



KA TOPAKETA#2

DOKUMENTUA / DOCUMENTO

DOKA Antzokia (Donostia), 2014.11.29

ESQUEMA/RESUMEN KA TOPAKETA #2 (2014.11.29)

I. UNIFICACIÓN DE INTEGRANTES Y ACTIVIDADES DE KA

Una plataforma, cada uno con sus proyectos pero bajo un nombre.

1. Cómo unirnos: ficha inscripción (la base)
2. Qué actividades haremos.
3. Sumar fuerzas, gente independiente + asociaciones + agentes + grupos

Para unificar las actividades, habría que crear una página web/blog, y tener presencia en las redes sociales como Twitter y Facebook. Crear un canal de Youtube bajo el sello de KA y también como músicos independientes, y allí subir videos musicales.

También se podría hacer un festival KA multidisciplinar (una vez al año al menos) para crear un espacio donde poder mostrar lo que hacen los artistas que están dentro de KA.

Otra es potenciar las reuniones interdisciplinares o de una temática concreta para facilitar las relaciones entre los diferentes miembros y que así nos podamos conocer mejor.

II. VISIBILIZACIÓN DE INTEGRANTES Y ACTIVIDADES DE KA

El blog, el instrumento más económico y práctico para reflejar online los temas de KA.

Se plantea usar lo ya existente, perfiles de Facebook de grupo cerrado (sólo para miembros) y grupo abierto (para llegar al mayor público posible a través de eventos etc.), sin olvidar Twitter y otras plataformas útiles, mientras se desarrolla la página web.

Hacer un boletín mensual, bimensual o trimestral.

Promoción física: Bibliotecas. Poner a la vista a jóvenes artistas mediante los centros culturales. Dabadaba puede ser otro foco de visibilización. Los gaztetxes como toma de contacto. Contactar con los artistas del Arteleku.

Respecto a actividades en general de KA, planteamos entornos abiertos, mesas de debate y encuentros abiertos a todos.

III. PROMOCIÓN DE KA

HERRAMIENTAS A UTILIZAR:

Redes sociales, web, blog, magazines, fliyers, canal de Youtube, bandcamp, teaser, boca a boca, artículo en Kulturaldia sobre KA... Se reivindica el papel y los folletos en espacios públicos.

Hacer un pequeño vídeo de presentación de menos de un minuto que esté muy bien diseñado.

Para que el público venga, hay que hacer un evento.

CÓMO CAPTAR/LLEGAR A NUEVOS INTEGRANTES:

Usar cabezas visibles, gente de diferentes disciplinas y que case totalmente con la filosofía KA y de una manera “rotatoria”.

Nos parece importante que se tenga en cuenta a la gente con discapacidades.

Se plantean quedadas con actividades concretas, y finalmente, se plantea ir directamente a Colegios, Institutos, Gaztetxes, Academias y Talleres para establecer una red de KA de jóvenes, de ellos y para ellos.

Planteamos establecer listados de asociaciones culturales ya existentes para realizar un filtrado y dirigirnos a ellas de forma directa y ampliar nuestra propia red del boca-a-boca.

KA TOPAKETA#2 (2014.11.29)

IV. UNIFICACIÓN DE INTEGRANTES Y ACTIVIDADES DE KA

¿CÓMO UNIFICAR?

Una plataforma, cada uno con sus proyectos pero bajo un nombre.

4. Cómo unirnos: ficha inscripción (la base)

5. Qué actividades haremos.

6. Sumar fuerzas, gente independiente + asociaciones + agentes + grupos

Requisitos para ser integrante: No hay requisitos. Gente que tenga inquietud cultural, artística, que quiera hacer unión y sienta compromiso hacia los demás para crear la sinergia entre todos. Para ello, tendría que rellenar una ficha de inscripción lo más sencilla posible y al inscribirse sería ya una forma de aceptar las normas implícitas de KA.

Habría que crear una base de datos. Cada cual tendría que implicarse y aportar su granito de arena a ese listado, aportando nombres o asociaciones que conozca. Categorizar los grupos y hacer otro subgrupo como artistas independientes. Tenemos detectados de manera independiente también, para que se pueda contactar con nosotros.

Ir avisando a los demás artistas sobre que es KA para que se vayan uniendo al proyecto. Para ello, se habla que la mejor forma es la del boca-oreja-boca de toda la vida, en los casos cercanos y con los que no se pueda, se habla de mandar un mensaje directo, vía redes sociales o mail.

Con las asociaciones lo mejor sería reunirse directamente. Se ha hablado también de las asociaciones de toda la vida como la de pintores o la asociación fotográfica, (también habrá más, es cuestión de mirar) que aunque están un poco estancadas en la historia... Tienen potencial si se implican con el proyecto.

¿CÓMO UNIFICAR LAS ACTIVIDADES QUE HACEMOS LOS INTEGRANTES?

Para unificar las actividades, habría que crear una página web, blog, y tener presencia en las redes sociales vía Twitter y Facebook. Crear un canal de Youtube bajo el sello de KA y también como músicos independientes, y allí subir videos musicales.

También se podría hacer un festival KA multidisciplinar (una vez al año al menos) para crear un espacio donde poder mostrar lo que hacen los artistas que están dentro de KA.

