

Fonografia Industria

Kulturaren Euskal Planaren Fonografia Industriaren
taldearen bileretan oinarritutako txostena

2003ko Urria

SARRERA: ZALANTZAZKO DIAGNOSTIKOA BANAKETAREN ETA MERKATUEN ARLOAN	3
I. DIAGNOSTIKOA:	5
INDARGUNEAK	5
AUKERAK	6
AHULGUNEAK	7
MEHATXUAK	9
II. JARDUERA-LERRO OROKORRAK	10
III. LEHENTASUNEZKO ILDO NAGUSIAK	14

FONOGRAFIA INDUSTRIA**SARRERA: ZALANTZAZKO DIAGNOSTIKOA
BANAKETAREN ETA MERKATUEN ARLOAN**

EAEko fonografia-sektoreak munduko beste edozein lekutan sektoreak dituen arazo berberak ditu. Besteak beste, sektoreak aldaketa teknologikoetara egokitu behar du banaketaren, merkaturatzearen eta eskariaren kudeaketaren arloan. Arazo horiei aurre egiteko, **egoerari eusteko neurriak** aplikatzea baino irtenbide orokorragoak eman behar dira: euskarri berrien kanona, BEZa murriztea, komunikazio-eskubideak kobratzea, pirateria jazartzea...

Baina, ez gaitezen engaina, sarean indartzen ari den merkatuekin harremanak egonkortzea da garrantzitsuena, eta unitateka, deskargen bidez, kupoen bidez edo beste edozein modutara egiten diren salmentekin saiatzea. Baten batek funtzionatuko du, argitalpen fisikoaren merkatutik grabatutako euskarrietara pixkanaka igarotzeko prozesu horretan.

Dena den, oraingoz, merkatuekin –naturalak zein produktuak zabaltzeko modu berrien ondorioz geratzen direnak– harremanak edukitzeko moduak dibertsifikatuko dira eta banaketa-zirkuituak berrikusiko dira, eskuragarri dauden merkatuetara eta aurrez aukeratutakoetara hobeto eta modu planifikatuagoan iristeko. Hauek dira berehala aplikatzeko dibertsifikazio-bideak: komunikabideak –merkatu gisa eta produktuak sustatzeko–, kontzertuak kudeatzea eta esportazioa, eta horiez gain, koprodukzioak, grabazio- eta argitalpen-enkarguak, multimedia produktuetan parte hartzea... Halaber, kontuan hartu behar dira atzerriko komunitate txikiekin ditugun harremanak, komunitate horiek dauden merkatuetan sartu ahal izateko.

Transnazional handiekiko menpekotasuna ere jasaten dugu, beste komunitate askok bezala. Dena den, arazo horiez guztiez gain, gure merkatuak beste arazo berezi batzuk ditu, merkatu txikia delako eta herri txiki bateko musika esportatzea zaila delako; are gehiago, musika hori euskaraz egiten bada.

Sektoreak baditu ofizioa, kudeatzeko gaitasuna eta katalogoak, eta azterketa sakon bat eginez gero, hobeto definitu ahal izango litzateke zer aukera dauden. Une honetan, negozio-eredua errotik ari da aldatzen, eta sektorea babestu behar da.

EAEko Administrazioak orkestra sinfonikoei laguntzen die, goi-mailako musikaren kontzertu eta jaialdiak finantzatzen ditu eta birak bultzatzen ditu. Udaletxeek, berriz, kontzertu herrikoiak kontratatzen dituzte. Beraz, Administrazioa lan horietan espezializatu da, eta ez du hausnartu musika herrikoia eta pop-rock-aren sektorearen egoerari buruz. Eta, hain zuzen, sektore horrek laguntza asko behar du musikarien prestakuntzaren eta prestakuntza orokorraren arloan eta, batez ere, industria-politikaren arloan (finantziazioa, antolaketa, aholkularitza fiskala...).

Baina, horretarako, lehenik eta behin, sektoreak berak bere buruari lagundu behar dio, eta elkarrizketarako kolektibo gisa antolatu (Administrazioak, jaialdiak, urrezko diskoa martxan jartzea, kluster batean parte hartzeko aukera, atzerrira ateratzea...).

