

eman ta zabal zazu



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea

**IKUS-ENTZUNEZKO KOMUNIKAZIOA ETA
KAZETARITZAKO GRADU-BIKOITZA
2024-2025 IKASTURTEA**

ULERTERRAZ: Azkar eta erraz

Sareetarako albistegia gazteentzat
Goiena Komunikazio Taldearen kolaborazioarekin

EGILEA: Mainer Aranguren Garay
ZUZENDARIA: Ainara Larrondo Ureta

Leioa, 2025eko otsailaren 24a

"Gradu Amaierako Lanaren egileak adierazten du lan original eta propio honetako datuak benetakoak direla, eta hala izan ezean bere gain hartzen duela jokabide ez-egokien (plagioen, irudien erabilera bidegabeen eta abarren) erantzukizuna. Irudien copyrighta haien jabeena edo lizentziadunena da. Dibulgazio helburuekin baino ez dira erabili hemen, lanaren marko teorikoa edo analisia ilustratze aldera"

"La autora o autor del Trabajo Fin de Grado declara que son ciertos los datos que figuran en este trabajo original y propio, asumiendo en caso contrario, las responsabilidades que pudieran derivarse de las inexactitudes que consten en el mismo: plagio, usos indebidos de imágenes, etc. Todas las imágenes son copyright de sus correspondientes propietarios y/o licenciarios. Se incluyen en el presente trabajo bajo finalidad meramente divulgativa para ilustrar el marco teórico o análisis del trabajo".

Aurkibidea

1	Hitzaurrea	3
2	Lanaren garapena	4
3	Merkatu azterketa	6
	3.1 Sare sozialen gorakada	
	3.2 Lehiakideen azterketa	
4	Goiena Komunikazio Taldea	11
5	Proposatutako produktua: ULERTERRAZ	13
	5.1 Markaren sorkuntza	
	5.2 Edukien bilaketa	
	5.3 Ikerketa eta gidoigintza	
	5.4 Ikusizko plangintza eta grafikoak	
	5.5 Bideoaren ekoizpena	
	5.6 Edizioa eta postprodukzioa	
	5.7 Berrikuspena eta zuzenketa	
	5.8 Argitaratzea	
6	Ebaluazioa	21
7	Zailtasunak eta hobekuntza nagusiak	46
8	Balorazioa eta gogoeta	48
9	Bibliografia	50
10	Eranskinak	51

Hitzaurrea

Aitona goizero esnatu, gosaldu eta egunkari bila ateratzen da Donostiako kaleetan zehar itzuli bat ematera. Itxasora begira dagoen kafetegi batean eseri eta eguneko berriak tintaz beteriko orrietan irakurtzen ditu. Ebaki batekin lagundurik eta atzerritarren joan-etorriak begiratzuz noizean behin, orduak pasa ditzake jardun horretan.

Aita arratsaldeko zazpiretan lanetik etxera itzultzean, seme-alaboi besarkada bat eman ondoren, telebistara hurbiltzen da. Bertan, eguneko berriak esatariaren ahotik entzuten ditu EITB edota beste hainbat kateko iritzi desberdinak kontrastatu nahian. Norberaren ideia propio bat sortzekoaren garrantzia azpimarratzen du maiz.

Amak, ordea, goizean goiz lanera bidean kotxean irratia pizteko ohiturari jarraituz, ahots lasai baina irmoek esandakoaren bitartez ezagutzen ditu azken egunetan gertatutakoak.

Nik, 22 urteko neska gazteak, esnatu eta mugikorra zabaldu bezain laster jaso ditut jadanik eguneko berri garrantzitsuenak pantailan. Sareetan sartu eta komunikabideren iritzi edota argitalpen desberdinak irakurtzeko aukera zabaltzen zait aurrean; baita egunkari bateko bi orri oso irakurri beharrean 30 segundoko azalpen-bideo azkar baten bitartez gertatutakoaz jabetzeko modua.

Denborak aldatu dira, jadanik ez gara duela urte batzuetako gizarte berean bizi. Teknologiak eta era digitalak informatzeko modua guztiz aldatu du, batez ere belaunaldi gazteen artean. Ez dago eguerdiko edota gaueko albistegiaren zain egon beharrik egunean zehar gertatutakoaz informatu ahal izateko, momentuan bertan jakinarazpena jasotzen baita mugikorrean. Sare sozialak eta azkartasuna oinarri dituen garai berri honetan, lineako proiektuek beste informatzeko modu bati atea ireki diote.

Lanaren garapena

Gaur egungo aro digitalean, informazioa kontsumitzeko modua erabat aldatu da. Albiste eta edukien zabaltze azkarraren ondorioz, eta sare sozialen presentzia ukaezina nabarmenduz, sakon aldatu dira kontsumo-ohiturak, gehienbat belaunaldi gazteei dagokionez. Publiko horrek eduki azkar eta eraginkorrak ez ezik, ulerterrazak eta bisualki erakargarriak ere eskatzen ditu, egunerokotasuneko azkartasun eta berehalakotasunaren beharrekin bat eginez, noski, egiatasuna alde batera utzi gabe.

Gradu Amaierako Lan honen ardatza online informazio-proiektuak eta joera berri horretara egokitutako **eduki mediatikoen sorkuntza** da. Zehazki, **ULERTERRAZ** izeneko proiektua aurkezten da Maider Aranguren Garayek, lan honen autoreak, Goiena Komunikazio Taldearen kolaborazioarekin eta babesean sorturikoa; lankidetzan. **Sare sozialetarako, TikTok, berariaz diseinatutako informazio eta azalpen-bideoen atal berritzailea** da. Proiektuaren helburua jarraituz, azkar eta erraz azalduz: **gazteentzako TikTok bidezko albistegi motz eta ulergarri bat.**

Proiektu honen helburu nagusia **informazioa modu arin eta eskuragarrian ematea** da, gazteentzat erakargarria den formatu bat erabiliz. **Bideo labur, zuzen eta ondo landuen** bidez, gai konplexuak ulertzen lagundu nahi duen proiektua da. **Gazteen hizkerara** hurbildu eta erabiltzaileei esperientzia informatibo aberasgarria eta beren bizi-erritmo bizkorrera egokitua eskaintzea.

Memoria honetan ULERTERRAZ proiektua ekoizteko erabilitako metodo, tresna eta prozesuak aztertuko dira, baita ingurune digitalak komunikaziorako dituen erronka eta aukerak ere. Proiektuaren emaitza kuantitatiboak ere kontuan hartuko dira, noski, sorturiko eduki bakoitzaren azterketa bat eginez. Ikuspegi teoriko-praktiko baten bitartez, azterlan honek sare sozialetan informazioa sortzeko gaur egungo dinamiken ikuspegi orokorra eskaini nahi du, baita egoera horren aurrean eta publiko zehatz baten beharrei kasu eginez sorturiko proiektua aurkeztu.



Irudia 1

Iturria: norberak sortua

Proiektu hau aurrera eramateko interesa **Goiena Komunikazio Taldearekin lankidetzan** sortu da, informazio-dukien ekoizpenean ibilbide sendoa duen Euskal Herriko tokiko komunikabidearekin. Erakunde honetan lau hilabetez unibertsitateko praktikak joratu nituen. Komunikabidean informazio-dukia gazteen kontsumo-modu berrietara egokitzeko geroz eta behar handiagoa identifikatu zen. Goiena Komunikazio Taldeak emandako informazioaren kalitatea eta garrantzia gora-behera, ikus-entzule gazteekiko deskonexio bat zegoela ikusi genuen, Instagram, TikTok eta YouTube bezalako plataformak nahiago baitzituen informatuta egoteko. Horrez gain, entretenimenduz haratago informazio-dukia gazteei zuzentzeko modua berri beharra ikusi genuen merkatuaren analisi bat aurrera eraman ondoren.

Puntu guzti hauek kontuan izanik, hile hauetan zehar gazteei zuzenduriko informazio sare bat sortzeko proposamena luzatu nuen zuzendaritza taldera bai Instagram eta TikTok-en bitartez. Gauzak horrela eta Goiena Komunikazio Taldeak komunitatearekin duen konpromisoagatik eta aldaketa teknologiko eta sozialetara egokitzeko duen gaitasunak bitarteko izanik, ULERTERRAZ proiektua sortu zen. **Komunikabidearen informazio-eskaintza berritzeko eta hobetzeko aukera** bezala aurkezten da proiektu hau, baita **publiko gazteagoa erakarri eta hedabideak sare sozialetan duen presentzia dibertsifikatzeko asmoz**, aro digitalean duen irismena eta garrantzia handituz.

Proiektu honen helburua ez da soilik Goienako informazio-eskaintza hobetzea, baizik eta, era berean, komunikabideak aldaketa teknologikoetara eta entzuleen eskaera berrietara nola egokitu daitezkeen erakusteko adibide gisa balio izatea.

Gazteentzako TikTok bidezko albistegi motz eta ulergarri bat.

Bideo labur + dinamiko + ulergarriak

Gazteengandik eta gazteentzat

Goiena Komunikazio Taldearen informazio-eskaintza berritzeko proposamena

Merkatu azterketa

Sare sozialen gorakada

Komunikazioa beti izan da gizartearen oinarrietako bat. Gizakiak betidanik bilatu du elkarrekiko harremanak sustatzeko modua, informazioa partekatu eta ezagutza zabaltzekoa. Garai bateko eta gaur egungo moduak guztiz desberdinak dira, ordea. Sustrazko aldaketa gertatu da azken urteetan.

Pilar Irala Hortal-en arabera narratiba transmedia komunikazio multimedia eta hipertestuala elkartzen dituen formula bat da non eduki, istorio edota kazetaritza-pieza baten transmisioa oinarri diren. Horietako bakoitzaren adierazpen-formulak betetzen dira hainbat baliabideren bidez (irudia, audio, bideoa). Era berean, autorearen esanetan, ikuslearen parte-hartzea bilatzea du ezaugarri baita ere (Irala, 2014). Nolanahi ere, Vicente Gosciolak, Sao Pauloko Unibertsitateko Gizarte Komunikazio doktoreak kazetaritza beti transmediatikoa izan dela dio (Gosciola, 2011). Bere esanetan, beste hainbat autorerekin idatzitako lanean, Web 2.0-aren etorrerak eta sare zein mugikorren gorakadak komunikazio prozesuan eta informazioa kontsumitzeko ohituran eragina izan zuten "item" garrantzitsuenak izan ziren (Gosciola, Mendes, Oliveira, 2019). Honen bitartez ikusleak pasibo izateari utzi eta edukia ekoizteko agente bihurtzen hasi ziren. Jenkins ikertzaile estatubatuarrak kontzeptu hau konbergentzia kultural izenez deskribatu zuen (Jenkins, 2009).

Instagram eta TikTok bezalako sare sozialek eragindako aldaketa eta gizartean izandako talka, teknologia berriek informazioa partekatzeko moduan eta komunikazioan izandako eraldaketaren isla dira. Azken urteetan sorturiko errealitate berri honek, teknologiaren aurrerapenak erabiltzaile eta edukiaren arteko konexioa handitzea ahalbidetzen du. Beraz, plataforma hauek audientziarekin konektatzeko kanal gisa boterea irabazten dute. Publiko gazteari dagokionez, formatu tradizionalari uko egiteko ohitura dute hauekin ordezkaturik sentitzen ez direlako eta, beraz, plataforma hauen bitartez errazagoa da haien kontsumora iristea. Digital News Reporten arabera, eduki eta formatuak gailu mugikorren kontsumo-joera nagusietara egokitzen dira (N. Newman, R. Fletcher, C. Robertson, A. Arguedas, R. Nielsen, 2024).

Gizarteak jasandako eraldaketa hauek ez dira soilik teknologiarantz laburtzen, baizik eta kazetaritza-lana birplanteatzea eragin dute hainbat erredakzio eta komunikabidetan, prozesu, aplikazio eta forma berritzaileak gehitzeko asmoz (García Avilés, 2021). Online hedabideetako erredakzioetan informazio-errutinak guztiz aldatu dira sare sozialak, bideoak eta erabiltzaileen iruzkinak erabiliz. Egunkariak tresna sofistikuak erabiltzen dituzte informazioa bilatzeko, edukiak diseinatzeko eta argitaratzeko, bideoak editatzeko... Tresna horiek aberastu egiten dituzte beraien piezak.

Horrela, kazetari profil berriak sortu dira azken urteetan: ikus entzunezkoak. Edizioa eta kazetaritza kontrolpean izan dezaketen profesionalak bilatzen dituzte enpresek gaur egun. Ohiko kazetaritza-genero eta formatuak birsortu dira. Mugikorrek aurretiazko teknologia edota moduen arketipoak eraldatu dituzte eta bat bateko narratiba berriak, geolokalizatuak eta pertsonalizatuak sortu dituzte (Jensen, 2013). Era berean, testuinguru soziala zein informazioa ekoizteko, igortzeko eta jasotzeko moduak eraldatu dituzte. Laburbilduz, komunikabideek oso denbora gutxian eraldaketa handia izan dute. Iraganean komunikabide kopurua urriagoa zen eta audientzia handiak biltzen zituzten; gaur egun, ordea, edozein bitartekoren edizioak berehala eguneratzeko eta publikoarekin kontaktuan jartzeko aukera du eta albisteen fluxua etengabekoa da (García, 2023).

Aipatutakoa kontuan izanik, nabarmena da edukiak eta hauen formatuak gailu mugikorren kontsumo-joerara egokitzeko ohitura. Digital News Reporten azken argitalpenaren datuetan oinarriturik, (Reuters Institute, 2024) online plataformen bidezko albisteen erabilerak gorakada handia izan du eta lehen aldiz TikTok aplikazioak X (aurretiazko Twitter) gainditu du zenbakietan. Bideoa "online" albisteen iturri garrantzitsu bihurtzen ari da, batez ere talde gazteekin. Bideo laburrak laginaren bi herenek (%66) jasotzen dituzte astero eta formatu luzeagoek erdia (%51) erakartzen dute. Albisteen bideoen kontsumoaren "focus" nagusia plataformak dira argitaratzaileen webguneak baino (%72 eta %22 arteko aldea) monetizazioaren eta konexioaren inguruko erronkak areagotuz. Nahiz eta plataforma desberdinen nahasketa handitzen ari den, gehiengoak sare sozialak bere osotasunean "online" albisteetarako sarbide nagusi gisa identifikatzen jarraitzen du. Horrez gain, egindako estudioaren arabera, gazteek geroz eta arreta gehiago jartzen dute iritzi-emaila, "influencer" eta albiste-sortzaile gazteengan, batez ere Youtube eta TikTok bezalako sareetan. Facebook eta X bezalakoetan, ordea, marka tradizional eta kazetariak paper garrantzitsua izaten jarraitzen dute.

TikTok sare sozialak ospea irabazi du denbora gutxian mundu osoan zehar, baita Euskal Herrian ere. Milioika erabiltzailek erabil-erraztasunarengatik eta bideo labur zein dibertigarrii esker nagusi bihurtu dute haien egunerokotasunean, batez ere Millenial eta Z belaunaldiak. 18 eta 24 urte bitarteko gazteen ia bi herenek sare sozialak erabiltzen dituzte albiste-iturri gisa eta 55 urtetik gorakoek erdiak soilik (Digital, 2022). Estudio honen arabera, gazteek beste adin batzuek baino gehiago erabiltzen dituzte sare sozialak eta, albisteak irakurtzea beren sareak zabaltzeko aukera arrazoia izan ez den arren, haien profilean agertzen diren edukiak ikusi eta kontsumitzen dituzte modu "intzidentalean". Ondorioz, beste edukien antzerakoak diren albiste-bideoek ospe berezia dute publiko gaztea kontuan izanik. Horren ondorioz, **gazteengana albistegi digital batekin iristeko plataforma egokiena TikTok litzateke**. Hala ere, Instagram bitartez produktua eskaintzea ez litzateke ideia txarra izango.

