

<< Multimedia >>

S. Uriarte

Área 3- Industrias Culturales

3. Arloa: Kultura Industriak

(Euskarazko bertsioa)

Febrero, 2003ko otsaila

KULTURAREN EUSKAL PLANA

SEKTOREA: KULTURA-INDUSTRIAK
MULTIMEDIA SEKTOREARI BURUZKO TXOSTENA

Txostengilea: *Sabin Uriarte Mitxelena*

1. AURREKARIAK

Hona hemen Francisco Galindo Villoria Fundación Autor erakundeko idazkari nagusiaren hitzak: *“elkarrekintza digitaleko sistema integratuak iristen direnean, horiek izango dira mundura irekita izango dugun leiho bakarra: komunikatzeko bide analogiko guztiak (prentsa, irratia, diskoak, etab.) plataformen plataforma horrek absorbituko ditu. Horregatik diot kapitalismo industrialera pasatuko garela. Kapitalismo hori zenbait objekturen kontsumo intentsiboan oinarrituko da eta zerbitzu-kanalen esku egongo da, beste kultura-kanal baten esku”.*

Adierazpen-bide hutsa (kulturala edo ez) baino zerbait gehiago den guztia multimediatzat hartzen badugu, ikusiko dugu definizio hori irudia eta soinua, musika edo ahotsa zuten diaporamekin hasten dela. Definizio hori nabarmen zabaldu da teknologia berriak agertzean: CDa, CD-ROMa, Internet, DVDa... Horiek multimedia terminoa zabaldu egin dute eta orain *multimedia-aplikazioa* esaten zaio. Aplikazio horrek hardware / software jakin bat behar du eta erabiltzeko eta elkarreragiteko aukera ematen du, informazio-kantitate handia gorde eta oso denbora laburrean eskuratzea ahalbidetuz.

Edukia deitzen zaio irudiak, ahotsa, musika, bideoa, datuak eta interaktibitatea bateratzeari. Sortzaile batzuek eduki hori garatzen dutenean sortzen da kapital intelektuala. Kapital horrek ordezkatuko du, segur aski, aktibo materiala eta ez-materiala, multimedia-industriaren oinarria osatzen duten horiek, baina, hala ere, oinarri horrek ez du zertan kulturala izanik. Horregatik, multimediararen kultura-industriak definitzeko, hiru erronkei aurre egin behar diegu:

- Enpresa-jarduera jakin batzuk **industria** izatea
- Jarduera horiek **kulturaltzat** hartzea
- Sortzeko, ekoizteko, banatzeko edo sartzeko, **multimedia**-teknologia erabiltzea

Horrela, *multimedia-dukiontzia handia* izango dugu. Hor hainbat elementu sartzen dira, besteak beste: museo birtual baterako bisitan oinarritutako bideo-jokoa, abestiak eta haien letrak dituen CD-ROMa, abestiekin eta letrekin batera kontzertuaren bideoa eta musika horretan inspiratuta egindako koadroen irudiak dituen DVDa... Horrez gain, Internetera banda zabalaren bidez konektatzeko aukera baldin badago, euskarri fisikorik eduki gabe (CD, CD-ROM, DVD) gozatu ahal izango da guzti horretaz; ordenagailutik eta etxetik sartu ahalko da eta erabiltzeko edukientzat bakarrik ordainduko da.

Orain dela urte gutxi multimediarerako genuen ikuspegia nabarmen aldatu du horrek guztiak. Etorkizunari begira, sarbidean / konektibitatean / erabileragatiko ordainketan oinarritutako produktuekiko hurbiltasun handiagoa izango dugu ohiko produktu fisikoen erosketan / jabetza / erabilerarekiko baino.

2. NAZIOARTEKO ERREFERENTZIAK

Multimedia-industrien egoera eta bilakaera oso desberdina da, egitura-kontzeptuari dagokionez, batik bat. American on line eta Time Warner batutakoan, multimedia-ekoizpenaren erraldoi bat eratu dute. American on line-ren ekarpenak izan ziren sareko harpidedunak, Netscape nabigazio-sistema eta Intertekno merkatua oso ondo ezagutzea; Time Warner-ek, berriz, esperientzia handia zuen telebista-merkatuan eta argitalpen-munduan eta EMI diskografia berea zuen.

Frantzia gure errealitatearekin lotura handiagoa duen gertaera jazo zen eta horrek, beharbada, multimedia-industriak zer diren ulertzen lagunduko digu. Frantziako gobernuaren kulturari buruzko planak anbizio handiko kultura-politika zehaztu zuen sare berrientzat 1998. urtearen hasieran, eta arreta osoa sare horietan ezarri zuen.