I. DIAGNOSTIKOA:**INDARGUNEAK**

Sorkuntza

- ◆ Industria txikia izatearen abantailak: arintasuna, hizkuntz berezitasuna, berezitasun etniko-musikala, harremanak hizkuntza gutxituak dituzten Europako herrietako industria txikiekin...
- ◆ Musika ez-instrumentala, batez ere, euskaraz argitaratzen da Euskal Herrian (2002an egindako 180 argitalpenetatik gehienak).

Euskal publikoa leiala da bere artistekin, eta laguntza ekonomiko horrek inbertsioak egiteko arriskua txikitzen du.

Artistek harreman estua eta iraunkorra dute enpresekin.

Euskal diskoetxeek gain, beste diskoetxe batzuk ere argitaratzen dituzte euskal autore eta taldeen lanak (baita multinazionalak ere, talderik ezagunenen kasuan).

Ekoizpena

- ◆ Euskal industria diskografikoa oraindik gaztea izan arren, industria sendoa da, teknologia berriak erabiltzen ditu, eta gaitasuna du beste zabaltzeko mota batzuetara moldatzeko.
- ◆ Euskal fonografia-industriaren sareak kalitate ertain-altuko hemezortzi estudio ditu, besteak beste. Horietatik zazpi oso maila lehiakorra dute: estatu eta nazioarte mailako ekoizpenak grabatu eta nahastu dituzte, teknikari eta laguntzaileak dituzte, diseinugileak, argazkilariak, ekoizpen- eta sustapen-taldeak...
- ◆ Industrien zein herritarren ekimenez egindako musikaren arloko sorkuntzak eta antolaketak tradizio luzea du: Elkarlanean, Elkar-Oihuka, Metak (lehen Esan Ozenki), Gaztelupeko Hotsak, Gor, DDT.... Badira ikuskizunak antolatzen dituzten enpresak ere.
- ◆ Produktuen batezbesteko kalitatea altua da eta asko gorai patzen da; kalitatearen *label* moduko bat dute.

Banaketa eta emanaldiak

- ◆ Interneten bidez, gure musika munduko beste kultura batzuetara esportatzeko komunikazioak eta aukerak hobetu dira.
- ◆ Gure lurraldean finkatutako industria diskografikoa dugu, beste zabaltzeko modu batzuetara moldatzeko gaitasuna duena.

Eskariak eta Merkatuak

- ◆ Ekonomiaren egonkortasunak edo oparoaldiak eskaria handiarazten du. Gainera, EAEko herritarren per capita errenta altua da ondoko lurraldeekin alderatuta.
- ◆ Gazteek musika asko kontsumitzen dute.
- ◆ Errepertorioaren eta hizkuntzaren aldetik dugun berezitasunaren ondorioz, geure merkatu-kuota eduki dezakegu.

- ◆ Euskal interprete asko –gaztelaniaz kantatzen dutenak gehiago, euskaraz kantatzen dutenak baino– ezagunak dira mundu-mailako zirkuitu espezializatuetan.

Kultur politika

Administrazioak gertu egoteak laguntzak emateko politikak erraz ditzake.

Gizartea

Hainbat esperientziak oniritzia jaso dute, eta aukerak daude musikaren mestizaje diskografikoak egiteko eta munduko beste kulturekin hartu-emanen aritzeko hitzarmen globalak egiteko.

AUKERAK

Sorkuntza

- ◆ Merkatu txikia izan arren, bere ezaugarriak kontuan hartzen baditugu, erdi-mailan egon daiteke Europako beste herrialde txikien artean.
- ◆ Gure merkatuaren abantailarik handiena erreperitorio- eta hizkuntza-berezitasuna izan daiteke, geure merkatu-kuota edukitzen lagun baitezake.
- ◆ Ideia gehiago sortu eta gutxi erabilitako espazioak landu behar dira gure merkatua kanpora begira erakargarriago egiteko.

