

Primera H: Head Entender el contexto de “Bost Haurrak”

1. EXPLORAR Y ENTENDER LAS REDES DE LOS PRINCIPALES IMPLICADOS

2. DEFINIR A QUIÉN QUEREMOS IMPLICAR

2.1 REFERENTES TRANSMEDIA

2.2 HARD FANS DEL FESTIVAL

2.3 JÓVENES CREADORES

2.4 DONOSTIARRAS

3.. SOCIAL MAPPING EN REDES

3.1 REFERENTES TRANSMEDIA

3.2 HARD FANS DEL FESTIVAL

3.3 JÓVENES CREADORES

3.4 DONOSTIARRAS

4. ENTREVISTAS

4.1 COMUNICACIÓN DE TABAKALERA

4.2 FESTIVAL

4.2.1 JOSEMI DIRECTOR FESTIVAL

4.2.2 “FESTIVALEROS”

4.3 DIRECTOR DE LA FILMOTECA VASCA

B. PROCESAR Y PLANIFICAR

5. CREACIÓN DE “PERSONAS”

5.1 REFERENTES TRANSMEDIA

5.2 HARD FANS DEL FESTIVAL

5.3 JÓVENES CREADORES

5.4 DONOSTIARRAS

SEGUNDA H: HEART BEAT! MOTIVANDO PARA LA PARTICIPACIÓN

6. ESTRATEGIA DE ACCIONES SOCIAL

6.1 PROPUESTAS

6.2 ADAPTACIÓN DE GUIÓN A LA PARTICIPACIÓN

TERCERA H: HANDS ON

7. PUESTA EN PRÁCTICA PARA EL FESTIVAL

REFLEXIONA-REFINA Y APRENDE

8. LECCIONES APRENDIDAS, RETOS PARA EL FUTURO

1) EXPLORANDO TERRITORIO SOCIAL

- <http://www.facebook.com/beldurrezko.astea>
- <http://www.donostiakultura.com/terror/2012>
- <http://www.tranxlan.eu/espanol/esta-pasando>
- <http://www.tabakalera.eu/>
- <http://www.facebook.com/nekrogune>

2) MAPA SOCIAL

REFERENTES TRANSMEDIA

- la gran característica y la novedad del proyecto es que el proceso y el final del producto será transmedia. Como es algo novedoso y experimental, hemos pensado que puede ser interesante entre la gente que investiga el transmedia sepan de este proyecto. Existe mucha gente interesada en el transmedia (profesores, investigadores, comunicadores, etc.) en todo el mundo. Por ello, creemos que es importante dar a conocer mediante las redes sociales.
- Existen en twitter cuentas que generan informaciones, reflexiones, opiniones y son líderes de opinión entre la gente. Por eso hemos pensado contar el proyecto a ellos. Estas personas o grupos no han de ser obligatoriamente de Donostia, País Vasco o España. Son referentes en el mundo transmedia y lo que les vamos a contar será el proyecto, no el juego en sí. No queremos que interactúen en el juego físicamente (no podrán seguramente), ni que estén o vengan al festival pero sí que sepan que hemos hecho un proyecto totalmente experimental entre mucha gente multidisciplinar con ganas de aprender. Tenemos las direcciones de 90 mas o menos.

CREADORES LOCALES

- El proyecto se transcurre en Donostia, País Vasco, por lo que nuestros seguidores pueden ser gente no especialmente fans del festival pero que pueden serlo. Para eso, nuestro regimiento de posibles fans pueden ser creadores, artistas, periodistas, líderes de opinión, etc. Todo ello, a nivel local; Donostia, Gipuzkoa y también el País Vasco. Para crear el grupo hemos hecho bastante hincapié en gente que habla euskera, para que, la comunidad euskaldun del twitter y facebook no se olvide de este proyecto y que valga para que el transmedia se expanda en la red mediante la lengua vasca.
- QUE: buscar creadores y líderes locales de interés social para que nuestro proyecto llegue a más gente posible.
- QUIEN: hemos creado una lista provisional de gente que más o menos le pueda interesar el proyecto y pueda difundir por la red. Por otro lado nos ha parecido

interesante e importante encontrar a líderes de opinión vasca. Con todo ello, el perfil más buscado ha sido el de periodistas, comunicadores, escuelas de cine, universidades, entidades o instituciones relacionados con la comunicación, estudiantes, creadores, informáticos, ... Nuestra búsqueda ha sido básicamente individualista, pero también hemos anotado grupos, instituciones, entidades, sociedades, ... (*ver lista completa en el social mapping*)