1998an, eduki eta zerbitzu gutxi zeuden Interneten frantsesez. Atzerapen hori paradoxa da kultura-arloan, kultura-ondarearen aberastasuna kontuan hartzen badugu. Kultura hori hedatzeko Internet funtsezko tresna izan zitekeen. Hori dela eta, honako hau proposatu zuten: *“informazioaren gizartean sartzea eta informazioaren teknologiak eta komunikazioa ezartzea funtsezkoa da anbizio handiko kultura-politika batentzat. Informazio-sare berriak tresna pribilegiatuak dira Frantziaren eta frantsesaren presentzia nazioartean sustatzeko. Hizkuntzaren erabilera sustatzea ezinbestekoa da Frantziako kulturaren ospea bultzatzeko.”*

Helburu horiek lortzeko, sorkuntza-lanari laguntzeko lehendik zeuden tresnak sendotzeko eta egokitzeko politikak proposatu ziren. Tresna horiek Zinematografiaren Zentro Nazionalaren (CNC) eta Zinema eta Kultura Industriak Finantzatzeko Institutuaren (IFCIC) ekintzetan oinarritzen dira batik bat. Lau milioi euro baino gehiago zuzendu ziren 1998an multimedia-programen laguntzetarako, itzuli beharreko aurrerapen gisa. Ahalegin horrek aukera eman zuen multimedia-sektorearen garapen-beharrak sustatzeko eta, lineako zerbitzuei zegokienez, abiadura handian hazten ari zen behar berri bati erantzuteko.

Kultura-industrien berme-funtsak (IFCICek kudeatuak) multimedia editatzen eta ekoizten aritzen diren enpresetara zuzendu ziren. 1998an, erabilgarri zeuden baliabideek 9 milioi euroko banku-kredituaren saldo biziak bermatu zituzten.

Informazioaren eta komunikazioaren teknologien garapenak erabat aldatu zuen Ikus-entzunezko Institutu Nazionalaren (INA) artxibatze-funtzioa. Institutu horrek artxiboak digitalizatzen jarraitu zuen eta euskarri anitzeko ekoizpen-estudioa ezarri zuen. Berritze-ekintza horiek 2,5 milioi euroko aurrekontua izan zuten.

Plan horretan, herritarrek informazioaren eta komunikazioaren teknologia menderatu ahal izateko politikak proposatu zituzten, teknologia horiek berez osatzen dutela helburu kulturala pentsatzen baitzuten. *“Bi abiaduratako informazio-gizartea sor ez dadin, estatuak publikoaren sentsibilizazioa sustatu behar du adierazpen-baliabide berri horiei eta kultura eta jakintza eskuratzeko baliabide horiei dagokionez”*. Proposamen horri jarraituz, Multimedia Kulturaren Eremuak sortu ziren lurralde osoan ikuspegi kulturalarekin, publikoa informazioaren teknologian trebatzeko, eta multimediaren kultura-teknologiaren ikerketa/garapena are gehiago sustatu zen.

Espanian ez da berariazko politikarik garatu, kultura-industriak aktibo garrantzitsua izan arren, bai ekonomikoki bai sozialki. Kulturak eta Aisialdiak Barne Produktu Gordinean egiten duten ekarpenak etengabeko bilakaera erakusten du. Madrilgo Unibertsitate Autonomoko Ekonomia Fakultateko ikerketa baten arabera, BPGa % 4,5 hazi zen 1999an.

2000. urtean, mundu mailan 305 milioi pertsona Internetera konektaturik zeuden multimedia-educia jasotzeko aukerarekin. 2005ean 350 milioi izango direla aurreikusten da. Europan 83,35 milioi pertsona zeuden Internetera konektaturik 2000. urtean, eta 2007an, etheen % 70 baino gehiago egongo dira Internetera konektaturik. Espainiaren kasuan, 2000. urtean 7,7 milioi pertsona zeuden Internetera konektaturik (Iturria SDAE).

Euskadin, etheen % 27k Interneterako sarbidea zuen 2001ean eta herritarren % 29k sarri nabigatzen zuen. Bilakaera hori etengabea izan da, eta hauek dira, EUSTATen datuen arabera, Euskadiko etxeetan informazioaren teknologia duten ekipamenduei buruzko datuak:

	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>
Ordenagailu pertsonala	% 35	% 41	% 48
Internetarako sarbidea	% 9	% 14	% 27
Telefono mugikorra	% 39	% 65	%75

3. EGOERAREN DIAGNOSTIKOA

3.1 Definizioa, egitura, ezaugarriak

Multimedia-industria sustatzera bideratutako ekintzak euskarri fisikoak (CD-ROMa, DVDa...) ekoiztea baino harantzago joan behar du Interneten egon daitezkeen euskarri anitzeko sorkuntza-lanean aurrera egiteko. Proposamen horrek beste herrialde batzuetan erabilitako metodologiara hurbiltzen gaitu. Herrialde horietan multimedia-produktuen azken erreferentzia Interneterako edukien ekoizpenera bideraturik dago, Interneterako sarbidea baino banaketa-arazo konplexuagoak dituzten euskarrietatik harantzago.