Ekoizpena

- ◆ Euskarririk gabeko musika digitalaren merkatua gero eta gehiago haziko da, eta banaketa- eta fabrikazio-kostuak merkatuko ditu.
- ◆ Katalogoko funtsak CD formatuan berrargitaratzen dira, merkatu osagarri bat sortzeko fonoteka eguneratzen duen publiko helduarentzako.
- ◆ Sareko zein saretik kanpoko teknologia berriek aukera handiak ematen dituzte, enpresaren tamaina edozein izanda ere.

Banaketa eta emanaldiak

- ◆ Kalitatearen label moduko bat sortu da, eta maila hori defenditu behar da.
- ◆ Internet produktuak zabaltzeko erakustoki berriari esker, gure musika munduko beste kultura batzuetara esportatzeko komunikazioak eta aukerak hobetu dira.
- ◆ Ekimen publiko garrantzitsuak egiten dira (urteroko jazz, folk, blues, rock jaialdiak...), batzuk nazioarteko sona dute gainera. Jaialdi horiek bertako sorkuntza programatzeko erabil daitezke.
- ◆ Industria diskografiakoaren elementu guztiak erabiltzen dira (banaketa, komunikabideak, argitaletxeak, SGAE) Estatuko eta nazioarteko esparru guztietara zabaltzeko.
- ◆ Mundu guztiko Eusko Etxeen sarea baliabide garrantzitsua da.
- ◆ Komunikabide ofizialak erabiltzen dira bertako musikak zabaltzeko, emanaldien bidez eta musikaren inguruko gaiei buruz eztabaidatzeko eta informazioa emateko programen bidez.
- ◆ Merkatuak ireki behar dira, euskal musikak Irlandako musikaren antzeko marka bat lor dezan, hemengo musikaren ezberdintasun nabarmenak kontuan hartuta. Horretarako, nortasun bereziaren alde egin behar da, eta esparru berriak bilatu behar dira kanpoko eskaria bultzatzeko.

- ◆ Proposamen berrien emisio-kuotak ezarri behar dira komunikabide publikoetan eta FM pribatuetan. Sektoreak hitzarmenak egin ditzake beste komunikabide pribatu batzuekin.
- ◆ Komunikabide publikoetan musika-emanaldiak eta musikari buruzko informazioa ematen duten programak egiten dira musika-mota ezberdinak zabaltzeko.

Merkatuak eta eskariak

- ◆ EAEko herritarrek erosteko ahalmen altua dute batez beste, ondoko lurraldeekin alderatuta. Beraz, musika- eta informatika-ekipamenduen maila ere oso altua da.

Kultur politika

- ◆ Gremioaren antolaketa korporatiboari esker, posible da sektorearen arazo komunei aurre egitea eta administrazioekin hitz egitea.

Gizartea

- ◆ Or ohar, kantatzeko ohitura handia dago gure gizartean.

AHULGUNEAK

Prestakuntza eta ikerketa

- ◆ Musika-ekoizpen berriak zabaltzeko teknologia berriak garatu dira, diskoaren ordezkotako gisa.
- ◆ Hutsune nabarmenak daude prestakuntzan eta ikerketan.
- ◆ Musikariak prestatu behar dira kalitate hobegoko ekoizpenak egin ditzaten eta publikoa gehiago erakar dezaten. Horretarako, musikariak prestatzeko sistema ere berrikusi behar da.
- ◆ Industria diskografikoa ikertu behar da, landa-azterketa baten bidez.

Sorkuntza

- ◆ Ez dago musika-proposamen berrien emisio-kuotarik komunikabideetan.
- ◆ Ideia berri gutxi sortzen dira eta ez da lanik egiten gutxi erabilitako espazio erakargarriak bilatzen.
- ◆ Laguntza publikoak behar dira desagertzeko arriskuan dauden soinu-artxibo zaharrak berreskuratzeko.
- ◆ Ez dago musika argitaratzeko kulturarik.

Ekoizpena

- ◆ Ez dago batere argi sortzaile, interprete eta ekoizlearen arteko ezberdintasuna.
- ◆ Sektore diskografikoari buruzko azterketarik egon ez arren eta datu gutxi eduki arren, euskal ekoizpenaren tirada murrizten ari da urtez urte.
- ◆ Merkatu diskografikoarekin ia zerikusirik ez duten enpresak ari dira sartzen sektorean.
- ◆ Euskal fonografia-industriak dimentsio-arazo bat du: ekoizpenen kostu finkoak altuegiak dira zein gutxi saltzen den kontuan hartuta, eta sustapen handiko kanpoko ekoizpenekin lehiatu behar dute barne-merkatuan. Beraz, asko ekoitzi arren, merkatua txikia da eta zabalkundea ez da segurua.