Otra es potenciar las reuniones interdisciplinarias o de una temática concreta para facilitar las relaciones entre los diferentes miembros y que así nos podamos conocer mejor... Habría que pensar en espacios físicos que puedan ser cedidos por un espacio de tiempo concreto para dichas reuniones, u otras actividades.

V. VISIBILIZACIÓN DE INTEGRANTES Y ACTIVIDADES DE KA

Un Fanzine: Información, teatro, foros (tema de gestiones,...) estaría bien para repartir en centros culturales, gaztetxes etc.

Hacer nota de prensa de KA: Se comenta que ya se ha enviado, pero incidir en ello.

Se está intentando captar más disciplinas. El teatro mueve a mucha gente.

El blog, el instrumento más económico y práctico para reflejar online los temas de KA (al menos ahora, que no hay recursos económicos). En el blog, para la visibilización de KA, importante, para empezar, estos 3 puntos:

1. Definición y objetivos de KA
2. Base de datos de integrantes (Particulares, grupos, agentes,...)
3. Programa de actividades donde los integrantes estamos involucrados

Se plantea usar lo ya existente, perfiles de Facebook de grupo cerrado (sólo para miembros) y grupo abierto (para llegar al mayor público posible a través de eventos etc.), sin olvidar Twitter y otras plataformas útiles, mientras se desarrolla la página web.

Aprovechando que hay gente que se dedica al diseño, sería buena idea hacer un boletín mensual, bimensual o trimestral. Muchas veces, la gente desconoce las subvenciones y ayudas que hay, las normativas, etc. Este tipo de cosas se pueden reunir en un boletín. Eso también se puede reunir en un blog.

En el boletín se pueden incluir: entrevistas a artistas, proyectos que se están poniendo...

Promoción física: bibliotecas, centros culturales. Poner a la vista a jóvenes artistas mediante los centros culturales

Dabadaba puede ser otro foco de visibilización. Se podría montar un puesto de postales gratis/un stand/ donde haya unas tarjetas explicativas y donde poder recoger inscripciones.

Los gaztetxes no dejan de ser sitios donde se podría valorar todo esto. Una toma de contacto con la gente de lo gaztetxes podría ayudar a darnos a conocer.

Arteleku es un centro cultural de artistas. Contactar con esta gente sería interesante. Arteleku es una mezcla de arte y de lo digital.

Respecto a actividades de KA en general, tanto la red "joven" (imprescindible) como la que en principio conformamos nosotros "los viejos", planteamos entornos abiertos, mesas de debate y encuentros abiertos a todos.

VI. PROMOCIÓN DE KA

HERRAMIENTAS A UTILIZAR:

Redes sociales, web, blog, magazines, fliyers, canal de Youtube, bandcamp, teaser, boca a boca, artículo en Kulturaldia sobre KA...

Se reivindica el papel y los folletos en espacios públicos (librerías, bares, restaurantes, cafeterías, etc.) poniendo en la balanza los costes de un folleto respecto a un flyer. Acordamos que tan importante como el evento en FB o la presencia en la web es la presencia física en forma clásica (carteles flyers etc.) de forma continuada.

Facebook se queda pequeño, hay que hacer una página web, pero es costosa. Dividir la web por secciones sería buena idea: Sección de tipo compra venta, o “se busca” (músicos, actores, fotógrafos), dividir secciones en amateur y profesional, etc.

Incorporar códigos QR. Disponer de imagen corporativa propia (carteles, flyers etc.) en los que dar información sobre la filosofía de KA. En este grupo planteamos su inclusión como plataforma abierta a todos, pero sin que se corra el riesgo de que monopolicen o exploten KA en beneficio propio (por acción o por omisión).

Hacer un pequeño vídeo de menos de un minuto. Un vídeo de presentación o algo muy bien diseñado. El medio audiovisual creo que es la mejor forma de hacerlo, pero hay que hacerlo de forma atractiva.

Para que el público venga, hay que hacer un evento. Eso es lo que va a llamar a gente para que venga. Pero antes de eso, hay que unir a todos los artistas que están desparramados por ahí.

CÓMO CAPTAR/LLEGAR A NUEVOS INTEGRANTES:

Usar cabezas visibles, es decir, gente conocida que “arrastre” a más gente, dándonos a conocer. Gente de diferentes disciplinas y que case totalmente con la filosofía KA y de una manera “rotatoria” (un personaje por mes).

Si partimos con una base de un buen número, mejor, porque luego se irá descolgando gente. Separar promocionar gente activa a luego ampliarlo al colectivo de artistas, gente que quizás no tenga tiempo pero quiera estar dentro.

En éste punto nos parece importante que se tenga en cuenta a la gente con discapacidades, es decir, usando escritura braille o de alguna manera que lo haga accesible.

A la ahora de atraer al público nos topamos con el hándicap del público joven, ya que todos notamos su ausencia de forma cada vez más acusada en todo tipo de eventos culturales, empezando por la música. Vemos a los jóvenes como una generación perdida que no tiene inquietudes culturales más allá de lo que les sirve en bandeja la “cultura” mainstream. Nos planteamos recuperarlos como agentes culturales, como consumidores y como creadores de cultura, planteando fórmulas para que desarrollen un “gusto” un “criterio” o una “estética” propia (en el más amplio sentido de la palabra, en cuanto a experiencia cultural). Nos planteamos ir directamente a ellos antes que esperar fórmulas mágicas para que vengan a los eventos culturales.