- CUANDO: no sabemos exactamente cuando es la hora punta en que se conectan o interactúan en las redes sociales. Normalmente, y por regla general, los usuarios se conectan a diferentes redes por las mañanas a primera hora, las tardes y tarde-noche. Por lo que la actividad es mayor en estos momentos y nuestro trabajo en las redes debe de ser complementaria y adecuada a esta franja horaria.
- DONDE: entre los creadores sociales, básicamente todos están en diferentes redes sociales. No solamente se encuentran en uno. Nosotros solamente hemos investigado en Twitter y Facebook. Estas redes sociales son las más influyentes y las más usadas por el público en general, por lo que el tráfico es importante. Por un lado, eso nos hace pensar que nuestro trabajo será muy importante en dichas herramientas ya que nuestro target está ahí. Además, son muy activos y les tenemos que dar contenido interesante, no aburrirlos y ser constantes. Ellos serán exigentes.
- PORQUE: muchos de los perfiles son líderes de opinión y generan mucha información en la red, por lo que esto es un factor a nuestro lado. Los debemos de cuidar, dar contenido, responderles a las preguntas que tengan, etc. Entonces ellos pueden convertirse en nuestros cómplices y dar a conocer nuestro producto.

HARD FUNS DEL FESTIVAL DE CINE DE TERROR DE DONOSTIA

- Existe una comunidad forjada desde tiempo del festival de terror, por lo que esta gente es interesante para dar a conocer el proyecto. Además ellos pueden ser las personas que más se hagan partícipe del juego. Por lo que hemos podido saber, los fans habituales al festival son bastante escépticos en cuanto a la participación, interactividad y más en nuevas tecnologías. Pero al contrario, hemos conocido a un público potencialmente joven que ha comenzado a conocer el festival (hace pocos años) pero con participaciones en el jurado de jóvenes con muchas ganas. Por eso, nuestra labor será llegar a dicho público y que ellos se integren y participen.
- QUE: encontrar a los festivaleros de toda la vida cada uno con su perfil diferente. Entre ellos puede haber escépticos con las nuevas tecnologías, arriesgados, exhibicionistas, participativos, etc.
- por otro lado, encontrar a jóvenes “promesas”, que seguramente sean más habilidosos con las tecnologías, con ganas de participar en el proyecto, entusiastas, curiosos, etc. Además vamos a poner un incentivo o una motivación

que serán diferentes premios (entradas para las pelis, ser uno de los integrantes del jurado, ...)

- QUIEN: nuestro rastreo se ha hecho en las principales redes sociales como twitter y facebook. Nos hemos encontrado con bastantes seguidores. En twitter por ejemplo (@horrorfestival) tiene a día de hoy (13 septiembre) 1244 seguidores. En facebook en cambio 976. Hay perfiles de todos los gustos pero los que más interactúan son jóvenes.
- CUANDO: las herramientas que hemos utilizado nos han podido detectar que en bastantes días la hora punta de los tweet ha sido sobre la una de madrugada. Eso nos hace pensar que el lugar de encuentro online es sobre la noche. Por lo que entonces, el misterio de la noche, la oscuridad, el miedo, ... es el espacio más preferido (tanto para el festival y para las redes sociales).
- DONDE: los fans de toda la vida del festival hemos podido saber que se encuentran más en offline que online. Pero por ello no debemos de descuidar la línea online, ya que los jóvenes se encuentran ahí.
- PORQUE: es el target más importante a priori. Fanáticos de este tipo de cine, son escépticos a este tipo de proyectos digitales. Son personas analogicas pero dentro de estos hay excepciones que les gusta participar, interactuar, ... A algunos solo les gusta interactuar en la sala de cine pero otros pueden llegar a participar de una manera más digital y así llegar que funcione el proyecto.

2. ORGANIZAR ENTREVISTAS: Desde social pedimos tener acceso a personas vinculadas a distintas instituciones. Josean de Gugan y Arantza de Tabakalera gestiona la producción de todas estas entrevistas. El Grupo de social prepara las entrevistas para conocer a través de ellas a distintos sectores de nuestra audiencia y grupos de participantes objetivos.

