

2deo

Euskarazko ikus-entzunezkoen Laborategia

Iban Arantzabal

Amaia pavon

Oihane Agirre

Goio Arana

goiena"
KOMUNIKAZIO TALDEA

mn
MONDRAGON
UNIBERTSITATEA

Gipuzkoako
Foru Aldundia
Diputación Foral
de Gipuzkoa



ETORKIZUNA
ERAIKIZ



ORAIN
GIPUZKOA

0. Sarrera	3
1. Testuingurua eta kontzeptualizazioa	5
1.1 Orain artekoa	5
1.2 Ikus-entzunezko sektorearen egoera	6
1.3 Kontzeptualizazioa	8
2. GipuzkoaLab proiektua	14
2.1 Eragileak	14
2.2 Lan-prozesua	15
3. Euskarazko ikus-entzunezko sormen Laborategia: 2de0	21
3.1 Misioa eta helburuen definizioa	21
3.1.1 Laborategiaren arrakastaren gakoak	22
3.2 Laborategiaren egitura irudi batean	29
3.2.1 Identifikazioa	30
3.2.2 Sorkuntza (inkubagailua)	31
3.2.3 Prototipazioa eta aurre-produkzioa (azeleragailua)	31
3.2.4 Zabalkundea	32
3.2.5 Sektorearen erraztailea	33
3.3 Espazioa eta azpiegiturak	34
3.4 Erraztaileak	37
3.5 Aliantzak	39
3.5.1 Ikus-entzunezko sektorea eta azpiegiturak	39
3.5.2 Eusko Jaurlaritza eta EITB	40
3.5.3 Formakuntza arautua	40
3.6 Ekintza plan baterako lehen notak	41
3.6.1 Identifikazioa	42
3.6.2 Ideazioa eta prototipazioa	43
3.6.3 Zabalkundea	45
3.6.4 Sektorearen erraztailea	46
3.7 Laborategia non/nola gauzatu	47

4. Aurrekontua	57
5. Gipuzkoalab proiektuko eranskinak	58
1.eranskina: Euskal Autonomia Erkidegoko ikus-entzunezko eragileen mapa	58
2.eranskina: Ikus-entzunezko sektorearen diagnostikoa egiteko elkarriketatuen zerrenda	77
3. eranskina: Ikus-entzunezko sektorearen diagnostikoa	80
4.eranskina: Buru-mapa. Ikus-entzunezko sektorearen diagnostik ekintza proposamenera	97
5.eranskina: Ikus-entzunezko sormena sustatzeko interbentzioen proposamena	98
6. eranskina: GipuzkoaLab-eko esperimentua. Euskarazko websail baten ekoizpena	109
7.eranskina: GipuzkoaLab-eko esperimentua. GO!AZEN esperientzia transmedia bihurtzea.	111
8.eranskina: GipuzkoaLab-eko esperimentua. JarriON, chromecast aplikazio baten zirriborroa	120
9. eranskina: GipuzkoaLab-eko esperimentua. Gazteak eta ikus-entzunezko sorkuntza sustatzeko ekimenak	122
10.eranskina: GipuzkoaLab-eko esperimentua. Ikus-entzunezko sektorearen aukerak entretenimendutik kanpo	154
11. Eranskina: Laborategiaren diseinuan kontuan hartu beharreko ideiak	158
12.eranskina: INPUT 2017 jardunaldian jasotako oharrak	164
13. eranskina. Nazioarteko sormen laborategiak ezagutzen. Madrileko bisitatik jasotako oharrak	175
14. eranskina: Euskarazko ikus-entzunezko sorkuntza arrakastatsua digitalizazioaren aroan: Nazioarteko eta Euskal Herriko esperientziak	193
15.eranskina: Espazioa antolatzeke proposamena (TGA+)	194
6. Bibliografia	208

0. Sarrera

Euskarazko ikus-entzunezkoen Laborategia izango da sormenera bideratutako laborategi bat. Ikus-entzunezkoak izango dira langai nagusi, baina ezinbestean beharko du alor industrialeko sorkuntzarekin lotura. Sormena bilatzerakoan, ez da bakarrik produktuan zentratuko eta berrikuntza izango du helburu bai prozesuetan zein egiteko moduetan. Merkatuan eragina izan dezan egingo da lan, baina ez da merkatuko lehian sartuko. Laborategia zentratuko da merkatura ateratzeko momenturainoko fasean; gehienbat, esperimentazioan. Egiteko horiek guztiak sektorearekin batera landuko ditu eta sektorearen bizkortzea bilatuko du. Ikus-entzunezkoen sektorearekin eta sektorea helburu izanik du zentzua proiektu honek eta ez du bilatuko ekimen honetako langileen ogibidea ziurtatzea. Proiektua jaiotzen da ikus-entzunezkoen sektorean eragiteko. Ikusiko balitz ez dela eraginkorra, bertan behera uzteko epe arrazoizko bat izan daiteke bi urte.

Laborategiari, funtzionatzeko arrazoi asko ikusten dizkiogu, hala ere; hori bai, beti, ikus-entzunezko sektorean dagoeneko sortuta dauden eragileekin kontatuta. Ezinbestean kontatu behar da merkatuko berrikuntzekin, bezeroek dituzten ohitura berrieekin, datuetatik ateratako analisiekin, ikerketek ematen dituzten jarraibideekin... Hala ere, ez dio muzin egingo kultura ez komertzialari edo ikus-entzunezko berritzaileagoei. Begi bat izango du Laborategiak sormen libreagoan.

Laborategi honek, fabrika handiago baten kokatuko denez, Tabakalera, behar du izan bizilagun direnekin harreman eten bakoa. Goragoko kudeaketak lagundu beharko luke bizilagunen arteko ekintza bultzatzen. Bizilagunekin zein erakarritako sortzaileekin osatuko da ikus-entzunezko sektorean eragingo duen giroa. Sortzaileak, enpresak eta herritarrak jarriko dira harremanetan Laborategian metodologia berritzaileak eta jakintza alor askotako taldeak abiatzeari garrantzia emanez. Plaza ireki bat da lerrootan proposatzen dena, ateak zabalik izango dituen bisitari datorrenari. Diziplinartekotasuna bultzatzeko ezinbestekoa iruditzen zaigu Laborategia eta ahalik eta gardenena izatea baita ikus-entzunezkoetako sektoretik urrunago dauden lagunendako ere.

Euskarazko sormena bultzatuko da ikus-entzunezkoetan, baina ez soilik azken produktuan, baita eguneroko lanean ere. Laborategiak asmatu beharko du gainontzeko hizkuntzetan lan egiten duen jendearekin lan egiten, betiere, euskarak behar duen agerikotasuna kontuan izanik.

Halaber, sormen industriak langai izango ditu bai norbanako sortzaileetatik eratorritako ideiak zein sortzaile enpresetatik datozenak, izan sorkuntza-prozesuetan parte hartzeko borondatea dutelako zein prozesuok gainbegiratzea eta partekatzea gura dutelako.

Asmatu beharko da erakusleihoa bihurtzeaz gain marka garatzen ere. Erakusleihoa izateko kokapen pribilegiatuan dago Tabakalera eta zerbitzua emango die profesionalei zein herritarrei. Horretarako, bertako sorkuntzari zein nazioartekoari egingo zaio lekua, eta esku-eskura jarri Tabakalerako erabiltzaileari. Laborategiak helburu behar luke bertan lantzen diren proiektuak jantziago, landuago eta lehiakorrago ateratzea merkatura atal hauetan eraginez: nazioarteko joeren identifikazioan, inkubagailu eran egingo den sorkuntzan, prototipazio eta aurre-produkzioan garapenak lagunduz eta baita zabalkundean eraginez. Figura garrantzitsuak izango dira prozesuko atal hauetan guztietan bai sektoreko agente ezberdinak eta Laborategiak sektorearen eskura jarriko dituen erraztaileak.

Aipatutako ondorio hauetara iritsi gara, ondoren sakon azalduko diren azterketen ondorioz. GipuzkoaLab proiektu honetan aztertu dira orain arte Kultur eta Sormen Industrien gainean jasotakoak; ikus-entzunezkoen sektorearen egoera gertutik ezagutzeko asmoz, 70 profesionalekin baino gehiagorekin egin dira aurrez aurreko elkarrizketak eta kanpoko hainbat esperientzia gertutik ezagutu dira. Azterketaz gain, hainbat esperimentazio gauzatu ahal izan dira prozesuan zehar, eta hauek ere ondorengo lerroetan jaso dira.

1. Testuingurua eta kontzeptualizazioa

1.1 Orain artekoa

Azken hamarkadatik hona Europar Batasunetik indartu den joera da Kultur eta Sormen Industrien (KSI) sektorearena, haren sustapenarekin uste baita Europako lurraldearen hazkundera jasangarria eta inklusiboa izango dela. Europako hainbat herrialde dagoeneko hasita daude Kultur eta Sormen Industriei dagokien garrantzia ematen; hala ere, erronkarik handiena izaten ari da KSlen sektorea definitzea eta zedarritzea. Izan ere, Europan, oraindik ere, esparru teorikoari dagokio KSlen eztabaida, praktikoari baino gehiago. Horren adierazle dira Europan egin diren hainbat eta hainbat ikerlan KSlen inguruan; batzuk aipatzearren: Europar Batasuneko aditu talde batek eskuliburu bat sortu zuen 2012an, aztertzeke nola sustatu KSlak Europan; edota Austriako SME institutuak (2016) Europar Komisionako idatzitako txostena, KSlen hazkunderako aurrera eraman beharreko politiken gainean.

Lan horretan hasita daude Euskal Autonomia Erkidegoko instituzioak; bereziki, 2013tik hona indartu da EAEko KSlen sektorea formulatzeko eta sustatzeko ahalegina. Aipatzekoak dira honako lan hauek: Castroren eta Barrenechearen (2012) ikerlana Euskadiko KSlei buruz; Kulturaren Euskal Behatokiak (2013) Kultur eta Sormen Industrien (KSI) gaineko marko teorikoa, bertan aipatzen ditu ikus-entzunezkoen sektorea, zinemarena eta bideo jokoena, KSlen azpisektore desberdinen artean; urte berean (2013) GFAk Sinnergiak ikertegiarekin elkarlanean egin zuen Gipuzkoako KSlen diagnostikoa. Urtebete geroago (2014) ikertegi berberak Eusko Jaurlaritzarako eginiko lana ere aipatzekoa da, KSlen testuingurua deskribatu eta etorkizunerako gakoak azaltzen dituelako.

Azken urteotan bereziki Eusko Jaurlaritza ari da KSlen Euskadiko mapa eta egoeraren gaineko diagnostikoa egiten, 2016an hainbat ikerlan aurkeztu ditu-eta, Sinnergiak ikertegiak, Siadecok eta Kultura Behatokiak garatutakoak.

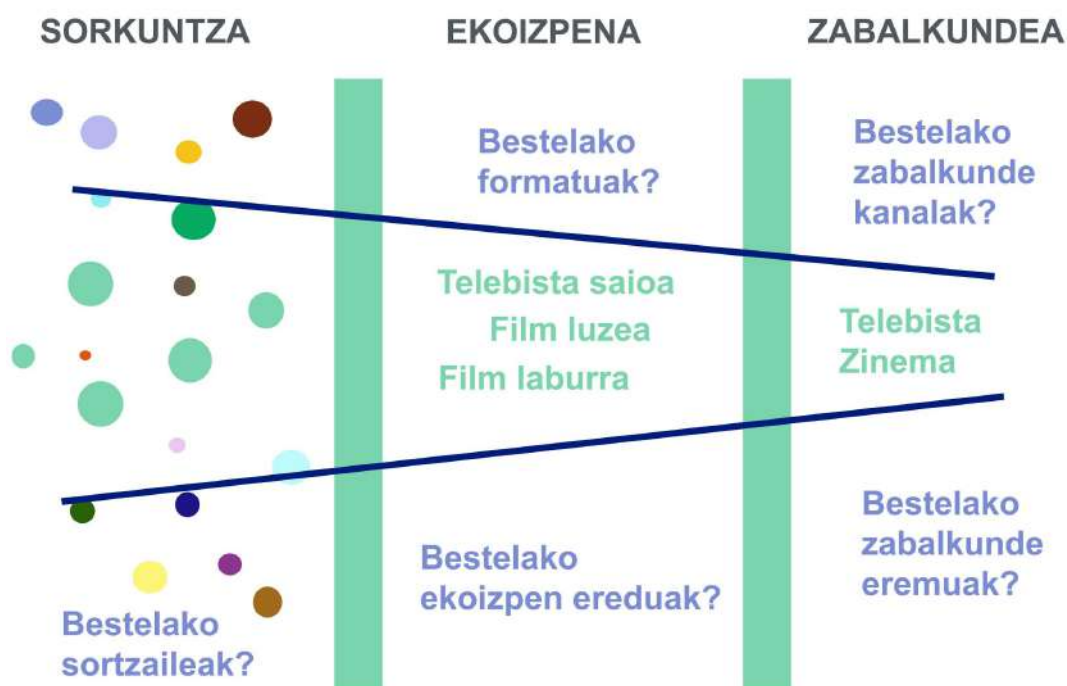
Sormen industrien baitan kokatzen dira, besteak beste, teknologia digitalak eta ikus-entzunezkoak, eta testuinguru horren baitan argitaratu dira hainbat txosten. Ikus-entzunezko sektoreari dagokionez, aipa ditzakegu Gipuzkoako Foru Aldundiak (GFA) egindako ikerlana (2009) lurraldeko Informazio eta Komunikazio Teknologien eta Ikus-entzunezkoen sektorearen inguruan; EIKEN klusterrak Mondragon Unibertsitatearekin batera (2011) burututako EAEko diagnostikoa ikus-entzunezko sektorearena; 2013an ere Mondragon Unibertsitateko HEZIKOM ikerketa taldeak aurkeztu zuen Euskal Herriko tokiko hedabideen

mapa eta diagnostikoa; tartean, tokiko telebistena. Zinemarekin lotutako lana da berriena, 2017an Ibaiarentzat egindako zinema ekoizpenaren gaineko analisi sakona berau.

1.2 Ikus-entzunezko sektorearen egoera

Proiektu honen garapenean egin diren elkarrizketei –formalak, bideoz grabatuta daudenak, zein informalak– eta talde eztabaidei esker, ikus-entzunezko sektorearen egoeraren erretratua egin ahal izan da, eta ezagutu ahal izan da ikus-entzunezko sormenaren egoera zein den, batetik, lan-prozesuaren hiru faseetan –sorkuntza, ekoizpena eta zabalkundea–, eta bestetik, ikus-entzunezko sektorea osatzen duten azpisektoreetan –telebista, zinema, bideo jokoak eta Interneteko bideoak–. Testuinguru hori grafikoki irudikatu da 1. irudian, eta ondorengo lerroetan jaso da diagnosiaren laburpena, betiere, elkarrizketetan parte hartu duten eragileek esandakoa kontuan hartuta.

1. irudia: Ikus-entzunezko sektorearen gaur egungo egoerak erantzun beharreko erronka berriak



Iturria: lanketa propioa

a) Sorkuntza.

- Sortzaileak egon badaude, baina, batetik, kontaktu-sarea oso itxia da eta zaila da sortzaile berriak sektorean integratzea; bestetik, sortzaileek ez dute elkar ezagutzen, ez dago harremanetarako bitartekorik eratuta.
- Sorkuntza-prozesua oso prekariora da. Esaterako, ez da gidoiaren garapen prozesua finantzatzen. Gidoilariarena ezin da, beraz, lanbide bezala ulertu.
- Zinemaren kasuan, garai oparoa bizi duela aipatu da. Hala ere, gidoilari gutxi rendako sortu da lana. Zuzendari askok egiten dute gidoilariaren lana, eta, beraz, ez da egoten gehienetan gidoilari laguntzaileen beharrik. Zinema oso "autoriala" da.
- Telebistaren kasuan, gidoilariak ETBren menpe dauden heinean, ez daude motibatuta egiten duten lanarekin. Sortzen dituzten lanak ETBn kokatzeko egiten dituzte, eta ez sormenetik edota motibaziotik.
- Sortzaile-profila zinemara edo telebistara bideratuta dago, zaila da bestelako sortzaile motarik ezagutzea ikus-entzunezko sektorean.
- Gidoi Ingurua ekitaldia aukera ona da gidoiak ezagutzera emateko, baina ez da ekitaldi arrakastatsua: batetik, gidoilariak ez dakitelako euren ideiak ongi saltzen; bestetik, ekitaldian gidoiak aurkezten direnerako produktoreek honezkero ezagutzen dituztelako gidoiak, eta, beraz, ez dago interes handirik produktoreen aldetik gidoiak ezagutzeko, eta, are gutxiago, erosteko.
- Bideo jokoen kasuan, bazterrekoa da Euskal Herrian egiten den sormen lana.

b) Ekoizpena.

- Zinema oso aro oparoa bizitzen ari da ekoizpenari dagokionez.
- Ekoizle exekutiboaren figuraren falta sumatzen da, oro har, sektorean.
- Faltan sumatzen da inbertsio pribatua, mezenasgo lana egingo duen inbertsore potentearena.
- Finantziazio publikoari dagokionez, eztabaida ugari sortu dira dirua banatzeko irizpideen artean, baina ez da gailendu irizpide zehatz bat; oro har, zalantza dago ea irizpideak egokiak diren edo ez. Horrekin lotuta, euskal ikus-entzunezkoen institutu baten figuraren beharra egon liteke; gaur egun, Eusko Jaurlaritzak eta bereziki EITBk egiten du funtzio hori eta ez da uste agente aproposa denik horretarako.
- Finantziazio publikoarekin jarraituta, diru laguntzak oso molde zaharkituetan ematen dira, ez da kontuan hartzen ikus-entzunezkoak gaur egun izan dezakeela bestelako izaera bat, film labur, film luze edota animazio lana izateaz gain¹.

¹ Elkarriketak egin ziren garaian oraindik ez ziren ezagutzen Eusko Jaurlaritzako 2017ko diru laguntzak, eta, beraz, ez ziren ezagutzen atera diren partida berriak bestelako ikus-entzunezkoetarako.

- Telebistari dagokionez, sektorea oso arduratuta dago. Asko murriztu du ETBk kanpo-ekoizpenerako dirua eta gara daitezkeen formatuak oso mugatuak dira. Espainian egon zitezkeen lana ere asko murriztu da Mediaseten eta Atresmediaren oligopolioarekin. Telebista-sektorea ez dago nazioartera begira; hori ere autokritika bezala aipatzen da, baina ez dira indartsu ikusten nazioarteko merkatuetan lehiatzeko.
- Telebistaren tokiko esparruan enpresa txikiak daude, eta, hedabide bakoitzaren egoera desberdina den arren, oro har, ardura dago, ekoizpenerako baliabideak oso mugatuak direlako.
- Interneteko ekoizpenari dagokionez, urgentzia sumatzen da esparru horretarako ekoizten hasteko, baina ETB izanik gaur egun telebista-ekoizpena finantza dezakeen agente bakarra, ez du sektoreak ikusten ETB Internetera begira dagoenik, eta, beraz, ez da errentagarria. EITBk badu bere estrategian ikus-entzunezkoak Interneten sakonago lantzea, baina, gaur-gaurkoz, ez da strategiaren erdigunean jarri.

c) Zabalkundea.

- Zabalkunde kanalak oso mugatuak dira euskarazko ikus-entzunezkoentzat.
- Euskarazko ikus-entzunezko ekoizpena mugatua izanik, beharra ikusten da eduki horiek berreskuratzeko eta berriz emititzeko –telebistan, zinema aretoetan, Interneteko plataformaren batean...–.
- Euskarazko ikus-entzunezkoen eskaintza asko handi daiteke, baldin eta nazioartean egiten diren lan arrakastatsuak euskarara ekartzen badira –azpidatzita edo bikoiztuta, beharraren edo adinaren arabera–.
- Oro har, azpidatzien aldeko apustu garbi baten falta dago instituzioen aldetik. Eztabaida hori sustatu behar da.
- Telebista kontsumoaz hitz egiten denean, betiko neurketa ereduak bakarrik hartzen dira kontuan eta hauek zaharkiturik geratu dira. Telebistaren esparrua *share*-ari lotuegi dagoenez, ez da apustu ausartik egiten bestelako kanaletako zabalkundean. Ondorioz, ikus-entzunezko audientzia neurtzeko eta ezagutzeko bestelako bitartekoen beharra ikusten da.

1.3 Kontzeptualizazioa

Sormenaz eta berrikuntzaz dagoen beharraz ikertzea, beraz, ez da gauza berria Gipuzkoako lurraldean, eta lan hau KSlen testuinguru zabalean kokatzen den arren, ardura zehatz bati erantzuten dio: nola bihurtu euskarazko ikus-entzunezkoen sektorea berritzaileago eta sortzaileago, betiere, euskarazko ikus-entzunezkoen kontsumoan eragiteko helburuarekin.

Arestian aipatu bezala, *sormena* eta *berrikuntza* kontzeptuei definizio bat baino gehiago egokitu zaien arren, lan hau ikus-entzunezko berrikuntzaren –ingelesez *media innovation*– esparruan zedarritzen da, Bleyen et al. (2014) eta Storsul eta Krumsvik-ek (2013) definitzen duten testuinguruan. Azken hauek zera diote ikus-entzunezko berrikuntzaren inguruan (2013:14):

Innovation is a concept with multiple meanings. In everyday language, innovation is often used as a synonym of invention, and characters like Disney's Gyro Gearloose are the typical innovators. In innovation literature, however, innovation and invention are typically separated as different concepts (Godø 2008; Fagerberg 2005). An invention is a new idea or a new theoretical model, while an innovation is the implementation of this invention in a market or a social setting. There is often a long time-span between an invention and an innovation.

Ikus-entzunezkoen berrikuntzak, beraz, helburu dauka sektorean eragitea, sormena sustatzearekin bat garatuko diren proiektu berriek izan dezatela eragin zuzen-zuzena merkatuaren biziberritzean, eta, aldi berean, euskarazko ikus-entzunezkoen kontsumoan eragin positiboa izan dezala.

Ikus-entzunezkoen ari garela, batetik, krisiak gogor kolpatu du sektore hori, eta, bestetik, aldaketa teknologikoen eraginez –LTD, digitalizazioa, euskarri berriak...– irudiaren eta pantailen presentzia handitu egin da Gipuzkoako gizartean, ikus-entzunezko eskaintza areagotu eta kontsumoa hazi eta erabat zatikatu da. Testuinguru berri honek zuzen-zuzenean eragin dio herrialdeko ikus-entzunezko sorkuntzari.

Komunikazio-munduan paradigma berri baten aurrean ere bada audientzia-profil berria, masa-komunikazioaren garaiko kontsumitzaile pasiboaren izaera aldatzen ari baita. Eduki-aukerak hazi egin dira modu esponontzialean, eta gero eta handiagoa da audientziaren zatiketa. Bestalde, digitalizazioari esker, ugaltu egin dira edukiak kontsumitzeko pantailak eta askotarikoak dira eduki horiek kontsumitzeko moduak: noiznahi eta nahieran kontsumitzeko aukeraz gain, *multitask* izenez ezaguna den bi pantaila edo gehiagoren aldi

bereko erabilera ere ohitura bihurtu da gazteen artean, eta horrek guztiak komunikabideei euri ere eragin die: *cross-media* eta *transmedia* moduko kontzeptu eta praktiken zabalkundea da esanikoaren lekuko.

EIKEN klusterrak 2011n argitaratutako txostenean dagoeneko hitz egiten du ikus-entzunezkoak modu tradizionalen irudikatzearen krisiaz (2011:14):

El concepto tradicional del Audiovisual se ha visto superado. El núcleo de la actividad productiva del sector (denominado en este informe Sector Audiovisual Estricto) formado por las empresas asociadas al Cine, la TV, el Vídeo y la Música, está acompañado ahora por actividades relacionadas con la informática e internet: proceso de datos, hosting de portales web, videojuegos.

Ingurumaria berri horretan, eta euskarazko ikus-entzunezko sormena sustatzeko Laborategiak kontsumoan eragitea helburu duen heinean, inoiz baino garrantzitsuago bilakatu da audientzia ezagutzea eta sakon aztertzea haren kontsumo ohiturak eta ikus-entzunezkoen bueltan sortzen zaizkion beharrak. GipuzkoaLab proiektu honetarako Euskal Herriko Unibertsitateak egin du audientzia-ikerketa sakona. Ikerketa honen xede nagusia 12 eta 16 urte arteko nerabe gipuzkoarrek egiten duten ikus-entzunezko edukien kontsumo zein sorkuntzaren diagnostiko sinesgarria eskaini eta euskarak esparru horretan duen lekua zehaztea da. Finean, nerabeen artean euskarazko ikus-entzunezko edukien kontsumoa eta sorkuntza sustatzeko beharrezkoak diren politikak garatzeko abiapuntua baita. Horren harira, hainbat arrisku eta aukera ere antzeman ditu ikerketa honek.

a) Ahuleziak eta mehatxuak:

1. Euskarazko ikus-entzunezko edukien eskaintza urria da. Gabezia hori, gainera, areagotu egiten da gazteei zuzendutako ekoizpenak aintzat hartuz gero.

2. Euskarazko ikus-entzunezko edukien eskaintzaren ezezagutza. Euskarazko ikus-entzunezkoen eskaintza, urria ez ezik, ezezaguna ere bada gazte askorentzat. Nerabeek ez dute-eta ekoizpen hauek erraz aurkitzeko erakusleho ezagunik sarean.

3. Euskarazko ikus-entzunezko ekoizpen gehienak ez dira erakargarriak. Inkestak eskainitako datuek nahiz eztabaida taldeen emaitzek ere argi erakusten dute nerabe gehienentzat euskarazko ikus-entzunezko edukiak ez direla erakargarri. Euskaraz bizi ez direnen artean, gainera, jarrera hori areagotu egiten da. Eta, zenbaitetan, interesik ezatik arbuia egiten dute jauzi.

4. Sorkuntzarekiko, euskarazko ikus-entzunezko edukiak sortzeko, bereziki, interes gutxi azaltzen dute nerabeek. Ondorioetan adierazi legez, sortzaile baino gehiago, kontsumitzaile dira gazteak. Gutxi sortzen dute. Are gutxiago, euskaraz.

5. Euskarazko ikus-entzunezko edukien aurrean nerabeek genero zein eskualde mailan agerian utzitako ezberdintasun handiek zaildu egiten dute politika komun bat abian jartzea. Euskarazko ikus-entzunezko ekoizpenekiko gazteek duten jarrera kontuan harturik, arrakala handia dago eskualde mailan. Horrez gain, alor honetan ere, mutilen eta nesken lehentasunak arras ezberdinak dira.

b) Indarguneak eta aukerak:

1. Euskarazko ikus-entzunezko edukiak kontsumitzeko prest legokeen publiko potentzial ezkutu edo latente bat dago. *Go/azen* telesailaren arrakastak euskarazko ikus-entzunezko edukien eskaririk badela argi erakusten du. Publiko potentzial hori erakartzeko formulekin asmatzean dago gakoa.

2. Nerabe guztiak aro digitalean jaioak dira eta euskararen ezagutza homogenea dute. Natibo digitalak dira gazte guztiak eta smartphone sakelako telefonoa erraztasun eta maiztasun handiz dabilte.

3. Ikus-entzunezko sorkuntzarako ezinbestekoak diren hardwarea –smartphone sakelako telefonoa– eta softwarea eskura ditu nerabe orok. Softwarea erdiestea, gainera, erraza eta doakoa da. Horrek, hain justu, ikus-entzunezko edukiak sortzeko abantaila handiak eskaintzen ditu.

4. Sare sozialetan eta sarean bertan maiztasun handiz dabilta nerabeak.

5. Ikus-entzunezko edukien esparruan mutilen eta nesken artean ezberdintasun handiak dauden arren, interes komunik ere bada. Pelikulen kasuan, komedian –*Ocho apellidos vascos*– eta abenturan –*Los juegos del hambre*– gustuak antzekoak dira. Beste horrenbeste gertatzen da telesail –*Hawaii 5.0*, *Juego de tronos*, *La que se avecina...*– eta telebista saio jakin batzuekin –*El hormiguero*; *Herri txiki*, *infernua handi*; *Burubero...*–. Instagram eta Whatsapp sare sozialetan ere portzentajeak parekoak dira.

Labur esanda, natibo digital euskaldunetz osatutako talde handia dago. Eskari handia, beraz. Ikus-entzunezko edukietara sarbidea dute eta sare sozialetan etengabe dabilta. Natibo euskaldun hauek, oster, ez dituzte euren interesak euskaraz behar bezala aseak ikusten, eskaria urria eta ikusezina delako.

Ezinbestekoa da ikus-entzunezkoen esparrua era zabalean irudikatzea, ez bakarrik ikus-entzunezko sektorean ohikoak izan diren telebista eta zinema industrietan; hortik harago, *ikus-entzunezko* esaten denean, erreferentzia egiten zaio edozein euskarritan kontsumi daitekeen ikus-entzunezkoari: aurretik aipatu direnez gain, Interneteko bideoei, bideo jokoei edota animazio lanei egiten zaie erreferentzia; ikusi eta entzun daitekeen edozein edukiri, beraz.

Euskarazko sormena sustatzeko ikus-entzunezko Laborategiak, hala ere, aztertu beharko du aipatu berri den ikus-entzunezkoen sektorean zein azpisektore dagoen ahulen, euskarazko ekoizpen eta kontsumoari dagokionez, eta bereziki hor eragin beharko du. Esaterako, egin den sektorearen diagnostikoan, zinema sare-tuen eta indartuen dagoela kontuan izanik, ez da Laborategiaren lehentasuna izango horretan eragitea. Bideo jokoen eta Interneteko edukien, ordea, badira urgentziak heldu beharreko bi eremu. Ezer baino lehen, baina, sakon aztertu beharko dira azpisektore bakoitzaren beharrak eta erronkak. Ezin ahaztu azpisektore horiek kontsumoan duten zeresanak ere baldintzatuko duela zein izan beharko litzatekeen lagundu beharrekoen ordena.

Euskarazko ikus-entzunezko sormena sustatzeko Laborategiak, beraz, helburu moduan izango du euskarazko sormena biziberritzea, ez bakarrik euskarazko edukien hedapenari dagokionez, baizik eta sormen prozesua bera euskaratik egikaritzea, edota bestelako hizkuntzetako komunitateetan dagoen sormenetik ikastea eta euskarara ekartzea.

Kontuan hartuta ikus-entzunezko sektorearen gaur-gaurko egiturak ez diela erantzuten ikus-entzunezkoen esparru berriak dituen erronkei (ikus 1. irudia), Laborategian esperimendu egingo da aro digitalak eskaintzen dituen aukerekin eta esperimenduok baliatuko dira euskarazkoen testuinguruan eduki berritzaile eta arrakastatsuak sortzeko.

Profil desberdineko jendearen sormena estimulatzeko eremua izango da Laborategia, esperimenduzko gunea. Ikus-entzunezko sektoreko profesionalak biltzeko gunea izango da, baina baita sektoretik kanpo dauden sortzaileekin nahastekoa ere: idazle, marrazkilar, abeslari... ez hori bakarrik, Laborategiak ere izan beharko du sortzaile gazteen eta oro har,

herritarrentzat irekita egongo den espazioa, denen arteko igurtziak eragingo baitu sormena berritzaileagoa izatea.

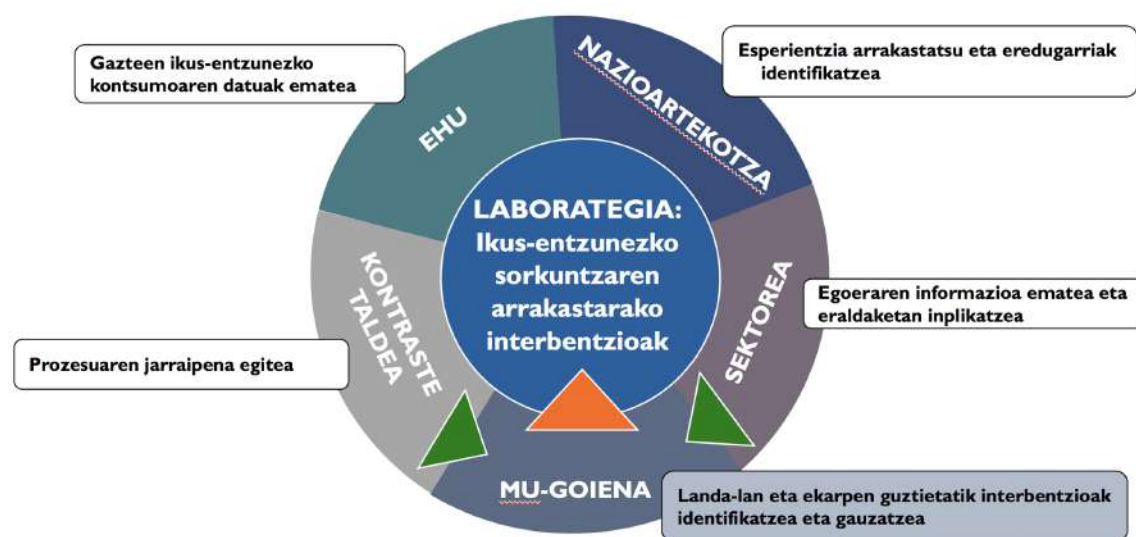
2. GipuzkoaLab proiektua

Euskarazko ikus-entzunezko sormena sustatzeko Laborategiaren diseinuaren atzean Mondragon Unibertsitateko eta Goiena Komunikazio Taldeko lantalde bat aritu da lanean, 2016ko azaroan hasita, Gipuzkoako Foru Aldundiaren *Etorkizuna eraikiz* egitasmoaren baitan. Egitasmoaren filosofian oinarrituta, ikus-entzunezko sormena sustatzeko lan-prozesu honen helburua izan da, batetik, sakon aztertzea euskal testuinguruan zein den ikus-entzunezko sektorearen egoera, eta, hortik abitatuta, sormena sustatzeko ekintza-proposamena martxan jartzea, euskarazko sormena sustatzeko laborategi finko baten diseinua egiteko.

2.1 Eragileak

GipuzkoaLab proiektuaren koordinazioa eraman dute Mondragon Unibertsitateak eta Goiena Komunikazio Taldeak elkarlanean, baina beste hainbat eragilerekin batera (ikus 2. irudia) garatu da proiektua.

2. irudia: GipuzkoaLab proiektuan parte hartu duten eragileak



Iturria: lanketa propioa.

Mondragon Unibertsitatearen eta **Goiena Komunikazio Taldearen** egiteko nagusia izan da euskarazko ikus-entzunezko sormena sustatzeko gakoak identifikatzea. Horretarako, batetik, **nazioartekotze** lanak egin dira, Euskal Herritik kanpo puri-purian dauden joerak

aztertze. Bestetik, ikus-entzunezko **sektorearekin** harreman zuzena izatea izan da egiteko nagusia, haiengandik jaso delako euskal eremuko ikus-entzunezko egoeraren diagnosia.

Gipuzkoako gaztetxoek ikus-entzunezko kontsumo ohiturak ezagutzeko, **EHUko** Ikus-entzunezko Komunikazio eta Publizitatea Saileko IMG/MAC taldeak ikerketa- lana egin du. Euskara, nerabeak, Internet eta kultur kontsumo zein sorkuntza izan dira, hain zuzen ere, aipatu ikerketaren ardatz nagusiak. Zehatz esateko, 12 eta 16 urte arteko nerabe gipuzkoar euskaldunek teknologia berrien eremuan kontsumitzen, sortzen eta partekatzen dituzten ikus-entzunezko edukiak ez ezik, esparru horietan guztietan egiten duten euskararen erabilera ere analizatu da.

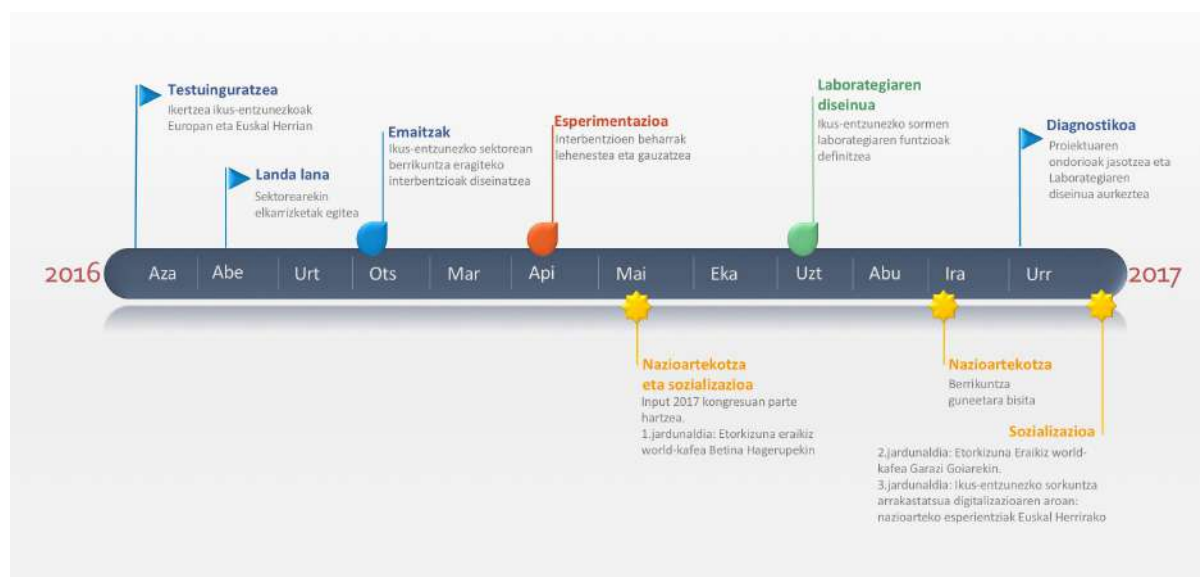
Lan prozesu guztian **kontraste talde** bat egon da prozesuari jarraipena egiten. Kontraste talde honetako kide izan dira: Jorge Gil, Garazi Goia, Xabier Paya, Jaime Otamendi, Maite Goñi eta Maialen Beloki. Talde honi, egindakoa aurkeztu zaio prozesuaren hainbat momentutan, eta ekarpenak egin ahal izan dituzte, bide-lerroa fintzeko balio izan dutenak. Jasotako informazio guztia egituratzeko ezinbestekoa izan da etengabeko kontraste lana egitea.

2.2 Lan-prozesua

Lan-prozesuari dagokionez (ikus 3. irudia), abiapuntuko lana izan da azken hamarkadan Kultur eta Sormen Industriei, eta, zehatzago, ikus-entzunezko sektoreari eta teknologia berriei buruzko ikerlanak batzea, eta horrekin batera, sektorea osatzen duten eragile eta ekintzen identifikazio xehea egitea.

Horrekin batera, EAEko ikus-entzunezkoaren mapa osatu da (ikus [1.eranskina](#)), protagonista edo eragile guztiak eremu geografikoan kokatzeko.

3. irudia: GipuzkoaLab proiektuko lan prozesua



Iturria: lanketa propioa.

Ekarpenik garrantzitsuena ikus-entzunezko sektorea osatzen duten 70 norbanakok baino gehiagok emandako testigantzak izan dira –elkarriketatuen zerrenda ezagutzeko ikus [2.eranskina](#)–, horietatik 31 grabatuta daude. Sektorearen hainbat alorretan –sorkuntzan, ekoizpenean zein zabalkundean; telebistan, zineman, animazioan zein Interneten eremuan– lanean diharduten profesionalekin burututako elkarriketatetik ikus-entzunezko sektorearen egoeraren gaineko erretratu fidela atera da, eta tarte hartu da, gainera, eragile guztiekin hausnartzeko ikus-entzunezko sormena sustatzeko balizko laborategi batek egin beharreko ekarpenen inguruan (ikus [3.eranskina](#)).

Bigarren fase batean, eta hasierako ikerketa lan horretatik abiatuta, hainbat **interbentzio** definitu dira, esperimentazioa helburu izan dutenak. Interbentzioa momentuko behar konkretu bati erantzun behar dion ekintza zehatza izan da; hasiera batean, jarraipenik ez duena. Eta interbentzioa hasi eta amaitu egin behar da denbora-tarte batean. Hasierako proposamena egiteko elkarriketatetik abiatuta, buru-mapa bat sortu da (ikus [4.eranskina](#)) eta hortik abiatuta hamabi interbentzio zerrendatu dira (ikus [5.eranskina](#)).

Kontraste taldearekin inpresioak luze elkarbanatu ostean, bost interbentzio lehenetsi dira. Interbentzio hauek, Laborategiaren misio eta helburuekin bat egiteaz gain, honako hiru galdera hauei erantzuten diete:

a) Berritzailea da proposatzen ari garen interbentzioa?

Berritzailea izan daiteke lan-dinamika berri bat proposatzen ari garelako, edota lan talde/elkarlan berri bat, edota produktu/eduki berri bat –akaso, kanpoan ez da berria, baina Euskal Herrian bai–.

b) Nola laguntzen du interbentzioak ikus-entzunezko sormena sustatzen?

Ulertzen da sormena sustatzea ez dela bakarrik sortzaileei ikusgarritasuna ematea, baizik eta sektorean formulaturik dauden egiteko moduetan aldaketak eragitea, edukien arrakasta handiagoa izateko.

c) Balio al du interbentzioak etorkizuneko balizko laborategian kokatzeko?

Interbentzioek izan behar dute egingarriak, erreplikagarriak eta eskalan handitzeko gaitasuna dutenak, bestelako proiektu edota testuinguruetan aplikatzeko.

Zerrendatutako bost interbentzioetatik, hiru gauzatu ahal izan dira, denbora eta aurrekontua kontuan izanik. Gauzatu diren interbentzio hauetatik ikasi da ikus-entzunezko sektorean eragiteko aukerak badirela. Aipatutako hiru interbentzio hauek esperimentazioa izan dute helburu, eta momentuko behar bati erantzun diote. Baina aldi berean, proiektuak esperimentaziora eramateko kontuan hartu ziren ezaugarriak bete dituzte:

1.- **Next Station**, sortzaileak elkarlanean euskarazko websail baten ekoizpenean (ikus [6. eranskina](#)). Ikus-entzunezko proiektuen berrikuntza laborategi hau antolatzen den bigarren aldia izan da; aurten, baina, euskararen presentzia bermatu nahi izan da deialdian, euskarazko websail bat ekoiztea helmuga hartuta. Helburuak dira laguntzea, hausnartzea eta arintzea, hainbat bitarteko eta metodologia erabilita, eta, azkenean, parte-hartzaileak prestatzea, euren proposamenak mundu errealerara, nazioarteko inbertsiogileengana, ekoizleengana eta merkatuetara eraman ditzaten. Laborategirako lan-lerro guztiak –identifikazioa, inkubagailua, prototipazioa eta zabalkundea– kontuan hartuko ditu deialdi honek, eta esperientzia honetatik asko ikasi ahal izango da. *Next Station*-eko deialdia 2017ko azaroan zabaldu da, eta prozesu osoak urtebeteko iraupena izango du.

2.- **Go!azen transmedia proiektu** bihurtzeko aukerak aztertzea (ikus [7. eranskina](#)).

EITBk lehen aldiz *transmedia* produktu bat eskaini die ikus-entzuleei, eta hau berritzailea izan da euskarazko ikus-entzunezko panoraman. Aurrez arrakastatsua den produktu batez baliatu (*Go!azen*), eta ikus-entzule gehiagorengana heltzeko helburua izan du proiektuak; saioarendako propio garatu den aplikazioarekin, orain arte heltzen ez ziren adin tartera iritsi nahi izan da (12-16 urte). Elkarlanaren ondorio izan dela esan dezakegu, hainbat izan dira-

eta proiektu honen bueltan lan egin duten eragileak (EITB, Pausoka, Hirutxulo, GipuzkoaLab...).

3.- **JarriOn**, *chromecast* aplikazioa. Euskarazko bideoak ikusteko aplikazio bat da. Erabiltzaileak gaur egun eskura dituen bi pantaila garrantzitsuenetan ikusi ahal izango ditu bideoak: mugikorrean eta *chromecast* aplikazio baten bidez, telebistan (ikus [8.eranskina](#)). Bereziki zabalkundeari dagokion eremuan eragitea da proiektu honen helburu nagusia. Ikus-entzunezkoak kontsumitzeko ohiturak asko ari dira aldatzen, eta berritzailea da hau euskarazko ikus-entzunezkoen hedapenean. Laborategian garatuko diren proiektuentzat, zabalkunderako leiho berri bat izan daiteke. Gainera, *JarriON* proiektuan jasota dagoen moduan, neurketa sistema bat ere garatu nahi da: zein bideo eta zein kanal ikusten diren, eta baita ikuskatzeak noiz diren mugikorrean eta noiz telebistan. Datu hauek benetan izango dira garrantzitsuak, kontsumo ohiturak ezagutzeko aukera emango dutelako. Euskarazko ikus-entzunezko edukiz hornitzeko aplikazio honen atzean daude hainbat eduki sortzaile: euskarazko toki telebistak, *Dantza.eus*, *TBX* aplikazioa... Aplikazio hau 2017ko abenduan prest izatea espero da.

Beste bi interbentzio hauek landu dira, baina maila teorikoan bakarrik garatu dira:

4.- Gazteen ikus-entzunezko sorkuntza sustatzeko ekimenak identifikatu eta aztertu, eta Aldundiari Laborategira begirako ondorioak eman, gazteen euskarazko ikus-entzunezkoen sormena eta kontsumoa handitzeko (ikus [9.eranskina](#)).

5.- Aztertzea ikus-entzunezko sektoreak izan ditzakeen negozio-aukerak entretenimenduaren sektoreaz gaindi (ikus [10.eranskina](#)).

Esperimentaziorako balio izan duten interbentzio sorta horretatik *Euskarazko ikus-entzunezko sormena sustatzeko Laborategia*-ren diseinuari ekin zaio. Prozesu horretan, ezinbestekoa izan da aurreko lerroetan aipatu dugun lan-prozesu osoa egitea. Laborategiaren diseinuari ekiteko garrantzitsua izan da berreskuratzea 2016ko abenduan egin ziren elkarrizketetako hainbat ideia, eta sektorearen iritzia osatuagoa edukitzeko, bigarren elkarrizketa sorta bat egin da Laborategiaren diseinuan sakontzeko (ideia garrantzitsuenak [11.eranskinean](#) batu dira).

Kanpoko esperientziak ezagutzea oso garrantzitsua izan da prozesu honetan guztian. Negozio eredua berrikuntzan oinarritzen duten hainbat enpresaren esperientziak ezagutu dira, eta haien jardunaren egikaritzarako dituzten espazioak aztertu dira, eredu arrakastatsuak identifikatzeko. Esperientzia arrakastatsu eta eredugarriak topatu dira

nazioartean. Bereziki garrantzitsua izan da INPUT jardunaldira egindako bisita. Kongresu honetan urtero biltzen dira nazioarteko telebista publikoko sortzaile eta ekoizleak, aldakorra izan ohi den gai baten bueltan. 2017ko jardunaldiaren helburua izan da aztertzea telebista publikoaren etorkizuna digitalizazioaren aroan (ikus [12.eranskina](#)).

Madrilgo hainbat berrikuntza-gune ere ezagutu dira; espazio hauen antolaketa eta bertan txertatu dituzten lan dinamikak aztertzea izan da helburua. Bisitatu diren guneak: La quinta del Sordo, MediaLab Prado, ImpactHub Madrid, TeamLabs Madrid eta Campus Google (ikus [13.eranskina](#)).

Lan prozesuan lagungarri izan dira antolatutako **jardunaldiak**. Hainbat jardunaldi antolatu dira ikus-entzunezkoen berrikuntzaren bueltan eta benetan izan dira lagungarri sektorearekin egoteko eta haien inpresioak jasotzeko. Hona hemen antolatutako jardunaldien informazioa:

1.- Lehenengo jardunaldian, Europako estatu txikien sormen eta nortasun estrategiak ezagutu eta, euren ibilbidetik gurean zer esperimentatu dezakegun aztertzeko, *Betina Hagerup* Danimarkako Danish Business Authority bulegoko zuzendari nagusiarekin egin zen topaketa. Herrialde aurreratu eta erreferentziazkoetan ezarritako esperientziak ezagutzeko ahaleginean, ondorengo gaiak jorratu ziren: sormen industriak sustatzeko estrategia Danimarkan eta daniar ikus-entzunezko edukiak ingelesa hegemoniko den esparruan – Betinaren hitzaldiaren bideoa ikusteko egin klik [lotura honetan](#)–.

Jarraian, ikus-entzunezko edukien arrakasta baldintzatzen duten gakoak identifikatzeko talde dinamika bat egin zen, sektoreko hainbat eragilerekin –world-kafeko ondorioak [ikus-entzunezko honetan](#) jasota daude–.

2.- 2017ko urriaren 6an egindako bigarren jardunaldian, *Britainia Handiko ikus-entzunezkoen joerak*, *Euskal Herrirako aukerak* izenburupean, Garazi Goiak –ikus-entzunezko estrategian aditua– hitzaldia egin zuen –Garazi Goiaren hitzaldia ikusteko egin klik [lotura honetan](#)–.

Ondoren, talde dinamika bat egin zen, sektoreko profesional bakoitzak Laborategitik zer espero zuen eta norberak zer ekarpen egin diezaiokeen aztertzeko –world-kafeko ondorioak ikusteko egin klik [lotura honetan](#)–.

3.- 2017ko urriaren 31n, hirugarren jardunaldian, INPUT jardunaldian egindako kontaktuak

aprobetxatuta, nazioarteko hainbat aditu bildu ziren. Eztabaidagai izan zuten, digitalizazioaren aroan, ikus-entzunezkoen sorkuntzaren arrakastarako zeintzuk izan daitezkeen gakoak. Atzerriko *crossmedia* eta *transmedia* esperientziak ezagutu ahal izan ziren.

Topaketa honen bigarren tarte baten, GipuzkoaLab proiektuan esperimentaziorako egin diren ekintzak ezagutu dira: *Go!azen* telesailaren bueltan EITBk garatutako *transmedia* proiektua, *JarriON chromecast* aplikazioa eta *Next Station* euskarazko websaila ekoizteko lehiaketa –jardunaldiaren programa osoa ezagutzeko, ikus [14.eranskina](#)–.

4.- 2017ko abenduaren 14an, txosten hau emateko unean, egin barik dago jardunaldia. Gipuzkoako ahaldun nagusiak gonbidatuta bertan izango dira Tabakalerako patrono diren Eusko Jaurlaritza, Donostiako Udala eta Gipuzkoako Foru Aldundia bera. Azalduko da txosten honetan agertzen dena: zein izan zen enkargua, entzute ariketa handia egin dela sektorearekin, esperimentazioa izan dela beste oinarri sendo bat eta amaierako proposamena: 2DeO, Euskal Ikus-entzunezkoen Laborategia.

Horren guztiaren ondorio da ondorengo lerroetan azalduko den **Ikus-entzunezko sormena sustatzeko Laborategiaren** diseinua.

3. Euskarazko ikus-entzunezko sormen Laborategia: 2de

3.1 Misioa eta helburuen definizioa

Ikus-entzunezko sormena sustatzeko Laborategiak misio zehatza du:

Euskarazko ikus-entzunezkoen ekoizpena eta kontsumoa handitzea, sormen testuinguru berriak sustatuz, ekoizpen-eredu eta formatu berrietan esperimentatuz, eta zabalkunde kanalak biderkatuz, betiere, sektorea osatzen duten eragileekin elkarlanean eta herritarren partaidetza aktibatuz.

Euskarazko ikus-entzunezko sormen laborategiaren helburuak ondorengo lau puntuetan ardazten dira:

a) Euskara sustatzea.

Euskara sustatzea ikus-entzunezko euskarrietan, hala eskaintzan nola kontsumoan: sorkuntza prozesuak euskaratik abiatzea eta euskarazkoen sormena eduki eta formatu berriz hornitzea. Horrek guztiak euskarazkoen ikus-entzunezko edukien kontsumoan igoera eragitea du helburu.

Ahalegin berezia egin nahi da 14 urte bitarteko haur eta gaztetxoekin, joerak eta ohiturak zehaztu gabe dituztelako. Adin tarte horretan euskarazko eskaintzaz gailentzen baitira haien kontsumoan, eta garrantzitsua ikusten da euskarazko edukiez hornitzea gazteen aisialdiko eskaintza. Etorkizuneko helduak izango diren heinean, eremu ez-formalean sustatu nahi da euskararen erabilera, eta ikus-entzunezkoek hor zeresan handia dute.

b) Irismena handitzea.

Audientziaren kontsumo ohituretara egokitutako eduki eta formatuen sorkuntza sustatzea.

Formatu berriekin esperimentatzeko aukera eskaini nahi da, audientziaren nahietara era eraginkorragoan iristeko.

c) Sektorean eragitea.

Ikus-entzunezko sektorean mugitzeko moduak aztertzea eta martxan jartzea: sektoreak dituen beharrak eta ahulguneak ezagutzea, eta horiei erantzuteko proposamenekin sektoreko eragileak dinamizatzea.

Atomizatutako sektorearen sarea jostea beharrezkoa da, indarren metaketak lagun dezakeelako iristera gaur egun urruti dauden eremuetara; adibidez, nazioarteko merkatu berrietara. Horrekin batera, sektorea osatzen duten profesionalak formatzeko eta birziklatzeko abagunea eskain dezaketen dinamikak lehenetsi nahi dira. Sektorearendako erreferentziazko gune bat egotea garrantzitsua da; gune honetan, ideiak partekatu, joera berriak ezagutu, ekoizten ari denaren berri izan, sinergiak lortu...

d) Nazioartekotzea sustatzea.

Batetik, eskala bereko beste lurralde batzuetan egiten dena ezagutzea eta joerak aztertzea, esperientzia aurreratuenak inspirazio iturri bihur daitezten. Kanpoko joera horiek hemen zelan txertatu aztertu. Bestetik, sortzaile euskaldunen ikus-entzunezkoak nazioarteratzeko estrategiak garatzea bidelagun izango diren beste eragile batzuekin elkarlanean. Egiteko hauek Euskal Herrian ikus-entzunezkoen nazioartekotzan lan egiten duten eragileekin elkarlanean egingo dira.

3.1.1 Laborategiaren arrakastaren gakoak

Laborategiaren arrakastaz berba egiten denean, garrantzia ematen zaio adierazleak definituta egoteari. Adierazleen definizio zehatza egitea komeni da Laborategia martxan jartzen denean, Laborategiaren beraren jardunak esango baitu zeintzuk adierazle definitu eta lehenetsi beharko diren.

Hala eta guztiz ere, euskarazko ikus-entzunezko sormena sustatzeko Laborategiaren proposamen honetan garrantzitsua iruditu zaigu hainbat gako zehaztea. 2017ko urriaren 6an egindako jardunaldian, *Britainia Handiko ikus-entzunezkoen joerak*, *Euskal Herrirako aukerak* izenburupean, Garazi Goia adituak arrakastaren bost eragile badaudela aipatu zuen. Eragile hauek kontuan hartuta definitu dira Laborategiaren arrakastarako gakoak:

1- Estrategia koherentea izatea.

Estrategia koherenteaz berba egiten denean esan nahi da lehentasunak zehaztu behar direla, arriskuak aurreikusi eta aurrekontuak definitu.

Gogora ekarri behar da Laborategiaren misioa: **Euskarazko ikus-entzunezkoen ekoizpena eta kontsumoa handitzea, sormen testuinguru berriak sustatuz, ekoizpen-eredu eta formatu berrietan esperimentatuz, eta zabalkunde kanalak biderkatuz, betiere, sektorea osatzen duten eragileekin elkarlanean, eta herritarren partaidetza aktibatuz.**

Misioan aipatutako helburuak bereiziz, honako egiteko hauek ditu Laborategiak estrategia koherentea bermatzeko:

a) Euskarazko ikus-entzunezkoen ekoizpena eta kontsumoa handitzea...

Laborategiaren lehenengo egitekoa izango da gaur egun dauden ikus-entzunezkoen ekoizpen eta kontsumo datuak ezagutzea. Lan horren parte bat egin du Gipuzkoako Foru Aldundiak, Euskal Herriko Unibertsitateko ikerlari-talde batek aztertu baititu 12-16 urte bitarteko nerabeen ohiturak. Horrekin batera, kuantifikatu egin beharko dira euskaraz egiten diren ikus-entzunezko ekoizpenak: telebista saioak eta hauen sailkapena formatuaren arabera, bideo jokoak, websailak, iragarkiak, film luzeak, film laburrak... eginda baleude horiek bildu eta egiteke daudenak eskatu. Ekoizpen eta kontsumo datu horiek kontuan hartuta, lehentasunak jarri beharko dira erabakitzeke ikus-entzunezkoen zein azpialorretan dagoen beharra sustapenerako, erabakitzeke nora bideratu behar diren indarrak. Arrakastarako adierazlea izango da jakitea zein eduki garatzea den benetan estrategikoa, eta zenbat hazi behar den ikus-entzunezkoen azpisektore bakoitza.

Kontsumoaz berba egiten denean, eta bereziki telebista kontsumoaz, betiko neurketa ereduak bakarrik hartzen dira kontuan eta hauek zaharkiturik geratu dira. Telebista kontsumitzeko ohituretan aldaketa handia gertatu da eta gertatzen ari da; bereziki indarra jarri nahi den gazteen adin tartean gertatzen da hau, gainera. Ez da Laborategiaren egitekoetako bat izango, baina eragin beharko da beste neurketa eredu hauek ere garatzeko eta kontuan hartzeko, gaur egun daudenen osagarri izango direnak: nahieran sarean, *big data*... Oinarri-oinarrian dago aldaketa hau, benetan datuak sinesgarriak izateko; nekez izango dira fidagarriak kontsumoari dagokionez zehaztutako lorpenak, kontsumo datu zehatzak ez baditugu.

b) ... sormen testuinguru berriak sustatuz...