Baina hemen zehaztutako multimedia-edukietara sartzeko, ezinbestekoa da gizarteak teknologia jakin batzuetarako sarbidea izatea, informazioaren gizartean sartu ahal izateko.

'Euskadi Informazioaren Gizartean' planaren ikerketatik, ondorio hauek atera dira:

- *Informazioaren gizarteak ez ditu soilik aldatzen hezkuntza-ereduak, trebakuntzaren kontzeptua, lan-zentroen kokaleku fisikoa, lan-harremanak eta giza harremanen forma. Jakintzara, kulturara sartzeko modua ere aldatzen ari da, izan ere, horietara etxetik bertatik sar daiteke, lehen aisialdirako zen denboran.*
- *Egia da informazioaren gizarteak alde handia sortuko duela herrialdeen, eskualdeen eta herrien artean. Baina ez bakarrik konektatzen direnek gizarte dinamikoak osatuko dituztelako, politika, kultura eta ekonomiari dagokionez, baizik eta, beren nortasunari buruzko informaziorik ematen ez dutenak hala egiten dutenen informazio-bolumena xurgatuko dutelako. Informazioaren gizartean oinarritzen den sistemak informazio-kantitate handia eskaintzeko aukera ematen du modu globalizatuan, komunikabide-talde handiak sortu gabe edo haien mende egon beharrik gabe.*
- *Informazioaren gizartearen aldeko apustua ez da industria-, merkataritza- eta turismo-arloko gaia soilik. Neurri handi batean, hezkuntza-politika, lan-politika eta lanbide-heziketa ere bada. Kulturaren eta sustapen ekonomikoaren artean dabilen multimedia-edukien industria da.*
- *Enpresa eta zerbitzuak sortzeko joera dago. Dena den, sortzea bezain garrantzitsua da lehendik dauden enpresak eta zerbitzuak informazioaren gizarteko parametro berrietara egokitzea.*

- Ekintza-arloen deskribapenak, haren osaerak eta aurkezteko ordenak harridura sortzen du, azpiarloak nahasi egiten baitira eta batak bestearekiko lehentasuna ezartzen baitute konturatu gabe. Horregatik, Eduki-sorkuntza azpiarloa bereiztea eta honela ordenatzea proposatzen da:
 - ➔ Azpiegiturak eta oinarritzko zerbitzuak
 - ➔ Enpresak, merkataritza eta turismoa
 - ➔ Kultura eta gizartea
 - ➔ Hezkuntza eta trebakuntza
 - ➔ Eduki-sorkuntza
 - ➔ Osasuna, bizi-kalitatea eta ongizatea
 - ➔ Administrazioa eta herritarrentzako zerbitzuak
- ‘Eduki-sorkuntza’ atala bereiztea proposatzen da, bere azken xedeak informazioaren gizartearentzako informazioa prestatzeko prozesu guztiak hartzen baititu bere baitan, gaia edozein dela ere: azpiegitura, oinarritzko zerbitzuak, enpresak, merkataritza, turismoa, kultura, gizartea, hezkuntza, trebakuntza, osasuna, bizi-kalitatea, ongizatea, administrazioa edo herritarrentzako zerbitzuak.
- ‘Eduki-sorkuntzako enpresa-sektorearen sustapena’ atalaren barruan aipatzen da *Industria, Merkataritza eta Turismo Saileko programetan lehentasuna eman behar zaiela multimedia-edukien arloan sortzen diren enpresa berriei...* Beste sail batzuk, Kultura edo Hezkuntza Saila esaterako, kanpoan gelditzen dira. Sail horiek, ordea, zeresan handia dute edukiei buruz, bai sail bakoitzaren edukiei buruz, bai horiek eduki behar luketen kultura- eta hezkuntza-alderdien adierazpenari buruz.
- Kultura eta Gizartea atalari dagokionez, euskarari, liburutegiei, museoei eta abarri buruzko ekintza batzuk zehazten dira. Gure herriko KULTURA, ordea, kanpoan uzten da: nortasun bereizgarria, protagonistak, eremu geografikoa... Hitz gutxitan, kanpoan uzten da, globalizazioaren irizpideari jarraiki, mundu osoari jakinarazi behar litzaiokeena. Ondorioz, Kulturaren Euskal Planak zehaztu beharko ditu arlo horretako ekintza-lerro nagusiak, kulturarekin eta gizartearekin adierazten dena baino gehiago hartzen baitu bere baitan.

Laburbilduz, ‘Euskadi Informazioaren Gizartean’ plana teknologian, telekomunikazioetan eta mikroinformatikan gehiegi oinarritzen den plana da. Ez du kontuan hartzen informazioaren gizartea garatzeko informazioa eduki behar dela eta informazio horrek (edukiak) egokia izan behar duela ahal den neurrian. Bestela, globalizazioak abantaila gisa eskaintzen duena eragozpen bihurtuko da besteen edukiek xurgatzen gaituztenean. Horixe da, hain zuzen, **kolonizazio kulturala**.