Se plantean quedadas con actividades concretas, y finalmente, se plantea ir directamente a Colegios, Institutos, Gaztetxes, Academias y Talleres para establecer una red de KA de jóvenes, de ellos y para ellos.

Ante la falta de relevo generacional “espontáneo” pretendemos crear una RED de cultura alternativa para jóvenes convirtiéndolos a ellos mismos en creadores. Primero con la “sorpresa” de algo nuevo en sus propios centros con actos educativos y sociales programados por KA, dejándoles la red en sus manos de forma progresiva.

¿Cómo? Planteando intercambios entre centros de actividades concretas (exposiciones, teatros, conciertos). Sólo con ello se aumenta de forma exponencial la nueva red cultural y se ponen en contacto futuros artistas que ni tan siquiera se habían planteado serlo previamente.

¿Cómo? Sacándolos a la calle, ganando la calle como espacio cultural, en espacios concretos y al aire libre, en formatos adecuados a cada rango de edades en horarios etc.

Sin relevo generacional, todos los logros que pueda alcanzar KA serán efímeros.

Planteamos establecer listados de asociaciones culturales ya existentes para realizar un filtrado y dirigirnos a ellas de forma directa y ampliar nuestra propia red del boca-a-boca para evitar que, por los motivos que sean, KA no siga creciendo o incluso se desinfle.

ACTAS COMPLETAS KA TOPAKETA #2

[EUS]

Hitzegindako gaiak:

a. KA-REN PARTAIDE ETA EKIMENEN BATERATZEA

- PARTAIDEAK NOLA BATERATU
- PARTIADEEK SORTZEN DITUGUN EKIMENAK NOLA BATERATU
- BERDINA BAINA ELKARTE, AGENTE, TALDEEKIN,.....
- PARTAIDE IZATEKO, INSKRIPZIO FITXA. ZERBAIT GEHIAGO?
- EZAUGARRI ZEHATZ BATZUK BETE BEHAR DIRA PARTAIDE IZATEKO?

b. KA-REN PARTAIDE ETA EKIMENEN IKUSARAZTEA

- NOLA ERAKUSTEN DEGU ELKARTASUN HAU? BLOG, WEB, SARE SOZIALAK,...
- NOLA SORTZEN DEGU GUZTION EKIMEN MEMORIA (PROGRAMA) BAT?
- KATEGORIAN SAILKATZEN GARA? ARTE MOTA, KONDIZIOA, TERRITORIOA,..

c. KA-REN PROMOZIOA

- NOLA LORTU PARTAIDE BERRIAK?
- NOLA IRITSI PUBLIKORA?
- ARTISTA EZAGUNEN LAGUNTZA DIFUSIORAKO? ZEINTZUK BAI? ZEINTZUK EZ?

[CAST]

Temas dialogados:

a. UNIFICACIÓN DE INTEGRANTES Y ACTIVIDADES DE KA

- COMO UNIFICAMOS A LOS INTEGRANTES
- COMO UNIFICAMOS LAS ACTIVIDADES QUE HACEMOS LOS INTEGRANTES
- LO MISMO CON LAS ASOCIACIONES, AGENTES, GRUPOS,.....
- PARA SER INTEGRANTE: FICHA DE INSCRIPCIÓN, ¿ALGO MÁS?
- ¿HAY REQUISITOS PARA SER INTEGRANTES?

b. VISIBILIZACIÓN DE INTEGRANTES Y ACTIVIDADES DE KA

- ¿CÓMO PLASMAMOS ESTA UNIÓN? BLOG, WEB, REDES SOCIALES
- CREAR UNA MEMORIA (PROGRAMA) DE ACTIVIDADES CONJUNTA, ¿COMO LO HACEMOS?
- CREAR SUBGRUPOS POR CATEGORIAS? DISCIPLINA, CONDICIÓN, TERRITORIO,....

c. PROMOCIÓN DE KA

- ¿COMO CAPTAR NUEVOS INTEGRANTES?
- ¿COMO LLEGAR AL PÚBLICO EN GENERAL?
- ¿OPTAR POR LA AYUDA DE ARTISTAS DE RENOMBRE PARA DIFUSIÓN?
- ¿CUALES SI? ¿CUALES NO? ¿MAS IDEAS?

A TALDEA – 1. ORDUA / GRUPO A – HORARIO 1

KA-REN PARTAIDE ETA EKIMENEN BATERATZEA / UNIFICACIÓN DE INTEGRANTES Y ACTIVIDADES DE KA

JORRATUTAKO GAIAK ETA GARATUTAKO IDEIAK:

Coger relevancia mediante la unión.

Una plataforma, cada uno con sus proyectos pero bajo un nombre.

Dos partes dentro del apartado unión:

- Cómo unirnos: ficha inscripción (la base)
- Qué actividades haremos.

Sumar fuerzas, gente independiente + asociaciones + agentes + grupos... No es de nadie y a la vez es de todos. Federación de artistas de base.