Lehiakideen azterketa

Teknologia zein sare sozialen eta kazetaritzaren aldaketen beharrek bultzaturik, hainbat izan dira azken urteetan proiektu berria martxan jarri eta saretarako bideo-albisteak sortzen hasi diren komunikabideak. Horrela, Goiena Komunikazio Taldea baino lehenago eta Gradu Amaierako Lan honetarako inspirazio eta bide bezala balio izan duten hainbat komunikabide eta haien edukien azterketa egin da. Euskal Herriko, Espainiako zein nazioarteko komunikabideek albisteen kontsumo-joera berrietara egokitzen jakin dute bideo labur eta dinamikoen aldeko apustua eginez.

Komunikabidea	Baloreak eta sorrera urtea	Eduki mota	Zerk egiten du desberdin?
Act2ality (TikTok + Instagram)	2020an sorturiko komunikabide berria da, hainbat neska gazteren artean sortua gazteei zuzendutako albisteak sareratzeko asmoz.	Bideo azkar, oso dinamiko eta bisualak egiten dituzte gai polemikoei buruz. Grafismoen erabilera eta soinu-efektuen erabilera oso nabarmena da bai eta azkar eta erraz gazteentzat konplikatua izan daitezkeen gaiak jorrazteko modua ere. 30-60 segundo arteko bideoak dira.	Gaurkotasun global eta nazionala duten gaiak lantzen dituzte perspektiba gazte batetik. Pantailaren beste aldean daudenak ere gazteak dira eta hori lagungarria da konexio bat lortzeko ikuslearekin. Gainera, oso polemikoak eta hunkigarriak izan daitezkeen gaiak jorratzen dituzte.
El Diario Vasco (Instagram + TikTok)	1934an sorturiko komunikabidea da, baina plataforma digitalak azken urteetako sorkuntza dira. Tokiko ikuspegia bultzatzen dute egiazko eta hurbileko informazioa bilatuz.	Minutu bateko bideoak argitaratzen dituzte tokiko albisteen laburpen gisa. Kazetari baten aurpegia ageri da irudi eta bideoekin atzean. Grafiko eta testu gainjarriak ere erabiltzen dituzte. Oso edizio dinamikoak egiten dituzte.	Galderen erabilera azpimarragarria da ikuslearekiko konexio lortzeko. Selfie estiloan ere grabatzen dute batzuetan gazteen kontsumo moduetara hurbilduz.

Komunikabidea	Baloreak eta sorrera urtea	Eduki mota	Zerk egiten du desberdin?
<p>BBC News (TikTok)</p>	<p>1922an sorturiko komunikabideak zerbitzu publiko bezala lan egiten du eta objektibotasuna bermatzeko helburua du.</p>	<p>30-60 segundoko edukiak sortzen dituzte oso garrantzitsuak diren gai buruz edo oso bisualak direnei buruz. Beti kazetari bera da eduki mota hau sortzen duena.</p>	<p>Albiste nazional eta internazionalak lantzen dituzte eta marka-izen batetatik egiten dute lan autoritatea izanik arloan. Hala ere, plataforma gazteetara egokitzeko modua lortu dute informazio zorroztasuna galdu gabe.</p>
<p>Playground (Instagram + TikTok)</p>	<p>2008an sortu zen eta sare sozialetan gaurkotasunezko gai buruzko post edota bideoak argitaratzen dituzte. Herrialde desberdinetarako sareetako profil desberdinak ere badituzte.</p>	<p>Gehienez 3 minutuko bideoak argitaratzen dituzte bereziki dinamikoak eta gazteentzako zuzenduak. Sare sozialetan erabiltzen den hizkera, grafismo eta soinuekin jokatzen dute erakargarriagoa egiteko. Ikuspegi aktibista duten gai globalak lantzen dituzte baina gai konplexuei ere heltzen diete modu eskuragarrian.</p>	<p>Edizio oso azkarra, dinamikoa eta gazteei zuzendutakoa erabiltzen dute. Herrialde bakoitzeko profil desberdinetan gai desberdinak jorratzen dira, gertutasuna bermatuz.</p>
<p>Euskal Irrati Telebista (EITB) (Instagram + TikTok)</p>	<p>Aniztasuna, euskararen zaintza eta euskal kultura lantzen dira 1982an sorturiko euskal komunikabidean. Eraldaketaren garaian lehenetarikoak izan ziren Euskal Herrian sare sozialetara jauzia egiten.</p>	<p>Ikusizko ikuspegi dinamikodun edukiak sortzen dira 30 segundo eta minutu bat artekoak. Euskararen erabilera, tokian tokiko albisteak eta euskal kultur produkzioa nabarmentzen dira.</p>	<p>Sare sozialetan argitaratzen diren bideoez gain, norberaren mugikorreko Whatsappera iristen diren gaurkotasuneko albiste azkar eta errazen bideo-laburpenak bidaltzen dituzte Orain proiektu berriaren bitartez. Horrela, eguneko edota asteko albiste garrantzitsuenak bideo bakarrean laburtzen dituzte.</p>

Komunikabidea	Baloreak eta sorrera urtea	Eduki mota	Zerk egiten du desberdin?
<p>The News Movement (Instagram +TikTok)</p>	<p>2020an sorturiko komunikabide gaztea da eta kazetaritza independentea egiten du; gazteei zuzendurik.</p>	<p>30 segundo eta minutu bateko bideoak argitaratzen dituzte TiktTok eta Instagram sare sozialetan gaurkotasun globala kontuan izanik eta haien baloreak bermatuz.</p>	<p>Sare sozialetarako adaptazio bikaina egiten dute beste edozein eduki biralen tipografiak, musika edota grabaketa teknikak erabiliz baina foko informatibo eta gazte batekin.</p>

Goiena Komunikazio Taldea

Goiena Komunikazio Taldea euskaraz jarduten duen komunikazio enpresa da. Debagoienan kokatuta dagoen kooperatiba da eta lau hedabideetan banatzen du bere jarduna: Goiena Telebista (astean 50 orduko barne emisioa izanik), Goiena Aldizkaria, Puntua Aldizkaria eta Goiena.eus. Arrasate Irratia ere kudeatzen du. Horrela, Goiena Komunikazio Taldeak Euskal Herrian zein Debagoienako eskualdean informazioa zabaltzearen funtsezko zeregina betetzen du. 2000. urtean sortu zen eta TOKIKOM taldearen parte da. Komunitatea azken albisteez eta gaurkotasunaz informatzeko helburua du. Aurretiaz aipatutako euskarriez gain, sare sozialen gorakadarekin eta informazioaren kontsumo-dinamika berriekin, Goienak arrakala bat identifikatu du bere eduki eskaintzan bereziki publiko gazteari dagokionez. Behar horri heltzeko, bereziki bideo labur eta dinamikoen sorkuntzan fokoa jarritz, ULERTERRAZ proiektua sortu da **plataforma digitalen ikus-entzunezko edukien ekoizpena modernizatu eta optimizatzeko** asmoarekin. TikTok eta Instagrameko kontuak erabili dira zabalkunderako.



Irudia 2

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea



Irudia 3

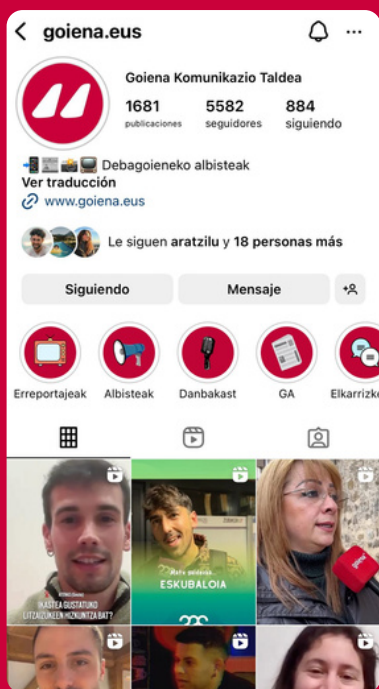
Iturria: TOKIKOM

Proiektu berri hau sortu arte Goiena Komunikazio Taldearen sare sozialetan argitaratutako bideoek tokiko albisteen eta komunitateko ekitaldieen berri ematen zuten. Jaietako testigantza laburren elkarrizketak ere argitaratzen ziren. Oinarrizko edizio-teknikak erabiltzen dira, hala nola elkarrizketa laburrak eta ikus-erreportajeak, funtsezkoak baitira komunitatea zuzenean eta eraginkortasunez informatzeko. Hala ere, bideo horien ikusizko estiloak ez du gaur egungo ikus-entzuleek, batez ere gazteenek, eskatzen duten dinamismo eta bizkortasunik.

Goienaren ikus-entzunezko edukiak hainbat alderdi garrantzitsu ditu ardatz. Lehenik eta behin, bideoen tokiko ikuspegiak aukera ematen du Debagoieneko komunitatearentzat garrantzitsuak diren gaiak lantzeko; hala nola kultura-jarduerak, kirol-ekitaldiak eta tokiko intereseko albisteak. Horrek ikus-entzuleekiko **hurbileko lotura** bermatzen du, eta ikusleak aurkeztutako informazioarekin **identifikatzea** sustatzen du. Gainera, **euskararen erabilera** ingurunearen funtsezko balioa da; izan ere, edukia hizkuntza horretan ekoizteak eskualdeko **kultura-nortasuna** indartzen du, eta komunitateko kide izatearen zentzua ematen du. Hala ere, bideoen egungo ikusizko formatua nahiko erraza da. Zuzeneko elkarrizketak eta gertaeren grabazioak dira nagusi, informazioa arinago ulertzen laguntzen duten grafikoak edo ikus elementuak nabarmen erabili gabe. Edukiaren kontsumoa plataforma digitaletara eta sare sozialetara gero eta gehiago hedatu den heinean, aldaketa nabarmena ikusi da erabiltzaileen lehentasunetan. Gaur egungo ikus-entzuleek, bereziki gazteek, informazioa azkar eta modu erakargarrian kontsumitzeko joera dute.

Goienako bideo dinamiko eta laburren falta hobetzeko aukera bezala aurkezten da ULERTERRAZ proiektua.

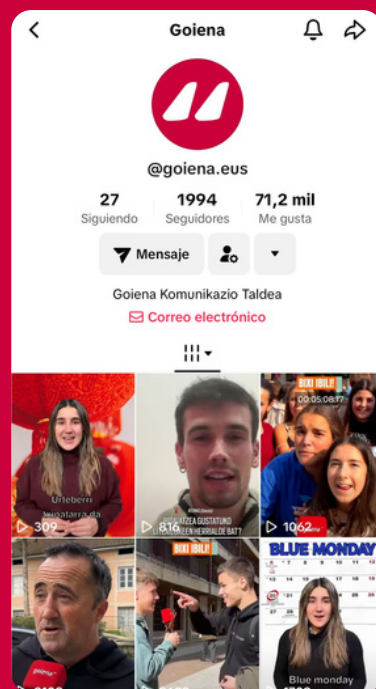
Komunikabidearen eskutik eta pertsona gazte baten autoretzan, Goienaren sare sozialeko kontuan argitaratu dira bideoak, hau da **@goiena.eus** izeneko profiletan bai TikTok zein Instagramen.



Irudia 4

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea, Instagram

TikTok kontua



Irudia 5

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea, TikTok

Instagram kontua



Proposatutako produktua: ULERTERRAZ

Ikus-entzule
gazteei
zuzenduriko
minutu bateko
bideo laburrak
edizio
dinamikoarekin:
grafikoak,
trantsizio
azkarrak eta
testu gainjarriak



ULERTERRAZ

ULERTERRAZ proiektuaren sorrerak Goienako ikus-entzunezko eskaintza modernizatzeko beharrari erantzuten dio. **Proiektu honen helburua bideo laburrak, dinamikoak eta bisualki erakargarriak sortzea da TikTok sare sozialean argitaratzeko.** ULERTERRAZen bidez, Goienak sare sozialean duen presentzia hobetu eta ikus-entzule gehiago erakarri nahi ditu, eta, aldi berean, tokiko komunitatea informatzeko konpromisoa betetzen jarraitzen du.

Produktu berri honek ikuslearen arreta mantenduko duen **eduki arineko ekoizpenean** jartzen du arreta. Ekoizitako bideoek 30 eta 60 segundo arteko iraupena izango dute, ikuslearen arreta berehala bereganatzeko eta informazio garrantzitsua modu zehatzean transmititzeko aproposa. Hori lortzeko, ikus-estilo modernoa ezarriko da, edizio-teknika sofistikatuagoak barne hartzen dituena, hala nola **grafiko bizidunak, trantsizio azkarrak eta testu gainjarriak**. Tresna horiek funtsezkoak dira ikus-entzule gazteak erakartzeko, eduki bisualki bizigarriaren zain baitaude. Horrez gain, ULERTERRAZk bideoetan jorratutako gaiak dibertsifikatu nahi ditu. Ikuspegi nagusia tokiko ekitaldien estaldura den arren, proiektuak gazteentzat beste hainbat gai interesgarri jorratzeko potentziala du.

Irudia 6

Iturria: norberak sortua

ULERTERRAZ proiektua irtenbide sortzaile eta eraginkor gisa aurkezten da aro digitaleko komunikazioaren erronkei heltzeko. Gaur egungo gazteek informazio bonbardaketa etengabea dute eta, ondorioz, haien arreta erakartzea gero eta zailagoa da. **Bideo labor eta argien bidez, informazioa emateaz gain, entzuleak hezi eta entretenitu nahi ditu ULERTERRAZek.** Bideo hauek bisualki erakargarriak izateko diseinatuta daude, gai konplexuak modu dinamikoan eginez, ulertzea errazten duten elementu grafikoak eta narratiboak erabilia.

Proiektuak identifikatutako behar bati erantzuten dio, baina sareen kontsumoaren joera globala ere islatu eta jarraitzen du. **Azkartasuna eta irisgarritasuna** funtsezkoak diren mundu honetan, ULERTERRAZk tresna eraginkorra izan nahi du erabiltzaile gazteenen arreta erakartzeko eta informatuta mantentzeko. **Proiektu honek, Goienaren informazio-eskaintza hobetzeaz gain, komunikabideak aldaketa teknologikoetara eta entzuleen eskaera berrietara nola egokitu daitezkeen erakusten duen adibide bat ere izan nahi du.**

Eduki hauen sorkuntzak hainbat pausu jarraitzen ditu helburuak betetzeko asmoa jarraituz momentu oro eta edukiaren kalitatea eta eraginkortasuna bermatuz. Hona hemen proiektua sortu eta gauzatzeko jarraitutako pausuen azalpen zehatza.