- ◆ Merkatu txikia denez, ez dago egitura eraginkorrik (liburuarekin ere berdina gertatzen da), disko gehiegi argitaratu behar baitira hain merkatu txikirako oso aukera gutxiarekin. Disko bat errentagarria izateko 2.000/3.000 ale inguru saldu behar dira musika modernoaren kasuan, eta 300 inguru jabari publikoko musika klasikoaren kasuan.
- ◆ Musika-taldeek inbertsio, sustapen... gisa ikusten dituzte autoekoizpenak, ondoren kontratuak egiteko.
- ◆ Ezinbestekoa gertatzen da enkarguak egitea diru-sarrera osagarriak jasotzeko, eta handituz doazen kostu finkoei aurre egiteko.

Banaketa eta emanaldiak

- ◆ Internetek izugarriko aukerak ematen ditu, eta horrek krisi sakonera eraman du sektorea.
- ◆ Enpresek kalitateari ematen diote garrantzia, eta logikaz ahal dutena baino gehiago inbertitzen dute. Ondorioz, etekin gutxiago ateratzen dituzte, eta aukera gutxiago dituzte sustapenean, publizitatean... inbertsioak egiteko. Beraz, oso zaila da gure diskoak modu profesional eta aktiboan ezagutaraztea. Gainera, salmentak jaistean, are gehiago mugatuko da inbertsioak egiteko gaitasuna. 15.000-40.000 unitateko salmentak dituzten gero eta disko gehiago merkaturatzea izan behar du, dudarik gabe, industria diskografikoaren helburuetako bat.
- ◆ Tokiko eta nazioarteko banaketa-kanal egokiak falta dira.
- ◆ Euskal musika nazioarteko bihurtzeko argitaletxeen zigiluek eta banatzaileek parte hartu behar dute.
- ◆ Estatuko merkatuko banatzaileekin dauden harremanak berdefinitu behar dira.
- ◆ EiTbN oso gutxi sustatzen da euskal diskografia. ETbN ez dago musikan espezializatutako programarik.
- ◆ *Top 40*-ren gisako programa espezializatuek **masa-musika** eta gaztelaniazkoa pribilegiatzen dituzte.
- ◆ Nazioartera zabaltzeko bokazio eskasa dago. Beharrezkoa da munduko beste diskoetxe batzuekin "jointventure"-a egitea.
- ◆ Modernizatzeko planak egin behar dira digitalizazioaren erronkei aurre egiteko; ez hainbeste sareko ekoizpenaren, banaketaren eta zabalkundearen arloan.

Merkatuak eta eskariak

- ◆ Euskal fonografia-industriako katalogo orokorraren % 20aren salmentak gainerako % 80a mantentzen du.
- ◆ Genero batzuetako euskarazko katalogoak ez ditu kanpoko merkatuak irekitzen, baina bai beste genero batzuetakoak (folka, rocka...).
- ◆ Musikaren doakotasunari buruzko ideia zabaltzen doan heinean, diskoa bere estatusa, eta beraz, erosteko produktu gisa duen balioa galtzen ari da.
- ◆ Merkatu diskografikoa gainbeheran dago. Nahiz eta lurralde naturala txikia izan eta publiko potentzialaren kopurua are txikiagoa izan (milioi bat pertsona gutxi gorabehera), salmenten batezbestekoa oso baxua da.
- ◆ Ekoizpen berri gehienek bizi-ziklo laburra dute, merkaturatzen direnetik hilabete gutxi batzutan irauten dute.

- ◆ Euskal gizarteak ez du bere kultura ezagutzen.

