



FORMAZIO SAIOA · K BULEGOA

Komunikazioa kulturari: Nola asmatu, ito gabe?

2021eko irailaren 21a

2021eko irailaren 21ean **K bulegoak** *Komunikazioa kulturean: Nola asmatu, ito gabe?* formazio saioa antolatu zuen Santa Teresa komentuan, aurrez aurre eta euskaraz. Kultura proiektuetan komunikatzean gure begirada zorroztea izan zen xedea. Lau orduz aritu ziren Gipuzkoako kultura arloko 20 lagun komunikazioaren erronkaren gainean hartu-emanen Lander Arretxeak (Hiru Damatxo) gidatuta.

Izan ere, kultur edo sorkuntza eremuan lanean dihardugunean, zaila da ekimena bera eta horren komunikazioa banatzen dituen marra non dagoen argitzea. Dena da bat dagoeneko: sortzailea eta sortzaileak sareetan proiektatzen duen irudia. Abestia eta bideoak. Artelana eta diskurtsoa.

Egiten dena kontatzea eta moduarekin asmatzea kontu estetiko batetik harago doa. Erabakiorra izan daiteke. Baina baita itogarria ere. Lan bat gehiago, bestela ere beteegi dagoen agendan. Gastu bat gehiago, bestela ere argalegi dagoen kontu korrontean.

Paradoxa horri ihes egiteko bidea bakarra da: begirada komunikatiboa zorroztea. Erabaki onak hartzea, komunikazio lanak zentzuz eta ito gabe gauzatu ahal izateko gero. Egiteko horretan laguntzea izan da saioaren erronka. Orain eta hemen, egiten duguna plazaratzeko modu aproposena aurkitzen laguntzea. Zirikatu, pentsarazi eta ideia berriak piztu gure ekimenaren komunikazioa zorrozteko.

Lander Arretxea Bereziartua arduratu zen prestakuntzaz, Hiru Damatxo ekoiztetxeko kidea. Proiektuen zuzendaritza zein gidoilari lanak uztartzen ditu bertan, eta hainbat kultur proiektuen komunikazioan aritu da: Korrika, Literaturia Jaialdia eta Lizardi Saria esaterako. Kultur kazetari ere ibili da Argia astekarian, eta telebista kritikari, Berria egunkarian.

Jarraian goiz hartan Lander Arretxeak landutako bide-orria, komunikazioari praktikotasunetik eta eraginkortasunetik heltzeko, gure proiektuentzat komunikazio egokiena bilatu eta aurkitzeko asmoarekin.





NOLA ASMATU ITO GABE?

Lander Arretxea

Kultur edo sorkuntza eremuan lanean dihardugunean, zaila da ekimena bera eta horren komunikazioa banatzen dituen marra non dagoen argitzea. Dena da bat dagoeneko: sortzailea bera eta sortzaileak sareetan proiektatzen duen irudia. Abestia eta bideoklipa. Artelana eta diskurtsoa. Egiten dena kontatzea eta moduarekin asmatzea kontu estetiko batetik harago doa. Erabakiorra izan daiteke. Baina baita itogarria ere. Lan bat gehiago, bestela ere beteegi dagoen agendan. Gastu bat gehiago, bestela ere argalegi dagoen kontu korrontean. Paradoxa horri ihes egiteko bidea bakarra da: begirada komunikatiboa zorroztea. Erabaki onak hartzea, komunikazio lanak zentzuz eta ito gabe gauzatu ahal izateko gero. Horretan lagun dezaketen galderak eta gakoak arakatu genituen K bulegoak antolatutako saioan. Laburpen txiki bat ekarri dugu hona:

1. ZER ESKATU KOMUNIKAZIOARI?

Komunikazioak ezin du dena konpondu. Proiektuak ez badu berez interesik sortzen, edo arazoak beste alor batzuetan badaude, komunikaziotik arrakasta lortzea oso zaila izango da. Lagun dezake, bai, baina baliabide asko jarri beharko ditugu horretan.