3. SOCIAL MAPPING

NO- FESTIVALEROS

Jóvenes creadores

- @josebacasasola , @aitorarregi , @arkaitzsukuntza , @alconeroproducc , @cinefaga , @ikapero , @benatflores , @xabierortiz , @ojuaristi , @mikeldominguez , @liherpc , @escivi , al_lopez_photo , @kun_aguado , @ketekoinko , @La_Solete , @bujanson , @imanolh9 , @kalvo28 , @escuelacinepv , @rondajimenezroa , @troka28 , @anabellacf , @diegokataryniuk , @aaron_camara , @lidetxu , @zasi_90 ,

@markelgoiko , @endikasutura , @jaiocarp , @cristinoto , @ametsenmunduan ,
@lorealava , @julieneta , @xabiibarguren , @aitzol5 , @spidirt , @txiki03 ,
@josunevillate , @nahikariari , @noteduermmas , @x_i_z ,

Creadores experimentados

- @patxiko , @jmochon , @maideroleaga , @iurretelleria , @juantxosardon ,
@gorkapalazio , @aitorarregi

Transmedia mundial

- @Noel_victor_vc ,
- Referentes
<https://twitter.com/tabakalera/>
<https://twitter.com/gamelab>
<http://www.christydena.com/>
<https://twitter.com/gmdclark>
<http://www.yousuckattransmedia.com/>
<http://transmediale.wordpress.com/2012/04/20/transmediale-si-mangia/>
<http://www.christydena.com/online-essays/worldwideargs1/>
<http://www.christydena.com/online-essays/arg-stats/>
<https://twitter.com/TransmediaReady>
<https://twitter.com/ifpfilm>
<https://twitter.com/powertothepixel>
https://twitter.com/Jeff_Gomez
<https://twitter.com/TEDxTransmedia>
<https://twitter.com/TransmediaEurop>
<https://twitter.com/transmedialab>
<https://twitter.com/ianginn>
<https://twitter.com/TribecaFilmFest>
<https://twitter.com/TribecaFilmIns>
<https://twitter.com/argworld>
<https://twitter.com/transmediala>
<https://twitter.com/transmediahwood>
<https://twitter.com/filmutea/>
<https://twitter.com/Utransmedia/>
https://twitter.com/ltminds_esp/
https://twitter.com/Jeff_Gomez/
<https://twitter.com/gmdclark/>
<https://twitter.com/creatorup>
<https://twitter.com/creatorup>
<https://twitter.com/cscolari>
<https://twitter.com/robpratten>
<https://twitter.com/christydena>
<https://twitter.com/TEDxTransmedia/>
<https://twitter.com/hankblumenthal>
<https://twitter.com/TransmediaReady>
<https://twitter.com/transmedialab>
<https://twitter.com/carlostgardon>
<https://twitter.com/filmutea>

<https://twitter.com/Sponsume>
https://twitter.com/EI_Cosmonauta
<https://twitter.com/BccNfestival>
<https://twitter.com/BccNfestival>
<https://twitter.com/cscolari/>
<https://twitter.com/toniroigtelo>
<https://twitter.com/andrhia>
<https://twitter.com/fernandocarrion>
<https://twitter.com/HASTAC>
<https://twitter.com/cececebe>
<https://twitter.com/medialabprado>
<https://twitter.com/zemos98>
<https://twitter.com/CCCBLab>
<https://twitter.com/tognazzi/>
<https://twitter.com/gendigital>
<https://twitter.com/GinaTost>
<https://twitter.com/dreig>
https://twitter.com/Manuel_Huerta
<https://twitter.com/carlosgtardon>
<https://twitter.com/jordisn>
<https://twitter.com/RiotCinema/>
<https://twitter.com/transmediabroad>
<https://twitter.com/futurecinema>
<https://twitter.com/HablemosDeCine>
<https://twitter.com/henryjenkins>
<https://twitter.com/shericandler/>
<https://twitter.com/alexleavitt/>
https://twitter.com/scott_walker
<https://twitter.com/pacogonzalez/following>
<https://twitter.com/bzzzbip>
<https://twitter.com/powertothepixel>
<https://twitter.com/ivanovitch>
<https://twitter.com/manovich>
<https://twitter.com/mediacommons>
<https://twitter.com/pedrojimenez>
<https://twitter.com/abrelatas>
<https://twitter.com/andrhia>
<https://twitter.com/henryjenkins>
<https://twitter.com/GiraJenkinsMAD>
https://twitter.com/digital_mas
<https://twitter.com/fernandocarrion>
<https://twitter.com/storycentral>
<https://twitter.com/yerblues>
<https://twitter.com/TransmediaSF>
https://twitter.com/Transmedia_live
<https://twitter.com/USCAnnenberg>
<https://twitter.com/jeffrodrig>
https://twitter.com/Story_Labs
<https://twitter.com/storycentral>
<https://twitter.com/KHenthuziasm>
<https://twitter.com/webdocumentaire>