Egia da informazioaren gizarteak *informazioa lortzeko eta zabaltzeko aukera mugagabea eskaintzen diela gizabanakoei eta/edo komunitateei, tamaina edozein dela ere*. Baina informazioaren gizartean presentzia eraginkorra izateko, komunitate txikiek, Euskadik besteak beste, ahalegin handia egin beharko dute.

Hona hemen egoera: ikuspegi publikotik, kultura-industrien sektoreak, bereziki multimediak, ez du laguntza argirik eta zehatzik jasotzen 'Euskadi Informazioaren Gizartean' planean. Industriaren, enpresaren ikuspegitik, ez dago sustapen-plan sektorialik eta industria horiek beste jarduera batzuk multimediararen kultura-industriako jarduerekin txandakatu behar dituzte.

Euskal Autonomia Erkidegoko Multimedia eta Edukien Industriak Sektorea deituriko sektorea osatzen duten industria horien barruan 40 enpresa inguru sartzen dira. Horiek gutxi gorabehera 44 milioi euroko negozio-bolumena dute, 650 langile, urtean hiru milioi euro inguru inbertitzen dituzte ikerketan eta ia ez dago esportazio-mailarik (Iturria GAIA)

3.2 Ibilbide historikoa: zer gertatu da eta zergatik?

Garapen teknologikoak ezohiko aurrerapena sustatu du, lehendabizi euskarri dagokienez eta ondoren hedatze-aukerei dagokienez. CD-ROM gisako euskarri berrien ahalmenak disko txiki batean informazio-kopuru handia gordetzeko aukera eman zigun. Multimedia-formatuen eskakizunak betetzen zituen, bai irudi- eta soinu-edukiei dagokionez, bai elkarrekintzarako aukerei dagokienez ere. Dena den, aurrerapen horretan, informazio hori guztia eta gehiago sarean sartzeko aukera sortzen da, eta banda zabalaren bidez sartzeko aukeraren eta Interneten bigarren belaunaldiaren artean, aukera horiek hazten joango dira.

Teknologien aurrerapenak guztien esku jartzen du multimedia-produktuak eskuratzeko eta, dagokionean, sortzeko aukera, hasiera batean bada ere. EAeko multimedia-industrietan esportazio-maila baxua izateak azalpen logikoa du: ez duzu esportatu beharrik jada sarean ipintzen duzunetik esportatzen ari zarena. Horregatik, Frantziako kultura-politikak sarerako produktu kulturalen garapena azpimarratzen zuen.

3.3 Arlo publikoaren eta pribatuaren arteko erantzukizuna: rolak, harremanak...

Produktu kulturalak aipatzen ditugunean, hau da, kultura-industriek garatutako produktuak, pentsatzen dugu sektore publikoak ez duela esku hartu behar merkatu librearen garapenean, sektore pribatuari zabaltzeko aukerak kenduz. Bestalde, pentsatzen dugu sektore pribatuak ez duela eduki behar produktu kulturalak sortzeko arduraren guztia, eta sektore publikoak zerbait egin behar duela argudiatzen dugu. Bi ikuspuntu horiek, argi eta garbi azaltzen dute bi arloen arteko harremana.

Denboraren poderioz eta modu oso berezian teknologia berriak agertzearekin, besteak beste, multimedia, argi gelditu da merkatu librea ez dela nahikoa multimedia-kulturaren ekoizpena aktibatzeko.

Sektore publikoaren funtzio nagusia ekoizpen hori hasieran dinamizatzea da. Horretarako gai oso zehatzak sortzeko, hau da, proiektio kulturalen balio estrategikoa duten gaiak sortzeko, laguntzak eman, sektorean lehendik dauden esperientzia handiko enpresei lagundu eta produktu horien kontsumo sozialaren ohiturak sustatu behar ditu. Produktuak sortu baina kontsumitzeko ohiturak sortzen ez badira, merkaturara sendotzeko ahaleaginean ez da aurrera egiten. Sektorea posizioak eta produktuak sendotzen doan heinean, laguntzei eutsi egin behar zaie, baina beste arlo batzuetara zuzenduko dira, hasieran lehentasuna ez zutenak, ekoizpen kulturalaren plan estrategikoa osatu arte.

Bestalde, sektore publikoak saiatu behar du enpresa berrien sorreran soilik oinarritutako fikziozko industria *ex novo* ez sortzen. Enpresa horien egitura-gastuak eta langile batzuk sektore publikoak ordaintzen ditu. Merkatura esperientzia industrial gutxiarekin sartzen dira, ekoizpen-prezioak irrealak dira eta, kasu gehienetan, ez dute bi urte baino gehiago irauten. Epe horretan sendotutako beste enpresen bilakaera oztopatzen dute. Horixe da EAEren egoera gaur egun, eta kontuan hartzen badugu *informazioaren gizartea enpresa berriak sortzen ari dela*, ez da ikusi nahi datu batzuen errealtatea, adibidez, enpresa horien egoera bi urte igarotakoan, langileen lan-egoera kaskarra, produktuaren kalitatea, porrot-egoerak, ordainketa-etendurak...

