

**Lan-prozesu kulturalak eta kapitalen mugimenduak  
60-80ko hamarkadak bitarteko Europan**

## **Joera ekonomiko berriak kultura industrializatuan**

**Ramon Zallo**

Metaketa-eredu orokorraren krisiak, kapitalak baloratzeko sektore eta adar berrietan ikertzeraz bultzatu gaitu, sektore eta adar horietan alderdi produktibotik edota merkatuaren alderditik eskura dauden teknologia berriak aplikatzerakoan mesedea etorri bait da. "Komunikazioa eta kultura" sektorea izan da horietako bat. Industria kulturalak sektore zaharkitu eta babestu izatetik beste sektore dinamiko eta kontzentratua izatera iragan dira, transnazonalizatua, errentagarritasun altukoa eta konprometituriko kapital-bolumen gero eta handiagoekin.

### **1. Produkzio-prozesuak 60-80 urteetan**

Industria batean, gertatzen den produkzio-prozesua lan-prozesu baten eta kapitala baloratzeko prozesu baten emaitza bezala ulertuz (Palloix 1980, Borrelly 75), produkzio errealean hasi eta kontsumoarekin burutzen dena, posible da kultur in-

dustrien produkzio-prozesuetan ezaugarri diferentzialen sail bat atzematea 60 eta 80ko hamarkaden artean, adar bakoitzaren berezitasunak<sup>1</sup> eta aurreko ezaugarri askoren mantentzea alde batera utzita, noski. Ikus koadroa.

### 1.1. Lan-prozesuak

Lan-prozesuen industrializazioa kultur industriren sorkuntzarekin batera gertatu zen, nahiz eta neurri eta erritmo desberdinekin. Produkzioaren eta/edo banaketaren jarraikortasunaz ezaugarritzen diren industri adarretan (prentsa, irrateria, telebista), antolakuntza industrialak produkzio-prozesuaren fase guztiak hartzen ditu, lan erabat sortzaileak barne direla (kazetaria, irrati edo telebistako programa baten gidaria). Beste adar batzuetan, produkzio-prozesuaren fase hertsiki sortzailea —ezinbesteko fasea kultur produkzioan— lanaren antolakuntza industrialaren aurrekoa eta kanpoko da bere osotasunean ia (argialetxeen kasua), zati handi batean (fonografia) edo partzialki (zinematografia). Dena den, eremu sortzaileen zati bat (argialetxeetako diseinua, produkzio diskografikoa, gidoiarantz zuzendutako hertsian, zuzendaritza eta interpretaritza zinematografiakoak) lanaren antolakuntza industrial eta kolektibo batean sartuak daude bete-betean.

Kasu guztietan, hala ere, obraren helburu industrial, erreproduktibo eta merkataritzakoak baldintzatzen du lanaren edukina eta forma hala nola autorearen autonomia, hein handiagoan edo txikiagoan. Industria editorial, fonografiko eta zinematografikoan, taylorizazioa<sup>2</sup> hasierako pauso horien ondok hasten da. Konposizio, grabazio eta errodajeko faseetan garatzen da, hurrenez hurren.

Jarraiko edizio edo igorpeneko industrietan (prentsa, irrateria, telebista), lana taylorizatua dago hein handi batean, denboren neurketa maluekin, eginbeharren esleipen zehatzekin, lanpostu definitu eta hierarkia jakinekin. Baina beti ere taylorizazio osoa zertxobait mugatua dago, lan horien izaera sortzailea, tratatzen duten gaia (informazioa, sorkuntza) eta beren egiteko eta eragin soziala direla eta. Ez dira beraz beharrezkoak sinaturiko

artikuluen aitatasun eta osotasunaren arrezagutze teorikoa, isilpe profesionala, kontzientzi klausula, programa baten zuzendariren estatutua... Eskubide hauek tentsioan daude editorearekin edo emailearekin, eta gainbehera betean kultur alorrean ere lanaren antolakuntzarako ikuspegi berria inposatuz doan neurrian: neotaylorismoa<sup>3</sup> alegia.