1

MARKAREN SORKUNTZA

Markaren sorkuntza

Gazteen beharrak zein diren eta nolako kontsumo-ohiturak dituzten ezagutzeko merkatu analisi bat jorratu zen hainbat iturri akademiko eta estudio oinarri hartuz. Honen azterketaren bitartez, proiektuak izan beharreko ezaugarri eta puntu garrantzitsuak definitu ziren. Adibidez, azkartasun eta dinamikotasunaren garrantzia, hizkuntza gaztearen beharra eta TikTok plataforma erabiltzearen ezinbestekotasuna.

Goiena Komunikazio Taldearekin lankidetzan, gazteei zuzenduriko proiektu berri honek izen bat izatea beharrezkoa zen marka bezala aurkeztu eta argitaratzean identifikatu ahal izateko. Ondorioz, hainbat buelta eman ondoren gaiari, ULERTERRAZ izena erabiltzea pentsatu zen "ulertu" eta "erraz" hitzen nahasketa bat eginez proiektuaren isla gisa. Horrez gain, **"Azkar eta erraz"** leloa bihurtu zen proiektuaren muin. Grafismoak ere landuz, proiektuarentzat logo eta azal bat sortu ziren, marka egiteko eta izen bidezko bilaketarako oso lagungarria.



Iruia 7
Iturria: norberak sortua

Azalak leloa, proiektuaren izena eta sare sozialen profil izena biltzen ditu. Logoak Goiena Komunikazio Taldeko kolore zein irudi korporatiboa elkartzen ditu eta honen azpian proiektuaren izena.



Iruia 8
Iturria: norberak sortua

2

EDUKIEN BILAKETA

Gaiak hautatzea

Bideoetan zein gai jorratu jakin ahal izateko, beharrezkoa izan zen joeren azterketa bat egitea, gazteentzat interesgarriak eta gaurkotasunezkoak diren gaiak identifikatzeko. Gaiak gizartean, hezkuntzan eta entretenimenduan duen garrantzia hartu zen kontuan. Horrez gain, sare sozial desberdinetan analisi bat egitea beharrezkoa izan zen kontsumitzen diren edukiak zeintzuk eta nolakoak diren definitu ahal izateko.

Informazio bilaketa

Behin jorratuko ziren gaia hautaturik, gai espezifiko horren inguruko informazio-bilaketa egiten da, edukia babesten dituen datu egiaztagarri eta iturri fidagarri nahikoak daudela ziurtatzeko. Momentuan gaurkotasuna duten eta publiko gaztearentzat garrantzitsuak izan daitezkeen albisteak elkartu eta ideia zerrenda bat egin ondoren, agendan egun bakoitzeko zein bideo eta zer gai jorratuko den definitzen da.

Bilaketa zehatza

Ikerketan sakontzen da albiste, txosten eta bestelako baliabide fidagarriak kontsultatuz. Bildutako informazioa logikoki eta koherentziaz antolatzen da. Batez ere komunikabide desberdinen albisteak irakurri eta Goienan bertan jasotako komunikatuen bidez biltzen da informazioaren gehiengoa.

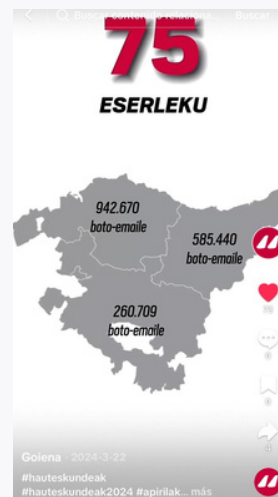
Gidoia idaztea

Gidoi argi, zehatz eta erakargarria egiten da jorratuko den gaiaren inguruko informazioarekin, gazteek gustukoak duten hizkera eta estilora egokitua. Gidoiak informatiboa izan behar du, baina baita entretenigarria ere, ikuslearen interesari hasieratik amaierara eusten diola ziurtatuz. Garrantzitsua da hizkera simple eta erraza erabiltzea bai eta ondoren edizioan zehar dinamikoa egitea ahalbidetuko duena (esaldi oso luzerik ez, adibidez).

Diseinu grafikoak

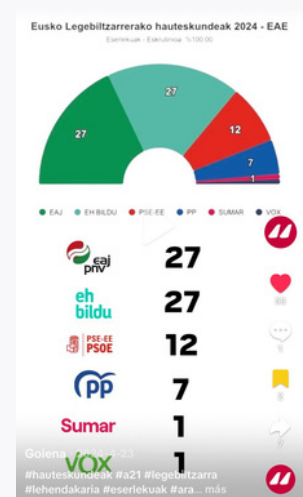
Bideoaren edukia lagundu eta aberastuko duten elementu bisualak eta grafikoak sortzen dira. Horren barruan, infografiak, ilustrazioak eta gaia ulertzen laguntzen duten animazioak sartzen dira.

Hona hemen Legebiltzarreko hauteskundearen inguruko bideoetan erabilitako grafikoak.



Irudia 9

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea, TikTok



Irudia 10

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea, TikTok

Storytelling

Bideoaren sekuentzia bisuala planifikatzen da "storyboard" baten bidez, eszena bakoitza eta grafikoak, testuen eta beste elementu bisual batzuen erabilera zehaztuz. Horrek azken produktua produzitu aurretik bistaritzen laguntzen du eta erabilgarria izango da, baita, editatzeko momentuan.

Narrazioaren grabazioa

Gidoiaren narrazioa grabatzen da, off ahots argia, erakargarria eta entzuleentzako egokia dela ziurtatuz. Grabaketa bulegoko materialarekin egin ohi da telebistako platoon. Tripodea eta Iphone 15-a erabiliz bai eta platoko bertako foko bat argiztatzeko erabiliz. Soinurako audioa Rode mikrofonoen bidez hartzea komeni da argiagoa izateko. Grabaketan zehar intonazioa, hitz egiteko modua eta eskuen erabilera oso garrantzitsua dira ondoren bideoa erakargarriagoa egiteko, beti kamerara begira zuzenean. Orokorrean planoak gerritik gorakoa edo bularretik gorakoa da.

Irudiak/bideoak hartzea

Beharrezkoa bada, eszena gehigarriak filmatzen dira edo bideoaren edukia osatzen duten irudiak hartzen dira Internetetik. Horren barruan, elkarrizketak edo artxibo-material garrantzitsua egon daiteke. Albisteari lagundu ahal izateko artxiboko zein Interneteko lizentzia libreko argazki zein bideoak erabiltzen dira. Horretarako webgune hauek erabili ohi dira: <https://unsplash.com/>, <https://pixabay.com/>, <https://www.pexels.com/>, <https://www.publicdomainpictures.net/>. Gainera, gif-ak eta irudiak erabiltzea komenigarria da dinamikotasun eta "gazte hizkuntza" hori lortu ahal izateko.

Elementuak integratzea

Grabatutako narrazioa irudiekin eta grafikoekin konbinatzen da bideoa editatzeko software batean: CapCut. Urrats horren barruan sartzen da audioa bideoarekin sinkronizatzea eta ikus-elementuak une egokietan txertatzea. CapCut programaren bitartez egiten da edizioa, TikTok sare sozialaren editore propioa. Horrek asko errazten du argitalpena.



Irudia 11
Iturria: CapCut

Azken edizioa

Momentu garrantzitsuenetariko bat da edizioa, lan handiena daramana. Oso dinamiko egin behar da eta bideoa arina eta koherentea dela ziurtatzeko doikuntzak egin behar dira. Ikuslearen esperientzia aberastuko duten musika eta soinu-efektuak gehitzen dira eta edukiaren ikusmen eta entzumen-kalitatea egokitzen dira.

- 1 Erabilgarriak izango diren korteak era azkar eta dinamiko batean moztu.
- 2 "CromaKey" erabiliz irudiaren fondoa kendu kazetaria soilik ikusi ahal izateko fondoan artxiboko irudiak edo grafikoak izanik.
- 3 Albisteari lagunduko dion bideo eta irudiak gehitu modu azkar batean. (clip bakoitzak ez dezala 3-5 segundo baino gehiago iraun)
- 4 Mugitzen diren irudiak gehitu fondoko irudien gainean.
- 5 Soinu-efektuak gehitu entretenigarriagoa egiteko, batez ere mozketak, mezu, elkarrizketa edota idazmakinaren bezalako soinu efektuak.
- 6 Testua erabiliz gauza garrantzitsuenak nabarmendu eta azpigituluak gehitu euskaraz. Oso erabilgarriak dira azpigituluak soinuaren bitartez entzun ezin dutenek bideoa ikusten jarraitzeko.

7

BERRIKUSPENA ETA ZUZENKETA

Argitalpen berrikuspena

Argitalpen-talde batek bideoa berrikusten du, kalitate eta doitasun-estandarrak betetzen dituela ziurtatzeko. Informazioaren zehaztasuna eta mezuaren koherentzia egiaztatzen dira.

Akatsen zuzenketa

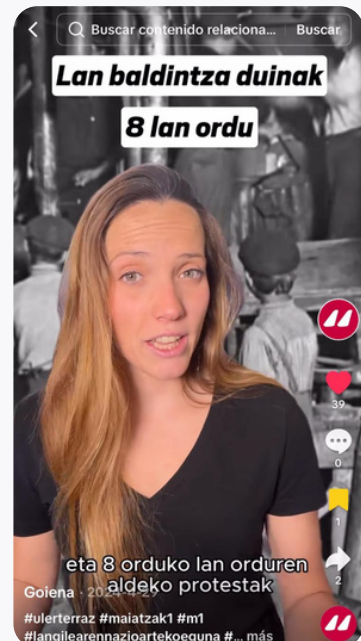
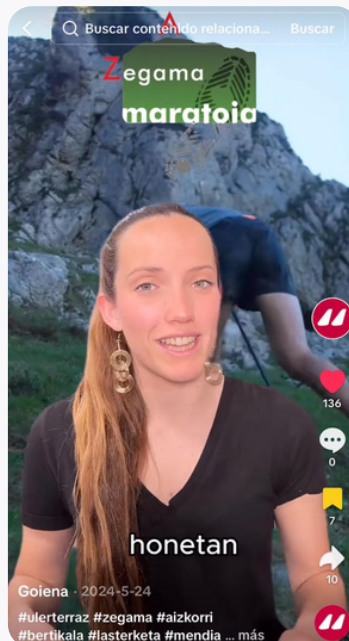
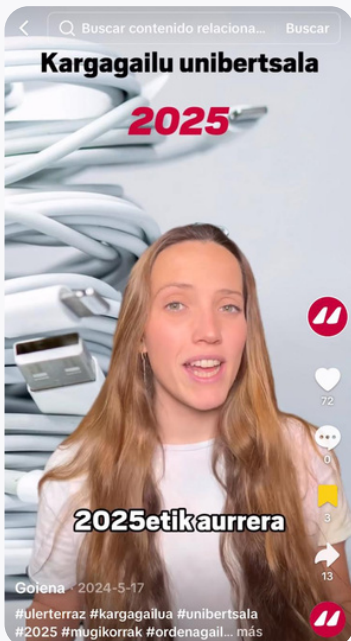
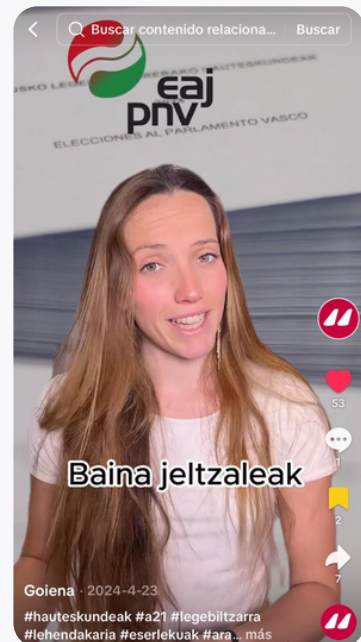
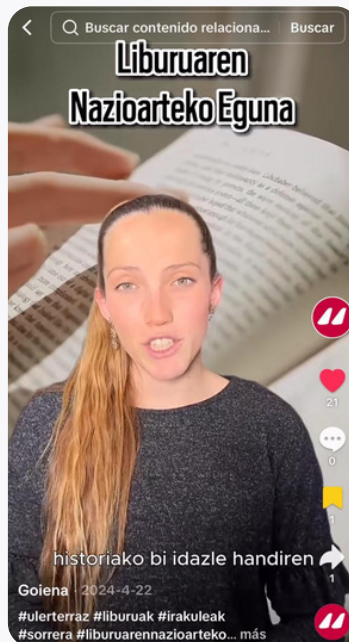
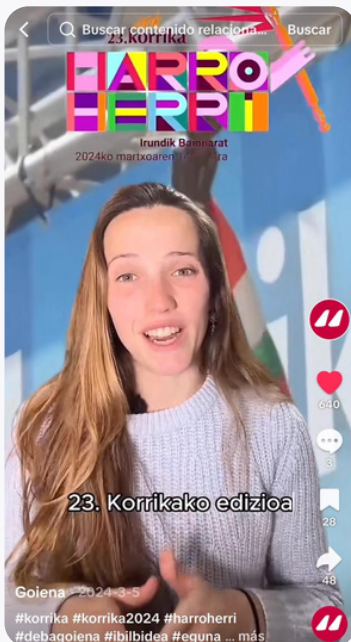
Argitalpen-ekipoaren feedback-ean oinarritutako beharrezko zuzenketak egiten dira. Horrek kontaketan doikuntzak egin ditzake, audioa eta bideoa sinkronizatu, edo grafikoak eta animazioak hobetu.

Sare sozialetara igotzea

Bideo amaitua sare sozialen plataformetara igotzen da. Garrantzitsuena TikTok da merkatu analisiaren bitartezko azterketak gazteengana iristeko plataforma egokiena dela ondorioztatu batiste, baina bideo batzuk Instagramen ere argitaratu dira.

Hedapen estrategiak

Bideoaren irismena maximizatzeko taktikak inplementatzen dira, hashtag-en erabilera adibidez.



Irudia 12

Iturria: norberak sortua

ULERTERRAZen ikuspegia oso ondo egituratuta dago, gazte-entzuleei zuzendurik eta modu eraginkorren erantzunez eduki azkar eta bisualki erakargarria oinarri duten kontsumo-joerei. Bere indarra produkzio-prozesuaren argitasunean eta tresna eskuragarrien erabileran datza, informazioa modu erakargarri eta entretenigarrian eskaintzeko duen gaitasunaz gain. Hala ere, bere hedapen-estrategien eragina eta hedapena neurtzeari dagokionez, haren irismena eta eraginkortasuna maximizatzea garrantzitsua da.

Dudarik gabe esan daiteke Goiena Komunikazio Taldeko lankideen laguntza eta profesionaltasuna guztiz beharrezkoak izan direla proiektu hau aurrera eraman ahal izateko.

Ebaluazioa

Proiektuaren bitartez ekoiztutako bideoen ebaluazio bat egitea beharrezkoa da helburua ULERTERRAZ proiektuaren barruan TikTok plataforman argitaratutako bideoen **eraginkortasuna** aztertzea izanik. Proiektua gazteen arreta erakartzeko diseinatuta dago, eduki labur eta bisualki erakargarrien bidez. **2024ko martxotik maiatzera bitartean sortutako bideoek** gai garrantzitsuak jorratzen dituzte, hala nola kultura ekitaldiak eta gaurkotasuneko gaiak, informatzeko eta entretenitzeko helburuarekin.