2. NORI ARI GATZAIZKIO?

Mundu guztiarentzat ari dena ez da inorentzat ari. Zenbat eta hobeto bereizi egiten dugun komunikazioa nori zuzentzen zaion, orduan eta gaitasun gehiago izango dugu zein kode, bide eta mezu erabili behar ditugun argitzeko. Azpi-taldeak ere egin daitezke. Komunikazio ekintza bakoitzak, edo kanal bakoitzak, izan dezake publiko desberdin bati zuzentzeko funtzioa; eta horrenbestez, tonu edo forma desberdina ere bai.

Adibidez: gazteei zuzendu nahi badugu, benetan egin beharko dugu gazteen azalean jarri eta haien joerak eta ohiturak ulertzeko ahalegina. Alferrik da bestela.

3. ZEIN DA BIDE MOTZENA?

Heavy musikako kontzertu bat antolatu nahi badugu, eta gure herrian zale ia guztiak batzen diren taberna jakin bat badago, argi dago: bide motzena taberna horretan kartelak eta eskuorriak jartzea da. Adibide bat besterik ez da, baina argi adierazten du **formulak ez duela beti berbera izan behar**: sare sozialak, webguneak... Ahaztu inertziak eta pentsatu: behar ditugu? Emango digu nahiko onura, edo beste bide zuzenagoak ere baditugu? Off-line bideek ere balioa dute oraindik, batez ere proiektu txikietan ari bagara.

4. BAT DATOZ GURE IZAERA ETA ESATEKO MODUA?

Proiektu eta pertsona bakoitzak du bere izaera edo nortasuna. Eta denok ez dugu berdin hitz egiten. Komunikazioan ere hala behar du. Segun eta gure nortasunaren zein ertz erakutsi nahi dugun, erabaki batzuk edo besteak hartuko ditugu. Zentzua du umorea erabiltzeak? Aldarrikapen politikoak egin ditzakegu? Gure proiektuaren ezaugarrien arabera, gure publikoaren arabera, adierazi nahi dugunaren arabera... Bai edo ez.

5. HIZKUNTZAREKIN ZER?

Euskal Herrian, ezinbestean hartu beharreko berebiziko erabakia da. Euskaraz bakarrik? Euskaraz eta gaztelaniaz? Eta frantsesa zer? Edo ingelesa? Hartzen ditugun erabakiek asko esango dute gure proiektuaz, eta gutaz dagoen pertzepzioan eragingo du. Ondo pentsatu zer adierazi nahi den horrekin erabakia hartu aurretik.

Ez da hori bakarrik: gaztelaniaz eginez gero, adibidez, zer egingo dugu generoarekin? Maskulino generikoak balio digu? Femenino generikoak?

Dirudiena baino erabaki garrantzitsuagoak dira, gure proiektuaren identitatea definitzen dutenak.

6. NORENTZAT JANTZI GARA?

Erabaki estetikoak norberaren gustoaren arabera hartzea ez da nahikoa. Gu ez gara berdin janzten familia bazkarira, kirola egitera edo asteburuko kontzertura joateko. Hautatzen den estetikak, polita edo itsusia baino gehiago, eraginkorra izan behar du: transmititzen du transmititu nahi duguna? Apurtzaileak izan nahi badugu, edo harritu, adibidez, ustez "itsusia" den estetika bat ere izan daiteke eraginkorra.

7. BADAIGU IDAZTEN?

Dena bideoz egin behar omen den garaian bizi gara, baina oraindik ere, testuak **ondo idazteak balio izugarria du.** Ondo idaztea ez da akatsik gabe idaztea, testu soil batean hitzak ondo aukeratuta, irakurtzen duenarengan eragitea baizik, konektatzeko gai izatea. Testuak berrikusi eta adierazteko moduari bizpahiru buelta emateak merezi du. Ez da gauza bera "bideo-erreportaje" edo "mikro-dokumental" esatea, adibidez. Izan daiteke gauza bera atzean dagoena, baina segun eta nola kontatzen dugun, harrera ere desberdina da.