Politika instituzionala

- ◆ Euskal gizarteak ez du bere kultura musikala ezagutzen.
- ◆ Azterketa bat egin behar da industria diskografikoari eta bere merkatuei buruz.
- ◆ EAEko erakunde publikoek ez daukate interesik fonografia-industriaren lana ezagutzeko. Ondorioz, zailagoa da katalogoa planifikatzea. Gainera, zineman gertatzen den bezala, beharrezkoa da zenbait argitalpen fonografiko diruz laguntzea.
- ◆ Oso berriak dira Kultura Sailak euskal industriaren eta pop-rockaren hainbat ekimeni (Euskal Soinuak, jaialdiak...) emandako laguntzak (2001ean hasi zen laguntza horiek ematen). ETBn ez dago musikari buruzko programarik. Bestalde, euskal klasikoak kanpoko diskoetxeetan argitaratu dira, eta oso gutxi banatu dira EAEko merkatuan.
- ◆ Ez dago diskoetxeen elkarte profesionalik proiektuak, aukerak eta ikuspuntuak proposatu ahal izateko.
- ◆ Kultur bilguneak falta dira (aldizkariak, foroak, mintegiak...), gure esparru berean zein beste esparru batzuetan, besteak zer egiten ari den jakiteko. Badira aldizkari batzuk: Artez arte eszenikoen aldizkaria, Entzun edo Gaztetxuloko musikari buruzko orrialdeak.
- ◆ Diskoetxe txikiek denbora eta erraztasunak behar dituzte desagertzeko arriskuan dauden soinu-artxibo zaharrak berreskuratzeko.

Gizartea

- ◆ Ez da erraza komunikabideetan euskal musika entzutea, nahiz eta publiko euskaldunaren eskaria eskaintza baino handiagoa izan.

MEHATXUAK

Sorkuntza

- ◆ Pirateria eta Internet dira sektore diskografikoaren mehatxu nagusiak. Ondorioz, diskoetxeak behartuta daude prozesuak egokitzera, zehatzago esanda, produktu diskografikoaren balio-katea egokitzera.
- ◆ ***Zigilu independenteetan nabarmentzen diren interpreteak eta taldeak multinazionalak bereganatzen dituzte.***

Ekoizpena

- ◆ Transnacionalizazioaren ondorioz, enpresa multinazional handiek eta enpresa independente handiek merkatua kontrola dezakete, eta euskal publiko gazteenaren arreta bereganatzen dute.
- ◆
- ◆ Euskarazko musikari mehatxu handiagoa egiten zaio gaztelaniazkoari baino.
- ◆ Fonografia-industriako lanpostuak desagertzea izan daiteke mehatxurik hurbilena. Hainbat inbertsio egin dira instalazioak, langileen prestakuntza eta produktuen kalitatea hobetzeko, eta ondorioz, ez dago erreserba ekonomikorik krisiari aurre egiteko.
- ◆ Merkatu diskografikoarekin ia zerikusirik ez duten enpresak ari dira sartzen sektorean. Halaber, diskoak opari gisa edo oso prezio baxuan eskaintzen dituzten sustapen asko egiten dira.

Banaketa eta emanaldiak

- ◆ Pirateria, P2P artxiboen trukea eta kopia pribatua mehatxu handiak bihurtu dira mundu guztian. Internetek eta teknologia berriek izugarriko aukerak ematen dituzte musika-ekoizpen berriak zabaltzeko. Horrek krisi sakonera eraman du sektorea, eta egoera berrira egokitu eta produktu diskografikoaren balio-katea berdefinitu behar du aurrera jarraitu nahi badu.
- ◆ Globalizazioak munduko merkatu guztiei eragiten die, eta hala, komunikabide handiek sustatuko produktu gutxi batzuk –saltoki handietan saltzen direnak– izaten dituzte salmentarik handienak. Horrek enpresa txikien eta kultura gutxituen egoera zailtzen du.
- ◆ Saltoki handien sareak gero eta leku gutxiago ematen dio tokiko produktuari. Gainera, saltoki handiek gero eta salmenta-ahalmen handiagoa dute, eta, ondorioz, disko-denda txikiak ahultzen eta desagertzen ari dira.
- ◆ Azken urteetan, tamaina ertaineko txikizkako saltzaileen sarea desagertu egin da EAEko herrietan, saltoki handien edo "manta" azpimerkaturaren legez kanpoko banatzaileen alde.