Primero centrarnos en qué es lo que queremos hacer, cómo nos vamos a representar, y después vendrán las estructuras más funcionales. No veremos nuestras necesidades reales hasta que sepamos claramente qué somos y a dónde vamos.

Unificar y visibilizar todo lo que hemos hecho ya en 2014 (conciertos de cada grupo, fotos, escritos...) y colgarlo en la plataforma virtual que sea bajo el nombre de KA.

Unificar nuestros actos: uno toca concierto y el fotógrafo graba, por ejemplo.

Requisitos para ser integrante:

(Jokin) No hay requisitos. Gente que tenga inquietud cultural, artística, que quiera hacer unión y sienta compromiso hacia los demás para crear la sinergia entre todos.

Debate entre cultura seria vs no seria. ¿Qué es exactamente la cultura seria? No estamos todos de acuerdo en una definición clara.

Importante la implicación entre artistas. A veces la gente no consume cultura ni aunque sea gratis.

¿Cómo motivar a la gente para consumir cultura? Los primeros motivados debemos ser nosotros, no solo con nuestros proyectos sino con los de nuestros compañeros de KA.

¿Cultura de calidad? ¿Qué parámetros para definirlo? ¿Cultura de base de calidad?

Empezar por valorarlo entre nosotros, si queremos que los demás lo valoren

A TALDEA – 2. ORDUA / GRUPO A – HORARIO 2
KA-REN PARTAIDE ETA EKIMENEN BATERATZEA / UNIFICACIÓN DE INTEGRANTES Y
ACTIVIDADES DE KA

Aitor: de momento la manera de unificar es el Facebook.

Iker: Podríamos ponernos bajo el sello KA.

Alvaro: además de subir los videos musicales como músicos independientes, podríamos subirlos bajo el sello KA. (Un canal de Youtube)

David: es mejor llegar a unos pocos mediante a Facebook, más que promocionar con dinero la página de Facebook, ya que de esta forma sólo conseguimos que llegue a gente que no interesa (gente de otros países)

Iker: Habría que crear una base de datos.

Alvaro: categorizar grupos y hacer otro subgrupo como artista independientes. Tenernos detectados de manera independiente también, para que se pueda contactar con nosotros. (Guitarrista, cantante)

Aitor: hacer un bolo puede ayudar con la financiación.

Aitor: tiene que ser más formato feria: (música, libros, cine...)

Desde la asociación “gente que hace cosas” están llevando una iniciativa anual que se llama “Atzoka” en Alza y aúna artesanía, exposición fotográfica, gastronomía, música. Puede ser un ejemplo de formato a seguir.

Alvaro: sería interesante presentar esto al ayuntamiento, cuando tengamos algo mejor definido.

Aitor: los ayuntamientos, para subvenciones, buscan que les des el trabajo ya hecho. Tiene que haber un mensaje común y claro.

Aitor: la feria del libro de Durango podría ser modelo a seguir.

Aitor: se podría hacer un CD recopilatorio entre todos los grupos.

Aitor: Cd recopilatorio o una emisora de radio KA o canal de Youtube.

Aitor: Tendríamos que hacer una imagen de marca, un logo atractivo.

A TALDEA – 3. ORDUA / GRUPO A – HORARIO 3

KA-REN PARTAIDE ETA EKIMENEN BATERATZEA / UNIFICACIÓN DE INTEGRANTES Y ACTIVIDADES DE KA

Moderatzailea:

Aitzol Etxegoien

Asisten: Antxon, Eneko, Xabi, Aitzol, Igor.

Toma Acta: Aitzol Etxegoien

Ideas que se vierten en la reunión:

Unificación e integrantes.. Como unificar?

Ir avisando a los demás artistas sobre que es KA para que se vayan uniendo al proyecto. Para ello, se habla que la mejor forma es la del boca-oreja-boca de toda la vida, en los casos

cercanos y con los que no se pueda, se habla de mandar un mensaje directo, vía redes sociales o

mail. Con las asociaciones lo mejor seria reunirse directamente.

Se ha comentado que seria bueno antes de empezar a hablar con la gente, hacer un listado con todas

las asociaciones y artistas que se nos ocurran y luego unificar dicha lista para no repetirse con el

mismo colectivo o persona varias veces y evitarnos dar la chapa.

Cada cual tendría que implicarse y aportar su granito de arena a ese listado, aportando nombres o

asociaciones que conozca.

Se ha hablado también de las asociaciones de toda la vida como la de pintores o la asociación

fotográfica, (también habrá más, es cuestión de mirar) que aunque están un poco estancadas en la

historia.. tienen potencial si se implican con el proyecto.

Para ser integrante de KA que requisitos se requiere?

En principio vemos que ningún requisito previo, más que el de considerarse artista o que la

asociación trabaje en esta temática.. Para ello, tendría que rellenar una ficha de inscripción lo más

sencilla posible y al inscribirse sería ya una forma de aceptar las normas implícitas de KA (un

código ético, como por ejemplo que el arte que se reproduzca no tenga contenido, racista, sexista o incite al odio o la violencia?)

Como unificar las actividades que hacemos los integrantes?

Para unificar las actividades, habría que crear una página web, blog, y tener presencia en las redes

sociales vía Twitter y Facebook.