Sektore publikoak multimedia-eduki kulturalen ekoizpena zaindu behar du, bestela, baliteke eduki horiek ez izatea. Gainera, bide batez, funtzio soziala betetzen du; sektore pribatua mugiarazten duen gauza bakarra irabaziak lortzea da, eta hori garrantzitsua da, zeren eta sektore publikoak sektore pribatua abiapuntu horretaraino eramateko gai baldin bada, multimedien kultura-industriak sendotu egingo baitira. Sektore pribatuari kudeaketarako enpresa-irizpideak, denboran irautea, berrikuntza, I+D+G garapena eta beste hainbat gauza eskatu beharko zaizkio. Bestalde, ongi kontrolatu behar da noiztik aurrera ez duen laguntza gehiago behar lanean jarraitzeko, eta, hartara, baliabideak berreskuratu eta beste arlo batzuetan erabili.

Laburbilduz: sektore publikoaren eta pribatuaren artean elkarrekiko behar batzuk daude. Bata bestearekiko mendekoak dira, oreka-puntuak aldakorrak izango dira prozesuan zehar eta elkarri laguntzen ez badiote, ezingo da aurrera egin multimedien kultura-industriaren aurrerapenean.

3.4 Kulturaren katea: sortzea – trebatzea – ekoiztea – banatzea – kontsumitzea, sektorea analitzeko adierazle gisa.

Hau da ikuspuntutik interesgarriena gaur egungo iraultza teknologikoari dagokionez. Horrek adieraziko digu multimedia-ekoizpenak ez duela mugarik lehendik dauden oztopo guztiak kendutakoan. Orain dela gutxi arte, sortzea, ekoiztea, banatzea eta kontsumitzea gertaera kulturaletik bereizten ziren faseak ziren. Gaur egun, teknologia berrietarako sarbidea badugunetik, fase horiek kendu egin daitezke sortzaileak hala nahi badu.

Sortzea: gaur egun multimedia-teknologia ahaltsua izatea gizarteko gehienen esku dago: bideo-kamera digitalak, grabazio-ekipoak, soinu-nahasketak, bideo-editoreak, irudiak txukuntzeko softwarea, grafiko-sortzaileak eta ikusizko efektuak...

Trebatzea: sortzeko aukera ematen duten sistemek berek ematen dute trebatzeko aukera (trebakuntza autodidakta edo ez). On line ere jaso daiteke, Internet bidez.

Ekoiztea: sortze-prozesua amaitutakoan, CD-ROM edo DVD grabagailuek sortutako lana aurkezteko edo hedatzeko prest edukitzeko aukera ematen dute. Helburua Internet bada, web-erako edizio-programek lana (mundu mailan) banatzeko prest edukitzeko aukera ematen dute.

Banatzea: sortutako lana lehen aipatutako euskarrietan bana daiteke: CD, CD-ROM, DVD... baita Internet bidez ere.

Kontsumitzea: lana CDa, CD-ROMa edo DVDa eskuratuz edo Internet bidez kontsumi daiteke. Azken hori da, hain zuzen, banatzea unibertsal bihurtzen duen baliabidea.

Egoera hori hainbat ikuspuntutatik aztertu behar da:

- Sortzailearen ikuspuntutik, haren multimedia-lanak ia ez du mugarik.
- Kontsumitzailearen ikuspuntutik, multimediararen edukiak erraz eskura daitezke, etxetik bertatik, eta ohiko banatze-sistemek eskaintzen duten baino jakintza-aukera gehiagorekin.
- Kulturaren kudeatzaile-publikoen ikuspuntutik, sortze- eta eskuratze-prozesuak erraztu egin behar dira, baina sortutako guztiaren artean aukeratu beharko da kulturatzat zer hartuko den erabakitzeko.

3.5 Loturak beste sektoreekin

Multimediararen kultura-industriek gainerako kultura-industriekin duten lotura mendekotasunezkoa eta/edo sustapenezkoa izan daiteke. Mendekotasunari dagokionez, industria batzuek batak bestearen beharra dute merkatu berrietara sartzeko edo forma kultural berriak adierazteko. Sustatzearen kasuan, multimediararen kontzeptuan oinarrituz (baliabide bat baino gehiago), haien baturak balio erantsi handiagoa sortzen du bakarka baino.