Talentua identifikatzeaz eta diziplinartekotasuna sustatzeaz ari gara hemen. Sektorearendako bereziki elkargunerako lekua izan behar da Laborategia; talentu berriak eta profesionalak elkartuko dituen lekua. Igurtzi honetatik, proiektu berriak sortuko direla sinistuta gaude. Eta proiektu hauetan ere zeresan handia izan dezakete, sektoretik kanpoko profesionalak: arkitekto, diseinatzaile, informatikari,...

Horiek horrela, arrakastarako adierazle garrantzitsu bat izango da zenbat proiektu garatzen diren diziplinartekotasunean.

c) ... ekoizpen-eredu eta formatu berrietan esperimentatuz...

Formatu berri esaten denean ez gabeza esaten derrigorrez existitzen ez den ezer sortuko denik. Batzuetan horrela izango da, baina hori bezain garrantzitsua iruditzen zaigu euskarara ekartzea munduan barna existitzen diren ikus-entzunezko esperientzia arrakastatsuak, betiere, Euskal Herriko testuingurua kontuan hartuta eta hemengo aukera eta beharretara egokituta.

Laborategiak arrakasta izango du baldin eta asmatzen badu nola sortu ikus-entzunezko euskarazko edukiak gaur egungo testuinguru digitalera egokituta. Adierazle garrantzitsua izango da zenbat proiektu berritzaile aterako diren merkatura Laborategitik.

d) ... eta zabalkunde kanalak biderkatuz...

Ikus-entzunezko sektorearen gaur egungo egoerak erantzun beharreko erronka berriak identifikatu ditugunean (ikus 1.irudia), zabalkunde kanal berriak topatzearen garrantzia azpimarratu dugu. Edukiak zabaltzeko bideak hazi egin dira, eta kontsumo ohituretan ere aldaketa nabarmena sumatzen ari gara. Badira formatuak hainbat kanaletan zabaltzen direnak inolako moldaketarik egin gabe; telebistarako sortzen diren telesailek zabalkunde bide berri bat izan dezakete sarean, plataforma berrietan (Netflix, Amazon...)... Baina badira edukiak, propio kanal berri hauetarako ekoizten direnak: websailak, *gamer*-ak, *youtuber*-ak... Estrategikoa izango da kanal berri horietan euskarazko ikus-entzunezkoen presentzia handitzea, kanal berri hauetarako propio sortutako edukiak sortuta.

e) ... betiere, sektorea osatzen duten eragileekin elkarlanean...

Lortu behar da ikus-entzunezko sektorea osatzen duten ahalik eta eragile gehien erakartzea, senti dezaten badela ere Laborategia beraien egunerokotasunaren parte. Sektorea indartu eta batu behar du Laborategiak, baina diziplinartekosatuna sustatzea ere baldin bada helburua, ikus-entzunezko sektoretik kanpo dauden sortzaileak ere erakarri beharko dira Laborategira.

f) ... eta herritarren partaidetza aktibatuz.

Laborategiak bilatuko du era aktiboan herritarrak ere inplikatzeko sormen prozesuan, ikus-entzunezko profesionalak ez diren norbanakoak izango baitira sortuko diren ikus-entzunezkoen hartzaileak, eta haien iritzia jasotzea ezinbestekoa da. Oso garrantzitsua da kontsumitzen duguna sortu gura izateak; norbera protagonista izanda, kontsumitzaile ere

bihurtzen da, eta ez bakarrik norbera, baita ingurua ere. Laborategitik pasako diren proiektuek biderkatzaileak izateko aukera handiak dituzte, eta honek eragin zuzena izango du euskarazko ikus-entzunezkoen kontsumoan. Horretarako, hainbat ekimen antolatuko dira Laborategian, profesionalak eta herritarrak batuko dituenak: ideien lehiaketak, kontraste saioak, proiektuen aurkezpen irekiak, eta abar.

2- Enfokea definitzea.

Enfokea definitzeak esan nahi du apustu zehatzak egitea, jakitea zeintzuk bi-hiru gauza egin daitezkeen desberdin benetan aldaketa eragingo dutenak. Enfokea definitzerakoan tradizioaren eta apustu berrien arteko tentsioan bilatu behar da oreka eta eragile desberdinen arteko sinergiak topatzea garrantzitsua da.

Euskarazko ikus-entzunezko sormena sustatzeko Laborategiari dagokionez, honako hauek dira klabeak, ikus-entzunezkoetan sormena eta aldaketa ekar dezaketenak:

a) Diziplinartekotasunean oinarrituta, proiektuak bultzatuko dira prozesuaren hasiera-hasieratik protagonista desberdinak kontuan hartuta, ez bakarrik ikus-entzunezko sektorea osatzen duten eragileekin, baizik eta sektoretik kanpo daudenekin ere bai. Profesionalen eta talentu berriaren arteko igurtzia ere topatu nahi da Laborategian, eta sormen prozesua aberastuko duten testuinguruak sortuko dira.

Pentsatzen da Laborategitik talde lana eta diziplinartekotasuna sustatuta hobeto erantzungo zaiela sektoreak dituen premiei.

b) Ikus-entzunezko sektorearen egitekoa berraztertu egin behar da, kontuan hartuta entretenimenduaz harago badaukala sektoreak ekarpenak egiteko aukera; komeni da, beraz, entretenimendurekin lotutako ekoizpenaz harago lan egitea, eta egon daitezkeen aukerak aztertzea bestelako sektoreetan. Garrantzitsua da azpimarratzea gaur egun komunikazioa bereziki ikus-entzunezkoa dela, eta horregatik da hain beharrezkoa ikus-entzunezkoaren sormena bestelako helburuen baitan kokatzea: Kultur eta Sormen Industrien baitan, Industria 4.0ren baitan, eta abar.

c) Laborategia egon behar da nazioarteko panoramari begira, eta hurbildu egin behar du Euskal Herrira. Ezagutu egin behar dira nazioartean zein joera gertatzen ari diren, ikus-entzunezkoen alderdi teknologikoari zein narratiboari dagokionez. Horiek ezagutuz gero, Laborategiak arrakasta izango du, sormenaren begirada antizipazioan oinarrituta izango duelako. Horrek ez du esan nahi kanpokoaren imitazio hutsean bilatuko duenik Laborategiak

arrakasta, baina nazioarteko joerak ezagutzeak, Euskal Herriko testuinguruaren ezagutzarekin batera, lagun dezake ikus-entzunezko berritzaileak formulatzera.

Zinemaren testuinguruan nazioarteko sarea ondo egituratuta dago; horren erakusle da, besteak beste, Donostiako Zinemaldia. Horrek ez du esan nahi ezin denik sare hori sendotu Laborategitik; hala ere, urgentzia beste eremu baten kokatzen dugu, zinemaz gaindiko ikus-entzunezkoen eremuan.

3- Edukiaren eta igorlearen arteko harreman-oreka definitzea.

Ikus-entzunezkoen testuinguru global eta digitalean egitate bat da igorlearen edo hedabidearen identitatea ari dela poliki-poliki garrantzia galtzen, audientziak denetarik euskarrietan kontsumitzen dituelako ikus-entzunezkoak, eta ez dagoelako hainbeste begira edukiaren jatorriari, baizik eta edukiaren kalitateari. Horren aurrean, erronka handia da, asmatzeko nola egin ikus-entzunezkoen eskaintza aro digitalera egokituta, baina igorlearen identitatea sendo mantenduko duena.

Laborategia kontziente izan beharko da konstatazio horrena, baina markaren irabaziari balio absolutua eman gabe, jakin beharko du bestelako irabazi hauek balioan jartzen:

-Egiten ikastearen balioa: harreman sarea indartzen duelako Laborategiak eta egindako prototipazio prozesu horretan ikasi egiten delako.

-Irismenean irabaztearen balioa: Interneten eremua konkistatzen duelako euskarak eta ekoizpen profesionaletik haragoko sortzaile sareak sortzen direlako –adibidez, euskarazko *youtuber*-en sarea–.

Euskarazko sormena sustatzea denez Laborategiaren helburua, pentsatu behar da euskarazko edukiek behar dutela bereziki audientziarengana iritsi, edukien irismenean lan egin, kanal eta euskarri berrietan esperimentatuz. Kasu batzuetan posible izango da produktuaren marka mantentzea, baina, akaso, igorlearen identitateak indarra galdu beharko du beste batzuetan. Laborategiak bereziki indarra jarri nahi du gazteengan, eta kasu horretan aztertu beharko da, besteak beste, ETB marka nola antzematen duen gazteak, eta horren aurrean erabaki beharko da zein estrategiari jarraitu; izan ere, gazteen euskarazko ikus-entzunezkoen kontsumoan eragiteko, edukia izango da igorlearen gainetik nabarmenduko dena. Gaur egungo gazteek ikus-entzunezko produktuak kontsumitzen dituztenean, euskaraz modu naturalean kontsumitzea eta sortzea nahi da.

Horrekin batera, Laborategian garatuko diren proiektuek izango dute nolabaiteko zigilua, eta proiektuaren arrakastarako bermea izango da zigilu hori. Horrek esan nahi du posible dela

proiektu handietan pentsatzea, baina proiektu txikiak eta ez errentagarriak ere beharko dira Laborategiaren marka indartzeko. Laborategiko zigilua daramaten produktuek bermea izango dute proiektu berritzaileak izango direla, nazioarteko joeretatik elikatu direla eta euskal testuingururako formulatutakoak izan direla, talde lanean eta euskaratik pentsatuak.

4- Audientziak ezagutzeko beharra.

Dagoeneko zaharkituak geratu diren audientzia *share*-ak ezagutzeaz gain, bestelako bitartekoak garatu behar dira audientziaren nahiak eta beharrak ezagutzeko. Besteak beste, *big data*-n edo datu handietan ikusten da horretarako potentzial ikaragarria.

Audientziak ondo ezagutzea nahitaezkoa izango da, baina existitzen diren neurketa ereduak osatu egin behar dira, gaur egungo kontsumo ohiturak kontuan hartuta. Ezin dira telebista audientziak bakarrik neurtu; badira zabalkunderako kanal berriak eta horiek ere neurtzen hasi beharra dago. Lan hori ez du Laborategiak egingo, baina informazio horretatik baliatu beharko da estrategikoak diren proiektuak martxan jartzeko eta bideratzeko.

5- Garapenean inbertitu.

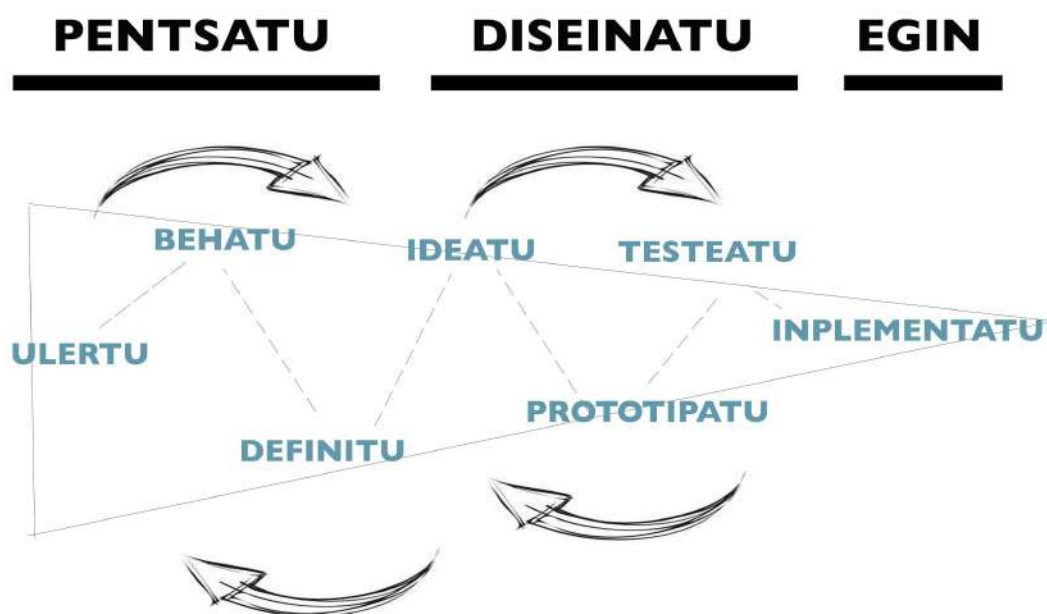
Aurreko lerroetan aipatu direnak aurrera ateratzeko ezinbestekoa da aurrekontu bat edukitzea. Kontuan izanik dirua mugatua dela, kontuan hartu behar da gorpila asmatu beharrik ez dagoela berritzailea izateko. Aurretik aipatu bezala, nazioarteko joerak ezagutzen eta horiek dagokion testuinguruan egokitzeko trebeziak bidera dezake sormena arrakastara.

Laborategiaren kasuan, argi dago edozein delarik ere erabiltzen dugun berrikuntza prozesua, momenturen batean beharko dela finantziazioa. Sektorearekin egin diren elkarriketa guztietan ere azaldu da aldagai hau: "Diru gehiago behar da". Bistan da diruak laguntzen duela, baina, lehenengo-lehenengo, proiektu berritzaileak, igurtziarekin sortutakoak, interesgarriak, arrakasta frogatzeko sortuak, gazteak... dira landu beharrekoak. Lanketan bertan ere jarri ahal izango du Laborategiak diruren bat, batez ere: formaziorako, kanpoko esperientziak ekartzeko, adituren bat jartzeko proiektuan dabiltzanen eskuetan... Laborategiak berak izango du diru poltsa bat, baina ez proiektuak diruz laguntzeko zuzenean. Proiektuekin esperimentatzeko bai, horretarako diru-zorro propioa izateaz gain zein ate jo daitezkeen ere landuko da. Erraztaileek beraien lanen artean izango dute proiektu interesgarriei bultzada emateko zeinengana edo zein laguntzatara aurkeztu behar den esatea eta laguntzea.

Labur esateko: esperimentazioa lagunduko da bai Laborategiko pertsonalaren esperientziarekin, bai sektoreko zein eragilerengana joaz, bai dirua aurkitzen lagunduta. Ez da proiekturik babestuko diruz zuzenean, baina babes osoa eskainiko zaio proiektu horri, merkatuan lehiatzera atera aurretik. Pentsatzekoa da Laborategian lantzen diren proiektuak Laborategiko langileen gainbegirada izango dutela, eta horrek berorrek lagun dezake hainbat ate zabaltzen.

Arrakastaren bidean, sinistuta gaude sormen prozesuan garrantzitsua dela porrotetik ere ikastea. Horretarako, metodologia egokia iruditzen zaigu *Design Thinking*, Laborategian garatuko diren proiektuendako. Metodologia honen arabera, sormen prozesua ez da lineala (ikus 4.irudia), prozesuko edozein fasetan gerta litekeelako atzera egin behar izatea, konturatuz gero egiten ari garen bidea ez dela egokia. Porrot txiki horietatik ikastea da metodologiaren helburua eta hortik abiatuta hobetzen joatea –saiatu, porrot egin, saiatu hobeto, porrot egin hobeto...–. *Design Thinking* diziplina bost ezaugarritan oinarritzen da: hartzailearen enpatia lortzen, talde lana sustatzen, prototipatzean inbertitzen, atmosfera ludikoa sustatzen eta eduki bisuala garatzen.

4.irudia: *Design Thinking* metodologia



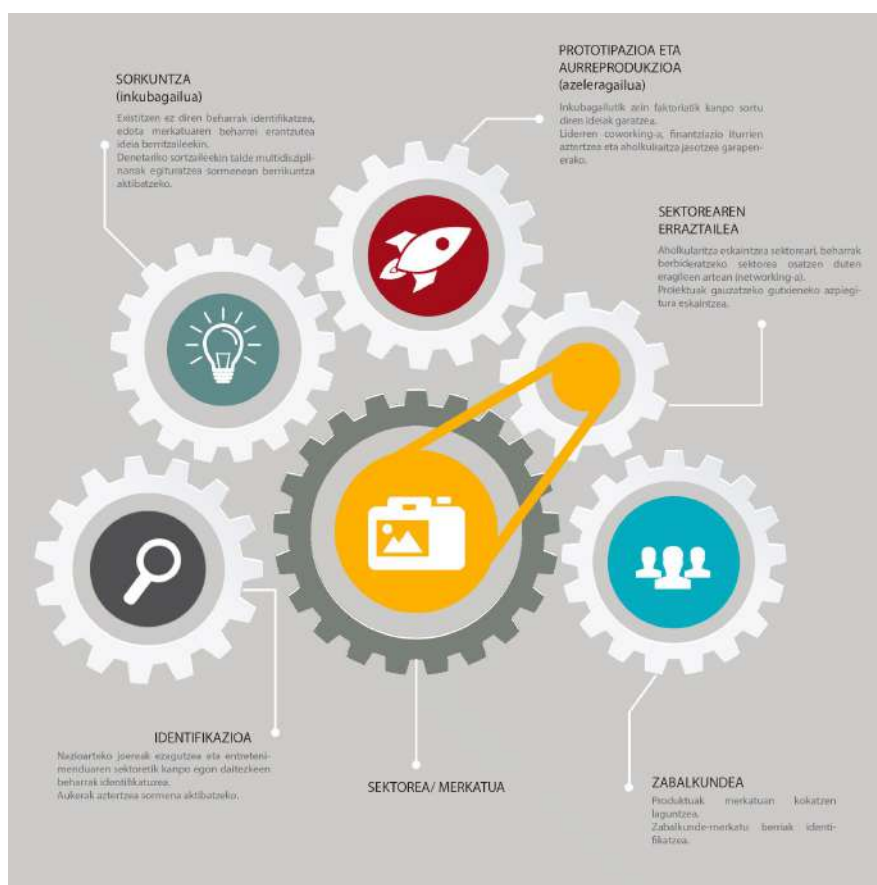
Iturria: lanketa propioa.

Laborategiko erraztaileek metodologia hau ondo ezagutzea komeni da, lan prozesuetan txertatu ahal izateko. Laborategiak berritzaileak izan nahi badu, arriskatu egin beharko du; beharbada, beti ez da asmatuko, baina porrotetik ikasitakoak jasota geratuko dira, hurrengo batentzako lagungarri izango delako eta etorkizuneko arrakasta bermatuko delako.

3.2 Laborategiaren egitura irudi batean

Ondorengo irudian (ikus 4.irudia) ikus dezakegu Laborategiaren lan-ildo desberdinek osatzen duten makineria; bata bestearengan eragiten du, eta erdigunean sektorea kokatzen da. Makineria hau mugituko duen lehengai nagusia ideiak izango dira, Laborategian bertan sortu direnak izan, nahiz kanpotik datozenak. Ideiak, azeleragailura sartu baino lehen, galbahetik pasa beharko dira, benetan prototipaziora eta aurre-produkzioa eramateko bermea izan dezaten. Aipatutako galbahe hori egiteko moduak askotarikoak izan daitezke, eta proiektuaren ezaugarrien arabera adostuko dira zelan gauzatu.

4.irudia: Euskarazko ikus-entzunezko sormena sustatzeko Laborategiaren lan-ildoak



Iturria: lanketa propioa.

3.2.1 Identifikazioa

Laborategiko funtzioetako edo lan-ildoetako bat da ikus-entzunezko sektorearentzako aukerak identifikatzea; horrek esan nahi du Laborategitik aztertuko direla, batetik, nazioartean gertatzen ari diren punta-puntako joerak, eta, bestetik, ikus-entzunezko sektoretik gaindi sor daitezkeen ikus-entzunezkoetarako beharrak. Horrenbestez, sektorearendako bideratutako ekimenak gertutik jarraituko dira Laborategitik, eta, hobesten den kasuetan, dinamika hauek sozializatuko dira eta bultzatu egingo dira Laborategitik egiteko berriak sortuz.

Aukerak modu aktiboan bilatzea (edo sortzea) da alor honen egitekoa, horretarako bitarteko guztiak erabiliz: industria desberdinen egoera ezagutu eta beharrak aurreikusi, merkatuak azalera duen informazioa baliatu, nazioarteko antenetatik iristen direnak jaso –besteak beste, Glocal, Europa Creativa, Zinemaldia, Etxepare Institutua eta bestelako sareak–, eta ikasi gizartean dauden sormen ekimenetatik –esaterako, Next Station, Euspot, 24 ordu Digitalean, Gidoi Ingurua–.

Sektorearendako interesekoak izan daitezkeen sareak –nazioartekoak zein bertakoak– identifikatuta izango ditu Laborategiak, besteak beste, zabalkunderako aukera berriak eskaintzeko, salmentarako merkatu berriak topatzeko, ko-produkzioan ideia berrientzako finantziak topatzeko edota produkzio eta formatu berriak identifikatzeko.

Laborategi hau Tabakalera kokatuko denez, gaur egun bertan dauden elkarte eta dinamiken osagarri izan beharko litzateke. Sormenerako guneak, Tabakalera osatzen dutenen ekosistema aberastuko du, eta osagarria izango da. Garrantzitsua izango da ekosistema honetan elkarlanerako dinamikak bultzatzea, Tabakalera bera hauspotuko duten dinamikak.

GipuzkoaLab proiektuan, identifikazio lana ere egin da, eta emaitza onak eman ditu; hainbat bisita egin dira bertako eta kanpoko esperientziak ezagutzeko. Ezagutza horren ondorioz, gauzatu ahal izan dira hainbat esperientzia: *Go!azen transmedia* proiektua, *Next Station* eta *JarriON* aplikazioa. Ikusi dugu, han eta hemen ezagututakoak balio dezakeela bertan txertatzeko, betiere, hemengo ezaugarriak kontuan hartu eta gure egiteko moduetara moldatuta.

3.2.2 Sorkuntza (inkubagailua)

Laborategiaren funtzio garrantzitsuenetakoa da sormena sustatzea, eta horretarako espazio eta dinamikak sortu eta antolatzea. Identifikazio edo behaketa fasean egindako lanak balioko du hainbat proposamen sorkuntzaren eremu honetara ekartzeko. Garrantzitsua da proposamen horiek erantzuna ematea momentuko merkatuko beharrei, baina Laborategiak sustatuko duen sorkuntza-eredua ezingo da betiko moldeetan egin. Ikus-entzunezko sormena sustatzeko Laborategiak egon beharko du etorkizunean sor litezkeen joerei begira, nazioartean indartzen ari diren tendentziak aztertzen eta gaur-gaurkoz existitzen ez diren beharrak identifikatzen. Azken ildo honen lanketatik uste da sorkuntza-prozesua izan daitekeela berritzaileagoa eta apurtzaileagoa.

Lan-esparru honetan garrantzitsuena da zaintzea **sormen-testuingurua**, bai pertsonena, baina baita espazio fisikoarena ere. Sorkuntza-prozesuan eta ideien egikaritzan berrikuntza ekarriko du sortzaileen profila denetarikoa izateak –gidoilariak, marrazkilariak, idazleak, komikigileak, ipuin-kontalariak,... baina baita diseinatzaileak, bertsolariak, baina baita herritarrak eta frikiak ere– eta sorkuntza-prozesua talde lanean egiteak. Ezohiko talde egituratze batek berez elkarren artean urruti bizi diren eragile desberdinen nahasteak eta ondo dinamizatutako lan-dinamikak ekar dezake molde berrietan sortzea. Horrekin batera, ideiak garatzeko diziplina anitzeko taldeak aktibatzeak espazioak moldagarria izan beharko du, prozesuak eskatzen dituen beharretara.

Laborategitik eragindako diziplina anitzeko taldeetatik sortutako proiektuak egongo dira, baina, Laborategitik definitutako lan-lerroak aintzat hartuta, egingo da deialdi publiko bidez proiektuak jasotzeko deialdia ere. Modu honetara, edonork izango du aukera bere proiektua aurkezteko. Aurkeztutako proiektu guztiak Laborategiko egoitzan ikusgai jarriko dira denbora batez, eta sortzaileek aukera izango dute jendaurrean azaltzeko. Jasotako proiektuak hautatzeko orduan, hauek baloratuko dituen aditu talde bat osatuko da. Kasuan kasu, hala ere, hautaketa zuzena egitearena ez da baztertzen, proiektuen eta beharren arabera.

3.2.3 Prototipazioa eta aurre-produkzioa (azeleragailua)

Laborategian sortuko diren proiektuetatik, potentzialki arrakastatsuei, edota Laborategitik kanpo sortu direnei, eta berauen garapena interesekoa izan daitekeela iritzita, jarraipena emateko lan eremua izango da honako hau. Epaimahai batek erabakiko du zeintzuk proiektu sartuko diren azeleragailura. Epaimahaiaren osaketa proiektuaren ezaugarrien arabera aukeratuko da, eta hemen ere, diziplinartekotasuna kontuan hartuko da. Epaimahaia osatu ahalko dute, ikus-entzunezko sektoreko profesionalez gain, bestelako protagonistek:

idazleek, artistek, irakasleek, ikasleek, herritarrek... esku artean dauden proiektuen arabera izango da eratuko den epaimahai profila. Ikus-entzunezko sektorea, beraz, batzuetan sortzaile izango da, eta beste batzuetan epaile. Erraztaileak kudeatuko ditu epaimahaiaren eraketa-prozesuan egin beharrekoak.

Fase honetan helburua izango da sortu diren ideiak ekoizpen fasera gerturatzea, eta, beraz, ideiak garatzeko liderrak identifikatzea izango da lan-ildo honen lehenengo egitekoa. Betiere, garrantzitsua izango da prozesuan zehar gardentasuna eta konkurrentzia bermatzea, eta kasuan-kasuan erabakiko da liderren identifikaziorako zein prozedura jarri martxan: deialdi bidezkoa, aukeraketa zuzena edo prozedura mistoa.

Liderren *coworking* espazioak ezinbesteko funtzioa izango du Laborategian, ideien prototipazioan sarea sortzeko ideiaren sortzaile, eta produktuaren ekoizle eta sustatzaile posibleekin. Hain zuzen, aholkularitza jaso ahalko da aditu, beterano, edota bestelako profesionalengandik.

Produktuaren egikaritzarako finantziazio iturrien behaketa ere izango da alor honen egiteko bat, baina ez hori bakarrik: fase honetan ere pentsatu beharko da produktu horrek zein zabalkunde aukera izango dituen eta hori ere presente izango da lan fase honetan. Izan ere, zabalkunderako bideak handitzea da beti helburua, irismenean irabazteko.

GipuzkoaLab proiektuan *Go!azen transmedia* proiektua izan da prototipaziora eraman dugun adibide garbiena. Kanpoko *transmedia* esperientziak aztertu ostean, *Go!azen* produktuarekin egin zitezkeen *transmedia* aukerak zerrendatu ziren. Proposamena EITBra eramanda, bertan aztertu, eta denbora eta aurrekontua kontuan hartuta, aukera interesgarrienak eta egingarrienak identifikatu zituzten.

3.2.4 Zabalkundea

Laborategitik lagunduko da produktu berritzaileak merkatuan ondo kokatzen; Laborategian garatu diren aurre-produktuei ikusgarritasuna emateaz gain, sektoretik proposatutako ikusgarritasun gutxiko proiektu berritzaileak ere lagunduko dira. Laborategiak harreman zuzena izango du zabalkunde-kanal desberdinekin: EITBrekin, tokiko komunikabideekin, Zinemaldiarekin, nazioartekotze lanak egiten dituzten eragileekin... Produktuen irismena ahalik eta arrakastatsuena izatea da lan-ildo honen helburu nagusia.

Horrekin batera, zabalkunde eremu berriak behatuko dira; gaur egun bereziki ezinbestekoak ikusten dira, batetik, nazioartekotza indartzea, eta bestetik, Interneten aukerak aztertzea

ikus-entzunezko zabalkunde-kanal gisa.

Tabakaleratik sozializatuko dira Laborategian egiten direnak, izan Tabakalerako komunikazio-bitartekoen bidez –webgunea, programazioa, erakusketak...–, izan Laborategian antolatu daitezkeen *pitching* edota hitzaldi sorten bidez, proiektuen defentsarako. Espazio irekia izango da, eta bertan egosten denaren berri izateko bideak erraztuko dira. Horretarako, dinamika egokiak jarriko dira martxan, sektorea bera erakartzeko propio sortutakoak, nahiz edonori zuzendutakoak.

Interbentzioen artean gauzatu den *JarriON* proiektuarekin, lortu da euskarazko ikus-entzunezkoendako kanal berri bat irekitzea. Ikus-entzunezko kontsumo ohiturak aldatzen ari direla identifikatuta, *Chromecast* aplikazio bat egiteko aukera hobetsi zen. Modu honetara, euskarazko ikus-entzunezko edukia gaur egunean eskura ditugun bi pantaila garrantzitsuenetan ikusi ahal izango dira: mugikorrean eta, *chromecast* aplikazio baten bidez, telebistan. Modu honetara, zabalkunde kanalak zabalduko dira euskarazko ikus-entzunezkoendako. Laborategiko zigilua daramaten proiektuak ere bertan kokatzea interesgarria izango litzateke, eta aplikazioa bera erreferentziazkoa izatea etorkizunean, euskarazko ikus-entzunezkoen hedapenean.

3.2.5 Sektorearen erraztailea

GipuzkoaLab proiektuan egin diren elkarrizketek erakutsi dute ikus-entzunezko sektorea oso atomizatuta dagoela gaur egun Gipuzkoan. Sektorean harremanak sortzea beharrezkoa da; bakarkako lanetik, diziplina anitzeko taldeetan lan egitea hobetsi behar da Laborategitik; izan sektoreko agenteen artean, izan sektoretik kanpokoekin. Sektorea sarean josten lagunduko duten dinamikak txertatuko dira.

Formakuntza saioek, jardunaldiek, topaketek... lagundu dezakete honetan; sektorearen beharrak asetzeko formakuntza saioak zein etorkizunera begira identifikatu diren joerak txertatzen lagunduko duten dinamikak. Sektorea etengabe birziklatzeko saio hauek lagunduko dute sektorea bera saretzen. Sektorearen saretzeak negozio aukera berriak identifikatzen lagunduko dio ikus-entzunezko sektoreari. Formazio saio hauek diseinatzeko orduan, kontuan hartuko dira formazio-ekosisteman dauden egitura ofizialak –lanbide heziketa, unibertsitatea eta zinema eskola– edota bestelako eragileak –besteak beste, Larrotxene edota Tabakalera–.

Proiektua gauzatu den epealdian hainbat jardunaldi egin dira, aurrez lan-prozesua atalean

azaldu bezala. Jardunaldi hauek erakutsi digute modu esperimentalean egin dugun hau modu egonkorrean eginez gero, praktikan badituela ondorioak. Sektorea gertu izateko jardunaldiak izan dira, eta modu positiboan baloratu ditu sektoreak. Laborategian identifikazio fasean identifikatzen diren aukerak sektorearekin elkartrukatzeko formatu egokiak izan daitezke. Era berean, sektorearen beharrak identifikatzeko lekua ere izan beharko dira; sarri hitz egin dugun igurtzia sortzeko espazioez..

Laborategiak sektorearentzat baliagarria izango den datu base garrantzitsua osatuta izango du: baliabideak, azpiegiturak, profesionalak, diru laguntzak, ekimenak, nazioarteko kontaktuak... Sektorearentzat erreferentziazko gunea izango da kontsulta librerako, betiere, legeak ezartzen dituen mugen barruan.

Sektoreko eragileen arteko elkargune izango da Laborategia, horretarako espazio egokiak bideratuz. Gune bat, non ideiak partekatuko diren, edo ideia berriak garatuko diren. Eragileen arteko harremana erraztuko da Laborategitik. Laborategiko erraztaileek belarriak adi izango dituzte sortuko diren gune hauetan; sektoreari termometroa jartzeko lekua izango da, eta argazki erreal bat osatzen lagunduko dute espazio hauek. Sektorearen ahulguneak eta aukerak identifikatuko dira espazio hauetan, Laborategiaren lan-lerroak birdefinitzen lagunduko dutenak.

3.3 Espazioa eta azpiegiturak

Laborategiaren espazioa irudikatzerakoan, espazio eskalablea eta irekia izatea da burura etortzen zaizkigun baldintza garrantzitsuenak. Handiegia den espazioa barik, 500 metro koadroko erabilera aurreikusten da, hasiera baten. Hala ere, beharren eta ematen zaion erabileraren arabera espazioa birmoldatzen joango da. Espazioak moldagarria eta arina izan behar du aldaketetarako, berrikuntza-guneetan aurkitzen diren elementuekin osatua. Espazioaren nolakotasunean pentsatzerakoan ezinbestekoa da Tabakalerak duen diseinu eredutik ez aldentzea. Hala ere, beti izango da lehentasunezkoa espazioaren moldagarritasuna, erosotasuna, irekitasuna eta askotariko erabilera.

Laborategiaren ateak irekita egongo dira, edozein dela hurbiltzen den norbanakoa, aukera izan dezan Laborategiaren itxura eta jarduna barrutik ezagutzeko. Tabakaleran aurreikusitako Laborategiaren espazioaren sarreran badago gun e zabal bat, eta irekitasun horren adierazle izango da espazio hori ere aprobetxatzea, besteak beste, erakustaldi publikoak egiteko. Tabakaleran dabilen edonork ikusi ahal izango du Laborategia eta ikusgarritasunean irabaziko du.

Honako hauek dira Laborategian aurreikusten diren guneak eta azpiegiturak:

1- Harremanetarako eta lanerako plaza irekia. Espazio hau izango da Laborategiko gun e nagusietako bat eta sarreratik gertu kokatuta egongo dena. Bertan lan egin ahal izango dute diziplina anitzeko taldeek, eta talde hauetan sortzen den informazioa partekatu eta ikusarazteko euskarriak izango ditu; izan daitezke bertako paretak, mahaia bera, arbel digital bat...

Leku argitsua eta inspiraziorako gun e izango da, lan eremu goxo bat, lantaldeko kideak eroso sentiaraziko dituen a. Talde hauen lan-dinamikak eskatzen dituzten beharretara moldatu ahal izango da espazioa: formakuntza saio bat, aurkezpen bat...

2- Harreman ez-formalerako plaza. Hau izango da Laborategiko beste gun e nagusietako bat. Sektoreko hasiberri eta profesionalak eta sektoretik kanpoko aktoreak erakarri eta harremanak sustatzeko aproposa izan daitekeen espazio informala, jan-edanaren bueltan elkartzeko gun e. Honen helburua jendearen arteko igurtzia sortzea da, harreman ez-formalak sortzea. Bisitatu ditugun Hub guztietan dago horrelako txoko bat eta gun e horietako bihotz bihurtzen da.

Gune honek ez du lehenengotik oso urruti egon beharko, aisialdiaren eta lanaren arteko mugak ahalik eta lausoenak izan daitezzen.

3- Laborategiko eguneroko lanean jardungo duten hiru-lau erraztaileendako lan-gunea. Lehenengo puntuan aipaturiko espazioan kokatuta irudikatzen dira erraztaileak, baina euren jardunerako beharrezkoak dituzten azpiegiturak kontuan hartu beharko dira gune horretan.

4- Ikus-entzunezko edukiak ikusteko eta bilerak egiteko bi gela intsonorizatu. Bilera gela hauek bitarteko egokiak izango dituzte ikus-entzunezkoen ikuskatzerako, bilera birtualetarako edota proiektuen eztabaida intimorako. Espazioarekin bat egingo dute, eta nahiz eta intsonorizatuak izan, hormak gardenak izango dira.

5- Ediziorako bi-hiru gune ireki. Lehenengo puntuan aipatu dugun espazioan irudikatzen ditugu bi-hiru ekipo postproduktzioarako prestaturik egongo direnak. Edizio lan arinak egiteko balioko dute. Edizio lan sakonagoetarako erabiliko da Tabakaleran dagoeneko badagoen azpiegitura: Lantegian dauden kabinak, hain zuzen. Horrek esan nahi du Laborategian sormen prozesuan dagoen edozein proiektuk izango duela aukera Tabakalerako Lantegiko azpiegiturak erabiltzeko.

6- Aurkezpen kabina. Kaleko argazki kabinen estilora –fotomatoiak–, edonork bere ideiak uzteko espazio itxi bat izango da eta bideoan jasota geratuko da. Bertaratzen denak aukera izango du buruan duen ideia, proiektu, amets... kamera baten aurrean azaltzeko. Ideia hauek ikusgai jarriko dira hainbat euskarritan. Helburua izango da ideia berrietan interesa izan dezaketen norbanakoak erakartzea eta elkartzea. Kabina hau Laborategiko sarreratik gertu irudikatzen da, lehenengo edota bigarren puntuko espazioetan kokatuta.

7- Ikus-entzunezkoen material gela. Prototipaziorako beharrezkoak diren oinarritzko azpiegiturak gordetzeko gunea –kamerak, tripodea, fokoak, mikroak, tableta grafikoak–.

Gune horiekin batera, aztertu beharko da Tabakalerako Lantegian dagoen azpiegitura – bideo ediziorako 3 kabina, soinu ediziorako bat, argazki laborategi bat eta plato bat– nola erabiliko duen Laborategiak. Baita, Ubik eta HirikiLabs guneekin harremana.

3.4 Erraztaileak

Laborategia abiatzeko hiru langile euskaldun egongo dira, eta hauei erraztaile deituko zaie. Erraztaileen egitekoa izango da bertara datozenei harrera egitea eta informazioa ematea. Ohiko bisitariak eta bisitari berriak entzun eta azalpenak emango dizkie, Laborategia bidelagun izan dezaketen proiektuak garatzeko aukerak eta zubiak eskainiz. Laborategian martxan dauden dinamiken eta proiektuen berri emango die eta sortzaileen kezka eta proiektuak gertutik ezagutuko dituzte.

Martxan dauden dinamika eta proiektuak gertutik jarraituko dituzte eta logistika lanak egingo dituzte. Espazioa kudeatzeaz arduratuko dira, eta erabiltzaileen beharrak ezagutu eta horretarako espazioak eskatzen dituen moldaketak egingo dituzte.

Erraztaileen egiteko zehatzak izango dira:

- Laborategiko bisitari eta erabiltzaileei harrera egitea, proiektuetan ikuskera eta inizatiba berriak txertatzeko.
- Ikus-entzunezko sektoreko protagonistak eta sektoretik kanpokoak Laborategira erakartzea.
- Laborategiko erabiltzaileen aniztasuna bultzatzea.
- Laborategiaren eta beste eragile batzuen arteko bitartekari lanak egitea –enpresak, Tabakalera kokatuta dauden beste elkarte eta eragileak...–.
- Espazioaren eta Laborategiak dituen azpiegituren erabilera zuzena bermatzea.
- Proiektuak garatzen ari diren diziplina anitzeko taldeekin harreman zuzena mantentzea.
- Antolatzen diren ekintzen ardura, horretarako espazioa egoki antolatu dela bermatuz eta azpiegitura egokiak daudela ziurtatuz.
- Laborategian gertatzen dena argazkitan jasotzeko ardura, eta argazki eta ikus-entzunezko artxiboa *on line* eguneratuta mantentzea.
- Laborategitik bideratutako proiektuen garapena dokumentatzea, horretarako propio sortutako euskarrietan.
- Aldikako bilerak antolatzea erraztaileen artean, bakoitzaren lanaren berri izateko eta Laborategiko lan-lerroak definitzeko.
- Proiektu berriak martxan jartzea, definitutako lan-lerroak aintzat hartuta lantalde berriekin.

Laborategiaren lan-ildoak kontuan hartuta (ikus 4.irudia), hiru erraztaileren lana beharrezko irudikatzen dugu, eta Laborategiaren kudeaketa orokorrerako zuzendari bat. Hona hemen profil bakoitzaren ezaugarriak:

a) Zuzendaria:

Izan beharko da: euskalduna, gestorea, kudeaketan jakintza duena, harremanetarako gaitasuna duena. Bera izango da Laborategiko harreman sarea mantenduko duena eta aliantzak egiteaz arduratuko dena. Bere ardura nagusia izango da Laborategiko lan-ildo nagusiak zehaztea, erraztaileekin elkarlanean.

b) Erraztaile 1:

Izan beharko da: komunikatzaile ona, euskalduna eta ingelesduna, harremanetarako gaitasuna duena eta atzerriko ikus-entzunezko sektorea ezagutzen duena. Bera izango da Laborategitik antena lana egingo duena. Bereziki atzerrian ikus-entzunezkoen alorrean gertatzen ari dena ezagutu beharko du gertutik. Kanpoko esperientzia horiek gurera ekarriko ditu, hauetatik asko ikas dezakegulako. Jakintza hori gurera ekar dezake hainbat modutara: atzerritik protagonistak ekarrita, ezagututako proiektu bat gurean abiarazita...

Ikus-entzunezko sektorearendako lagungarri izan daitezkeen deialdi, laguntza, koprodukzio... identifikatuko ditu, eta informazio hori egoki zabaltzeaz arduratuko da.

c) Erraztaile 2:

Izan beharko da: euskalduna, dinamizatzalea, talde lanean trebea, liderra, sektoretik gertu dagoena eta sortzailea. Bere egiteko nagusia izango da proiektuak martxan jartzea. Oinarrizkoa izango da inkubagailura sartuko diren ideia hauen sorkuntzarako dinamika egokien diseinua. Ideien lapikoa sortu eta bizirik mantentzeaz arduratuko da. Baina, aldi berean, adi egon beharko da kanpotik datozen ideiak identifikatzeko.

Idea hauek baloratzeko dinamikak jarriko ditu martxan, prototipaziora eramango direnak zehaztuz. Bere egitekoa izango da ideia bakoitzaren garapen egokirako dinamikak martxan jartzea –diziplina anitzeko taldeak, adituen gainbegiratzea...– eta aurre-produkzioetik produkzioarako beharrezko finantziazioa aztertzea.

d) Erraztaile 3:

Izan beharko da: euskalduna, gestore ona, merkatua gertutik ezagutzen duena, harreman-sare garrantzitsua duena sektorean eta sektoretik kanpo. Sektorearendako bitartekari lanak egin beharko ditu. Bereziki aholkularitza lanak egingo ditu eta proiektu batek aurrera egiteko behar dituen bitartekoak lortzeko zubiak eraikiko ditu. Laborategitik ateratako prototipo batetik, produkzioarako dagoen bidean egin beharrekoak identifikatuta izango ditu eta bidelagun izango da prozesu honetan –diru laguntzak, koprodukzioak...–. Produkzio beharrez gain, zabalkunde aukerak ere aztertuko ditu; horregatik, zabalkunde kanalak

handitzea helburu izanda, nahitaezkoa izango du beste eragile batzuekin elkarlanean jardutea –EITB, Etxepare, Zinemaldia, Eiken...–.

Kontuan hartu behar da Laborategiaren egikaritzan joango direla definitzen lan martxa eta egiteko moduak, eta, beraz, posible ikusten dugu Laborategiaren hasieran lan egin daitekeela zuzendari orokorrarekin eta bi erraztailerekin. Zuzendariak, beraz, definitu berri ditugun erraztaile baten egitekoak bere gain hartu beharko ditu; gure ustez, bateragarriak dira hirugarren erraztailearen eta zuzendariaren profilak.

3.5 Aliantzak

Laborategia ez da ekoizpen zentro bat izango; hau da, bertan ez da ezer ekoiztuko. Laborategitik, ekoiztu daitezkeen prototipoak diseinatuko dira. Horregatik, oso garrantzitsuak izango dira Laborategiak hainbat eragilarekin lortu ditzakeen aliantzak, produkzioa eta zabalkundea bermatu ahal izateko.

3.5.1 Ikus-entzunezko sektorea eta azpiegiturak

Gipuzkoan identifikatu ditugu ikus-entzunezko sektorearen eragileak eta azpiegiturak (ikus 1.eranskina), bertan zerrendatu ditugu dauden baliabideak. Laborategia berez da sektorearekin batera lan egiteko tresna bat, ez dator bikoiztera dagoeneko existitzen direnak.

Ikus-entzunezko sektoreko enpresak, beraz, hurbil izan behar ditu Laborategiak. Sektoreko enpresendako inspirazio iturri izan beharko da; beraien beharrak aseko dituzten proposamenak egingo zaizkie. Baina, aldi berean, beraien beharrak aseko dituzten proposamen berritzaileak egin ahal izango dituzte, Laborategitik bideratuak izan daitezkeenak. Sektorea hurbil izan nahi dugu, eta hau erraztuko duten dinamikak jarriko dira martxan: formakuntza saioak, jardunaldiak, *pitching* saioak... Sektorearentzako erreferentziazko gunea izatea da helburua, ikus-entzunezkoen alorrean dauden proposamen berritzaileak ezagutzeko aukera emango diena.

Sektoreko enpresa askorentzat bideragarria ez den I+G departamentua izango da Laborategia. Ideia berritzaileak, elkarlanean, diziplina anitzeko taldeetan garatzeko gunea izango da. Gainera, talentu berria bertan topatu ahal izango dute sektoreko enpresek. Aholkulari eta bitartekari lanak ere bideratuko dira Laborategitik: administrazioarekin, nazioarteko eragileekin, sektoreko beste enpresa batzuekin, EITBrekin... Eta eskura izango

dute ikus-entzunezko sektorearendako lagungarri izango den datu-basea: azpiegiturak, diru laguntzak...

GipuzkoaLab proiektuan ikus-entzunezko eragileekin egon diren hartu-emanetan sumatzen da sektorea espektatiban dagoela Laborategiarekin, baina ez da sumatzen proiektu hau pertinentziatik bizi dutenik, eszeptisizmoa dago. Horren aurrean, Laborategiaren lehenengotariko erronka izango da sektorea ikusle izatetik protagonista izatera pasatzea.

3.5.2 Eusko Jaurlaritza eta EITB

Eusko Jaurlaritza eta EITB dira, bereziki, ikus-entzunezko sektorearendako diru laguntzak banatzen dituztenak EAEn. Beharrezko ikusten da Jaurlaritzaren eta EITBren estrategiak lerratzea Laborategiaren jarduerarekin. Horrek esan nahi du EITBko arduradunek Laborategiarekin harreman etengabea beharko luketela egon.

Sektoreak onartzen du EITBk daukan lider funtzioa eta horregatik uste dugu EITBk izan beharko lukeela traktore proiektu interesgarrienei bide emateko, ekoizpenean lagunduz eta proiektuen zabalkundea bermatuz.

Eusko Jaurlaritzako Hezkuntza eta Industria sailekin aliantzak lortzea garrantzitsua izango da, indarrak batu eta ikus-entzunezko industria sendoa lortzeko eta talentua bertan geratzen dela ziurtatzeko.

3.5.3 Formakuntza arautua

Euskarazko ikus-entzunezko sormena sustatzeko Laborategiaren aliatu garrantzitsuak dira ikus-entzunezkoen alorrean formakuntza arautua eskaintzen duten goi mailako eskola eta unibertsitateak. Talentu berriak identifikatzeko guneak dira. Euskal Herrian, urtero, gazte pila batek amaitzen du formakuntza, eta saiatzen da sektorean tokia bilatzen. Uste dugu Laborategiak egin dezakeela zubi lan garrantzitsua bide horretan, batetik, elkargune interesgarria izan daitekeelako, etorkizuneko profesionala izango den gazteak egin ditzan bere lehenengo kontaktuak sektorearekin. Bestetik, gazteak izan daitezke sormena biziberritzeko eragile garrantzitsuak, oraindik lan munduan dauden egiteko modu on eta txarrak ezagutzen ez dituztelako, eta, beraz, sormen prozesuak aktibatuzko edota lan antolaketa eredu berriekin esperimentatzeko malgutasun handiagoa izango dutelako. Are gehiago, ekintzailatza sustatzeko gunea izan daiteke gazteentzat, haien artean elkartu eta *start up* berriak sortzeko gunea izan daiteke.

Berbarako, Mondragon Unibertsitateko ikus-entzunezko komunikazioaren alorrekin egin dira hainbat bilera eta aliantza honek interesa piztu du. Ikus-entzunezko Komunikazioko ikasleek Laborategiaren jardunean ikasteko dituzten aukerak bistakoak diren heinean, agerikoa da belaunaldien arteko elkarlana emankorra izan daitekeela Laborategiaren jardunerako.

Nazioartean aztertu den beste adibideetako bat da Madrilgo Teamlabs laborategian ikusi dena. Laborategi horretan berrikuntzan jarduten duten profesionalekin batera elkartzen dira LEINN Lidergo Ekintzailea eta Berrikuntza graduako ikasleak, lidergoan eta berrikuntzan trebatzen direnak. Laborategiko koordinatzaileek argi dute sinergia interesgarriak sortzen direla belaunaldi desberdinen arteko igurtzian, eta belaunaldi gazteek profesionali ekartzen die esperimendatzeko borondate handia.

3.6 Ekintza plan baterako lehen notak

Proposamen moduan, hona hemen Laborategiak jorratu beharreko lan-ildo batzuk, GipuzkoaLab-en egindako diagnostikotik lehentasuntzat hartzen direnak.

3.6.1 Identifikazioa

Batetik, nazioarteko jardunaldi eta azoketan dauden joerak ezagutu behar ditu Laborategiak –INPUT, MipCom...–. Horretarako, erraztaile batek, gutxienez, aukera izan beharko luke nazioarteko jardunaldi eta azoketan parte hartzeko. Horrekin batera, nazioartekotzan egiten diren beste ekintza batzuen antolatzaileekin –Eiken, Etxepare, eta abar– aliantzak egin behar dira, beraiek egiten duten lana Laborategian islatzeko. Baliabideak mugatuak eta eragileak askotarikoak diren heinean, nazioarteko joeren identifikazioa ulertzen da elkarlanean egin beharreko ekintza bezala; Laborategitik sustatuko den ekimena izango da, baina jadanik lan hau egiten ari diren eragileekin batera.

Bestetik, Laborategiak berezko hartu beharko luke, gutxienez, urtean behin ikus-entzunezko joerekin lotutako ekitaldi bat antolatzea. Hau da, erraztaileak kanpoan identifikatu dituen sortzaile, joera... interesgarrienak geurera ekarri eta apropos ikusten den formatuan, sektorearekin partekatu beharko lituzke. Ekitaldiek balioko dute nazioartekoa euskal eremura hurbiltzeko, baina balio beharko dute harreman sare edo aliantza posibleak sortzeko ere. Kanpoko profesionalen bisitak aprobetxatu behar dira ahalik eta jakintza gehien metatzeko.

Ikus-entzunezko sektore tradizionalaz gaindi, honako erronka hauek ditu Laborategiak identifikazioari dagokionez:

- Bideo jokoaren eremua deskubritu behar da, aztertzeke zeintzuk erronka dauden eta ikus-entzunezko sektoretik zein ekarpen egin daitekeen hor. Ekoizpen handien ligan ingelesa da nagusi eta merkatu zabala duten hizkuntzek bakarrik dute tokia. Eskandinabian oso garatua dago sektore hau, baina ingelesez. Hizkuntza txikientzat aukera dago lehen urratsetan, adin txikikoen artean, eskolan. Bideo joko xumeen sorkuntza sustatu daiteke euskaraz, ikastetxeekin lankidetzan. Bideo joko handi modakoekin, estrategia litzateke euskaraz azpidaztea.
- Ikus-entzunezkoek entretenimenduaren industriaz harago egin dezaketen ekarpena identifikatu beharko litzateke. GipuzkoaLab proiektuan industria 4.0-ren testuinguruan sakondu da, aztertzeke ia ikus-entzunezkoetatik zein ekarpen egin daitekeen sektore horretan. Ari gara ikusten errealitate birtual eta errealitate areagotua erabilita hainbat eduki sortzeko beharra dagoela. Ikus-entzunezko sektoreak bere ekarpena egin dezake hemen:

beharko dira gidoigileak, animatzaileak... Entretenimenduaren sektoreaz gaindi badaude, beraz, negozio nitxoak, baina kontrako norabidean ere badago zer ikasia eta ekarria sektorera: adibidez, ikus-entzunezko kontsumo ohiturak aztertzekeo datu handien –*big data*– gestioa egitea iraultzailea izan daiteke eta ekar dezake ikus-entzunezkoen sormenean berrikuntza handia.

3.6.2 Ideazioa eta prototipazioa

Ikus-entzunezko azpi-sektore bakoitza oso egoera desberdinean dago gaur-gaurkoz, eta bakoitza bere horretan isolaturik, sormena sustatzeko oso estrategia desberdinak behar ditu.

Zinemaren kasua, esaterako, indartsu dagoen azpi-sektorea sorkuntzari eta prototipazioari dagokionez, beraz, ez da lehentasunezkoa ikusten hemen eragitea. Laborategiak balio dezake dagoeneko egiten den sormen lan hori ikusgarriago egiten.

Hala ere, zinema ez bestelako esparruetan –telebistan eta Interneten– euskarazko fikzioaren beharra nabarmen ikusten da, eta Laborategiak formulatzen lagundu beharko du nola erabil daitekeen zinemaren bueltan dagoen sormen-potentziala bestelako esparruetan.

Horri gagozkiola, Laborategiak albo batera utzi beharko du eskema zaharretan erabili den azpi-sektoreen bereizketa –zinema, telebista, irratia, Internet– eta ikus-entzunezkoaren formulazio integrala egin beharko du. Ikus-entzunezkoak kontsumitzeko moduak asko aldatu dira, eta zabalkunde kanalak ugaritu diren heinean, eduki sorkuntza ezin da formulatua izan euskarri bakarrean pentsatuta. Gaur egun, edukiaren nagusitasunaz hitz egiten da, eta eduki horrek edozein euskarritara moldatzeko duen gaitasuna balioan jartzen da; zentzu horretan, multimedia, *crossmedia*, *transmedia* eta halako terminoak nagusitu dira.

Honen aurrean, Laborategiak sakondu beharko du bestelako formatuen sorkuntzan, ez bakarrik telebista aparailurako edo zinema aretoetarako pentsatuta dauden edukien ekoizpenean, baizik eta testuinguru digitalak eskaintzen dituen baliabideak kontuan hartuta. Horrek esan nahi du Internet bilaka daitekeela kasu batzuetan edukiaren sorkuntza-jatorrian kanal interesgarriena. Guztiz ez, baina poliki-poliki badoa jartzen balioan Interneteko audientziaren pisua. Ikusi dugu hori ari dela gertatzen, hedabideen kasuan, esaterako. Publizitate kopurua ere etengabe doa gorantz Interneten eta zerbait argi badago da ikus-entzunezkoek duten garrantzia sarean. *Euskarazko IKTak, gomendioak herri-aginteentzat* liburuan (2016), esaterako, argi eta garbi adierazten dira lehentasun handieneko

gomendioak. Ingurune digitalari dagozkion hamabi gomendioen artean bat da “ikus-entzunezkoen alorrean eragin”.

Internetarako ekoizpena negozio bezala irudikatzea ez da erraza sektorean, baina kontuan izan beharreko alorra dela ezin uka. Horren aurrean, Laborategitik lagundu beharko da kanal berri hauetarako ekoizpenentzat finantzazioa identifikatzen; herri aginteentzat egindako gomendioez ari garenean, zeresana izango dute Eusko Jaurlaritzarekin nahiz EITBrekin sortuko diren diru laguntza lerroek ere.

Sormen testuinguru honetan, gazteek izan behar dute protagonista, bereziki eragin nahi delako euskarazko ikus-entzunezkoen sormenean gazteen aisialdia aberasteko. Laborategiak, beraz, asmatu beharko du ideia arrakastatsuak sortzen gazteentzat, baina ez hori bakarrik, gazteen sormena aktibatzekeo bitartekoak ere jarri beharko ditu. GipuzkoaLab-en Euskal Herriko hainbat ekimen ikertu dira, gazteen ikus-entzunezko sormenaren bueltakoak (ikus 9.eranskina) eta elkarrizketatutako eragileek bereziki garrantzitsu irizten diote honako hauek kontuan hartzeari:

a) Landu beharreko gaiei dagokienez:

- Interesak ezagutu. Eskoletara joan eta bertan galdetu eta ikertu zer den egunean dagoena.
- Informaltasuna. Gazteak ez du gauza instituzionalizaturik nahi. Ondo pasa nahi du, giro ona, umorea.
- Esperientzia erakargarri bat eskaini. Gazteentzat interesgarriak diren gaiak eskaini. Ez mugatu guk nahi dugunera, baizik eta beraiek eskatzen dutenera.
- Zerbait informala, zerbait euren modura adierazteko askatasuna ematen duena.
- Mugak jarri behar dira aldi berean. Libreki sormenari bidea utzi bai, baina, aldi berean, gauza batzuk mugatu, gazteak gehienetan beharrezkoa baitu bide bati eusteko.

b) Landu beharreko formatuei dagokienez:

- Dinamika eta bizitasuneko ekitaldi bat izatea garrantzitsua da.
- Proiektuei garrantzia eman. Gero zabaldu eta ikusiko diren ziurtasuna eman.
- Saria eta giro ona dira klabea. Horiek erakartzen dute gaztea.
- Leku erosoak sortu gazteak askatasuna izateko nahi dituen gauzak sortzeko. Gaztearengana joan behar da, ez gaztea guregana ekarri.

c) Antolakuntzari dagokionez:

- Jendeari, ingurukoek zer egiten duten jakitea gustatzen zaio, aurpegi ezagunak ikusi eta giro ona egotea. Komunitatearen ideia garrantzitsua da. Horrekin lotuta, belaunaldi ezberdinak uztar daitezke. Gazteentzat egiten diren ekimenetan parte har dezakete beste adin-tarte batzuek, ikus-entzunezkoen profesionalek, eta abarrek. Giro informalean eginez gero, ongietorria izaten da helduen parte hartzea.
- Aurrekoarekin lotuta, bitartekariak edo erreferenteak bilatzen dituzte eta hauek garrantzitsuak izaten dira gazteak gidatzeko.
- Sendotzeko denbora eman behar zaio ekitaldiari. Baina, aldi berean, ezagutzen joan behar gara etengabe puntako joerak gazteen aisialdian, eta horrekin aldatzen joan.
- Insistitu eta landa lana egin. Horrelako dinamika bat sortzeko denbora behar da. Epe luzearako den dinamika batek horretan sakon lan egitea eta ahalik eta gehien zabaltzea behar du. Denbora eta konpromisoa eskatzen du funtzionatzeko.