Merkatuak eta kontsumoak

- ◆ Musika doakoa izatearen ideia zabaldu da gazteen artean.
- ◆ Pirateria hazi da, batez ere, kopia pribatuetarako egiten dena (baita euskal produktuekin ere).
- ◆ Publikorik gazteenak (hamabost urtetik hogeita bostera) gero eta musika gehiago kontsumitzen du, nahiz eta gero eta disko gutxiago erosi eta gero eta euskal musika gutxiago kontsumitu.
- ◆ Audientzia handiko telebista-programek bultzatutako berrikuntzetan kontzentratzen da salmenta, eta horrek leku gutxi uzten dio euskal musikari.
- ◆ Agian, ez da guztiz zuzena esatea diskoen publiko nagusia gazteak direla (15 eta 25 urte artekoak), erosteko ahalmena publiko helduak baitu.

Gizartea

- ◆ Gizarteak gero eta lotura gutxiago sentitzen du bertako musikarekin.

II. JARDUERA-LERRO OROKORRAK**1. Politikak, koordinazioa eta ekimen publikoak.**

- ✓ Publikoa heztea kultur lanak, autoreak eta haien jabetza intelektualerako eskubidea errespetatzen ikas dezan, eta publikoa sensibilizatzea etxean egindako kopiek edo sustapenean dauden diskoen kopiek sortzen dituzten eraginei buruz. Horretarako, musikari ezagunen irudia erabiltzea komeniko litzateke.

- ✓ Bertako musikaren emisio-kuotak ezarri behar dira komunikabide publikoetan eta FM pribatuetan. Bestalde, euskal diskografia eta ETBko programa espezializatuak gehiago sustatu behar dira. Sektoreak hitzarmenak behar ditu beste komunikabide pribatu batzuekin.
- ✓ Konposizio, ekoizpen, bira, kanpora zabaltzeko proiektu eta azoketarako laguntzei buruzko agidu berriari kopuru nahiko baxua hitzartu arren (276.000 euro), agindu horrek bide interesgarri bat irekitzen du beste esparru batzuetarako.
- ✓ Erakundeek babestutako euskal musika klasikoaren argitalpenak bertako enpresek egitea.
- ✓ Neurriak hartzea katalogoaren funtsa bere onera ekartzeko eta eguneratzeko, eta saltoki handietan sal dadin bermatzea.

2. Gizartea

- ✓ Hezkuntza kolektiboari eta ikastetxeetan errepertorioak eta estiloak ezagutzeari garrantzia ematea.
- ✓ Bertako musika –klasikoa, tradizionala zein berria– sustateko beharra. Horretarako, oso garrantzitsua da kuoten politika.

3. Sarea

3.1 Baliabideak bultzatzea (prestakuntza, enplegua, lankidetz...)

- ✓ Giza baliabideak kudeatzeko laguntzak ematea: batetik, neurri fiskalak eta gizarte-segurantzari buruzkoak musika-sorkuntza lanbide bideragarria izan dadin eta, bestetik, langileen prestakuntza profesionalari laguntzea produktuaren balio-kate guztian.
- ✓ Epe luzeko proiektuak lantzea, berrikuntza teknikoa hobetzea, lankidetzaren sareak sortzea beste herrialde batzuetako enprekin, azterketa bateratuak egitea, baterako argitalpen-proiektuak egitea...
- ✓ Aukerak daude munduko beste kulturekin hartu-emanen aritzeko hitzarmen globalak egiteko eta musikaren mestizaje diskografikoak egiteko.
- ✓ Prestakuntza-sistema berrikustea musikarien prestakuntza bultzatzeko eta kalitatea oro har hobetzeko.

3.1 Inbertsioa eta finantziarioa

- ✓ Sektoreko enpresak finantzatzeko berariazko tresnak sortzeaz gain, neurri fiskalak... hartzea egungo eta etorkizuneko enpresa-proiektuetara kapitala erakartzeko. Finantziarioaren eta arrisku-kapitalaren lerroak irekitzea.
- ✓ Eusko Jaurlaritzaren Industria Sailaren, SPRIren eta ETEen laguntza-neurriak lortzea, baita Ekonomia eta Ogasun Sailak antzeko kultur ondasunak finantzatzeko dituen bideak ere.