También se podría hacer un festival KA multidisciplinar (una vez al año al menos) para crear un

espacio donde poder mostrar lo que hacen los artistas que están dentro de KA.

Otra es potenciar las reuniones interdisciplinares o de una temática concreta para facilitar las

relaciones entre los diferentes miembros y que así nos podamos conocer mejor... Habría que pensar

en espacios físicos que puedan ser cedidos por un espacio de tiempo concreto para dichas reuniones, u

otras actividades.

B TALDEA – 1 ORDUA / GRUPO B – HORARIO 1

KA-REN PARTAIDE ETA EKIMENEN IKUSARAZTEA / VISIBILIZACIÓN DE INTEGRANTES Y ACTIVIDADES DE KA

-CÓMO PLASMAMOS ESTA UNIÓN? BLOG, WEB, REDES SOCIALES...

-CREAR UNA MEMORIA (PROGRAMA) DE ACTIVIDADES CONJUNTA ¿CÓMO LO HACEMOS?

-CREAR SUBGRUPOS POR CATEGORÍAS. DISCIPLINA, CONDICIÓN TERRITORIO.

11,00h PRIMERA TANDA Moderador Igor. Mis disculpas por no haber recogido los nombres de esta primera charla

Se plantea usar lo ya existente, perfiles de Facebook de grupo cerrado (sólo para miembros) y grupo abierto (para llegar al mayor público posible a través de eventos etc.), sin olvidar Twitter y otras plataformas útiles, mientras se desarrolla la página web. Se plantea establecer una versión simplificada o 1.0 mientras se desarrolla una definitiva o 2.0 sobre la que ejecutar actualizaciones futuras.

Dentro de esta web entendemos que lo más importante es la “ficha” tanto de artistas individuales como de grupos, “hacedores” de cultura o “creadores”, sin olvidar a los

“proveedores” (hosteleros, promotores etc.). Se plantea utilizar lo ya existente como puedan ser las herramientas de Musika Zuzenean o Topopass (entre otras muchas BB.DD. de asociaciones ya existentes).

Pretendemos una estructura intuitiva para facilitar su misión de poner en contacto a todos los agentes entre sí y con el público. Y se plantea un debate sobre la autogestión por recursos publicitarios o la utilización de recursos propios, imponiéndose la segunda opción, sin cerrar la puerta a ingresos por banners etc. en un futuro, pero no de inicio, por los problemas que pudieran generarse, como la identificación de KA con el anunciante.

Las herramientas de la web se pretenden simples pero efectivas, incluyendo:

–Quiénes somos. Apartado clásico de toda web en el que especificar la filosofía de KA, entendiendo que todo aquel que forme parte de KA la respeta, como único requisito para ser “miembro” o “usuario”.

–BB.DD. Artistas Para elaborar una completa base de datos se ve necesario establecer un filtro para dar el mismo formato a todos, con la información necesaria evitando dossiers de varias páginas o descripciones mínimas. El registro en la BB.DD. debe permitir acceder por artista individual y por grupo, para facilitar la generación de nuevos proyectos del estilo que sean o incluso interdisciplinares.

La descripción de las categorías es un problema, que se pretende solventar con un marco genérico de expresiones artísticas (artes plásticas, artes escénicas, poesía y literatura etc.) y un determinado número de estilos, dejando en vínculos de hipertexto la categorización por sub-estilos.

Por ejemplo. El grupo de música X, estaría en la BB.DD como grupo, y también lo estarían cada uno de sus miembros (si así lo quieren). Habría un responsable de comunicaciones por grupo, y a nivel individual cada cual es responsable de comunicar sus propias actualizaciones. Pongamos que el grupo X practica el Heavy Metal (en general) y en el texto explicativo nos encontramos con que lo suyo es un “death melódico” (hipertexto) con toques “doom” (hipertexto) apareciendo en la categoría general y en cada una de los subestilos por defecto. Además se plantea incluir influencias (de otros artistas) y formatos posibles.

-Agenda. Tan importante como la BB.DD de grupos. Calendario de actividades culturales. Se recomienda bucear en la red para ver los mejores formatos posibles, siempre bajo la lupa de la facilidad de uso y la información necesaria a dar. Será la herramienta más buscada por el público en general.

-BB.DD. Locales. Incluirá espacios para las diferentes expresiones artísticas. Se establecen 3 categorías principales 1)Escenarios musicales/teatro 2)Locales de ensayo/talleres 3)Locales de exposición. Por supuesto habrá locales que estén en varias categorías (igual que con los artistas).

Por ejemplo, en el caso de la música debería incluir rider completo incluyendo dimensiones de escenario, existencia o no de vestuarios, horarios, aforo, backline (si dispone de él), asistencia técnica (si la hay) etc.

-Enlaces. Otro aspecto vital que incorporaría a todas las plataformas y asociaciones existentes. Una herramienta tanto para los integrantes de KA como para el público en general. Los enlaces a cada FB, myspace, blog o web de cada artista estarán ya en las fichas de cada cual.

En general nos quedamos con la sensación de que es precisa la participación de expertos en la materia y de más tiempo para dar forma a la web que “queremos” antes de pasar a la web “que podemos” hacer.