3.6.3 Zabalkundea

Laborategitik sustatu behar da euskarazko ikus-entzunezkoak ahalik eta kanal gehienetan zabaltzea, eta horretarako garrantzitsuak izango dira zabalkundean ari diren eragileekin aliantzak –ETB, zinema aretoak, ...–. Horrez gain, gaur egun edukiak nahieran eskaintzen dituzten plataformetan –Internet, Netflix, Amazon...– nekez topatuko dugu euskarazko ikus-entzunezkoak. Horregatik, Laborategitik sustatu behar da bestelako pentsamolde bat, eta erreferentziazko euskarazko ikus-entzunezkoak hedatzeko plataforma hauekin ere beharko dira aliantzak landu.

Euskal eremura etorrira, zabalkunde kanalak ugaritzeko aukerak ere aztertu behar dira. Lan horretan hasi gara GipuzkoaLab proiektuan garatzen lagundu den *JarriOn* plataformarekin. Tankera honetako proiektuei jarraipena egin beharko zaie Laborategitik. Apustua izan beharko litzateke erreferentziazko euskal edukien plataforma bat sortzea, eta *JarriOn* izan daiteke horren abiapuntu interesgarria.

Amaitzeko, azpidatzien erabileraren gaineko eztabaida piztu behar da Laborategian, uste baita azpidatzien kultura hedatuz gero, horrek balio dezakeela euskarara ekartzeko nazioarteko ikus-entzunezko arrakastatsuak. Bere garaian bikoizketaren aldeko hautua egin zen, azpidatziak baztertuta. Erreferentziazko lurraldeetan, ordea, joera alderantzizkoa izan da, eta azpidatziak gero eta gehiago erabiltzen dira ingurune digitalean ere. EHUren ikerketak argi utzi du gipuzkoar nerabeek naturaltasunez hartzen dituztela azpidatziak, eta ohituta daudela haiek erabiltzen. Euskarazko ikus-entzunezkoentzat aukera bat da

azpidatziak baliatzea nazioarteko produktu arrakastatsuak kostu txikiarekin euskal kontsumitzailearen eskura jartzeko. Aldi berean lor daiteke hizkuntza aniztasunaren ideia zabaltzea eta aniztasuna kudeatzen ikastea. Esparru honetan, laborategiaren lehen lana izango da azpidatzien aldeko dinamikekin norabide bat adostea, urratsak egiten hasteko.

3.6.4 Sektorearen erraztailea

Egindako laborategiak berak erakutsi du zerbitzu hau ondo osatuko balitz, eta modu egonkor eta sistematikoan eskaini, eraginak nabariak izango liratekeela. Interbentzioak modu simulatuan prestatzen hasi garenean, eragin errealak etorri dira. Hori gertatu da:

- Go!azen transmediarekin. Molde berria detektatu genuen eta telesail arrakastatsuari aplikatzeko aukera antzeman; ondoren GFA eta HPS inplikatu ziren eta ETBri proposatu zitzaion. Lau hilabeteren bueltan Go!azen aplikazioa eta transmedia planteamendua aurkeztzen ari ginen erabiltzaileei. “Identifikatu > bertaratu > eskaini” sekuentziaren adibide bat.
- NextStation lehiaketarekin. Ondo pentsatutako lehiaketa bat aurkitu genuen bidean. Laborategiaren ikuspegitik falta zituen bi gauza: hizkuntza irizpideak eta prototipazioa. Arduradunekin adostuta, 2017-2018ko edizioan euskarazko egitasmoak sortuko dira eta websail irabazlearen 6 atal ekoitziko dira, Internet bidez eskaintzeko. Kasu honetan “Identifikatu > birziklatu > gizarteratu” egin du laborategiak.
- JarriON kudeatzailearekin. Sektorearekin egindako jardunaldietako batean, azaldu genuen ikus-entzunezkoen zabalkundean dauden estutasunak. Hori ikusita, CodeSyntax enpresak proposatu zuen Chromecast aplikazioaren egokitzapen bat garatzea, euskal ikus-entzunezkoen jario nagusiak jaso eta antolatu ahal izateko mugikorraren bidez, gero mugikorrean bertan edo telebistan ikusteko. Lehen bertsioa eskuragarri egongo da urtarrilean, jario horien sortzaileen pozerako. “Premia azaleratu > sektorea estimulatu > emaitza bideratu” egin da kasu honetan.

Hiru adibide on dira, erakusten dutenak lehengoari baliabide berri bat erantsita, lehengo hori zirikatze eta estimulatze helburuarekin, emaitzak etorri direla eta etorriko. Gakoa izango da sektorearen inplikazioa laborategian; sektorea inplikatzeko bada, emaitzak seguruak dira. Eta, horrela ez balitz, oraingo ahaleginak balioko luke hurrengo entsegua hobeto bideratzeko; bestalde, sortutako azpiegiturak birziklagarriak dira, ez legoke galerarik.

Lortu behar da Laborategia izatea sektorearendako erreferentziazko gune bat. Hori lortzeko, sektoreko eragileen eta azpiegituren datu base eguneratu bat izan behar du Laborategiak, eta, horretarako, ezinbestekoa izango da aliantzak sortzea IBAIA (Euskal Gidoigileak edota Euskal Produktoreen Elkarteak) bezalako eragileekin. Esan nahi baita, datu base hori ez dela hutsetik sortu beharko, eragile horiek dagoeneko eginda dute-eta lan horren parte garrantzitsu bat. Horrekin batera, GipuzkoaLab proiektuan ere egin da sektorearen identifikazio sakona. Horrenbestez, existitzen den informazioa bildu, eguneratu eta modu erabilgarrian eskuragarri egongo da Laborategian.

Laborategiko erraztaileek egiteko garrantzitsua izango dute, beraiek izan behar dira-eta bitartekari, datu basean dagoen informazioaren eta Laborategiko erabiltzailearen artean.

3.7 Laborategia non/nola gauzatu

Laborategi esperimentalak emaitza errealak izan ditu, dagoeneko kontsumoan eragiten ari direnak edo aste gutxi barru eragiten ariko direnak. Honek erakusten du zerbitzua eskainiko balitz modu egonkorrean eta esandako ezaugarrieekin, eragin argia izango lukeela euskarazko ikus-entzunezkoen sektorearen aktibazioan eta biziberritzean.

Laborategi egonkorra non/nola gauzatu aurreikusterakoan landu den hipotesia da Tabakaleran kokatuko dela. Zergatik Tabakaleran?

- Ikus-entzunezko hainbat egitura eta baliabide bertan daudelako (Filmategia, Zinemaldia, Zine eskola, Kutxa fototeka, Ubik...).
- Sormena sustatzeko funtzioa baduelako zentroak dagoeneko, eta funtzio hori indartu egin nahi delako etorkizunean.
- Badagoelako toki aproposa erabilgarri.
- Oso egingarri ikusten delako Tabakaleraren bilakaeran ikus-entzunezko Laborategia txertatzea, eta onuragarri ikusten delako laborategiaren presentzia bilakaera horretan laguntzeko.

Beraz, atal honetan esango direnen abiapuntua da Laborategia izango dela Tabakalerako jardunaren atal bat; hau da, sormena sustatzeko helburu orokorra euskarazko ikus-entzunezkoen esparruan aplikatzeko tresna. Hipotesi honen arabera, Tabakalerako zerbitzu komunitatik emango lirateke Laborategiak behar dituen logistika orokorra, administrazioa,

komunikazioa, eta abar. Hemen garatuko dira jardun-atalari berariaz dagozkion eginkizunak, Laborategiaren talde propioak egin eta eragin beharrekoak.

EGIKARITZA ETA ALIANTZAK				
	Ekintza	Nork	Noiz	Baliabideak
1	Lantaldea osatzea: arduraduna Laborategia (2de) abiatzeko lehen urratsa da arduraduna kontratatzea. Izaera berritzailea, sektorearen ezagutza, konformagaitza...	TBKko zuzendaritzak	lehen hilabetean	Hautaketa prozesua
2	Lantaldea osatzea: erraztaileak Beste hiru erraztaileen bilaketa, bakoitza aurreikusten zaion profilaren arabera.	Zuzendari orokorra eta 2de arduraduna	bigarren hilabetean	Hautaketa prozesua
3	Laborategia eraikitzea • exekuzio proiektua egitea • baimenak eta aurrekontuak • obra	TBKko zuzendaritza (2de arduraduna barne)	lehen hiru hilabeteak	Eraikinaren moldaketak (edukiontzia) Tabakalerak; edukia, Aldundiaren ekarpenetik.
4	Tabakalerarekin fluxuak adostea Integratu behar da 2deoren jarduna zentroko prozesuetan, exekuzio proiektutik hasita, elkarreraginak identifikatzeko, osagarritasunak maximizatzeko eta bikoiztasunaz ekiditeko. Eraikinak sistema bakar bezala jardutea izango da iparra.	Zuzendari orokorra eta 2de zuzendaria	Lehen bi hilabeteak	Zuzendari orokorraren eta 2de lantaldearen orduak

5	Aliatuen egitura finkatzea: lankidetza batzordea EITBk eta EIKENek dagoeneko erakutsi dute laborategian parte hartzeko borondatea, eta beste hainbat eragile (IBAIA, EPE-APV, Gidoigileen Elkartea, Filmategia, Zinemaldia, Etxepare, Unibertsitateak,...) zain daude. Lankidetza batzorde bat sortuko da sektoreko erakunde aliatuen ordezkariekin, hilean behin laborategiko lantaldearekin jarduerari jarraipena egiteko. Batzorde honek bermatuko du sektoreak aldiro izango duela jardueraren berri eta parte hartzeko aukera.	2deko lantaldea eta sektorea	Lehen hiru hilabeteak	2deko lantaldearen orduak
6	Aliatuen egitura finkatzea: rolak eta konpromisoak zehaztea 2deok eskatzen dituen rolak eta lankidetza formulak zehaztuko dira (funtzioen arabera), eta eragileei eskatuko zaie zehazteko bakoitzaren disposizioa eta zertan parte hartu nahi duen.	2deko lantaldea eta sektorea	Lehen hiru hilabeteak	2deko lantaldearen orduak
7	Laborategi esperimentalaren ekarpena berrikustea eta ebaztea. Behin lantaldea osatuta eta TBKren baitan kokatuta, berrikusi behar ditu esperimentazio faseko definizioak eta, behar diren moldaketekin, bere egin. Funtsezkoa izango da 2deoren misioa finkatzea eta AMIA bat egitea beren-beregi.	2deko lantaldea	Lehen hiru hilabeteak	2deko lantaldearen orduak

8	2deoren ekintza plana finkatzea eta zentroko plan orokorrean txertatzea Kudeaketan sartzeko lantaldeak ekintza plana zehaztu behar du, egutegian jarri eta zentroan txertatu. Ondorengo proposamen guztiak helburu horretan laguntzeko idatzi dira.	2deo lantaldea	Lehen hiru hilabeteak	2deo lantaldearen orduak
IDENTIFIKAZIOA: nazioarteko ikus-entzunezko joerak ezagutu eta ekarri				
9	Input kongresuan parte hartu. Mipcom eta MipTV azoketan parte hartu EIKENen eskutik euskarazko ikus-entzunezkoen izenean. Arrakasta kasuak detektatu. Bestetik, zinerako ez diren jardunaldi gehiagoren jakintza jaso laborategitik. Baloratu euskarazkoendako konbenientzia.	Erraztaile bat	Jardunaldia k	Erraztaile bat jardunaldietara joateko eta hangoa laburtzeko ikus-entzun formatoan.
10	Jardunaldiak antolatu, nazioarteko joerak gurera ekartzeko.	Erraztaile taldea	Urtean bi aldiz	Erraztaileen orduak, jardunaldien kostu zuzenak, dietak.
11	Jardunaldietatik sarea elikatzea. Dokumentazio guztia eskuragarri sektore osoarentzat.	Erraztaile bat	Urtean bi aldiz	Erraztailea eta programa informatiko publikoa.
12	Formazioa. Ikus-entzunezkoak eta Internet: Negozio ereduak Europan (hau da 2018rako proposatzen dugun gaia. 2019an beste gai baten bueltan kokatu ahal da formazio-beharra).	2deo zuzendaria	Urtean bi aldiz (jardunaldiekin lotuta)	2deo

IDENTIFIKAZIOA-SORKUNTZA: Laborategiak egin behar duen jakintza metaketa ikus-entzunezkoen berrikuntzan negozio nitxo berrietarako.

13	Euskarazko youtuberren bilkura. Helburua da elkar ezagutzea eta proiektu bateraturik posible den ikustea beraiena bultzatzeko aztertzeaz gain. Aukera: youtuberren kontakizun kateatua.	Erraztailea	Urteroko ekintza. Eta hortik sor daitezkeen ekintza puntualak.	2deo
14	Ikus-GAZTE-entzun: Bilkura ikus-entzunezko unibertsitateko eta lanbide heziketako ikasleak. Helburua da, gustatuko litzaiekeena amestu ondoren produkzio esperimentera eramatea. Jakin zein diren interesatzen zaizkien istorioak. <i>Focus group</i> -erako lan-taldeak.	Erraztailea eta zuzendaria	Urtero egitekoa	Kontatuko litzateke ikus-entzun eta komunikazio fakultateekin eta ikus-entzun moduluekin.
15	Ikus-GAZTE-entzun: Produkzioan lagunduko duen sariketa. Aurkeztu astero-astero ikusiko zenukeen istorio hori zure eskuko telefonoarekin grabatuta. Jasotako materialarekin erakusketa eta lehiaketa antolatu birtualean zein laborategian. Puntuatzeko sistemak adostu gazteekin. Erraztu irabazlearen proiektua bideragarri egiten.	Erraztailea eta zuzendaria	Urtero egitekoa	2deo eta sariketa babestuko lukeen enpresa (Euskaltel).
16	Bideo jokoen eremuko beharrak identifikatu Game Erauntsiako kideekin. Behar handiena duen atala adostu.	Erraztaile bat	Urteko lehen 6 hilabetetan	Elkarrizketak eta behar handiena duena martxan jartzeko deialdi publiko bat. Game Erauntsiarekin kontatu.

17	Euskal Herrian “big data”-rekin lanean dabiltzanak identifikatu eta garatzeko dituzten beharrak ezagutu. Hau dena buletin bidez jakinarazi sektoreari.	Erraztailea eta datu basean big data jakintza duten sektorekideak	Zazpigarren hilabetea	Datu basea osatzeko behar den denbora eta ondoren eztabaida talde bat sortu gaiak ematen duena ikusteko. Ondorioak zabaldu sektorean. Ixa taldekoekin kontatu.
18	Negozio nitxo berria: Errealitate birtuala. Sektoreari erakutsi dituen aukerak, dauden adibideak eta Euskal Herrian dauden beharrak (gidoigile, animatzaile, kamera, software...).	Erraztailea	Zazpigarren hilabetea	2deko eta Euskal Herrian dauden errealitate birtualeko enprekin kontatuta. Baita kanpo esperientziarekin ere, lehen egunean.
19	Negozio nitxo berria: Errealitate areagotua. Proba errealak, adibide arrakastatsu errealak erakutsi ikus-entzunezkoetan lanean dihardutenei. Elkartu eta non aktibatu erabaki. Sortu interesatuta daudenen taldea eta egutegia markatu 2deko-n elkartzeko.	Erraztailea	Bederatzigarren hilabetea	2deko eta Euskal Herrian dauden errealitate areagotu enpresak. Baita kanpo esperientziak lehen egunean.
20	Industria 4.0 gaitzat harturik jardunaldi batzuk egin SPRIrekin batera (loturak “big data”, errealitate birtuala eta areagotua...).	Erraztailea eta SPRIko zuzendaria, Alex Arriola	Bosgarren hilabetea	Kongresua egiteko behar den materiala bai deialdia egiteko bai hango ondorioak komunikatzeko. SPRIrekin elkarlanean.

SORKUNTZA-PROTOTIPAZIOA: aktibatu beharreko proiektu estrategikoak				
21	Fikzio proposamen garatu batean interesa duten agenteendako deialdi publikoa egin. Gerturatzen direnekin lan-dinamika bat prestatu eta ahuleziak gainditzeko jakintzadun jendea erakarri lan-taldera. Helburua da zero kapitulu ekoiztua eta hurrengoak idatziak. Zineko jendea barnebilduko duen proposamena izatea bilatuko da. Zein formatutan grabatu amaieran eztabaidatuko da, jakinik Internet, Telebista... daudela.	Erraztaile bat	Urtean bat maila garatuan, bigarren bat urte erditik aurrera lantzen joateko hurrengo urteari begira.	Next Stationen lan-eredua ekarriko genuke Laborategira: ideia zaparradatik gutxi batzuen prototipaziora, gero bakarra ekoizpenera baldin badoa, lortuko dugu arrakasta.
22	Crossmedia proiektu bat lantzeko deialdi publikoa.	Erraztailea	Bederatzigarren hilabetea	2de deialdia
23	Transmedia proiektu bat lantzeko agenteak batu. Aukera, ETB1-eko programaren batekin hastea.	Erraztailea	Hamargarren hilabetea	2de eta ETB1
24	NextStation websail garapeneren azterketa. Balorazioa eta berrirakurketa deialdi egitura pentsatu eta zabaltzeko.II. Websail lehiaketa sortu aurreko akatsetatik ikasita.	Erraztailea	Hamargarren hilabetea	2de eta NextStation
25	Ikus-entzunezko formatu berritzaile baten garapenerako proiektua: animazioa, marrazkilariak, komikilariak... Esaten ari gara ikus-entzunezkoetan bestelako sortzaileak behar ditugula, bada, ekar ditzagun proiektu baten bueltan sortzera. Gidoilariak ez diren bestelako sortzaileak ikus-entzunezkoetara haien sormena ekartzeko proiektua izango da hau.	Erraztailea	bostgarren hilabetea	2deoren deialdi publikoa gidoilari ez direnendako.

26	ikus-GAZTE-entzun: Bereiztu behar dira, batetik, ikus-entzunezkoa bitarteko moduan erabiltzen duten ekimenak denetariko gaiak sustatzeko (Liburu Gaztea, Beldur barik,...); eta bestetik, ikus-entzunezko sormena helburutzat duten ekimenak (24 ordu digitalean, Kameratoia). Bigarren horiekin aztertu behar da zein ekimen garatu ahal diren 2deko Laborategitik.	Erraztailea	Seigarren hilabetea	Ez da bilatuko kalitate gorena. Gazteak gerturatzea da helburua eta eskuko telefonoak dira gakoa. Batzuk utziko dira erabiltzaileen esku (azken belaunaldikoak).
	Gazteentzako edukia sortzen ari diren sektorekoak eta gazteak elkartzeko jaia antolatu. Labean dauden proiektuak kontrastatzeko erabili, baita ideia berriak sortzeko ere.	Erraztailea	Hamargarren hilabetea	2deko plazan gazteak erakartzeko ikus-entzunezkoekin zerikusirik ez duten elementuak ere jarri. Tartean ikus-entzunezkoak.
	Gazteendako sortuta dauden ekimenak (9. eranskina) aztertu eta bi aukeratu laborategitik ia garatu daitezkeen ikusteko.	Erraztailea	Laugarren hilabetea	2deko erraztaileen lana eta aditu talde bat sortu aukeraketa egiteko.
	Euskarazko toki telebisten batera ekoizpenak egitea.	Erraztailea eta toki telebistak	Laugarren hilabetea	2deko erraztaileen lana eta toki telebistagintzan aditu taldea.
ZABALKUNDEA				
27	2deko laborategiaren kanal bat sortu chomecast-ean. JarriON ekimenean sartu esperimentala dela argi utziz.	Erraztailea	Seigarren hilabetea	CS-ko aplikazioa eta erraztaileen lana
28	Aplikazio propioa. Doakoa, sortzen den guztia ikusteko aukera emango diona 2deori. Helburua produktoreek-eta ikustea, baina baita publikoak ere.	Tabakalerako komunikazioa	zazpigarren hilabetea	EITBko softwarea erabili daiteke eta 2deoren irudi korporatibora gehitu.

29	Webgunea Tabakalerako webgunean barruan. Pasatzen den guztia birtualean ere erakutsi.	Tabakalerako komunikazioa	bosgarren hilabetea	Tabakalerako webgunearen parte bat beharko luke izan.
30	15. puntuarekin lotuta, transmedia eta crossmedia estrategien erabilera sustatu eragileen artean. Zabalkunde formula berriak aztertu eta zabaltu.	Erraztailea	seigarren hilabetea	Erraztailearen orduak
31	Azoketara joateko sektorea zirikatzea.	Erraztailea	Azoken araberako egutegia	Eikenekin eta Etxepareekin batera.
32	Urtero-urtero kanpoan saltzeko ideia edo produkzio bat aukeratzea eta promozioan laguntzea.	Erraztailea	Seigarren hilabetea	Epaimanhai bat sortu Eikenekin eta EITBrekin kontatuta
33	Eiken eta Etxeparekin aliantzak. Nazioartekotzea batera antolatzeke.	Zuzendariak	Urte guztirako plana	Zuzendariaren orduak.
34	Erabaki nola berreskuratu eta bistaratu euskaraz sortu, azpidatzi eta bikoiztu diren edukiak. Hasi laborategiko datu-basea elikatzen, librea izango dena (moderazioarekin).	Erraztailea Tabakalerako komunikazioa	Laugarren hilabetea	Datu-base erraldoia, irekia. Dagoenetatik abiatu eta zabalkudea eman
35	Azpidatziak baliatzea bi norabidetan: nazioarteko ikus-entzunezko arrakastatsuak euskarara ekartzeko; eta euskaraz sortutakoak nazioartean zabaltzeko. Estrategia aktibo bat garatuko da esparru honetako eragileekin. Hasteko, aditu talde bat elkartu eta estrategia finkatu. Helburuetan sartu hizkuntzaren muga mentalak gainditzea.	Erraztailea eta 2deon sortuko litzatekeen azpidatzi taldea.	Seigarren hilabetea	Lantaldea sortzea bi hilean behin batuko dena eta komunikazio tresna bakoitzak bere lekutik proposamenak egiteko.

4. Aurrekontua

Laborategi hau izango da Tabakalerako jarduera eta eskaintzaren parte; horregatik, integratu beharko da Tabakalerako aurrekontuan. Laborategira propio bideratuko diren 600.000 euro aurreikusi dira. Diru honen banaketa bideratuko litzateke:

- Lau erraztaileren soldata.
- Laborategitik sustatu beharreko zerbitzuetarako: komunikazioa, jardunaldiak, nazioarteko bidaiak...
- Laborategitik aurre-produkzioan dauden proiektuak bideratzeko.

Zerbitzuak esaten dugunean, ari gara berbetan Laborategiaren lan-ildoen artean definitu dugun identifikazio faseaz, non erraztaileak nazioarteko joerak ezagutu beharko dituen. Identifikazio lan honetarako aurrekontua bideratu beharko da Laborategitik; gaur egun, lan honetan ari diren eragileekin –Zinemaldia, Etxepare, Eiken...– elkarlanean egingo dena. Identifikazio lan honetan jasotako jakintza zabaltzeko bideak ere topatu beharko dira, horretarako egoki ikusten diren formatuetan: jardunaldiak, hitzaldiak... Sektorearen erraztaile izango da Laborategia, eta jardun horretarako dinamikak martxan jartzeko, aurrekontuaren zati bat bideratu beharko da.

Prototipazio eta aurre-produkzio faserako ere bideratuko da poltsa bat, batez ere: formaziorako, kanpoko esperientziak ekartzeko, epaimahaia osatzeko, adituren bat jartzeko proiektuan dabiltzanen eskuetan... Baina ez proiektuak diruz laguntzeko zuzenean, proiektuekin esperimentatzeko izango da poltsa hori.

Dena dela, goian zehaztutako egitekoetako asko beste eragile batzuekin elkarlanean gauzatu ahal izango dira; bereziki garrantzitsua izango da Tabakalerako beste bizilagunekin batera elkarlanean antolatu daitezkeen dinamikak: jardunaldiak, hitzaldiak... Baliabideak berrantolatzea izan daiteke estrategia bat dagoen diru mugatu hori hobeto aprobetxatzeko.

5. Gipuzkoalab proiektuko eranskinak

1.eranskina: Euskal Autonomia Erkidegoko ikus-entzunezko eragileen mapa

Dokumentu honetan dago Euskal Autonomia Erkidego ikus-entzunezko sektorea osatzen duten eragileen mapa, probintziak eta taula desberdinetan banaturik. Batetik, elkarte profesionalak eta erakundeak daude, eta bestetik, enpresak banatu dira beraien negozio eremu nagusiaren arabera: telebista, zinema, animazioa eta komunikazio korporatiboa. Horiekin batera, banaketa eta bideojoko enpresak ere jaso dira. Gipuzkoakoen kasuan, informazioa bildu da enpresa bakoitzean dauden langile kopuruarena eta azpiegiturarena. Eragile horiek guztiak [lotura honetan](#) daude mapa interaktibo baten kokatuta. Amaitzeko, EAEko jaialdien eta diru laguntza deialdien zerrenda egin da.

GIPUZKOA

ELKARTEAK	Egoitza	Kontaktua
Euskadiko Filategia	Donostia	943 468 484 filmoteca@filmotecavasca.com www.filmotecavasca.com
EGEDA, Ikus entzunezko ekoizleen Eskubideen Defentsarako Erakundea	Donostia	943 32 68 19 correo@egeda.com www.egeda.es
IBAIA, ikus-entzunezko Ekoizle burujabeen Elkarte	Donostia	943 32 71 83 info@ibaia.org www.ibaia.org
EAB - Euskal Autoreen Batasuna	Donostia	943 314 822 admon@actoresvascos.com www.actoresvascos.com
Zineuskadi, euskal ikus-entzunezko sektorea sustatuz eta indartzeko elkarte	Donostia	943 287 406 info@zineuskadi.eu www.zineuskadi.eu
Zinea.eus, euskal ikus-entzunezkoen eta zinemazaleen bilgunea	Donostia	943 504 206 info@zinea.eus www.zinea.eus
EZAE, euskadiko zine aretoen Elkarte	Donostia	943 32 67 70 ezae@ezae.eus www.ezae.eus

TELEBISTA	Kideak	Azpiegitura	Egoitza	Kontaktua
Irusoin, S.A.			Donostia	902 22 71 00 berzosa@irusoin www.irusoin.com
5W Agencia TV			Donostia	943 46 91 44 5w@5wagenciatv.com www.5wagenciatv.com
Pausoka Entretainment S.L	15	Kamera, ordenagailuak, edizio gelak, (azpi-kontratazioa)	Donostia	943 29 77 11 administracion@pausoka.eus www.pausoka.eus
Orio Produkzioak	Beñat ibarbia + 7	Kamera txikiak, edizio postuak, zerbitzariak...	Donostia	943 21 00 66 orio@orioprodukzioak.com www.orioprodukzioak.com
On Time Ekoizpenak	Jose Felipe Auzmen di,		Donostia	943 24 97 00 www.i-ontime.net
Tentazioak produkzioak	Ane Antoñaza	Ordenagailua, mugikorra	Donostia	943 44 05 60 tentazioa@produkzioak.com www.tentazioa.com

ZINEMA	Kideak	Azpiegitura	Egoitza	Kontaktua
Txintxua Films, S.L	Asier Altuna eta Marian Fernandez + langile 1	Ekipamendu informatikoa, montaje gela proiektorearekin...	Pasai Trintxerpe	txintxua@txintxua.com www.txintxua.com
Moriarti Produksioak, S.L			Pasai Trintxerpe	943 39 27 53 info@moriarti.com www.moriarti.com
Zazpi T'erdia	Pello Gutiérrez eta David Aguilar	Kamerak, edizio ordenagailuak, argi ekipoa, soinu ekipoa, mikrofonoak, chroma,...	Donostia	943 45 89 89 zazpiterdi@gmail.com www.zazpiterdi.com
Pixel Ikus-entzunezkoen ekoizpenak S.L			Andoain	943 59 34 09 info@pixel.eus www.pixel.eus
Pasaia Films, S.L	Flavio Labiano	-	Pasai Trintxerpe	www.pasaiafilms.com
Kowalski Films, S.L.	Koldo Zuazua	-	-	636 95 86 22
Señor y Señora, S.L	Leire Apellaniz eta Aritz Moreno	-	Donostia	672 31 01 81 info@senorysenora.es www.senorysenora.es
Larrotxene Bideo Ekoizpenak	-	-	Donostia	943 29 19 54
Lamia Producciones	Helena Taberna eta Iker Ganuza		Zarautz	943 13 50 84 lamia@lamiaproducciones.com www.lamiaproducciones.com
Kanaki Films	Raul de la Fuente eta Amaia Ramirez		Donostia	www.kanakifilms.com
Karrakela Films			Irun	659 911 240 www.karakelafilms.com
Emana Films- Iban Ayesta	Iban Ayesta+ 1	Kamera, mikroak, ediziorako ordenagailua,	Donostia	696 55 80 70

		fokoak....		
Altube Filmeak	Ohiana Olea	-	Madril	913 65 23 68
Sayaka Producciones	Nahikari Ipiña, Borja Cobeaga, Borja Crespo, Koldo Serra y Nacho Vigalondo	-	Madril	contacta@sayaka.es www.sayaka.es
Lumiere Produkzioak			-	-
Debolex			Zarautz	943 83 05 29 info@debolex.com www.debolex.com

ANIMAZIORKO	Kideak	Azpiegitura	Egoitza	Kontaktua
Lotura Films, S.L.	5	Tableta grafiko, ordenagailua, animazio ekipoa,...	Donostia	943 29 22 55 info@loturafilms.com www.loturafilms.com
Dibulitoon Studio, S.L.			Irun	943 63 33 55 dibu@dibulitoon.com www.dibulitoon.com
Somuga Productora, S.L.			Andoain	943 59 32 61 idoia@somuga.com www.somuga.com

KORPORATIBOA	Kideak	Azpiegitura	Egoitza	Kontaktua
Eklan Video Difusion, SL			Donostia	943 31 00 16 eklan@eklan.es www.eklan.es
Produccion de imagen Sincro, S.A	3	Kamerak, mikroak, eidzio gelak, ordenagialuak, fokoak...	Donostia	943 21 15 33 sincro@sincrovideo.com www.sincrovideo.es
NU Comunicacion, S.L.L.	Susana Ribó + 8	Bulegoa, ekipamendu informatikoa	Donostia	943 32 69 66 www.sitio.nu
Fascina producciones	Alfredo Torrescalles , Berta Mendiguren eta Diana Muñoz Hurtado		Donostia	943 32 09 25 info@fascinapro.com www.fascinapro.com
Odeun Media, S.L.			Donostia	943 01 36 39 odeun@odeunmedia.com www.odeunmedia.com
Formatto Media, S.L.			Donostia	943 10 08 68 studio@formattoo.com www.formattoo.com
Ornitorrinco Collective, S.L	6	Kamerak, mikroak, ekipamendu propioa...	Donostia	943 22 57 68 contacto@ornitorrinco.biz www.ornitorrinco.biz
Arteman Komunikazioa	Gorka Etxabe,	Kamerak, dronak, chroma,	Aretxabal eta	943 08 10 20 arteman@artema

Koop,E.	Arantza Lagunilla, Garbiñe Beitia, Iker Barandiaran , Usoa Agirre, Gorka Zubizarreta, Rosa Mondragon eta Josu Txintxurreta + 4	argiztapena, stady-kamera, mikroak,...		n.eus www.arteman.eus
Digitalak	5	Kamerak, errealizazio mahia, drona, platoa, edizio ordenagailuak, 360º kamera, mikroak, arpiztapena...	Lasarte-Oria	943 36 03 04 info@digitalak.com www.digitalak.com
Esrec Produksioak			Donostia	943 31 20 11 esrec@esrec.es www.esrec.es
Morgan creativos	Asun Lasarte eta Carlos Rodriguez		Donostia	943 43 46 08 info@morgancrea.net www.morgancrea.net
Hiru Damatxo	Kepa Matxain, Lander Arretxea, Unai Gaztelumen di eta Peru Isasi (4 kide)	Kamerak, fokoak, solapako mikroak, DSL kamera, ediziorako ekipoa...	Donostia	943 47 48 01 info@hirudamatxo.eus www.hirudamatxo.eus
Mirokutana	Ander Iriarte eta Aitor Bereziartua		Oiartzun	943 35 85 31 info@mirokutana.com www.mirokutana.com

				m
Ikusmira Video	2-3	Kamera, ordenagailuak, drona...	Zarautz	943 13 29 37 ikusmira@ikusmira.com www.ikusmira.com
Txalapart Produkzioak S.coop.		Kooprodukzioan Arena Comunicacion Audiovisualekin	Donostia	943 31 47 36 info@txalapart.com www.txalapart.com
Dragoi Produkzioak			Arrasate	
Naniano S.L			Donostia	943 22 60 11 info@naniano.com www.naniano.com
Rec Grabaketa Estudioa S.L			Donostia	943 31 21 12
Katubi			-	info@katubi.eus www.katubi.eus

BIDEOJOKO / INTERNET	Egoitza	Telefona
Codesyntax	Eibar	943 82 17 80
Vicomtech	Donostia	943 30 92 30
Innovae Augmented Reality	Donostia	943 30 95 04
IkasPlay S.L	Donostia	943 30 92 77
3DITIZE, S.L.	Igeldo	943 31 02 11
Donosti Frame	Donostia	943 42 07 45
Oreka Interactive S.L.	Donostia	943 57 96 10

BANAKETAN	Kideak	Egoitza	Telefona
Atera Films	1	Donostia	943 11 64 10 info@aterafilms.com www.aterafilms.com

BIZKAIA

ELKARTEAK	Egoitza	Telefona
EPE-APV, euskal produktoreen elkarte	Bilbo	944 050 259 info@epe-apv.com www.epe-apv.com
EIKEN, Basque Audiovisual and digital content	Bilbo	94 404 82 25 eiken@eikencluster.com www.eikencluster.com
Gidoilarien Elkartea	Bilbo	944 16 67 45 mensaje@gidoi.com www.gidoi.com

TELEBISTA	Egoitza	Kontaktua
Irusoin	Bilbo	946 21 60 07
K2000 S.A.U	Galdakao	944 57 00 00 www.k2000.com
Expressive Media Projects	Bilbo	944 04 49 00 www.expressive.es
3koma	Bilbo	944 00 99 82 jclopez@3koma.com www.3koma.com
Dygitel Audiovisuales	Bilbo	944 13 04 41 digytal@digytal.net www.digytal.tv
INKgen	Bilbo	647 68 82 24 inkgen@hotmail.com www.inkgen.es

ZINEMA	Egoitza	Kontaktua
Baleuko	Durango	944 66 86 10 baleuko@baleuko.com www.baleuko.com
Gariza Films	Larrabetzu	944 55 81 26 www.garizafilms.com
Blog Media	Bilbo	946 42 44 38 blogmedia@blogmediatv.es www.blogmediabilbao.com
Bainet	Bilbo	944 01 07 50 bainet@bainet.es www.bainet.es
Basque Films	Bilbo	944 05 02 59
Ziriborro Produkzioak	Bilbo	946 53 26 83
Abra Producciones	Bilbo	944 35 28 35
Morgan Films	Bilbo	944 23 86 55
Astronauta Producciones	Portugalete	944 96 41 29
Sendeja Films	Bilbo	944 46 78 26
Esparanto Producciones S.L	Bilbo	628 68 68 70
Mailuki Films	Ergoien	946 15 57 73
Marmoka Films	Bilbo	616 82 53 00
Filmotive	-	944 05 13 36
Izaba Films	-	606 797 180
Fhloston Kultura elkarte	Bilbo	646 34 11 99
Historias del Tio Luis	Bilbo	944 16 07 04
Morituri	-	jon@morituri.es

ANIMAZIOA	Egoitza	Telefonia
Uniko	Bilbo	946 02 19 06
Katue Studio	Getxo	944 30 26 29

KORPORATIBOA	Egoitza	Telefonia
Byp Media	Bilbo	946 08 87 68
Doxa Producciones	Leioa	666 07 28 04
Old Port Films	Getxo	946 08 76 27
Media Attack	Bilbo	944 79 24 58
Leize Producciones	Barakaldo	944 37 18 95
Bideografik Ekoizpenak S.L	Durango	946 75 33 76
Bitart	Bilbo	944 13 03 85
Karambola	Bilbo	646 93 95 56
Abrakam Estudio S.L	Bilbo	944 46 78 80
Signo Digital	Bilbo	944 15 04 07
Incromedia	Bilbo	630 28 44 32
Panarama studio	Bilbo	646 75 26 47
Berde Produkzioak, Koop	Amorebieta-Etxano	669 511 800
Joserra Producciones S.L	Gernika-Lumo	946 25 10 63
Bideon Producciones	Algorta	94 602 29 15
Mixer	Bilbo	944 41 57 62
Texel Filmakking	Bilbo	944 21 76 27
Peccata Minuta de Design S.L	Bilbo	944 76 33 14
Triano Media S.L	Bilbo	944 75 50 03

BIDEOJOKOAK / INTERNET	Egoitza	Kontaktua
Digipen	Zierbena	946 36 51 63
Imval	Bilbo	944 75 60 78
lkusee.tv	Bilbo	685 623 741

BANAKETA	Egoitza	Kontaktua
Barton Films	Bilbo	944 24 05 59
Banatu Filmak	Arrigorriaga	944 05 76 88

ARABA

ZINEMA	Egoitza	Kontaktua
Kinoskopik	Miñano Menor	945 29 82 22
Mira de Gestion Audiovisual S.L	Gasteiz	945 14 70 13
21 Films S.L	Gasteiz	945 26 88 37
Aginako Bideo Zinema S.A	Gasteiz	945 13 48 02

ANIMAZIOA	Egoitza	Telefona
Imira Entertainment	Gasteiz	945 13 63 28
Catsula	Gasteiz	945 71 34 97
Silver Space Animation	Gasteiz	945 06 99 85

KORPORATIBOA	Egoitza	Telefona
Kind Visuals	Gasteiz	608 32 67 58
Sonora Estudios	Gasteiz	9445 15 00 11
Area Audiovisual	Gasteiz	943 23 04 98
Amania Films S.L	Gasteiz	943 12 34 94
Coma Comunicacion Audiovisual	Gasteiz	945 14 11 04
Imago Produccion Audiovisual	Gasteiz	670 41 57 52
Back Focus Producciones	Gasteiz	945 10 07 97

DTK Media	Gasteiz	634 49 65 25
Irudikate Films	Gasteiz	-

JAIALDIAK

JAIALDIA	Jaialdi Mota	Noiz	Non
Dock of the Bay	Musika dokumentalen Jaialdia	Urtarrila	Donostia
Zinegoak	Bilboko gaylesbotransen Nazioarteko Zinema eta Arte Eszenikoen Jaialdia	Otsaila	Bilbo
Euskal Zinemaren Astea	-	Otsaila	Gasteiz
Huhezinema	Euskal film laburren Jaialdia	Martxoa	Aretxabaleta
Giza Eskubideen Zinemaldia	-	Apirila	Donostia
FANT	Zinemaldi Fantastikoa	Maiatza	Bilbo
Creative Commons	Zine eta kultura Jaialdia	Maiatza	Donostia
Surfilm Festival	Surf, musika, arte eta ingurugiro Zinemaldia	Ekaina	Donostia
Caostica	Nazioarteko film labur eta bideoklipen Jaialdia	Ekaina	Bilbo
Mikrofilm	Film laburren nazioarteko lehiaketa	Uztaila	Plentzia
Jazzinema	Jazz musika eta zinema Jaialdia	Uztaila	Donostia
Zinema ikusezinaren Jaialdia	Zinema sozialaren Jaialdia	Iraila	Bilbo
FesTVaI	Telebista Jaialdia	Iraila	Gasteiz

Begibistan	Film laburren Jaialdia	Iraila	Nerbioiko eskualdea
Zinemakumeak XPrest Aux.	Emakumezkoen film laburren lehiaketa	Urria	Bilbo
Beldurrezko eta fantasiazko zinema Jaialdia	Beldurrezko zinema	Urria	Donostia
Euskal Zine Bilera	Euskaraz ekoiztu diren ikus-entzunezko proiektu garrantzitsuenen topaketa	Urria	Lekeitio
Enkarzine	Amateur zine Jaialdia	Azaroa	Zalla
Asier Errasti	Film laburren Jaialdia	Azaroa	Eibar
ZINEBI	Dokumental eta Laburmetraien Nazioarteko Jaialdia	Azaroa	Bilbo
Cortada	Film laburren Jaialdia	Azaroa	Gasteiz
Animadeba	Animaziozko film laburren Jaialdia	Abendua	Deba
Umorezko film laburren Jaialdia	-	Abendua	Arrigorriaga
Nazioarteko film laburren Jaialdia	-	Abendua	Irun
Mendi Zinema	Mendi, abentura eta muturreko kirolei buruzko film eta dokumentalen Nazioarteko Zinemaldia	Abendua	Bilbo

**EUSKAL HERRIKO ELKARGO PUBLIKOEN ETA KLUSTERREN
EKINTZAK: EIKEN, ZINEUSKADI, IBAIA, EPE-APV, EUSKAL
GIDOIGILEAK, GAIA (BASQUEGAME), ETXEPARE, GLOCAL,
EUROPA CREATIVA**

Data	Ekintza	Nork antolatuta
2016-06-09	Gidoi Ingurua <i>pitching</i> ekitaldia.	Euskal Gidoigileak-IBAIA
2016-06-14	EikenTALENT 2016	EIKEN
2016-09-21	Lau Haizetara zine dokumentalaren koprodukzio foroa	IBAIA
2016-09	Zinemira ekitaldia	IBAIA-EPE-EIKEN-EITB
2016-11-21	Working Zinema Networking (ZINEBI ekitaldiaren baitan)	EPE-APV
2016-12-12/14	Bideojokoen narratiba ikastaroa	Euskal Gidoigileak
2016-12-14	Jardunaldia : Ikus-entzunezko ekoizpenen erakusketa independentea. Aukerak, mugak eta etorkizunerako perspektibak	EPE-APV
2016-11/12	Zine Kontari : euskaraz idatzi eta ekoiztutako pelikulen zikloa	Euskal Gidoigileak-SGAE
2017-01-10	Next Station BBF erresidentzia egiteko deialdiak, ikus-entzunezko sortzaileak formatu berrietan trebatzeko	EIKEN-EITB-MU??
2017-03-06	Gidoiak idazteko eta proiektuak garatzeko tailerra .	Europa Creativa Desk MEDIA Euskadi-Zineuskadi
2017-03-08	Euskarazko filmen estreinaldiak bultzatzeko laguntza programa	Zineuskadi
2017-03-17	Legeen inguruko jardunaldia gidoigileentzat	Euskal Gidoigileak-Alma
2017-04-03	BasquegameLAB	GAIA
2017-04-08	Dokumental proiektuak garatzeko Euskal Ikusentzunezko enpresentzat aholkularitza	Ibaia-Etxepare Institutua

Urte osoan zehar	Euskal Filmotekaren programazioa	
???	BEAZ (Bizkaiko Foru Aldundia) > inkubagailuak> KBI digitala	
2016-12-14	Ikus-entzunezko lurralde finantzaketa ekitaldia	EPE-APV/EIKEN
2017-07-6/9	II. Nazioarteko Zinema Mintegia	Tabakalera
2017-09-25/29	Zinema Ikasleen Nazioarteko Topaketa	Tabakalera
Inskripzio epea 2017-02-06/2017-04-03	IkusmiraBerriak , Residencias	Tabakalera
2016-11-21	Working Zinema , networking topaketa	EPE-APV
2017-07-23/2017-08-03	Zineleku , ikus-entzunezko prestakuntza, ekoizpena eta emanaldiak egiteko programa.	Kalakalab
2017-06-30	Bideoaldia , ikasturtean egindako lanen emanaldia	Larrotxene
2017-06/2018-05	Kritika Lehiaketa , zinea atarian urtebetez zinema-kritikari gisa jarduteko lehiaketa	Zinea.eus
	Benito Ansola beka deialdia	Topagunea
2017-09-5/9	Film luzeen garapenerako aholkularitza saioak	Europa Creativa Desk Media eta Zineuskadi
2017-05-26	VIII. Gaztezulo Bideo Lehiaketa	Gaztezulo
2017-05-31	Kimuak 2017: Urteko euskal film laburren ekoizpenaren lagin esanguratsu bat nazioarteko zinema jaialdietan zabaltzeko helburua duen egitasmoa	Kimuak

DIRU LAGUNTZAK

<http://www.zineuskadi.eu/contenidos/index.php?id=eu&se=6&co=23>

http://www.fomentosansebastian.eus/filmcommission/ayudas_financiacion.php

<http://www.zineuskadi.eu/noticias/ver.php?id=eu&no=523&desde=0>

Data	Deialdi mota	Nork deitzen duen
04/07/2017- 03/08/2017	Ikus-entzunezkoen arloan produkzioaren aldeko diru-laguntzak: sortze-dokumentalak	Eusko Jaurlaritza- Kultura eta Hizkuntza Politika Saila
04/07/2017- 03/08/2017	Ikus-entzunezkoen arloan produkzioaren aldeko diru-laguntzak: film laburrak produkzioa	Eusko Jaurlaritza- Kultura eta Hizkuntza Politika Saila
2017/07/04- 2017/08/03	Ikus-entzunezkoen produkzioaren aldeko diru-laguntzak: fikziozko film luzeak	Eusko Jaurlaritza- Kultura eta Hizkuntza Politika Saila
2017/07/04- 2017/08/03	Ikus-entzunezkoen arloan produkzioaren aldeko diru-laguntzak: animaziozko film luzeak	Eusko Jaurlaritza- Kultura eta Hizkuntza Politika Saila
2017/07/04- 2017/08/03	Ikus-entzunezkoen produkzioaren aldeko diru-laguntzak: aurrekontu txikiko fikziozko film luzeak	Eusko Jaurlaritza- Kultura eta Hizkuntza Politika Saila
2016/07/21 - 2016/09/09) Ebazpena emana 2017/01/05	Kultur sormena bultzatzeko diru-laguntzak: zinema gidoiak (2016)	Eusko Jaurlaritza- Kultura eta Hizkuntza Politika Saila
2016/07/21 - 2016/09/09) Ebazpena emana	Kultur sormena bultzatzeko diru-laguntzak: lkertu, proiektu eta prototipoen aldez aurreko diseinuaren sortze-prozesuak (2016)	Eusko Jaurlaritza- Kultura eta Hizkuntza Politika Saila

2017/01/05		
2016/06/17 - 2016/07/16) Ebazpena emana 2017/02/06	Ikus-entzunezkoen garapen eta produkzioaren alde diru-laguntzak: proiektuen garapena (2016)	Eusko Jaurlaritza- Kultura eta Hizkuntza Politika Saila
2016/03/12 - 2016/04/11) Ebazpena emana 2016/07/27	Praktika sortzaileak bultzatzen dituzten kulturagune independenteei zuzendutako diru-laguntzak (SORGUNE 2016). Biurteko modalitatea	Eusko Jaurlaritza- Kultura eta Hizkuntza Politika Saila
2016/03/12 - 2016/04/11) Ebazpena emana 2016/07/27	Praktika sortzaileak bultzatzen dituzten kulturagune independenteei zuzendutako diru-laguntzak (SORGUNE 2016). Urteko modalitatea	Eusko Jaurlaritza- Kultura eta Hizkuntza Politika Saila
2017/02/03- 2017/04/24	Apoyo al desarrollo de proyectos de cine y Televisión Iberoamericanos	Ibermedia
2017/05/10- 2017/06/07	Ayudas a la producción de cortometrajes realizados	ICAA / Ministerio de Cultura
2017/05/04- 2017/05/26	Ayudas generales para la producción de largometrajes sobre proyecto	ICAA / Ministerio de Cultura
2017/04/30- 2017/05/19	Ayudas para la distribución de películas de largometraje y conjuntos de cortometrajes , españoles, comunitarios e iberoamericanos	ICAA/ Ministerio de Cultura
2017/03/13- 2017/04/03	Ayudas a la producción de cortometrajes sobre proyecto	ICAA /Ministerio de Cultura
2017/05/05 arte	Zineuskadi : "Fikziozko eta animaziozko film luzeak eta sorkuntzazko	Zineuskadi

	dokumentalak sustatzeko eta publizitatea egiteko laguntzen deialdia”	
2017/02/20- 2017/12/08	Zinema Euskaraz : “Aretoetan eta zirkuitu alternatiboetan euskarazko filmen merkataritzako estreinaldiak bultzatzeko ekimenak laguntzeko programa”	Zineuskadi
	Solicitud de Prestamo	SGAE

2.eranskina: Ikus-entzunezko sektorearen diagnostikoa egiteko elkarrizketatuen zerrenda

Ondorengo taulan daude burutu den proiektuan elkarrizketatu diren norbanakoen izenak. Elkarrizketatu batzuk ikerketaren lehenengo fasean hartu dute parte, ikus-entzunezko sektorearen diagnostikoa egiteko. Beste batzuk, bigarren fase baten hartu dute parte, ikus-entzunezko sormena sustatzeko laborategiari buruz eztabaidatzeko. Eta asko dira bi faseetan presente egon diren eragileak.

Proiektu hau Gipuzkoako Foru Aldundiaren ekimena izanik, elkarrizketatu beharreko eragile kopurua zedarritzeko lehenengo hautua izan da Gipuzkoako lurraldera mugatzea. Horrekin batera, kontuan hartu dira alor desberdinetako profesionalak: sortzaileak, ekoizleak, zabalkundean ari direnak, internet eta bideojoko adituak, unibertsitate adituak, eta beste hainbat norbanako. Genero ikuspegia ere kontuan hartu da elkarrizketatuak aukeratzeko, nahiz eta ezinezkoa izan den gizon eta emakumeen parte hartze mailakatua lortzea, gizonen presentzia aise da-eta handiagoa alor guztietan.

SORKUNTZA	EKOIZPENA
- Kepa Errasti - Aitor Oñederra - Kote Camacho - Lander Camarero - Andoni de Carlos - Maria Elorza - Iban del Campo - Lander Garro - Beñat Beitia	- Jorge Gil (Moriarti. Larrotxene. Kontraste taldeko kidea) - Aitor Arregi (Moriarti. MU) - Jokin Etcheverria (JOK Films. Next Station) - Leire Apellaniz eta Aritz Moreno (Sr. y Sra.) - Haimar Olaskoaga (Mediavox) - Lander Arretxea eta Kepa Matxain (Hiru Damatxo) - Ander Iriarte eta Aitor Bereziartua (Mirokutana) - Koldo Zuazua (Kowalski) - Marian Fernandez (Txintxua) - Beñat Ibarbia (Orio) - Xabi Zabaleta (Pausoka) - Xabi Berzosa (Irusoin)

	- Iñaki Gomez (Irusoin) - Ricardo Ramon (Dibulitoon) - Juanba Berasategi eta Eneko Olasagasti (Lotura films) - Gorka Etxabe eta Arantzazu Lagunilla (Arteman) - Juantxo Sardon (Pixel)
ZABALKUNDEA / ELKARGOAK	INTERNET/BIDEOJOKOAK
- Maialen Beloki (Zinemaldia. Kontraste taldeko kidea) - Jose Luis Rebordinos (Zinemaldia) - Maite Iturbe (EITB) - Eduardo Barinaga (EITB) - Andoni Aranburu (EITB) - Josu Bilbao (EITB) - Agurtzane Aramendi (EITB) - Edurme Ormazabal (EITB) - Juana Mari Otaegi (EITB) - Aitor Auzmendi (EITB) - Iñako Gurrutxaga (EITB) - Xabier Aurrekoetxea (EITB) - Jon Aldanondo (Infosare) - Miren Aperribay (Atera Films) - Maialen Goñi eta Ritxi Lizartza (Zinea.eus) - Esther Cabero eta Txema Muñoz (Kimuak) - Ane Rodriguez (Tabakalera) - Lur Olaizola (Tabakalera) - Zuriñe Pampliega (EIKEN) - Miren Arzalluz (Etxepare Institutua) - Maria Madarieta (IBAIA) - Leire López (EPE-APV) - Arantza Ibarra (Euskal Gidoigileak)	- Maite Goñi (Interneten aditua. Kontraste taldeko kidea) - Urtzi Odriozola (Game Erauntsia. Codesyntax) - Luistxo Fernandez (Codesyntax)

UNIBERTSITATEA	BESTELAKOAK
- Patxi Azpillaga (EHU. Ageda taldeko kidea) - Edorta Arana (EHU) - Koldo Diaz, Xabier Landabidea eta Gorka Salces (Errota Digitala) - Iñaki Lakarra (MU)	- Jaime Otamendi (Kontraste taldeko kidea) - Xabier Paya (Kontraste taldeko kidea) - Lorea Hernandez (Pi@. Donostia Film Comission) - Ruth Jorde (Pi@. Donostia sustapena) - Imanol Otaegi - Ander Iñarra (Barrabes) - Miren Martin eta Roberto Gomez de la Iglesia (Conexiones Improbables) - Felix Lozano (TeamLabs Madrid)

3. eranskina: Ikus-entzunezko sektorearen diagnostikoa

Taula bakoitzean batuta daude elkarrizketatu bakoitzetik ateratako ideia nagusiak. Taulan elkarrizketaren data ageri den arren, elkarrizketatuaren izena ezabatu egin da, pribatutasuna errespetatze aldera.

Taulak ordenatu egin dira sormen prozesuan dauden faseen arabera: sorkuntza, ekoizpena eta zabalkundea. Horrekin batera, adituek beste multzo bat osatzen dute.

a) SORKUNTZA

ELKARRIZKETA 2016-12-07
Gidoi ingurua ekitaldiak ez du arrakastarik: gidoilariak ez dakite haien ideiak egoki saltzen eta ekoizleek ez dute interesik gidoiak erosteko.
Gidoilarien eta ekoizleen artean ez dago harreman sare indartsurik, kasu askotan gidoilaria zuzendaria da, edo ekoiztetxearen parte da.
Euskal zinearen loraldia zalantzan jartzen du, ez baitago benetako industriarik, betiko bi sortaileen arrakasta dago atzean.
ETB zentratuegi dago audientzietan, audientziak ez dituenean. Gehiago arriskatu behar da.

ELKARRIZKETA 2016-12-12
Huhezinema Euskal Film Laburren Jaialdia Huhezi fakultateko (Mondragon Unibertsitatea) Komunikazio gunean sortu zen 2008. urtean. Huhezinema bera ikasgaia izaki, Ikus-entzunezko komunikazioko laugarren mailako ikasleok benetako film laburren jaialdi baten antolakuntza ezagutzeko eta gauzatzeko aukera dugu. Erabat praktikoa den ikasgai honen helburua da, elkarlanean jaialdia aurrera ateratzea. Hala, aukera dugu graduan zehar ikasitakoa praktikan jartzeko, eta, aldi berean, mundu profesionalarekin harremanak sustatzeko.
Euskarazko zinemagintza sustatzeko helburuarekin 2016ko Huhezineman, Goiena sariaren dirusariari, Ogeita4 Camera Solution enpresaren lankidetzari esker 1.500 eurotan

baloratutako kamera profesional ekipamenduaren lagapena gehitu genion, beste euskarazko film labur baten ekoizpenean laguntzeko. Sariari esker egindako film labur hori hurrengo urteko Huhezineman ikusiko dugu, lehiaketaz kanpo.

Film laburren jaialdiak asko daude eta espezializazio ezberdinetakoak, baina hiriburuetan dira gehienak.

Dirulaguntza sistema dokumentalentzat dirulaguntzak ez dira oso argiak. Aurrekontu handiko pelikulak egitera bideratuta daude.

Kimuak ospe handiko banaketa sistema da.

Banaketa ahaztuta dagoen prozesua da. Pelikularen aurrekontuan ez da banaketa kontuan hartzen. Film laburren kasuan Kimuak-ek betetzen du hutsune hori.

TV3-k asko laguntzen zuen formatu berrien finantziazioan (nous formats). .DOC saioa esaterako.

ELKARRIZKETA

2016-12-27

Azpiegituren politika nagusi da kulturean. Politikariak ardura gehiago dute ekarpen ekonomikoez ekoizpenaz baino. Ondorioz, **sortzaileen beharrak** ahazten dituzte. Egile txikia alde batera uzten dute.

Instituzioek gazteak animatu nahi dituzte euren proiektuak aurrera ateratzeko, baina gero ez dizkiete **baliabideak errazten**.

Merkatuak agintzen du sormenaren aurrean. Dena diruaren arabera eraikitzen da.

Ekoiztetxeen **lehiakortasun** handia dago eta bakoitza bere bidetik doa.

Garai batean baino **diru laguntza gutxiago** daude. Ondorioz, ETBk indar handiagoa du proiektuak aukeratu eta profil berriak markatzeko.

Elkarlana beharrezkoa da “**sarea**” sortzeko.

Diru laguntzen justifikazioarekin lana hirukoiztu egiten da. Diru laguntzak badaude, baina askotan haien justifikaziorako lana handiagoa da proiektua bera baino.

