



<b>Izenburua</b>	Euskararekiko motibazioan eragin: nerabeentzako kontsumo masiboko egitasmoak
<b>Egilea</b>	Aritza Escandon
<b>Data</b>	2010/04/21

# aurkibidea

---

aurkibidea.....	2
1. Sarrera.....	3
2. Zergatik nerabeak?.....	3
3. Zertarako nerabeentzako egitasmoak?.....	4
4. Zergatik kontsumo masiboko egitasmoak?.....	6
5. Estrategiak.....	7
6. Zenbait ekintza.....	8
7. Zenbait datu.....	9

## 1. Sarrera

---

Kultur Kabian nerabeen alorrean egiten duguna azaltzeko saiakera da ondorengo lerroetan topatuko duzuen. Hiru ardatzen inguruan egituratuta dago ponentzia, nerabeak, motibazioa eta kontsumo masiboa, besteak beste.

Jardunaldien filosofiaz baliatuta, ponentzia honen bidez kokapen teorikoa egin nahi izan dut, apirilaren 21eko hitzalditxoan adibide praktikoetan sakondu ahal izateko edo zehaztasun gehiago eman ahal izateko.

Bide teorikoa errazteko asmoz, baten bati kontrakoa iruditu ahal zaion arren, Euskara 21 prozesuan zehar izandako hainbat txostenetatik zenbait aditu/arituren iritziak jaso nahi izan ditut ohartxo bidez.

## 2. Zergatik nerabeak?

---

Kultur Kabia Zerbitzuak S.L. Topagunea Euskara Elkartearen Federazioak sortu zuen 2006an, jatorria ikusita esan gabe doa gure helburu nagusia euskararen normalizazioa lortzea dela. Zentzu zabalean xedeari helduz gero, gure jarduna adin tarte guztiei zuzenduta dagoela esan behar dugu, gure hizkuntza zaharraren indarberitze lanetan dihardugunontzat “lujo” handia, handiegia agian, izango bailitzake euskaradun oro kontuan ez hartzea. Horrek ez du esan nahi, ordea, lehentasunak jarri behar ez direnik, eta gure kasuan, jarri behar ez ditugunik, are gehiago dauden egoera soziolinguistikoko eta euskaldun tipologia desberdinak aintzat hartuta. Lehentasunak lehentasun, gure egitasmo guzti-guztiak aisialdian gauzatzen dira.

Izan ere, Jardunaldien gaira etorrita nerabeentzako aisialdiko egitasmoak garatzerako orduan hainbat arrazoi, kuantitatiboak nahiz kualitatiboak aipa genitzake:

Denon ahotan darabilkigun gaia da nerabeekiko kezka. Euskaldun tipologiari so egiten badiogu, alderdi kuantitatiboaren ikuspegitik konturatuko gara nerabeen multzoa oso handia dela euskaldunen multzoaren barruan orokorrean; ildo horretatik jarraituta Bilboko Udaleko Euskara Sailak hiriko nerabeei zuzendutako egitasmo bat<sup>1</sup>, euskararen erabileran eta motibazioan eragitekoa, diseinatu eta garatzeko proposamena luzatu zigun.

Gonbiteari erantzunez, lehenengo eta bat, hartzaille kopurua kontuan hartu behar izan genuen; hartzailen “masa kritikoa” handia zen, euskaraz dakiten 12 eta 18 urte bitarteko gaztetxoek unibertsoa ia 14.000 lagunekoa<sup>2</sup>. Kopuruari so eginez gero, ez dago zalantzarik lehentasunezko taldea bazela eta badela nerabeena.

Horrez gain, badaude beste arrazoi kualitatibo batzuk nerabeentzako egitasmoei ekin diezaiegun; adibidez, ausartuko nintzateke esatera hizkuntza ohiturak sendotzeko edo aldatzeko adin tarterik “kritikoenetarikoa” edo “aproposenetarikoa” dela; horrez gain, prozesu horrekin batera kontuan hartu beharko genituzke ume izatetik gazte-heldu izaterako salto horretan gaztetxoek dakartzaten aldaketa psikosozial guztiak. Izan ere, arrazoi gehiago topa genitzake oso urrun joan barik, Jardunaldi hauen 2. Edizioa antolatzekeko arrazoietan, hain zuzen ere.

---

<sup>1</sup> 2006tik aurrera “Harrapazank” izeneko programa garatzen dugu Bilboko Udaleko Euskara Sailarentzat.