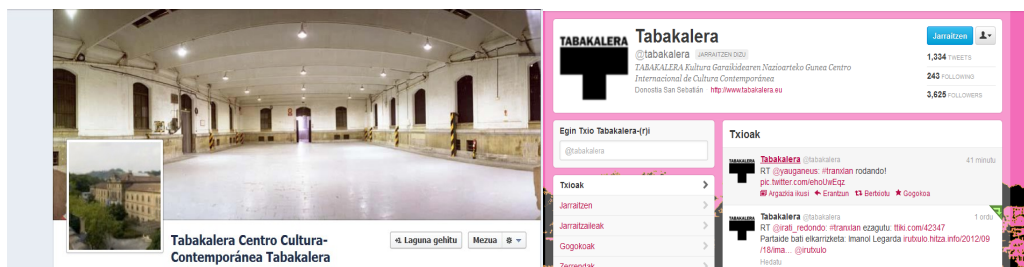
<http://www.facebook.com/projectefondaria>
<http://colapsofilm.com/Locales> > *Padres/ niños*

No-locales > influencia en las redes sociales

@iturri , @joxe , @teketen , @ @inakilarra , @zerdionk , @xabidoncek , @mikelpagadi , @jonurbieta , @unaifigueroa , @xabildua , @jonelarranaga , @imbeizama , @haritz,

4. ENTREVISTAS

LARRAITZ MENDIZURI (COMUNICACIÓN TABAKALERA)



- AL principio Tabakalera no tenían Fb, Vimeo, Twitter, etc.
- Hoy el twitter y hastags funcionan muy bien. Vimeo: Los últimos meses se dialoga y debate más y hay más conversación online, hay más visitas y les sigue un gran número de gente muy activa en diversos campos.
- Tenían un perfil de fb de persona, cerrado. Como a muchas organizaciones llegó a su tope de amigos (5.000 amigos) muy rápido y tuvieron que hacer una página de fans.

- Cuando hicieron el cambio la única opción era decir a la gente en mensaje directo, “Por favor siguenos en la nueva página”. Hay gente que lo hizo y gente que no. Tienen 408.
- Como institución les funciona mejor el twitter que facebook para dialogar o debatir temas. Llegas a gente que través de fb no llegas (rt, hagstags, etc). Twitter destaca hoy por tener más y mejor conversación.

Twitter: Crear hastah y lista. Ver si alguien del grupo puede tuitear desde Tabakalera o lo hacen ellos mismos retuiteando, etc. Nos pueden dar el acceso a la cuenta y contarlos nosotros.

Opcion: Se podria contar desde la cuenta del festival también? Hablar también con Donostia Kultura. (Mikel Iturri). Hablar con el.

- Para Tabakalera es importante llegar a la comunidad euskaldun (usar el euskera en las conversaciones), pero tampoco querían hiperlocalizarse ahí. Twitean preferentemente en euskera pero usan el inglés y castellano según los participantes de las actividades. A veces frances. Dependiendo del proyecto que utiliza su cuenta, se usan otros idiomas. Este es un debate que mantienen internamente: Uso de los idiomas. Es contraria a los perfiles dobles (euskera/castellano). Normalmente la conversación es en castellano. Creen que las comunidades no se crean únicamente en función de la lengua, sino del tema.

Sobre nuestra conversación del proyecto tranxlan: tabakalera puede retuitear. Tabakalera no retuitea todo en este momento por ello nos dan acceso a sus claves para usar el perfil con objeto del proyecto Tranxlan.

Nuestra propuesta: grupo transmedia en inglés. Grupo de creadores y comunidad del festival, bilingüe, apoyado por los propios participantes que intervienen en su lengua.

El texto básico lo hacen en varios idiomas. Tiene que haber guiños al euskera aunque se desarrolle en castellano. La comunidad es sensible en este tema, y más cuando se habla en nombre de un institución.

- Apuestan por hacer una sola cuenta para contar el proyecto y contarlos por ahí. Caso “Summer of labs”: optaron por hablar a través de tabakalera en vez de crear un perfil nuevo.

Hay que planificar con el perfil de John K (si estará él solo, si tendrá ayudantes...aún no se sabe). Se creará un perfil de ficción de john k. cuando llame a la ayuda llamará en diferentes idiomas.

Aspectos de traducción: Que en el fb de john K la gente lo pueda traducir. al Ingles / castellano/ euskera

También se puede usar un plugin de traducción automática en las distintas plataformas

-En Twitter habrá que buscar actores que puedan contar el proyecto en diferentes idiomas.

Perfil de John K. Decidir en qué idioma escribe.