B TALDEA – 2. ORDUA / GRUPO B – HORARIO 2

KA–REN PARTAIDE ETA EKIMENEN IKUSARAZTEA / VISIBILIZACIÓN DE INTEGRANTES Y ACTIVIDADES DE KA

Hilario: a mí se me ocurren cosas nuevas. Aprovechando que hay gente que se dedica al diseño, sería buena idea hacer un boletín mensual, bimensual o trimestral. En Galicia por ejemplo creamos una asociación e hicimos un boletín mensual, que es sencillo: es un mailing, con un enlace a la página, entrevistamos a algunos de los socios, recogíamos actividades que se iban haciendo. Muchas veces, la gente desconoce las subvenciones y ayudas que hay, las normativas, etc. Este tipo de cosas se pueden reunir en un boletín.

Juanma: eso también se puede reunir en un blog.

Iker–: también en un foro.

Hilario: si vamos a hacer 50 o 60 socios y cada uno participa el foro, va a ser demasiado caótico. En el boletín se pueden incluir: entrevistas a artistas, proyectos que se están poniendo...

Roberto: es más sencillo hacer un blog o un blog.

Aitor: promoción física: bibliotecas, centros culturales. Folleto de KA en formato físico. Quizás el ayuntamiento estaría dispuesto a colaborar.

Hilario: poner a la vista a jóvenes artistas mediante los centros culturales.

Lucía: los que ya estamos metidos, podemos ayudar a los que están empezando.

Aitor: Pablo Biurrun, por ejemplo, tiene una academia de música y a la vez da oportunidad a los jóvenes músicos mediante jam sessions que organiza en bares.

Hilario: la figura de un boletín ha funcionado muy bien en la asociación antes mencionada.

Lucía: Dabadaba puede ser otro foco de visibilización.

Hilario: incluso se podría montar un puesto de postales gratis/un stand/ donde haya unas tarjetas explicativas y donde poder recoger inscripciones. Quizás sea más efectivo.

Me llama la atención que no se hable de una nota de prensa. Abrir mesas informativas tipo mini rueda de prensa. Por ejemplo, un viernes que 2 o 3 socios se puedan acercar a una casa de cultura a informar sobre esto. Charlas informativas.

Aitor: quizás también podríamos abrir el abanico haciendo otros open space en otros sitios (Mondragón, etc)

Hilario: los gaztetxes no dejan de ser sitios donde se podría valorar todo esto. Una toma de contacto con la gente de los gaztetxes podría ayudar a darnos a conocer.

Juanma: Arteleku es un centro cultural de artistas. Contactar con esta gente sería interesante.

Iker: Arteleku es una mezcla de arte y de lo digital.

Hilario: habría que hacer énfasis extra para que otro tipo de artistas que no sean músicos sean partícipes de KA.

Toño: hace 10 años empecé a hacer maquetas, y para promocionarlas tuve que ir a las fiestas.

Hilario: Teníamos un colectivo de gente que tenía como base un teatro. NASA (NAVE DE USOS ALTERNATIVOS) hacíamos arte al margen de todo lo institucionalizado. Lo que más ayudó a promocionar esto, fueron una especie de cabarets que estuvimos moviendo durante mucho tiempo. Se hacían una o dos veces al año y reuníamos a todo tipo de artistas: performance, malabares, músicos. Este tipo de actividades tuvieron mucha repercusión. El teatro mueve a mucha gente.

B TALDEA – 3. ORDUA / GRUPO B – HORARIO 3

KA-REN PARTAIDE ETA EKIMENEN IKUSARAZTEA / VISIBILIZACIÓN DE INTEGRANTES Y ACTIVIDADES DE KA

- Un *Fanzine*, interesante: Info, teatro, foros (tema de gestiones,...) estaría bien para repartir en centros culturales, gaztetxes etc....
- Importancia al boletín físico.
- Hacer nota de prensa de KA. Se comenta que ya se ha enviado, pero incidir en ello.
- Arteleku lugar interesante
- Porque no gente de teatro? Y más disciplinas? Se está intentando captar más disciplinas.
- Mesas informativas de KA.
- Cabaret. Muy visual y atractivo para evento.
- El blog, el instrumento más económico y práctico para reflejar online los temas de KA (al menos ahora, que no hay recursos económicos).
- En el blog, para la visibilización de KA, importante, para empezar, estos 3 puntos:
 - Definición y objetivos de KA
 - Base de datos de integrantes (Particulares, grupos, agentes,...)
 - programa de actividades donde los integrantes estamos involucrados.
- gente de KA, interesante que vaya a conciertos ó actividades de los demás,... apoyarse mutuamente...
- El boca a boca también interesante...
- KA: crear un movimiento por nosotros mismos... sin esperar nadie de nada...
- Apoyarnos a nosotros mismos.
- Hacer Twitter de KA (Facebook ya tenemos)
- Evento alguien conocido? Todavía no hay consenso en este punto.
- Deberes para la siguiente Topaketa:
 - Pensar a quien captar (agentes, etc...), y ofrecer que vengan directamente.
 - gente famosa? Quienes? (en este punto aún no hay consenso para llevarlo a cabo)

C TALDEA – 1. ORDUA / GRUPO C – HORARIO 1
KA-REN PROMOZIOA / PROMOCIÓN DE KA

Cómo captar nuevos integrantes.