Lan-prozesuen teknologia birmoldatzaile berrien sarrerak aldaketa kualitatiboa ekarri du kultur industriren lan-antolakuntzako sistemetan. Edizioaren, prentsaren edo telebistaren munduan hain bereziak diren giza talde handiak asko murriztu dira ohizko enpresetan. Adar hauetan enpresa berriak sortzen direnean beren produkzio eta antolakuntzako sistema erabat berantolatu ondoren egiten dute, lana kapitalarekin ordeztzea eta editorearen edo programatzailearen nagusitasun handiagoa suposatzen duten azken berrikuntza teknologikoak inkorporatuz.

Adibide gisa, prentsan, erredakzioko terminalak indartzea ordenadore pertsonal autonomo eta aldiberean ordenagailu zentralekin konektaturikoen bidez, fotokonposizioaren sarrera, testu eta irudien tratamendua hala nola erabateko bateratzea, grafikoen sorkuntza lagundu, zuzenketa automatikoa, pantailako diagramazioa, pantailatik bitarteko fotografiko batera (offset-era) pasatzea, konposizioaren eta inpresioaren arteko edota erredakzioaren eta inpresio-osteko lanen arteko mugen lausotzea, eta beste hainbat faktore izan dira eguneroko prentsaren antolakuntz sistemak funtsean aldatu dituztenak (Diaz Nosty 1988).

Egia da erredakzioak kompetentzia berriak bereganatu dituela diseinuaren alor teknikoan, baina ez du hobekuntza handirik lortu bere-berea duen alorrean: erredakzioan. Hori adierazten dutela dirudi produktibitatearen gehikuntzak, idatzi beharreko berrien kopuru handiagoak, lanaren antolakuntza tenporalak, espezializazio handiagoak, erreporterismoa bigarren maila batera iragateak, editoreak ordenagailu zentralaren bidez informazioa kontrolatzeko dituen posibilitate gero eta handiagoak... Antzeko fenomenoak agertzen dira irradian eta telebistan.

## Lan-prozesuen eboluzioa, 60-80 urteak bitartean

	60ko hamarkada	80ko hamarkada
Lan-prozesuak	<ul style="list-style-type: none"> <li>* giza talde handiak</li> <li>* ofizioaren nagusitasuna</li> <li>* taylorismo mugatua</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* talde malguagoak</li> <li>* ofizioen zati baten deskualifikazioa</li> <li>* neotaylorismo mugatua</li> </ul>
Prozesuen zentrua	<ul style="list-style-type: none"> <li>* autoretza/edizioa</li> <li>* programazioa (TB publikoa)</li> <li>* erredakzioa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* edizioa/banaketa</li> <li>* fondoa/programa-banaketa/-emisioa</li> <li>* informazioaren paketatzea</li> </ul>
Produktua	<ul style="list-style-type: none"> <li>* autore-lana</li> <li>* monoproduktu editoriala (produktu bat/merkatu bat)</li> <li>* produkzio-aberastasuna eta merkatal ziurgabetasuna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* industriak antolaturiko lana, aldez aurretiko produkzioaren merkatal definizioarekin</li> <li>* produktu lotuak eta zenbait merkatu</li> <li>* kanal anitzeko komertzializazioa; sinergia komertzialak eta teknoproduktiboak (multimedia produktua), erabilera anitzeko sare eta terminalak</li> <li>* eskasia erlatiboa, ikus-entzunekoak bereziki</li> </ul>
Kapitalen balorizazioa	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 3 balorizazio-mota orokor, azpisektorialak:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- edizio desjarraia</li> <li>- edizio jarraia</li> <li>- programazioa/emisioa</li> </ul> </li> <li>* adar bakoitzaren diferentziazioa, lan-prozesu baten eta balorizazio nagusi baten bidez</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 2 mota berri agertzen dira:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- stock informatikoen eta ikus-entzunekoen gestioa</li> <li>- edizioa/emisioaren konbinazioa ordain-sareetan</li> </ul> </li> <li>* industrien elkar-lotura</li> <li>* balorizazio-espazioen areagotzea</li> <li>* balorizazio-formen konbinazioa, adarrik desagertu gabe. Makro-ilara ikus-entzuneko/informatiko baterantz?</li> </ul>
Ordainketa eta kontsumoa	<ul style="list-style-type: none"> <li>* ordainketa-sistemen diferentziazioa, adarren arabera</li> <li>* 2 bide kontsumo editoriala edo ITB orokorra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* ordainketa eta barreiadura-formulen konbinazioa, industria bakoitzean:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- monoedizioa/edizio paketatua</li> <li>- publizitate masiboa, segmentatua, babesa</li> <li>- ordainketa orokorra kanal-kop.aren arabera zerbitzuen arabera (kontagailua)</li> </ul> </li> <li>* 3 bidea: audientzien banaketa</li> </ul>