Llamadas a la acción de forma diferenciada a cuando cuenta la historia.

- Tienen listas de gente en la base de datos de contactos pero no en twitter. Ls usan para hacerles llegar convocatorias específicas. Se puede crear una lista para el proyecto tranxlan.
- Explorando comunidades de jóvenes creadores se señaló al bachillerato artístico Usandizaga/Peñaflorida. También se hizo referencia a su lista de jóvenes artistas tb tienen algo en la base de datos.
- Otros líderes de opinión: Aritz Rodriguez (transistoria). Teketen. Luistxo, Iñako. Mendikute. Sustatuko jendea. Oier aranzabal. Maite goñi. Joxe arantzabal. Beñat irasuegi. Lontzo. Lander rbelaitz. Gorka bereziartua. Kaxilda. Imanol epelde. Astra Gernika. Irizar (Topguneko zuzendaria).

- Presentar con el equipo de juego algo interactivo para las pistas del juego (opción). Que diseñen algo sencillo, símbolos, etc.
- SCRATCH. Los niños hablaran en euskera (8-10 años). Hablar con ellos.
- Propuesta: Crear avatares de los personajes y dárselos a los niños para que creen la historia. Que creen minificciones .

26-27-28 Festival Cine SS. Encuentro de estudiantes de cine. Concurso internacional de escuelas de cine que presentan cortos. Se seleccionan una docena de cortos. Dia 1 masterclass. Otros días se proyectan todos los cortos. Durante los 2 días de proyecciones hay invitados que cuentan sus experiencias a los estudiantes. Se les podría plantear que alguien del proyecto se metiera ahí (John K por ejemplo).

ESCUELAS QUE HAN PARTICIPADO EN EL ENCUENTRO INTERNACIONAL DEL FESTI,
Ellos pueden ser los realizadores del streaming.

Par activar a los jóvenes creadores. Grabación en streaming de un escena a tiempo real via los grupos de google +.

Documentacion de la parte de Social en la Wiki de Tabakalera.

Imendizuri@tabakalera.eu

larraitzmendizuri@gmail.com

JOSEMI

Programación : Alguna película especialmente Gamberra?

- Avance de Largometrajes: **Sinister, The ABCs of Death, Blood-C. The Last Dark, Cockneys vs Zombies, Dead Sushi, Grabbers e Insensibles**, entre otras, en la programación de este año. <http://www.donostiakultura.com/terror/2012/>
- 100 aniversario del Teatro Victoria Eugenia, 100 aniversario de la muerte de Bram Stoker, 100 aniversario de la Universal.
- 2. PELÍCULAS DRÁCULA en el Centro Cultural Okendo. Las que se proyectarán:
 - 30/10 - Drácula (George Melford, 1931) VO Castellano
 - 31/10 - La Mansión de Drácula / House of Dracula (Erle C. Kenton, 1945) VOSE
 - 02/11 - Drácula (John Badham, 1979) VOSE

Posibilidad de usar sus redes sociales?

- Nos pueden retuitear y postear en el facebook.
- Ofrecen a alguien de Tranxlan a que sea community manager de prácticas para el Festival

Otros actos de promoción?

- 3. RUEDA DE PRENSA ACTIVIDADES NEKROGUNE. Hemos pre-reservado el 11 de octubre a las 11 de la mañana.

Hablanos de cómo el público vive la semana del Festival?

- Hay gente que viene de toda España.
- Los asiduos, vienen cada año, se compran el abono
- Hay nuevos públicos
- Goticos, fans de los vampiros, los zombies, la serie B, la Hammer

Hay algún grupo de discusión?

- No, la gente interactúa durante la semana pero no hay espacios de debate abiertos durante el año

Nos ayudas a identificar a los usuarios con más liderazgo

- Podemos mirar en el FB del Festival y también en el Master of Doom de Nekrogune del año pasado: Imanol Murguiondo, Carlos Plaza, Pablo,

Experiencias de participación en el festival

- El lleva dos años en el festival. El festival se ha ido moderando. Ha tenido épocas muy gamberras.
- La gente en el principal interactúa con las películas. Reconoce escenas y tienen gags internos

Las sedes

- Kursaal: Se hizo el festival de terror allí, en una edición anterior pero quedaba muy serio y volvieron al Principal
- Teatro Principal, Teatro Victoria Eugenia, Centro Cultural Okendo, Sala de Actividades de la Biblioteca Municipal (esto es la cripta), Cines Príncipe, FNAC (donde también habrá una expo),
- lo que se sume de vuestras actividades Tranxlan

