrera ireki-faltsuak dira.

Publikoa, hartzailea, inoiz baino gertua-
go dago, Internet eta sare sozialak baliat-
zen baditugu. Tresna baliagarriak izan
litezke gainera, eta halaxe dira, interes tal-
deak detektatu eta haiekin harremana
mantentzeko. Komunikazioa ez da propa-
ganda, propaganda usainak hartzailea
uxatu egiten du. Komunikazio
estrategia zaindua garatu eta
aurrera eramateak herrigin-
tzan jarduteko beste modu bat
dakar. Sinetsita nago. ■



HIRUKO TXIKIAN

Joxemari Ostolaza



urte asko Menotti futbol
entrenatzaile argentinarrari
futbol jokoaz idatzi liburuan
irakurri nion, taldea musika orkestratzat
hartzen zuela, eta bere lana jokalariek bate-
ra jotzen jartzean zetzala. Horretarako
bakoitzari egokien zihoakion zeregina zehaztea zela gai-
tzena, taldeak berea ongi beteko bazuen. Madrilgo Berna-
beu zelaian Real Madrilek Barçaren kontra jokatu-
koa ikusi ondoren, Guardiolen partituran harritu
ninduen. Ez zen hainbeste jokalarien kokapenak Barça-
ri balio berezia ematen ziotela, orkestrako zuzendariak
aukeratutako errepertorioak baino. Real Madrilek musi-

Duela

kari bikainez osatu txaranga zirudien,
zuzendariak hautatu eta prestatu erreperto-
rioak taldea txaranga eta joleak, solistak
barne, txosnatako musikariak izatera kondentzen
zituen. Barçako Abidalek sarturiko bigarren golari erre-
paratzea aski da, partidan lau bikote ezberdinek jotako
pasarte bera izan baitzen Messi eta Abidalen artean
bururatutakoa, gola izan zena. Halere, holako partitura
jarraitzeko belarri finekoa behar du, sor-
tzaile lana ulertzeko berorren isplitutik hara
ikusteko begi onekoa, jardunen estetika efi-
kaziaz integratzeko gauza. Menottik arra-
zoi: futbola ere arte ederra izan liteke. ■