<sup>2</sup> Gaur egun Bilbon 12.000 lagunek gutxi gorabehera osatzen dute 12-18 urte bitarteko gaztetxo multzoa.

### 3. Zertarako nerabeentzako egitasmoak?

---

Galdera horri erantzunez zera esan nahi dugu, egiten ditugun egitasmoak edo programak zertarako egiten ditugun, hau da, zein helburu bete nahi dugun horien bitartez.

Bi dira, nagusiki, betetzen ditugun helburuak; alde batetik, euskararekiko motibazioa handitzeko egitasmoak dira, euskararekiko pertzepzioan eta jarreretan eragitea helburu dutenak, eta bestetik, motibazioan eragiteko ekintzak planteatzen dira, euskararen elikadura handitzera bideratuta daudenak, beraz, erabilera ere sustatzen gabiltzala esango genuke.

Ekintzen intentsitateari eta iraupenei erreparatuta, indarrak motibazioan zentratzen ditugula esan genezake.

#### 1. Euskararen aldeko motibazioa sendotzea; euskara gozamenarekin lotzea, nerabeek euskararekiko esperientzia positiboak barnera ditzaten

Euskara erabili ahal izateko lehenengo eta bat ezagutza bermatu behar da, eta hori, matrikulazio datuek urteak joan urteak etorri argi eta garbi erakusten dutenez, betetzen da; beste bi faktore ere ezinbestekoak dira: borondatea eta aukera<sup>3</sup>. Orokorrean Bilbo Handiko<sup>4</sup> nerabeak ez dira euskararen militanteak eta hizkuntzaren perspektiba ez dute euren eguneroko bizitzan kontuan izaten<sup>5</sup>. Naturaltasunez jaso dute euskara ikastetxean, are gehiago batzuen kasuan euskararekiko kontaktu bakarra eskola harresien barrualdera geratzen baita, beraz, zenbaitetan euskararen aurkako jarrera garatzera eroan baititu egoera horrek.

**“Euskara = eskola = ikasi egin behar = astuna (motibaziorik eza)”** ekuazio hau iraultzeko euskararen aldeko motibazioan eragitea ezinbestekoa da, esperientzia positiboan bitartez aurkako edo motibaziorik eza aldeko bihurtzeko.

Hortaz, lehenengo ekuaziotik honako ekuaziora pasatzeko **“Euskara = gozamena = erabiltzeko motibazioa”** ludikotasunaren bidea ibili beharrean gabiltza, aurrerago ikusiko dugun moduan.

**Harrapazank** izeneko egitasmoa garatzerakoan argi eduki dugu aldagai hori gakoa dela, euskarak prestigioa irabazi behar du nerabeen aurrean, euskaraz egitean esperientzia positiboak bizitzen ari direla sentitu behar dute, erabiltzeko borondatea eta gogoa<sup>6</sup> izan ditzaten, bere baitan mundu bat, gozatzekoa, gordetzen baita.

Horiek horrela, lehenengo urtetik gaztetxoek “erreferente hurbilak” edo “idolo/pertsonaje famatuak” txertatzen ahalegindu gara, euskaraz bakarrik bizi ahal dituzten egoerak eskaintze aldera. Laburbilduz, bide honetatik joan gara eta joaten gara<sup>7</sup>:

---

<sup>3</sup> “XXI. Mende hasierarako hizkuntza politikaren oinarriak: Oinarrizko txostena” 36. orri. Hemendik aurrera “Oinarrizko txostena”.

<sup>4</sup> Bilbo Handia kontzeptua ekarriko dugu hona Bilbon, Getxo eta Uribe Kostako nerabeen multzoa kokatzeko; orokortu genezake eta beste herri batzuetako nerabeengana zabaldu, izan ere, ikastetxean ez ezik etxean ere euskara jaso dutela nabarmendu beharko genuke.

<sup>5</sup> Miren Dobaran: “Batzorde-Atal bereziko kideen Ekarpinak”. Hemendik aurrera “Txostenari ekarpinak”. 76. orri

<sup>6</sup> Hau esatean ez dugu esan nahi erabilera faktore bakarrak eragiten edo baldintzatzen duenik.