ELIA MILLAN (EX JURADO JÓVEN)

eliamillan123@gmail.com

- Participó hace dos años como Jurado Joven del Festival de Cine de Terror. Cree que entre el Jurado Joven podremos encontrar unas 10 personas (son unas 60 en total) que participen en las acciones que vayamos proponiendo.
- Relativo al Festival, no se esperaba que tuviera tanta presencia y se le diera tanta relevancia al Jurado Joven, más que en el Festival de Cine (entregan premios junto al Jurado oficial, etc). El Jurado Joven solo “trabaja” un día en el Festival, en el que ven únicamente cortos (viernes, 4 horas, no se hace pesado). Son pases únicos para el Jurado Joven. A parte hay gente en el jurado que va a ver películas por su cuenta también (les regalan pases para ver películas).
- En el Jurado Joven hay muchos estudiantes (pueden combinar estudios y asistencia al festival) y, entre ellos, de la gente que trabaja, hay mucha gente del sector audiovisual.
- Entrar al Jurado Joven es cada vez más difícil, hay mucha demanda, y el boca a boca funciona mucho y muy bien. En su opinión, si como premio ofrecemos el poder entrar a formar parte del Jurado Joven, sería un buen gancho.
- El año pasado el Festival tuvo un gran boom (carteles por todas partes, diferentes acciones y eventos...). Hasta entonces no tenía apenas presencia en la ciudad (solo porque se veía a Alaska y Mario Vaquerizo por la ciudad y en el Teatro Principal se colocaban objetos referentes al Festival de Terror).
- La gente del Jurado Joven si que usa las redes sociales como Facebook y Twitter pero de forma personal, pero cree que si se vieran integrados en la dinámica del juego tendrían una actitud positiva hacia el juego y participarían.
- Referentes: Iñaki Castro Garbizu, marcas que gustan mucho (Viva la vida, Muted). Estas marcas ya estuvieron enganchadas al Festival de Terror el año pasado.
- Hay mucha gente que publica fotos en las redes sociales, cuando está en un momento que le gusta. Problema: No muchos tienen teléfonos móviles lo suficientemente avanzados como para hacer un “streaming”, y también está el problema de que se animen a participar. A la gente le engancha más cosas tipo “Master of Doom” que “concursos” por redes sociales que no sean Facebook o Twitter. un así cree que unas 15 personas de entre todo el jurado joven ya se animaría a hacerlo y que no tendríamos problema por eso.

CARLOS MINONDO

Festivalero de siempre



- Mucho gamberreo escondidos bajo el anonimato de la sala oscura.
- Se comentan las películas entendido como aquellos “bromas y gags internos” compartidos por los fans.
- La semana consume mucho tiempo, por lo tanto, las actividades deben integrarse con su lógica
- Los fans participan a su manera. “No són obedientes”
- Las actividades de pensar o el uso intenso de nuevas tecnologías no concuerdan mucho con el público de la semana (referente a la actividad de puzzle)
- No usar el móvil como elemento de abucheo o participación mientras se proyecta la película
- Si pueden usar el móvil entre película y película pero no van a estar muy atentos porque prefieren ir al bar a tomar una cerveza
- Los fans suelen tener mucha cultura popular pero pueden tener gustos y conocimientos muy especializados en un tema
- Se conocen escenas y gags de memoria
- La semana de cine de terror és más tranquila ahora
- Han vivido momentos epicos
- Reconoce que hay los sospechosos habituales pero también nuevo público:
<http://www.youtube.com/watch?v=CXSJ1FzmPTA>
- Referencia a Rebordinos, su antiguo director como cita obligada
- Nos recomienda que pidamos material fotográfico y gráfico en Donostia Kultura

PABLO

- Asiste al festival desde hace años. Todos le reconocen en sus intervenciones. Ganó el Master of Doom el año pasado. del festival. Canta en un grupo y su voz e intervenciones son reconocidas por el resto de habituales del principal.
- No les gusta aquello que sea muy institucional pero es muy activo en el marco de la semana. Se brinda a ayudarnos por correo electrónico para tema de películas o gags pero no se siente cómodo con que le entrevistamos en nuestro espacio de trabajo en St. Telmo.