ETBk **ausartagoa** beharko luke izan. **Esperimentazio gehiago** eta jende berriarengan **sinistu** beharra dago.

Barruan dagoena ezagutu behar da, baina **kanpoan** dagoena ere bai. "Erasmus" gehiago egin beharra dago sektoretik.

Produkzio eta banaketa faseetan laguntza behar da.

Proiektu guztien **aitorpen handiagoa** behar da.

Justifikazioen **exigentzia** maila **dibertsifikatu** behar da proiektuaren izaeraren arabera.

ELKARRIZKETA

2017-01-05

Oso ohikoa da gidoia pelikularen zuzendariak idaztea, ez dago Euskal Herrian gidoigintzara bakarrik dedikatzen den profesionalik.

Gidoigintza ez da ogibide bat ez delako gidoia egiteko prozesua ordaintzen.

ETB da "arbitro" nagusia erabakitzerako orduan zein ikus-entzunezko finantzatu eta zein ez. Diru-esleipen irizpideak oso opakoak dira, eta diru publikoa denez, ETBk ez du ardurarik hartzen ikus-entzunezko horrek egingo duen ibilbideaz (ez ekoizpenean, ez zabalkundean, ez promozioan).

Dirulaguntza publikoaren izaera kontuan izanik, sektorea desegonkor mantentzeko balio du, baina ez sektore osasuntsu bat edukitzeko.

Interesgarria da aztertzea Frantzian eta AEBetan dagoen **produktorearen figura**. Parte hartzen du ikus-entzunezkoaren sorkuntza prozesuan era aktiboan, hemen egiten ez den bezala. Gidoilaria "merzenarioa" da eta produktoreak erabakitzen du.

ETBren audientzia ikusita, **arriskatu** egin beharko luke gehiago, eta konpetitiboagoa izan.

Formatuak asmatzetik diru asko irabazten da eta apenas egiten da hemen.

Ez da erraza **euskal aktoreak** aurkitzea kamera aurrean era naturalean arituko direnak.

ELKARRIZKETA 2017-01-10
Sarerako ekoizpenetatik ezin zaitezke bizi. Ikus-entzunezko zerbitzuak eskainiz eta uztartuz sareko ekoizpenekin bizi daiteke.
Proiektu bat zabaltzea euskal komunitatean ez da zaila. Hori da euskaraz jardutearen indargunea.
ETB 1 A.- Agintzen ari direnak euskal komunitatetik aparte bizi dira. B.- Nodo txikiak beharko lirateke publiko objektibo txikiagoentzako. Eta edukiak sortu sarerako.
Muga denboran dago. Emaizak eskatzen dira azkar. Baliabideak behar dira hasiera fasean.
Azken helburua bada euskal komunitateari kalitatezko edukiak eskaintzea aztertu beharko dira beste finantziario eta zabalkunde bide batzuk.
Finantziario gehiago eta erraztasun gehiago dago fikziorako, logika telebisiboan lan egiten dugunontzat baino.
Youtuberrak: diru sarrerak daude sarean gaztelaniaz ekoizteagatik baina ez euskaraz ekoizteagatik.
Do it yourself kulturaren garrantzia: eginez eta hanka sartuaz ikastea. Horretarako denbora behar da, justu sektorean ez dagoena.

ELKARRIZKETA 2017-01-10
Gidoi eskasia dago: gidoigile askok ez dute harreman sarerik eta zaila egiten zaie gidoia ekoizpen fasera eramatea.
Gaztelaniaz ekoizten dutenentzat zailtasunak daude. Kanpora irten beharra dute.
Zabalkunderako Kimuak oso aproposa da, baina aukeraketarekin zalantzak daude.
Euskarazko ekoizpenak ez dira kanpora ateratzen. ETBk ausardia handiagoa behar luke

kalitatezko telesailak ekoizteko eta zabaltzeko.
Zine eskolari dagokionez: badago denentzat lanik? Euskal Herriko ikus-entzunezko sektorean lan egiteko aukera gutxi daude.
Arazo estrukturalak daude dirulaguntzetan. Hain dirulaguntza gutxi egonda, urtean 2 lanetara bideratu beharko lirateke, eta ez 5 lanetara.
ETB eta Jaurilaritza eskutik joan beharra dute finantziario estrategietan bat egiteko.
ETBk lagundu beharko lieke babesten dituen ekoizpenei, kanpoan dirua lortzeko.
Zabalkundeari dagokionez, lagundu behar da euskarazko filmen zabalpenean. Kimuak antzeko zerbait luzeetarako?

ELKARRIZKETA 2017-01-23
Zaila da sormen lanaz bizitzea. Sortzaileak ez daude babestuak eta horren arazo nagusia diru laguntzen planteamendua da. Ikus-entzunezkoetan ez dago sormen proiektuetarako diru laguntzarik eta horrek, esperimentatzeko denborarik ez izatea dakar.
Dauden diru laguntzak formatu finkoetarako dira bakarrik: film luzea, laburra, dokumentala.. ez da formatu berritzaileetan pentsatzen.
Eusko Jaurilaritzak ez du diru laguntza bere %100ean ematen eta gainera, justifikazio ugari eskatzen ditu. Badira diru laguntzak (Benito Ansola, esaterako) gastuen justifikaziorik eskatzen ez dutenak.
Ekoiztetxeak oso zaharkituak daude eta ez dago formatu berriengandik aposturik egingo duen inor.
Tabakaleraren proiektua oraindik eraikitzeke dago. Sortzaileengandik gertu daude, baina ez dago adina espazio guzteintzako, ez baliabide nahikorik.

ELKARRIZKETA

2017-01-24

Film laburrek lan handia eskatzen dute eta zaila da horietatik bizitzea.

Ekoiztetxe batek kontratatzeak, zure lana merkeagoa eta **sormen lana mugatuagoa** izatea suposatzen du. Lana transformatzen doa. Baina, zure kabuz egiteak ere malgutasuna eskatzen du.

ETBren **fikziozko lan askoren sorrera gazteleraz** da eta ondoren esukaratu egiten dituzte.

Euskaraz sortzeko, euskaraz sortzea da bidea eta **diru gehiago inbertitu** beharko litzake horretan.

Diru asko inbertitzen da **dagoen egitura mantentzen** dagoena berregituratzen baino.

ELKARRIZKETA

2017-02-02

Hezkuntza eta industriaren arteko zubi-lana ezinbestekoa da. Oso tekniko gutxi daude animazioan Euskal Herrian eta ezinbestekoa da jendea formatzea.

Zineman Euskal Herrian **industria dagoela esatea gehiegikeria da**, sektorea oso txikia delako. Ezin da diru laguntza publikoarekiko horrelako menpekotasuna eduki eta inbertsio pribatua sustatu beharko litzateke desgrabazio fiskalaz.

Animazio teknikez balia daitezke **bestelako enpresak**. Edozein enpresak du komunikatzeko beharra eta animatzaileak eskaini ditzake bestelako zerbitzuak, entretenimenduaren sektorean dirurik ez baldin badago.

b) EKOIZPENA

ELKARRIZKETA 2016-12-28
Pelikulen finantziazio sistemaz: "planetamiento de inversión financiero" deritzon dekretua oraindik arautu gabe dago eta inbertsio pribatua ez da ausartzen zineman inbertitzen, nahiz eta onura fiskalak estatu mailan baino handiagoak izan daitezkeen EAEn.
Animatzaile gazteak bilatzerako orduan arazoak dituzte 2Dan marrazkilariak behar direlako. Ez dago ikasketa arauturik horretarako EAEn.
EAEn behar da arautu ikus-entzunezkoen esparrua Katalunian egin den antzera ICIC-ekin, Frantziako ereduan oinarrituta dago. Frantziako diru laguntza sistema zirkularra eta puntuazioan oinarrituta eredugarritzat dute.

ELKARRIZKETA 2017-01-11
Arazo ekonomikoa. Zinemak ez du bertatik bizitzeko nahikoa ematen. Proiektu batetik lortzen den guztia hurrengo proiektuan inbertitzeko erabiltzen da.
Diru gutxi dago, beraz, proiektu interesgarri asko kanpoan gelditzen dira. Finantzazioa balore artistikoari gailentzen zaio.
Egiturek ez dute funtzionatzen. Kanpora begiratu behar da gehiago.
Instituzioak artistikoki zorrotzagoak izan beharko lirakete laguntzen dituzten proiektuekin eta gehiago arriskatu .
Diru laguntzei buelta bat eman beharko litzaieke: zergak gutxitu, gauzak erraztu... Aholkularitza erkidego eta estatu mailan beharko litzateke.
Jende beterano eta hasi berrien arteko harremanak sustatuko dituen espazioak behar dira.

ELKARRIZKETA

2017-01-13

Krisiaren eraginez, ETBrekiko menpekotasuna igo egin da Madril en merkatua galdu dugunez geroztik.

Krisiaren eraginez: lan taldeen murrizketak eta soldata jeitsierak eman dira. Programa gutxiago ekoizten dira, eta formatuetan ezin gara arriskatu.

ETB birpentsatu beharra dago. Zein da bere egitekoa? aztertu beharko lirateke bere helburuak betetzen dituen ala ez. ETB jada ez da erreferentzia bat.

ETBk eredu propioa bilatu behar du: Espainiako ereduak imitatzeak ez digu balio. Bilatu beharko litzateke **gertutasuna**, ez edukiak kalera ateratzen, baizik eta jendea irbirgogorazten ETB existitzen dela.

Internet baliatu beharko luke ETBk jendea erakartzeko telebistara, eta ez alderantziz. Jendea dagoen lekura joan behar du ETBk, ezin du pentsatzen jarraitu jendea telebista irikusiko zaituela.

Informaziorik ez zaio ematen ETBtik ekoiztetxeari, ekoiztetxeak aurreikusten eta asmatzen ibili behar du zein izan daitekeen ETBren nahia.

Telebista ekoiztetxeen artean, inkusio ikus-entzunezko ekoiztetxeen artean **sustatu behar da elkarlana**, helburu garbi batekin, noski.

ELKARRIZKETA

2017-01-18

Animazioaren arazo nagusia da oso **garestia** dela. Eta oso diru laguntza gutxi daude. ETBk eta Eusko Jaurlaritzak urtean 2 proiektu babestera behartuak daude eta askotan ez dute hori ere betetzen.

Askotan Euskadin ekoiztuko ez den proiektuari ematen zaio diru laguntza. Ondorioz, bertako animatzaileak diru laguntzarik gabe gelditzen dira.

Proiektuak hobeto finantzatu beharra dago. Eta bereziki banaketa faseari indarra eman: laguntza gehiago, hurrak zintera eraman...

ELKARRIZKETA

2017-01-19

2 ekoiztetxe mota daude: batetik eskola zaharrekoak, tradizionalagoak direnak eta interes ekonomikoa bilatzen dutenak. Eta, bestetik, talentua eta interes sortzaileagoak dituztenak.

Ez dago **koprodukziorako** joerarik. Bertako ekoiztetxeetara mugatzeko tendentzia dago. Koprodukzioak aurrekontu eta zabalkunde handiagoa ekarriko luke.

Pelikula asko ekoizten dira, baina horrek ez du esan nahi errealitatea islatzen duenik, ez baitute behar besteko oihartzunik lortzen.

Ikus-entzunezko egituraren barruan ez dauden **sortzaileak zaila dute** aurrera ateratzeko beren lana.

Nabarmena da EAEko **hiru lurraldeen** artean dagoen aldea.

Hizkuntzak ez luke **oztopo** izan behar.

Administrazioak diru laguntzen prozesu osoa jarraitu beharko luke. Ez da nahikoa diruz laguntzea proiektua justifikazio mardul baten truke.

ELKARRIZKETA

2017-01-25

Koprodukzioa oso interesgarria da eta **ez dago euskarazko pelikuletan koprodukziorik**.

Bi estaturen artean koprodukzio natural bat ahalbideratzen duen errealitate batean gaude. **Euskara hutsean** eginiko pelikulak egingo lirateke.

Ez dago dirulaguntza zuzenik proiektu esperimentaletara. Erakunde publikoek diru laguntzek **onura batzuk** dituztela **ziurtatu** nahi dute. Ez dago **mezenasgo figurarik** proiektu txikiengatik apustu egingo duenik.

Galiziako udalak sortzaileengan apustu egiteko, diru laguntza zuzenak eskaintzen zituen.

Proiektu txikiengatik **interesa izatea funtsezkoa** da hauek aurrera egin dezaten.

Ez dago marketing/komunikazio erreferentziazkorik. Horretarako **kanpora jo** beharra

dago. **EITBren komunikazio arduradunek garrantzia** handia dute proiektuen zabalkundean.

Bertsio originalean eta bikoizketarik gabeko zinearen alde apustu egingo duen erakunde baten falta somatzen dut.

ELKARRIZKETA

2017-01-26

Euskal merkatua oso txikia da eta horrek eramaten zaitu lan egitera modu oso berezi baten.

Audientziaren eta haren kontsumo ohiturak ezagutu behar dira eta sortu behar dira produktuak audientziak kontsumituko dituenak ("masa audientziaz" ari da).

Gidoi lanean inziditu behar da, baliabide ekonomikoetan ezin dugu-eta konpetitu.

Eskandinaviak izan beharko luke gure ispilu. Islandian, esaterako, 300.000 biztanle izanik sortu dute "[Trapped](#)" telesaila, sekulako arrakasta lortu duena.

Kultura arloan dauden sektore desberdinen arteko apustu zehatzak egitea falta da, bide batzuk elkarrekin jorratzeko.

Audientziak ikusten du nahi duena, tranpa bat da esatea dagoena ikusten duela dagoelako. Audientziaren kontsumo ohiturak dira kontuan hartu behar direnak, hori da gure bezeroa eta horri egokitutako produktuak ekoiztu behar dira.

Ez da egia ETB1ek herri txikietako ruraltasunari erantzuten diola. Herri txiki bat ez da beti rurala. Egia da modan daudela formatu mota batzuk eta horiek gehiegi esplotatzen direla.

Ekoiztetxeak apustu egin behar du bertako istorioetatik programak garatzeko, gure identitatea oinarri hartuta masarentzat erakargarriak diren produktuak ekoizteko.

Bikoizketara ohituta dago jendea. Ez dut gaizki ikusten azpitolazioarekin esperimentatzea baina ez dut irudikatzen goizetik gaberako aldaketa, bertsio originalera eta azpitolaziora. Bikoizketak ere jaten ematen die euskal aktoreei.

ETBk ez du estatu mailako telebistekin alderatuta "liga txikiagoan" jokatu behar, izan daiteke haien parekidea.

ELKARRIZKETA 2017-01-26
Ikus-entzunezkoek sorkuntza lana izan behar dute oinarrian, formatua zein den kontuan hartu gabe.
Sorkuntzak baliabideak behar ditu esperimentatzeko.
Ikus-entzunezkoen agentzia sortu beharra dago, formatu guztiak kontuan hartuko dituena.
Ikus-entzunezkoendako aukera berriak daude beste sektore batzuetan: errealitate birtuala ,...
ETBn franja esperimental bat egon behar litzateke sortzen diren saio mota desberdinak zabaltzeko.
Gidoingurua foro interesgarria da. Baina euskaraz bi pelikula ekoizten direla kontuan hartuta, ibilbide gutxi dute gidoi hauek. Normalean, gainera, gidoia ezagutzen dute ekoizleek Gidoingurura iritsi orduko.
Film laburrek aukera handia dute gure sektoreak. Esperimentatu eta kanpoan aurkezteko material aproposa da.
Ikus-entzunezko enpresak EAEn benetako merkatutik urruti bizi dira.
Azpidatziak egin beharko lirateke euskaraz operadore handiendako.
Euskarazko edukiek sarean egon behar dute: on-line euskarazko eskaintza.

ELKARRIZKETA 2017-01-30
Koprodukzioa lortzea ez da uste bezain erraza. Kanpokoentzat euskaraz egotea ez da balio erantsi bat eta ez da erraza koprodukzioa lortzea Espainian edo nazioartean, hemengo produktu batekin.
Euskal Herriko zinema-industriaren egoera ona da gaur egun, baina sektorea ez da batere egonkorra, ezta ere indartsua. Ez da inbertsio potenterik egiten sektorean, eta gainera badirudi ere ez dagoela ondo ikusita sektore industrial bat moduan irudikatzea

zinemarena.
Talentua badago zineman, baina huts egiten ari dena sektorea bera da talentu horri laguntzeko.
Profil enpresarialagoa duen ekoizlea falta da sektorean, baina profil horretan trebatzeko aukerarik ez dago.
ETBren egitekoa ezin da amaitu telebistarako programazioa pentsatzean. Sektorea sustengatzeko motore indartsuena bera izan behar luke eta ez da horrela.
Euskarazko kalitatezko zinema egotea nahi bada hortan sinistu behar da eta inbertitu.
Banaketari buruz: geroz eta jende gutxiago dago banaketari begira. Banaketa on batek ez du beti kopuruarekin zerikusirik, jakin behar da ze produktu nora eraman behar den.
ETBk diruz laguntzen ditu pelikulak obligazio legala duelako , baina harago joan beharko luke eta beste konpromiso batzuk hartu diruz laguntzen dituen proiektu horien gainean.

ELKARRIZKETA 2017-02-02
Zinema ez da kontsumitzen , eta euskaraz gutxiago; jendea zinera ez da hurbiltzen. Zinema diru publikotik bizi da, ez da errentagarria. Dirua inbertitu beharko litzateke jendea zinemara eramateko. Ikus-entzunezko edukien zabalkundean lan egin beharko litzateke.
Ez dago ohiturarik euskarazko produktuak kontsumitzeko. ETBk ezin du konpetitu beste kate handi nazionalekin; aurrekontuak beste batzuk dira.
ETB politikoki asko erabiltzen da. Interesen arabera irizpide ezberdinak daude eta ez da independentea bere kasa erabakiak hartzeko. Bere bidea erabakitzeko aukera izan beharko luke. Gaur egun ez da jasangarria, zaharkituta daude egiturak, langileak,... Aurrekontuaren zati handia langileak ordaintzeko bideratzen da eta oso aurrekontu gutxi dago ekoizpenerako.
Konkurto publikoetan prezioa baloratzen da bereziki (%60-70). Merkeen lan egitea hobesten da eta horrek prekarietatea dakar. ETBko langileen baldintzak oso urrun daude

sektoreko langileon baldintzetatik.
Gutxi gara sektorean eta gainera bakoitza bere bidea egiten ari da. Enpresa asko daude ETBrekin bakarrik lan egiten dutenak. Zergatik ez gara ausartzen beste kate batzuetarako ekoizten? Ez duzu inbertsio handia behar kanpoan saio bat saltzeko.
Sektorea industria bezala ikusi beharko genuke eta dirulaguntzak eman tresneria (kamerak, tripodeak,...) erosteko. Sorkuntza bakarrik dela uste da, baina industria ere bada. Ez gaituzte industria kontsideratzen.
Ikusten diren kontraesanak : gidoiaren idazketan lagundu egiten da diruz, eta gero garapenean ez da laguntzen. Hasieratik bukaerara lagundu beharko lirateke proiektuak.
Merkatua saturatuta dago, jende asko dago. Negozio aukerak: enpresa munduan egon daiteke aukera bat. Baina hainbeste jende lanean jartzeko ez.

c) ZABALKUNDEA

ELKARRIZKETA 2016-12-21
Industria egon badago zineman, beste kontu bat da ia publikoak egiten dion jarraipena estreinaldiei.
Larrotxene eta Zinemaldia bezalakoek zinema giroa sortzen dute.
Gabezia nabarmena dago gazteen ikus-entzunezko edukien ekoizpenean . Are gehiago, kontuan harturik beraiek bihur daitezkeela ikus-entzunezko sorkuntzaren protagonista (teknologia inoiz baino eskurago dago).
Kimuak proiektuaren arrakasta onartuta ere (loteria tokatzea bezalakoa da), eztabaidagarri izan daiteke ia hasi berrientzat badauden aukerak bertan ala ez. Bi kategoria bereizi ahalko lirateke beterranoen eta talentu berriaren artean.
Euskal Telebistak ezinbesteko garrantzia du zinema ekoizpenaren finantziazioan. Luxuzko egoera bizi dugu EAEn ETBrekin eta Eusko Jaurlaritzarekin. Finantziazio pribatua lortzea ere garrantzitsua izango litzateke.

Zine formatu eta hizkuntza berrien aurrean finantziazio eredu berriak bilatu beharko lirateke.

GFAk sistematizatu beharko lituzke dirulaguntzak ikus-entzunezkoei, beste alor batzuei ematen zaien lez.

Gazteen sorkuntza kapitalizatu beharko litzateke, modu profesionalean planteatuta.

Gidoilariak ez dakite haien proiektua saltzen, **erakutsi** behar zaie.

Euskarazko ekoizpena berreskuratu beharko litzateke eta programazioan sartu (aretoetan, Tabakaleran, ...).

ELKARRIZKETA

2017-01-16

Finantziazio **iturriak lortzeko zaila** dago. Produktuarengatik dirua lortu nahi bada ETB-ra jo beharra dago. Baina, ETB-ra joateak asko mugatzen du lana.

Formatu merkea duten edukiek zaila dute audientzia arrakasta lortzen. Hala ere, ez da audientzia **muga** bezala hartu behar.

Diru asko **gastatzen** ari da **subproduktuetan**.

Jendeak **ETB ikusteko ohitura galdu du**. Egun, arrakasta %4an dago.

Egitura aldaketa egin beharko litzateke. Internet formatu berriak esperimentatzeko bide errazagoa da. Horrela, produktuak Interneten hasi eta telebistan amaitu lezake. Baina, telebistari ez zaio interesatzen.

Tokiko hedabideen sarea: oso garrantzitsua da elkarren arteko gertutasuna izatea.

Esperimentazioa inbertsioa da. Gehiago esperimentatzeko garaia aproposa da.

Telebista gehienek **Youtube** kanala erabiltzen du **diru iturri** bezala.

Gaztearengana jo behar da, ez gaztea gurera ekarri.

ELKARRIZKETA

2017-01-19

EAEEn Europarekin proportzioan **zine ekoizpena altua** da, tartean euskarazkoa (2015ean 40 luze, 20 euskaraz).

Zine ekoizpenerako **diru gutxi dago**, baina arazoa estrukturala da, ez EAEkoa bakarrik.

Dagoen ekoizpen kopuru handia kontuan hartuta, **fokua zabalkundean** jarri beharko litzateke eta ez ekoizpena sustatzen.

Harrobi lana egiten duten ekimen ugari daude honezkero: Kimuak, Larrotxene,... Ezin da, gainera, nahastu harrobi lana egitea ikus-entzunezko industria sustazeko edo audientziaren, hasi berrien... parte hartzea sustatuko duen proiektu batekin. Bi gauza oso desberdin dira eta bigarren horrek ez dauka zentzurik Tabakalera moduko proiektu baten.

Tabakaleraren egungo proiektua koherentea da eta aztertu egin behar da tentuz, gehituko zaion hori ekosistemara egoki gehitu dadin.

ELKARRIZKETA

2017-01-30

Kalitatezko lanak hirukoiztu dira film laburren esparruan. Kalitatea dago alor guztietan (profesionalki, teknikoki, kanpoko lanarekin alderatuta...).

Kalitatea ere badago euskarazko lanetan. Militantzia garaia atzean geratu da eta modu profesionalean **euskaraz** produzitzen hasi da.

Aholkularitza figura: produkzio prozesu guztiaren ezagutza bideratuko duen agentziak existitu beharko luke.

d) ADITUAK

ELKARRIZKETA 2017-01-12
EITBn erabakiak hartzeko hiru maila daude: 1.-Estrategikoa: EITB zertarako? 2.-Zein kanal erabili behar dituen erabaki, estrategian markatutako helburuarekin bat egiteko. 3.-Edukiak zeintzuk izango diren erabaki. Gaur gaurkoz EITBk lehenengo mailan du eztabaidagai handiena, EITBren zentzua birformulatzen.
Kanpoko ereduetatik asko dugu ikasteko. Maketa batzuk egin behar ditugu. Ereduak sortu: MU-Goiena harremana da interesgarria.
Gazteak eta teknologia berriak. Telebistarekiko fideltasun maila baxua dago. Fikziorako atxikimendu handia dute gazteek.
Telebista transmisio euskarri modura ez da garrantzitsuena.
Harrobia lantzen da zaletasun, moda, formato,... baten inguruko akumulazioa sortuta; industria malgua izan behar da erreakzionatu eta indarrak batzeko.
Toki hedabideak: lokaltasuna da gertuko informazioarekin konektatzeko tresna boteretsuena. Oso ondo funtzionatzen du gaurkotasuneko elementuekin. Gazteek ez dute bat egiten lokaltasunarekin. Tokiko hedabideentzako eremua txikia da: gertuko informazioa eta edukiak.
Aztertu beharko litzateke informazio transmisioa nola egiten den ikus-entzunezko baten berri izateko. Zein da preskriptorea? nola hedatzen da informazio hori?
Sareko kontsumoaren ikerketa sakona egin behar da. Jakin behar dugu gazteen preskriptoreak zeintzuk diren. Sareko transmisioa zelan egiten da?
Kanpoko ereduetatik ikastea interesgarria da.
Small cinemas Kongresua oso interesgarria: hizkuntza gutxituetan ekoizten den zinemaren azterketa egiten da.

ELKARRIZKETA

2017-01-16

Telebistak esperimentalagoa behar luke izan. ETB-ren audientzia baxua denez arriskatzeko aukera du. Gainera, **programak oso motz** gelditzen dira funtzionatzen duten ala ez jakiteko. Denbora luzeagoan mantendu beharko lituzkete antenan.

Beti kanpora begira gaude. Ez dugu kanpoan egiten den berbera egin behar, sortu sortzeagatik. **Bertako parametroen arabera** egin behar dira eta **kalitatezkoak**. Kopiatu behar da gure eduki propioak sortuz eta aldatuz.

Kanalek aldaketa bat behar dute. Produkzioa badago, baina ez da ondo zabaltzen. Bide txiki asko egon daitezke, eta ez handi bakarra.

Sarea: hedabideak bata bestearekin lehiatzen daude. Baliabide gutxirekin lan egin eta ahal duten moduan aurrera ateratzen dira, euren artean **elkartu** beharrean.

ELKARRIZKETA

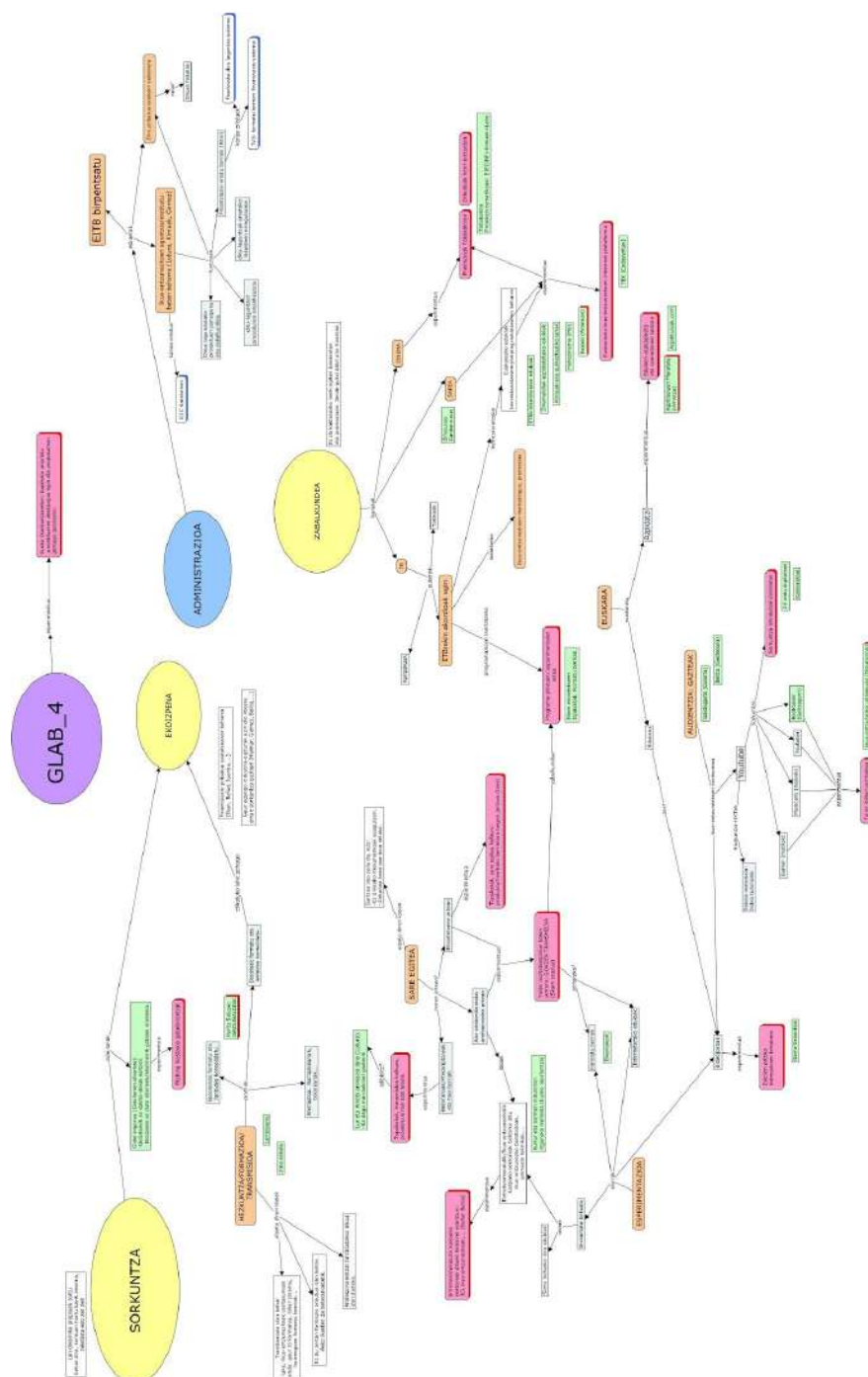
2017-01-24

Urteetan saiatu izan gara dauden **sare sozialak euskaraz** imitatzen, baina emaitzak txarrak izan dira. Ikusi da ez dela hautu egokia.

Youtuberren nagusitasuna: bilatzaileen artean lehen postua eskuratu du Youtubek, beraz, bertan inziditu beharra dago. Edukiak sortu.

ETBko **Nahierani buelta bat** eman behar zaio. **Lizentziak libreak** izan beharko lukete.

4.eranskina: Buru-mapa. Ikus-entzunezko sektorearen diagnostik ekintza proposamenera



5.eranskina: Ikus-entzunezko sormena sustatzeko interbentzioen proposamena

GipuzkaLab proiektuan hirugarren faseari ekin diogu, behin proiektua testuinguruan kokatu dugula (1.go fasea) eta ikus-entzunezko sektorearekin elkarriketak egin ditugula (2.fasea). Dokumentu honetan jasotzen dira aurreko faseetatik abiatuta aurreikusi diren interbentzioen aurkezpen laburrak. Guztiak ere, esan bezala, aurre-lanean identifikatu diren ahulguneetan oinarrituta daude, eta horietan eragiteko asmoz pentsatuak izan dira interbentziook. Horrenbestez, sektorea ezagutzetik, harekin izandako hartu-emanetik eta Euskal Herriko Unibertsitateko ikerlanetik iritsi gara interbentzio hauen diseinura.

Diseinurako kontuan hartu dugu horiek gauzatzeko denbora-tartea apirila eta uztaila bitartekoa izango dela, beraz, interbentzioen egingarritasuna faktore erabakigarria izan da pentsatzerako orduan zer gauzatzeko gai izango garen eta zer ez. Horrek esan nahi du, aurrera begira egokitzapenak egin ahal direla proposatzen ditugun interbentzioetan, arrakasta izango balute, bestelako testuinguru edota denbora-tarteetan gauzatzeko gaitasuna izango lukete. Horrekin batera, kontuan hartu dugu interbentzioek izan dezaketen jarraitasuna etorkizunean. Horren arabera, proposatzen ditugun interbentzioak orain gauzatzeko modukoak izateaz gain, aurrera begira errepikatzeko moduko esperientziak izango lirateke.

Ikusiko duzuen bezala, interbentzio bakoitzak badu titulu orokor bat eta GipuzkoaLab proiektuko denbora-tarteak kontuan hartuta, interbentzio horri lotutako pilotua garatu dugu. Interbentzioak hitz-gako desberdinen bueltan multzokatu dira:

- a) GipuzkoaLab proiektua ezagutaraztea.
- b) SORKUNTZA: hezkuntza eta transmisioa.
- c) SORKUNTZA: saretzea eta esperientazioa.
- d) GAZTEAK: euskara eta sorkuntza.
- e) ZABALKUNDEA: euskara eta esperientazioa.

A) GIPUZKOALAB PROIEKTUA EZAGUTARAZTEA:

1. Interbentzioa. Topaketa: GipuzkoaLab proiektua ezagutaraztea.

Justifikazioa:

GipuzkoaLab proiektuan elkarrizketa fasean 40 lagunetik gorak hartu zuen parte. Ikus-entzunezko sektorearen gaineko inpresioak gurekin partekatzeaz gain, haien iritzia eman zuten esku artean dugun proiektuaren inguruan. Proiektuaren fase honetan garrantzitsua ikusten dugu egindako lana partekatzea, eragile guztien inpresioak batu ostean. Gainera argi dugu, hurrengo faseetan ere hurbil nahi ditugula eragile guztiak. Proiektuaren parte sentiarazi behar ditugu, honek arrakasta izatea nahi badugu.

Proiektu hau gauzatzen ari garen aldi berean Eusko Ikaskuntzak abian du hausnarketa prozesu bat euskal gizartearen inguruan. Lan-talde desberdinak antolatu dira hainbat tematikaren inguruan (identitatea, euskara, kultura, komunikazioa) eta testuingurua aprobeztatu nahi da sozializazioa lana haiekin elkarlanean egiteko.

Helburuak:

GipuzkoaLab proiektuaren sozializazioa egitea da topaketa honen helburu nagusia. Horrekin batera, ezagutu nahi da ia parte hartu duten eragileak ados dauden sektoreaz egin dugun diagnostikotik eta haien ustea jaso nahi da diseinatu ditugun interbentzioen gainean.

Eragile inplikatuak:

Elkarrizketa-fasean parte hartu duten norbanako denak egongo lirateke gonbidatuta topaketara. Hortik aurrera, proiektuan interesa izan lezakeen edozein eragilerentzat ere interesgarria ikusten dugu proiektuaren sozializazioa.

Interbentzioaren koordinazioa:

GipuzkoLabeko Talde Eragileak (GTE) antolatuko ditu topaketak, Diputazioarekin eta Eusko Ikaskuntzarekin elkarlanean.

B) SORKUNTZA: HEZKUNTZA eta TRANSMISIOA:

2. Interbentzioa. Jardunaldia: "Salduko" diren istorioak sortzea: Frantziar gidoilarien adibideak.

Justifikazioa:

GipuzkoaLab proiektuaren sozializazioaren baitan kokatzen da ere bigarren interbentzio hau, Diputazioarekin elkarlanean garatuko dena. Elkarriketetan azpimarratu da behin eta berriro kanpora begira jartzearen beharra eta interesgarriak izan daitezkeen ereduak ezagutu eta hona ekartzearen beharra. Horrekin batera, eta kontuan hartuta sorkuntza sustatzeko helburua duela proiektu honek, elkarriketetan askotan aipatu dira gidoilariaren lanbidearen ahultasunak: gidoilari gutxi dago sektorean gidoigintzan bakarrik lan egiten duena, lanbidea ez dago egoki ordainduta, eta abar.

Helburuak:

Gidoilari izateko bestelako ereduak aztertze aldera, Frantziako ereduak ezagutzea da jardunaldiaren helburua, hainbat gonbidaturen eskutik.

Eragile inplikatuak:

Oro har, ikus-entzunezko sektorearentzat interesgarri ikusten dugu jardunaldi hau, ez bakarrik sortzaile, baina ekoizle edota zuzendarientzat ere.

Interbentzioaren koordinazioa:

GTEak Diputazioarekin elkarlanean antolatuko du.

3. Interbentzioa. Tailerra: *Pitching*-a ikus-entzunezkoetan

Justifikazioa:

Elkarriketetan Gidoi Ingurua ekitaldia aipatu da sorkuntza eta ekoizpenaren arteko zubi lana egiten duen ekitaldien artean. Aipatu da ekitaldia ez dela arrakastatsua izaten, batetik, gidoilariak zailtasunak izaten dituztelako haien lanak era erakargarrian saltzeko, eta bestetik, ekoizleek ez dutelako interes handirik gidoiak ekoizteko, gaur egungo industria-egiturak ezin diolako aterabiderik eman sorkuntza guztiari. Lehenengo ahulguneari heltzeko asmoz erabaki da Gidoi Ingurua ekimenaren testuinguruan (ekainan izan ohi da) gidoilariari erremintak ematea ekitaldiaren kalitatea hobetu ahal izateko.

Helburuak:

Gidoilariet hien ideiak egoki saltzen erakustea litzateke tailerraren helburua, gidoilarien lana ikustarazteko. Gidoi on bat garatzeaz gain, garrantzitsua da egindako lana ondo komunikatzea eta egindako lanari aitortza ematea. Gidoi Ingurua ekitaldiaren baitan kokatuta dagoenez, asmoa litzateke arrakastatsuagoa bihurtzea bilkura hori, gidoilarien proposamenak erakargarriagoak bihurtu eta ekoizleen interesa hobeto pizteko. Gidoi Ingurua ekitaldiak ohiartzun handiagoa lortzea ere bada, beraz, interbentzioaren helburua.

Eragile inplikatuak:

Gidoi Inguruan parte hartuko duten gidoilarietkin antolatuko dugu tailer hau. Ikusiko balitz interesa orokorragoa dela, tailerrean parte hartzea bestelako sortzaileentzat ere irekiko litzateke.

Interbentzioaren koordinazioa:

GTEak antolatuko luke tailer hau Marian Sánchez-Carniglia *coach*-aren laguntzarekin. Sánchez-Carnigliaren profila interesgarria da tailer honen gidaritzarako: *Pitching & Storytelling Coach y Consultora de Gestión Audiovisual, Cultural y Emprendimientos. Docente activa y Storyteller Consumada & Griot in the Making. Consultora de Desarrollo (Story Consultant) de Guionistas en Argentina, Ecuador, Chile, Paraguay y Colombia en pos de educar Creadores y Showrunners.*

4. Interbentzioa. Topaketa: beterano eta hasi berriak elkarlanean.**Pilotua: Lur eta Amets proiektua.****Justifikazioa:**

Elkarrizketetan identifikatu den beste ahulguneetako bat izan da saretzea falta dela sektorean beteranoen eta hasi berrien artean. Hasi berriek faltan sumatzen dute beteranoen esperientzia ezagutzea, eta beteranoek faltan botatzen dute hasi berrien freskotasuna ideietan eta lan egiteko era berrietan. Benetako proiektu eta behar bat kontuan hartu da beterano eta hasi berriak elkarrekin lanean jartzeko, eta hori da Lur eta Amets animazio lanaren kasua. Lotura Films ekoiztetxea udaberri honetan murgilduko da Lur eta Amets film luzearen ekoizpenean eta ikusita marrazkilarietan belaunaldi berriak ez direla animazio sektoreran inkorporatu (Juanba Berasategik aipatzen zigun lan taldeko gazteenak 40 urte pasata dituela), talentu berria identifikatzeko beharra ikusi da.

Helburuak:

Interbentzio honen helburua da belaunaldi berrien inkorporazioa erraztea sektorera topaketa bat antolatuta. Topaketa horretan marrazkilari gazteek lan egingo lukete denbora konkretu baten Lur eta Amets proiektuaren bueltan, Juanba Berasategik tutorizatutako lana izango litzateke gainera. Topaketa honek balioko du talentu berria ezagutarazteko animazio-sektorean, eta hasi berriarentzat interesgarria izango da, beterano baten esperientziatik ikasteko aukera izango duelako.

Eragile inplikatuak:

Lotura Films-ekin batera, animazio munduan murgildu nahi duten marrazkilari gazteak dira topaketa honen parte hartzaileak.

Interbentzioaren koordinazioa:

LTDak koordinatuko du topaketa Lotura Films-ekin elkarlanean.

C) SORKUNTZA: SARETZA eta ESPERIMENTAZIOA**5. Interbentzioa. Kanpo merkaturako produktu bat diseinatzea.**

Pilotua: telebista ekoiztetxeak elkarlanean formatu berri/propio bat sortzeko.

Justifikazioa:

Telebistarako lanean diharduten ekoiztetxeek azpimarratu dute, batetik, Euskal Telebistarekiko duten menpekotasuna, batetik, Euskal Autonomia Erkidegoan telebista ekoizpenak ordaintzeko gai den komunikabide bakarra delako ETB, eta bestetik, ekoiztetxeek duten tamaina kontuan izanik, kanpo merkatuetan lehiatzea oso zaila suertatzen delako. Elkarriketetan aipatu da ere elkarlana sustatu beharko litzatekeela ekoiztetxeen artean, kanpo merkatuetara begira jarri eta izaera edo marka propio bat sortzeko. Jakin badakigu aurrekariak badaudela elkarlana sustatu dutenak (Innova Basque Audiovisual) eta esperientzia berrartzea komenigarria ikusten da.

Helburuak:

Interbentzio honen helburua da ekoiztetxe desberdinen arteko komunikazioa hobetzea eta ekoiztetxeen arteko eztabaida piztea, aztertzeko zein aukera egon daitezkeen koprodukziorako, edota azpiegitura eta talentuaren elkarbanatzerako. Saretze hori proiektu baten bueltan gerta dadin, ekoiztetxeak jarri nahi dira produktu baten garapenean pentsatzen (zer egin dezakegu batera?), ETBz gaindiko merkatuetan interesa pizteko gai izan daitekeena.

Eragile inplikatuak:

Telebista ekoiztetxeak dira inplikatu zuzenak, urteak sektorean daramatzatenak zein ekoiztetxe gazteak. Horiez gain, eta baldin eta proiektuak zein izaera hartzen duen, bestelako sortzaile edo ekoiztetxeei interesa dakieke proiektu honetan parte hartzea.

Interbentzioaren koordinazioa:

GTEak martxan jarriko du proiektua, eta ISEA kooperatibak egingo du kudeatzaile rola saretze lana sustatu eta proiektuari forma emateko. ISEA Kooperatiba, Zerbitzuen Sektoreko lehiakortasuna hobetzean oinarritzen da, enpresa jarduera berrien garapen teknologikoa, berrikuntza eta ekintzailetasuna bultzatuz.

6. Interbentzioa. Dibertsifikazio aukerak esploratzea ikus-entzunezko sektoretik kanpo.

Pilotua: animazio-tekniken erabilera entretenimendu-industriaz gaindi.

Justifikazioa:

Elkarriketetan maiz aipatu da ikus-entzunezko sektorearen tamaina oso txikia dela, batzuk ausartu dira ere esaten benetako industriarik ez dela existitzen ikus-entzunezkoetan. Gaur egungo industria-egitura kontuan izanik, beharra ikusten da sektoretik kanpoko merkatuak ezagutzeko eta aztertzeke ia badagoen dibertsifikatzeko aukerarik, bestelako sektoreetan ikus-entzunezkoan dagoen jakintza eskaini ahal izateko zerbitzu gisara. Ikus-entzunezkoen esparru konkretu batekin ekite aldera, animazio teknikekin esperimentatzea erabaki da.

Helburuak:

Helburua da aztertzea ikus-entzunezkoaren edota entretenimenduaren industrietatik kanpo zein behar existitzen diren eta nola erantzun ahal zaien animazio-teknikekin (3D modelazioa, komunikazio korporatiboa, ...). Dibertsifikazioak beste finantziario bide batzuk eskainiko lituzke, eta animatzaileak lan munduan txertatzeko aukerak biderkatuko lirake.

Eragile inplikatuak:

Animazioan dabiltzan sortzaile edota ekoiztetxeak dira proiektu honetan inplikatuak.

Interbentzioaren koordinazioa:

GTEak koordinatuko luke Beñat Beitia animatzailearekin batera. Beñat Beitia ibilbide luzea dauka animazio munduan eta entretenimendurako lanak egiteaz gain, eskarmentua dauka

diseinuaren eta komunikazio korporatiboaren munduan. Animazio eskola baten zuzendari ere izandakoa da.

7. Interbentzioa. Berrikuntza ikus-entzunezkoetan: diziplinartekotasuna sustatzea.

Pilotua: Go!azen transmediaren sorrera (Norvegiako *Skam* telesaila eredu).

Justifikazioa:

Ikus-entzunezkoen digitalizazioaren aroan Interneten alorra oraindik ere gehiegi jorratu barik dagoen esparrua dela aipatzen dute elkarrizketatu askok. Ohiko produktuak ohiko zabalkunde ereduatarako ekoizten dira, eta sareak eskain ditzakeen aukeretan esperimentatzeko beharra ikusten da sektorean. Proiektu konkretu bati heltzeko asmoz, Norvegiako *Skam* telesaila hartu da ikus-entzunezko eredugarritzat, esperimentazioan lan bikaina egin baitu telesaila formatu transmedian eskaintzeko.

Helburuak:

Skam telesailaren ekoizpen eredua ezagutzea da, lehenik eta behin, proiektu honen helburua, eta ondoren aztertuko litzateke ia ETBko Goazen telesailak aukera eskaintzen duen aro digitalera egokitzeko. Gaztetxoaren artean produktu arrakastatsua da Goazen, eta Internet eta sare sozialen esparruaz baliatuz gero, oihartzun handiagoa lortzeko aukera handituko litzateke.

Eragile inplikatuak:

Pausoka ekoiztetxea da eragile inplikatu zuzenena. Horiekin elkarlanean jarriko ditugu Internet garatzaile bat (Kam?? Goi??) eta komunikazio enpresa bat (AZK? Arteman?). ETBren prestutasuna ere beharrezkoa izango da, telesailak eskatzen duen formatura egokitu beharko baitu haren zabalkundea.

Interbentzioaren koordinazioa:

GTEak koordinatuko luke proiektua. Marianne Furevold-Boland *Skam* telesaileko ekoizle nagusiaren parte hartzearekin martxan jarriko genuke interbentzioa.

D) GAZTEAK: EUSKARA eta SORKUNTZA

8. Interbentzioa. Tailerra: gazteak sortzaile.

Pilotua: Aldundiko Udalekuetan ikus-entzunezko sorkuntza sustatzeko tailerra (Gamer, Youtuber, Booktuber, Musical.ly).

Justifikazioa:

GipuzkoaLab laborategiaren xedeetako bat da gazteak euskarazko ikus-entzunezkoetara hurbiltzea, hutsune handia baitago ekoizpen zein kontsumo mailan. Haien gustu eta kontsumo ohiturak ezagutzeko asmoz, Euskal Herriko Unibertsitateko irakasle talde bat ari da ikerketa bat burutzen. eta lehenengo emailtzak esku artean izanik, sarea eta zehatzago Youtube plataforma da gazteen euskarririk erabiliena ikus-entzunezkoentzat. Horri gagozkiola, gazteek ekoiztutako euskarazko formaturik apenas dago sarean: youtuberrak, gamerrak, booktuberrak,... Euskarazko erreferentziarik ez dago aipatutako formatu hauetan guztietan. Hori ikusirik, pentsatu da gazteak euskarazko sorkuntzaren bidez hurbiltzea euskarazko ikus-entzunezkoetara.

Helburuak:

Gazteen euskarazko jarduna sarean sustatzea eta hedatzea da proiektu honen xedeetako bat. Ikusirik zaila izaten dela gazteak ekimen desberdinetara erakartzea, tailer hau hurbildu egingo da gazteak dauden lekura. interbentzioak garatzeko datak ikusita (eskolan kurtso amaieran egongo dira), erabaki da udalekuen testuingurua izan daitekeela espazio erakargarria tankera honetako tailer bat martxan jartzeko. Hori dela-eta, Diputazioak antolatzen dituen udalekuetako programan txertatuko genuke egun bat edo biko ikus-entzunezko sorkuntza sustatzeko tailerra.

Eragile inplikatuak:

Aldundiko udalekuetan parte hartuko duten 12-16 urte bitarteko gaztetxoak dira inplikatuak.

Interbentzioaren koordinazioa:

GTEak jarriko luke martxan interbentzioa, eta tailer hori koordinatuko duen lan-taldea egituratuko du.

9. Interbentzioa. Topaketa: bideo-jokoen lehiaketa.

Justifikazioa:

Aurreko interbentzioan bezala, gazteak euskarara hurbiltzeko beste esparru interesgarria da bideojokoen mundua, EHUKo ikerketako emaitzek erakusten duten bezala, gazteen aisialdian gero eta arrakasta handiagoa baitute bideojokoek. Game Erauntsia bideojokoen euskal komunitatea aspaldidanik dabil pentsatzen nola sustatu gazteen euskararen erabilera bideojokoen bitartez, eta parte hartzea eta saretzea dira bi ezaugarri klabeak hori lortu ahal izateko.

Helburuak:

Interbentzio honen helburua da, lehenik eta behin, identifikatzea gazteentzat erakargarria den bideojoko bat eta baimenak eskuratzea bideojoko hori euskaratzeko. Behin hori eginda, bi-hiru eskolen arteko topaketa pilotu bat jarriko da martxan, partaideak joko baten bueltan *online* jolasean jarduteko. Horrekin batera, sustatuko da euskarazko *Gamer*-ak sortzea Youtuben.

Eragile inplikatuak:

12-16 urte bitarteko gaztetxoak dira interbentzio honen parte hartzaileak.

Interbentzioaren koordinazioa:

GTEak kudeatuko du proiektu hau, Game Erauntsiarekin elkarlanean.

E) ZABALKUNDEA: EUSKARA eta ESPERIMENTAZIOA

10. Interbentzioa. Azpitoluen maratona (iAmetza)

Justifikazioa:

Zinema, filmak gizartearen zati handi batek kontsumitzen duen produktu kulturala da, baina tamalez euskarazko eskaintza oraindik oso urria da, beste hizkuntzetan eta gure kasuan bereziki gazteleraz dagoen eskaintzarekin alderatuta. Filmak euskara ikusi ahal izateko bi aukera daude: filmak bikoiztea edo azpitolulatzea. Gu bigarrenari buruz ariko gara, burutzeko lehena baino errazagoa baita.

Irtenbide bat, akordioak goi mailan hartzea da (adibidez, Jaurilaritza hornitzaile handiekin, Movistar, Netflix, EITB...), baina sarritan egitasmo xumeagoek ere eragina eta arrakasta izan ohi dute.

Helburuak:

Helburua da hainbat filmen eskubideak eskuratzea eta 1-2 egunetan partaideak filmeak euskaratzen jartzea. Behin hori amaituta, Filmazpit eta Azpigituluak.com-en zintzilikatuko lirateke.

Eragile inplikatuak:

Azpigitulazioan interesa izan dezaken edozein norbanakok parte har dezake.

Interbentzioaren koordinazioa:

iAmetzak eta Argiak kudeatuko dute maratokia, Donostiako Udalak eta Diputazioak lagunduta.

11. Interbentzioa. Euspot euskarazko spot lehiaketa.**Justifikazioa:**

Arteman komunikazio taldeak martxan jarri zuen lehiaketa hau orain 6 urte, ikusirik oso urria dela euskaraz egiten den ikus-entzunezko publizitatea.

Helburuak:

Lehiaketaren helburua dira euskarazko sormena bultzatzea eta publizitate arloan euskararen erabilera sustatzea. Horretarako, antolatzaileek urtero gai desberdin bat proposatzen dute eta lehiakideek, nahi duten estilo, teknika eta baliabideak erabilia, erantzun beharko diote sormen erronka horri. Antolatzaileen asmoa da aurkeztutako lanei ahalik eta hedapen handiena ematea.

Eragile inplikatuak:

Lehiaketara aurkeztu diren norbanakoak dira inplikatuak.

Interbentzioaren koordinazioa:

Arteman komunikazio taldeak kudeatuko du lehiaketa.

12. Interbentzioa. Euskarazko ikus-entzunezkoen online plataforma garatzea.**Justifikazioa:**

Ikus-entzunezko ekoizpenak hedatzeko aukeren artean, ohiko bideak (telebista eta zine aretoak) dira erabilienak EAEn, eta Internetek eskaintzen dituen aukerei apenas erreparatu zaie hedabide tradizionaletan. Euskaraz dagoen ekoizpen maila kontuan izanik (izan euskaraz dagoelako, edo euskaraz bikoiztu edo azpigitulatu delako), beharra ikusten da

ekoizpen horri guztiari aterabidea ematea eta horretarako, Internetek aukera paregabeak eskaintzen ditu.

Codesyntax enpresa ari da azken urteotan hainbat esperientzia martxan jartzen euskarazko Interneteko ekoizpena ikustarazteko (Umap, Zurean, Sustatu) eta eragile interesgarria da interbentzio honetarako.

Helburuak:

Interbentzio honetan, lehenik eta behin, ikertuko da euskarazko edukia batuko duen plataforma baten beharra existitzen den ala ez, eta sektoreak nola ikusten duen aukera hori. Horren arabera, erabakiko da plataforma horren garapena zein fasetara arte iritsiko den.

Eragile inplikatuak:

Ikus-entzunezko sektoreko hainbat pertsonarekin eztabaidatuko da proiektuaren baliotasunaren inguruan.

Interbentzioaren koordinazioa:

GTEak kudeatuko du interbentzio hau Codesyntax enpresarekin elkarlanean.

6. eranskina: GipuzkoaLab-eko esperimentua. Euskarazko websail baten ekoizpena

Hainbat disziplinetako sortzaileak elkarlanean jarri nahi dira esperimentu honetan, helburua websail bat sortu, ekoiztu eta zabaltzea izango delarik. Oinarria talde lana izan behar da; gainera, orain arte ikus-entzunezko sektore tradizionaletik urruti lan egin duten beste disziplina batzuetako sortzaileak gehitzea da helburua. Talde lan horren metodologia testeatu nahi da.

Bilbo aldean ezagutu da [Next Station](#) izeneko dinamika. Aurten, bigarren bez antolatuko da eta euskarazko webserie bat ekoizteko helburuaz egingo da. Gure esperimentazio fase honek dituen epeak eta aurrekontuak kontuan hartuta, ekimen honekin elkarlanean jardutea hobesten da, indarrak metatu, eta proiektu anbiziotsuagoa garatzeko. Duda barik, guk gure esperimentazioan aztertu nahi ditugun dinamikak txertatuko ditugu bigarren deialdi honetan.

Sortzaileak elkarlanean euskarazko websail baten ekoizpenean. Kronograma eta hitoak		
Noiz?	Zer?	Hitoak:
Ekaina	Proiektu diseinua adostu Next Station-eko arduradunekin batera	Next Station-ekokein elkarlanean diseinatzea proiektu proposamena. Diseinua gauzatzeko kontuan hartu behar izan dira: - Proiektua berritzailea izatea. - Talde multidisziplinarretan lan egitea ziurtatzea. - Lan metodologia adostea. - Lan prozesu guztian euskararen presentzia bermetzea - Prozesuan sormena, ekoizpena eta zabalkundea jasota izatea.
Urria- Azaroa	Lehiaketaren deialdia. Sortzaileak erakarri beraiei ideiak aurkeztera.	-Komunikazio kanpaina bat garatu deialdia zabaltzeko. -Bereziki arreta jarriko dugu Gipuzkoako sortzaileak honen berri izan dezaten.
Abendua	Aukeraketa. Hiru ideia	-Aukeraketa prozesurako irizpideak finkatu eta

Urtarrila 2018	aukeratu. Hiru sortzaileen egonaldia.	adostu. -Aukeratutako ideien garapena, aukeratutako hiru sortzaileek metodologia bat jarraituta. -Metodologia jaso eta baloratu. Hasierako ideiatik eta garapenera zertan lagundu du metodologiak?
Otsaila 2018	Aukeraketa. Produkzio fasera eramango den ideiaren aukeraketa.	-Aukeraketa prozesurako irizpideak finkatu eta adostu. -Lantalde multidisziplinarra sortzeko irizpideak finkatu.
Urria 2018	Produkzio fasea	- Webseriea produkzioa fasera eramateko denborak neurtu. Aurrekontuak aztertu.
Abendua 2018	Zabalkundea	- Webseriearen promozioaren jarraipena. - Audientziaren jardunari jarraipena egingo zaio. - Audientziaren feedback-a jaso.
Abendua 2018	Diagnostikoa	Ebaluatuko da proiektua, ondorioztatzeko zeintzuk izan diren ekintza arrakastatsuak eta zeintzuk ez. Diagnostiko globala egingo da Laborategira begira.

Bide bat ala beste bat hartuta, ireki beharko lirateke EITBz gaindiko zabalkunderako aukerak, izan nazioarteko merkatuetan saltzeko, izan telebistaz gaindiko kanaletan hedatzeko.

7.eranskina: GipuzkoaLab-eko esperimentua. GO!AZEN esperientzia *transmedia* bihurtzea.

Euskararen presentzia sarean igotzea da laborategiaren helburuetako bat, eta arreta berezia jarri zaio gaztetxo (8-15) eta gazte-nerabeen (16-22) adin tarteari. Badugu formatu arrakastatsu bat EITBn: Go!azen telesaila. Abiapuntu bikaina produktu transmedia bilakatzeko.

