

En torno a una mesa, los tres responsables del laboratorio creativo Next Station coinciden en afirmar que «hay mucha creatividad ahí fuera. La cuestión es la misma que ha pasado siempre: los grandes canales copan la atención de la audiencia con fórmulas fáciles y expresando hasta la extenuación los formatos de éxito. También es verdad –añaden– que la audiencia viene acostumbrada de un consumo pasivo y eso con las nuevas generaciones está cambiando, es todo mucho más mixto y se desdibuja la frontera entre creador y consumidor». Opinan que hoy vivimos un momento único, una explosión de nuevas formas narrativas que están naciendo fruto de las nuevas tecnologías y de un público que está interactuando más que nunca, aprendiendo y aplicando sus estilos audiovisuales. Etcheverría amplía esta apreciación subrayando que «a nivel de Euskal Herria, yo siendo de Iparralde, creo que hay muchas cosas que hacer en este campo y por eso hace casi diez años inicié esta aventura, primero con el Bask Underground Report y después embarcándome en otros proyectos similares. Next Station es algo que hemos inventado porque nos parece que faltan temas participativos y dejar a la gente opinar sobre qué quiere ver y crear».

¿Cómo surgió esta iniciativa?

Viendo el panorama televisivo actual, la cantidad de talento y buenas ideas que existen y la dinámica de la industria audiovisual que no desea cambiar la cadena de valores, ni el *establishment*. Las formas están cambiando y, por lo tanto, las maneras de hacer también han

otro tipo de contenidos y la audiencia nuevas narrativas. Con lo que llamamos “el club” adoptamos la posición del público, escuchamos, proponemos, prototipamos y presentamos en grupo. Así sintonizamos con la audiencia y ganamos en practi-

Diego Urruchi, Elbio A. Nielsen y Jokin Etcheverría conforman el trío de impulsores de Next Station, una iniciativa audiovisual que apuesta firmemente por la creatividad y las nuevas tendencias artísticas e industriales dentro de los formatos audiovisuales. Los trabajos presentados hasta el momento pueden ser visionados en www.nexstation.club.

«Queremos que la gente aporte sus obras y opine sobre qué quiere ver»



que lo que importa es la idea, y los aspectos más importantes que valoramos son la innovación, su viabilidad y originalidad. Desarrollar una idea en un minuto provoca que todo sea posible, la creatividad no tiene límites. Es muy divertido ver que al final toda la gente puede tener una idea válida en contenido audiovisual. Al final es sencillo, hay que dejar a la gente que opine y que haga.

Finalizada la primera fase, qué nuevos objetivos afronta Next Station.

Estamos trabajando en la residencia de esta primera convocatoria que será a finales de febrero y principios de marzo, y la presentación de las ideas seleccionadas a las marcas y posibles coproductores.

Después daremos noticias jugosas respecto a la siguiente convocatoria específica. Estamos muy emocionados y trabajando duro, todavía hay tiempo para presentar ideas, ya que el plazo finaliza el 30 de enero y la dirección a la que deben ser enviados los trabajos y en la que se pueden ver los trabajos presentados hasta ahora es www.nextstation.club. Queremos cerrar bien esta primera convocatoria y fomentar el euskara en la próxima

y es más eficiente. Aquí en Euskal Herria la industria audiovisual está localizada en pocas productoras que manejan un modelo antiguo; nosotros conocemos este mundillo, siempre hemos sido la cara más alternativa del panorama, y comparti-

Los trabajos que se presenten a esta iniciativa no deben superar el minuto y deben ser presentados en formato «selfie». ¿Cómo han afrontado los participantes estos «límites»?

Más que límites creemos que son facilidades, ya que es algo