<sup>7</sup> Estrategiei emandako atalean gehiago sakonduko dugu gai honetan

*“Imajinazioa, horixe da errezeta. Gazteei hizkuntza prestigiatzen duten elementuen berri eman behar zaie. Esango nuke Ken Zazpi musika taldeko Eñaut Elorrietak askoz ere gehiago lortu duela hizkuntza politikan bere abesti eta irudiarekin, egin diren beste hainbat ekintzekin baino”<sup>8</sup>*

## **2. Euskararen erabilera esparru ez-formalean sustatzea eta euskaraz erlazionatzeko aukera eta espazio berriak eskaintzea**

Gure nerabeek esparru ez-formalean daukate hutsunerik handiena, hortaz, esparru horretako eskaintzari ipini egin beharko diogu arreta berezia.

*“Nolanahi ere, eta alor honetan ere belaunaldi gazteei aipamen berezia egitea guztiz arrazoizko eta komenigarria denez, errepara diezaigun esparru ez formaletako eskaintzari, bereziki haur eta gazteei zuzenduari alegia: euskara ohiko hizkuntza bilakatzeko ahalegin berezia egin behar da alor honetan, azken batean, horretan baitatza erabilera aukerak sortzea, eta –aitor dezagun beste behin ere– horixe bera da, eta ez besterik, belaunaldi gazteen atxikimendurako sarraila irekitzen duen erakargarritasunaren giltza.”<sup>9</sup>*

Esparru ez-formalean erlazionatzeko aukerak eta espazioak eskaini behar dizkiegu gaztetxoei, are gehiago bizi garen sasoiari. Azken urteotan garapen teknologikoen, internetek edota digitalizazio aroak ekarri dituzten eta ekarriko dituzten aldaketek eta berrikuntzek aldatu baitituzte gazteen arteko harreman-sareak, baita hizkuntzekiko jarrera ere; hori dela eta, belaunaldi gazteak munduarekin duen harremana berria da<sup>10</sup>.

Ildo horretatik, teknologia berrien eta interneteko sare sozialen fenomenoak elkarrekin harremanetan jartzeko tresna izateaz gain, erabilera modu berriak ekarri ditu.

Lehen norbanakoen komunikazio prozesua garunetik ahorakoa eta ahotik belarrirakoa zen bakarrik, orain, ordea, beste erabilera bide batzuk garatu dira teknologia berriei esker, besteak beste: garunetik tekla/botoira eta pantailatik begietarako komunikazioa.

Horretaz jakitun, garatu eta garatzen ditugun egitasmoetan nerabeen jokaleku berrietan eragin behar genuela sinetsita geunden eta gaude, baina zelan arautu arautu ezin den esparrua? Ere ez-formala *formaltzean* ez datza konponbidea, non dago, beraz, erantzuna?

Gure ustez eremu edo esparru ez-formalean arautu baino “probokatu” edo “lagundu”<sup>11</sup> dira jokatu behar ditugun aditzak. Hori dela eta Ana Urkizak aipatutakoak<sup>12</sup> hona ekarriko ditugu, gure uste apalean oso ondo laburbiltzen dutelako gure egitasmoen filosofia eta egina:

*Zein da gune ez formalean erabilera sustatzeko tresnarik egokiena? Honakoak aipatuko nituzke:*

**1. Teknologia berriak:** telefonia mugikorra eta internet

**2. Fenomeno mediatiko ezberdinen ekoizpena:** gure gizarteak fenomeno mediatikoak behar ditu (edo eta eskertzen ditu). Fenomeno mediatikoak sortzeko gaitasuna bagenu (eta esan gabe doa, euskaraz jardungo luketenak), jendeak normaltasunez kontsumituko eta jarraituko lituzke fenomenoak (eta konturatu gabe euskarazko diskurtsoa bereganatuko lukete)

<sup>8</sup> Garbiñe Mendizabal: “Euskara XXI. Gaitegia” 50. orria

<sup>9</sup> Itun berritu baterantz” txostena, 47. orri

<sup>10</sup> Kike Amonarriz: Txostenari ekarpenak, 17. orri.

<sup>11</sup> Tomas Uribeetxebarria: Txostenari ekarpenak, 51. orri

<sup>12</sup> Ana Urkiza: Txostenari ekarpenak, 51. orri

## 4. Zergatik kontsumo masiboko egitasmoak?

Behin nori zuzentzen gatzazkion zehaztuta, oso argi eduki genuen lehenengo momentutik proiektuak diseinatzerakoan nerabe horien ezaugarri soziologikoak ere ulertu eta kontuan hartu behar genituela.

Zelangoak dira gaur egungo 12 eta 18 urte bitarteko gaztetxoak?