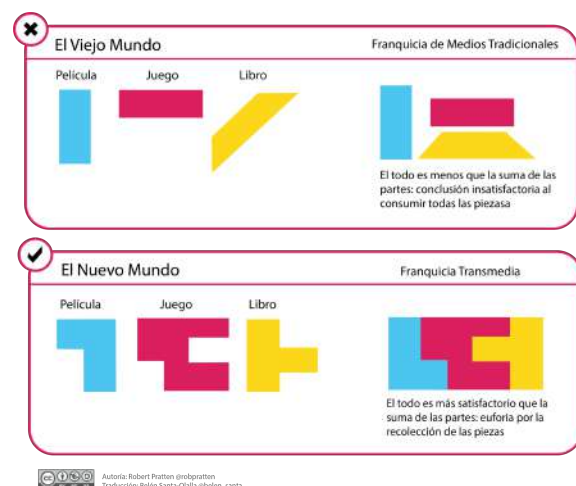
Marka

Go!azenek badu marka propioa, identitate propioa, eta garrantzitsua da marka propio hori sustatzea, ez ETB marka. Horrez gain, ezinbestekoa da audientziarengana iristeko planteamendua aldatzea: ez da (bakarrik) pentsatu behar audientzia nola erakarri webgunera edo telebistara, baizik eta pentsatu behar da nola iritsi audientzia dagoen lekura.

Istoria transmedia bihurtzeko edukiak

Formatu bat *transmedia* bihurtzeak esan gura du euskarri desberdinen bitartez elikatuko dela istorioa, eta osagarriak bihurtuko direla hedabide edo euskarri bakoitzean garatuko diren pasarteak.

Irudia: Nola irudikatzen den transmedia narratiba



Iturria: Pratten (2011)

Horrela, euskarri bakoitzak badu entitate propioa, baina batean eta bestean jasotzen diren pasarteek egiten dute esperientzia askoz ere aberatsagoa. Euskarri bakoitzak berezkoagoak dituen errekurtsoak erabiliko ditu kontakizuna osatzeko.

Kasu honetan, esperimentatu nahi da honezkero arrakastatsu den produktu batekin, aztertzeko:

- la telesaila *transmedia* bihurtzeak balio duen ikus-entzunezkoa aberatsagoa, eta beraz, arrakastatsuagoa egiteko. *Transmedia* proiektu honek eredu edo oinarri bat sor dezake, aurrerago beste ikus-entzunezkoetan esperimentatzeko. Proiektua *transmedia* bihurtzeak adin tartean (target-a) eraginik duen aztertuko dugu.

- la interneten eta sare sozialetan telesailaren presentzia handitzeak balio duen sarean euskararen erabilera sustatzeko.

- la proposamen berritzaile bat planteatzerakoan sektoreak baduen mugitzeko gaitasuna. Kasu honetan, Pausokarekin elkarlanean garatu beharreko proiektua izateaz gain, ETBren inplikazioa bilatzea ezinbestekoa da Go!azen telesailak orain arte urratu ez dituen eremuetara jauzi egiteko (besteak beste, Youtube edota Telegram bezalako sare sozialak).

Interbentzio honen garrantzia berebizikoa da, kontuan hartzen baditugu honakoak:

a) EHUko Ikus-entzunezko Komunikazio eta Publizitatea saileko IMG/MAC taldeak egindako ikerketa lana. EHUko ikerketaren emaitzen arabera (12-16 urte bitarteko 2.500 nerabe gipuzkoarrek hartu dute parte), gaztetxoek ikus-entzunezko kontsumoaren eta sare sozialen erabileraren ohituretan presentzia nabarmena dute, alde batetik, fikziozko produktuek, eta bestetik, Youtube, Instagram eta Whatsapp bezalako sare sozialek.

b) Debagoienako Arizmendi ikastolako talde eztabaidetan (11-12 urte bitarteko 90 nerabek hartu dute parte) agertu da interes berezia Go!azen telesailaren unibertso multimedia ezagutzeko. Era positiboan baloratu dira bereziki honakoak: pertsonaien elkarrizketak jarraitu ahal izatea telesailaz gaindik espazioetan eta telebistaaren egikaritza prozesua hurbilagoetik jarraitzea sare sozialetan.

3) Nazioarteko ereduak aztertuta (Norvegiako [Skam](#), Danimarkako [Klassen](#) eta Finlandiako [Sekasin](#) telesailak erabili dira kasu eredugarri eta arrakastatsu bezala), gazteei zuzendutako telesailak digitalizazioaren arora egokituta daudela ondoriozta daiteke. Ikus-entzunezko edukiez berbetan ari gara, eta ez soilik telebista saio batez.

Aurrekari horiek guztiak kontuan harturik, Go!azen telesaila transmedia bihurtzeko proposamena diseinatu da, eta horrekin batera, Go!azenen komunitatea elikatzeko baliabide sortan pentsatu da. Diseinua Pausoka ekoiztetxearekin elkarlanean egin da.

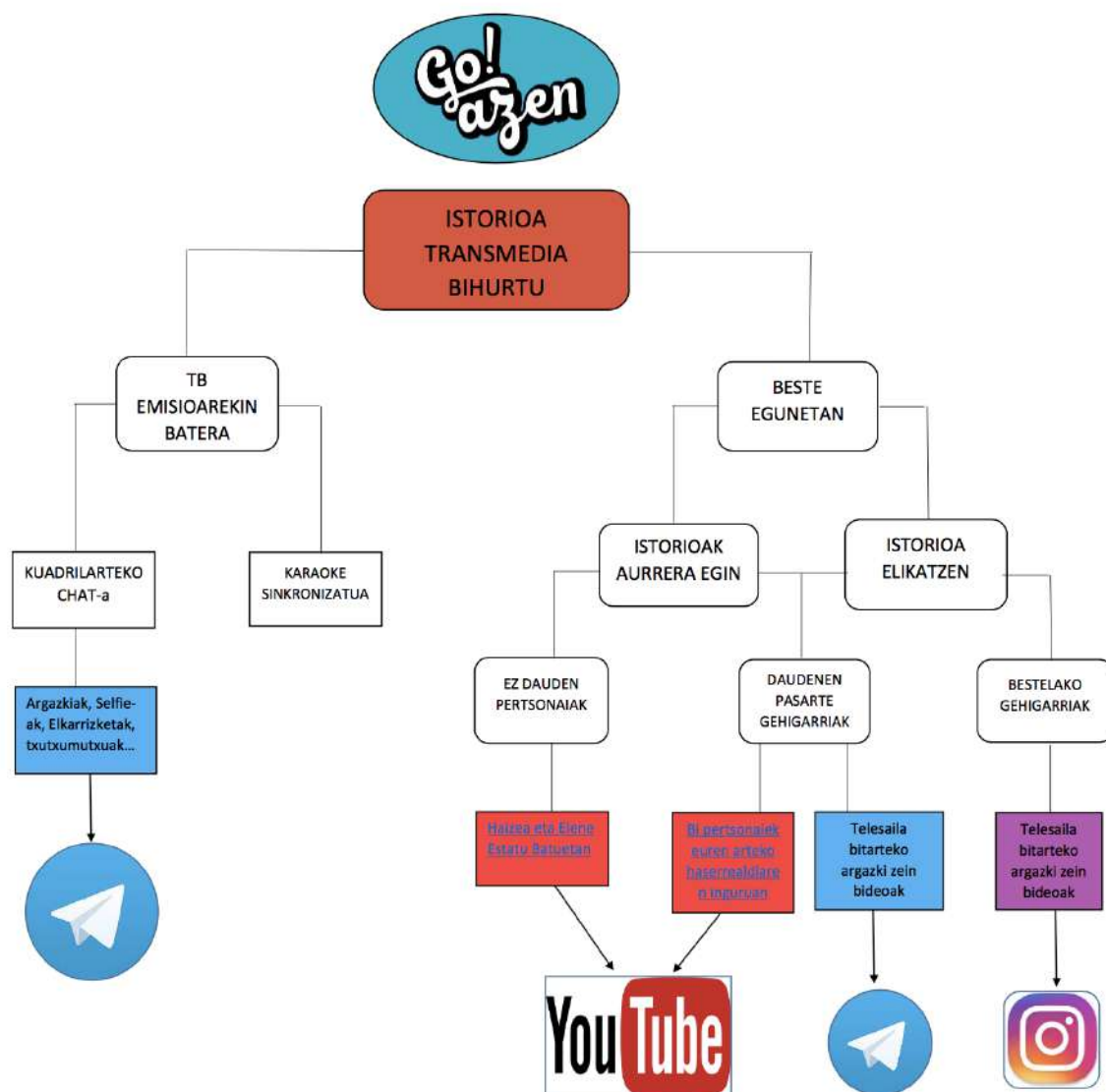
Interbentzio honek kronograma eta bete beharreko honako hitoak ditu:

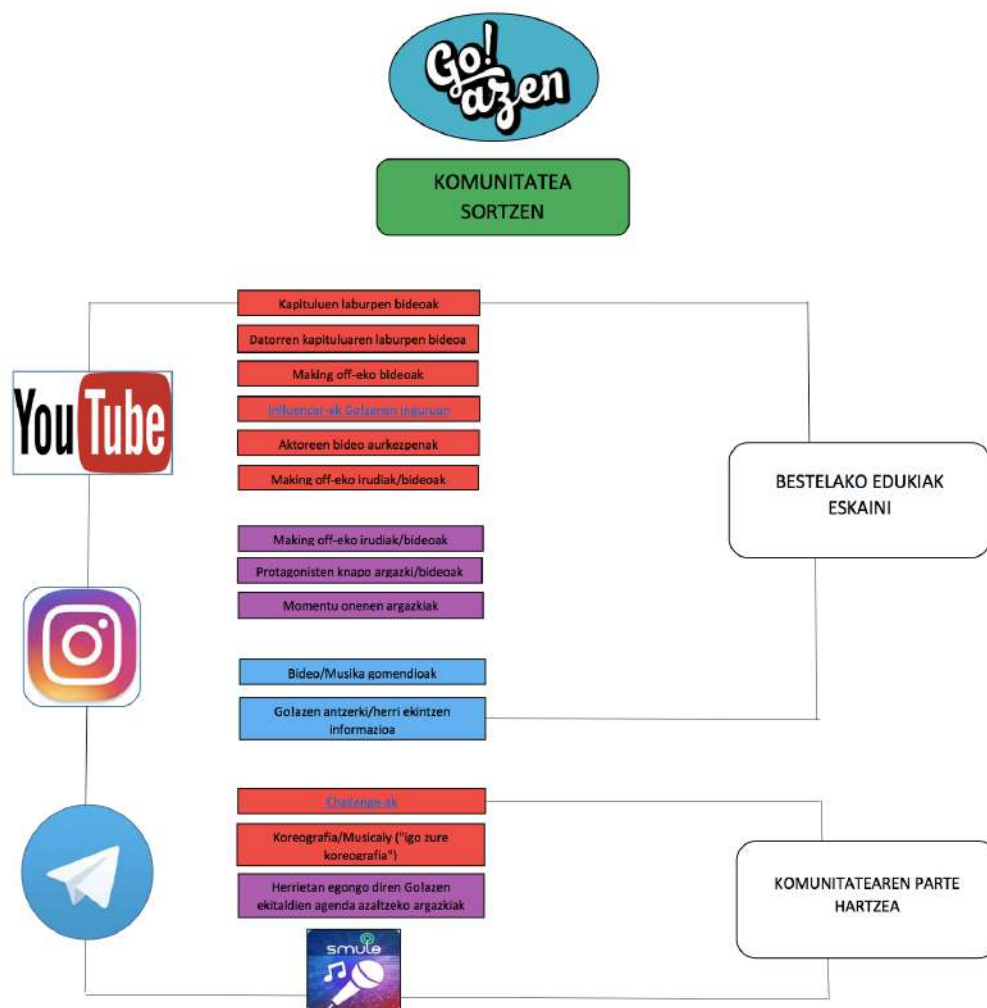
Go!azen transmedia proiektuaren kronograma eta hitoak		
Noiz?	Zer?	Hitoak:
Apirila	Proiektu proposamenaren diseinua. Pausokarekin bilerak.	Erronka izan da Pausokarekin elkarlanean diseinatzea proiektu proposamena. Diseinua gauzatzekoan kontuan hartu behar izan dira: - Proiektua berritzailea izatea. - Audientziaren kontsumo ohituretara egokituta egotea. - Pausokaren, Eusko Jaurlaritzako Hizkuntza eta Politika Sailaren eta Gipuzkoako Foru Aldundiaren interesak batzea.
Maiatza	Proiektu proposamena ETBn aurkeztu.	Diseinatu den proiektua gauzatu ahal izateko ETBren orain arteko egiteko ereduetan aldaketak ekarriko ditu. Horren jakitun izanda, proiektua aurkeztu zaio ETBri aukera bezala esperimintatzeko, kontuan harturik aurtengoa izan daitekeela etorkizuneko proiektuetarako erreferente interesgarria. ETBk interesez jaso du proposamena eta baloratzen ari dira proiektuaren egikaritza.
Ekaina	Go!azenen 3.denboraldiaren birdiseinua	Behin ETBren erantzuna jasota, eta ezagututa zeintzuk diren transmedia proiektutik exekutatu diren alderdiak, 3.denboraldiko gidoietan moldaketak egitea aurreikusten da. Horrekin batera, espero da ere Community manager figura zehaztea proiekturako.
Uztaila-	Grabazioa	Grabazio prozesuan tankera honetako proiektu batek

Abuztua		dakartzan gain-kostuak aztertzea da helburua, lan zama zein aurrekontu aldetik. Garrantzitsua deritzogu ikustea proiektua zein punturaino izan daitekeen azpiegitura eta baliabide aldetik errepikatzeko modukoa.
Azaroa- Abendua	Emisioa	Audientziaren jardunari jarraipena egingo zaio. Telebistako share datuez harago, aztertuko da proiektuaosatzen duten bestelako sare sozialetako jarduna nolakoa den: bisita kopurua, komentarioak eta abar.
Urtarrila- Otsaila 2018	Emisioaren diagnostikoa	Ebaluatuko da proiektua, ondorioztatzeko zeintzuk izan diren ekintza arrakastatsuak eta zeintzuk ez. Diagnostiko globala egingo da faktoriara begira.

PROIEKTU PROPOSAMENAREN DISEINUA (GIPUZKOALAB):

Go!azenen narratiba transmedia





Emisioarekin sinkronizatutako eduki transmediak:

Istoria gehigarriak sarean: telesailak narrazioaren garapenean pisu osoa hartu barik, sarean garatu daitezke telebistan agertzen ez diren pasarteak:

-Telesailan agertzen ez diren pertsonaien bizitza kontatuta Youtuben. Esaterako, pasa den denboraldian protagonista nagusi izan ziren Haizea eta Elene bikiak ez dira Basakabira etorriko aurtengo udaran. Arrazoia: Estatu Batuetara joan dira ingelesa hobetzera eta datorren urtean bertako unibertsitate batean ikastera. Honen eraginez, Mikel eta Haizearen arteko erlazioa Skype bidezkoa izango da, laugarren atalean Mikelek dena utzi eta EEBB-etara joateko erabakia hartzen duen arte. Une horretatik aurrera, bi pertsonaia hauek ez dira telesailan agertuko, baina guk eduki gehigarria sor genezake, batetik, Haizea eta Eleneren bizitza pasarte batzuk erakusteko, edota Mikel eta Haizearen bizitza pasarte batzuk erakusteko. Estilo [honetan](#).

-Telesailan garatu ez diren hainbat trama garatuta Youtuben/Facebooken. Ezin da videoblog hutsa izan, kontakizunak eman behar dio garapena istorioari. Klassen telesaileko adibideak: [bat](#), [bi](#).

Adibidez: bi pertsonaia haserretu egin dira telesailean eta Youtuben ikusten ditugu bakoitza bere bideoan, kontatzen bere inpresioa zein den. Kontatu dezakete ere hitz egin behar dutela berriro, eta hori gerta dadila dena Youtube bidez.

Adibideak:

https://www.youtube.com/watch?v=PaDDDo97E_o

<https://www.youtube.com/watch?v=U4buZazndxk>

<https://www.youtube.com/watch?v=PGFH9bWgwPM>

-Telesailan garatu ez diren hainbat trama garatuta Telegram kanal baten bidez . [Adibidea](#).

-Telebista emisioan dagoen aldi berean extrak sortu: telesaila ikusten ari diren jarraitzaileek eduki estrak edukiko dituzte (App bidez/ Telegrameko taldean). Adibidez: telesaileko protagonista batek sare sozialetan edo Telegram taldeetan selfie bat partekatzen duenean, ikusleek argazkia jasoko dute, protagonistaren taldekoak balira bezala sentituz. Gauza bera gertatzen da idazten diren Whatsapparekin edo mobilekin egiten ditugun beste edozein gauzekin. Begiratu lotura hauek adibideak bilatzeko:

<http://www.scoop.it/t/transmedia-storytelling-for-the-digital-age/?tag=Apps>

<http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/features/the-10-best-tv-apps-8714658.html>

Multimedia edukiak:

Helburua litzateke zarata egiten hastea telesailaren emisioa baino lehen. Honakoak egitea proposatzen da:

- Aktoreen aurkezpen bideoak (hau egin daiteke uztailan zehar): kamerara hitz egingo dute aktoreek (banaka edo binaka) azaltzen zein pertsonaia izango diren telesailean, pertsonaiaren izaera zein den, eta abar. Hortaz gain, aktoreek beraien benetako afizioez hitz egin dezakete, eta horrela hobeto ezagutuko ditugu pertsonaien atzean dauden aktoreen bizitzak: izan daiteke, esaterako, kantua eta showa grabatzen dutenean guk geuk grabatzea youtuberako esperientzia hori zelan bizi izan duten (pertsonaiek). Eta zer kostatu zaien gehien, zer duten gustukoen etab.

Adibideak:

https://www.youtube.com/watch?v=426-KO3QO_Y

- Grabazioko making off-eko irudiak (hau egin daiteke uztailan zehar): bideo labur eta irudiak erakutsi daitezke.
- Kapituluaren laburpen bideoak:
- Kapituluako momentu onenen argazkiak:
- Nor da... (azkarrena? abeslari onena?):
- Selfie-ak:
- Kantuen karaoke bideoak:
- Influencer-ak Go!azen-en inguruan hitz egiten jarri:

Adibideak:

<https://www.youtube.com/watch?v=8QnebNAedJo>

<https://www.youtube.com/watch?v=HN6OKum05Ys&t=83s>

- Musika bideo gomendioak
- Fan klubekoentzako merchandising-a nola prestatzen duten erakusteko bideoak:

Adibidez: <https://www.youtube.com/watch?v=oWBZYNXQWPU>

- Challenge-ak: <https://www.youtube.com/watch?v=x30EcBvYGFM>

Interakzioa bultzatzeko edukiak:

- Koreografia lehiaketa ("igo zure koreografia")
- Herrietan egongo diren Go!azen ekitaldien agenda azaltzeko argazkiak.

BEHARRAK:

- Gidoian moldaketak egin behar dira ezinbestean transmedia izaera emateko.
- Community manager bat Pausokarekin lan egingo duena.
- App-a garatzen baldin bada, web garatzaile baten laguntza.

GO!AZEN TRANSMEDIAREN DISEINUA (EITB):

Aurrez azaldutako proiektu proposamena aurkeztu genion EITBri 2017ko ekainean. Aintzat hartu zuten gure proposamena eta eskuartean zuten Go!azen telesaila transmedia zelan bihurtu aztertzen hasi ziren. Baina arazo batzuk kontuan hartu behar dira:

- Go!azen telesailaren gidoia idatzita zegoen jada eta transmedia bihurtzeko aukera gutxi zeuden.
- Go!azen-eko target-a (4-12) gazteegia da.
- Aurrekontua bideratuta zegoen; diru-iturri berriak topatzeko ahalegina egin behar zen.

Abiapuntu honetatik hasi zen EITB, Go!azen telesaila transmedia bihurtzeko proposamena zehazten, ondorengo helburuekin:.

- Euskararen presentzia sarean indartzea.
- Go!azen unibertsoa indartzea
- Go!azen telesaila indartzea, ikus-entzule kopurua gehituz.

Helburu hauek kontuan hartuta, ondorengo berrikuntzak egingo ditu EITBk Go!azen telesailaren hirugarren denboraldi honetan:

- Go!azen aplikazioa sortzea. [\(eranskina: GOAZEN aplikazioaren funtzionalitateak\)](#)
Aplikazioan fikzioa garatuko da, eta helburu nagusi izango ditu interaktibitatea lortzea eta komunitatea sortzea. Aplikazioak daukan nobedade interesgarriena Go!atsapp da. Telesaileko aktoreek (fikzioa) izango duten komunikazio kanal pribatua izango da, eta erabiltzaileek jarraitu ahal izango du.
- Euskal Youtuber bat jartzea sarean. Telesaileko aktore bat izango litzateke. Aurrekontu faltagatik bertan behera utzi da ekintza hau.
- Go!azen Instagram-en indartu. Marka ofiziala indartzea da helburua, posizio hobean kokatzea. Hemen aktoreak errealitatean ezagutzeko aukera izango dugu.
- Komunitate kudeatzaile bat lanean jartzea.
- Eitb.eus atariak jarraituko du “kontenedorea” izaten: eduki berriak gehituko dira atarira eta hauek erakargarriak eta eksklusiboak izatea lortu nahi da. Facebook eta twitter sare sozialak, gurasoei zuzendutakoak izango dira; irudi korporatiboa zabalduko da hauetan.

8.eranskina: GipuzkoaLab-eko esperimentua. JarriON, *chromecast* aplikazio baten zirriborroa

Urriak 31ean, Oronan egindako jardunaldian aurkeztu zuen Luistxo Fernandezek (Code Syntax) JarriON proiektua. Ondorengo irudietan jaso da aurkezpenena:

JarriON

Chromecast aplikazio baten zirriborroa

Urria 2017

CodeSyntax

Azpitain Industrialdea, 3-K
E-20600 Elbar
Tel.: +34 943821780

Interneten Adituak
www.codesyntax.com

CodeSyntax JarriON app azalpenak

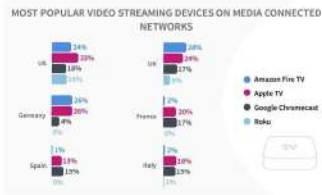
Zer da JarriON?

- Euskarazko bideoak ikusteko aplikazio bat
- Erabiltzaileok gaur egunean eskura ditugun bi pantaila inportanteenetan ikusiko dira bideoak: mugikorrean, eta Chromecast aplikazio baten bidez, telebistan.
- Gipuzkoa Eraikiz ekimenaren barruan, euskarazko ikus-entzunezko laborategia jarri du martxan GFAK, eta hark babesten du JarriON programa pilotu moduan
- Bideo-ekoizleek doiketa minimo batzuek egin behar dituzte beraien bideo-biltegietan, agertu nahi badute (ordu gutxi batzuetako lana izan daiteke, eta lagundua izango da)

CodeSyntax JarriON app azalpenak

Zergatik Chromecast?

- Hemen eta orain, telebistara streaming zerbitzu gisa iristeko bide laburrena da gaur egunean.
- 39 euroko gailu bat da Chromecasta
- Android mugikorretako app-en bidez kontrolatzen da (ez baduzu Chromecast, mugikorrean ikusiko dira bideoak: android penetrazioa gure inguruan %80 inguru)
- Merkatu kuota, 2017.04:



Country	Amazon Fire TV	Apple TV	Google Chromecast	Roku
UK	14%	10%	11%	1%
Germany	20%	20%	4%	1%
Spain	11%	13%	13%	1%
France	20%	20%	17%	1%
Italy	12%	13%	13%	1%

CodeSyntax JarriON app azalpenak

Hasierakoa, 1. pantaila: mosaikoa



Kanalen mosaiko bat izango da aplikazioaren portada eta bista nagusia.

Kopuru aldakorra izan daiteke, scroll posiblearekin noski, behetik gehiago egon daitezke eta.

Kanal bat izan daiteke programa bat, edo ekoizle bat edo TBXko bideo selekzio bat...

Ordena ere aldakorra izango da: bideo berrienaren orduaren arabera, lehena egongo da bideo freskoena duena.

kanal izena irudiaren gainean

2. pantaila: kanala



Kanalaren izena hemen

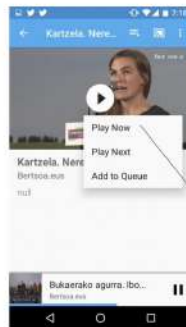
Kanalaren irudia: hemen nahiko laukia dugu baina izan daiteke apaisatua mosaikoan bezala (horrela aurreratzen dugu, eta gainera espazio gehiago behean)

Kanal bakoitzean demagun 10-15 bideo daudela.
- bakoitza izenburu, luzapenez, dataz eta thumbnail irudiaz identifikatuko dugu

horren ordez, data,
ordua

Zerrendako elementu bakoitzean klikatuz 3. pantailara
zoaz, bideora

3. pantailam bideo zehatz bat.



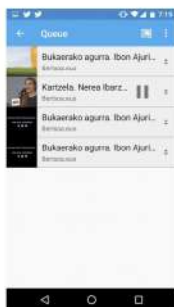
Orri honetan ikusiko dugu:

- irudi handia Play ikono gain-itsatsiarekin.
- titulua
- kanta izena
- eguna/data + luzapena
- deskribapena

Play klikatzean zer gertatzen da?

1. Ez badago Chromecastik mugikorrean ikusten da.
2. Chromecast badago, eta ez badago bideo aktiborik, Telebistan ikusiko da
3. Chromecast badago, baina jada TBn bideo bat badago, 3 aukera, orain ikusi, hurrengo ikusi, ilaran jarri.

4. pantaila: ilara



Ilarara zenbait bideo bidali
dituzunean kontsulta
dezakezu, ordena aldatu,
saltatu...

Ekoizle bakoitzak 'kanal' bat izateko...

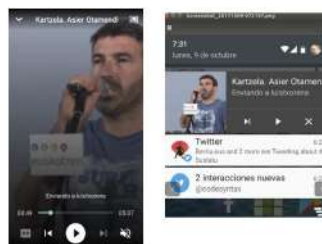
Bideoak dituenak URL bat eduki behar du bere sisteman, eguneratuko dena bideo berriekin, eta JSON formatuan emango duena berri parametro nagusiez (data, izenburua, thumbnail, deskribapena eta mp4-aren kokapena). Automatikoki eguneratu dadila, bestela...

[illegible]

Ze kanal?

- Goiena: zenbat?
- TBX: Youtubeko ikusienak + Youtubeko kanal zehatz batzuk ere bai
- Bertsoa.eus?
- Hamaika TB?
- Infosare? GITB (Goierrri TB), 28 kanala, Erlo
- EITB?

Chromecast-ean ikusten dugun bitartean, mugikorrean...



Lehen aprobak, ukituak
gertatuko dira.

Telebistan ikusten dena

Lehen aprobak.

Euli bikoitzean pentsatzen ari gara: kanala + JarriON

**Vistas en TV (2)**

Cuando no hay en vídeo en marcha se muestra una pantalla fija: parece lo más sencillo pero queremos saber qué otras opciones habría...

Besterik (lortu nahi genituzkeenak)

- Notifikazioak. Sistema bat non aplikazioa dutenek jasoko dute ohar bat (iluntzetan demagun), bideo interesgarri jakin baten berri ematen duena.
- Analitika: nahi ditugu lortu datuak, ze bideo eta ze kanal ikusten diren, bideo irekietan eta segunduetan, eta baita ikuskatzeak noiz diren mugikorrean eta noiz telebistan (ea lortzen dugun)

9. eranskina: GipuzkoaLab-eko esperimentua. Gazteak eta ikus-entzunezko sorkuntza sustatzeko ekimenak

Interbentzio honen helburua izan da Euskal Herrian gazteen ikus-entzunezko sorkuntza sustatzeko ekimenak identifikatzea eta aztertzea, eta behin horiek ezagututa, ondorio batzuk ateratzea gazteen euskarazko ikus-entzunezkoen presentzia eta kontsumoa handitzeko.

Identifikazio lan sakona egin da interbentzio honetan, Euskal Herrian gazteen ikus-entzunezko sorkuntza sustatzen ari diren 30 ekimenetik gora identifikatu dira. Horietatik aukeraketa egin da 18 dinamikari jarraipen estua egiteko.

Eragile hauekin guztiekin hitz egin da aztertzeko nola baloratzen duten esku artean duten dinamiken arrakasta, eta hausnartzeko zeintzuk diren klabeak euskaratik eta ikus-entzunezkoetatik gazteak sorkuntzara erakartzeko.

Diagnostikoak eramango gaitu identifikatzera eta diseinatzera balizko Laborategiak nola erantzun behar dion gai honi: zein dinamika erabilita, zein eragilerekin eta zein baliabiderekin.

Euskarazkoen ikus-entzunezko sorkuntza eta kontsumoa sustatzea gaztetxoaren artean. Interbentzioaren kronograma eta hitoak		
Noiz?	Zer?	Hitoak:
Apirila	Dinamiken identifikazioa	
Maiatza	Dinamiken identifikazioa	Batzea Euskal Herrian existitzen diren gaztetxoaren ikus-entzunezko sorkuntza sustatzeko ekimenak.
Ekaina	Elkarrizketak eragileekin	Identifikatzea klabeak euskaratik eta ikus-entzunezkoetatik gaztetxoaren sorkuntza sustatzeko.
Uztaila	Ondorioak	Balizko Laborategiak kontuan hartu beharrekoak identifikatzea.

Interbentzio honen baitan udaberri-uda honetarako dinamika bat martxan jartzeko aukera mahai gainean egon da, baina elkarrizketatutako eragileen input-ak jasota, eta kontuan

harturik laborategiak eragiteko duen denbora eta baliabideak, ez da asmatu ekintza egokiaren identifikazioan. Hori dela-eta, Laborategira begira jartzea lehenetsi da gazteen eta ikus-entzunezko sorkuntzaren gai honetan.

Gazteen ikus-entzunezko sorkuntza sustatzeko ekimenak antolatzen dituzte eragileekin egoteko, ondorengo galdetegia prestatu dugu:

1. Zer da? Zer egiten da? Zein helbururekin?
2. Norentzako da?
3. Noiz da?
4. Non egiten da? Beti leku berdinean?
5. Zeinek antolatzen du?
6. Noiz hasi zen? Zergatik?
7. Zein bilakaera izan du?
8. Aldaketarik egon da?
9. Nolako harrera izaten du?
10. Oinarriak? Zergatik?
11. Zer da funtzionatzen duena?
12. Eta, zure ustez, gazteen artean funtzionatzen duena?

Eta Laborategira begira:

1. Zer uste duzu dela beharrezkoa Laborategian kontuan hartzeko?
2. Bestelakorik?

Ondorengo lerroetan jaso dira identifikatu eta aztertu diren gazteen ikus-entzunezko sorkuntza sustatzeko ekimenak:

EUSPOT http://euspot.eus/ Arantzazu Lagunilla (Arteman)	
Zer da? Zer egiten da?	- Euskarazko spot lehiaketa. - Horretarako, antolatzaileek urtero gai desberdin bat proposatzen dute eta lehiakideek, nahi duten estilo, teknika eta baliabideak erabilia, erantzun beharko diote sormen erronka horri. Antolatzaileen asmoa da aurkeztutako lanei ahalik eta hedapen handiena ematea. - Iragarkiak ondorengo ideia edo balioak transmititu beharko ditu: aukera berdintasuna, aniztasuna, diskriminazio eza, elkarbizitza, gizarte-kohesioa, giza eskubideak, elkarkidetasuna. - Euskal Herriko biztanleria osoari zuzendutako iragarkia izan behar da.
Noiz da?	Apirilean- Maiatza.
Nork antolatzen du?	Aretxabaletako Udalak, Mondragon Unibertsitateko Humanitate eta Hezkuntza Zientzien Fakultateak eta Arteman Komunikazioak
Non da?	Aretxabaletako Arkupe Kultur etxeko Zaraia aretoan
Norentzako da?	Norbanakoak, taldeak zein enpresa profesionalak izan daitezke.
Zein helburu dauka?	Lehiaketaren helburua dira euskarazko sormena bultzatzea eta publizitate arloan euskararen erabilera sustatzea
Nolako harrera izaten du?	Oro har, parte hartzea ona izaten da gazteen artean, 2017an gainera, Arizmendiko ikasleek ere parte hartu dute lehiaketan. Ohikoa izaten da ere Mondragon Unibertsitateko ikus-entzunezko ikasleen parte hartzea. Erronka da maila profesionaleko eragileen parte hartzea sustatzea, parte hartzea oso txikia izaten da-eta.

Noiz hasi zen?	2012an.
Oinarriak 2017	- Gaiarekin bat egiten duen leloa. - Lanak euskaraz aurkeztu beharko dira. - Erabiltzekotan, musika izan beharko da lizentzia librekoa, spotentzat propio sortutakoa edo www.audionetwork.com-ek lehiaketarako jarritako <u>bildumatik</u> hartutakoa. - Gipuzkoako Foru Aldundiaren logoa txertatuko zaie finalista diren iragarkiei, sari banaketarako. - 20-30 segundo bitarteko publizitate spot-a. - Nola helarazi? 1. euspot.eus/parte-hartu ataleko formularioa bete. Edo 2. Lanak Wetransfer Interneteko bidalketa tresna bitartez helarazi beharko dira hurrengo helbidera: euspotlehiaketa@arteman.eus.
Bestelakoak 2017	- Babeslea: Audionetwork. - Sariak: lau sari emango dira: · Spotik onena (1.000 euro). · Mondragon Unibertsitateko ikasleen spotik onena (500 euro). · Publikoaren saria (500 euro). · BHklip saria (14-18 urte) (250 euro).

ZINELEKU

<https://www.zineleku.org/>

Garbiñe Ortega (Kalakalab)

Zer da? Zer egiten da?	- Ikus-entzunezko prestakuntza, ekoizpen eta emanaldiak egiteko programa da. - Partaideak elkarrekin biziko dira hamabi egunez. - Zinema lantegiak, profesional zinematografikoen maisu eskolak eta bestelako arte diziplinak emango dituzte. - Proiekzioak, performance-ak eta kontzertuetan ere parte hartu.
Noiz da?	Uztailaren 23tik Abuztuaren 3ra.
Nork antolatzen du?	Kalakalab-ek.
Non da?	Urtero Euskal Herriko leku batean garatzen da.
Norentzako da?	- Euskal Autonomia Erkidegoa, Nafarroa eta Iparraldeko 18 eta 30 urte bitarteko gazteentzat. - Zinemagile zein idazle, koreografo, programatzaileentzako.
Zein helburu dauka?	- Ikus-entzunezkoen sortzaile berriei ikuspuntu komunitariotik diziplina-arteko harremana sustatzea da. - Elkarrekintza eta hartu-emana indartzea.
Oinarriak 2017	- 1988ren Urtarrilaren 1tik, 1999ko uztailaren 22ra bitartean jaio direnentzako. - EAE-n edo Nafarroan errolatuta daudenentzako. - Programa euskaraz egin behar da. Beraz, partehartzaileek euskaraz ondo moldatu beharra. - Ikus-entzunezko komunikazioa, Arte Batxilergoa edo Arte Ederretako ikasleak izan behar dira.

Bestelakoak 2017	- Parte hartu izana egiaztatzen duen agiri bana jasoko dute partaideek. - KALAKALABek erkidego bat sortu nahi du zinemagintzaren inguruan, zinemagintzan trebatu zenbait jakintzatan oinarrituz eta gizarte ehunak eraiki ikus-entzunezkoen bidez, bai eta ikusle kritikoak eta ikusle parte-hartzaileak sortu. - Ikastaro desberdinak: lantegiak (soinu, gidoi, dokumentala...), praktikak (soinu postprodukzioa), solasaldiak (aspaektu tkenikoak, formatuak...) eta taldeak (errodaia, proiektuen garapena...). - Gonbidatuak: Maider Oleaga, LuisMacias eta Adriana Villa, Pedro Gonzalez Rubio, Leire Apellaniz, Fina Salegi, Juan Arrosagaray, Xabier Erkizia, Martin Guridi... - Babesleak: Arabako Foru Aldundia, Eusko Jaurlaritza, Gasteizko Udala eta Kalakalab. - Laguntzaileak: Oihaneder euskararen etxea, LuzRoja, Zas Kultur espazioa, Sonora estudioa, Alde Zaharra bizirik Goian, Jesus Guridi musika kontserbatorioa, Cocina de Guerrilla, Baratza, Ikaslan, Mendizabala Institutua. - 2016an: Zarautzen egin zen: - Arabako eta Gipuzkoako 20 partaide. - 25 irakasle eta gonbidatu. - 90 ikastordu. - 1000 ikusle baino gehiago publiko orokorrari zuzendutako emanaldietan. - 5 laburmetrail ekoiztu ziren.
-----------------------------	--

24 ORDU DIGITALEAN

<http://www.arriolaka.eus/jaialdiak/24-ordu/>

Carlos Gomez (Arriola Antzokia)

Zer da? Zer egiten da?	- Film laburren erakusketa – lehiaketa da, non lana euskarri digitalean 24 ordutan burutu behar den, hasierako ideiatik bukaerako produktura arte. 17:00tik-17:00tara. - Eskatutako denboran lana burutzeko, talde bakoitzak bere burua antolatu beharko du produktua bukatu eta entregatzeko beharrezkoak diren artistiko eta tekniko guztiak estaltzeko - 4-5 minutuko bideoak.
Noiz da?	Iraila Azaroa bitartean.
Nork antolatzen du?	Arriola Antzokiak.
Non da?	Elorrión
Norentzako da?	Euskal Herriko gazteentzat. Baina, orokorrean, bertako eta inguruko herritakoek parte hartzen dute.
Zein helburu dauka?	- Multimedia munduaren zaleentzat parte-hartze formula berria irekitzea da, lan-taldeak sortuz eta teknologia berriak erabiliz. - Jendea elkartu eta sormen momentu bat osatuko duen dinamika egin nahi dute.
Nolako harrera izaten du?	Oso ona. Jendeak parte hartze ona eta giro polita egoten da. Komunitate bat osatu da honezkero lehiaketa honen bueltan. Herrian kontsolidatuta dagoen ekimena da.
Noiz hasi zen?	Duela 11-12 urte hasi zen.
Oinarriak	- Film laburrean esaldi, objektu eta gai zehatz bat agertu behar dira, aurretik antolakundeak adierazitakoa.
Bestelakoak / Iruzkina	- 1500€-ko saria banatzen dute. - Aldundiak lehen gehiago laguntzen zuen, eta ondorioz saria jeitsi behar izana.

	- Flexibilitadea eskeintzen dute, eta, normalean, epez kanpo egon arren, ez dute arazorik jartzen. - Eboluzioa egon da hasi zenetik, bai jendearen inplikazioan, bai, teknikoki, baita kalitate aldetik ere. - Ohikoa 15-18 taldek parte hartzea izaten da. Asko aurreko urteetan parte hartutakoak. - Funtzionatzen duen dinamika da. Ez dute promozionatzeko beharrik. Jendeak parte hartzen du atzetik ibili gabe. - Hasieran, kanpotik iristen ziren lanak, baina gero eta hurbilagoko parte hartzea egoten da. - Jende amateurra eta profesionalagoak direnak parte hartzen dute. - Hizkuntza libre, baina orokorrean euskarazko bideoak bidaltzen dituzte. Bestela, euskaratu. - Emanaldi egunean aretoa betetzen da. - Emakumezko gehiagok parte hartzen dute gizonezkoak baino. - Dutena mantendu nahi dute etorkizunari begira. - 18 urtetik beherako gutxi.
Laborategiari begira	- Flexibilitadea eskaini. Irekita egon behar da jendeen erritmora. - Familia osatu. Jendeari bere ingurukoek zer egiten duten gustatzen zaio, aurpegi ezagunak ikusi eta giro ona egotea. - Kontsolidatzeko denbora behar da. Denbora behar da horrelako proiektu bat presentzia eskuratzeko. - Eboluzioa egon behar du. Aldatzen joan eta jendearen interesen arabera mugitu. - Dinamika eta bizitasuneko ekitaldi bat izatea. - Herrietan euskararen ohitura normalagoa da hirietan baino. - Umoreak lehenetsi. Jendeak ondo pasa nahi du. - Interesak ezagutu. Eskoletara joan eta betan galdetu eta ikertu zer den egunean dagoena.

KAMERATOIA

<http://www.kameratoia.eus/>

Leire Lardizabal (Topagunea)

Zer da? Zer egiten da?	- Ikus-entzunezkoetan aritzen diren gazte euskaldunei begira sortutako lehiaketa da. - Rally-a: Gazteek 48 ordutan sortu behar izaten dituzte beraien ikus-entzunezkoak, lehiaketan ezarritako gaia eta ezaugarriak betez.
Noiz da?	Azaroa- Abendua.
Nork antolatzen du?	Euskaltzaleen Topaguneak.
Non da?	Azken hiru edizioak Durangoko Azokaren bihotzean, euskarazko ikus-entzunezkoen topalekuan egin dira, Irudienean.
Norentzako da?	- Euskaraz sortu, elkartu, komunikatu, konektatu, dibertitu, nahi duten gazte guztiek dute lehiaketan parte hartzeko aukera. - 18 eta 35 urte bitarteko gazteak.
Zein helburu dauka?	- Unibertsitate bueltan dauden gazteentzat euren proiektuen eskaparate bat izatea nahi dute. Profesional bide horretan lehen hurrats moduko bat izatea.
Nolako harrera izaten du?	- Ona. 80 bideo bat jasotzen dituzte.
Noiz hasi zen?	Duela 13 urte hasi ziren.

Oinarriak	- Creative Commons Aitortu – Partekatu lizentziapean. - 48 orduko epean. - Gehienez 6 minutuko film laburra. - Euskara hutsean. - Taldeek beraien ekipo propioa erabiliko dute. Antolakuntza ez da ekipoen galera edo ezbeharren erantzule egingo. - Txostenean adierazitako 10 ezaugarrietatik gutxienez 3 islatuko dira lanetan. - Digitalean sortu behar dira, gutxienezko berezimen 1280X720px. Eta gehienez 1920X1080px. Izando delarik. - Onartuko den formatua izango da: MP4 codec h264. eta audioa .wav formatuan. - Eskura edo Internet bidez entregatuko zaio antolakuntzari. - Antolakuntzak, beharrezko jotzen dituen aldaketak egiteko eskubidea du.
Bestelakoak /luzkinak	- Lehen Saria, 1.200 eurokoa izango da; bigarrena, 900 eurokoa eta hirugarren saria eskuratzen duen taldeak, 600 euroko txekia jasoko du. - Izen emate fitxa betetzen duten lehen 30 taldeek soilik izango dute bermatua parte hartzeko aukera, eta gainontzekoak itxarote zerrendan sartzen dira. - Gutxienez talde bakoitzeko buru bat azaldu beharko da ekitaldiko egunean. - Ikus-entzunezkoen bueltan hainbat proiektu dituzte, batak bestearen jarraipena izango litzakeena: Kameratoia, Benito Ansola sariak, Laburbira eta Irudienea. • Kameratoia: mundu honetan lehen hurratsak emateko aukera eskaintzen du, modu informalago batean egindako lanak eskatuz. • Benito Ansola lanak modu profesionalago batean ekoizteko dinamika da.
Etorkizunari begira	- Helburua: Topaguneak dituen ikus-entzunezkoak web gune orokorretik isolatzea eta atal propio bat izatea. - Ikus-entzunezkoak indartu. - Irudienean, Kameratoian eta dauden beste rally-etan euskaraz sortu

	eta sarituak izan direnen lanak plazaratu nahi dituzte. - Euskal Zine Bilerara eraman nahi dute Kameratoia. - Kameratoiaren aurkezpena aldatuko dute eta hauek bideo bidez izango dira.
Laborategiari begira	- Informaltasuna. Jendeak ez ditu gauza serioak nahi. Ondo pasa nahi du, giro ona, umorea. - Esperientzia erakargarri bat eskaini. Gazteentzat interesgarriak diren gaiak eskain. Ez mugatu guk nahi dugunera, baizik eta beraiek eskatzen dutenera. - Flexibilidadea eskeini, oztopoak jarri beharrean, mugak kendu. - Zerbait informala, zerbait euren modura adierazteko askatasuna ematen duena. - Proiektuei garrantzia eman. Gero zabaldu eta ikusiko diren ziurtasuna eman. - Saria eta giro ona dira klabea. Horiek erakartzen dute gaztea. - Eboluzionatu. Etengabe aldatu beharra dago. Egunean dauden interesak ezagutu eta horietara moldatu. - Euskal ikus-entzunezkoen erreferentzialtasun falta dago. Gune bat sortu behar da. Gazteek ez daukate nora eta nondik jotzerik. Dinamika ugari daude, baina oso sakabanatuak. Denak bateratu behar dira eta komunitatea indartu. Adb: Kanal bat erreferente dena, egiten diren gauza guztiak batu eta agenda bat moduan informazioa emango lukeena, foro batekin.... - Insistitu eta landa lana egin. Horrelako dinamika bat sortzeko denbora behar da.

LIBURU GAZTEA *BOOKTRAILER* LEHIAKETA

<http://www.galtzagorri.eus/liburu-gaztea/2017-2018/zer-da-liburu-gaztea/egitasmoa>

Lore Agirrezabal (Galtzagorri)

Zer da? Zer egiten da?	- Parte hartzaile bakoitzak lehiaketarako proposatutako liburu bat irakurri eta trailer bat sortzen da. - Hau da, liburu bati buruzko iritzi propioa ematea kamera baten aurrean, hori grabatu eta youtubeko kanalean argitaratzeko lehiaketa da.
Nork antolatzen du?	Galtzagorri Haur eta Gazte Literatura Elkartek.
Norentzako da?	- 12- eta 16 urte bitarteko gazteentzako.
Zein helburu dauka?	- Gazteen artean irakurtzeko zaletasuna sustatzeko. - Ikus-entzunezkoak, teknologia berriak, literatura eta harreman sozialak lotu nahi ditu egitasmo honek. - Haur eta nerabeen literatur zaletasunak ezagutarazteko: neska-mutilak bihurtu nahi ditugu literatur kritikari eta gomendatzaile. - Euskarazko haur eta gazteen literatura sustatzea. - Diziplinartekotasuna sustatzeko kulturaren esparruan. - Euskararen erabilera sustatzeko.
Noiz hasi zen?	2015ean.

Oinarriak

- 1- Ikasle bakoitzak aukeratutako titulua irakurriko du: [AURTENGO PROPOSAMENAK](#) zerrendatik edo [EZINBESTEKOen](#) zerrendatik hautatutako liburu bat. LIBURUAK atalean dauden beste zerrendetako liburuak ez dira lehiaketan sartuko.
2. Ikasgela bakoitzak irakurri duen liburuaren gaineko book trailer edo erreseina interaktibo bat egin beharko du, eta, ondoren, **2018ko MARTXOAREN 9a** baino lehen Liburu Gaztearen webgunean zintzilikatu. Book trailerrak **lauko taldeetan** egitea gomendatzen dugu, sari nagusia ere lau lagunentzako izango baita.
3. Book trailer edo erreseina interaktiboa modu errazean egin daiteke, egungo teknologiak erabiliz. Azalpen guztiak, book trailerra egiteko urrats guztiak, **BIDEO TUTORIAL INTERAKTIBO** berri batean izango dituzue Liburu Gaztea webgunean. Hortaz, ez dira ikastetxez ikastetxeko formakuntza saioak eskainiko, baina irakasleei zuzendutako **JARDUNALDI** bat egingo da urrian.
4. Hala ere, Galtzagorri Elkartearen zuzen kontsulta eta zalantzei erantzuteko prest izango da ikasturtean zehar. Horretarako gure e-posta emango dizuegu: liburugaztea@galtzagorri.eus
5. Liburu Gaztea Lehiaketan book trailer edo erreseina interaktibo hoberenak sarituko dira. Horrek esan nahi du, lan hori **webgunean zintzilikatzen** duenak soilik duela irabazteko aukera.
6. Bi modutan har daiteke parte lehiaketan: **Ikastetxeen kategorian** edota **Norbanakoen kategorian**. Baina ezin da book trailer bera aurkeztu bi kategoriatan. Ikastetxeen kategorian parte hartzeko, aurrez izena ematea eskatzen da. Izen-ematea **2017ko IRAILAREN 22an amaituko** da. Norbanakoen kategorian ez dago izena eman beharrik, nahikoa da bakoitzaren adinari dagokion liburua irakurri eta book trailerra berau lehiaketako azken eguna baino lehen bidaltzea.
7. Book trailerren **iraupena**: Gehienez, 2 minutuko iraupena duten lanak onartuko dira.

8. **Ez** dira onartuko **filmetatik hartutako irudiekin soilik osatutako** book trailerrak.

9. Epaimahaiak **euskararen zuzentasuna eta egokitasuna aintzat hartuko** ditu. Ez dira akats larriak dituzten lanak sarituko.

10. Irabazleak **epaimahai** batek hautatuko ditu. Epaimahaia lau lagunek osatuko dute: Galtzagorri Elkarteko kide batek, Liburu Gaztea Batzordeko kide batek, ikus-entzunezkoetan aditu batek eta idazle batek.

11. Ikastetxeen kategoriako irabazleak hautatzeko garaian, **epaimahaiak bi multzotan banatuko ditu lanak: DBH1-2 multzoko lanak eta DBH3-4 multzokoak**. Hortaz, bi sari nagusi banatuko dira Ikastetxeen artean, eta ez da bigarren eta hirugarren saririk izango. Norbanakoen kategorian, ordea, maila guztiak batera lehiatuko dira, parte-hartze txikiagoa izaten baita sail honetan.

12. Publiko zabalak ere izango du bere iritzia emateko aukera. Orain arte bezala, boto bidez hautatuko da **PUBLIKOAREN SARIA** jasoko duen book trailerra. Edonork eman ahal izango du botoa, baina bakoitzak behin bakarrik bozkatu ahal izango du, kategoria bakoitzean boto bana emateko aukerarekin. **2018ko APIRILAREN 2tik 27ra bitartean egongo da bozkatzeko aukera**. Orduan aktibatuko da webgunean BOZKATU atala. Hortik bakarrik eman ahal izango da botoa.

13. Bozkatzeko dutenen artean, e-reader bat zozkatuko da.

14. Liburu Gaztea Lehiaketan parte hartzen duen ikastetxe bakoitzak liburuen aholkulari eta sustatzaile izan direla ziurtatzen duen agiria jasoko du.

15. **SARIAK:**

a. IKASTETXEKA:

	i. DBH1-2: Sari bakarra; abentura txangoa lau lagunentzat, eta liburu eta diskotan gastatzeko 200 euroko bonua ikasgelarentzat. ii. DBH3-4: Sari bakarra; abentura txangoa lau lagunentzat, eta liburu eta diskotan gastatzeko 200 euroko bonua ikasgelarentzat. b. NORBANAKOKA: e-reader bat eta 100 euroko bonua liburu eta diskotan gastatzeko. c. PUBLIKOAREN SARIAK: i. Ikastetxeen kategorian: 200 euroko bonua liburu eta diskotan gastatzeko. ii. Norbanakoen kategorian: 200 euroko bonua liburu eta diskotan gastatzeko. d. BOZKETAN PARTE HARTU DUTENEN ARTEAN e-reader bat zozkatuko da. 16. 2017-2018 ikasturteko Liburu Gaztea Book Trailer Lehiaketako irabazleek (Ikastetxeak Kategorian, DBH3-4), hurrengo edizioko spota edo promozio-bideoa egiteko aukera izango dute. 17. Lanak aurkezteko azken eguna 2018ko MARTXOAREN 9a izango da.
--	--

BOOKTUBERBOOM LEHIAKETA

<https://booktuberboom.wordpress.com/>

Maddi Orcajo (Galtzagorri)

Zer da? Zer egiten da?	- EAEko booktuber plataforma sortzea da, hau da, euskal booktuber komunitatearen lehen hazia landatzea. - Youtube plataforman zintzilikatzen den liburu bati buruzko kritika edo iruzkina da, liburu baten irakurketa gomendatzeko norberak bere buruari egindako bideo-grabazioa.
Noiz da?	Lehiaketa Urrian
Nork antolatzen du?	Eusko Jaurlaritzako Liburutegi Zerbitzuak eta Galtzagorri Elkarteak .
Non da?	Kedadak: Maiatzean Arrasaten.
Norentzako da?	EAEko 14 eta 18 urte bitarteko gazteentzat.
Zein helburu dauka?	Euskal Herriko gaztetxoen artean ikus-entzunezkoen bidez irakurtzeko zaletasuna sustatzea.
Noiz hasi zen?	2017an.

Oinarriak	Gazte nahiz helduentzako euskaraz argitaratutako liburu bati buruzkoa izan behar du. ● Booktubea euskaraz egin behar da. Ez dago euskara batuan egin beharrik, euskalki guztiek dute lekua lehiaketan, baina euskara zuzen eta egoki erabili beharko da. ● Iraupena: gehienez 1,5 minutuko (190 seg.) iraupena izan behar du eta gutxienez minutu 1ekoa (60 seg.). ● Aurrez beste inon argitaratu gabeko bideoa izan behar du. ● Youtuben argitaratu eta <i>Booktuberboom</i> blogeko parte-hartze formularioa betez bidali beharko da bideoaren URL-a lehiaketara 2017ko urriaren 24ko 00:00ak baino lehen. ● Ezin da bideo honekin beste lehiaketa batean parte hartu. ● Bideoak oinarritzko eskubide eta askatasunekin koherentea izan behar du, pertsonen duintasuna eta adin txikikoen eskubideak errespetatu behar ditu. ● Bideoan egile batek baino gehiagok parte hartu badu, egileetako baten izenean bidaliko da, baina izen-emate orrian gehiago direla aipatuz. ● Bideoan agertzen diren pertsonen irudi eta datuak argitaratu ahal izateko, adinez txiki diren parte hartzaileen kasuan, derrigorrezkoa izango da gurasoen baimen sinatua eskuratzea. ● Bideoak Creative Commons (Aitortu-Ez Komertziala-Partekatu Berdin) lizentziapean argitaratuko dira youtuben.
Bestelakoak	- <u>Epaimahaiaren saria</u>: Go Pro kamera + 50 euroko bonoa liburuak erosteko. - <u>Publikoaren saria</u>: abentura txango bat + 20 euroko bonoa liburuak erosteko.

GAZTEZULO BIDEO LEHIAKETA

<https://www.gaztezulo.eus/bideo-lehiaketa/bideo-lehiaketa-2017>

Ane Urrutikoetxea (Gaztezulo)

Zer da? Zer egiten da?	- Bideo lehiaketa. Nahi duzuna konta dezakezu! - Mota guztietako istorioak bilatzen ditugu, abenturak, amodioa, misterioa, beldurra, drama, komedia... Animazio filmak ere onartzen ditugu! Irudimena askatu mugarik gabe! - EUSKARAZKO bideoak. - Edozein teknika eta estilo erabilitako bideo-lanak onartuko ditugu.
Noiz da?	Apirila- Maiatza.
Nork antolatzen du?	Gaztezulok
Norentzako da?	16 urtetik gorako gazteak.
Noiz hasi zen?	2009an.
Oinarriak 2017	- Bideoan 16 urtetik beherako neska-mutilik agertuko balitz, ezinbestekoa litzateke guraso edo tutoreen baimena izatea. - Aurkezten diren bideoek aurten errodatuak, originalak eta argitaratu gabeak izan behar dute. Ez da onartuko aurrez beste lehiaketaren batean aurkeztutako lanik. - Gutxienez minutu 1 eta gehienez 3 minutu (kredituak barne). - Pertsona edo talde bakoitzak nahi beste lan bidali ditzake. - .mov eta .mp4 formatuan bidalitako bideoak onartuko dira. - Parte hartzeak esan nahi du egileak aitortzen duela bidalitako lanaren eta haren edukiaren arduraduna dela. - Onartutako bideoen egileek GAZTEZULORI uzten dizkiete euren irudien komunikazio eta erreprodukzio-eskubideak. - Jasotako bideoak GAZTEZULORI YouTubeko kanalera igo.
Bestelakoak 2017	- Bideoak WeTransfer bidez (wetransfer.com) bidali behar dizkiguzue galdizkaria@gmail.com helbidera. - SARIAK 1. SARIA: Bideo onenaren egileak 1.200 euroko saria

	jasoko du*. 2. SARIA: Bigarren bideo onenaren egileak 300 euroko saria jasoko du*. IKUSLEEN SARIA: gaztezulo.eus webgunean ekainaren 6ko 12:00etan ikusleen boto gehien dituen lanaren egileak hainbat produktuz eta GAZTEZULO materialez osatutako opari sorta bat irabaziko du. - Babeslea: Azkue Fundazioa.
--	--

INSTANT1EAN

<http://www.gipuzkoangazte.eus/eu/gure-programak/instant1ean/jardunaldia-eta-jaia>

Maite Telleria (Gaztegunea. Gipuzkoako Foru Aldundia)

Zer da? Zer egiten da?	- Gazteei animatzen zaie beren errealitateko une esanguratsu bat Instagramen islatzera: gustuko kirola, musika, argazkilaritza, laguntasuna, maitasuna... haien bizitzako instant bat sarean erakustera, alegia. - Sarearen alderdi negatiboetan baino, jokabide egokietan eta lanketa sortzailean jartzen ditu indarrak. - Argazkiez gain, gazteek bideoak ere igo ahal izango dituzte. - Nerabeen identitate digitalaren erabilera egokia saritzea.
Noiz da?	Martxoa-Maiatza bitarte.
Nork antolatzen du?	Gipuzkoako Foru Aldundiko Gazteria Zuzendaritza eta Gipuzkoako Udaletako gaztelekuak.
Non da?	Tabakaleran sari banaketa
Norentzako da?	13-17 urteko gazteak .
Zein helburu dauka?	- Oinarri pedagogikoa duen egitasmoa da eta, hezkuntza ez formalaren arloan, informazioko eta komunikazioko teknologietan nerabeek dituzten zalantza, eskubide, betebeharrak eta jokabide egokiak jorratzea du xede. - Kultura digitalaren gaia jorratzea.