Analisia hedapenean, interakzio-mailan (bistaratzek, iruzkinak, partekatzeak) eta bideo bakoitzak audientzian duen garrantzian oinarrituko da. Azterlan horren bidez, ULERTERRAZek erabilitako estrategien eragina ebaluatuko da, eta **engagement**-a zein sare sozialetako ikusgarritasuna maximizatzeko egin daitezkeen hobekuntzak identifikatuko dira.

Hedapenari dagokionez, **TikTok** plataforma ezin hobea da eduki labur, dinamiko eta kulturalki garrantzitsu horretarako. TikTok ikusmen aldetik erakargarriak diren eta emozioak lehenesten dituen edukien alde egiten du. Gainera, gazteen artean plataforma herrikoia denez, euskararen sustapenari buruzko mezuak belaunaldi berrietara iristeko aukera bikaina da. Gainera, bideoak plataformarako iraupen egokia mantentzen du, 15 eta 60 segundo artean, eta horrek ikuslearen arreta bereganatzea ahalbidetzen du, luzeegia eta konplexuegia izan gabe.

Proiektua Maider Aranguren Garay kazetariaren eta Goiena Komunikazio Taldearen arteko lankidetzan sorturiko edukia da enpresan praktikaldia burutu bitarteko epean. Hala ere, behin praktikaldia amaituta, ULERTERRAZek aurrera jarraitu du nahiz eta orain beste kazetari bat izan sortzailea.



Irudia 13
Iturria: TikTok



Irudia 14
Iturria: Instagram

Hona hemen argitaratutako bideo bakoitzaren azterketa zein analisi zehatza aurretiaz aipatutako item-ei dagokienez. Bideoaren irudian **klik** eginez gero plataformako bideora zuzenduko zaitu orriak, hala ere, eranskinetan bideo guztiak eskuragarri daude.

GAIA ETA ARGITARATZE DATA

Korrika ekimenari buruzko bideoa da eta Debagoienan izango duen ibilbidea zehazten eta azaltzen da bertan. Korrika bi urterik behin Euskal Herri osoa zeharkatzen duen ekimena da, euskararen aldeko ekitaldia. Bideo honetan ordutegiak eta zeharkatuko dituen herriak definitzen dira bertako biztanleek parte hartu edota jarraitu ahal izateko. Bideoa 2024ko martxoaren 3an argitaratu zen.

IKUSIZKO ANALISIA ETA NARRAZIOA

Bideoa ikuspegi bisual dinamikoagatik nabarmentzen da, Korrikaren energia eta emozioa atzematen dituzten irudiekin. Grafiko sinpleak baina eraginkorrak erabiltzen dira lasterketari buruzko funtsezko informazioa transmititzeko, hala nola garrantzi kulturala. Euskarazko narrazioak indartu egiten du proiektuak hizkuntzaren sustapenarekin duen konpromisoa, irigarria eta argia baita, eta horrek hurbiltasuna lortzen du tokiko entzuleekin. Maparen bitartez errazten da kokaleku bakoitza ezagutzea eta testuarekin aipatzen da ordutegi bakoitza.

ZABALKUNDEA

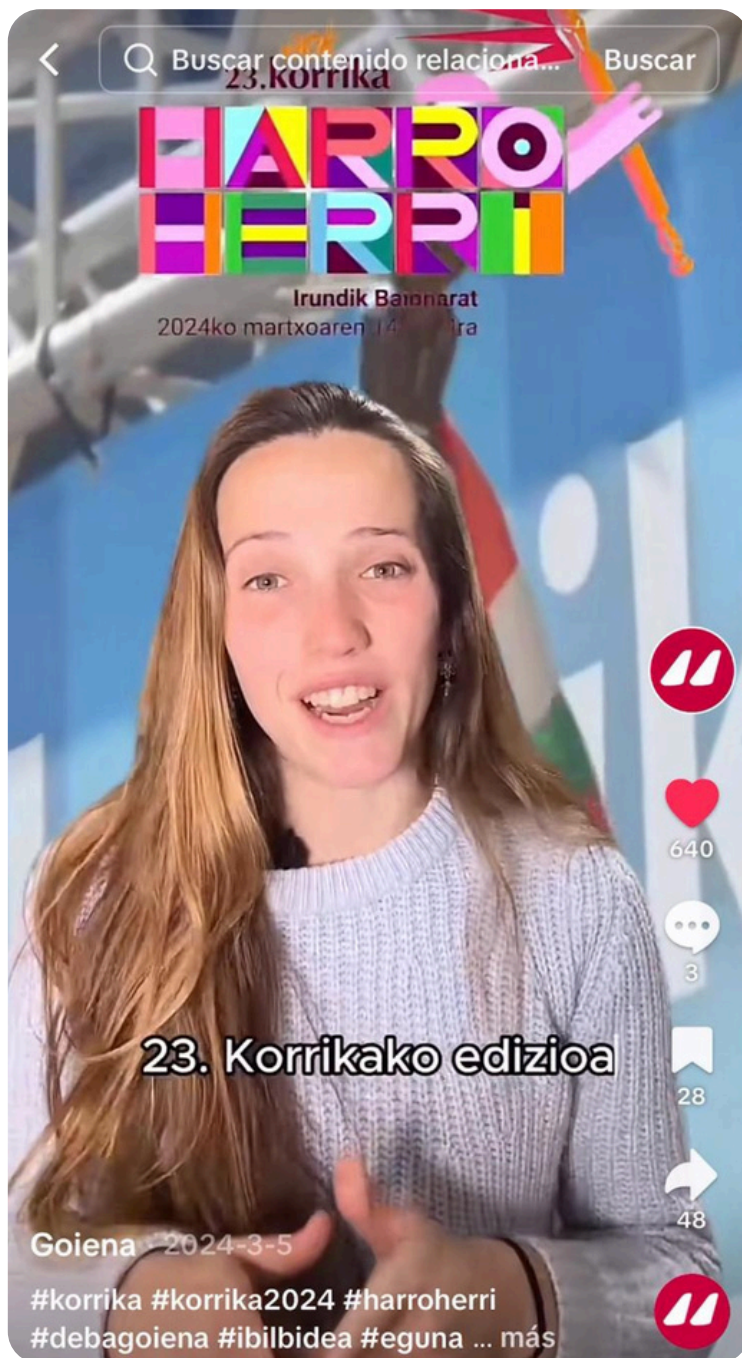
TikTok plataforma ezin hobea da eduki labur, dinamiko eta kulturalki garrantzitsuak hedatu ahal izateko. TikTok-ek ikusmen aldetik erakargarriak diren eta emozioei dei egiten dieten edukien alde egiten du. Korrikaren eta euskararen inguruko hashtag-ak erabili ziren TikTok barruan bideoaren ikusgaitasuna handitzeko ezinbestekoak direnak: #korrika, #korrika2024, #harroherri, #debagoiena, #ibilbidea, #eguna, #ordutegia, #elgeta, #bergara, #eskoriata, #aretxabaleta, #arrasate, #oñati, #leintzgatza, #tipitapa, #goiena.

INTERAKZIOA

Bideo honek interakzio-maila nabarmena izan zuen like, iruzkin eta partekatze terminoei dagokienez. Hauek dira TikTok-en engagement adierazle nagusiak, eta iradokitzen dute audientziak edukia kontsumitzeaz gain, harekin ere elkarreragin dutela. Hori erabakigarria da sare sozialetan zabalkunde organikoa izateko.

TikTok

-  **+13.000**
Bistaratzekak
-  **640**
Like
-  **48**
Partekatzeak
-  **3**
Iruzkinak
-  **28**
Gordetzeak



Irudia 15

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea, TikTok

GAIA ETA ARGITARATZE DATA

Bideoaren ardatza Emakumeen Nazioarteko eguna da, martxoaren 8a. Edukian egun horren historia, genero berdintasuna eta emakumeek gizartean dituzten arazoan aldeko borrokaren garrantzia nabarmentzen da. Bideoa 2024ko martxoaren 6an argitaratu zen, nazioarteko eguna baino egun batzuk lehenago.

IKUSIZKO ANALISIA ETA NARRAZIOA

Bideoak egitura hunkigarri eta motibatzailea du. Manifestazioen eta protesten irudiekin hasten da, non adin eta jatorri desberdinetako emakumeek bat egiten duten beren ahotsak altxatzeko. Ikuspegi horrek, borrokaren kolektibitatea nabarmentzeaz gain, borroka horretan parte hartzen duten emakumeen aniztasuna ere azpimarratzen du. Bideoan zehar, ikusizko edukia indartzen duten testu-mezuak tartekatzen dira, narratiba koherentea eta indartsua sortuz. Musika bizia eta kementsua erabiltzen da.

ZABALKUNDEA

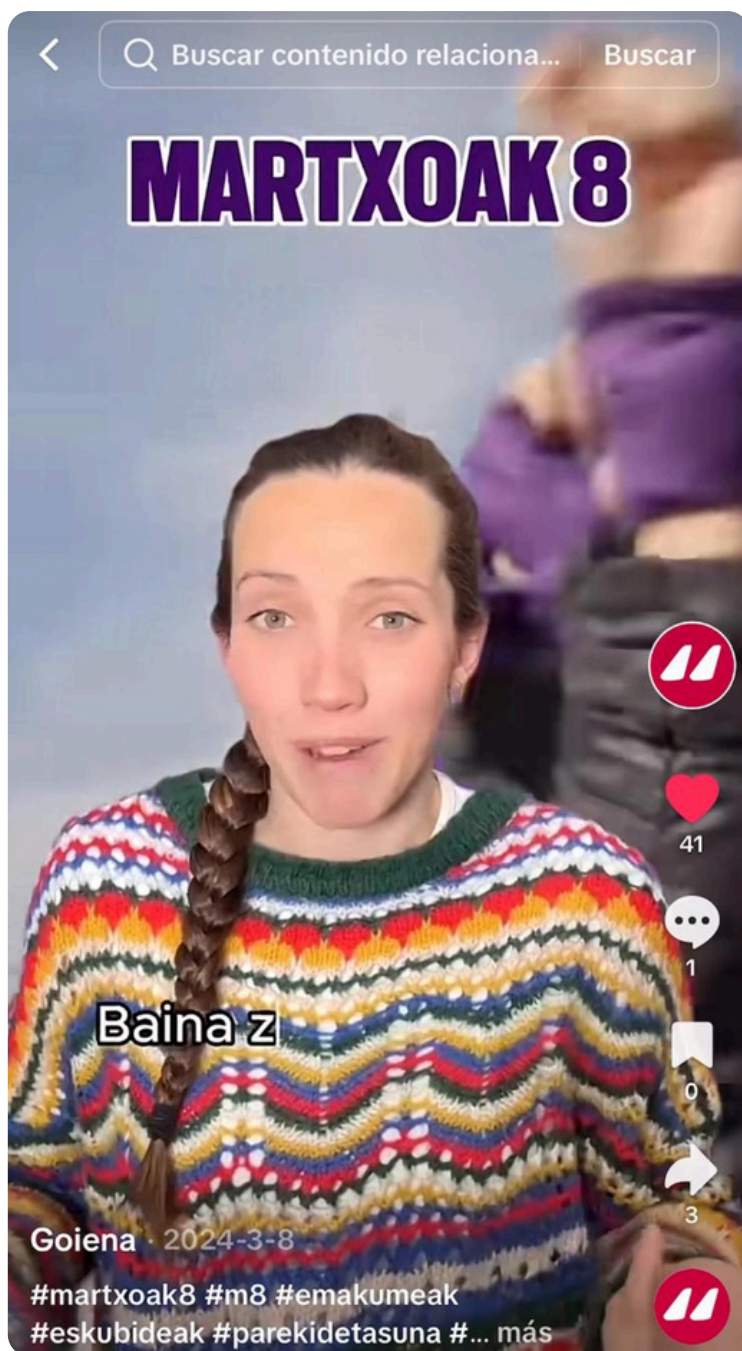
Hedapena eta irismena maximizatzeko estrategia eraginkorrak erabili dira, hala nola hashtag-ak #martxoak8, #m8, #emakumeak, #eskubideak, #parekidetasuna, #morea, #goiena, #debagoiena. Honen erabilerak erraztu egiten du bideoa berdintasunaren eta giza eskubideen arloan interesa dutenek aurkitzea. Taktika honek antzeko edukia taldekatzen laguntzeaz gain, bideoa informazio honen eraginpean egon ez daitekeen publiko batengana iristea ahalbidetzen du. Bideoak 01:12 minutuko iraupena du.

INTERAKZIOA

Bideoek parte-hartzea eragin dute erabiltzaileen artean. Interakzio-maila nabarmena izan zuen like, iruzkin eta partekatze terminoei dagokienez. TikTok plataforma horrelako edukiz beterik zegoen egunetan, asko da horrelako interakzio maila lortzea euskarazko eduki batean.

TikTok

-  **1466**
Bistaratzekak
-  **41**
Like
-  **3**
Partekatzeak
-  **1**
Iruzkinak
-  **0**
Gordetzeak



Irudia 16

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea, TikTok

BIDEOA

UDABERRIA

GAIA ETA ARGITARATZE DATA

Bideoak udaberriaren etorreraren gaia jorratzen du. Urtaro hau naturaren berpiztearekin, berrikuntzarekin eta loratzearekin lotu ohi da. Edukiak udaberriak dakarren edertasuna eta bizitasuna ospatzea du helburu, paisaia loratuen, zuhaitzen eta aire zabaleko jardueren irudiak aurkeztuz. Gainera, bideoak itxaropen eta baikortasun-sentimenduak ekartzen ditu gogora, urtaro aldaketarekin lotu ohi diren elementuak. Horrez gain, udaberriarekin batera sor daitezken emozio desberdinak, burukominak edota beste hainbat kontu jorratzen ditu bai eta ekinozio kontzeptua zer den eta nola funtzionatzen duen azaldu. Bideoa 2024ko martxoaren 19an argitaratu zen.

IKUSIZKO ANALISIA ETA NARRAZIOA

Bideoak kolore argidun paleta bat erabiltzen du, udaberriaren bizitasuna irudikatzen duena. Tonu berdeak, horiak eta arrosak dira nagusi irudietan, eta giro alaia eta atsegina sortzen du horrek. Irudien sekuentzian, loreak irekitzen, natura eta paisaia eguzkitsuez gozatzen duten pertsonak daude, eta horrek mezu positiboa eta itxaropentsua indartzen du. Narratiboki, bideoak ikuspegi arina eta baikorra du. Hizkuntza erraz eta poetikoaren bidez, udaberriko mirari txikiak nabarmentzen dira. Narratiba koherentziaz doa, natura eta pertsona bera urtaro honen etorrerarekin nola eraldatzen den erakutsiz eta norberak nabari ditzakeen umore edota aldaketa fisikoak aipatuz. Gainjarritako testua erabiltzeak alaitasun eta berritze sentimenduak azpimarratzen ditu eta osotasun kohesioa sortzen azpigituluen erabilerarekin ere. Musika melodiatsua eta alaia da emozio-inpaktua are gehiago areagotuz.