Iker: el boca a boca.

Lucía: artículo en Kulturaldia sobre KA.

Xabier: en mi cuadrilla, casi todos son músicos. A la anterior reunión vinimos dos personas.

Aitzol: quizás muchos no aporten ideas, pero les interesará saber qué está pasando.
t

Aitor: cuando esté más formalizado, vendrá más gente. Me pregunto el tamaño del grupo. ¿Hasa qué punto necesitamos más gente? Se te puede ir de las manos.

Iker: hoy hay más gente que sabe de esto.

Juanma: cuanta más gente mejor. Si partimos con una base de un buen número, mejor, porque luego se irá descolgando gente.

Aitzol: yo separaría promocionar gente activa a luego ampliarlo al colectivo de artistas, gente que quizás no tenga tiempo pero quiera estar dentro. Se puede reformar el tema de las asambleas. Con la música es más fácil el boca a boca, pero con las otras más difícil que vengan.

Xabi: la idea de jokin es que cuanto más gente mejor.

Aitzol: no creo que los músicos estén peor organizados. Las instituciones nos podrían apoyar económicamente.

Iker: cuando haya un evento, podríamos poner la marca KA en los carteles, en Facebook, etc.

Lucía: yo le daría caña a la página de Facebook, ya que veo cierta vagancia a la hora de clicar enlaces y entrar en páginas.

Iker: se puede hacer una página web.

Xabier: hablar con las agendas culturales y unificar la información.

Aitzol: empezaría con Facebook, pero se queda pequeño. Hay que hacer una página web, pero es costosa. Yo trabajo en una agencia de publicidad y sé lo que cuesta una web.

Xabi: dividir la web por secciones sería buena idea. Crear una base de datos de Donosti.s Por ejemplo, "base de datos de grupos punk rock en Donosti" Sección de tipo compra venta, o "se busca" (músicos, actores, fotógrafos) Dividir secciones en amateur y profesional.

Aitzol: gente activa que te va a aportar cosas van a ser 100, pero la mayoría serán consumidores de la página. En el primer Open Space, se habló de hacer una especie de lobby. Se habló de que estamos desunidos. Promocionar para que haya la mayor cantidad de gente posible en una lista. También por sectores. Hacer un pequeño vídeo de menos de un minuto. Un vídeo de presentación o algo muy bien diseñado.

Lucía: el medio audiovisual creo que es la mejor forma de hacerlo, pero hay que hacerlo de forma atractiva.

Iker: Podríamos meter a artistas de renombre en los vídeo de promocional.

Lucía: alternativo no es marginal . Si podemos contar con la presencia de personas de renombre, podría ser de gran ayuda para atraer gente.

Aitzol: podríamos hacer un manifiesto en el que la gente se pueda inscribir.

Xabi: cualquier persona que se interese en esto, le va a llegar lo que se está haciendo y querrá ser parte activa de esto.

Lucía: creo que con lo que estamos, ya podemos HACER, y también será mucho más atractivo para atraer gente cuando la gente vea que estamos haciendo cosas.

Aitor: yo creo que para que el público venga, hay que hacer un evento. Eso es lo que va a llamar a gente para que venga. Creo que el ayuntamiento no se podría negar a hacer algo así.

Aitzol: antes de eso, hay que unir a todos los artistas que están desparramados por ahí.

Juanma: creo que es un punto que la gente se puede echar encima si ponemos a alguien famoso porque va en contra de "lo alternativo"

Aitzol: Podríamos splantearlo desde: como esto y tenemos a estas personas famosas

apoyándonos, y no al revés. Dar a entender que nosotros hacemos el camino solos. Al principio el objetivo no debería ser llegar a un ayuntamiento, sino cuando tengamos algo más asentado.

Aitor: el reportaje con gente famosa podría ser un punto medio entre nosotros y el ayuntamiento.

Hacer un vídeo atractivo es algo en lo que estamos todos de acuerdo. Cada uno podemos expandirlo a nuestros círculos.

C TALDEA - 1. ORDUA / GRUPO C - HORARIO 1 **KA-REN PROMOZIOA / PROMOCIÓN DE KA**

PROMOCIÓN DE KA:

Formas de llegar a la gente.

- Redes sociales, web, blog, magazines, flyers, canal de youtube, bandcamp, teaser.
- Boca a boca.
- Eventos de diferente índole, por ejemplo, gastronómicos.
- Espacios vinculados (bares, galerías...).
- Sello de KA.

Dentro del sello de KA, se abren posibilidades, la idea básica es que el sello esté asociado a la promoción de cualquier evento.

El sello ha de transmitir la idea y filosofía de KA de manera clara, valiéndose de herramientas como un código QR, la dirección del blog o página web.

En éste punto nos parece importante que se tenga en cuenta a la gente con discapacidades, es decir, usando escritura braile o de alguna manera que lo haga accesible.

Como punto final, también se trató el tema de usar cabezas visibles, es decir, gente conocida que “arrastre” a más gente, dándonos a conocer. Gente de diferentes disciplinas y que case totalmente con la filosofía KA y de una manera “rotatoria” (un personaje por mes?).