Noiz hasi zen?	2016an.
Oinarriak	- Gipuzkoangazte jarraitu. - Argazki/Bideoa atara, deskribatu eta "nisareanONdo" esaldia gehitu. - #instan1ean eta ·nisareanONdo traolak gehitu.
Bestelakoak	- Bakoitzak nahi adina argazki edo bideo aurkez ditzake. - 10 argazki aukeratuko dituzte eta gipuzkoangazte profilera igo. - Bertan nahi duenak botoa eman ahal izango du. - Atsegite gehien dituzten 3 argazkiak izango dira sarituak. - Bideoen kasuan, aldiz, epaimahaiak zuzenean aukeratuko du irabazlea. - Argazki onena: banakakoa (2 plaza Gazte Oporraldiak programan Menorkara joateko. 300 €-ko txartela gailu teknologikoetan gastatzeko. 50 €-ko txartela gailu teknologikoetan gastatzeko), taldekoa (Gazteleku onenaren taldeko saria), sari bereziak (epaimahaiaren bi aipamen berezi eta 50 €-ko txartela gailu teknologikoetan gastatzeko). - Bideo onena: bideo onenarentzako saria (250 €-ko txartela gailu teknologikoetan gastatzeko).

GAZTEA KLIK KLAK

<http://www.vitoria->

gasteiz.org/we001/was/we001Action.do?idioma=es&aplicacion=wb021&tabla=contenido&uid=u_40044435_12fd301b08f_7fac

Imanol Radel (Gaztedi EGI. Gasteizko Udala)

Zer da? Zer egiten da?	Argazki eta bideo digitalen lehiaketa bat da, gazteen ekarpen kulturala. Proposamen honen helburu nagusia gure gazteria balioan jartzea da, gure hirira gazteen ikuspegia porturatuz.
Noiz da?	Uztaila- Abendua bitarte.
Nork antolatzen du?	Vitoria-Gasteizko Udalaren Gazteria Atalak eta Montehermoso Kulturunea.
Non da?	Gasteizen. Montehermoso kulturunean.
Norentzako da?	14-25 bitartekoentzat.
Zein helburu dauka?	- Sormena bultzatzea du helburu eta sortzaile berrien lanak zabaltu eta errekonozituak izatea publiko eta administrazioaren aldetik. - Gazteentzako espazio kreatiboak sortzea. - Belaunadi ezberdinetako arista eta profesionalen artean harremana sortzea. - Oraindik profesionalak ez diren gazteengana iristea eta horiei aukerak ematea.
Nolako harrera izaten du?	Ona. Jendeak errepikatzen du eta geroz eta parte hartzea handiagoa izaten ari da. 80 bat obra jasotzen dituzte.
Noiz hasi zen?	Duela 9 urte hasi zen. Lehen urteak arrakasta handia. 2-3 urteeak beherakada nabarmena eta ondoren, berriz ere, gorakada handia.
Etorkizunari begira	- Urtero gai bat jartzen dute gaztarekin zerikusia duena eta libreki bakoitzak bere sortzen du.

Bestelakoak/Ir uzkinak	- Irabazi dutenek ondoren, tutorizazio klaseak jasotzen dituzte profesionalen eskutik. - Urte osoan ibiltzen dira lehiaketa honekin lanean. Lehiaketa ondoren Tetrapack izeneko erakusketa bat egiten antolatzen dute saritutako 4 talde gehi hautatutako beste 6 talderen obrekin. - Esposizioa Gasteizko 4 espazioetara zabaldu dute. - Lehiaketa baino lehen, tailer desberdinak antolatzen dituzte lehiaketari begira laguntza moduan. - 4 sari: 3000 euroko saria argazkilaritza edota material kulturalean. - Arazorik handiena gastua. Diru laguntzek asko baldintzatzen die. 14.000 euroko aurrekontua suposatzen du lehiaketak. Horren ondorioz, Zinexpress izeneko beste bideo lehiaketa bat bertan behera utzi behar izan zuten. - Euskarazko lan gutxi eta batez ere gazteagoek egiten dute euskaraz. Generazio kontua dela dio. - Emakumeen parte hartzea handiagoa izatea da. - Ohikoa izaten da azkeneko egunera arte jendeak bere lanak ez bidaltzea. - Ez dira bakarrik lehiaketara mugatzen. Lehiaketaz aparte, tailerrak egin, erakusketak, ikus-entzunezkoarekin zerikusia dutenengana jo, bitartekariak bilatu, tutorizazioa egin...
Laborategiari begira	- Etengabeko eboluzioa. Egunerokotasunera egokitu behar da eta behin funtzionatu izanak ez du zertan esan nahi horrek hurrengo urtean funtzionatuko duenik. - Probatu beharra dago. - Bitartekariak bilatzen dituzte eta hauek garrantzitsuak izaten dira gazteak gidatzeko. - Mugak jarri behar dira. Libreki sormenari bidea utzi bai, baina, aldi berean, gauza batzuk mugatu gazteak gehienetan beharrezkoa baitu bide bati eusteko. - Belaunaldi ezberdinak uztartu eta hauen arteko harremanak egin. Gazteek dagoeneko mundu profesionalean daudenetatik ikasi eta aukerak sortu. - Insistitu eta zarata egin. Epe luzerako den dinamika batek horretan sakon lan egitea eta ahalik eta gehien zabaltzea behar du.

	- Denbora eta konpromisoa eskatzen du funtzionatzeko. Sare sozial ere beharrezkoak dira dinamika txoko desberdinetara zabaltzeko. - Aholkularitza lanak.
--	---

ZINEXPRESS https://www.zinexpressvitoria.com/ David Álvarez	
Zer da? Zer egiten da?	- Egun bakarrean, 12 orduko denbora epean egin beharreko fil laburren jaialdia da. - Gai bat ezarri eta horren ingurukoa izan beharko du. Gaia egun berean argitaratuko da.
Noiz da?	Urria-Azaroa
Non da?	Artium. Museo Vasco de Arte Contemporaneo aretoan.
Norentzako da?	15-35 bitartekoentzat.
Noiz hasi zen?	2015an.
Oinarriak	- Talde bakoitza gehienez 5 kidekoa. - Poriketu bakarra talde bakoitzeko. - Proiektua H.264 en MP4 o MOV (1280×720 / 1920×1080) formatuan. - Gehienez 3 minutuko lanak. - Laburmetraia, hurrengo datuak azalduko dituen fitxategi batekin batera entregatuko da, taldearen arduradunaren sinadurarekin: egileak, taldearen izena, laburraren izenburua, iraupena, arduradunaren izena eta sinadura eta sinopsia.
Bestelakoak	Sariak: - 400€ lehenengo sariak eta bigarrenak 200€.

RECacciona: Berdintasun ezari #Guk Ezetz

<http://egk.eus/eu/recacciona-berdintasun-ezari-lehiaketa/>

Jon Agirre (Euskadiko Gazteriaren Kontseilua)

Zer da? Zer egiten da?	- Gizarte berdintasunaren aldeko bideoak. - Bideoek, gaiarekin lotura dituzten gazteen ekarpenak eta hausnarketak jaso behar dituzte, galdera hauetariko bat edo batzuei erantzuna emanaz: - Zure ikuspuntutik, Berdintasuna zeharkako balore txertatzeko, egokia al da gaur egun dugun hezkuntza sistema? - Zein da gaur egungo gazteen egoera? Berdintasuna nabari ahal duzu zure eguneroko bizitzan? - Emakume gazte bezala, zein arazori egin behar diogu aurre Berdintasun ikuspegia kontuan izanda? Eta gizon gazte bezala? - Lan munduaren diseinuan, eraikuntzan eta kudeaketan genero ikuspegia txertatzearen beharra argia iruditzen zaizu? Ala egun txertatua dagoela esango zenuke ? - Kultura eta politika munduan dagokionean, emakumeok tratu eta ikusgaitasun berdina al dugu? Adibidez, kirol munduan, zein desberdintasun nabaritzen dira oraindik? - Berdintasunaren ikuspegitik, nola aldatu da gazteen egoera 30 urte hauetan? Hobeto gaude, berdin ala okerrago? - LGBTBI+ kolektiboaren egoerak bereizketa egoera izaten al dirau? Nola lotzen duzu hau emakume eta gizonen arteko Berdintasunaren lan-ildoarekin? - Zeintzuk dira lehen ematen ziren erronkak eta gaur egun sortzen direnak?
Noiz da?	Ekaina.
Nork antolatzen du?	Euskadiko Gazteriaren Kontseiluak.
Non da?	Autonomia Erkidegora zabaldua.

Norentzako da?	16-30 urte bitartekoentzat.
Zein helburu dauka?	Egun gazteok berdintasun ikuspegitik bizi dugun egoerari buruz eztabaida sustatu, zu bezalako pertsona eta elkarten artean, eta sortzen diren ideiak administrazioetara helarazi.
Nolako harrera izaten du?	Txarra. Jendearen parte hartzea geroz eta murriztagoa da. 3860 jarraitzaileetatik ez dute erantzunik jaso.
Noiz hasi zen?	Duela 5 urte hasi ziren.
Oinarriak	- Talde batean 18 urte beherako norbait baldin badago, adin nagusiko pertsona bat izango da taldearen arduraduna, eta hala adieraziko du izen-emate orrian. - Gutxienez, taldeak bi pertsonakoak izan beharra. - Adin-tartea, gure ekimen guztietan bezala, 16 eta 30 urte bitartekoa. - Bideoak, gehienez, 4 minutu (kareta barne). Formatua? Eragin eta bururatzen zaizun edozer! Bideo-komikia, dokumentala, ikus-entzunezko poesia... eta edozein gailurekin grabatua ere. - Euskara eta gaztelaniaz izan daitezke. Hori bai, euskararen presentzia bermatu behar da, azpтитulu bidez esaterako.
Bestelakoak /Iruzkinak	- 1.000 eta 400 euro eramango dituzte lehen eta bigarren sarituek gazteon egungo aukera eta erronkekin zerikusia duten proiektuetarako. - Interneten bidez publikoaren saria erabakiko da eta botoa ematen duten guztien artean bidezko merkataritzan gastatzeko 50 euro zozketatuko dira. - Sarien erabilera proposamena: berdintasun arloko nahiz ikus-entzunezko materialen sorrerarekin harremana duten ikasketak nahiz proiektuak: - Berdintasunarekin lotura duen formazioa edo ikastaro bat egiteko.

	- Berdintasun mailan dituzun ideia eta planak aurrera eramatek.. - Berdintasun zerikusia duen proiekturen bat gauzatzeko (bideo bat grabatu, argazki-erakusketa bat egin, koreografia bat muntatu, argitalpen bat editatu, jardunaldi batzuk antolatu...). - Elkarte edo gizarte mugimendu batean ekintzak antolatzeko. - Elkarte bati, gizarte proiektu bati edo Gobernu Kanpoko Erakunderen bati dirua emateko edo kolektibo batentzat materiala erosteko. - Bururatu ez zaizkigun ekimenetarako (zure ideia izen emate orrian aipatu). - Parte hartzaileek saria zertarako erabili nahi duten gutxi gora behera aurreratu beharko dute izen emate orrian. Zalantza bat izatekotan, komunika@egk.org helbidera idatzi edo 943 429767 telefonora dei dezakete. Dena den, behin saria jasotakoan ideiaz aldatzekotan, saria erabiltzeko beste ideiarenekin bat aurkeztu diezaiokete parte-hartzaileek Gazteriaren Kontseiluari. - Jendeak ez du parte hartzen eta gutxiago euskaraz. 10 pertsonen bakarrik izena eman eta euskaraz bideo bat ez. - Erantzun gehiago egiten dituzte euskaraz, baina interakzioa gazteleraz egiten dute. - Inpaktua izatea lortzen dute, baina gero parte hartzerik ez. - Jendeak burokratikoak direnaren sentsazioa dute eta horrek atzera botatzen diela pentsatzen dute. - Dirua gaztelerazkoetan dagoela diote.
Laborategiari begira	- Gaztearengana joan behar da, ez gaztea guregana ekarri. - Sarretara ez joan, baizik gazteak dauden espazioetara. - Komunidadea falta da. Sare bat gazte eta ekintza guztiak bateratuko dituen. - Ez daude euskarazko kanalak. Euskara kolektibo murriztu batentzako bideratua dagoela diote. - Erreferenteak behar dira. Sare hori elikatu dutenak. - Leku erosoak sortu gazteak askatasuna izango duena nahi dituen

	gauzak sortzeko.
--	------------------

BOOKTRAILER LEHIAKETA

<http://www.booktrailerlehiaketa.net/>

Fernando Murillo (Gaumin Argitaletxea)

Zer da?	Ikastetxeetara zabaltzen duen booktuber lehiaketa da.
Zer egiten da?	2 minutuko bideoak.
Nork antolatzen du?	Gaumin Argitaletxeak
Non da?	Ikastetxeetan
Norentzako da?	Ikastetxeko gazteentzat-
Zein helburu dauka?	Gazteak eta euskara uztartu.
Nolako harrera izaten du?	Ona. Funtzionatzen duen dinamika da. 40 bideo 5 ikastetxeetatik jasotzen dituzte.
Noiz hasi zen?	Duela 4 urte hasi ziren.
Bestelakoak	Sariak bere poltsikotik ematen ditu.
Etorkizunari begira	- Audioliburuak egin nahi ditu.
Laborategiari begira	- Zaila da gazteengana iristen. Gu haiengana joan eta ez bareiek guregana ekarri. - Gaztea erakarri, interesa piztu eta ondoren, eskaini. Gazteak estimulatu gero benetakoa kontatzeko. - Ez mugatu, flexibilitadea eman. Ez behartu . - Informaltasuna .

GAZTEOLA UDALEKUAK

<http://www.gazteola.eus/aukerak/ikus-entzunezko-tailerra-udan/>

Zer da? Zer egiten da?	Ikus entzunezko Mundua ezagutzeko tailerrak. Landuko dutena: - Argazki- eta bideo-kameraren erabilera - Irudiaren oinarritzko ezagutza eta hainbat grabazio teknika - Argazki eta bideo laburren sorkuntza - Edizioa
Noiz da?	Ekainaren 27tik uztailaren 1era, Uztailaren 5etik 8ra.
Nork antolatzen du?	Gazteola. Zenbat gara elkartearen ekimena da.
Norentzako da?	12 eta 16 urte bitarteko gazteak.

EXPLORER CAMP

<https://camptecnologico.com/>

Zer da? Zer egiten da?	Teknologia eta surfa batzen dituen udalekuak dira. - Teknologia tailerretan, proiektu propioak gauzatzeko erreminta desberdinak erakutsiko zaizkie: robotika, bideojokoak, droiak, 3D inpresioa, Laser Tag, Unity edo Minecraft eta Youtuber ikastaroak.
Noiz da?	- Ekaina- Iraila bitartean. - Larunbatetik larunbatera.
Nork antolatzen du?	Camp Tecnológico.
Non da?	- Bilbotik 17 Km-ra, Sopelan. Surf camp Peñatxurin. - Goizean Jesuitas zentroan edota Azkuna Zentroan, teknologiako ikastaroak egiten dituzte eta arratsaldean surf egitera doaz.
Norentzako da?	9-17 urte bitarteko gazteentzat.

BERTSOA BIZI GAZTE

<http://nibanaxarabakoa.eus/>

Arabako Bertsozale Elkartea

Zer da? Zer egiten da?	- Arabako gazteen euskarazko talde sormenak bultzatu eta argitara ekarri nahi ditugu, hitzez, doinuz eta irudiz osaturiko bideoklip lehiaketa. - Bertsoak egin, abestien letrak aldatu edo Rap bat osatu euskaraz.
Noiz da?	Martxoa Maiatza bitarte.
Nork antolatzen du?	Arabako Bertsozale Elkartea

Non da?	Araba
Norentzako da?	DBH 3 eta 4. mailako D ereduko Arabako ikasleei zuzendua , 14-18 urte bitartekoak.
Zein helburu dauka?	Euskarazko Talde sormena bultzatzea.
Noiz hasi zen?	2016an. Bigarren hezkuntzako D ereduko ikastetxe guztiei luzatu zien Arabako Bertsozale Elkartek..
Oinarriak	- Taldeka aurkeztuko dira bideo klip lanak, gutxienez 3 lagun eta gehienez 8 lagunez osatuak. - 14-18 urte bitarteko arabar gazteei zuzendua dago lehiaketa. - Bideoklipak 2 minutuko iraupena izan beharko du gehienez eta bere osotasunean euskaraz sorturiko ekoizpen originala behar du izan. - Parte-hartzaileek bideo lanaz gain honako datuak bidali beharko dituzte: parte-hartzaileen izen abizenak, adina, herria, harremanetarako telefono zenbakia, posta elektronikoa eta gurasoen baimena. - Parte-hartzaile guztiek guraso edo tutorearen baimen sinatua behar dute izan.
Bestelakoak	SARIAK: - Bideoklip onenari saria: asteburu pasa talde osoarentzat Zarautzen, Surf ikastaroa barne. - Ni banax arabakoa saria (webgunean bozka moduan emango dena): Asteburu pasa talde osoarentzat Hontzaextrem-en, Oleta-Otxandion. - Bideo Klip originalenari saria: sorkuntza-asteburu pasa talde osoarentzat, GARAION parkean. - Txalo-metroaren saria: asteburu pasa Urbasa abenturan. - Parte-hartzaile guztiek sari bana jasotzeaz gain, egun osoko jaia izango dute opari. - 1000. partehartzaile egon dira.

GAZTE SORTZAILE BEKA

<http://www.vitoria->

gasteiz.org/we001/was/we001Action.do?idioma=eu&aplicacion=wb021&tabla=contenido&uid=u_1eaf82e5_1549e05543b_7feb

Zer da? Zer egiten da?	- Ahozko ekitaldi kultural bat sortzea eta burutzea - Intereseko arloko tutoretza profesionala izateko aukera. - Beka jaso eta 6 hilabetera ekitaldia estreintzeko aukera. - 21.000 € - Proiektua azaldu, 2-4 orrialdetan. - Ahal bada, erakutsi proiektuaren lagin bat edozein euskarritan. - Jatorrizkoa edo egokitzapena, euskaraz. - Formatu txikikoak hobetsiko dira.
Noiz da?	2017ko Uztaila
Nork antolatzen du?	Oihaneder Euskararen Etxeak, Gasteizko Kafe Antzokia.
Non da?	Gasteiz
Norentzako da?	-17 eta 35 urte bitartekoek. - 1. kategoria: 17-24 urte. - 2. kategoria: 25-35 urte. - 3. kategoria: 16-30 urte (sorkuntza arlo ezberdinetako proiektuak).
Noiz hasi zen?	2017an.
Oinarriak	Antzerkia, bakarriketa, musika, bertsolaritza, poesia-emanaldia, ikus-entzunezkoa, performancea, diziplinen arteko nahasketa... - Bakarkakoa edo taldekoa. - Ahozkotasunarekin estu-estu lotua. - Euskaraz.

10.eranskina: GipuzkoaLab-eko esperimentua. Ikus-entzunezko sektorearen aukerak entretenimendutik kanpo

Gaur egun, ikus-entzunezko sektorearen lana oso bideratuta dago entretenimendura; komeni da harago lan egitea, eta entretenimendutik kanpo egon daitezkeen aukerak aztertzea (industria 4.0,...). Hau kontuan hartuta, eta benetan aukerak egon badauden aztertzeko, interesgarria izan daiteke ekintza batzuk zehaztea:

- Hemengo ikus-entzunezkoek zer egiten duten azaltzeko. Entrenimenduaz haratago, badago ekoizpenik Gipuzkoan?
- Nazioarteko eredu interesgarriak identifikatzea, ikus-entzunezkoen alorretik egiten diren ekarpenak aztertzeko bestelako sektoreetan.
- Bertako sektore desberdinen beharrak identifikatzeko: industria, hezkuntza,...
- Ikus-entzunezko sektoretik kanpoko garapena (3D, errealitate birtuala,...) ezagutzea eta aztertzea entretenimenduaren sektorerako ekartzeko interesa.

Esperimentu honen abiapuntuko ideia izan da topaketa bat antolatzea. Topaketa horri forma emateko prozesuan hainbat elkarriketa burutu dira (besteak beste, Beñat Beitia, Mikel Zorrilla, Iñaki Gomez, Iñaki Lakarra eta Roberto Uribezteberria) eta hiru bide nagusi jorratu dira, elkarriketatuekin:

- Ikus-entzunezkoen sektorea bestelako sektoreei begira jartzea: komunikazio korporatiboan eta enpresetarako ikus-entzunezko baliabideen ekoizpenean lanean. Negozio aukerak garbi ikusten dira, baina ez gara ari ezer berria planteatzen bide hau jorratuz gero.
- Errealitate birtuala negozio-nitxo bezala aztertzea: ikusten da zerbait berritzailea bezala eta joera garrantzitsu bezala sektore teknikoan. Baina zalantza dago ia Euskal Herriko ikus-entzunezko sektoreari ez ote zaion oso urruti geratuko jakintza hau, eta beraz, ez den lortuko topaketaren helburua.
- Industria 4.0-ren testuinguruan ikus-entzunezko sektoreak izan ditzakeen aukerak aztertzea: bide honetan ari gara sakontzen gaur gaurkoz, joera hau ezagutzen eta aztertzen ia ikus-entzunezko sektoreak izango duen zereginik paradigma berri honen baitan. Elkarriketatu diren adituek errealitate areagotuan eta *big data*-n ikusten dute etorkizun oparoa ikus-entzunezko sektorearentzat.

Hiru bideak ere interes handikoak izanik, gaur gaurkoz ez zaio topaketaren formatuari erabilgarritasunik ikusten Laborategira begira. Izan ere, laborategiaren esperimentazioari

begira topaketa bat antolatzea zen aurreikuspena, baina aztertu ditugun ereduak ikusirik eta elkarriketatuekin inpresioak partekaturik, konturatu gara formatu horrek inpaktu gutxi eta bide laburra duela, sektorea mugiarazteko dinamika bezala ulertzen baldin bada behintzat. Erronka da orain, beraz, nola "fidelizatu" dinamika hau Laborategian eta helburua, Laborategira begirako proposamena diseinatzea.

Beñat Beitiarekin elkarriketa:

Beñat Beitiak proposatzen du bide hau jorratzea: sektore teknikoak mundura plazaratzeko, hizkuntza, eduki, tresna eta emaitza bezala : **Errealitate Birtual (VR) edo/eta Gehitua**-rekin (realidad aumentada) esperientzia bat sortzea. Proiektu berritzailea. 360 Esperientziak, ikusle-bezero-erosleari bizipen bat sortaraziz benetan gogoratzen duena. Piloto berezia eta eraginkorra izan daiteke. Suspertzen ari den ikus-entzunezko teknologia berritzaile hauek, sektore teknikoak erakarriko ditu, interesgarria irudituko zaie. Bere ekarpen batzuk:

- Bakarrik entretenimenduaz lotzen dugu ikus-entzunezko sektorea.
- Sektore teknikoek nahitaez behar dituzte ikus-entzunezkoak. Atzerriko merkatuetara eramateko edukiak sortu behar dituzte. Alor hau, orain arte, estetikoki gutxi landu da. Ikus-entzunezko teknikak txertatu behar dituzte.
- Enpresa handiek agentzia handiekin egiten dute lan. Agentziek (Dimension) asko garestitzen dute produktua.
- Laborategiak talentua detektatzeko lekua izan behar du. Talentua lokalizatzeko "biberoa" izan behar du; izan gazteak zein profesionalak. Sektorea atomizatuta dago. "Hombre orquesta" asko dago.
- Laborategia sektore teknikoei aurkeztu behar zaie.
- Laborategiak produktu berritzaileak sortu beharko lituzke.
- Laborategiak sektoreko datu base on bat izan beharko luke.
- Laborategiak sorkuntza izan behar du. Proiektuak lortu behar ditu; proiektu pilotuak. Zer dakigun egiten erakutsi behar dugu: "la palabra impacta, el ejemplo arrasa".
- Laborategiak bere irudia saldu behar du.
- Laborategirako lantaldea sortzean juniorrak eta profesionalak nahastu.
- Laborategian word kafe, tailerrak,... hainbat dinamika sortu profesionalak birziklatzeko.

Mikel Zorrillarekin (Vicomtech) elkarrizketa:

Digital media departamentuan egiten duten jarduera gehien bat bideratuta zegoen ikus-entzunezko sektorerara. Konturatu dira garatzen dituzten proiektu askok interesa dutela ikus-entzunezko sektoretik kanpo. Adibide batzuk: transporte inteligena, telebistak dituzte. Prozesuak monitorizatzeko esperientziak.

Oso esparru teknologikotik egiten dute. Zalantza du hau interesekoa izan daitekeen ekoizpen arrunterako.

Demanda handia dagoen datuen azterketan. Hori jaio zen Digital media departamentutik.

ETBk interesa dauka konturatzen delako lehenago edo beranduago egin behar dutela horrelako zerbait, diferentziala izan daitekeelako besteei. Baina era berean beldur dira, ez dute gehiegi kontrolatzen-eta audientzia eskapatzen zaien ala ez horrelako pantaila-anitz esperientziarekin. *Broadcast* eredu tradizionalen dute negozio eredu eta ez dute hortik atera nahi.

Iñaki Lakarrarekin (Mondragon Unibertsitatea. Industria 4.0) elkarrizketa:

-Industrian erabali den teknologietako batzuk izango dira: gaztelaniaz, realidad aumentada, visión artificial eta big data.

-Big data: estatistikak denbora errealean eta horren arabera erabili datuak ikusleak eskatzen duena emateko. House of cards: Netflix-ek badaki zein zati gustatzen zaigun gehien eta informazio hori erabiltzen dute gidoia moldatzeko.

Datuak bisualizatzeko zer erabili ere garrantzitsua da.

-Realidad aumentada:

-Formakuntza eta makinaren mantenimenduan: tabletak, betaurrekoak,...

-Marketinean ere erabiltzen da. Ferietara eramaten dituzte, adibidez, handiegiak diren makinak.

-Erreferentzia interesgarriak: Innovate (Donostia) eta zentru teknologikoak.

-Gaur egun errealitate areagotua martxan jartzeko gailuak oso garestiak dira. Teknologikoki bidea egin behar dute (prezioa, bateriekin arazoak,...). Hemengo enpresak ari dira *software*-ak ikasten eta gailuak noiz aterako zain gaude. *Software* honen gainean lan egiteko enpresa teknologikoak (*software* garatzaileak) beharko ditugu proiektuak garatzeko eta gidoigileak istorio hauek kontatzeko.

-Jokuen munduan ere gauza bera gertatzen da; profil desberdinetako jendea biltzen da.

- Jabetzen dira enpresak komunikazio beharretaz?
- Alemaniako Gobernuan hasi ziren Industria 4.0 kontzeptuaz. Eusko Jaurlaritzak ona ekarri zuen. Gipuzkoan enpresak txiki eta ertainak dira eta Industria 4.0-k proposatzen dituzten proiektuetan sartzea oso zaila da beraientzat.
- Errealitate areagotua da ikusten ari zaren horren gaineko informazio gehigarria.
- Zu mugitzen zara betaurrekoen bidez.
- Errealitate mistoa: zauden ingurunean kokatzen zara eta eragin dezakezu eta gainera informazio gehigarria ematen dizu.

11. Eranskina: Laborategiaren diseinuan kontuan hartu beharreko ideiak

Sektoreko hainbat eragile eta protagonistekin elkarriketa saioak izan ditugu etorkizuneko balizko Laborategi baten inguruan galdezka. Jarraian jasotako hainbat ideia:

1.-Maiatzaren 15ean kontraste taldearekin egin zen bileratik ateratakoak:

- Zinea, telebista,... industria bakoitza oso egoera ezberdinean dago, eta komeni da zehaztea sektore bakoitzari zein lehentasunetik helduko zaion faktorian.
- Ikus-entzunezkoetan euskara adierazle sistema propioa. Euskarazko edukien audientzia neurgailurik ez daukagu eta sareko audientzia ez da kontuan hartzen. Faktoriak euskal adierazle sistema propioa proposatu beharko luke.

2.- Sektoreko eragileekin izandako elkarriketatik ateratako ideiak:

Sektoreko hainbat protagonistekin bigarren solasaldi bat egin dugu, Laborategirako ideak jasotzeko asmoz. Jarraian elkarriketa horietatik ateratako hainbat ideia:

Sektoreaz:

- Faktoriak gainditu behar du orain arte sektorea sustatzeko ekimenetan egon den inkonkrezioa. Proiektu zehatza eskaini behar zaio sektoreari.
- Elkarlanerako dinamika bat egon behar da ikus-entzunezko enpresek elkarren berri izateko. Zuatzun ez da hori lortu.
- Ikus-entzunezkoen agentzia sortu beharra, formatu guztiak kontuan hartuta.
- Mundu errealetik gertu egon beharko litzateke.
- Sektorea eta juristak elkarlean jarri ikus-entzunezkoen lege propio bat eratzeke.
- ZEHAZTU behar da ondo faktorian zer egongo den eta zer egingo den. Hori garbi azaltzen bazaio sektoreari, akaso ikusiko du interesgarri, baina bestela ez.
- Sektoreak etekin bat atera behar du eta hasiberriendako bide profesional bat hasteko lekua izan beharko luke.

Finantziazioaz:

- Finantziazio pribatua sustatu beharko litzateke, onura fiskalen bidetik. Diru laguntzei buelta bat eman: zergak gutxitu, gauzak erraztu... Aholkularitza erkidego eta estatu mailan.
- Justifikazioen exigentzia maila dibertsifikatu.

Formatuaz:

- Formatu berriak asmatzetik diru asko irabazten da eta apenas egiten da hemen.
- Ikus-entzunezkoendako aukera berriak: errealitate birtuala,...
- Merkatua saturatuta daukagu, jende asko gabiltza; ez daki jende guztiarendako lana egongo den.
- Negozio aukera berriak: enpresa munduan egon daiteke aukera bat. Baina hainbeste jende lanean jartzeko ez!

Sorkuntzaz:

- **Gazteen** sorkuntza kapitalizatu beharko litzateke, modu profesionalean planteatuta.
- Gazteak elkarlanean jarri taldeak egituratzeko (ikus-entzunezkoetan beti dago talde lana) eta aztertu zer behar duen ekoizle batek, esaterako, zein prozezu jarraitu ekoizpenerako... Sortzaileak eta aktoreak elkarlanean jarri. Ez da erraza euskal **aktoreak** aurkitzea kamera aurrean era naturalean arituko direnak.
- Jende gaztea eta beteranoa elkarlanean jartzeko gunea izan behar luke. Hasiberrientzako laguntza eta saretzea. Jende beterano eta hasiberrien arteko harremanak sustatuko duen espazioak.
- Telebistako ekoiztetxeen artean, baina baita ikus-entzunezko ekoiztetxeen artean sustatu behar da elkarlana, helburu garbi batekin, noski.
- Formatu berriak, transmedia egin, jendeari aukera eman narratiba berriak sortzeko, formakuntza gehiago...
- Gidoi faktoria bat sortu.
- Lortu behar da GAUZAK GERTATZEN DIREN LEKUA izatea. Entsalada... Espazio freskoa beharko luke izan. Google campus-ek ez du logorik... kontuan hartzekoa. Kontuan hartzeko bakarra campus horretatik.
- Formatu berria sortzea anti-industria da! Ez ahaztu. Balio digu honek gure sektoreari begiratzeko ere. Kontuz, aldatu gura ez dutenekin. Logika

tradizionalekin apurtzeko prest daudenekin egingo da aurrera edo ez da egingo.

- Garbi geratu behar zaie sektorekoei, fabrika honek ez diola jaten emango sektoreko enpresari, edo familiei. Kartolak zabaldu behar dira, oxigenatu, haizea hartu eta nahaspilatu.
- ETBko beste apustu bat fikzioa izan behar da. Asmatu behar da. Arriskatu konplejurik gabe. Ezin ditugu kanpokoak kopiatu. Aurpegi berrien bilaketa egin behar da; casting-ak aberasgarriak dira. Egunerokotasunak jan egiten gaitu.
- Proiektu berrien bila hasten garenean, betiko bideak erabiltzen ditugu: kanpoko formatuak, barruko ideiak,... Dinamikak sortu sektoretik kanpoko jendearekin.
- Pitching saioak ETBn: produktu antzekoak eta produktore berberak. Ekoiztetxeetan ez dago denborarik sortzailea izateko. Bisibilisazioa lortu behar dugu telebistatik kanpo. **Promozioa ere sorkuntza da**
- Transmediatik joan behar gara.
- Denek izan beharko lukete lekua faktorian, ezin da inor baztertu "beteranoa" delako edo ondo doakiolako.
- Aholkularitza figura. Produkzio prozesu guztiaren ezagutza bideratuko duen agentzia egon beharko luke.
- Sektorea hurbildu behar da ezinbestean. Are gehiago, entretenimenduaren sektoreaz aparte, enpresa teknikoak (arkitektura, maquina herramienta, ...) hurbildu beharko lirateke faktoriara animazio teknikez baliatzeko eta faktorian heziko liratekeen profesionalek lana izan dezaten merkatuan.
- Edozein inizatiba ekoizteko faktoria erraztailea izan behar da. Erraztu beharko luke baliabide fisiko eta profesionalak. Sektorearen datu base garrantzitsua izan beharko luke eta koordinazio lanak egin: azpiegiturak, profesionalak,... Lan estazionalak egiten direnez, lantaldea mantentzea arazo bilakatu daiteke. Ditugun baliabideak martxan jarri beharko lituzke.
- Sorkuntzak baliabideak beharko ditu. Esperimentaziorako leku bat.
- Preskriptoreak ekarri faktoriara gure lana erakusteko.
- Ezin da etorri ordezkatzera edozein sortzailek egin behar duen bide propioa.

Gidoilariez:

- Gidoilariek ez dakite haien proiektua saltzen, erakutsi behar zaie.
- Konplizitate faktoria. Gauzak amankomunean jarri, elkar elikatu, partekatu...
- Falta diren formatuak sortu. Humore urbanoago bat bilatu.
- Gazteentzako lehiaketak egin. Gazteak sortzen jarri. Bidejokoak ere bultzatu.
- “Un lugar de encuentro”. Gidoigileen arteko harremanak sortu eta hauek ekoiztetxeekin harremanetan jarriko dituen espazioa. Gidoi baten garapenean elkarlana egin, barruko zein nazioarteko agentziak bertaratu...

Espazioaz:

- Espazioa kultur, jende eta esperientzia desberdinak batuko dituen.
- Proiektu guztien aitorpen handiagoa.
- Tabakaleraren proiektua oraindik eraikitzeke dago. Sortzaileengandik gertu daude, baina ez dago nahikoa espazio guzteintzako, ez baliabide nahikorik.
- Ezin da etorri ordezkatzera edozein sortzailek egin behar duen bide propioa.
- Faktoria horretan ekoizleei eskaini ahal zaiela toki fisikoa baldintza merkeetan, eta horren truke eskatu ahal zaiela konpromisoa faktoriak helburutzat dituen ekimenetan parte hartzeko.
- Espazioan alardetik ez! egiteko modu bat da eta baliagarria dirudi faktoriarako. Sare on bat, edizio potente-azkar batzuk eta aurrera.
- “El arte de anfitrión”. Geratu naiz kontzeptuarekin ze ez dago harreran inor, ez dago idazkaririk. Erraztaileen lanetako bat behar luke izan. Eta beti eman lehentasuna kanpotik datorren erabiltzaileari.

Formazioa

- Profesionalizazioari eman behar zaio garrantzia (baina sektorearen egoera ikusirik ezkorra da balio eteko duen ezertarako). Formakuntza saioak.
- Unibertsitatearen eta profesionalizazioaren arteko zubia. Zine ikasketak; hemen zerbait sortzeko aukera.
- Formakuntza oso garrantzitsua.
- Profesionalak birziklatzeko lekua, eta sare bat sortzeko.
- Larrotxene ezin da irudikatu Larrotxenetik kanpo, are gutxiago, zine eskolaren proiektua egonda.
- Ikastaroak emateko gune baino faktoria irudikatzen du esperientziak partekatzeko gune bezala, baina enpresa munduari lotuago egongo litzateke elkartrukatze hori sorkuntzari baino.

- Hezkuntza inplikatzeari jardun dugu. MU inplikatzeari, esaterako. Faktorian zergatik ez odol-freskoa tarteka? Kontuz: ikus-entzunezko kultura da zabaltzeko behar duguna eta horretarako inplikatzeko da hezkuntza.

Zabalkundeaz:

- Produkzio eta banaketa faseetan **laguntza**. Beka sistemak eta materiala.
- Sareko kontsumoaren ikerketa sakona egin behar da. Jakin behar dugu gazteen preskriptoreak zeintzu diren. Sareko transmisioa zelan egiten da?
- Pausokak EIKEN eta ETBrekin bazeukan ekimen bat, formatu berrien esperimentaziorako. Huts egin zuen ETB ez zelako inplikatu saioen emisio ordu egokia bilatzen. Horrelako zerbait berreskuratzea ondo legoke.
- **Euskarazko** ekoizpena berreskuratu eta programazioan sartu (aretoetan, Tabakaleran, ...).
- Proiektuak hobeto finantzatu beharra. Banaketa faseari buelta bat eman: laguntza gehiago, haurrak zenera eramane...
- Bertsio originalean eta bikoizketarik gabeko zinearen alde apostua egingo duen erakunde baten falta ikusten du.
- Interneten mundua gehiago jorratu beharko litzateke eta sinergiak sortzeko gune izan behar luke bide berrietan barna murgiltzeko.
- Bikoizketara ohituta dago jendea. Ez du gaizki ikusten azpititulazioarekin esperimentatzea baina ez du irudikatzen goizetik gaberako aldaketa, bertsio originalera eta azpititulaziora. Bikoizketak ere jaten ematen die euskal aktoreei.
- ETBk ez du estatu mailago telebistekin alderatuta "liga txikiagoan" jokatu behar, izan daiteke haien parekidea.
- ETBn frantzia esperimental bat.
- Itzulpenak euskaraz operadore handiendako.
- Zabalkunderako argi eta garbi ikusten du Diputazioak egin behar duela lobby lana ETBrekin faktorian ekoiztuko liratekeenei aterabidea emateko.
- Faktoriak produktua kokatzen ere lagundu beharko luke hemen eta nazioartean. Ideia saldu daiteke nazioartean. Mipcom-era joaten garenean beti handiekin elkartu nahi dugu, baina sarea handiagoa da.
- Faktoriak aliatuak izan beharko lituzke eta hitzarmenak izan beharko lituzke: film komision, ETB, Eiken, Pia,... ETB ere txertatu behar dugu prozesuan, beraien produktuak ez direnekin oso ezkorrak direlako.

- Euskadiko hainbat sortzaile senior elkartzen ditugu eta ekoizleekin elkartzen ditugu plataforma berrietan formatu berriak saltzeko (Netflix, Movistar,...). Ez dugu muturra sartu euskaldunok Espainiako produkzioan.

12.eranskina: INPUT 2017 jardunaldian jasotako oharra

THESSALONIKI (Maiatzak 7-11)

Storytelling in the public interest

ASTELEHEN GOIZA: AURKEZPEN OROKORRA

- Herbeheretako telebista publikokoek Infantilio telesaila aurkeztu dute eta aipatu dute NPO telebista katearekin lotuta badagoela edukien laborategi bat: [3lab](#) , gazteek sortu dezaten eduki berritzailea.

Herbeheretan ere existitzen da [VPROren Medialab](#), VPRO telebista publikoaren ideia laborategia.

Kontaktua (Joost de Wolf: j.de.wolf@vpro.nl)

ASTELEHEN ARRATSALDEA:

Gaia: 'Ekarri zure edukia gurera'

Sarean ekoizten den denetarikoz edukiaz nola baliatu daitekeen telebista publikoa.

- [BBC THE SOCIAL](#): Proiektu oso interesgarria

Kontaktua: Muslim Alim (muslim.alim@bbc.co.uk)



Hiru lagunekoz lan taldea egon zen bi hilabetez gazteak identifikatzen sare sozialetan. Haiekin batera sortu zuten proiektua (izena eta guzti aldatu zioten). Gazteek grabatzen

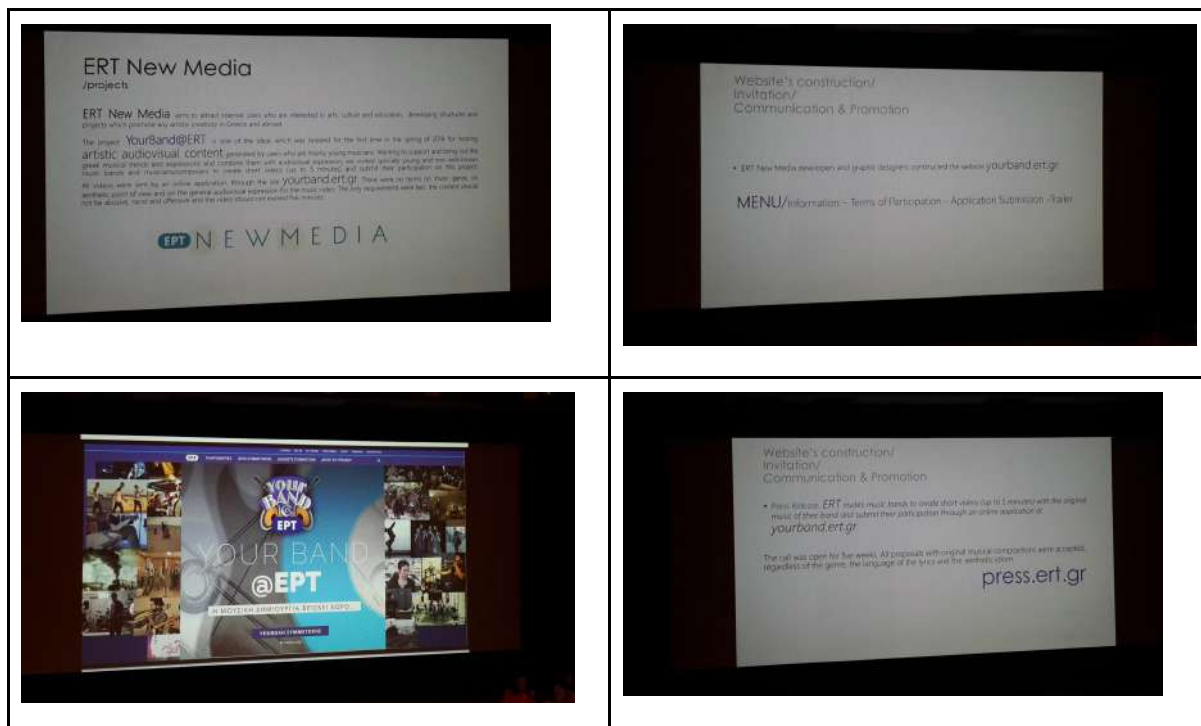
dituzte nahi dituzten edukiak eta gero BBCko lan taldeak errebisatzen ditu. Ontzat ematen direnean sareratzen dira.

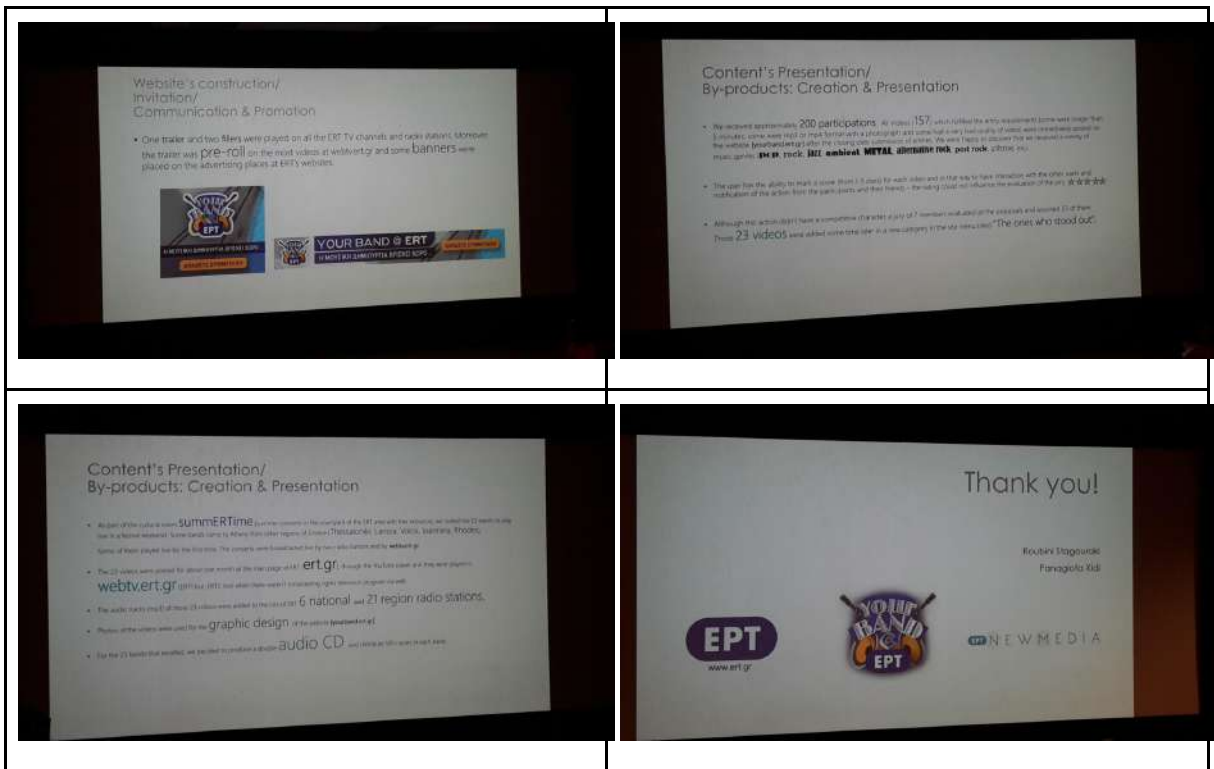
Beste proiektu interesgarri batzuk:

- [4 x 7 \(Belgika\)](#)



- [Yourband @ ERT \(Grezia\)](#)





Gaia: 'Nerabeak audientzia bezala'

Eztabaidan atera diren ideia interesgarriak:

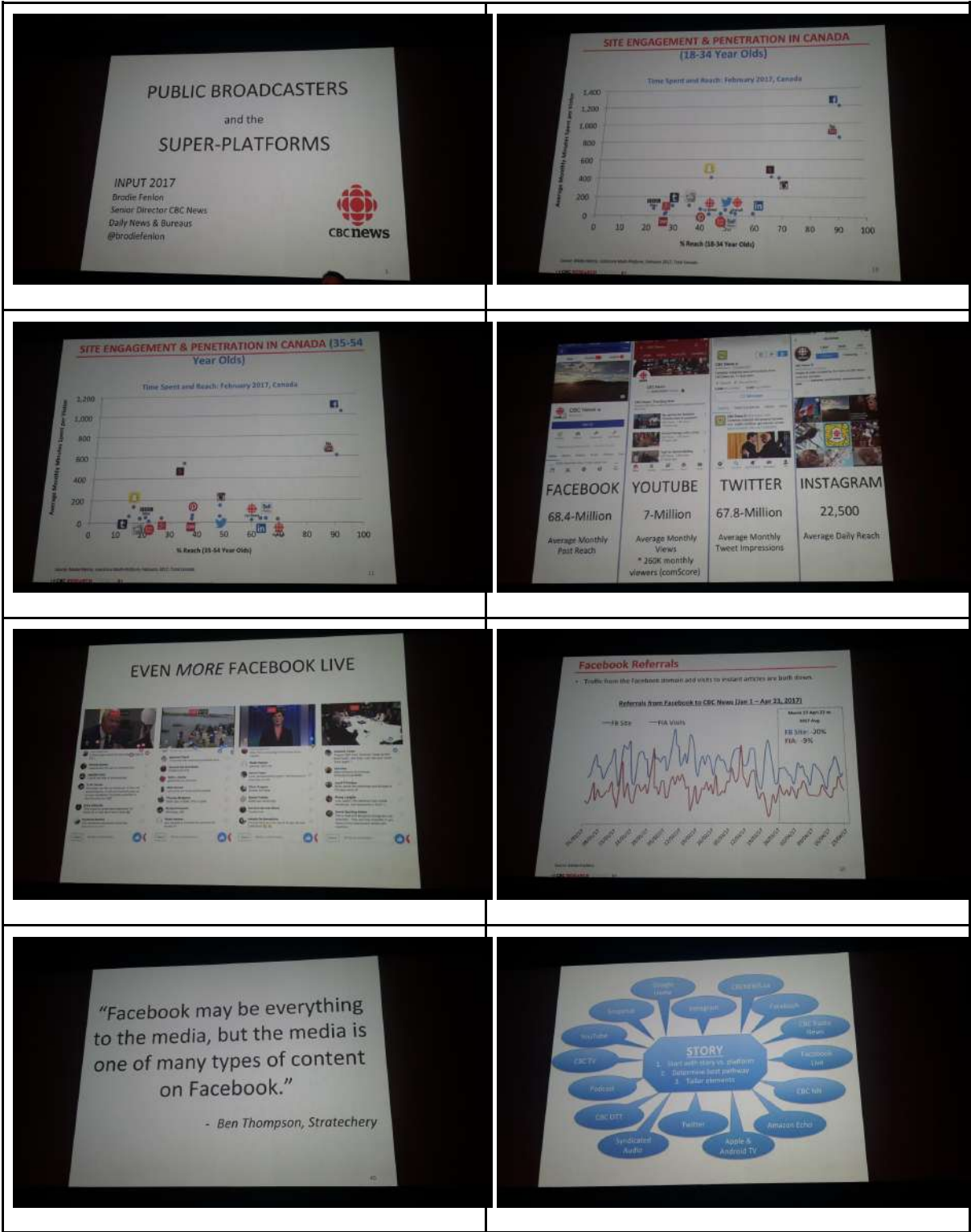
- Ez du merezi inbertsioa egitea gazteak telebistara erakartzeko. Gu joan behar gara haiek dauden tokira (abididez, BBC3 gazteentzako kateak ez du funtzionatzen).
- Skam telesailari buruz: telesailak webgune bereizi bat du NRK telebistatik kanpo, nahita ez zuten lotura egin NRKekin. 7 urteko ikerketa lana dago telesail honen atzean, gazteak ezagutzeko.
- Eztabaidagai orokortua da ia telebista kate batek zabaldu behar dituen bere eduki denak sare sozialetan zehar. Non dago negozio eredua?

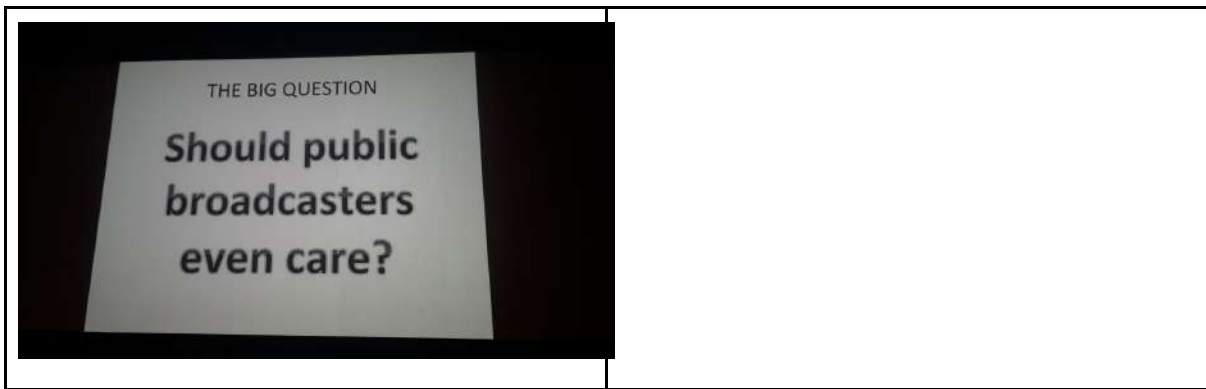
ASTEARTE GOIZA:

Gaia: 'Hedabide publikoak eta super-plataformak (Youtube, FB,...)'

- CBCko (Kanada) aurkezpenetik jasotakoak (Brodie Fenlon):
- Edukia Facebooken jartzen dute eta jendea dute propio Facebook elikatzen eta komentarioak egiten. Snapchat elikatzeko, esaterako, 8 lagun dituzte.

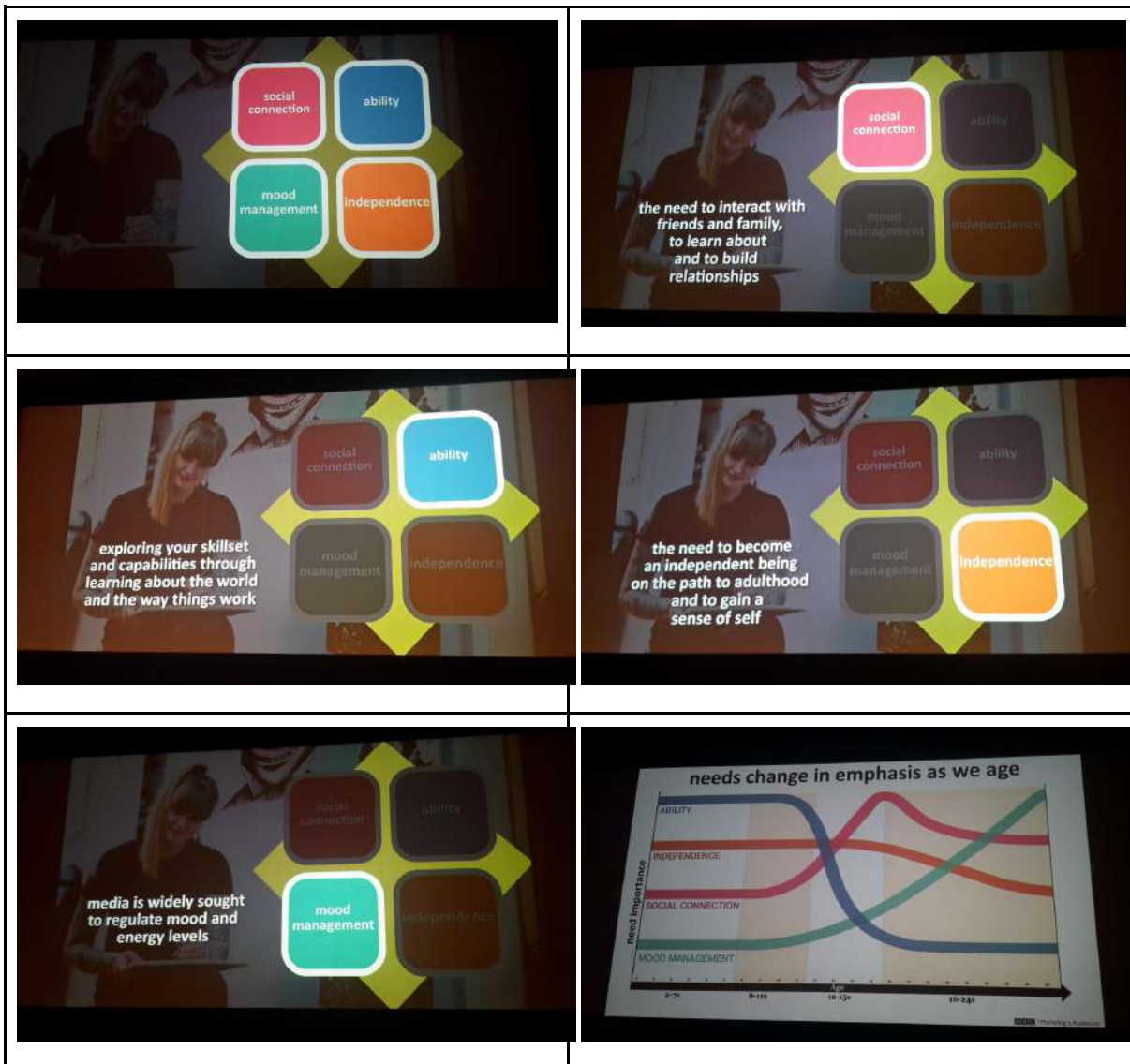
Aurkezpeneko azken galdera: hedabide publikoek hainbeste arduratu behar al lukete audientzia rating-agatik? dio obsesionatuta daudela ikustaldi kopuruarekin, edukiaren kalitateari begira egon beharrean.

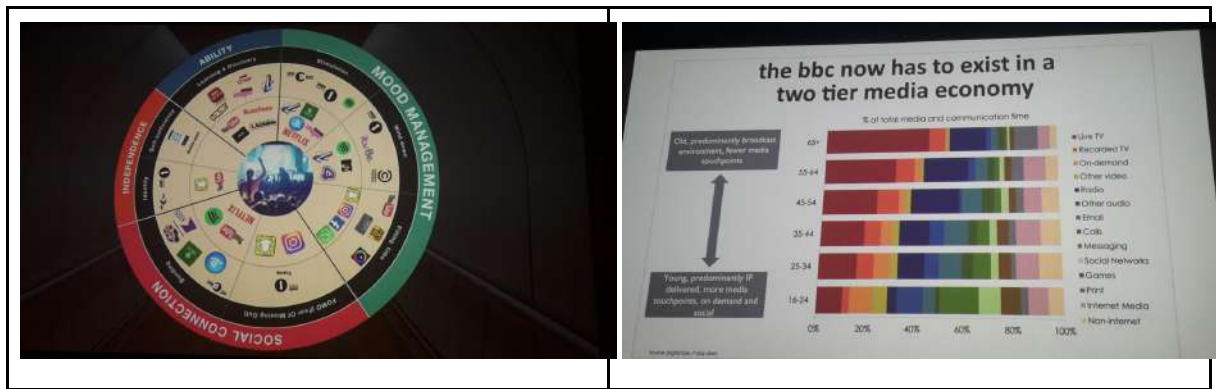




- BBC Scotlاندeko aurkezpenetik jasotakoak (Muslim Alim):

Ezin da pentsatu sare sozialetan arrakastatsuak diren pertsonak/proiektuak euskarri tradizionaletara ekarrita arrakasta lortuko denik horiekin (Adib.: gazteak erakartzeko Interneteko youtuberrak ekarri zituzten BBC1 irratiara eta ez zuen funtzionatu).