ZABALKUNDEA

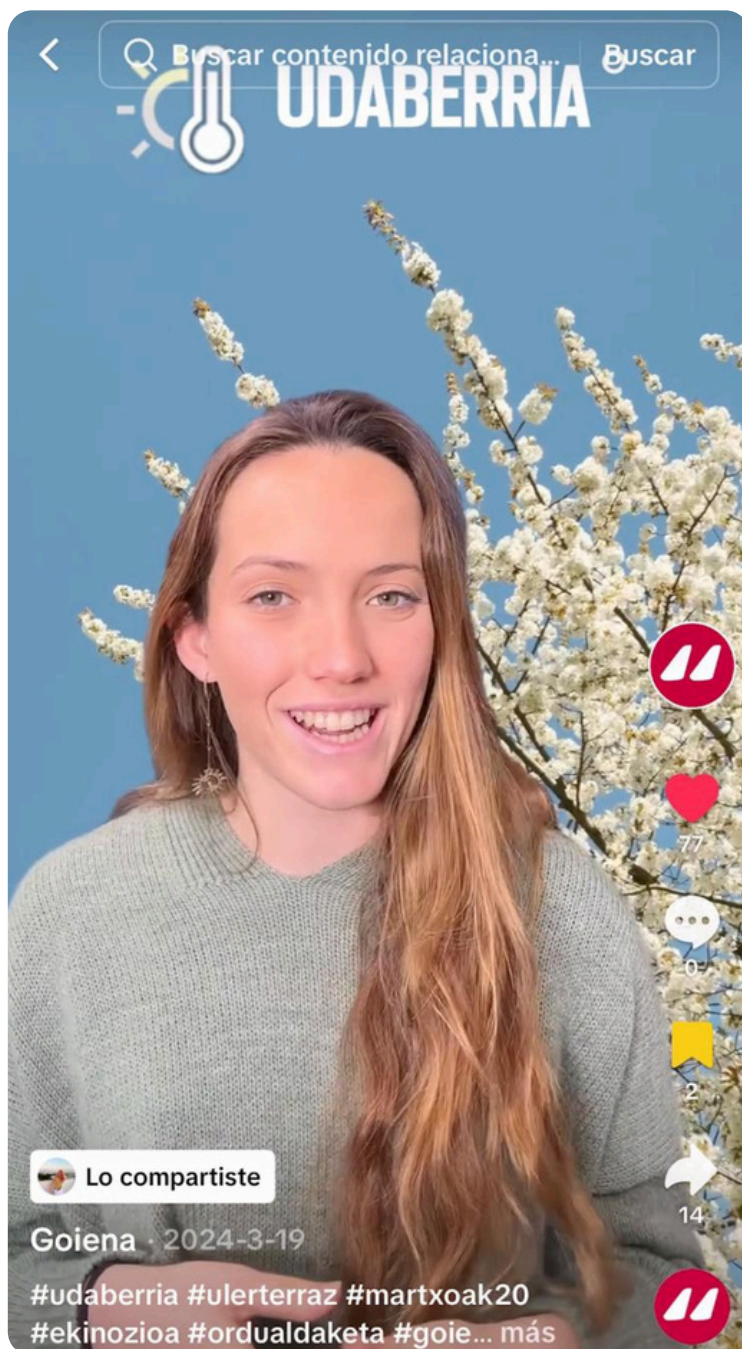
Bideoak hainbat estrategia eraginkor erabili ditu hedapenaren irismena maximizatzeko. Erlazionatutako hashtag-ak, hala nola #udaberria, #ulerterraz, #martxoak20, #ekinozioa, #ordualdaketa, #goiena, #debagoiena, #lurra, #eguzkia, #gazteak. Hauek edukia gai horietan interesa duen publiko batek aurkitzea ahalbidetzen dute.

INTERAKZIOA

Bideoarekiko interakzioa nabarmena da, parte-hartze mota horrek erakusten du bideoak ikusleengan oihartzuna duela, eta, horrez gain, ikusleen artean komunitate-zentzua sustatzen du, partekatze eta konektatzeko motibatuta sentitzen baitira. Gainera, like eta partekatuen kopuruak adierazten du edukiak eragin positiboa izan duela. Naturari eta ongizateari buruzko gaiak jorratzen dituzten bideoek elkarreragin handiagoa sortzen dute, pertsonengan emozio eta oroitzapen positiboak ekartzen baitituzte gogora.

TikTok

-  **2788**
Bistaratzekak
-  **77**
Like
-  **14**
Partekatzeak
-  **0**
Iruzkinak
-  **2**
Gordetzeak



Irudia 17

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea, TikTok

GAIA ETA ARGITARATZE DATA

Hauteskundeek aurretiazko bideo honek EAEko hauteskundeek errealitateari buruzko informazioa jasotzen du. Lehendakariaren izenak aipatu, alderdi desberdinei buruz hitz egin eta tokiko testuinguru politikoaren garrantzia aipatzen ditu. Edukiak herritarrei hauteskundeetan parte hartzearen garrantzia jakinarazten eta gogorarazten die, pertsona bakoitzak erabaki demokratikoak hartzean duen papera azpimarratuz. Hauteskunde horietan zer eta nola aukeratzeko azaltzen da bideoan modu erraz batean gaiari buruz asko ez dakitenek ulertu ahal izateko. 2024ko martxoaren 22an argitaratu zen bideoa.

IKUSIZKO ANALISIA ETA NARRAZIOA

Bisualki, bideoak estilo dinamikoa du, grafiko deigarriekin eta testu gainjarriarekin. Kolore nagusiak urdina, gorria eta zuria dira, seriotasunarekin eta konfiantzarekin lotuta egon ohi direnak, eta hori egokia da hauteskunde testuingururako. Gainera, mozketak azkarrak eta trantsizio arinak erabiltzeak ikuslearen arreta bereganatzea eta mantentzea lortzen du, eta hori funtsezkoa da TikTok bezalako plataforma batean. Narratiba argia eta zuzena da. Hizkuntza zehatz eta erraz baten bidez, bideoak bozkatzeko garrantzia aipatzen du. Ikuspegi narratibo zehatz bat erabiltzen du publiko gaztearengan oihartzuna izateko, askotan ez baitaude hain konprometitua politikoki. Esaldi laburren erabilerak arreta mantentzen eta mezua indartzen laguntzen dute. Gainera, oso modu erraz eta ulergarrian azaltzen da orokorrean gazteentzat ulertzeko zaila den gai bat.



ZABALKUNDEA

Bideoak hauteskundeekin lotutako hashtag-ak erabili ditu modu eraginkorrean, hala nola #hauteskundeak, #hauteskundeak2024, #apirilak21, #legebiltzarra, #bizkaia, #gipuzkoa, #araba, #75eserleku, #goiena eta #debagoiena. Horrek ahalbidetzen du edukia erraz jasotzea politikan edo herritarren parte-hartzearen interesa duten pertsonen.

Gainera, TikTok bezalako plataforma batean argitaratzen denez, non gazteek audientziaren zati handi bat osatzen duten, bideoak aukera ona du boto-emaile gazteengana iristeko, hauteskunde-partaidetzari dagokionez aktibo gutxien dituen segmentuetako bat baita. Aipatzekoa da, halaber, argitalpen-unea, hauteskunde-ekitaldi garrantzitsu baten bezperan, estrategia giltzarria dela.

INTERAKZIOA

Bideoak parte-hartze maila baxua izan du. Erabiltzaileek ez dute iruzkinik utzi, gaztediaren gehiengoarentzat oso urruti geratzen zaien gaia delako. Kasu honetan, zenbakiak iradokitzen dute bideoak soilik gaien interesa duten entzuleen arreta bereganatu duela, nahiz eta hauteskundeen gaiak agian ez duen entretenimenduko edo kulturako beste gai batzuek adina gogo sortzen.

-  **2820**
Bistaratzek
-  **73**
Like
-  **4**
Partekatzeak
-  **0**
Iruzkinak
-  **0**
Gordetzeak

TikTok



Irudia 18

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea, TikTok

BIDEOA

ASTE SANTUA

GAIA ETA ARGITARATZE DATA

Aste Santuari buruzko bideoa izan zen hau, Jesukristoren Pasioa, Heriotza eta Berpizkundea oroitarazten dituen ospakizun kristauari buruzkoa. Aste Santua oso ekitaldi esanguratsua da herrialde askotan, eta tradizioak eta herriaren debozioa islatzen dituzten prozesio, meza eta ekitaldi erlijiosoek markatzen dute. Bideoaren bidez, jai horietan zehar Debagoienan ospatuko ziren ekitaldien informazioa jendeari helaraztea zen helburu, nahiz eta hauek erlijioarekin loturik ez egon. 2024ko martxoaren 26an argitaratu zen bideoa.

IKUSIZKO ANALISIA ETA NARRAZIOA

Bideoak hainbat irudi erabiltzen ditu hasieran eta ondoren egutegi baten antzerako taula bat sartzen du pantailan ekitaldi guztiak ongi ikusi ahal izateko. Kolore desberdinen bitartez erakunde desberdinek antolatutako ekitaldiak desberdintzen dira. Tonu narratiboa argia da, ikusleak ekintza horietara joan eta oporrez disfrutatzeke animatuz. Ikus-elementuek eta testu-elementuek bideoa eramangarriagoa egiten dute horrenbeste informazio izanik.

ZABALKUNDEA

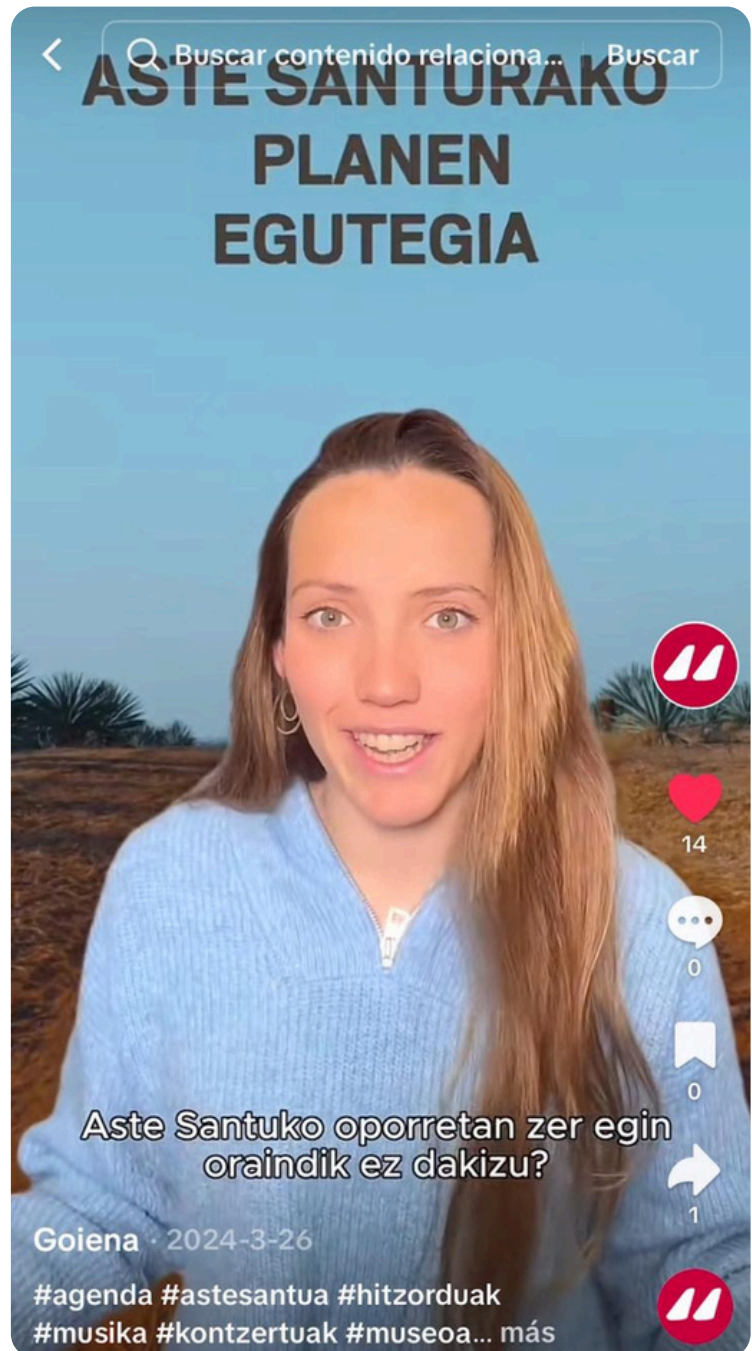
Bideoak hainbat hedapen-estrategia eraginkor erabili ditu. Hashtag-en espezifikoen erabilerak lagundu egin du bideoa gai erlijioso edo kulturaletan interesa duen publiko zabalago batek aurki dezan. Aste Santua nazioartean behatutako jaieguna izateak ere ahalbidetu du bideoa hainbat ikuslerengana iristea, tokiko komunitatetik haratago. Zabalkunderako hainbat izan ziren erabilitako hashtag-ak: #agenda, #astesantua, #hitzorduak, #musika, #kontzertuak, #museoak, #ginakana, #gazteak, #goiena eta #debagoiena

INTERAKZIOA

Bideoaren interakzioa ez zen horrenbestekoa izan kasu honetan, albiste baina egutegia ezartzeko bideo bat baitzen.

TikTok

-  **923**
Bistaratzek
-  **14**
Like
-  **1**
Partekatzeak
-  **0**
Iruzkinak
-  **0**
Gordetzeak



Irudia 19

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea, TikTok

BIDEOA

SELEKTIBITATEA

GAIA ETA ARGITARATZE DATA

Bideoaren gai nagusia selektibitatea da, Euskal Herrian eta Espainia osoan unibertsitaterako sarbiderako egiten den azterketa. 2025eko selektibitatera begira aldaketa batzuk espero direnez, argitaratutako dekretuari buruzkoa da bideoa; hurrengo selektibitatean egon daitezkeen aldaketak aipatuz eta formatu desberdinak konparatuz. Bideoa 2024ko apirilaren 12an argitaratu zen.

IKUSIZKO ANALISIA ETA NARRAZIOA

Bisualki, bideoak TikTok-eko estiloa jarraitzen du, trantsizio azkarrekin eta mezua indartzen duten elementu grafikoekin. Erabilitako irudiek ikasleen ohiko eszenak irudikatzen dituzte, ikasketa garaiak aurrez-aurre jarrita: liburuak, koadernoak eta ordenagailu-pantailak egutegi-grafikoekin tartekatzen dira. Estresa gogorarazten duten sinboloak ere erabiltzen dira, hala nola denboraren presioa erakusten duten erlojuak. Narratiboki, egoera horretan dauden ikasleei zuzentzen zaie, aldaketa eragingo dien ikasle berriei 2025ean. Narrazioa testu gainjarriekin eta emojiekin nahasten da, eta horrek gazteen giroa eta giro dinamikoa indartzen ditu, edukia erakargarriagoa eta kontsumitzeko errazagoa eginez.





ZABALKUNDEA

Bideoak zabalkunde-estrategia eraginkorrek erabili ditu. Selektibitatearekin lotutako hashtag-ak, hala nola, #ulerterraz, #selektibitatea, #azterketak, #emaitzak, #nota, #gazteak, #goiena, #debagoiena. Gainera, hezkuntza eta gazteen gaien konbinazioari esker, bideoa TikTok-eko algoritmoetan gomendatzen da, batez ere hezkuntzarekin edo ikasle bizitzarekin lotutako edukia kontsumitzen dutenentzat. Musika erabiltzearen estrategiak, grafiko dinamikoak eta motibazio-mezuei gehituta, ziurtatzen du bideoak atxikipen-maila ona izatea.