Ikus ditzagun lotura horiek xehetasunez. Multimediaiak lotura estua du ikus-entzunezko industriarekin, irudiak eta soinuak balio-plus garrantzitsua ematen baitute, bai euskarri fisikoetan, bai streaming-en bidez Interneten. Bestetik, ikus-entzunezko industriak euskarri berrien abantailaz baliatzen da banatzeko, ohiko euskarrietatik harantzago joanez. Euskarri berriak telebista bidezko emisioan edo bideo bidezko bistaratzean oinarritzen dira.

Diskogintzatik, konposizio musikalen eskubideak beharko dira beti. Alderantziz, musika-produktuak aurkezteko forma berriak sortu dira: letrekin, bideo bidez...

Argitalpen-industriak, kontzepturik ohikoenean, formatu berrietan aurkez daitezkeen eduki ugarien ekarpena egiten du.

Artisau-industriekiko lotura zailagoa da, agian, beren ekoizpenaren euskarri fisikoaren ondorioz. Dena den, multimedia-industriek berreskuratzeko, ezagutzeko eta banatzeko modu berriak eskainiko ditu beti.

3.6 Sektorearen egoera eta bilakaera ondoen definitzen dituzten adierazle kualitatiboak eta kuantitatiboak.

Ez dago sektorearen egoeraren adierazle egokirik. Zaila da jakitea multimediatik zenbat kultura-industria dauden, zenbatek zuzentzen duten beren jardueraren osoa edo zati bat horretara eta noiztik ari diren sektorean lanean. Hori are gehiago itxuragabetzen da edukiak soilik ekoizten dituztenak ere kontuan hartzen baditugu. Multimedia-sektorea beste hainbat sektoreen artean dabilen sektorea da (lehen azaldu dugu beste kultura-industria batzuekiko mendekotasuna) eta horrek ez du ezinbestean txarra izan behar, alderantziz, baina sektorea ezagutzea zaila da.

Mekanismoak zehaztu beharko dira hiru hilabetez behin / urtero datu hauek jakin ahal izateko:

2. Multimedia ekoizten duten enpresen kopurua
3. Multimedia-enpresen negozio-bolumena
4. Langile-kopurua: zuzenak, finkoak eta aldi baterakoak eta zeharkakoak
5. Beste enpresa kulturalen azpikontratazio-bolumena
6. Produktu berrien kopurua arloka. CD-ROMa, DVDa, Internet...
7. Egindako produktu-kopurua, baina merkatuan oraindik irauten dutenak
8. Enpresa horien esportazio-bolumena
9. Euskal multimedia kulturalaren bolumen osoaren salmenten ehunekoa

Datu horien bidez, Kulturaren Euskal Behatokiak multimedia-ekoizpen kulturalen diagnostikoa eta segimendua egin ahal izango du. Horrez gain, ebaluatu ahal izango du multimedia-ekoizpenetatik zenbat diren kulturalak, zenbat eleanitzekoak eta haiek duten harrera eta iraupena.

4. HAUSNARKETA

1.1 Sektoreari buruzko eztabaida garrantzitsuak

Besteak beste, hauek azpimarra daitezke:

- Multimedia garapen kulturalaren balio estrategikoa da edukien esportazioari, abiadurari eta transmisio-gaitasunari eta hedatze ia mugagabeari esker. Hala ere, edukiek kulturalki zer eskainiko duten zehaztu behar da.
- Multimedia sektore gisa garatu egingo da, betiere, sozialki komunikazio-teknologia aurreratua eta eskuragarria baldin badago, kultura-politika sustatzailea baldin badago eta kontsumitzaileak merkatua eskura baldin badu.
- Kontuan hartu behar dugu multimedia-elementuak gehiegi erabiltzeak hipererrealitatearen sentsazioa sortzen duela mundu globalizatuan, sustrairik gabekoan eta kolonizazio kulturalaren mende dagoen horretan. Kultura horiek sustapen handiagoa dute, baina ez dira ezinbestean hobeak, ezta sortzaileenak ere, baina garatzeko aukera gehiago dituzte.
- Multimediak aurrerapen handia ekarri behar du transferentzia kultural gisa eta sarbidean oinarritu behar du, ez ondasunen jabetzan. Hori dela eta, funtsezkoa da banaketa-kanal azkarrak eta azpiegitura teknologikoa edukitzea. Baina sarbide bidezko transferentzia horrek baimenik gabeko erabiltzaileen aurkako babesa izan behar du, baita zabaltzen diren edukien babesa ere. Horretarako, ez da nahikoa gaur egun indarrean dagoen Jabetza Intelektualaren legea, egile-eskubideen planteamendua ez baitago prestatuta teknologia berrien eskaerari erantzuteko, ezta egileek edukien sortzaile gisa izan behar duten babesa emateko ere.