Adin horretako gaztetxoak bilduko dituzten ezaugarri komunak ez dauden arren, labur-labur azaltzeko esango genuke gaur egungo nerabeak urbanoak direla, gero eta indibidualistagoak, euskararekiko atxikimendurik gabekoak, kanpoko eraginak<sup>13</sup> erraz jaso eta euren egitekoak direla, oso emozionalak, besteak beste.

Horrez gain, gure ustez beste aldagai bati erreparatu behar diogu, nondik datozen aisialdi ereduak, alegia. Gune urbanoetan garatzen dira aisialdi eredu erreferenteak, bizimodu modernoari loturiko baloreak<sup>14</sup> dakartzatenak, eta hor, esango nuke euskara ahulen dagoela. Gure egiten dugu Mikel Zalbidek esanikoa:

*“Kalean bizi izateak ondorio jakinak ditu berekin: harreman-sare inbertsonal, oreki, modernitate supraetnikora makurtuagoetan jarduera bultzatzen du, euskal hiztun aktiboen arteko dentsitatea eta harreman-sare sendoa ahultzen. Hots, gero eta zailagoa gertatzen zaie euskaldunei beste euskaldunekin ingurumen horretan euskaraz jardutea, eta gero eta errazagoa (hainbatetan ezinbestekoa) erdaldunekin edo erdal-elebidun erdaraz ari izatea. (...) **Alferrik dira horretan, jakina, lantu-jotzeak eta negar-malkoak: modernoak izan nahi dugu, kosta ahala kosta, euskaldun gehienok, eta beraz ingurumen zail horretan eratu behar dugu gure bizi-itxaropenezko gizarte-moldaera.**”*

Era berean, kultur eta aisialdi kontsumorako joerak eta aukerak aldatu dira, gainera, esango nuke orain ditugunak ere gero eta azkarrago aldatuko direla.

Horiek horrela gure egitasmoak diseinatzerakoan zenbait ondorio atera genuen, horietariko bat izan zen “kontsumoa” lehenetsi behar genuela.

Hartara, Euskararen normalizazioa lortu nahi badugu, gure produktu/zerbitzuek kontsumitzeak izan behar dute, ahalik eta gehien, eragina biderkatze aldera<sup>15</sup>.

*“Hiztun berriak lortu behar ditugu eta euskarazko zerbitzu eta produktuen merkatua zabaldu, alegia, ikusle, irakurle eta entzule berriak lortu. Abangoardiako produktuak behar baditugu ere, alegia, iparra markatuko duten liburuak edo filmak... batez ere jendeak “masiboki” kontsumituko dituen produktuak behar ditugu. Marketing hausnarketa eta merkatu-ikerketak ezinbestekoak dira xede horretara heltzeko<sup>16</sup>.”*

Edota

<sup>13</sup> Eraginak esanda, zera adierazi nahi dugu Topagunea, Urtxintxa eta Soziolinguistika Klusterrak eginiko “Gazteen hizkuntza erabilera eragiten duten faktoreen azterketa” proiektuan maila makro eta mikrosozialeko pertsona eta talde erreferente, kontsumo eskaintza eta input mediatikoez ari garela.

<sup>14</sup> Mikel Zalbide: Txostenari ekarpenak, 365-366. orri.

<sup>15</sup> “XXI. Mende hasierarako hizkuntza politikaren oinarriak: Itun berritu baterantz; gogoeta irekiaren ondorengo txostena” 50. orri. Hemendik aurrera “Itun berritu baterantz”

Lehentasunezko ildoak XXI. Mende hasierako hizkuntza politikarentzat” ataleko 7. Puntuan:

- 7. Euskarazko kultura kontsumoa indartzea, euskal kultura industria, ekoizle eta sortzaileekiko ikuspegi askatzaile batetik.

<sup>16</sup> Amonarriz: “XXI. Mende hasierarako hizkuntza politikaren oinarriak”, Txostenari ekarpenak, 39. orri.

*Gurea bezalako hizkuntza komunitate txiki batean, lehenetasun osokoa iruditzen zait ahalik eta hartzaile kopururik handienera iritsiko diren produktuak ekoiztea<sup>17</sup>.*

Izan ere, kontsumo berbak hainbat konnotazio berezko dituen arren, Kike Amonarrizek aipaturiko marketing kontzeptua mahai gainean agertu zaigun arren, Kultur Kabian argi eduki dugu lehenengo momentutik; gure ustez kontsumoa indartzeak esan nahi du **produktuan baino hartzaileengan<sup>18</sup> jarri behar dugula fokua**, hau da, nerabeen benetako zaletasun, gustuak eta nahiak lehen eskutik ezagutu behar ditugu, eta hori da, hain zuzen ere, kudeatzen ditugun egitasmoetan egiten duguna.