ZIGOR ETXEBESTE

- Master of doom 2011: No eran los de siempre. Había festivaleros de los de siempre pero también gente a la que no conocía.
- Hay un nuevo público.
- Redes sociales: él está, pero solo en facebook, no tiene twitter. La gente usa las redes sociales pero no para nada del terror, más personal. No hay un grupo que se mantenga la conversación fuera del festival.
- Gente que se conoce pero sólo de las películas, del festival, a lo largo del año no se vuelven a ver. En todo caso, hay pequeños subgrupos de amigos que si mantienen contacto fuera de la semana de Terror.
- Grupo: los de la fila de atrás o la butaca(no se acuerda del nombre, buscarlo!) (le dieron premio a rebordinos el año pasado)
- El conoce a los clásicos de la semana de cine de Terror, Se reconocen entorno a la figura de Rebordinos.
- Nos recomienda un gag con Josemi y Rebordinos
- Hay gente muy asidua que viene de otros sitios (valladolid, madrid, salamanca....)
- Puede contactar con los de valladolid.
- Mucha gente del fancine (comics). Música: gótica, mucha gente de ese estilo, al menos que tienen pinta gótica. Gente que le gusta porno también hay.
- El hace tiempo que no hace cola para entradas.
- En las acciones en el principal habrá abucheos, gritos, etc, según su opinión. A la gente le gusta participar sin que se le note, desde el anonimato, sin salir a primera fila.
- No todo vale. hay un registro y un momento que hay que respetar. Conocimiento tácito.
- La gente se puede sentir más identificada si ha estado siguiendo el juego anterior. Aunque no cree que la gente del festival participe y juegue
- No cree que a la gente le moleste que sea algo vinculado a la semana de terror.
- La gente que va al festival, el público potencial, que sepa que el festival va a ser algo diferente. Habra mucha gente que llegue y no sepa que hay algo diferente. Si hay una forma de integrar a ese público con algo más, algo diferente, no tiene por qué salir mal.
- Se ofrece a intentar hacer algo en la radio (viernes por la mañana). También intentar convencer a los de la radio para lanzar alguna cosa y hablar de “bost Haurrak”.

- Puede ayudarnos contactando con la gente de fuera, y que sea el boca a boca.

BEGOÑA DEL TESO

Crítica de cine, Cronista del Festival del Terror en prensa. Asidua al Festival, no la hemos podido entrevistar porque ella no quiere ser entrevistada.

JOXEAN FERNÁNDEZ (DIRECTOR DE LA FILMOTECA VASCA)

¿le parece cara la cultura? compara con la ignorancia

El objetivo principal de la Filmoteca a corto plazo es el de poder habilitar el archivo. Este archivo está constituido por los creadores vascos.

En estos momentos no tienen un espacio físico para poder ofertar todo lo que ellos pretenden en un futuro. Por el momento el trabajo que ellos están haciendo es el de investigación, recepción, documentación y recuperación del material.

En un futuro, la Filmoteca se incorporara a Tabakalera y. ahí empezarán con otras actividades. Mientras que Tabakalera se interesará más en creaciones digitales, audiovisuales, etc. la Filmoteca tratará de difundir estos materiales (los ya creados anteriormente y los que se crearán). Entre los dos formarán un núcleo en que por un lado se crearán los productos audiovisuales, se difundirán al público (mediante ciclos de cine, programaciones, etc.)

Uno de los proyectos en que colabora la Filmoteca es el de Kimuak (promocionar y distribuir los cortometrajes vascos a nivel internacional). Seguirán en este proyecto ya que muchos directores vascos, ahora conocidos nacional o internacionalmente, empezaron haciendo sus cortometrajes aquí y ahora siguen en largometrajes.

Por ahora no tienen mucha relevancia en las redes sociales. Únicamente tienen Facebook y lo utilizan como altavoz para dar noticias (sobre ellos o sobre eventos, directores vascos, ...). No interactúan mucho con los seguidores, no crean debates, etc.

En Facebook aparecen como página y no como perfil. Por eso no tienen amigos, sino fans o personas que les gusta la página. En total tienen 210 seguidores.



Como se puede ver aquí, la Filmoteca usa su página de Facebook para dar información, dar a conocer archivos de épocas diferentes, etc. Es decir, lo utiliza como una ventana más para informar a la gente de trabajo y el trabajo de creadores vascos.

Por comparar con otra filmoteca y saber cómo utiliza las redes sociales, hemos investigado la de Catalunya. En este caso, también es una página de Facebook (además tiene cuentas en twitter, blogger, flickr, issuu, youtube). Pero en cantidad de seguidores, la de Catalunya tiene muchos más; 3745.

Eso sí, en cuanto al contenido, hay que decir que este Facebook también está usado básicamente como altavoz. Apenas crea debate y la gente interactúa. Hay opiniones, sí pero son comentarios aislados.