8. ZERK EGITEN GAITU INTERESGARRI?

Askotan frustratzen gara ez dugulako hedabideen atentzioa erakartzen, edo sareetan zabaltzen dugunak ez duelako mugimendu handirik sortzen. Haserrea alboratu eta hobeto pentsatzea da gakoa: egiten dugunetik, ditugun ezagutzetatik, zer izan daiteke interesgarria jendearentzat? Agian lan prozesua da, agian anekdota batzuk dira, agian gure iritzia bera da... Bilatu benetan interesgarria iruditzen zaizuna, eta orduan bai, litekeena da horrek interesa sortzea.

9. ZER DAUKAGU, ETA ZER EZ?

Frustrazio asko datoz horrela: ez ditugun gaitasun, denbora eta energia eskatzen duten bideak zabaltzen ditugu (Instagram, TikTok, bideoak egitea...). Ondo neurtu beharreko kontua da. **Zer gaitasun ditugu lantaldean, zein baliabide?** Hori kontuan hartuta, plangintza batek zentzua izango du edo ez. Plana ona izanda ere, lantaldean ez badago horretarako indar edo baliabiderik, alferrik izango da. Planak edo estrategiak hori ere hartu behar du kontuan.

10. NOLA EGIN HAU ITO GABE?

Galdera hauek erantzutea ez da nahikoa ez itozeko. Baina laguntzen du. Galdera hauek erantzuten baditugu, eta gure lantaldearekin konpartitzen badugu prozesua, denek ulertuko dute nondik eta zergatik egiten dugun komunikazio lan jakin bat. Horrek lagunduko du komunikazio lana ez hain bakartia izaten. Bakarrik ari direnentzat aldiz, oinarri bat izango da aldiro ez zerotik hasteko. Eta batez ere, argi izan: mundua ez dago gure mezu, prentsa-ohar edo txioen zain. **Gelditu behar baduzu**, edo plangintza atzeratu, **ez da ezer gertatzen**. Ez du merezi dena hil ala bizikotzat hartzea.

Eta galdera horiek erantzunda lau gako estra:

1. ONDO KOPIATU

(la) dena dago asmatuta. Bilatu han eta hemen, begiratu antzeko proiektuak, edo oso bestelakoak, eta saiatu aurkitzen zureru ekartzeko moduko ideiak, joerak, estiloak. **Ez dago hutsetik asmatu beharrik.**

2. AURPEGIA JARRI

Niaren garaietan bizi gara, eta komunikazioan garrantzia du. **Komunikazio inpersonala baino gertukoagoa da pertsonala.** Proiektuaren barruan dauden pertsonak lehen pertsonan hitz egiten dutenean, indar gehiago du komunikazio "instituzionalizatuak" baino.

3. ALIANTZAK LANDU

Hedabideekin, beste sortzaile batzuekin... Gu **iristen ez garen tokira iristeko bide aproposa da elkarlana.** Baliteke gure edukia edo gu geu interesgarria izatea, baina ez baliabide horrekin ikus-entzunezko bat edo podcast bat egiteko, esaterako. Elkarlanerako proposamenak egitea beti da aukera interesgarria.

4. EROSO EZ BAZAUDE, EZ EGIN

Zerbaitek deserosotasuna sortzen duenean, antzematen da. Kontu ideologiko, moral edo dena-delako batengatik deseroso bazaude komunikazioan egiten duzunarekin, ez du fruitu onik emango. Eta emango balu ere, oso garestia da horren prezioa. Ahal dela, bilatu komunikazioan aritzeko modua, bat etorriko dena **zure mundu ikuskerarekin.**

Horrez gain, bost proiektu ere ezagutu genituen gertutik, haien komunikazio jarduna interesgarria delakoan: **Gartxot musikaria, LABA Iruñeko kultura gunea, Euskarazko Wikipedia** (Twitter kontua zehazki), **Gure Zirkua** eta **EHZ Jaialdia**. Egon ez bazinen ere, eredu onak ikusteko zerrenda ederra da. Ariketa proposamena: hartu goiko galderak, eta saiatu erantzuten, proiektu horietako parte izango bazina bezala. Zein erabaki hartu dituzte? Zein gogoeta dago horien atzean?