Eztabaidagai interesgarriak:

- Sare sozialetarako ekoizten diren edukietan ez da garrantzitsuena ekoizpena kalitatezkoa izatea ('high production outputs'). Istorioa da balio duena (the story matters).
- Ezin dugu pentsatu datozen belaunaldiak ikusten dutena kalitatez eskasagoa dela. Beraientzat funtzionatzen badu, horrek balio du.

Gaia: Nola egin diezaiokeste aurre hedabide publikoek digitalizazio garaiko audientzia gazteen "lehorteari"?

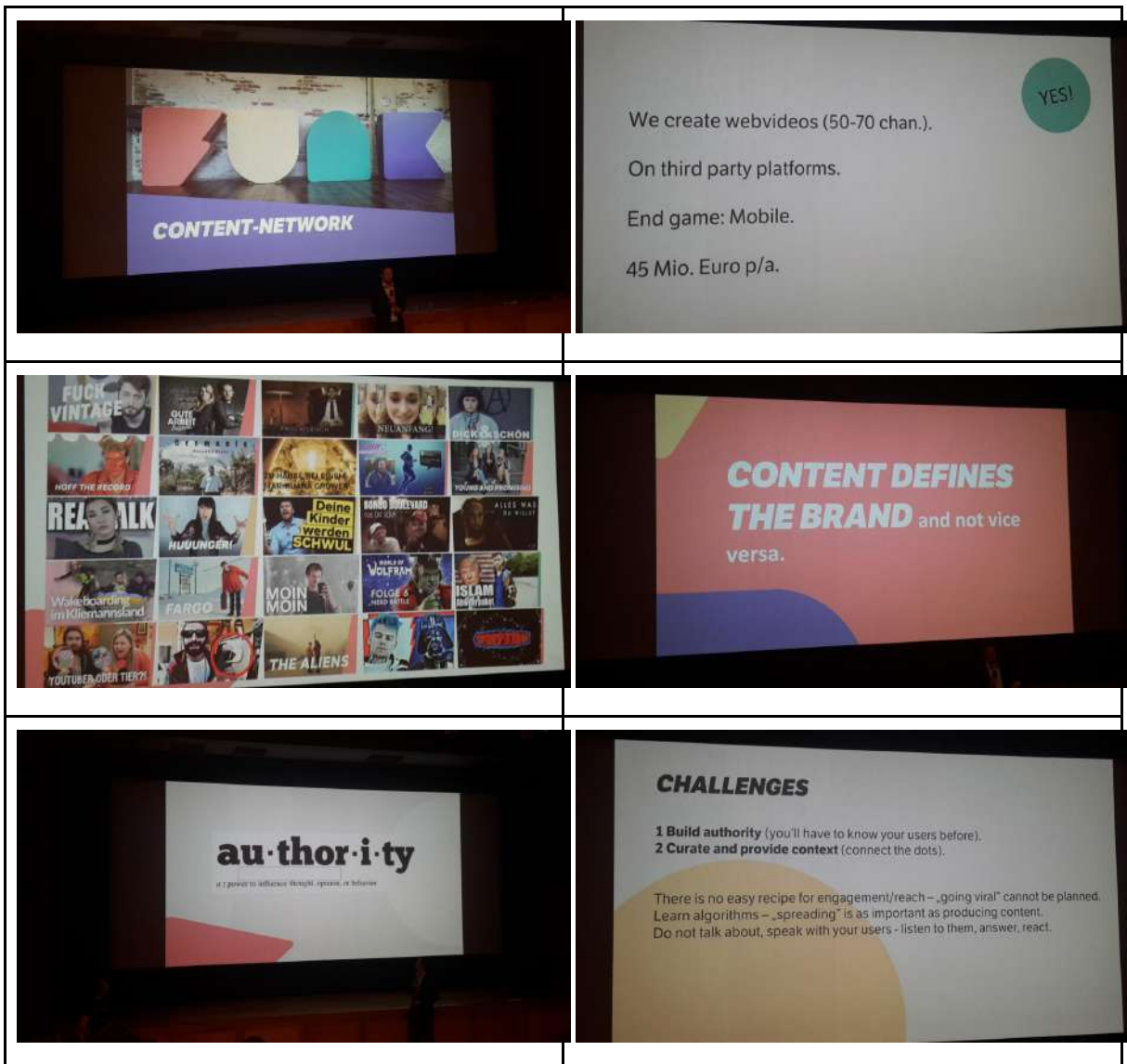
Aurkeztu dute Funk plataforma, Suitzan eta Alemanian hedatuta dagoena.

Alemaniko kasua (Florian Hager, Managing Director of FUNK):

- Gazteak galtzen dira telebistan (nazioarteko "gaitz" bat da).
- Hemen ere errepikatzen dute: "ezin ditugu gazteak gura plataformara erakarri, gu joan behar gara dauden tokira".
- Beraiek sortutako edukiaz gain badituzte beste telesail batzuk 'on demand'. Baina ez dute oso ondo funtzionatzen.
- Denetariko azpi-kanalak dituzte Funk markaren azpian, amateur estilora zein fikzio profesionala.
- Aplikazio bat dute eta hortik dute sarbidea mugikor eta tabletetara. Bestela, Facebooken eta Youtuben daude Funk markapean.
- Hemen ere errepikatzen da: ezagutu egin beahr ditugu gazteak ezer egin baino lehen.
- Proiektuak 45 milioiko aurrekontua du.
- Exin da telebista ekoizpena moztu zatitan eta webgunean jarri, ez du funtzionatzen. Interneterako propio egindako edukia sortu behar da.
- 12 da adina psikologoek aipatzen dutena gaztetxoek beraien edukia aukeratzen hasten direna.

Suitzako kasua (Stefano Semeria):

- Logoa disimulaturik jarrita ere, zalantza dute jartzea merezi duen ala ez, oraindik ere SRF lotzen delako telebista linealarekin eta nagusientzat egina.
- Galdera: enpresa txiki batek zer eta zein baliabiderekin ekoiztu dezake digitalizazioaren garaian?
- SRF kateko gazteen departamenduko lankide denak dira 35 urtetik beherakoak.
- Galdera: nola balia dezake telebista publiko batek Youtube? material pila bat dago hore erabilgarria eta broadcasterrak egon beharko lukete gehiago Youtubeko fenomenoei begira.
- Gazteekin elkarlana sustatu behar du hedabide batek: hedabidera ekarri, talde dinamikak sortu beraiekin... beraiek aldatzen baitute hedabide publikoko kultura zaharkitua.
- Hautsi egin behar dira hierarkiak gazteekin egindako talde-dinamiketan.



Gaia: Interaktibitatea? Fikziozko produktuak eta gazteak.

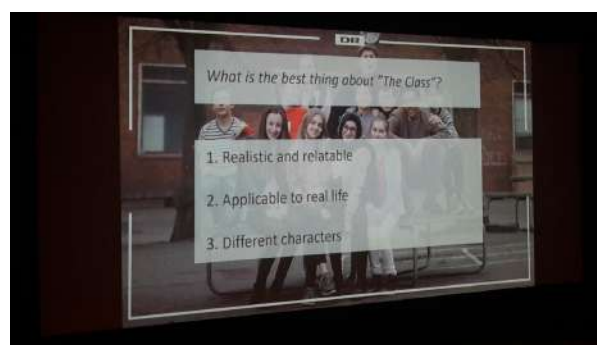
Mental (Finlandia. Monica Bergman)

- Fizkiozko telesaila da, gaitz mentalen inguruan hitz egiten du, kapitulu laburretan sarean jartzeko. Gazte koadrila baten istorioak dira ospitale psikiatriko baten.
- Hashtag-a sortu zuten, kamisetak diseinatu zituzten. Instagram izan da beraien sare sozial garrantzitsuen.
- Boste pertsona izan zituzten Yle katean lanean telesailaren kanpainarako, 20 urte inguru zituzten.
- Influencer desberdinei eskatu zieten telesailaren gaian inplikatzeko eta haien kanaletan gai horri buruz hitz egiteko..
- Webgune bat sortu zuten eta gazte pila batek jo zuen webguneko txat gelara gomendio eske eta haien kasua kontatzera.



Klassen (Danimarka. Jonas Kryger)

- Konpetentzia gogorra da eta beste gauza bat eskaini behar da.
- Ondo ezagutu behar da audientzia.
- Aktoreek laguntzen dute gidoia idazten.
- Instagramen lan handia egiten dute. Esaterako, laguntza eskatzen dute instagramen, ia nola kontatuko luketen gurasoen banaketa bat.





Egin diren kontaktu interesgarriak:

Jo Racknes (jo.racknes@nrk.no) da edukien garapeneko departamentuko kidea (10 lagun daude departamentu horretan lanean, eduki berritzaileen sorkuntzan. Edukiak testatzeko daukate "From pitch to pilot" ekimena). Berak eman dit Skam-eko ekoizlearen telefono zenbakia (Håkon Moslet: +47 908 41 645) eta Skam telesailaren aurretik egon ziren beste bi telesailen (Mia eta Jenter) ekoizlearen kontaktua, Skam horietan dago oinarrituta (Ingvill Marie Nyborg: ingvill.marie.nyborg@nrk.no).

Sofia Eriksson da UR suediar telebista hezitzaileko lankidea (sofia.eriksson@ur.se). Beraiek ere aztertzen ari dira nola iritsi (eta ez nola erakarri) audientzia gazteetara.

Moderatzaileen artean jende interesgarria zegoen:

Kåre Vedding Poulsen, Cross Media manager

Danish Broadcasting Corporation - DR, Denmark

Has made numerous cross media-projects during the years.

Stefano Semeria

Head of Programme for Younger Audiences

Schweizer Radio und Fernsehen - SRF, Switzerland

Currently he is heading a newly established unit that creates content for younger audiences at SRF, Swiss Radio and Television.

Salla-Rosa Leinonen

Web Producer, Yle Drama

Yle, the Finnish Broadcasting Company, Finland

Is a young media and communications professional specialised in cross media/ multi-platform content and transmedia storytelling. Now she works as a Web Producer for the whole Yle Drama department.

13. eranskina. Nazioarteko sormen laborategiak ezagutzen. Madrileko bisitatik jasotako oharra

TEAM LABS (Felix Lozano)

"Comunidad de grupos de aprendizaje"

Mondragon Team Academy-ren parte da. Impact Hub-en sortutako ekimena, ondoren Utopic-Us-etik ere pasatakoa.

LEINN gradua bertan dago kokatuta, "en versión laboratorio de aprendizaje radical". 2011an hasi zen ImpactHub-en, baina honezkero badoa urtetxo batzuk Teamlabs-en.

Titulu unibertsitarioa ateratzen da hemen, 4 urte eta LEINN titulua eskuratzen dute. LEINNerre bidaiatzea eskatzen zaie. Campus urbano bat da hau. Ohiko klaseak egon beharrean Teamlabs-ek programazio kulturala du, beste edozein kultur eraikin bezela. Autoedukaturako taldeak sortzen dira. Radikalak dira honetan. Talde bakoitzak dauka bere espazio propioa laborategian. Gero badaude espazio komunak.

Formazioa duen jendeak egiten du bat komunitatearekin. Ikasleez gain ere gerturatzen dira bestelako profesionalak. Kultur-programaren baitan deialdi desberdinak egiten dituzte erronka desberdinen inguruan eta nahi duena hurbil daiteke espaziora. Jendea gerturatzen da eta ekipoa egiten du. Gidariek laguntzen dute horretan, baina askatasunari lekua eginda. Ez gidatuegi. Bilatu egiten da gainontzekoekin nahastea. Badirudi formula honek balio digula Laborategirako ere.

Ikasle-talde bakoitzak aurkezten du zer egin gura duen. Egun eta ordu konkretu bat daude hori egiteko. Hemen, Laborategian bezala, ekintzaileak sortzeari ematen zaio garrantzia.

Dinamizatzaile bat dute 18 laguneko (30 *coach* inguru daude). Nolako profila? Beraiek "Team coaches" deitzen diote, "con vocación de educación y trayectoria diversa". Abokatu bat egon zena telefonikako azeleragailu batean; teleko bat datu-baseetan jakituna; bokaziodunak! hori da topatu beharrekoa, bokazioa izatea. Traietoria profesional bariatua du han dagoen perfilak. Jende ibilia izatea da garrantzitsua.

Eta jendea proiektuka mugitzen da. Guri Laborategirako balio liezagukeena da "proiektuka funtzionatzea". "Aprender es el vehículo de aprender" filosofia darabilte.

Ez da ontzat ematen finantziatzea, beraiek ez dute finantzatzen Teamlabs-en sortutako ezer, diote bestela produktuak menpekotasunean sortzen direla. Ez da ontzat ematen "arnasa ematea". FUCK FEAR: adorea edo indarra ematen die pintada horrek.

Eraikinak espazio desberdinak ditu eta beharren arabera alokatzen doaz espazio berriak: "el espacio no condiciona el proyecto educativo". Gaur egun 2000 metro koadro inguru dituzte okupatuta. *Low cost* izateak badu garrantzia. Ez eman dena eginda. Eraikina bera ere eraldatu da han dagoen jendearen arabera. Laborategia bera izan daiteke kultura erakusle. Team labs bada. Han kontzertuak eta dena egin izan dituzte.

Espazioan alardarik ez dago. Egiteko modu bat da eta baliagarria dirudi Laborategirako. Inmobilitatuak egingo dena giltzapean ez hartzea litzateke desiragarria. Muzin egin amaiera perfektuei. Jendeak eraiki dezala. Eta eraiki ahala etorriko dira sorkuntza hobeak (berdin Laborategian). Ez dute MU handiz jarri inon.

Lortu behar da GAUZAK GERTATZEN DIREN LEKUA izatea. Entsalada... Espazio freskoa beharko luke izan. Google campus-ek ez du logorik... kontuan hartzekoa. Kontuan hartzeko bakarra campus horretatik.

Aurkezpen publikoak egiteko aukera legoke.

Helburu polit bat litzateke "ikus-entzunezko sektorea" moduan deitzen duguna beste izen batekin deitzera animatzea. Baina barrutik deitu beharko litzateke beste modu batera, hau da, sektoreak gura duen moduan.

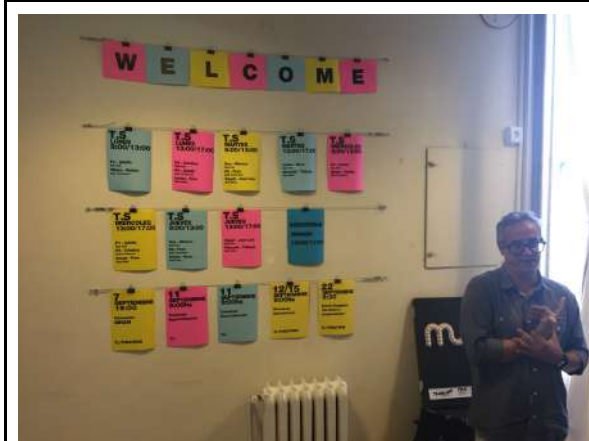
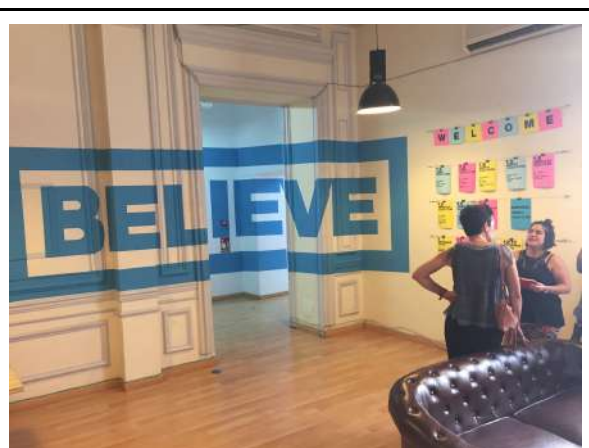
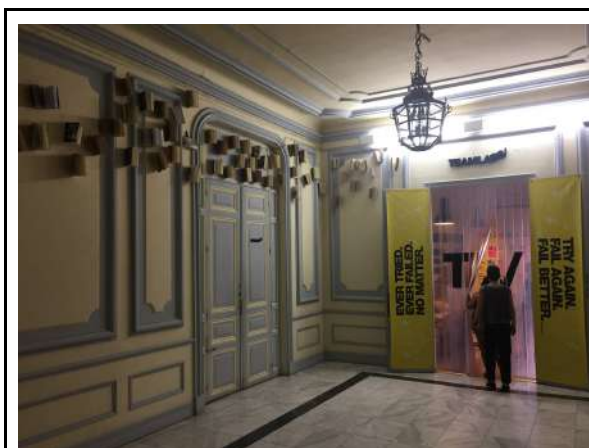
"El arte de anfitrión". Geratu naiz kontzeptuarekin ze ez dago harreran inor, ez dago idazkaririk. Erraztaileen lanetako bat behar luke izan. Eta beti eman lehentasuna kanpotik datorren erabiltzaileari.

Gomendatu digu Laborategiak izan ditzakeen erabiltzaile potentzialak zehatz zerrendatzea.

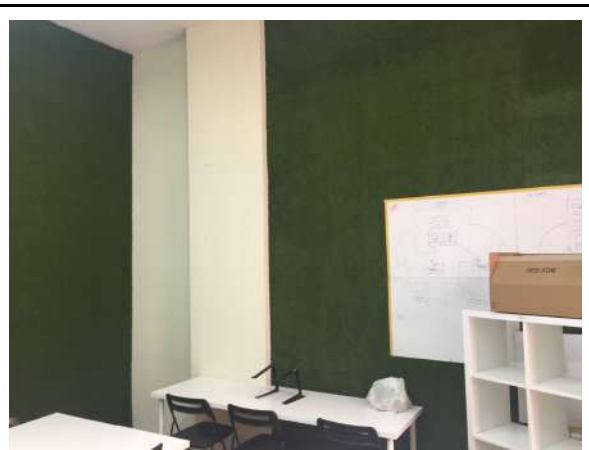
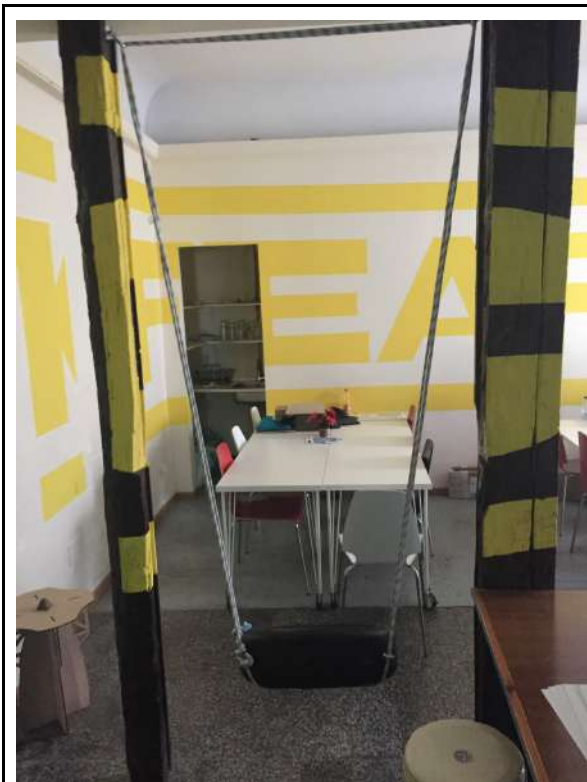
Formatu berria sortzea anti-industria da! Ez ahaztu. Balio digu honek gure sektoreari begiratzeko ere. Kontuz, aldatu gura ez dutenekin. Logika tradizionalekin apurtzeko prest daudenekin egingo da aurrera edo ez da egingo.

Garbi geratu behar zaie sektorekoei, fabrika honek ez diola jaten emango sektoreko enpresari, edo familiei. Kartolak zabaltu behar dira, oxigenatu, haizea hartu eta nahaspilatu.

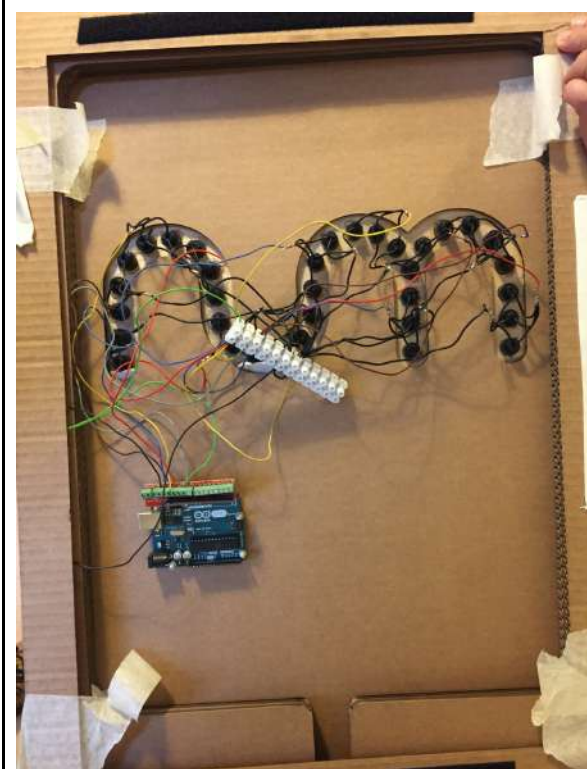
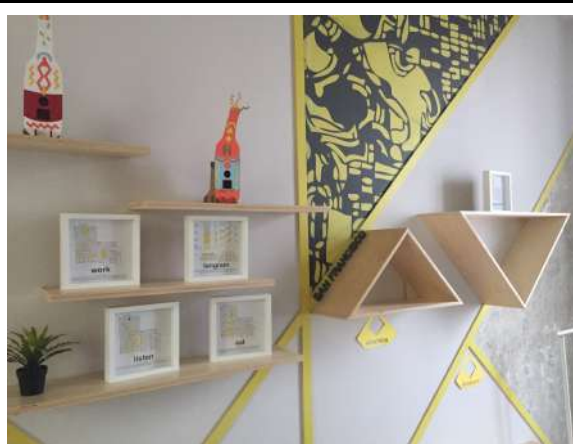
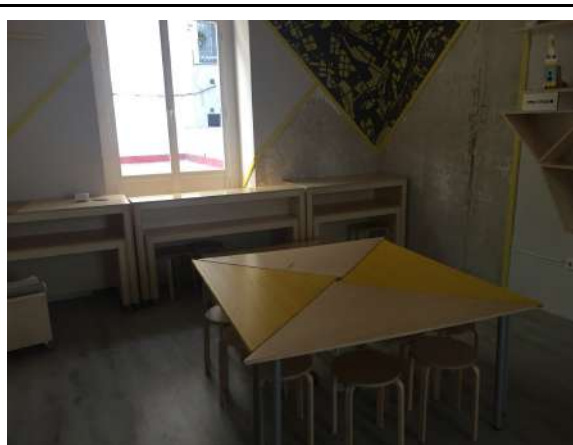
Hezkuntza inplikatzearaz jardun dugu. Laborategian zergatik ez odol-freskoa tarteka? Kontuz: ikus-entzunezko kultura da zabaltu behar duguna eta horretarako inplikatzeko da hezkuntza.











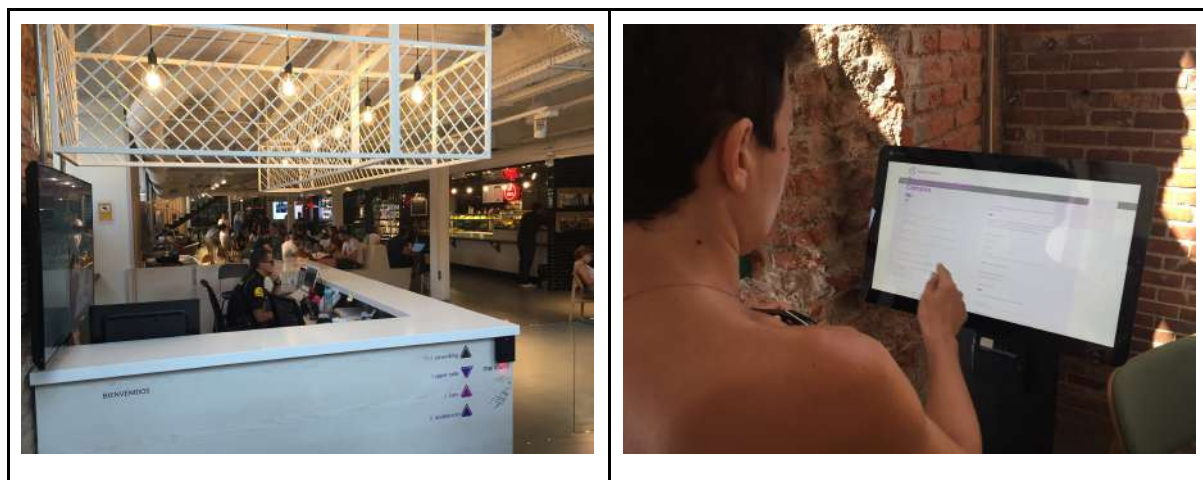
CAMPUS MADRID (Google-ekoa)

Ezin izan dugu aldeztatik bisita lotu, ez dute-eta kontakturako helbiderik. Gunera sartzeko izena eman behar da, hesiak daude sarreraren eta Prosegur enpresako bi gizon daude sarreraren eta haiek eman digute espazioaren gaineko azalpena (oso itxura eskasa eman digu horrek).

Espazio irekiaz gain, hiru enpresek eramaten dute espazioaren alde pribatuan dauden proiektuak: SeedRocket, Tetuan Valley eta Techstars. Beraiek egiten dituzte deialdiak, hau da, campus-etik ez da martxan jartzen proiekturik, espazioa kudeatzeaz arduratzen dira Prosegurreko bi zaindariak eta hiru *coach*.

Oso hierarkizatuta daude espazioak: behean kafetegia denontzat irekia eta bigarren pisutik aurrera ate guztiak itxita eta txartelarekin, ez zaigu batere gustatu espazioaren itxitasunak. Coach-ak esan digu ezin digula kasurik egin eta hor amaitu da gure bisitaldia.

Esperientzia ez da batere ona izan.





IMPACT HUB MADRID (Sebastián Fernandez)

Co-working espazio bat da. "Bilgune-plaza" bat dago erdian eta gero bilera gela txikiagoak alboetara. Izena eman beharra dago azpiegiturak erabiltzeko, izen emate desberdinen arabera gehiago ala gutxiago ordaintzen da eta espazioaren erabilera aukerak ere desberdinak dira.

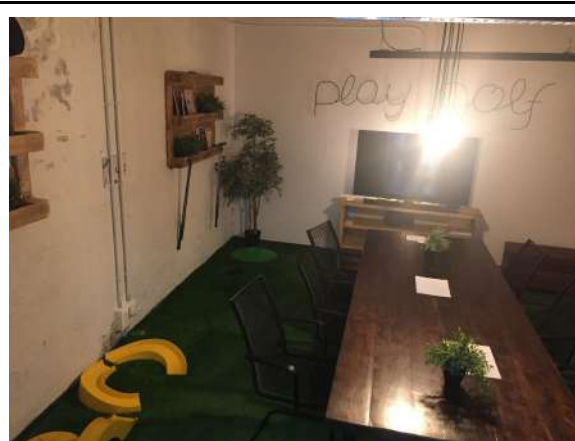
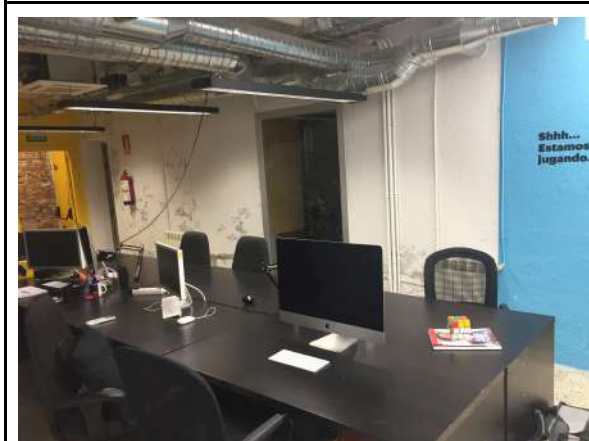
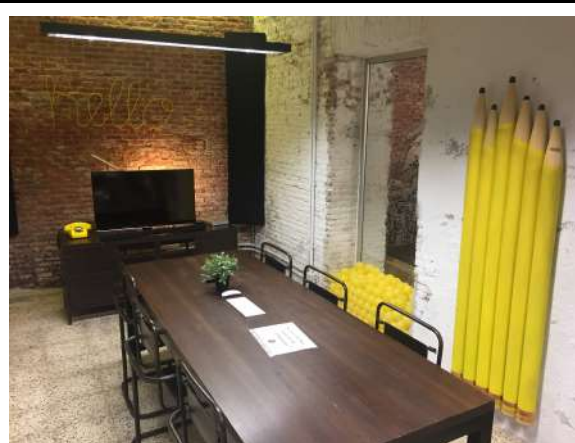
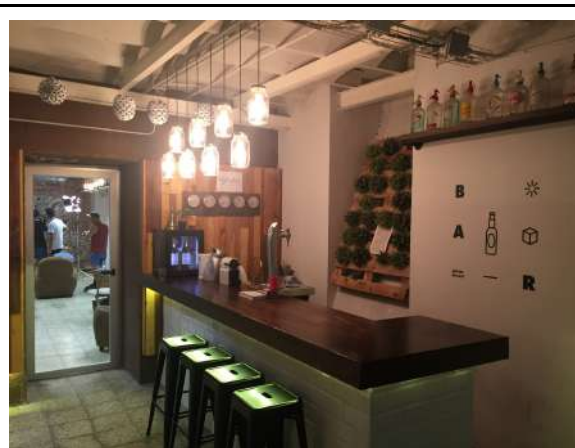
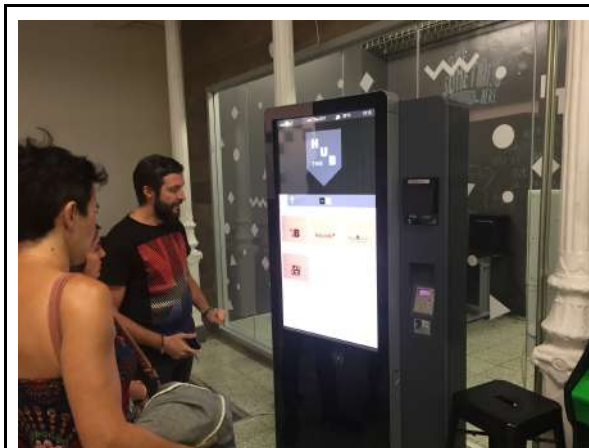
Badaude postu fijoak, enpresa desberdinetako jendeak partekatzen du espazio handi bat mahaiekin.



THE HUB

Bisita hau lotu barik zegoen, La quinta del Sordora bidean topo egin genuen espazio honekin. Impact Hub-en estiloko espazioa da, baina espazio bertikala da. Horrek esan gura du espezializatuta dagoela komunikazioan eta teknologia digitalean.

Enpresa desberdinek partekatzen dute espazioa eta elkartrukerako eremu informalak dituzte (taberna, aretoa,...)





LA QUINTA DEL SORDO (Javier Guerra, Adriana Lacambra)

"Espacio de pensamiento colaborativo"

Artean hainbat gauza egiten dituzte: sortzaileak eta kudeatzaileak elkartzen dituzte. Beti bilatzen da elkarketa hori. Mahai-inguruak, ponentziak eta espazioak partekatzeko dinamikak antolatzen dituzte. Hauek denak kanpoko jendearendako pentsatzen egiten dira eta barrukoak beti daude gonbidatuta, noski. Finantziazio publikoarekin egiten da hau guztia, normalean.

Matadero Madrid delakoaz dio: Matadero Madrilek eboluzioa izan du. Gaizki hasi zen, elitisteei. Hutsik zegoen, Legazpi auzotik deskonektatu zen. Politikak aldatu ziren. ETERNALIZATU egin zen eta sartu zen alde pribatua. Proiektu bat zuenari utzi zizkieten pabeiloak. Programa zabalagoak dituzte orain. Gorputza hartu du orain. Programatzen ari dira deialdi zabalekin, sortzaileek beraiek jotzen dute atea (Laborategirako egokia deialdiena). Udan egiten dute plaza, coworking bat dute (Laborategia kulturala da), Intermediae (auzoarekin egiten dutena, medialabpradok ere egiten du, formula super-garrantzitsuak direla dio). Sartuko da jendea ez genuena pentsatzen sartuko zela. Ahalduntzen ari gara jendea "etorri ona gauzak egitera". Deialdi bidez dena, ez esan "etorri". Hori bakarrik ez. Akatsa da "etorri" huts eta hotza esatea. Kontsulta prozesua kulturaz jakin gura zutenei: 6 jardunaldi egin zuten Udaleko kultura sailetik. Oso aberasgarria izan zen (kritika asko egon zen), baina mahai ezberdinak egin ziren eta hortik jasotakoa da garrantzitsua.

Sektorea proiektuaren barruan egon behar da. Sarbidea izan grabazio lekuetara, eskoletara,

espazioak izan ditzatela beraiek ere proiektuak sor ditzaten han bertan. Han sortu bitez. Kontaktu onak izatea, sarea izatea, modu apalean jarri behar da eta jendearekin harremanetan jarri. Markatik jarri kontaktuan (Laborategia marka bihurtuta). Kontaktua eta gertutasuna.

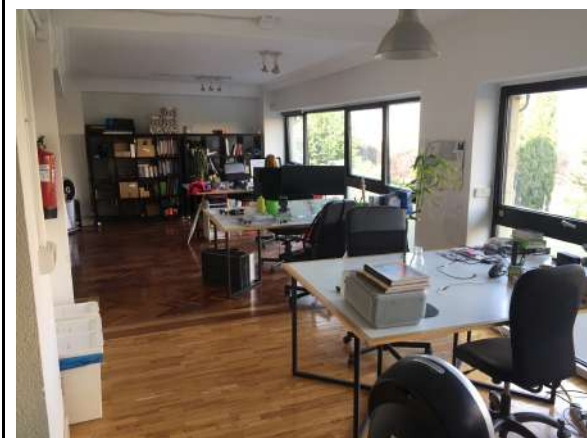
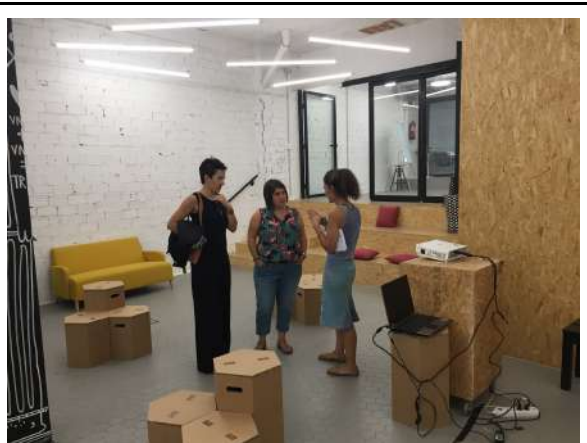
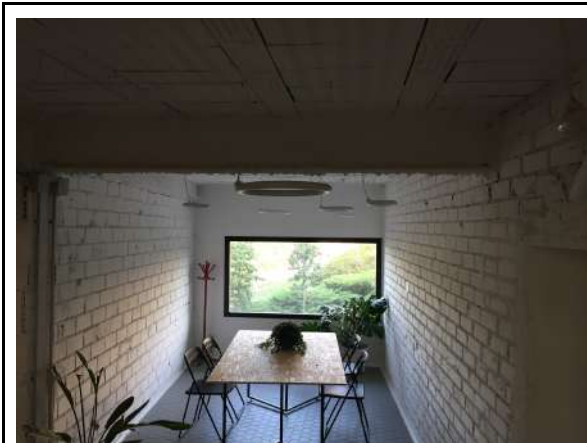
Coworkerrekin egindako inkestetan ateratzen da gertutasuna izatea jendearekin garrantzitsua dela: ekonomia sozialean sartu dira, tema soziala eta kultura nahasten printzipioei jarraituz...

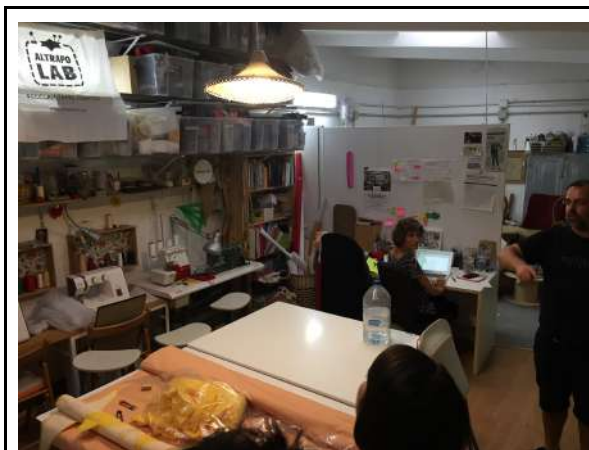
Profil soziala izan behar du erraztaileak. Jakin-mina izan dezala, psikologia, ekonomia soziala, bolondres izatea nonbaiten... Javier, esterako, dator, auzo marjinaletan drogak prebenitzetik, gero ezinduekin lan egitetik, down sindromedunei laguntzetik... Kulturen fusio hau oso garrantzitsua da. Soziala eta kulturala.

Sutila izan:

"Lo natural, lo cotidiano, lo informal... funciona bien".

Sutila izan behar da, golpetik ez da ezer aldatu behar, espazioa utzi behar da, programa itxirik ez, *networking* programa zurrunik ez. Tatxatuko zaituzte, ninguneatuko zaituzte. Horregatik, fisikoki egotea ontzat ematen dugu. Coworking-ak ondo funtzionatzen du ze erlazio horietan gauzak pasatzen dira. Base oso on bat da hori. Birplanteatu behar da Laborategirako sektoreak mahaia izatea. Erresidentziak ere balio handia dute, deialdi zabalarekin. Mahaiak edukitzea bai jotzen da ontzat. Espazio naturala, gardena... Laborategitik ere eskatu eta erabili behar dira dauden elementuak Tabakaleran. Medialab izan zen oso *maker*-rendako. Horiek hasi ziren beste jende batekin lan egiten (antropologoekin, psikologoekin...). Eta aziertoa izan zen. Ikus-entzunezkoetatik ere gauza bera egin beharko lirateke, beste sektore batzuekin lan egin. Sektorea zabaltzeko beste kolaborazio batzuetara. Hau deialdi bidez egiten da.





MEDIALAB PRADO (Javier Laporta)

"Laboratorio de producción ciudadana de conocimiento abierto"

Madrilero udalareak finantzatzen duen espazioa da. Tabakalerako Hirikilabs-en estilo oso antzerakoa du.

6 laborategi edo tematika desberdin jorratzen dituzte, denak ere teknologiaren bueltan: datuak, parte hartze digitala, berrikuntza, zientzia, ikus-entzunezkoa eta prototipazioa.

Ikus-entzunezkoetan egiten dutena: Esperimentazio sonoroa egin da batez ere. Topaketa batzuk egiten dituzte, musikako mini-kontzertu bat, eta horren tartean egiten da asmatutako tresna baten aurkezpena (hor berrikuntza).

Komunikazioa: web sare sozialak, newsletterrak, eposta zerrendak... oso ondo funtzionatzen dute. Telegram kanal bat izatea ere oso garrantzitsua litzatekeela dio. Jendeak proposamenak egiteko aukerak zabaltu beharko lirateke buzoi digital bidez. Formulario batekin. Laborategirako egokia da ideia hau.

Jarduerak:

- Hitzaldiak.
- Tailerrak: deialdiak irekitzen dira gai baten bueltan. Proiektu desberdinak garatzeko proposamenak jasotzen dituzte, eta aukeratuak garatzeko taldeak sortzen dituzte, ahal dela, profil desberdineko jendea. 15 egunetako tailerrak izaten dira. Behin prototipoa egiten dela, Medialab-eko lana amaitutzat ematen da (garrantzitsuena da sormen prozesua eta prozesu hori partekatzea).

- Lan taldeak: talde irekiak dira, interesgune antzerakoa duen jendea elkartzeko. Medialab-ek azpiegitura jartzen du eta hainbat proiektutan ere ekonomikoki busti egiten da (kopuru sinboliko batekin), proiektuak sustatzeko.

Adibidea: Hitzaldi bat egoten da. Hor hiru-lau juntatzen dira eta esaten dute: "zergatik ez egin zerbait horrekin?" Eta hasten dira. Posible da lan talde batetik tailerrak sortzea.

Adibidea: Vflowers, eduki audiovisualetan garatua. Astero batzen dira eta proiektuak modu ezberdinetan egiten dituzte.

Bideo-mappingak, programazio sortzaile audiobisuala, hardware libreko kamera batekin ibili dira...

- Hiritarren proposamenak jasotzen dituzte, eta batzuk garatzen dira.

- AvLab: ikus-entzunezko laborategia.

Produktuak finantziatu:

Gehienek ez dute kobratzen ezer hemen. Ez dute nominarik... Nominadunak dinamizatzaileak dira. Erraztu egiten dira proiektu horrek sor daitezen.

Aditu komite bat dago eta mentoreak (aholkulariak) ere bai. Horiek esaten dute zeintzuk izan daitezkeen arrakasta izan daitekeen proiektuak. Hauek profesionalak dira.

Erraztailea:

Erabiltzailea eta instituzioaren artean mediatzeko. Bertako erraztaileei bitartekariak (mediadores) deitzen zaie, beraiek daude publikoarekin kontaktu zuzen-zuzenean. Bitartekariak kontratatzeko deialdia irekitzen dute eta bitartekari izan nahi duenak bere berrikuntza proiektua aurkezten du, CVarekin batera. Proiektu hoberenak dutenei egiten zaie, asko jota bi urteko kontratua. Eta bitartekariak diren bitartean, haien proiektua gara dezakete espazioan, talde bat martxan jar daiteke proiektua garatzen laguntzeko gainera. Batzuk area batzuk ezagutzen dituzte, baina hemen gertatzen dena azaltzeaz gain, konexioak eragitea da lana. Pertsona horiek dira gertatzen ari dena ezagutzen dutenak. Publikoa artatzen dute eta bestetik enkargatzen dira erabiltzaile ohikoei laguntzen.

Erabiltzaileak:

Edonor izan daiteke. Atetik sartzen zarenean erabiltzailea zara, eta kito! Egia da batzuetan jende gehiago dagoela... Hemen ez dago networkingik (Laborategian egon beharko luke). 8 erraztaile (mediadore dio berak) daude orain, eta 6-7 izango dira laster. Sarreran atenditzen da eta tailer handiagoa dagoenean taldeen gainean daude jende gehiagoren beharra balego, kontratatu egiten da. (Sarrera egiteko bat ez dut ikusten Laborategian. Erraztaileek txandaka egon beharko luketela uste dut).

Epaimahaia: teorikoagoa da, espertoagoa eta mentorea gero dator, berez. Baina batzuetan epaimahaian ere egoten da. Mediadoreak egiten dit produkzio lanak, gauzak erraztu.

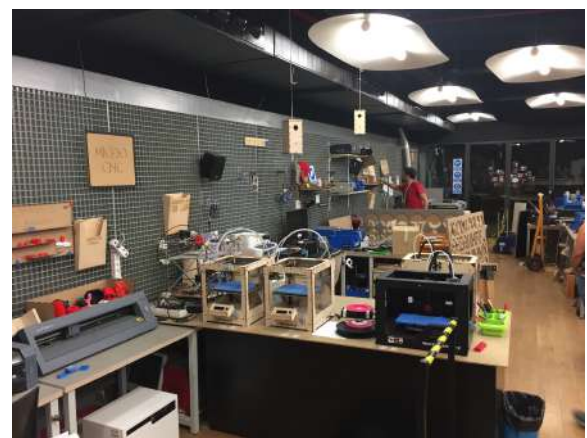
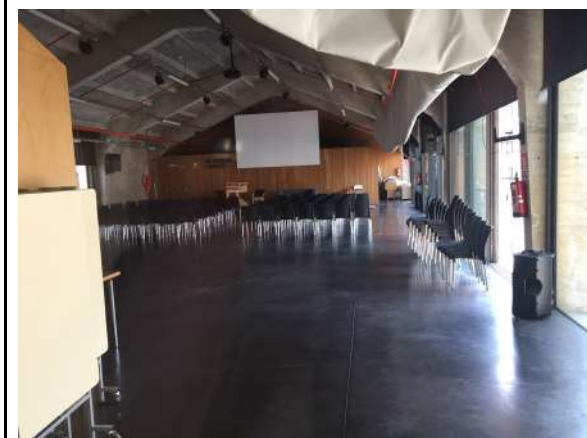
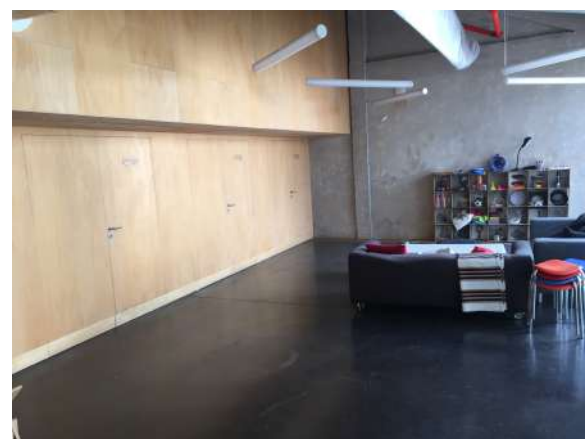
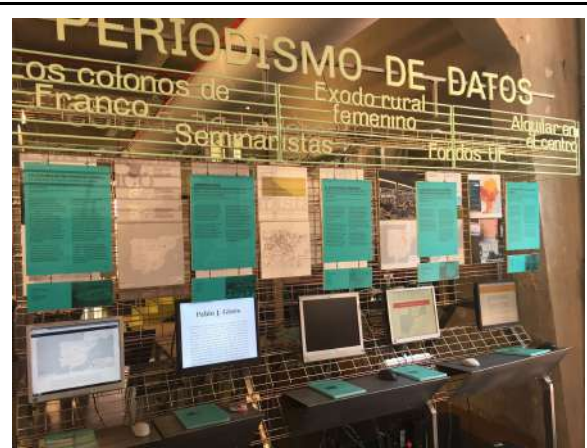
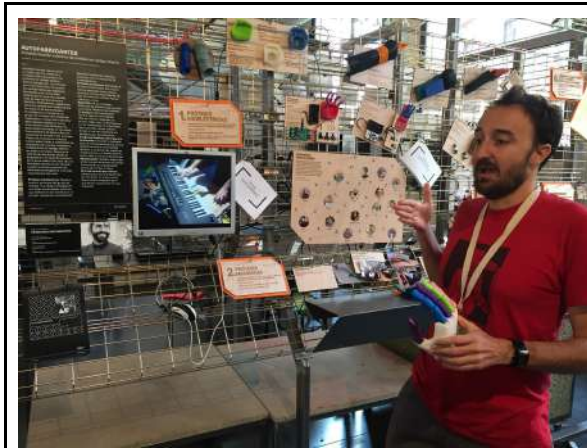
Profila:

18 lagun daude:

- Zuzendaria.
- Eduki zuzendaria.
- Administrazio zuzendaria.
- Hiru laborategi daramatenak edukiaren azpian.
- Programazioa eta zentroaren kontenidoa eramaten duena.
- Mediadoreen arduraduna.
 - Zein jakintzarekin?
 - Lizentziadunak.
 - Beraien kanpokoan esperientzia. Beraien gaian.
 - Kulturen lan egindakoak (proiektu, zentro...).
 - Medialab ezagutzen dutenak edo antzerako espazioak.
 - Gaian jantzita egotea: zuk erabaki baduzu X lan egin behar duzula, horrekiko ezagutza.

Zaragozarekin berba egitea ondo legokeela esaten digu. Espazioen Dinera, Etopia, Colaboratorio... hainbat espazio dituzte. Inbestigazio-mediazioa egin duten lehenengoak izan dira. Proiektuen inkubagailua da gehiago. Beraiek badute beti presente industriari begira egotea. Bi urtean behin erraztaile berriak hartzen dituzte. Gero aldatu egiten da. Proiektu bat duenak 2 urterako egiten du. (Laborategirako lagungarri izan daiteke inor ez akomodatzea...).

Erraztailea komunitateko parte izango da, oso pertsona interesgarria da erraztaile izaten lagata ere. Edukiak sortzen ditu. Erraztailea da azken proiektua interesatzen zaiona.



14. eranskina: Euskarazko ikus-entzunezko sorkuntza arrakastatsua digitalizazioaren aroan: Nazioarteko eta Euskal Herriko esperientziak

9:30-9:45-aurkezpen instituzionala

1.go blokea: Berrikuntza estrategiak ikus-entzunezkoen sorkuntzan.

- 9:45-10:15- [Elena Puigrefagut](#): Europako telebista publikoen elkarteko (EBU) teknologia eta berrikuntza arduraduna. Telebista publikoak ikus-entzunezkoen aro digitalean: zein erronken aurrean aurkitzen diren eta horrek edukien sorkuntzan nola eragiten dien.
- 10:15-10:45- Salla Rosa- Leinonen: Finlandiako telebista publikoan (Yle) crossmedia eta transmedia estrategien arduraduna. Ikus-entzuleengana iristeko gakoak: crossmedia eta transmedia estrategiak.
- 10:45-11:15- Kafea.

2.blokea: Gazteak ikus-entzunezkoen testuinguru berrian.

- 11:15-11:45- [Ingvill Marie Nyborg](#) ekoizle norvegiarra, Skam telesail entzutetsuaren sortzailea eta haren aurrekaria izan zen Mia telesail arrakastatsuen ekoizlea. Nerabe-istorioekin nola asmatu? arrakastaren gakoak.
- 11:45-12:15- [Anthony Browne](#): BBCko ekoizlea. BBC The Social proiektua: gazteak protagonista ikus-entzunezkoetan.

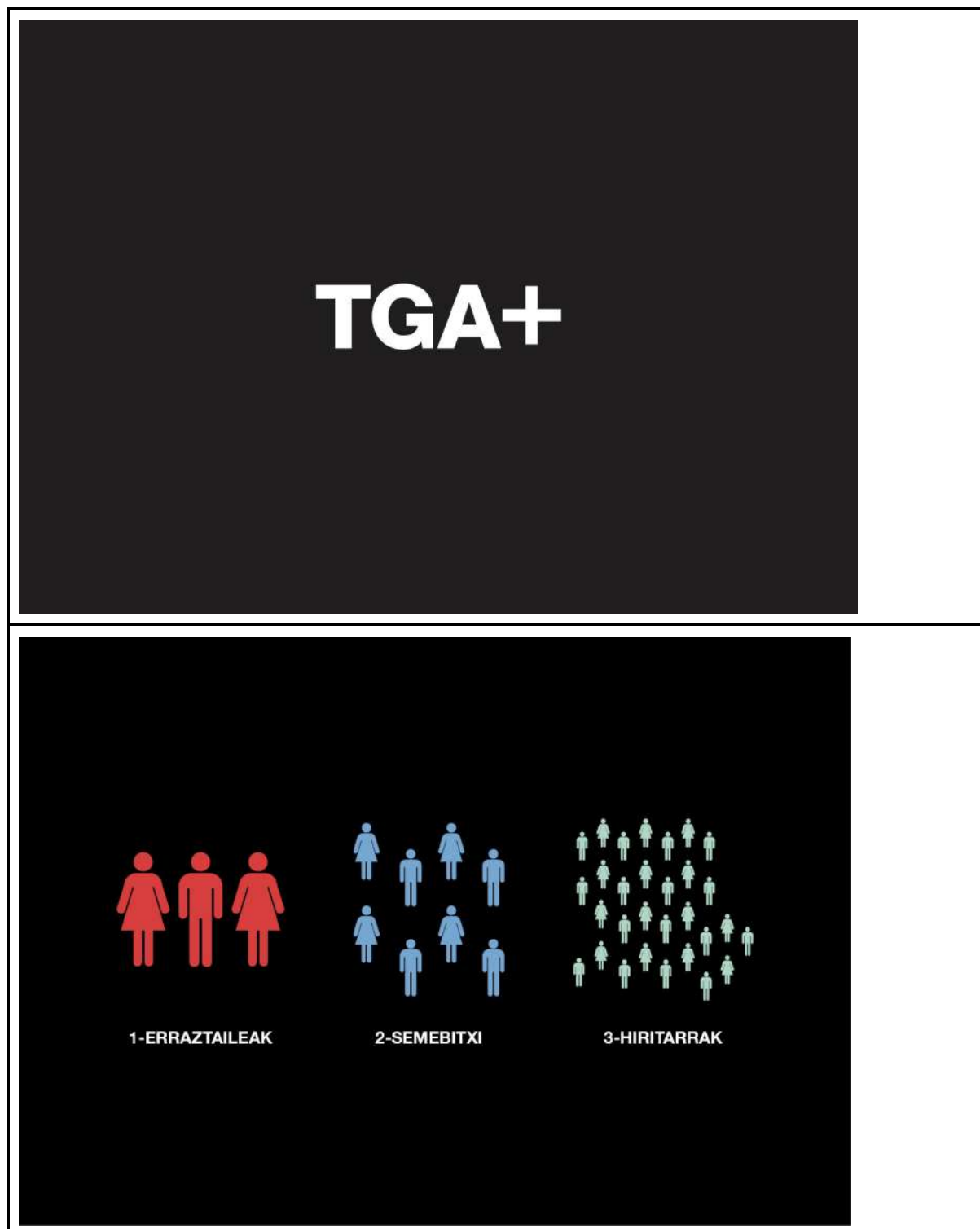
3.blokea. GipuzkoaLab-etik lagundu diren esperientziak.

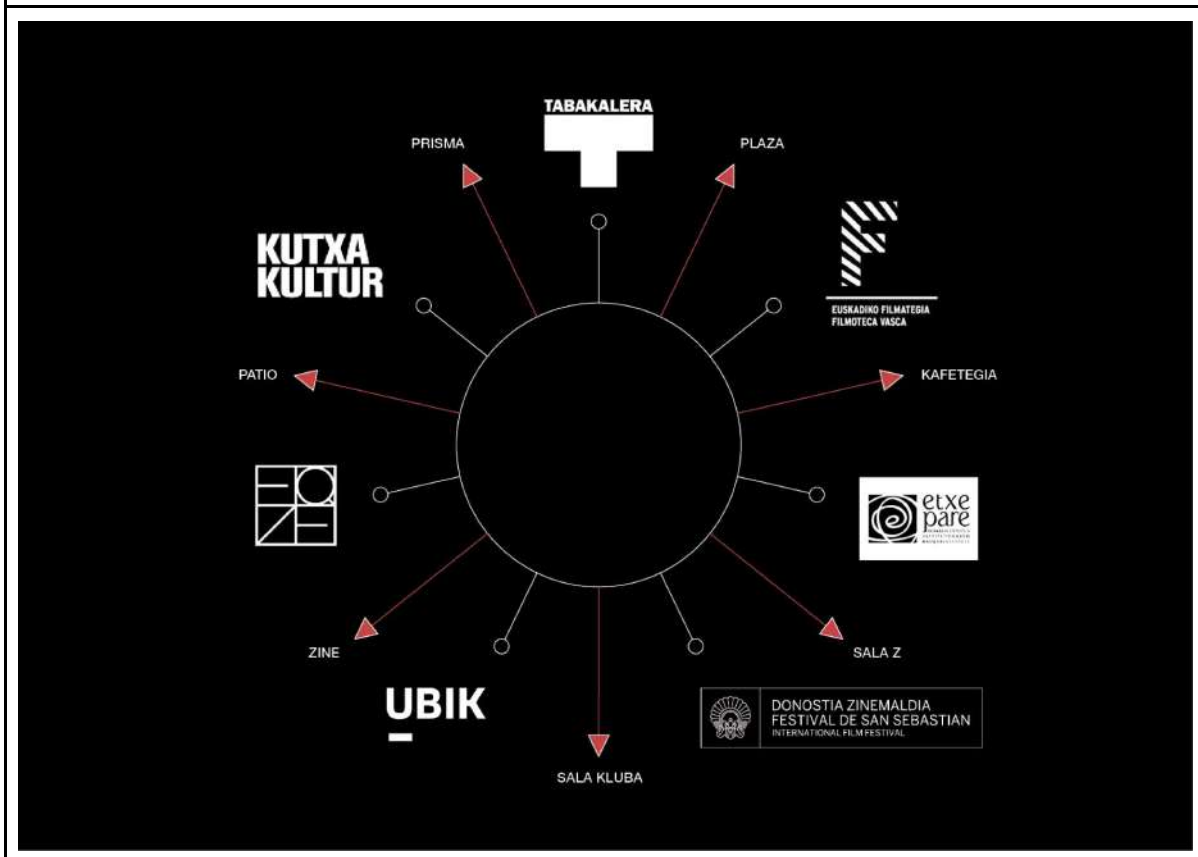
- 12:15-12:30- [Ainhoa Fernandez de Arroyabe](#) (EHU). Gipuzkoako nerabeen (12-16) ikus-entzunezko kontsumo ohiturak.
- 12:30-12:45- [Josu Bilbao](#): Euskal Irrati Telebistako (EITB) fikzio-edukien arduraduna. Go!azen telesaila: proiektu transmedia baten sorrera.