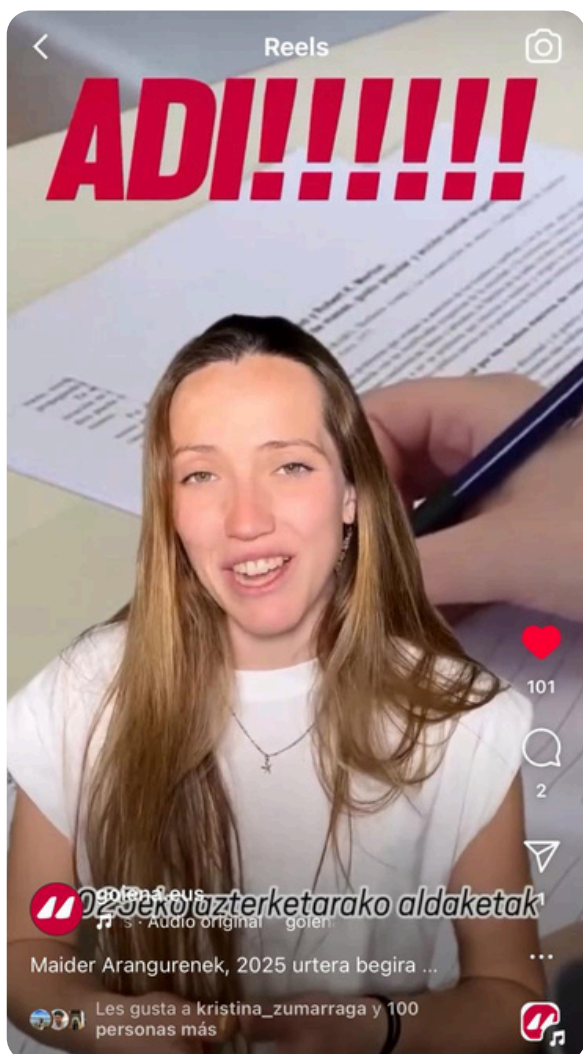
Instagram bitartez ere argitaratu zen bideo hau bertan zeuden gazteen interesekoa ere izan zitekeelako.

INTERAKZIOA

Bideoak elkarreragin nabarmena sortu du TikTok sarean. Iruzkinez gain, bideoak like kopuru handia jaso du, eta horrek erakusten du gaiak entzuleen artean oihartzun handia duela. Edukiarekin identifikatuta sentitzen diren ikasleek positiboki erantzuten dute, eta horrek bideoaren ikusgarritasuna areagotzen du. Edukia lagun taldeen eta ikaskideen artean ere partekatu da.

-  **5675**
Bistaratzek
-  **101**
Like
-  **1**
Partekatzeak
-  **2**
Iruzkinak

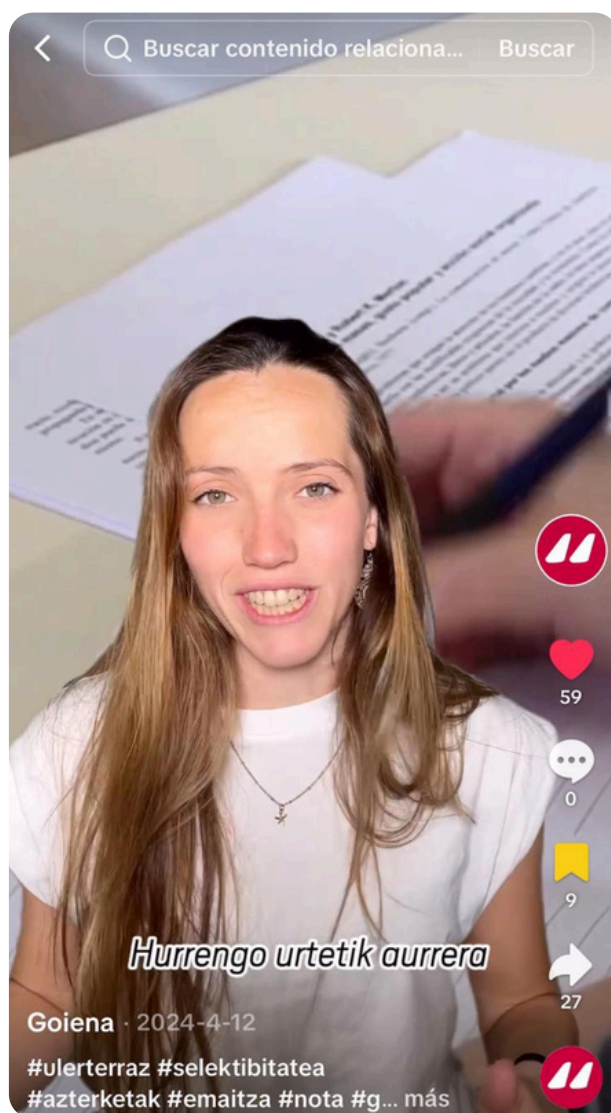
Instagram



Irudia 20

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea, Instagram

TikTok



Irudia 21

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea, TikTok

-  **1551**
Bistaratzek
-  **59**
Like
-  **27**
Partekatzeak
-  **0**
Iruzkinak
-  **9**
Gordetzeak

BIDEOA

LIBURURAREN EGUNA

GAIA ETA ARGITARATZE DATA

Liburuaren Nazioarteko Egunari buruzkoa da bideoa; apirilaren 23an ospatzen da, irakurzaletasuna, argitalpen-industria eta egile-eskubideen babesa sustatzeko. Liburuak ikasteko, entretenitzeko eta norbera aberasteko tresna gisa duten balioaren ingurukoa. Edukiak irakurketaren botere eraldatzailea nabarmentzen du eta, gainera, egun horren historia nondik datorren aipatzen da bideoan. Egun horren bueltan Debagoienan egin ziren ekintzak aipatzen ditu. Bideo hau 2024ko apirilaren 4an argitaratu zen.

IKUSIZKO ANALISIA ETA NARRAZIOA

Bideoan liburuekin eta irakurketarekin lotutako irudiak erabiltzen dira. Hainbat testuingurutan irakurtzen duten pertsonen irudiak erabiltzen dira eta amaieran egutegi bat erakusten da ekintzak egunez-egun ikusteko. Estilo narratiboa gogoetatsua eta motibatzailea da. Bideoarekin batera, irakurketak horizonteak zabaltzeko, irudimena garatzeko eta ezagutzak emateko duen aukerari buruzko mezu bat dago. Musika leuna eta lasaigarria da, eta horrek bideoaren tonu gogoetatsu eta sakona indartzen du.

ZABALKUNDEA

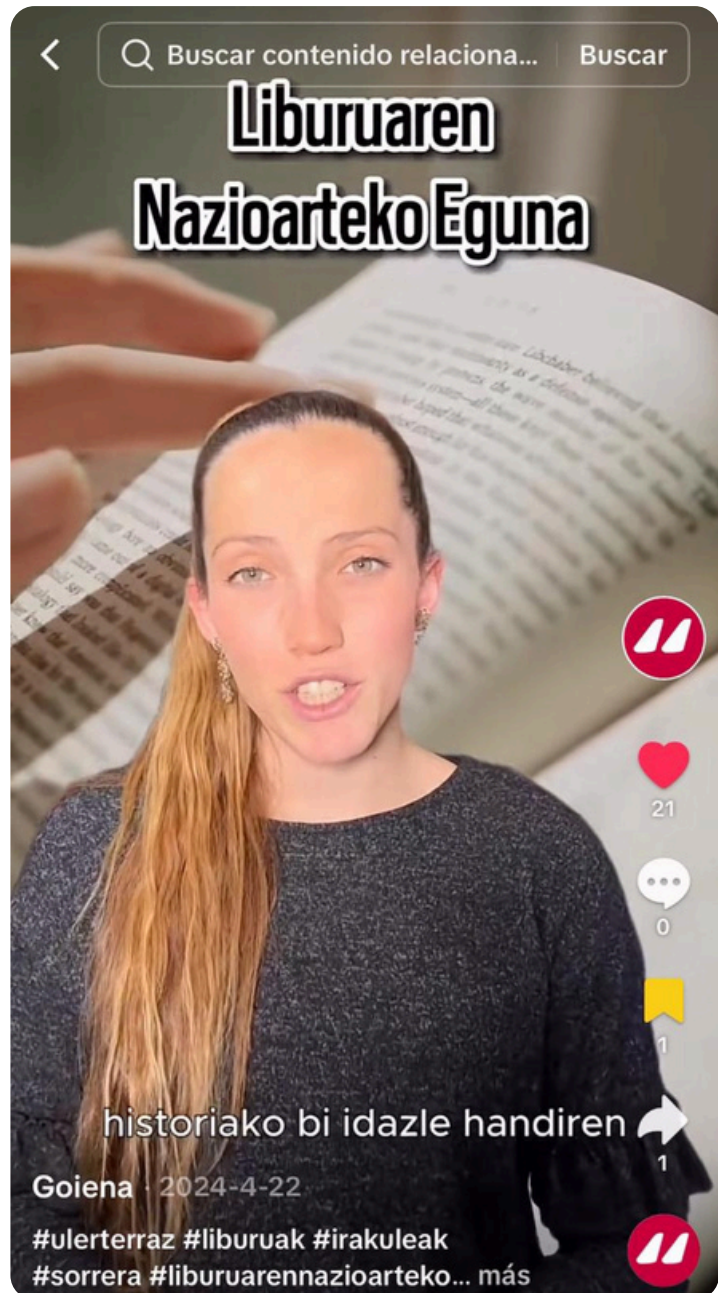
Hedapenari dagokionez, bideoak hashtag-ak erabili ditu ikusleak erakartzeko, hala nola, #ulerterraz, #liburuak, #irakurleak, #sorrera, #libuarennazioartekoeguna, #gazteak, #goiena, #debagoiena. Gainera, Liburuaren Egunaren izaera unibertsala dela eta, edukiak mugak gainditzen dituen erakargarritasun handia du, eta horrek erraztu egiten du bideoa partekatzea eta hainbat eskualde eta kulturatako erabiltzaileek ikustea. Bideoa TikTok plataforman argitaratzea, gazten artean irakurketa sustatzeko estrategia adimentsua da.

INTERAKZIOA

Bereziki gazteen gustukoa ez den gai bat izanik, bideoaren interakzio maila ez da altua izan. Bideoak minutu bat eta hamar segunduko luzera du.

TikTok

-  **1020**
Bistaratzekak
-  **21**
Like
-  **1**
Partekatzeak
-  **0**
Iruzkinak
-  **1**
Gordetzeak



Irudia 22

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea, TikTok

BIDEOA

HAUTESKUNDEEN EMAITZA, ANALISIA

GAIA ETA ARGITARATZE DATA

Bideoa 2024ko Legebiltzarraren hauteskunde azterketan zentratuta dago, emaitzak, eragile politiko nagusiak eta bozketen eragina nabarmenduz. Eduki mota horrek informazio eta hezkuntza-osagai sendoa du, eta hauteskunde-panorama argitzea eta ikusleei dinamika politikoak hobeto ulertzea ahalbidetzea du helburu. Gai hau aukeratzea bereziki garrantzitsua da hauteskundeek interes handia piztu ohi baitute gizartean, eta interpretazio argi baten beharra funtsezkoa da. Bideoa 2024ko apirilaren 23an argitaratu zen.

IKUSIZKO ANALISIA ETA NARRAZIOA

Bideoak estilo dinamikoa du eta grafiko eta ikusizko interaktiboak erabiltzen ditu hauteskunde datuak irudikatzeko. Mapak, ehunekoak eta alderdi politikoen izenak erabiltzen dira, eta horrek erraztu egiten du entzuleek emaitzak ulertzea. Gainera, mugimenduan dauden kolore kontrastatzaile eta grafikoen erabilerak ikuslearen arreta mantentzen du eta zenbakizko informazioa astuna edo digeritzen zaila ez izatea ziurtatzen du. Narratiboki, bideoak tonu analitiko eta zuzena hartzen du, eta hauteskunde emaitzei buruzko informazio argia ematen du. Narratzaileak datu kuantitatiboak (botoen emaitzak, ehunekoak) azaltzen ditu. Bideoaren ikuspegia hezigarria da, baina, era berean, arreta erakarri nahi du estilo irisgarri eta arin batekin.

ZABALKUNDEA

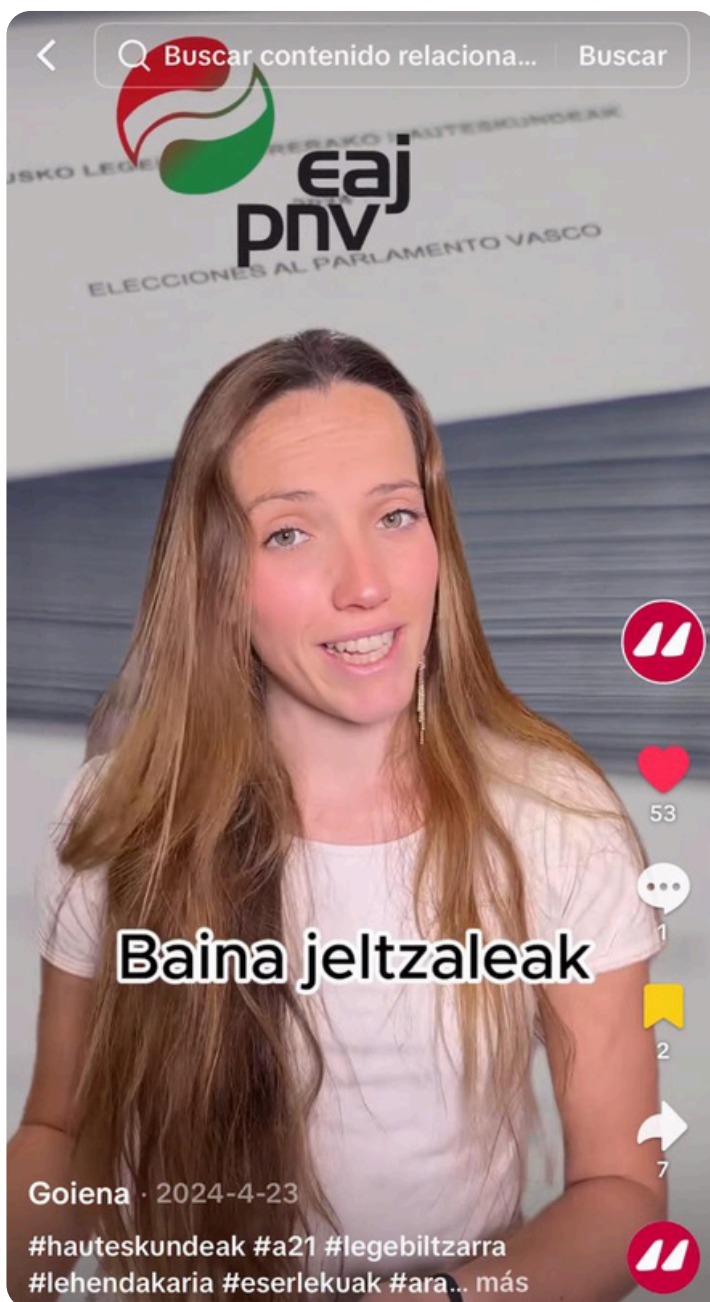
Bideoak hedapen nabarmena lortu du gaiaren garrantziari eta hauteskundeekin lotutako hashtag-en erabilera onari esker, hala nola #hauteskundeak, #a21, #legebiltzarra, #lehendakaria, #eserlekuak, #araba, #gipuzkoa, #bizkaia, #goiena, #debagoiena. Gainera, argitalpenaren unea, hauteskundeak egin eta berehala, funtsezko faktorea da, eta bideoaren ikusgaitasuna areagotu du; izan ere, aldi horretan, pertsonak aktiboki ari dira emaitzei eta horien analisiari buruzko informazioa bilatzen.