4. Enpresa-sarearen antolaketa (informazioa, araudiak, asoziazionismoa eta balizko erakunde bultzatzaileak)

- ✓ Diskoetxeen elkarte profesional bat behar da sektorearen arazo komunei aurre egiteko, administrazioekin hitz egiteko eta proiektuak eta ikuspegiak proposatzeko.
- ✓ Azterketa bat egin behar da industria diskografikoari buruz, merkatuei buruz eta, fonografia-produktuaren balio-katea berdefinituz, Interneten erronkei aurre egiteko moduei buruz.

- ✓ SGAErekin negoziatzea esleipenen haztapena EAeko erabilera musikal errealarekin proportzioan egiteko eta sareko **deskargei** kanonak ezartzeko. Halaber, sektoreari laguntzeko jarduerak hitzartzea beste diskoetxeekin eta SGAErekin.
- ✓ Bertako urrezko eta platinozko diskoak martxan jartzea.
- ✓ Datu-base osatu bat sortzea euskal musikaren katalogoari buruz (erreferentziak, autoreak, interpreteak, enpresak...).

5. Produktuari buruzko irizpideak (zer nahi den eta zer den posible) eta irizpide horiek euskararekin edo kulturarekin eduki dezaketzen erlazioa

- ✓ Kalitateari garrantzia ematea, alegia, produktuari lehentasuna ematea urteko argitalpen-kopuruari baino gehiago.
- ✓ Euskarazko ekoizpenari eustea, merkatu zabalagoetarako egin daitezkeen beste argitalpen-mota batzuk baztertu gabe.
- ✓ Enpresa bakoitzaren katalogo-funtsa eguneratzeko laguntzak ematea.

6. Balio- eta kudeaketa-kateari buruzko alderdiak

6.1. Teknologia, I+G+B

- ✓ Teknologia berriek eskaintzen dituzten aukerei etekina ateratzea, eta euskal enpresek beren erreperitorioak eta produktuak Interneten zabaltzeko eta merkaturatzeko egindako inbertsioak bultzatzea. Halaber, sustapen-euskarrirako irudiak sortu eta erabiltzeko laguntzak ematea.
- ✓ Modernizatzeko planak egin behar dira digitalizazioaren erronkei aurre egiteko; ez hainbeste sareko ekoizpenaren, banaketaren eta zabalkundearen arloan.

6.2. Sorkuntza

- ✓ Lan gehiago egin behar da ideia berriak sortzen eta gutxi erabilitako espazio erakargarriak bilatzen.

6.3. Ekoizpena

- ✓ Ekoizpenaren kalitateari eustea.
- ✓ Produktuak formatu berrietan egin daitezen bultzatzea (DVDan adibidez).

6.4. Merkaturatzea/sustatzea

- ✓ Komunikabideak inplikatzeko tokiko produktua susta dezaten publizitate-tarifak murriztuz, bertako erreperitorioarentzako kuotak ezarriz, kontsumorako sentsibilizazio-kanpainak eginez, telebista publikoan astero musikari buruzko programak eginez, bertako produktuen alde egiten duten irrati, aldizkari eta diskoetxeak bultzatuz...
- ✓ Euskal musika –berrikuntzak eta katalogoa– saltoki handietan sal dadin bermatzea. Hitzarmen korporatiboak egitea Eroskirekin, Corte Inglés-ekin...
- ✓ Estatu-mailako banatzaileekin dauden erlazioak berdefinitzea.

6.5. Zabaltzea

- ✓ Zuzeneko musikaren zirkuituak bultzatzea, eta bertako estreinaldiak programatzen dituzten enpresa, areto eta lokalei laguntzak ematea. Funtzio anitzeko aretoen sare bat eta neurri

guztietako jaialdiak sustatzea. Areto eta jaialdi horietan bertako talde eta artistek ere zuzeneko emanaldiak egingo dituzte.