Eskaintzaren erakargarritasunari dagokionez, ondorengo sorgin-gurpilean sartuko ginatke: aisialdiko ikuskizun, egitasmo edo emanaldiak kontsumitzeko lehenengo eta bat erakargarriak izan behar dute<sup>19</sup>, baina erakargarriak diren ala ez kontsumo indizeak esango digu, kontsumitzaileak erakartzea lortu duten produktu egokiak diren ala ez, alegia. Izan ere, batean zein bestean aldagai bi aintzat hartu behar ditugu: marketing<sup>20</sup> ikuspegia eta kalitatea.

Izan ere, euskararen erakargarritasuna lantzea ez ezik era egokian proiektatzea ere lortu behar dugu<sup>21</sup>.

## 5. Estrategiak

Euskararekiko motibazioan eragiteko, nerabeek eurek euskaraz esperientzia positiboak bizitzeko, bost estrategia nagusi erabiltzen ditugu:

### 1. Nerabeei protagonismoa ematea:

Zer da protagonismoa ematea?

- Nerabeen zaletasunak kontuan hartzea, horretarako eztabaida taldeak eta inkestak egin izan ditugu, eurengandik lehen eskuko informazioa eskuratzeko eta nerabeek egitasmoaren partaide sentitzeko lehenengo momentutik.
- Parte hartze aktiboa sustatzea, lehiaketa formatua eta izen ematea edo aukeraketa eskatzen duten ekintzak hobetsita.
- Komunikazio bideetan parte hartzea zuzenean bitartekaritzarik gabe, web 2.0, sare sozialak eta ikastetxeetan zuzeneko aurkezpenak eginez.

### 2. Erreferente hurbilak eta erakargarriak erabiltzea:

Nerabeentzat idoloak diren pertsona famatuak saiatzen gara gure egitasmoetara ekartzen, dela gonbidatu gisa, dela epai-mahaiko gisa, dela aurkezle gisa, dela komunikazio euskarrietan irudiaz baliatuta. Bestalde, nerabeentzat eredu hurbilak diren hezitzaileak ere gure programetan txertatu izan ditugu. Horrez gain erdal munduan ezagunak diren euskaldunak ere sartu izan ditugu programako ekintzetan.

<sup>17</sup> Kike Amonarriz: "Euskara XXI. Gaitegia" 1. orria

<sup>18</sup> J. Iñaki Etxezarreta "Euskara XXI. Gaitegia" 2. Orria: "EUSKAL MARKETING PROPOSAMENA

Eskaintza eta eskaera arteko erlazioa, ekonomiaren oinarrietako bat dela esan ohi da, eskaerarik gabeko eskaintzak porrot egiten duela era arinegian baieztatuz. Baina marketin adituek eskaera sortu eta eragin daitekeela frogatua dute, produktuak azken hitza ez duela agerian utziz".

<sup>19</sup> Kike Amonarriz: "Txostenari ekarpenak", 39. orri

<sup>20</sup> Marketingen definizioa: bezeroen benetako beharrianak ezagutuz, beroriek gogobetetzea etekina aterata. Zertan datza marketinga? Bezeroek erosiko dituzten produktuak eta zerbitzuak ematean datza.

<sup>21</sup> "Itun berri baterantz" txostena, 51. orri.

### 3. Erabilera esparru berriak komunikazio bide bihurtzea:

Programa sare sozialetan iragartzen da eta ekintzen jarraipena IKT-en bidez bermatzen da: bideoak igoz, pertsonaia famatuekin elkarrizketak sartuz, lehiaketak/zozetak antolatuz... Horrez gain, sarean hartzaileekiko feed-backa sustatzen da, horrela beste behin protagonismoa ematen diegu nerabeei.

### 4. Erakargarritasuna sustatzea:

Euskara = gozamina ekuazioa lortzea nahi badugu, mezuak eta berau helarazteko kanalak koherenteak izan behar dute, beraz, goi mailako artistak eta jarduerak antolatzen dira ludikotasuna zentroan jarriz. Ikuskizun eta ekintzen antolaketa moderno, espektakularra eta berritzailea eskaintzen da (eszenografian, ekipo teknikoan, IKT-en erabilpenean...) betiere baliabideen arabera baina argi edukita euskara = astuna = zerbait "kutrea" ekuazioa saihestu egin behar dela.