INTERAKZIOA

Bideoaren bidez erabiltzaileek parte-hartzea izan dute iruzkin moduan eta like bitartez. Gainera, bideoa hainbat aldiz partekatu da, eta horrek iradokitzen du erabiltzaileek baliagarritzat edo garrantzitsutzat jotutela beste pertsona batzuek ikus dezaten. Iruzkinen eta like zein iritzien arteko elkarreragin aktiboak erakusten du bideoak eragin nabarmena izan duela ikus-entzuleengan.

TikTok

-  **1546**
Bistaratzekak
-  **53**
Like
-  **7**
Partekatzeak
-  **1**
Iruzkinak
-  **2**
Gordetzeak



Irudia 23

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea, TikTok

BIDEOA

LANGILEAREN EGUNA

GAIA ETA ARGITARATZE DATA

Bideoaren gaia Langileen Nazioarteko Eguna da, langileen arteko borrokak eta lorpenak aitortzen dituen egun globala. Lan-eskubideen eta lan baldintza justuen aldarrikapena oroitzen du egun honek. Edukiak mobilizazio historikoen eta gizarte eta lan-justiziaren aldeko etengabeko borrokaren garrantzia nabarmentzen du eta honen historia aipatu. Bideoak data horren garrantzia nabarmentzen du, bai ikuspegi historikotik bai gaur egungotik. Bideoa 2024ko apirilaren 29an argitaratu zen.

IKUSIZKO ANALISIA ETA NARRAZIOA

Ikusizko terminoetan, bideoak manifestazioen irudi sinbolikoak erabiltzen ditu laneko borrokekin lotutako sektore eta une historiko desberdinetako langileenak. Eszena horiek protestaren eta erresistentziaren funtsa islatzen dute, bai ahalegin kolektiboa, bai langileek historian zehar izan dituzten erronkak erakutsiz. Narrazio-tonua errekonozimenduarena eta elkartasunarena da, eta lortutako aurrerapenei eta lan-baldintza duinen alde borrokatzen jarraitzeko beharrari buruz hausnartzera gonbidatzen duen mezua du. Narratiba zuzena, argia eta enpatikoa da, iraganeko esperientzia egungo erronkekin lotuz. Bideoak, halaber, testu gainjarria erabiltzen du funtsezko datak eta zifra historikoak nabarmentzeko, eta horrek bideoan zehar testuingurua ulertzea errazten du.

ZABALKUNDEA

Bideoa zabaltzeko hashtag-en erabilera da nagusi, hala nola, #ulerterraz, #m1, #baldintzak #langilearennazioartekoeguna, #lana, #eskubideak, #goiena, #debagoiena. Hashtag horiei esker, edukia jende gehiagorengana iristen da, justizia sozial eta laboraleko gaietan interesa duen jendearengana. Gainera, maiatzaren 1a nazioartean onartutako data denez, bideoak erakargarritasun globala du, eta horrek tokiko edo eskualdeko audientziatik kanpo partekatzeko aukerak areagotzen ditu.

INTERAKZIOA

Interakzioa nabarmena izan da, lantzen duen gaia dela eta.

TikTok

The screenshot shows a TikTok video interface. At the top, there is a search bar with the text "Buscar contenido relaciona..." and a "Buscar" button. The video title is "Lan baldintza duinak" (Labor conditions) and the main text is "8 lan ordu" (8 working hours). The video features a woman with long brown hair speaking. On the left side, there are five interaction icons with their respective counts: 1600 Bistaratzek (Views), 39 Like, 2 Partekatzeak (Shares), 0 Iruzkinak (Comments), and 1 Gordetzeak (Saves). On the right side, there are icons for mute, like (39), comment (0), save (1), and share (2). At the bottom, there is a caption: "eta 8 orduko lan orduren aldeko protestak" (and protests in favor of 8 working hours), the location "Goiena · 2024-4-29", and several hashtags: "#ulerterraz #maiatzak1 #m1 #langilearennazioartekoeguna #... más".

1600
Bistaratzek

39
Like

2
Partekatzeak

0
Iruzkinak

1
Gordetzeak

8 lan ordu

eta 8 orduko lan orduren aldeko protestak

Goiena · 2024-4-29

#ulerterraz #maiatzak1 #m1 #langilearennazioartekoeguna #... más

Irudia 24

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea, TikTok

BIDEOA

GAIA ETA ARGITARATZE DATA

PATINETE ELEKTRIKOAK

Patinete elektrikoaren erabileraren arau eta lege berriei buruz hitz egiten da bideoan. Gai hori gero eta garrantzitsuagoa da hiri askotan, garraio-bide horren hedapenaren ondorioz. Gazteek eta helduek patinete elektriko gehiago erabiltzen dutenez, bide-segurtasuneko arauak eta araudiak ezarri behar dira, ibilgailu horien erabilera egokia bermatzeko. Edukiak patinete elektrikoak erabiltzearen onurak eta erronkak jorratzen ditu, eta arreta berezia eskaintzen die hirietan ezarri berri diren arauari. Bideoa 2024ko maiatzaren 10ean argitaratu zen.

IKUSIZKO ANALISIA ETA NARRAZIOA

Bideoaren itxura gazteen arreta erakartzeko diseinatuta dago, hainbat hiri inguruetan patinete elektrikoak erabiliz pertsonak erakusten dituzten eszena dinamikoaren konbinazioarekin. Patineteen irudiak tartekatzen dira bidegorrietan eta hauek eragindako triskantzen irudiak ere ageri dira. Trantsizio azkarrek eta efektu grafikoek bideoaren dinamismoari eusten laguntzen dute, eta mugimenduan hartzen direnek, berriz, arintasun eta modernotasun sententzia transmititzen dute. Narratiboki, bideoak egitura argia eta zehatza du. Hasteko, patinete elektrikoaren erabilera gero eta handiagoari buruzko sarrera labur bat egiten da, eta, ondoren, bide publikoan erabiltzeari buruzko araudi berriak aurkezten dira. Tonua informatiboa da, baina irisgarria, eta ibilgailu horiek erabiltzen dituzten edo erabiltzea kontuan hartzen duten publiko orokorrari zuzenduta dago argi eta garbi. Narratzaileak hizkuntza zuzena erabiltzen du, gain inprimatutako testuaz lagunduta, eta erregulazio berrien funtsezko puntuak nabarmentzen ditu.

ZABALKUNDEA

Bideoak hedapen nabarmena du, eta honako hashtag hauek erabiltzen dira horretarako: #ulerterraz, #patineteak, #bizikletak, #mugikortasuna, #gazteak, #goiena, #debagoiena. Horiek guztiek garraioari eta iraunkortasunari buruzko gaurkotasuneko gaietan kokatzen dute edukia.

Gainera, bereziki egokia da TikTok plataforma erabiltzea, erabiltzaile gehien gazteak dituen plataforma, patinete elektrikoak garraiobide gisa erabiltzeko joera handiena duen talde demografikoa baita.

INTERAKZIOA

Bideoak elkarreragin aktiboa sortu du erabiltzaileen artean hainbat like lortuz.

TikTok

2111 Bistaratzek

43 Like

8 Partekatzeak

0 Iruzkinak

3 Gordetzeak

Goiena · 2024-5-10

#ulerterraz #patineteak #bizikletak #mugikortasuna #gazteak #goie... más

Irudia 25

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea, TikTok

BIDEOA

GAIA ETA ARGITARATZE DATA

KARGAGAILU UNIBERTSALA

Bideoaren gai nagusia 2025etik aurrera dispositibo guztietan ezarri den kargagailu unibertsalaren ezartzea da. Neurri hori munduko hainbat eskualdetan sustatzen da, xahutze elektronikoa murrizteko eta gailu askotarako kargagailu bakarra erabiltzea errazteko. Erregulazio horren helburua kontsumitzaileen bizitza sinplifikatzea da, jasangarritasuna sustatzea eta marka bakoitzerako kargagailu espezifiko berriak etengabe ekoizteak sortutako hondakinak murriztea. Edukiak neurri horren onuren berri ematen du, bai eta kontsumitzaileengan eta ingurumenean duen eraginaren berri ere. Bideoa maiatzaren 17an argitaratu zen.

IKUSIZKO ANALISIA ETA NARRAZIOA

Bideoak baliabide grafiko argi eta modernoak erabiltzen ditu, eta gailu mugikorren irudiak eta kargatzaileen animazioak erakusten ditu, eredu zaharren eta estandar unibertsal berriaren arteko aldea nabarmentzen dutenak. Irudi horiekin batera erritmo arina dago, gaia ulertzen laguntzen duena, teknikoegia izan gabe. Eszenen arteko trantsizio azkar eta dinamikoek kargatzaile unibertsalak erabiltzaileen egunerokoan eskaintzen duen abiadura eta praktikotasuna nabarmentzen dute. Termino narratiboetan, ikuspegia informatiboa eta eskuragarria da. Kargagailuen estandarizazioari buruzko azalpena modu erraz eta zuzenean aurkeztu da, TikToken publiko gazteari egokitzen zaion hizkera erabiliz, informazio-zorroztasuna galdu gabe.

ZABALKUNDEA

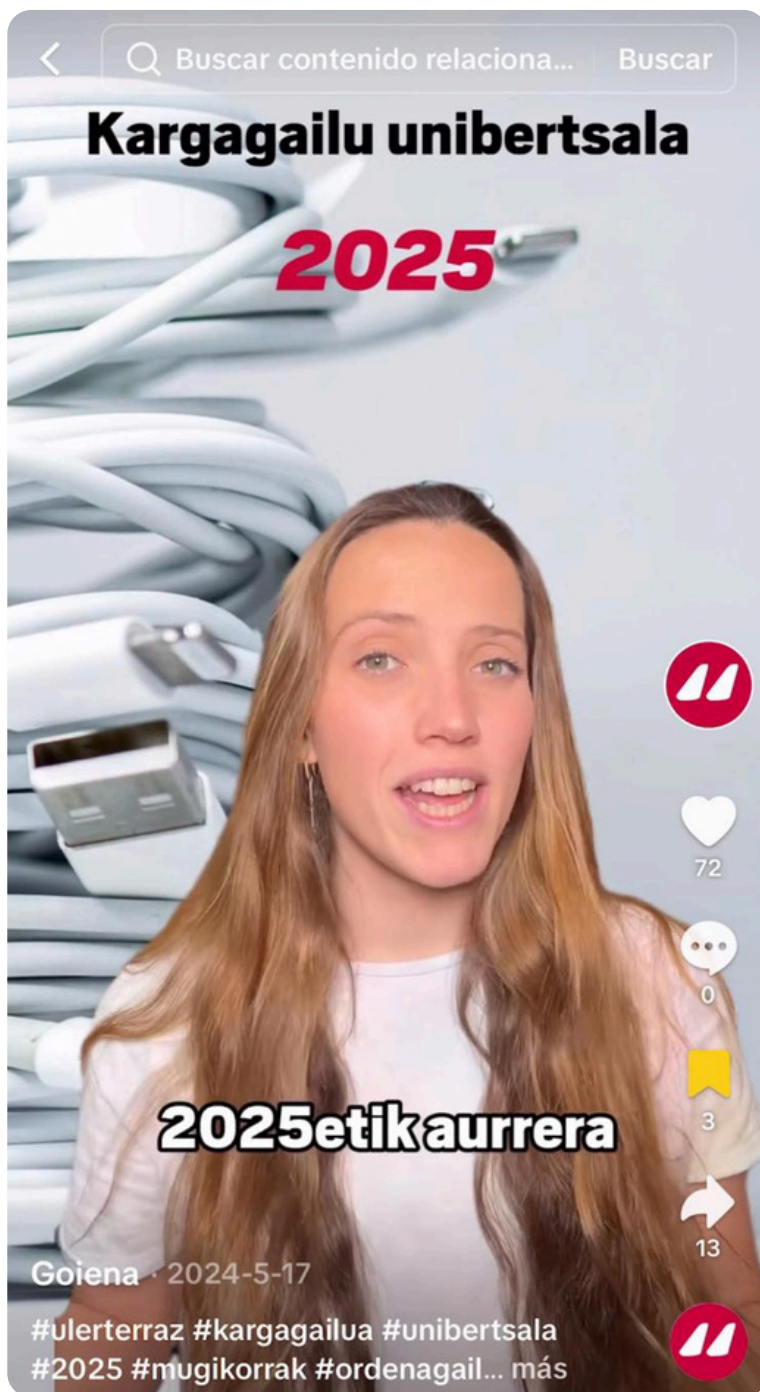
Bideoak hedapen-ahalmen handia du, bereziki teknologia eta jasangarritasuna gero eta interes handiagoko gaiak diren plataformetan. Pertsona askoren eguneroko bizitzan eragina duen problematikari buruz duen ikuspegiari esker, edukia garrantzitsua eta erakargarria da publiko zabal batentzat. #ulerterraz, #kargagailua, #unibertsala, #2025, #mugikorak, #ordanagailua, #teknologia, #gazteak, #goiena, #debagoiena bezalako hashtag-ak erabiltzeak gai espezifiko horietan interesa duten entzuleengana iristea bermatzen du.

INTERAKZIOA

Bideoak publikoaren artean jasotako ongietorria ona izan da, hainbat bistaratze eta partekatze eragin baititu.

TikTok

-  **2639**
Bistaratzek
-  **72**
Like
-  **13**
Partekatzeak
-  **0**
Iruzkinak
-  **3**
Gordetzeak



Irudia 26

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea, TikTok

BIDEOA

ZEGAMA-AIZKORRI LASTERKETA

GAIA ETA ARGITARATZE DATA

Bideoaren ardatza Zegama-Aizkorri mendi lasterketa da, munduko zein Euskal Herriko mendi lasterketa garrantzitsuenetariko eta zailenetariko bat. Erresistentzia-proba bat da mendi maratoia, non parte-hartzaileek mendi artean ibili eta desnibel ikusgarriak pasa behar dituzten. Lasterketak prestigioa irabazi du, bai bere zailtasunagatik eta bai lasterketa jarraitzen duen publikoaren grinagatik. Horrek Zegama ekitaldi ikoniko bihurtu du kirolaren eta naturaren zaleentzat. Bideoan kategoria desberdinak aipatzen dira bai eta aurreko urteetako irabazleen bideo eta irudiak erakutsi. Horrez gain, Debagoienako korrikalariak zenbat izango diren ere aipatzen da eta Malen Osari aipamen berezi bat egiten zaio. Bideoa 2024ko maiatzaren 24an argitaratu zen.

IKUSIZKO ANALISIA ETA NARRAZIOA

Bideoak lasterketako momentu garrantzitsu eta hunkigarrietako irudiak erakusten ditu hasiera batetik, lasterketaren muina nabarmenduz. Pantailan bete-betean ikusten dira korrikalariak aldapak igoz eta paisaia harrigarriak zeharkatuz. Hainbat kamera-angelu erabiltzen dira, mendien tamaina eta parte hartzaileen esfortzu fisikoa erakusten duten aireko planoak barne, eta horrek mirespen-sentsazioa sortzen du probaren gogortasunagatik. Narratiboki, mendi lasterketaren historia eta egutegia zein proba desberdinak aipatzea da ardatza. Gainjarritako testuak karrerari, distantziei eta altitudei buruzko datuak izan ditzake, edo Zegamak trail running-aren munduan duen garrantziari buruzko iruzkinak. Ekitaldiaren alderdi teknikoak ez ezik, inguruko grina eta gogoia ere transmititzeko diseinatuta dago guztia.