C TALDEA – 1. ORDUA / GRUPO C – HORARIO 1
KA-REN PROMOZIOA / PROMOCIÓN DE KA

C) PROMOCIÓN DE KA

- ¿CÓMO CAPTAR NUEVOS INTEGRANTES?
- ¿CÓMO LLEGAR AL PÚBLICO EN GENERAL?
- ¿OPTAR POR LA AYUDA DE ARTISTAS DE RENOMBRE PARA LA DIFUSIÓN?
- ¿CUÁLES SÍ, CUÁLES NO? ¿,MÁS IDEAS?

ÚLTIMA TANDA

Moderador Igor. PARTICIPANTES Hilario, Aritz, Karmen, Toño, Antxon, Igor.

En el resumen que nos hacen de la ronda anterior, nos comentan: la importancia de las herramientas siguientes: Youtube, Bandcamp, Web, Facebook, Teasers. La necesidad de disponer de información diferenciada. Incorporar códigos QR. Disponer de imagen corporativa propia (carteles, flyers etc.) en los que dar información sobre la filosofía de KA. Incluir colectivos minoritarios y apostar por la accesibilidad en todos los actos y comunicaciones. Actos que se pretenden multidisciplinares, abiertos a todo (gastronomía etc.), y se plantea el uso de artistas famosos para lanzar KA.

Empezamos por este último punto para ir desarrollando cuáles y nos topamos con la práctica unanimidad en los puntos negativos: Poca relación de la Cultura Alternativa con artistas famosos. Identificación y asociación de KA al artista en concreto. Creemos que generaría más divisiones que adhesiones, y que se vería como un “patrocinador/acaparador” negativo.

Como moderador trato de reflejar puntos positivos, pero no los encuentro más allá de la repercusión y el impacto del propio artista y sus beneficios directos a nivel de alcance y publicidad.

Por no cerrarnos en banda, y dado que ha sido reflejado con anterioridad, en este grupo planteamos su inclusión como plataforma abierta a todos, pero sin que se corra el riesgo de que monopolicen o exploten KA en beneficio propio (por acción o por omisión).

Pasamos a los formatos para llegar al público en general. Se reivindica el papel y los folletos en espacios públicos (librerías, bares, restaurantes, cafeterías, etc.) poniendo en la balanza los costes de un folleto respecto a un flyer. Acordamos que tan importante como el evento en FB o la presencia en la web es la presencia física en forma clásica (carteles flyers etc.) de forma continuada.

Y a la hora de atraer al público nos topamos con el hándicap del público joven, ya que todos notamos su ausencia de forma cada vez más acusada en todo tipo de eventos culturales, empezando por la música.

Quizá somos (yo el primero) muy pesimistas, pero vemos a los jóvenes como una generación perdida que no tiene inquietudes culturales más allá de lo que les sirve en bandeja la “cultura” mainstream. Nos planteamos recuperarlos como agentes culturales, como consumidores y como creadores de cultura, planteando fórmulas para que desarrollen un “gusto” un “criterio” o una “estética” propia (en el más amplio sentido de la palabra, en cuanto a experiencia cultural).

Nos planteamos ir directamente a ellos antes que esperar fórmulas mágicas para que vengan a los eventos culturales. Se plantea la importancia de captar “líderes” para nuevas actividades de grupo empleando “menos balas” con mejores resultados. Se plantean kedadas con actividades concretas, y finalmente, se plantea ir directamente a Colegios, Institutos, Gaztetxes, Academias y Talleres para establecer una red de KA de jóvenes, de ellos y para ellos.

Ante la falta de relevo generacional “espontáneo” pretendemos crear una RED de cultura alternativa para jóvenes convirtiéndolos a ellos mismos en creadores. Primero con la “sorpresa” de algo nuevo en sus propios centros con actos educativos y sociales programados por KA, dejándoles la red en sus manos de forma progresiva.

¿Cómo? Planteando intercambios entre centros de actividades concretas (exposiciones, teatros, conciertos). Sólo con ello se aumenta de forma exponencial la nueva red cultural y se ponen en contacto futuros artistas que ni tan siquiera se habían planteado serlo previamente.

¿Cómo? Sacándolos a la calle, ganando la calle como espacio cultural, en espacios concretos y al aire libre, en formatos adecuados a cada rango de edades en horarios etc.

Sin relevo generacional, todos los logros que pueda alcanzar KA serán efímeros.

Respecto a actividades de KA en general, tanto la red “joven” (imprescindible) como la que en principio conformamos nosotros “los viejos”, planteemos entornos abiertos, mesas de debate y encuentros abiertos a todos.

Finalmente, planteamos que la captación de nuevos miembros puede conseguirse si empezamos a movilizarnos y contactar con diversas asociaciones existentes, planteándoles la filosofía abierta de KA y su intención de sumar y crear una escena alternativa actual y de futuro. No limitándonos a un solo evento mensual sino “haciendo” durante el mes, “preparando” la próxima reunión, tejiendo una red de contactos.

Planteamos para ello establecer listados de asociaciones culturales ya existentes para realizar un filtrado y dirigirnos a ellas de forma directa y ampliar nuestra propia red del boca-a-boca para evitar que, por los motivos que sean, KA no siga creciendo o incluso se desinfle.