4.2 Sektoreak zein erronkari aurre egin behar dion eta zergatik

Lehendabizi, sektoreak erronka hauei egin behar die aurre:

- ➔ erronka teknologikoetara egokitzea
- ➔ industria gisa sendotzea
- ➔ informazioaren gizartearen kultura-politiketara sartzeko beharra

Euskal kulturari buruzko multimedia-eduki kultural oso gutxi daude eta euskaraz garatutakoak oso presentzia eskasa dute. Gure kultura-ondarearen bereizketa kontuan hartzen badugu, lehen aipatutakoa, besteak beste, informazioaren gizarteak gure esku jartzen duen hedatzeko aukera paregabe bat galtzea da.

Informazioaren gizartean sartzea eta informazioaren eta komunikazioaren teknologiak eskuratzea oso garrantzitsuak dira anbizio handiko kultura-politika lortzeko. Izan ere, informazio-sare berriak tresna pribilegiatuak dira Euskadik eta euskarak nazioartean duten presentzia sustatzeko, eta euskararen erabilera sustatu egin behar da ospe kulturalari laguntzeko eta gure herria munduan ezagutarazteko.

Lehen erakutsitako datuek ekintza-esparru bat sortzera bideratzen dute erabakiak hartzeko prozesua. Esparru horrek orain arteko edukien hainbat alderdi zehaztu, eduki horiek koordinatu eta sustatuko ditu hiru arlo nagusitan:

- kultura
- euskara
- bereizketa kulturala

Horren helburua da informazio- eta hezkuntza-beharrak betetzea –edozein talderentzat eta izaera globalarekin–, hemen azaldutako teknologiekin banatutako material eta zerbitzuen instrumentazioaren bidez.

4.3 Helburuak eta lehentasunak

Ezinbestekoa da berehalako ekintza-lerroak aztertzea eta onartzea, hausnarketa hau egin ostean: “multimedia-kulturan sakondu behar da”. Ekintza-lerro horiek ekintza-lerro orokorretan oinarrituta egon behar dute, Kulturaren Euskal Planean zehazki. Baina, betiere, kontuan hartuz multimedia kultura adierazteko bide bat eta sortzeko eta banatzeko metodologia bat dela, inoiz ez, ordea, berez baden zerbait. Horrek gauza jakina dela eman dezake, baina errealitateak erakusten digu multimedia-produktu kulturalak kultura kontuan hartu gabe egiten direla eta kulturaren munduak, teknologia-forma berriak bereganatzen saiatzen denean, ez dituela benetan multimedia diren produktuak sortzen.

4.4 Ekintza-lerroak

Besteak beste, ekintzak hauek aipa daitezke:

- Euskara babestea eta sustatzea sarean
- Gure herrialdeko bereizketa kulturala zaintzeko eduki espezifikoak sortzea
- ‘Talentua’ sustatzea, multimedia-eduki kulturala garatzeko eragile gisa
- Eraginkortasun-irizpideetan, berrikuntzan eta gizarteari eskaintzen zaion zerbitzuaren kalitatean aurrera egitea.
- Laguntza kultural publikoaren eta pribatuaren politikak.

4.4.1 Nola erantzun? Epe motz eta ertaineko proiektuak eta ekintzak

Erantzunak neurri zehatzak hartzean oinarrituta egon behar du:

1. Herriko produktu kulturala sustatzea, transmititzen diren esanahi sinbolikoekin eta emozionalekin jolasteko.
2. Dualtasun hori argi definitzen duen kultura-/multimedia-labela sortzea.
3. Interneten presentzia izateko irizpide kulturala zehaztea:
 - Etengabeko berrikuntza eskatzea
 - Edukien gehienezko segmentazioa: adinaren arabera, kultura-mailaren arabera...
 - Lehendik dauden eduki kulturalak hedatze-sistema berrira egokitzea honako hauek sustatuz: banda zabaleko banaketa-kanaletan sartzeko eta gizartearen sensibilizazioa, kultura eta jakintzara sartzeko eta haiek adierazteko bide berriekiko.
 - Edukiak sortzeko laguntzak ematea. Edukien irizpideak eta kudeaketak Kultura Saileko Hedatze Kulturalaren politiketatik gertu egon behar lukete, Frantziako ereduari jarraituz.
 - Gure kultura-ondarearen digitalizazioari buruzko politika publikoak bi helbururi erantzun behar dio. Batetik, ondarerako sarbidea ahalik eta jende gehienak izatea egin behar du, bereziki, distantzia geografikoak (euskar diaspora) sortzen dituen zailtasunak eta lanen aurkezpen fisikoak dituen mugak arintzeko. Bestetik, politika horrek bermatu behar du kultura-ondarearen kontrol nazionala zaintzen dela eta saihestu behar du hura modu digitalizatuan 'pribatu bihurtzea'.
1. Interneten mega-atari kultural bat sortzea, izen argi eta intuitiboa izango duena. Atari horretan, gure herriko eduki kultural guztiak bilduko dira eta ahalik eta jende gehienentzako sarbidea sustatuko da, bereziki, distantzia geografikoak sortzen dituen arazoak eta aurkezpen fisikoak dituen mugak arintzeko.