ZABALKUNDEA

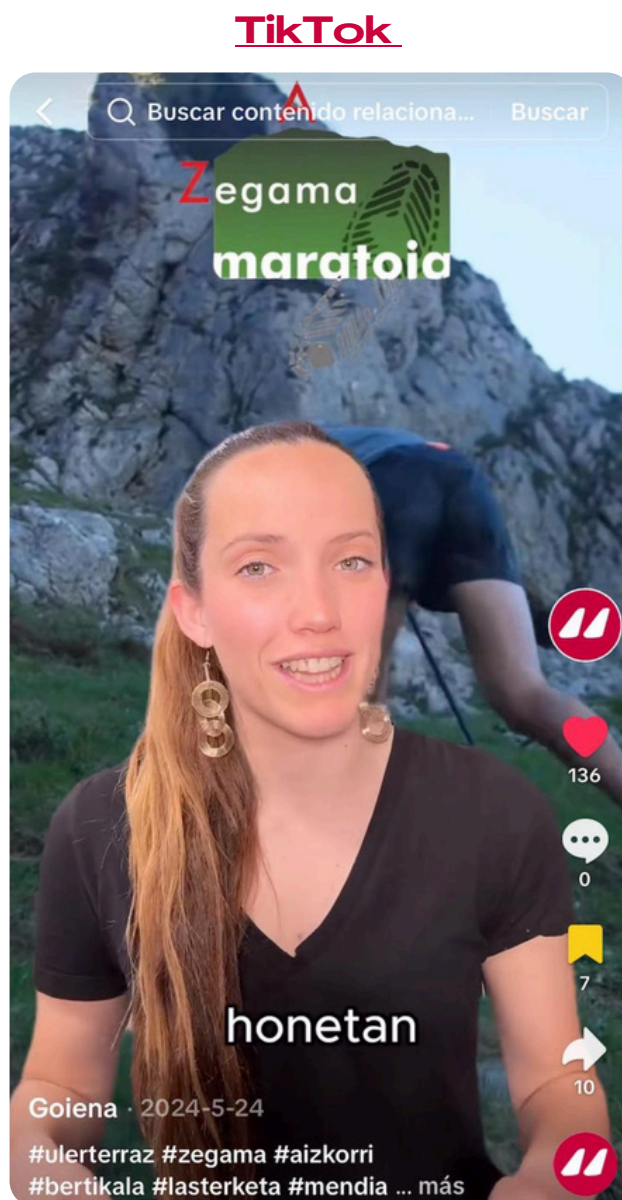
Audientzia zabal eta askotarikoaren arreta erakartzeko diseinatu da bideoa estrategikoki. Hedapenari dagokionez, egokia da TikTok plataforma gisa hautatzea, publiko gazte eta aktibo batengana iristeko aukera ematen baitu, ziurrenik kirolen eta aire zabaleko jardueren zalea.

Erlazionatutako hashtagek, hala nola #ulerterraz #zegama #aizkorri #bertikala #lasterketa #mendia #maratoia #korrikalariak #kirola #gazteak #goiena #debagoiena edukia ikusgarri egiten laguntzen dute mota horretako kirol-ekitaldietan interesa dutenentzat, eta, horrela, haien biraltasun-ahalmena handitzen da.

INTERAKZIOA

Euskal Herrian eta bertatik kanpo mendi lasterketa honekiko dagoen miresmena kontuan izanik, eduki honek konpromiso-maila handia sortzen dute. Ikusleek bideoarekin elkarreragiten dute. Like kantitateak eta iruzkinak ere bideoak kirol-komunitatean duen eragina eta Zegama-Aizkorrik sortzen duen interes orokorra islatzen dute.

-  **2729**
Bistaratzekak
-  **136**
Like
-  **10**
Partekatzeak
-  **0**
Iruzkinak
-  **7**
Gordetzeak



Irudia 27

Iturria: Goiena Komunikazio Taldea, TikTok

Zailtasunak eta hobekuntza nagusiak

ULERTERRAZ proiektua etorkizunerako lehen urratsa da.

Proiektu honek erakutsi du bitarteko tradizionalak berrikuntzak egin ditzaketela eta garrantzitsuak izan daitezkeela ingurune digitalean; horrez gain, ikaskuntza baliotsuak ere sortu ditu, etorkizuneko garapenak gida ditzaketenak. Hala ere, funtsezko arlo batzuetan ULERTERRAZek eta antzeko proiektuek hobetu egin dezakete, epe luzerako inpaktua eta iraunkortasuna maximizatzeko bai eta prozesua erraztu ahal izateko ere.

Hainbat izan dira proiektua sortzeko bidean agertu zitzaizkigun **zailtasunak** bai eta amaiera eman ondoren ikus daitezkeen **hobekuntzarako bideak** ere. Horrela, aipa daiteke sareetako hizkuntzara eta formatura egokitzeko beharra. Ni neu gaztea izanik ez zen zailtasun handienetako bat izan bere horretan, baina gai konplikatuak modu erraz batean eta motz esateko modua lortzea ez zen lan erraza izan. Gai konplexuak edo tokiko informazioak formatu horretara pasatzea, zehaztasuna edo sakontasuna sakrifikatu gabe, desafio handia izan zen eta ikaskuntza prozesu bat aurrera eramatea ezinbestekoa izan zen estilo narratiboa plataformaren eskakizunetara egokitzeko. Horrez gain, berrikuntzaren eta argitalpen-sendotasunaren arteko oreka mantentzea garrantzitsua izan zen. Horrela, gazte-estilo baten eta enpresaren argitalpen-seriotasunaren arteko oreka lortzeko etengabeko doikuntzak eta analisiak egin behar izan ziren. Azkenik, hutsetik hasitako proiektu bat zen heinean, hutsetik asmatu behar izan ziren erabiliko ziren software-ak, domeinu baimenak eta erabili zitezkeen irudi gehigarriak hartzeko webgune edota agentziak.

Hala ere, esan genezake zailtasun horiek funtsezko ikaskuntzak izan zirela, eta, proiektua sendotzen laguntzeaz gain, etorkizunean komunikazio digitalean egingo diren ahaleginetarako gida baliotsua ere eskaintzen dutela. Horiek gainditzeko, malgutasuna, talde-lana eta ikuspegi berritzailea behar izan ziren. Proiektu honetan gainera, hainbat dira amaitu ondoren nabarmendu daitezkeen hobekuntza bideak.

ULERTERRAZen hobekuntza-arlo nagusietako bat **ekoizpen-prozesuaren optimizazioa** litzateke. Sare sozialetan ohikoa eta kalitate handikoa den edukiaren eskaera handitzearekin batera, funtsezkoa da lan-fluxu arinagoa egituratzea. Gainera, garrantzitsua izango litzateke galdera gehiagoren bitartez **publikoarekiko interakzioa bultzatzea**. Horrez gain, hasiera batean erabiltzen ez ziren eta amaierarako bikain barneratutako teknikak aipatzea ere garrantzitsua da: **soinu efektuak, irudien dinamismoa edota gif-en erabilera**, besteak beste.

Proiektuaren helburuetako bat antzeko ideia bat inplementatu nahi duten beste komunikabide batzuentzat **eredu bezala funtzionatzea** da. Horrela, **helburuak eta baliabideak hasieratik argi definitzea ezinbestekoa** dela. Horren barruan sartzen da ikus-entzuleen profil argia ezartzea, estrategia bisual eta narratibo koherentea diseinatzea, eta taldearen barruan rolak esleitzea, ekoizpena etengabea eta kalitatezkoa izango dela ziurtatzeko. Laburbilduz, **ULERTERRAZ proiektua adibide bat da tokiko komunikabideek nola eboluzionatu dezaketen eta belaunaldi berrien arreta nola erakar dezaketen azaltzeko**. Etorkizunean garatzen jarraitzeko, beharrezkoa da ekoizpena optimizatzea, taldearen prestakuntza hobetzea eta entzuleen beharrei etengabe entzutea.

Proiektu hau gida erabilgarria izan daiteke beste hedabide batzbatzuentzako, baldin eta prest badaude nortasuna galdu gabe berritzeko eta ingurune digital azkar eta lehiakor batean informazio-kalitateko estandar bati leial eusteko.

Balorazioa eta gogoeta

ULERTERRAZ, Goienarekin lankidetzan, **belaunaldi gazteen informazio-kontsumoaren ohituretan gertatutako aldaketei erantzuna ematen dion proiektua da**, bereziki TikTok sare sozialean. Gradu Amaierako Lan honetan izpide izan den proiektu honek, Goiena Komunikazio Taldearen informazio-eskaintza indartzen laguntzeaz gain, prestakuntza eta ikasketa prozesua izan da. Ezagutza teorikoak komunikazio digitalaren praktika errealarekin integratzea lortu du.

Goiena Komunikazio Taldearen ikuspuntutik proiektu honek hainbat **abantaila** eskaini ditu. Lehenik eta behin **sare sozialetan duen presentzia dibertsifikatzen lagundu dio enpresari bere informazio-educia gazteek eskatzen duten hizkuntza bisual eta azkarrera egokituz**. Horrela, hein batean, areagotu egin da Goienaren garrantzia plataforma horietan eta lehen bere formatu tradizionalarekin identifikatuta sentitzen ez ziren horiengana hurbiltzea lortu du. Komunikazio-sare berri horrek publikoaren ikusgarritasuna sustatu du berehalakotasuna eta moldagarritasuna eskatzen duen ingurune digital batean garrantzi handiagoa izatea lortu du. Hala ere, prozesu berri horrek hainbat erronka aurreikusten ditu, hala nola, trebakuntzan inbertsioa egin beharra eta ikaskuntza prozesu bat hasi beharra kazetari taldeekin.

2024ko irailetik aurrera kazetari berri batekin ULERTERRAZ proiektuak Goiena Komunikazio Taldearen TikTokean jarraitu du, beraz, argi ikus daiteke ez dela soilik nik bultzatutako proiektu bat izan baizik eta etorkizuna duen proiektu bat dela.

Nik neuk, proiektuaren autoreak, ULERTERRAZ nire ibilbide profesionalean armari bat izan dela esateko ausardia aterako nuke. Proiektua **esperientzia oso aberasgarria** izan da bai **maila akademiko zein profesionalean**. Sare sozialetarako edukiak ekoizteko eta kudeatzeko gaitasun praktikoak garatzea ahalbidetu du, bai eta gazteen audientziak aztertzea ere, oso zorrotzak baitira argitasunari, abiadurari eta diseinu bisualari dagokienez. Ikaskuntzarik aipagarrienen artean, gai konplexuak formatu irisgarri batera egokitzeko trebetasuna, ikus-entzunezko edizio-tresnen ezagutza eta TikTok bezalako plataformen dinamika espezifikoaren ulermena daude. Gainera, esperientzia irabazi dut lankidetzan eta proposamen berritzaileen kudeaketan, dagoeneko finkatuta dagoen talde baten barruan, eta horrek erakutsi dit zein garrantzitsua den malgutasuna eta komunikazio asertiboa lankidetzaproiektuetan.

Ondorioz, ULERTERRAZek bere helburua bete du: gazteei informazioa hurbiltzea haien ohitura digitaletara egokitutako ikuspegi erakargarri baten bidez, tokiko komunikazioa belaunaldi berrientzat berritzailea eta garrantzitsua izan daitekeela erakutsiz.

Goienaren ustez, proiektuak atak irekitzen dizkie komunikazio digitaleko etorkizuneko estrategiei, eta niretzat, berriz, urrats sendoa da esparru profesionalean txertatzeko bidean, adin digitalean moldagarritasunak eta egungo joeren ezagutzak duten garrantzia azpimarratuz.

Bibliografía

Arana, G., & Zuberogoitia Espilla, A. (2012). Goiena Komunikazio Taldea: tokiko talde multimedia baten kasu-azterketa. UZTARO, 83, 71–89.
<https://aldizkariak.ueu.es/public/journals/3/uztaro/Goio.pdf>

Cruz, E. (2023, March 8). Los menores españoles pasan el mismo tiempo en TikTok que en WhatsApp y YouTube juntos. Qustodio. <https://www.qustodio.com/es/research/uso-de-tiktok-por-menores/>

Digital 2022. (2022, January 26). We Are Social Spain; We Are Social Spain.
<https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-2022/>

García Aviles, J. A. (2020). Vista de Review article: Journalism innovation research, a diverse and flourishing field (2000-2020). Profesionaldelainformacion.com.
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/86359/62909>

Goiena Komunikazio Taldea. Goiena Komunikazio Taldea. (2024). Goiena Komunikazio Taldea. <https://www.goiena.com/>

Gosciola, V., Eulalia, T., & de Oliveira, J. (2024). Libro completo visualización del fichero biteca, Capitulo 4.pdf. Eafit.edu.co.
<https://editorial.eafit.edu.co/index.php/editorial/catalog/view/5/2/44>

Herrero Curiel, E. (2012). El periodismo en el siglo de las redes sociales. Vivat Academia, 0(117E), 1113. <https://doi.org/10.15178/va.2011.117e.1113-1128>

Irala, P. (2024, April 30). Vista de Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático. Revistas.ucm.es.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/45224/42564>

Jenkins, H., Purushotma, R., Robison, A. J., Weigel, M., & Clinton, K. (2006). Building the new field of digital media and learning.
https://www.macfound.org/media/article_pdfs/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF

Jensen, K.B. (2013). What's mobile in mobile communication? Mobile Media & Communication, 1(1), 26–31. <https://doi.org/10.1177/2050157912459493>

Newan, N., Fletcher, R., T. Robertson, C., Ross Arguedas, A., & Kleis Nielsen, R. (2024). Reuters Institute Digital News Report 2024. Reuters Institute.
https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf

Pérez, F. (2023). Los medios de comunicación en la era digital. https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2023/07/DE_2023_MediosComunicacion_lvie.pdf

Eranskinak: ekoiztutako bideoak

- (1) Korrika bideoa TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZGeGAeVoK/>
- (2) Martxoaren 8a bideoa TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZGeGAYLdy/>
- (3) Udaberria bideoa TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZGeGAN693/>
- (4) Hauteskundeen aurretiazko bideoa TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZGeGSwPKP/>
- (5) Aste Santua bideoa TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZGeGA1cfx/>
- (6) Selektibitatea bideoa TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZGeGA8wYt/>
- (7) Selektibitatea bideoa Instagram: <https://www.instagram.com/p/C55Slm0iJsJ/?hl=es>
- (8) Liburuaren eguna bideoa TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZGeGAJRnJ/>
- (9) Hauteskundeen emaitzak bideoa TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZGeGAMg5v/>
- (10) Langilearen eguna bideoa TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZGeGAJDQ8/>
- (11) Patinete Elektrikoak bideoa TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZGeGA1IMU/>
- (12) Kargagailu unibertsala bideoa TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZGeGAkYGB/>
- (13) Zegama-Aizkorri lasterketa bideoa TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZGeGA1mJ9/>