5. CREACIÓN DE “PERSONAS”

5.1 REFERENTES TRANSMEDIA

- NUESTRO HERNY JENKIS PARTICULAR

5.2 HARD FANS DEL FESTIVAL

- **Fans de la semana de Cine de Terror de Donostia** (pocos exhibicionistas, la mayoría les gusta la oscuridad de la sala para hacerse notar).

La mayoría son “análogos excéntricos” y muy fans del terror. Asiduos desde años, se conocen entre ellos e interactúan mediante gritos y gamberradas en la sala. Saben de los gritos y las frases de cada uno, es decir, conocen quién dice cada cosa.

Suelen interactuar en la sala con objetos que se les facilita (kit de fiesta; globos, confeti) y/o comentando la película. Si la peli es seria, ellos también se comportan adecuadamente. Sino, empiezan a comentar en voz alta, con frases míticas (*Telefono, Viva Poe, Mataló, Jara y Sedal, Subtítulos, Nibelungo, Rebor, ¿porque?, Latrotxa, Jocantaró*) y sonidos de buhos, grillos, etc.

Gamberros por naturaleza, les encanta seguir con ese papel dentro del Festival y más en la sala Principal. Es como su guarida, pero siempre en el anonimato. Les gusta las actividades integradas en el Festival pero no se les puede obligar a que hagan algo que no les salga de ellos mismos. La participación debe ser ingeniosa, que les salga de ellos.

Normalmente participan en la sala mediante gamberradas y abucheos. No son muy activos con las nuevas tecnologías por lo que la interacción se basa prácticamente en las salas. No “perderán” el tiempo en grabarse por el móvil e interactuar en el juego. Les gusta más charlar de la peli tomando una cerveza con los amigos de toda la vida del Festi.

Hoy en día se ha perdido un poco la esencia gamberra del Festi. Se puede decir que están más tranquilos y que no se crea ese ambiente tan “macarra”. Ahora, con los nuevos fans la cosa se ha estabilizado más pero aún y todo siempre tienen en su memoria algunos momentos heroicos vividos y los repiten una y otra vez mediante frases y escenas típicas. No tienen mucha relación con la nueva hornada del Festi. Se puede decir que estos últimos pueden estar más en la línea online y los fans antiguos más offline.

Físicamente algunos se suelen vestir rollo gótico o macarra pero no suele ser habitual. Y entre ellos, hay gente que se disfraza para ir a ver pelis. Intelectualmente, y para interactuar en la sala usan un registro de calle, hablan en castellano y pueden utilizar bastantes palabras vulgares. Culturalmente, tienen conocimientos de cultura popular pero también saben mucho sobre un tema; en este caso, el terror. Han solido participar en juegos sobre el tema. El año pasado por ejemplo en el *Master of Doom* (trivial sobre terror).

5.3 JÓVENES

- **Nuevos, más jóvenes no localizado**

Son la nueva generación del Festi. Más jóvenes que los anteriores (entre 18-30) son la nueva remesa, las caras nuevas.

No son tan “freak” como los anteriores. Lo que les gusta hasta ahora es participar como el jurado joven y así adentrarse en este mundo y conocerlo e integrarse poco a poco.

Necesitan una motivación para poder participar en nuestro juego (en nuestro caso, podemos facilitarles entradas para ver pelis o ser jurado).

No están tan localizados como los anteriores. No tienen construido todavía su “group”. Aficionados amateur. Tímidos, no participan como los demás en las salas. Se sienten cohibidos y todavía no tan integrados.

Apasionados de la tecnología , muchos de ellos saben como utilizarlos y les gusta hacer crónicas y contar lo que vaya sucediendo en el Festi. No les gusta pasar desapercibidos en las redes. Por lo cual pueden ser nuestro principal target. Por lo tanto, contamos que estarán más online que los otros.

Serán aventureros, con ganas de trabajar y de participar, impacientes, luchadores, incansables (hasta lograr el objetivo). Utilizarán la jerga de la calle, con mensajes directos y cortos. Hablarán tanto en euskera y en castellano. Les pediremos que traduzcan las pistas a nuestro protagonista, ya que él no sabe euskera.

5.4 DONOSTIARRAS

6. ESTRATEGIA DE ACCIONES SOCIAL

6.1 PROPUESTAS

[Lluvia de ideas para acciones sociales](#)

6.2 ADAPTACIÓN DE PARTICIPACIÓN AL GUIÓN

[01 Backstory de las 5 madres](#)

[02 semana del juego: Descarte madres](#)

[02.1 Resolución del juego \(23 de octubre\)](#)

[03 Búsqueda de la 5ª madre en el Festival](#)

[03.1 Planificación casual game](#)

[03.2 Invocación](#)