Ataria sortutakoan, edukiak sartzeko ekimen publikoak eta pribatuak sustatu behar dute. Ekimen pribatuari atarian sartzeko bidea utziko zaio, betiere, eskakizun jakin batzuk betetzen baditu. Dena den, beti bermatuko da kultura-ondarearen kontrola zaintzen dela eta eragotzi egin behar da komunikabide-talde handiek kultura-ondarea modu digitalizatuan pribatu bihurtzea.

2. Jabetza intelektualaren eskubideak eraginkortasunez babestea.
3. Ikus-entzunezko artxiboak digitalizatzeko berariazko laguntzak sortzea, bereziki, Euskal Filmotekan dauden artxiboak, gure herriko historia eta kulturaren benetako memoria baitira.
4. Artxiboak, liburutegiak eta museoak sarean sartzeko laguntzak sortzea, baita multimediararen kultura-eremuak sortzeko ere.
5. Multimedia-eduki berrien ikerketa eta garapenerako hainbat urtetarako laguntza-planak sortzea.
6. Multimediairen kultura-industriarentzat atal zehatz bat sortzea Euskal Kulturaren Behategian.

Horrek guztiak xede bakarra du: teknologia berriak, informatika eta komunikazioa erabiliz euskal kulturak nazioartean duen presentzia indartzea, betiere, kontuan hartuz “sareak bere aplikazioek dutena balio du” garai bateko axioma, gaur egun “**sareak bere edukiek duten balioa balio du**” bihurtu dena.

Adierazitako planteamenduek ez dute alde batera uzten hainbat eragileren parte-hartzea informazioaren gizartearen sustapenean, baina bakoitzaren funtzioak zehaztu egiten dituzte, izan ere, **KONTZEPTUAK, TEKNOLOGIAK ETA EGITEAK OSAGARRIAK IZAN BEHAR DUTE EDUKI KULTURAL INTERAKTIBOEN DISEINUAN EGIN BEHARREKO BIDEA ZEHAZTEKO.**

4.4.2 Non daude zailtasunak? Nola gaindi daitezke?

Lehen esan dugun bezala, kultura-merkatua ez da gai bere kabuz multimediararen kultura-industriak garatzeko. Horretarako, aipatu dugun politikaren ildotik doazen politika publikoak behar dira, kanpoko produktuen eta edukien eraginari aurre egiten laguntzeko. Ez zaie, gainera, beste kultura-politika batzuei jarraitu behar arlo hauetan. Eskualdeko norberaren ereduak garatu behar da, gure herriko kulturaren oinarritua. Eredu horren bidez, ingurune eleanitza bultzatu behar da, eta argi eduki behar dugu ezen, aldaketa kulturalari ekitea beharrezkoa dela IKTetara sartzeko. Horretarako, hezkuntza-ereduak aldatu egin beharko dira, gure ingurune berrira egokituz:

ETEN DIGITALA EZ DAGO TEKNOLOGIA BERRIETARA SARTZEKO AUKERAN, BAIZIK ETA SARBIDEA IZANAGATIK HORREKIN ZER EGIN EZ DAKITEN PERTSONEN HEZKUNTZAN. ETA HORI GUZTIA KONTUAN HARTUZ BETI GARAPEN ETIKOAREN ALDE EGIN BEHAR DUGULA.

➤ **ERREFERENTZIA-DOKUMENTUEN ZERRENDA**

- ➔ Euskadi Informazioaren Gizartean Plana. Eusko Jaurlaritza.2002
- ➔ La industria de la Cultura y el Ocio en España 1992-1997. María Isabel García García eta beste batzuk. Fundación Autor, Madril 2000
- ➔ Kultura digitalari buruzko Frantziako Gobernuaren Plana
- ➔ Euskal etxeetako IKT ekipamenduei buruzko datuak. EUSTAT
- ➔ Interneterako sarbidea duten biztanleen bilakaerari buruzko datuak. EGM. 2002
- ➔ La cultura digital en la nueva economía. Universidad Internacional Menendez Pelayo. 2001
- ➔ Las inversiones culturales como estrategia de Legitimación empresarial en América latina.. 2001
- ➔ Los contenidos audiovisuales y su distribución en la red: conflictos y potencialidades. Steve Solot. MPA 2001
- ➔ Plan INFO XXI. Zientzia eta Teknologia Ministerioa.
- ➔ Los servicios de la sociedad de la información y correo electrónico. APD – GARRIGUES – EL CORREO DIGITAL. 2002
- ➔ SGA Eren urteko txostena. 2002
- ➔ EA Eko Multimedia eta Edukien Industria Sektoreari buruzko datuak. GAIA. 2002
- ➔ Informazioaren Gizarte Berriko eskualdeentzako aukera eta erronkei buruzko IT4ALL Nazioarteko Biltzarreko txostenak. Bilbo. 2003

Areeta, 2003ko apirilaren 3a