- 12:45-13:00- [Telmo Trenado](#): Next Station lehiaketaren influencer-a. Euskarazko websail baten ekoizpenerako lehiaketa.
- 13:00-13:15- [Luistxo Fernandez](#). JarriON, euskarazko ikus-entzunezkoen chromecast-a.
- 13:15-14:00- Publikoaren galdera-erantzunak eta itxiera.

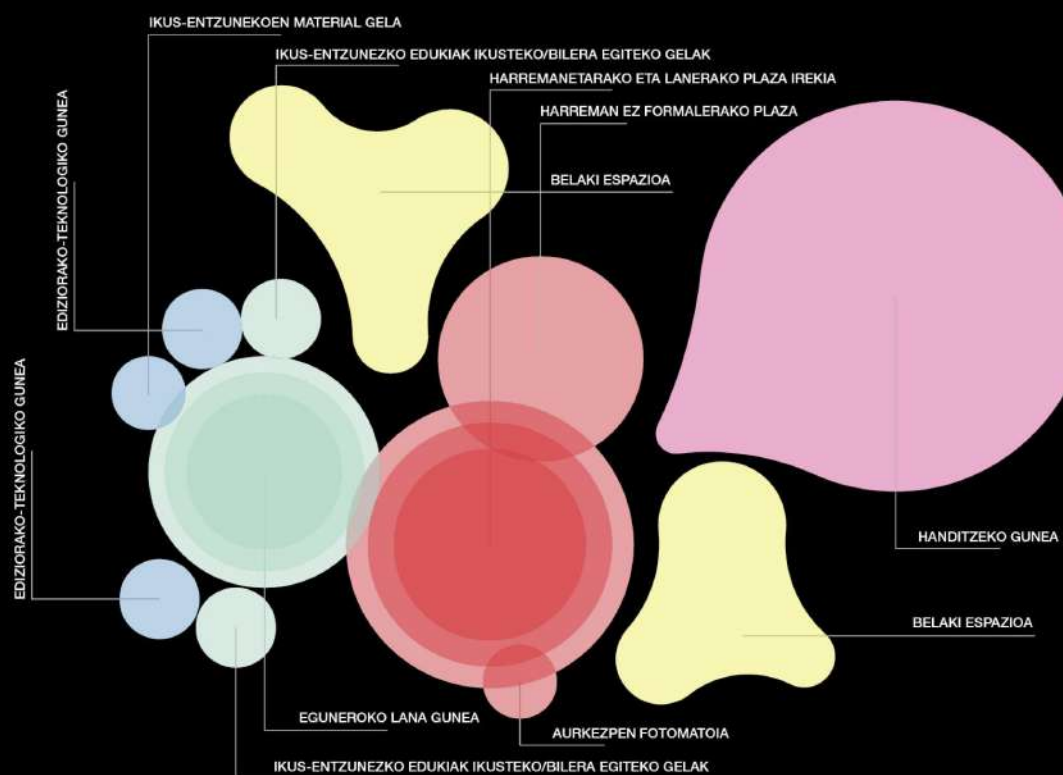
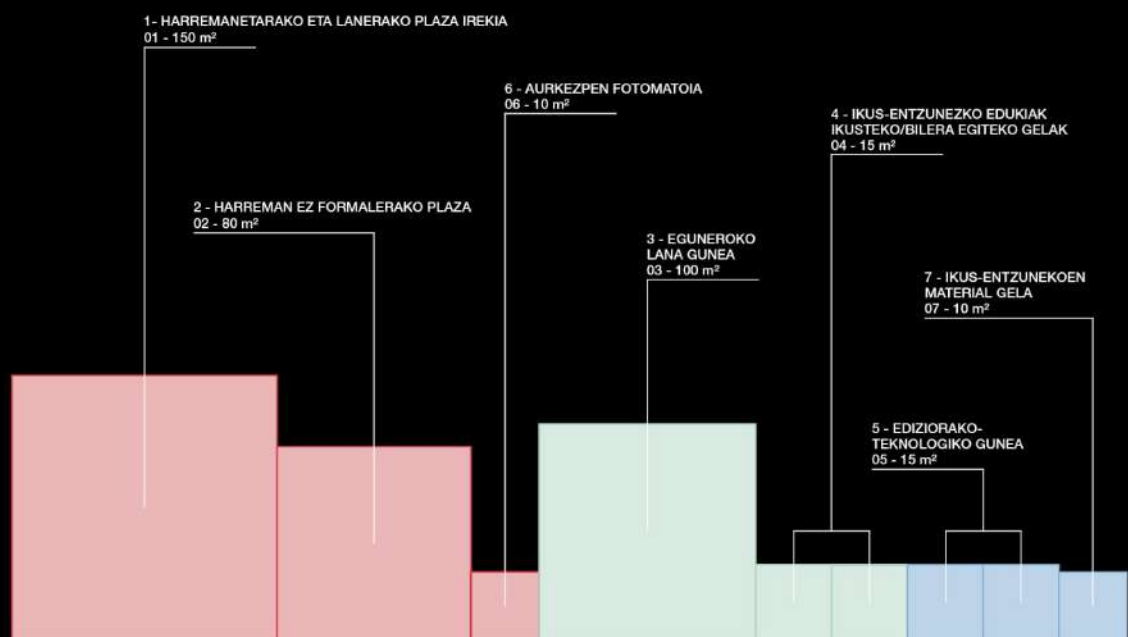
15.eranskina: Espazioa antolatzeko proposamena (TGA+)

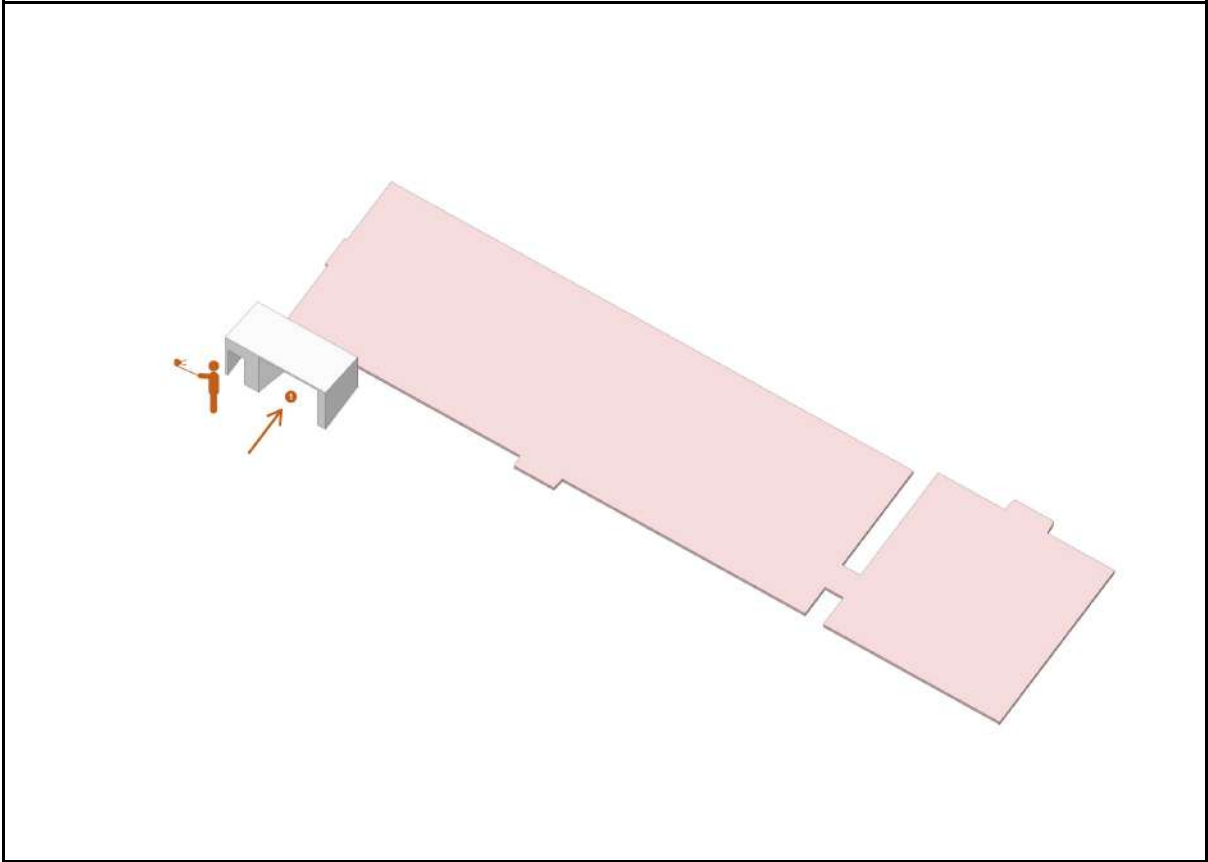
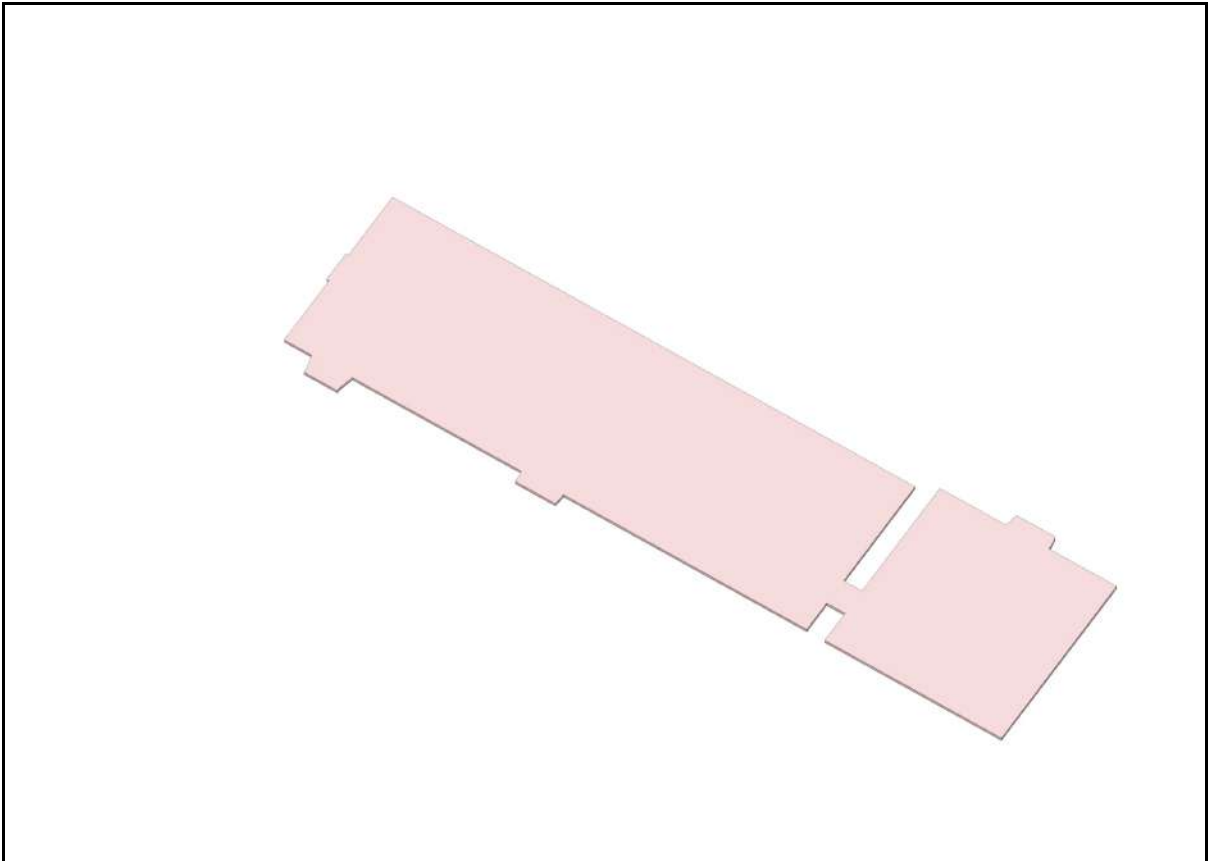
Ondorengo argazki-sortan aurkezten da Laborategiaren espazioa antolatzeko proposamena.

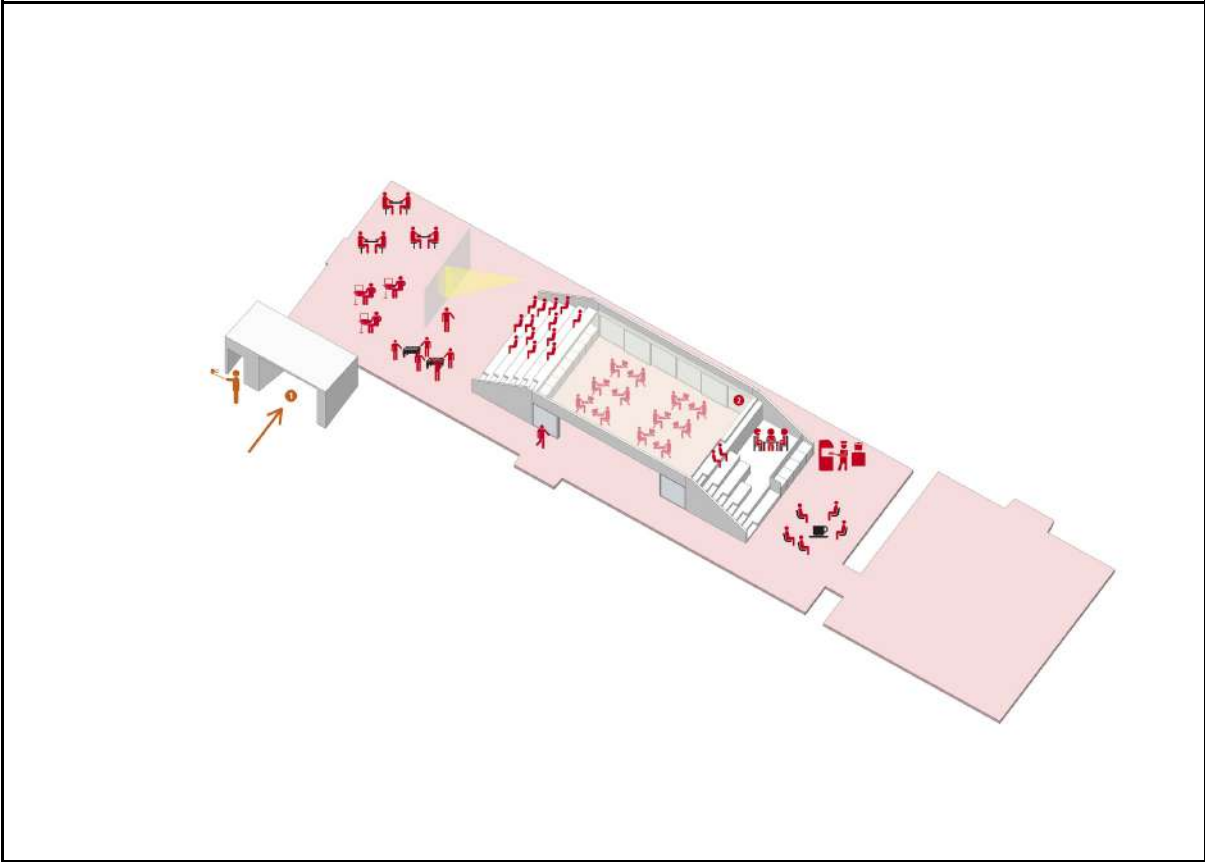
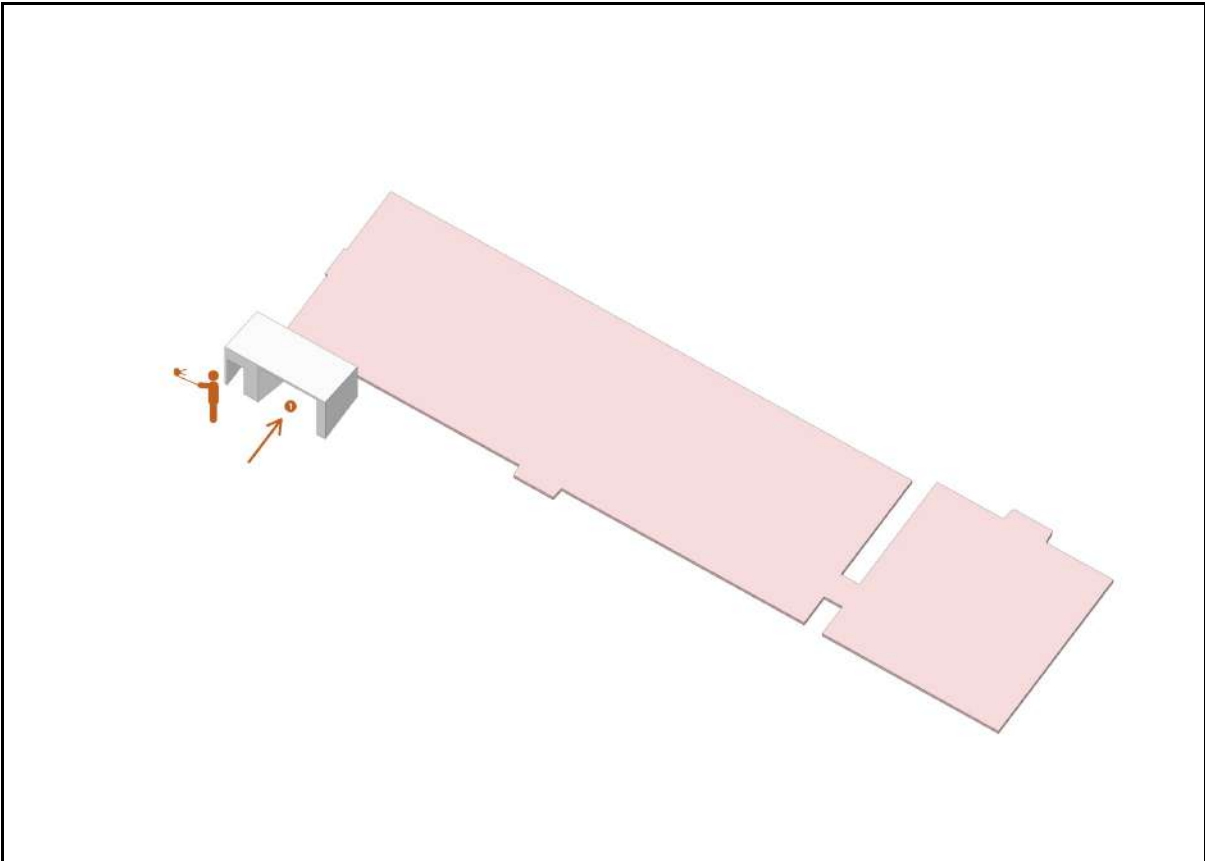


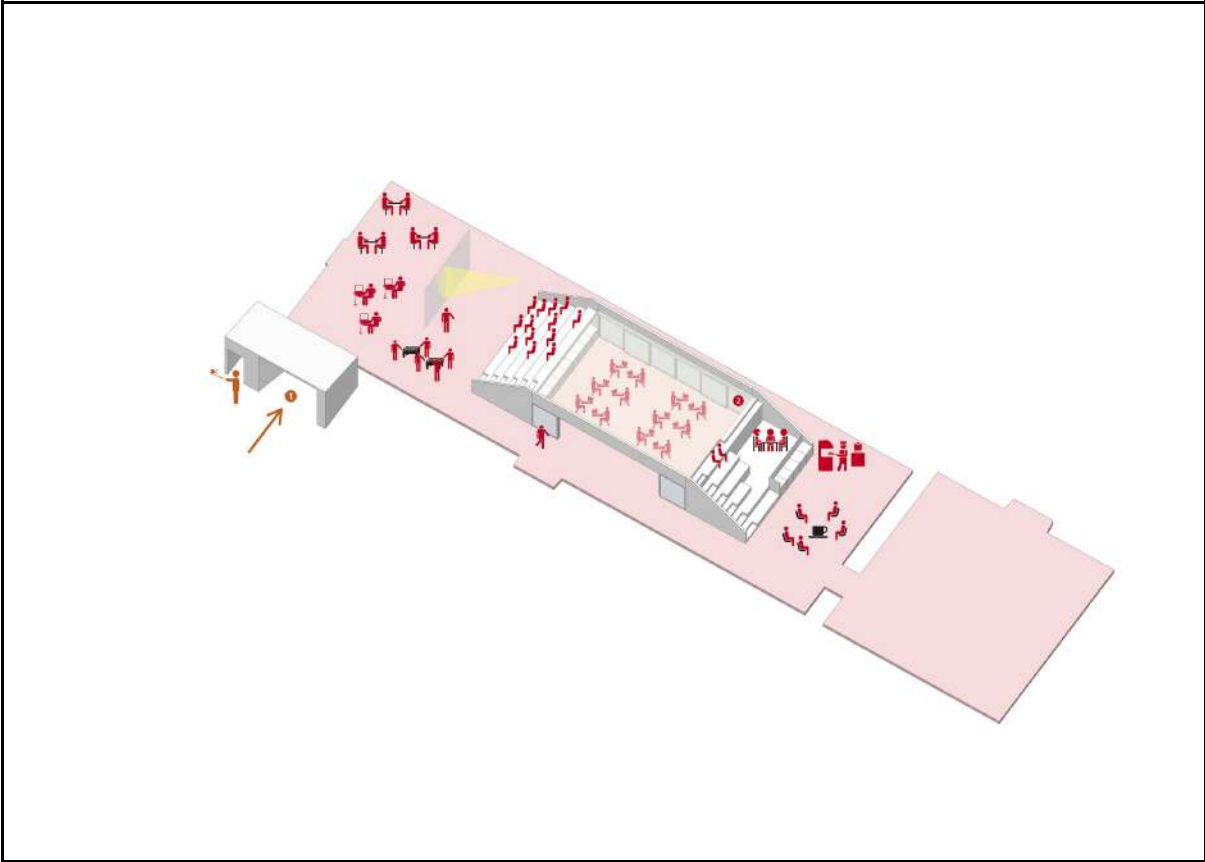
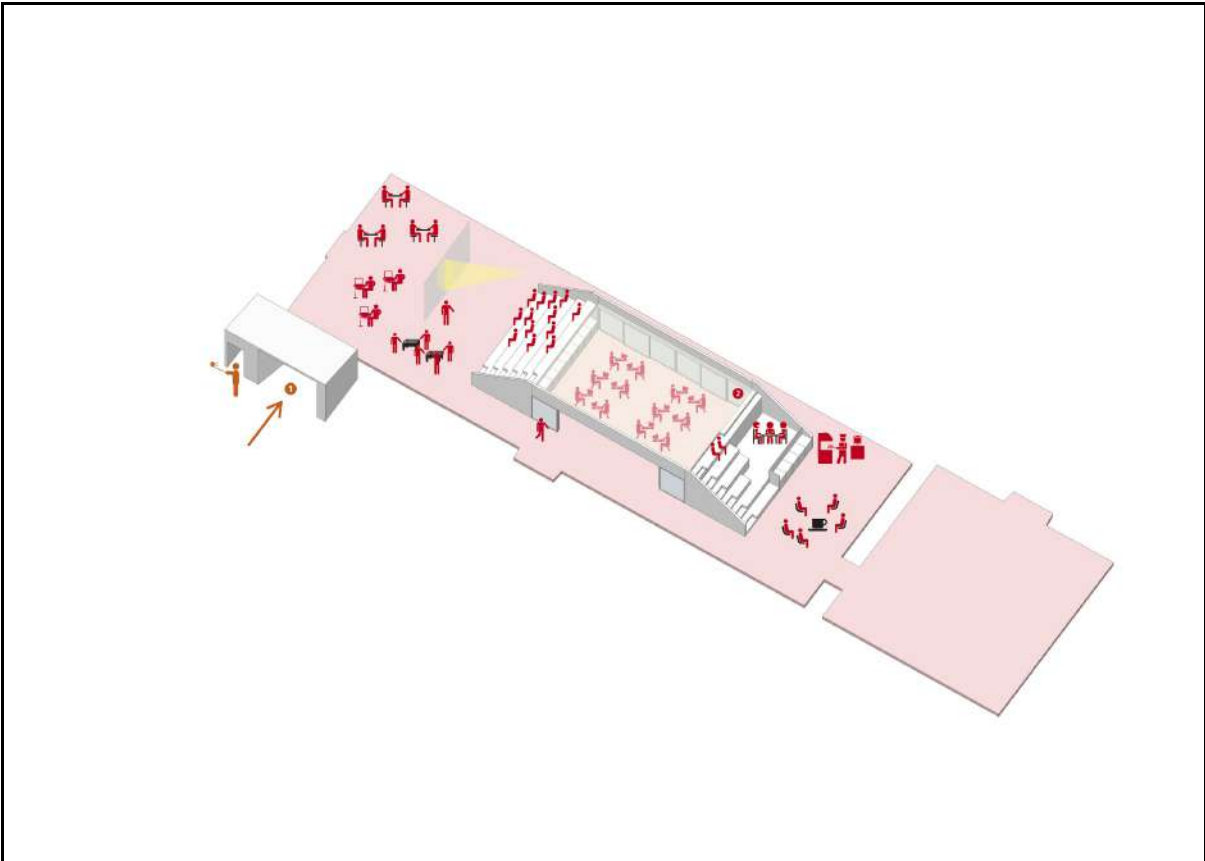


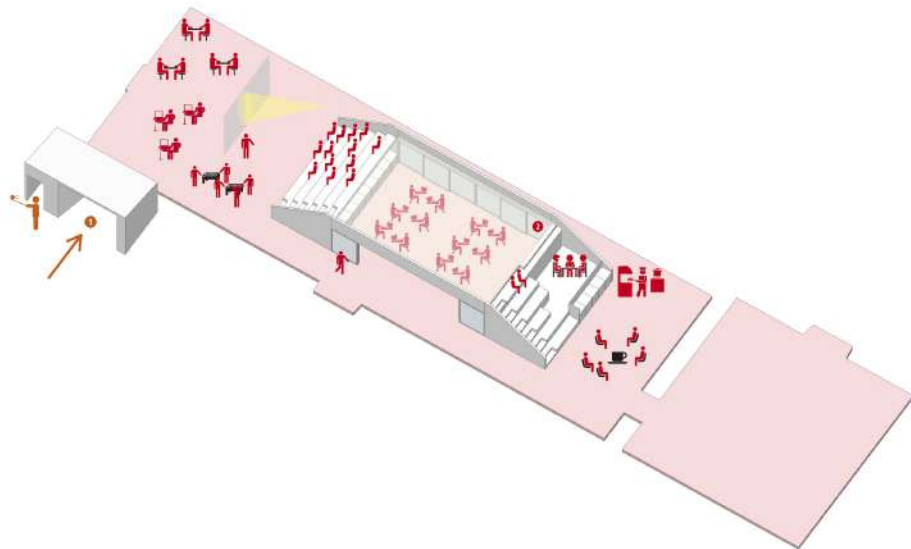
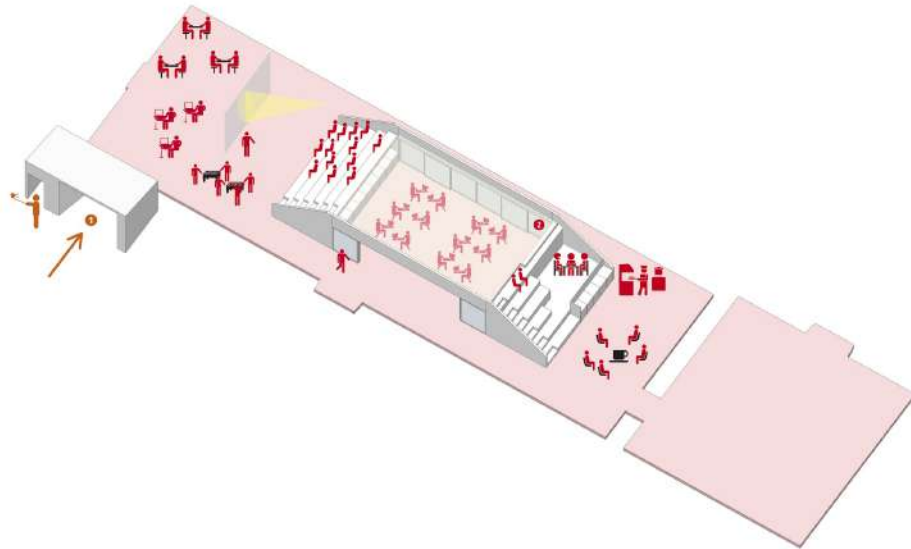
EUSKARAZKO IKUS-ENTZUNEZKOEN LABORATEGIA

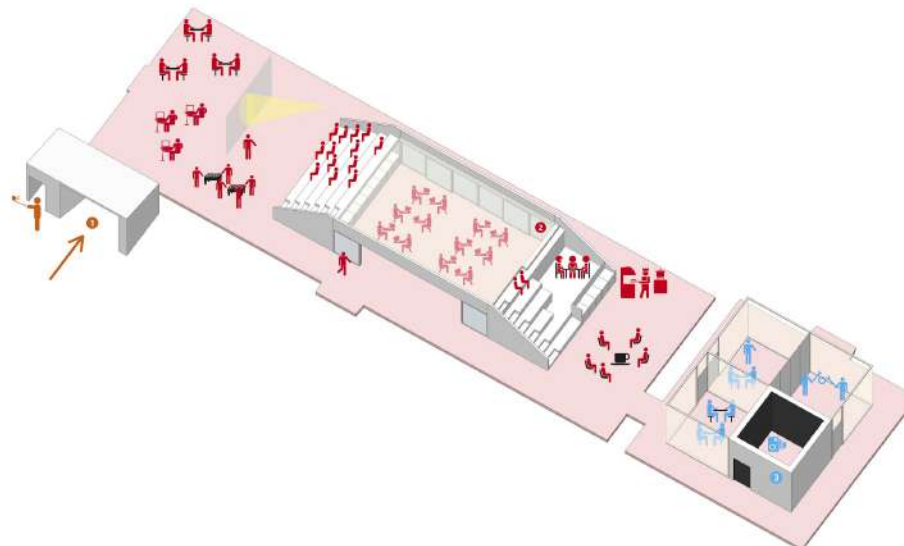
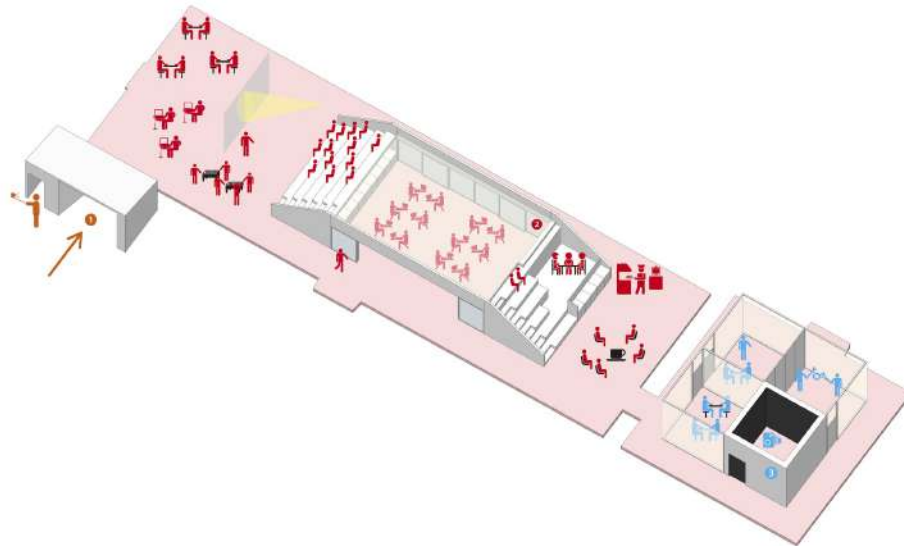


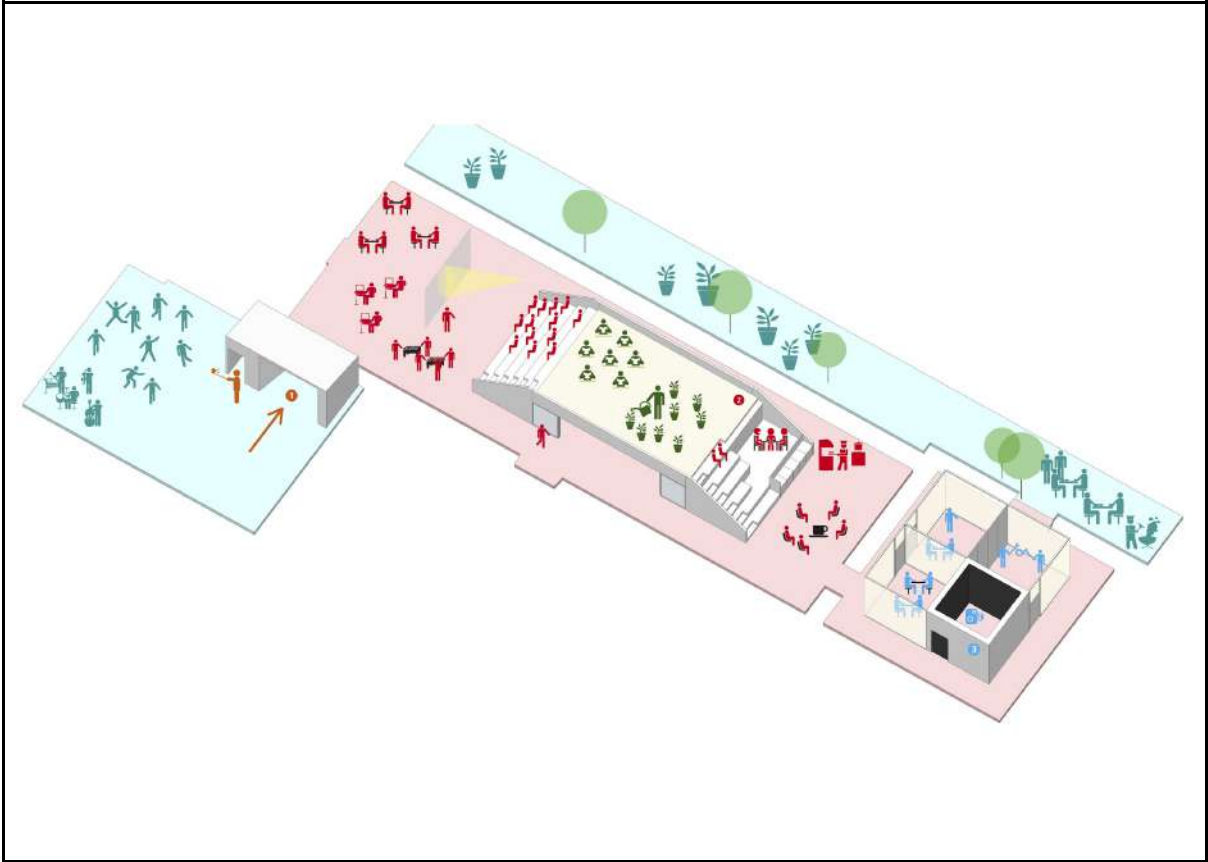
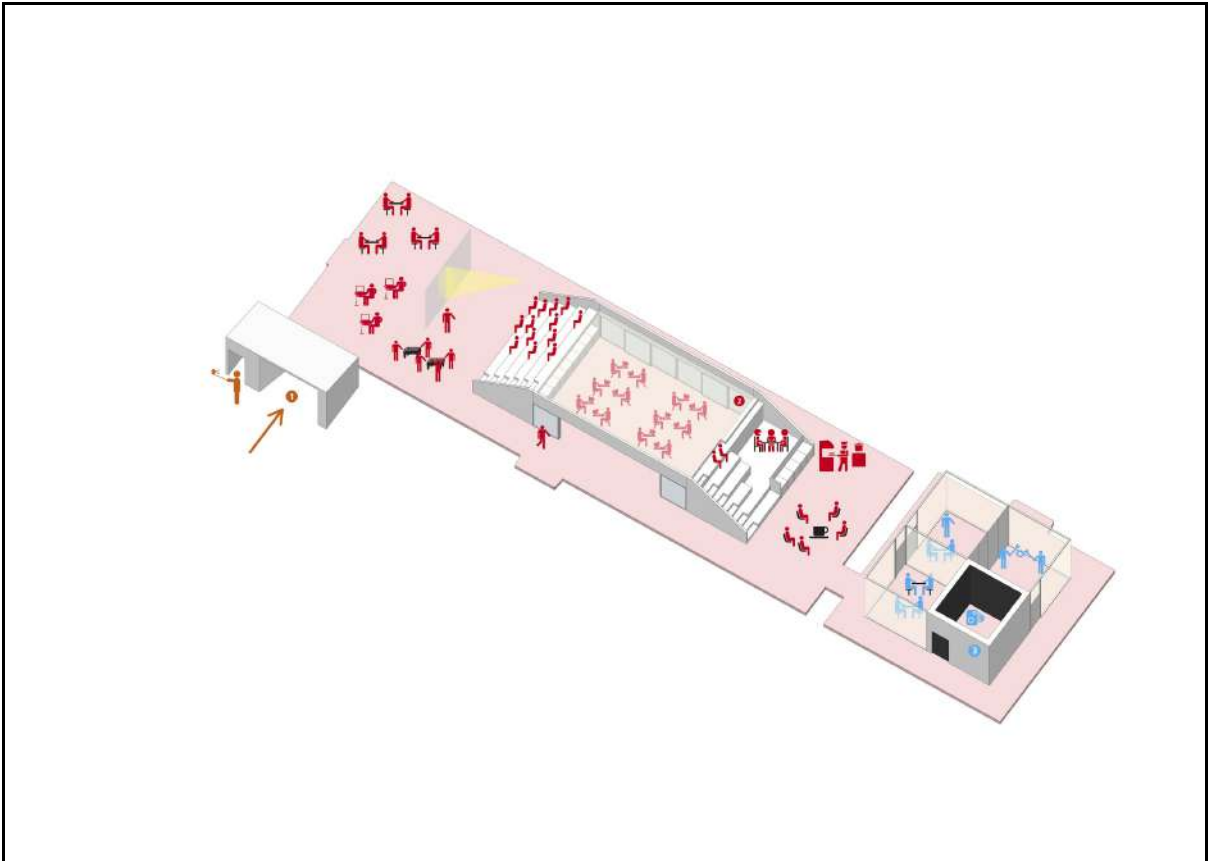


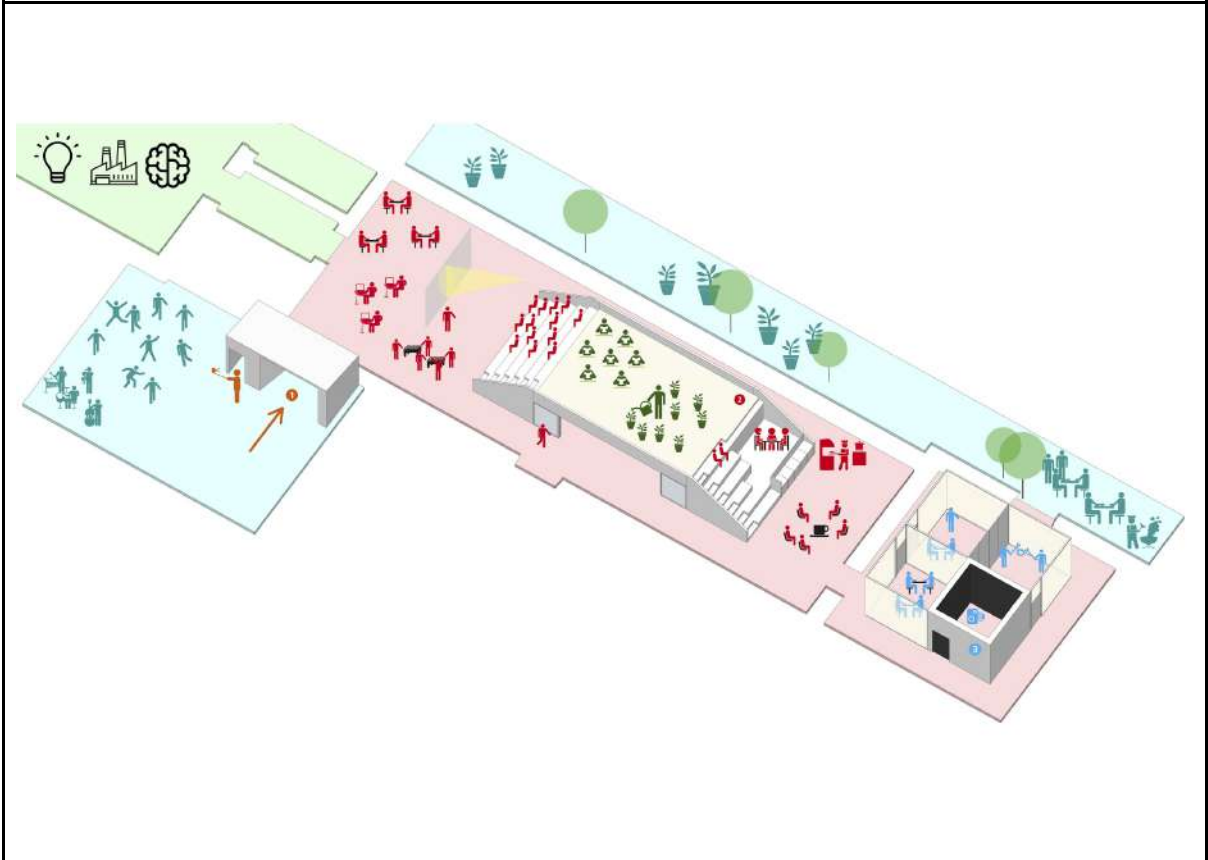
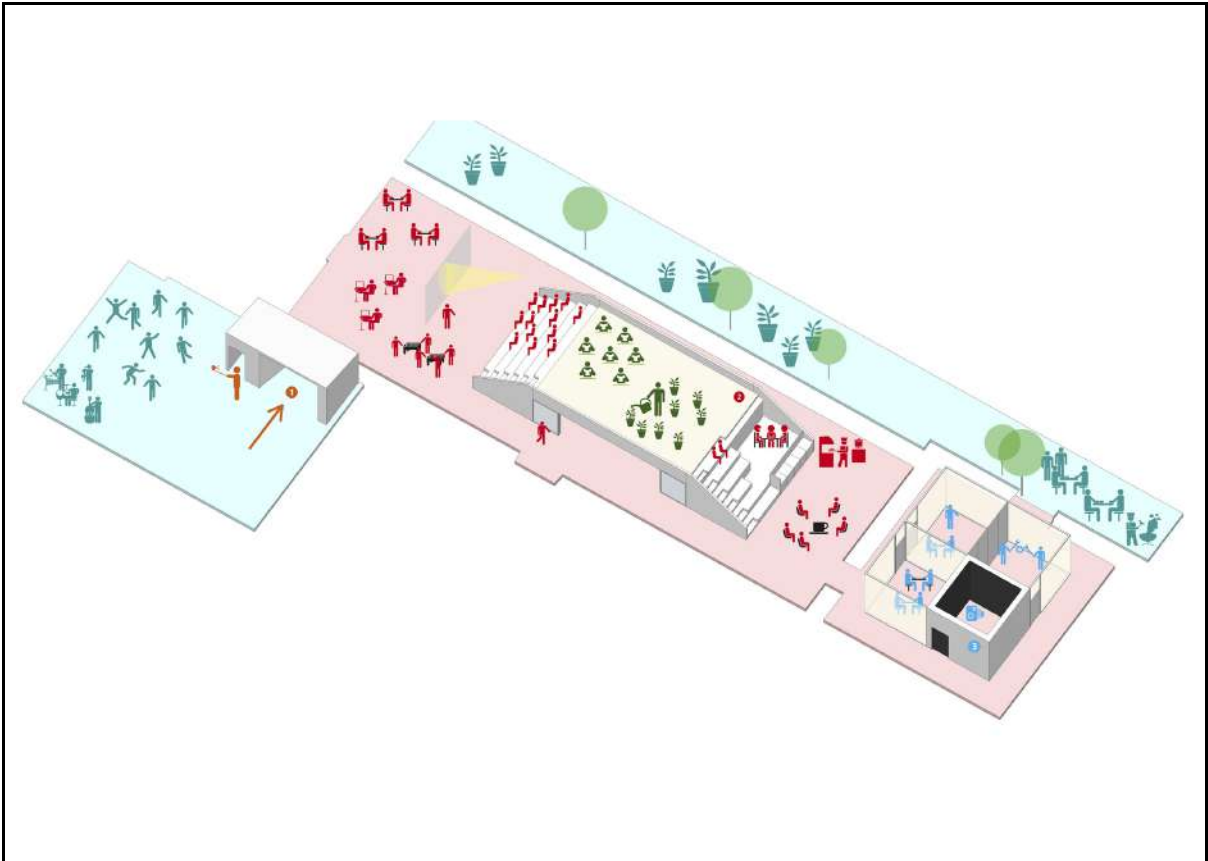


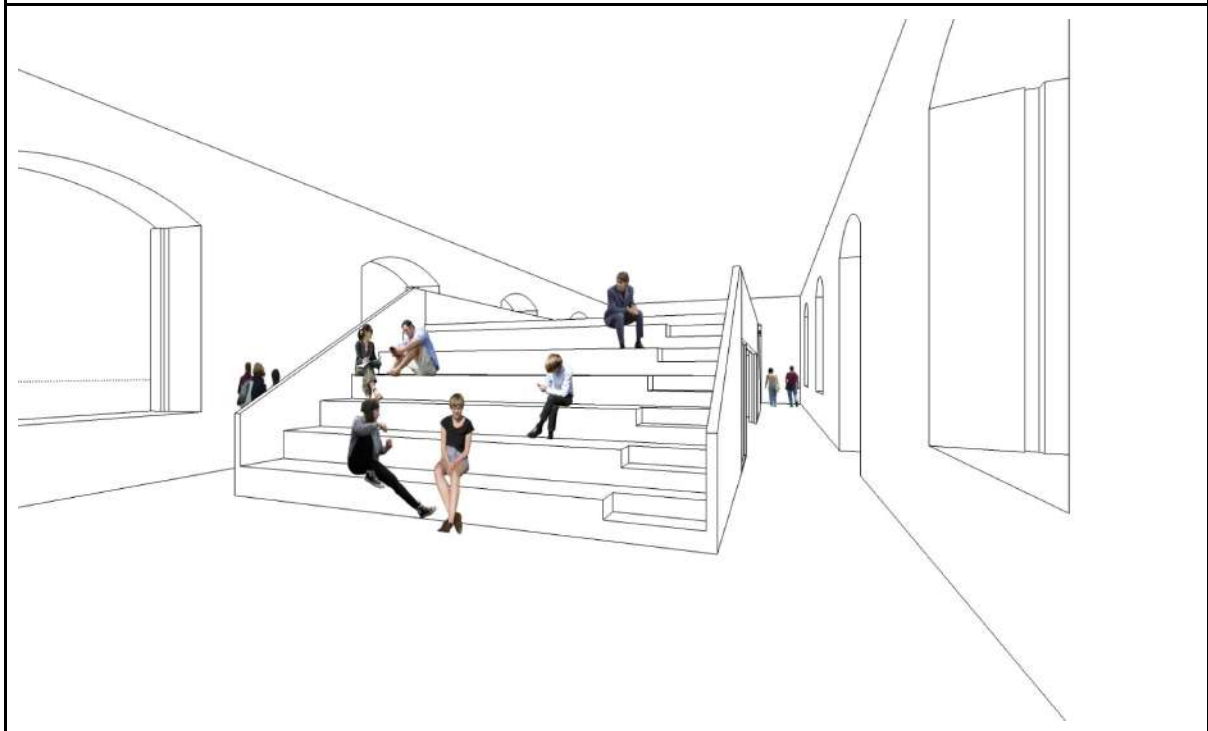
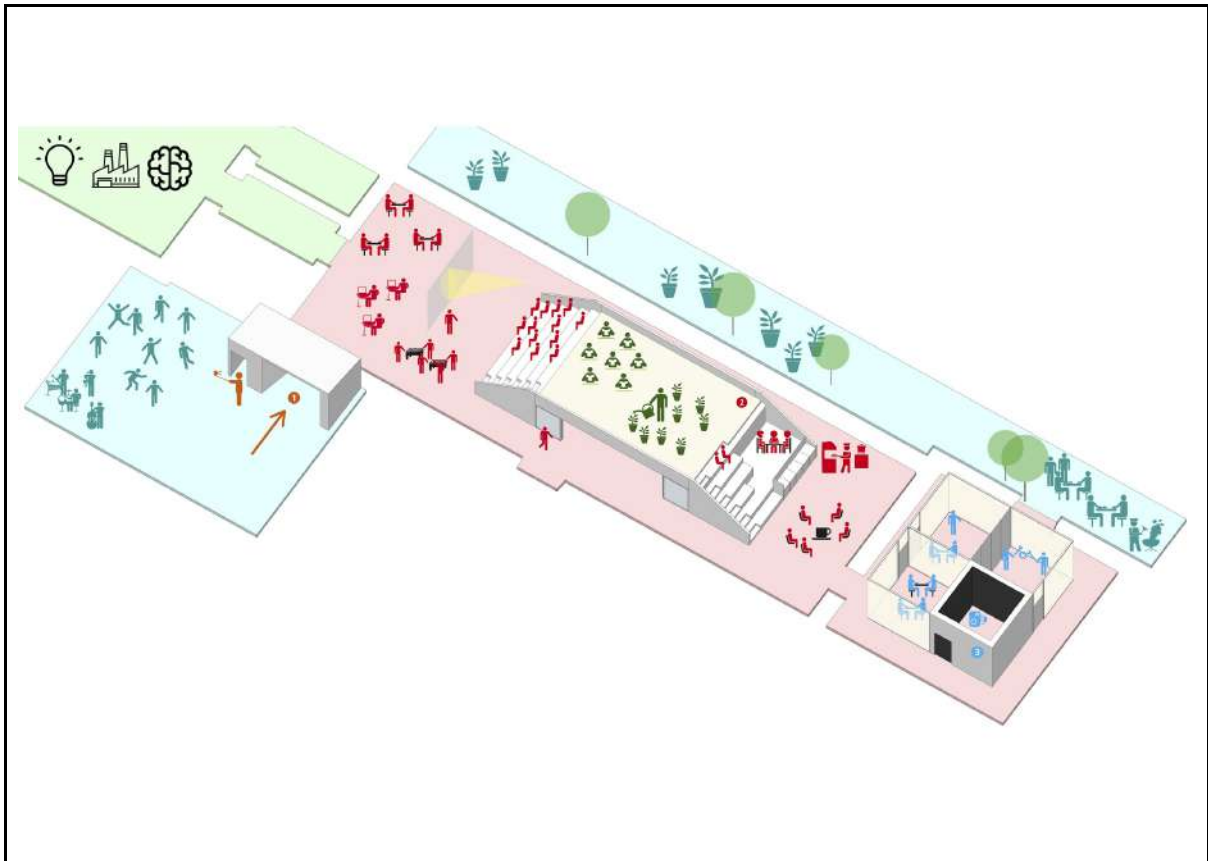


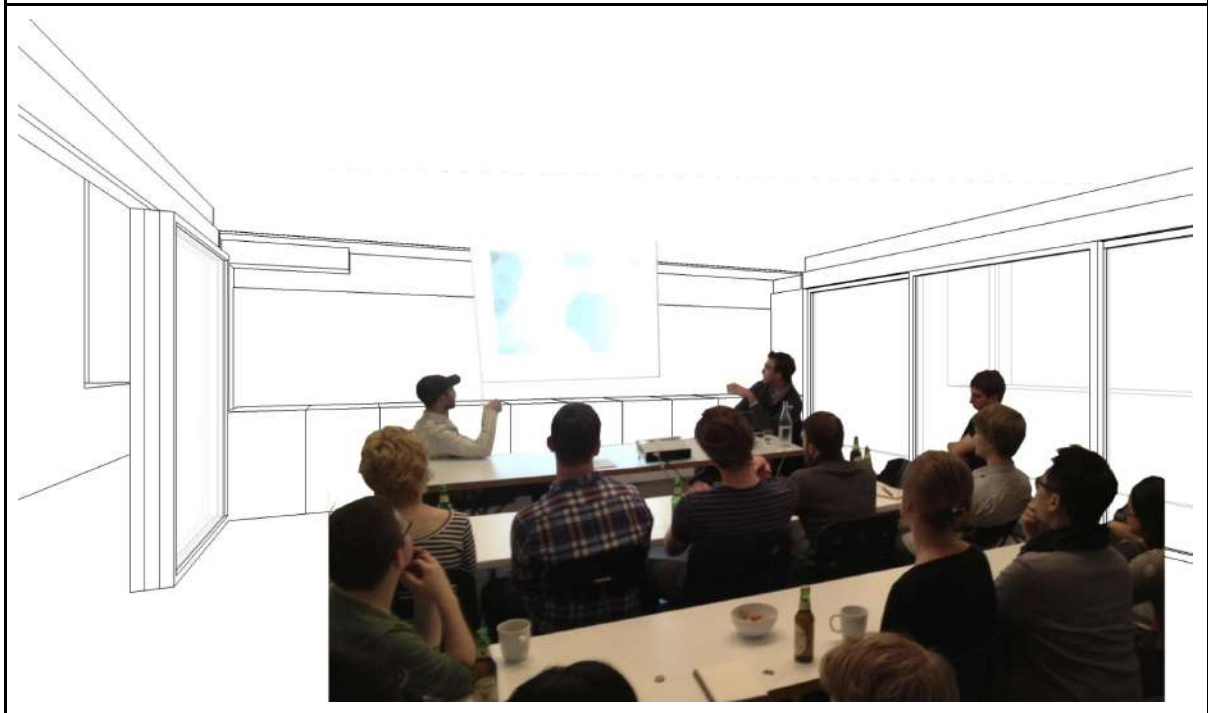














Eskerrik asko!

TGA

6. Bibliografia

Austrian Institute for SME Research (2016). *Boosting the competitiveness of cultural and creative industries for growth and jobs*. European commission. Hemendik jaso: http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=8900&

Bidegain, E., Zuberogoitia, A. eta Egaña, T. (2013). *Euskarazko tokiko hedabideen erradiografia*. Hezikom ikerketa taldea eta Tokikom elkarteak. Hemendik jaso: http://www.academia.edu/30856888/Euskarazko_tokiko_hedabideen_erradiografia

Bleyen, V.A., Lindmark, S., Ranaivoson, H. eta Ballon, P. (2014). A typology of media innovations: insights from an exploratory study. *The Journal of Media Innovations*, 1 (1), 28-51 orr.

Castro, J. eta Barrenechea, J. (2012). *Fábricas de creación: clusterización artística y cultural en Euskadi*. Moretheo Social Research and Technologies.

EIKEN (2011). *El audiovisual vasco. Análisis sectorial. Presente y futuro del audiovisual vasco*. Eiken, Mondragon Unibertsitatea, S&F.

European Union (EU) (2012). *Policy Handbook. European Agenda For Culture*. Working group of EU member states experts on cultural and creative industries.

Ingurune digitalean euskara sustatzeko batzordea, EAB (2016). *Euskarazko IKTak: gomendioak herri-aginteentzat*. Bilbo: Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia.

Gipuzkoako Foru Aldundia (2009). IKTak eta ikus-entzunezko sektoreak Gipuzkoan. Ze Berri? Focus, 20. Hemendik jaso: <http://www.erabat.net/bidasoa%5Cinformes%5CINNOVACI%C3%93N%5CEMPRESAS%5C IKT eta Ikus-entzunezko Sektorea 2009.pdf>.

Ikertalde (2017). *Impacto socioeconómico del sector de la producción cinematográfica en el País Vasco*. IBAIA. Hemendik jaso: <http://www.ibaia.org/eu/download/impacto-socioeconomico-del-sector-de-la-produccion-cinematografica-en-el-pais-vasco-ikertalde-2017/>

Kulturaren euskal behatokia (2013). *Kultura- eta sormen-industriak. Eztabaida teorikoa ikuspegi europarretik*. Gasteiz: Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia.

Kulturaren euskal behatokia (2016). *EAEko kultura-arloko enpresen, enpleguaren eta lan merkatuaren analisia*. Gasteiz: Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia.

Siadeco (2016). *Análisis del Policy Mix de las Industrias Culturales y Creativas de la CAE*. Gasteiz: Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia.

Sinnergiak Social Innovation (2013). *Gipuzkoa Creativa*. Gipuzkoako Foru Aldundia. Hemendik jaso: http://www.sinnergiak.org/wp-content/uploads/2014/06/GC.Informe.Final_es.pdf

Sinnergiak Social Innovation (2014). *Industrias Culturales y Creativas en Euskadi. Presente y futuro*. Eusko Jaurlaritza. Hemendik jaso: [www.kultura.ejgv.euskadi.eus/.../Industrias culturales creativas Euskadi 2014.pdf](http://www.kultura.ejgv.euskadi.eus/.../Industrias_culturales_creativas_Euskadi_2014.pdf)

Sinnergiak (2016). *Mapping de activos de las ICC en Euskadi. Agentes económicos y programas públicos de apoyo*. Gasteiz: Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia.

Storsul, T. eta Krumsvik, A. (2013). What is media innovation? In, T. Storsul eta A. Krumsvik (edit.). *Media Innovations. A multidisciplinary study of change*. Nordicom, 13-29 orr.