- ✓ ETBn musika-mota ezberdinak zabaltzea, kulturari edo musikari buruzko informazioa emateko programen bidez, eta oro har, komunikabide publikoetan zabaltzea (adibidez, Galesesko RTV).
- ✓ Kaleko legez kanpoko salmentaren kontrako neurriak gehitzea, Ertzaintzaren eta udaltzainen jarduera zuzen eta sistematikoaren bidez edo iritzi publikoaren sentsibilizazioaren bidez (informazio-kanpaina handi bat komunikabideetan).
- ✓ Katalogoko funtsak CD formatuan berrargitaratzea, merkatu osagarri bat sortzeko fonoteka eguneratzen duen publiko helduarentzako.
- ✓ Merkatu diskografikoarekin zerikusirik ez duten enpresak sektorean sartzeari buruz kontzientziatzea.

6.6. Kudeaketa-eredua hobetzea (ikastaroak, topaketak, aholkularitzak, mintegiak...)

- ✓ Aholkularitza orokorra eta egiturazko laguntza ematea hainbat gairi buruz: esportazioa, Internet bidezko salmenta, teknologia berriak..., eta horrez gain, bertako erreperitorioa babesteko neurriak bultzatzea.

7. Merkatua dinamizatzea (marka, labela...) eta nazioarteko bihurtzea

- ✓ Euskal musika (diasporari eta, batez ere, merkatu berriei zuzendutakoa) esportatzeko eta kanpoan ezagutarazteko laguntzak ematea, taldeak azoketan, jaialdietan eta nazioarteko merkatuetan egon daitezen bultzatzea, eta enpresak lan horietarako prestatzea.
- ✓ Euskal Soinuak katalogoaren bidez euskal musika kanpoan sustatzeko laguntza publikoaren esperientzia interesgarriarekin jarraitzea.
- ✓ Mundu guztiko Eusko Etxeen sarea erabiltzea.
- ✓ Euskal musikak Irlandako musikaren antzeko marka bat behar du, hemengo musikaren ezberdintasun nabarmenak kontuan hartuta, eta horretarako, nortasun bereziaren alde egin behar da.
- ✓ Nazioarteko sona duten ekimen publiko garrantzitsuak egiten dira (urteroko jazz, folk, blues, rock jaialdiak...), eta bertako sorkuntza programatzeko erabil daitezke.
- ✓ BEZa % 16tik % 4ra murriztea, produktuaren kultur ondasun izaera aitortuz. Hala, bukaerako prezioa merkatzen da.

III. LEHENTASUNEZKO ILDO NAGUSIAK

1. **Komunikabideak** inplikatzeko tokiko produktua susta dezaten publizitate-tarifak murriztuz, bertako errepertorioarentzako kuotak ezarriz, kontsumorako sentsibilizazio-kanpainak eginez, telebista publikoan astero musikari buruzko programak eginez, bertako produktuen alde egiten duten irrati, aldizkari eta diskoetxeak bultzatuz...
2. Euskal musika (diasporari eta, batez ere, merkatu berriei zuzendutakoa) **esportatzeko** eta kanpoan ezagutarazteko laguntzak ematea, taldeak azoketan, jaialdietan eta nazioarteko merkatuetan egon daitezzen bultzatzea eta enpresak lan horietarako prestatzea.
3. **Publikoa heztea** kultur lanak, autoreak eta haien jabetza intelektualerako eskubidea errespetatzen ikas dezan, eta publikoa sentsibilizatzea etxean egindako kopiek edo sustapenean dauden diskoen kopiek sortzen dituzten eraginei buruz. Halaber, komenigarria da ikastetxeetan errepertorioak eta estiloak erakustea.
4. **Zuzeneko musikaren** zirkuituak bultzatzea, bertako estreinaldiak programatzen dituzten enpresa, areto eta lokalei laguntzak ematea, eta funtzio anitzeko aretoen sare bat eta neurri guztietako jaialdiak sustatzea. Areto eta jaialdi horietan bertako talde eta artistek ere zuzeneko emanaldiak egingo dituzte.

KULTURAREN EUSKAL PLANA. DIAGNOSTIKO SEKTORIALAK

Gasteiz 4-4-04

◆
◆
◆
◆
◆
◆
◆◆
◆

- ◆
- ◆