### 5. Nerabeekiko "enpatia" sustatzea:

Nerabeak ez dira 20 urtetik gorako gazteak bezalakoak eta ez dira 6 urteko umeak. Munduarekiko ikuspegi gaurkotua dakarte, eurekin lan egitea aberasgarria da ez da "marroi" bat inondik inora, hortaz, uneoro gaztetxoekiko "enpatia" bilatu behar da, Zertan islatzen da "enpatia" hori?

- Programaren kanpo irudia nerabeentzat gertukoa izatea,
- Beraien kodeak, estetika eta komunikabideak kontuan hartzea
- Nerabeekin harreman horizontalak ahalbidetzea
- Komunikazioari erabateko garrantzia emanaz

## 6. Zenbait ekintza

---

Kontsumo masiboko egitasmoez ibili gara uneoro baina zertan islatzen da hori? Zein ekintza egin dugu? Helburuak betetzeko ekintzak zehazterakoan honako logikari jarraitzen diogu:

### Programatu + Egokitu + Sortu

Hau da, batzuetan "merkatuak" berak behar duzuna eskaintzen dizu baina beste batzuetan, ordea, egokitu beharrean zaude, baliagarria izan ahal zaizu baina benetan eraginkorra izan dadin, moldatu behar izan dugu. Eta azkenean, behar duguna topatu ezean, sortzea dugu aukera bakarra, dela egitasmoa bera osorik, dela egitasmo barruko ikuskizuna edo ekintza bat. Beraz, eskema hori oinarritzat hartuta, honako ekintza hauek garatu egin izan ditugu nerabeentzako programetan:

- a) Bilboko Udaleko Euskara Sailarentzat garatutako Harrapazank programaren barruan honako ekintza egin izan ditugu:
  - Irratsaio arrakastatsuen zuzeneko emisioak
  - Moda desfileak
  - Telebista lehiaketak



- Dantza lehiaketak
  - Talentu lehiaketak
  - Bideo lehiaketak
  - Kultur ekitaldiak (Bertsoa eta komikiak uztartzen dituen ikuskizuna, musika kontzertuak, antzerkia, ...)
  - Musikariekin topaketak
- b) Getxoko Euskara Sailarentzat eginiko Izarren distira programan honako ekintza garatu dugu:
- Talentu lehiaketak
- c) Uribe Kostako Mankomunitateko Euskara Sailarentzat, Getxon buruturiko programaren ildotik, Izarren distira programa zabaldu genuen eta bertan honakoa planteatu dugu:
- Talentu lehiaketa
- d) Bermeoko Gazteria Sailarentzat honako ekintza
- Moda desfilea.

## 7. Zenbait datu

---

Harrapazank programarekin 2006an hasi ginenetik honako programa hauek garatu ditugu:

- e) Bilbon, Harrapazank 2006tik
- f) Getxon, Izarren distira 2008tik
- g) Uribe Kosta, Izarren distira 2009tik
- h) Bermeon, Moda desfilea 2009tik

2006tik 2009ra bitarteko egitasmoetan 4700 baino ikusle gehiago izan dira, parte-hartzaile kopuruari dagokionez, 400 nerabek parte hartu dutela zuzenean egitasmoetako ekintzetan.

Horrez gain, Harrapazank eta Izarren distira (Getxo eta Uribe Kosta) programetako Tuenti sarean 2.000 "lagun" baino gehiago daude.

Udaltop lan-topaketa batzuk izan nahi dute. Helburu hori lortzen laguntzeko, ponentziak eskura jarri dira topaketak egin aurretik, nahikoa denbora izan dezan teknikari bakoitzak irakurtzeko, lantzeko eta hizlariari egingo lizkiokeen galderak prestatzeko. Jardunaldietan bertan, jadanik irakurriak egongo diren hitzaldiei adina tarte eman nahi zaie elkarrizketarako eta hausnarketarako tarteei.

Idatzi hemen zure galdera (ez ahaztu web gunetik bideratu behar duzula).

Galdera:

Azalpena:



---

Arlozabal kalea 8 bis · 48220 Abadiño (Bizkaia)  
T\_ (+34) 94 6218433 · F\_ (+34) 94 6814732  
[aritz@kulturkabia.com](mailto:aritz@kulturkabia.com) · [www.kulturkabia.com](http://www.kulturkabia.com)