Telekomunikazio-sistemak eta hauetatik sortzen den informazio ugaria dela eta, prentsa gero eta gehiago dago informazio-iturri antolatuen menpean eta egunkariaren ordenagailuetara zuzeneko sarrera duten agentzien menpean. Guzti honek produkzio propioaren murrizketa dakar, eremu erregional eta lokaletan espezializatuz gainera. Produktuaren diseinua, aurkezpen-modua eta bere irakurleen profiltera egokitzea, horra hor medioaren eginkizun nagusiak. Aldi berean, prentsa bere zerbitzuak eta bezeriak banantzen saiatzen da. Medioen ideologia bera ere lausotu egiten da itxuraz.

## 1.2. Lan-prozesuen zentrua

Produkzio-katean, oro har, kultur produkzioaren definizio-zentrua desplazatuz doala ohar gaitezke, eta normalean horixe da era berean errentagarritasun handieneko zentrua. Argitalpen, fonografia eta zinematografiako industrietan errentagarritasunaren zentrua aurrerantz lerratzen da, eskariaren sorkuntz mekanismoetarantz, edizioa/banaketa bikoterantz. Industria helduak dira, barne-konkurrentzia handikoak, produktu bakoitza merkatura jaurtikitzerakoan zalantza eta ziurgabetasun-maila handiarekin, bere ohizko merkatuaren murrizketarekin, eta aisia-ko denbora sozialaren presupostuari dagokionez beste industria batzuren lehia handia jasotzen dutenak aldi berean.

Produktu bakoitza marketing-eko tekniken arabera zehatz-mehatz definitzea, promozio handiz jaurtikitzea, eta enpresek estadio honen kapitalizazioari eta kontrolari emandako lehentasuna erraz ikus daitezke baita Hollywood-eko eta mundu diskografikoko Major-en iharduteko moduan ere. Amerikako industria zinematografiko handia bere produkzioen kopurua murriztera pasa da, independenteei filmeak birkontratatu edo eroatera, mundu osoan duen banaketako oligopolioa arreta handiz mimatzen duen bitartean. Konpainia diskografiko handiek gauza beretsua egiten dute, banaketa fonografikoaren sarea kontrolatuz, produktorak eta grabazio-estudioak birkontratatu eta kantarien hautespenari eta fondo editorial musikalen horni-

zioei gero eta arreta gehiago eskaintzen dieten bitartean, etengabe baloriza daitezten.

Prentsaren kasuan ere antzematen da aldaketa. Informazio-sortzaile izatetik, informazioaren paketatzeaz nagusitzen saiatzen dira, publiko-mota jakin batzuetara egokitu asmoz. Irakurketa geratua dagoen testuinguru batean, eta hala ere errentagarritasun-maila altu batekin, igandetako aldizkariek, koadernotxo berezituak, multiedizio lokal eta komarkalek egunkarien zabalkunde-maila mantendu edo hobetzea nahi lukete, lehiakideen bizkarretik eta inbertsio publizitarioen globalean prentsak hartu duen kuota garrantzitsua hedatzen jarraitu. Zentrua, horrela, informazio-merkantziaren erredakziotik beroren definiziora desplazatzen da.

Telebistan fenomeno berezia ematen da. Produktzioan, programazioan eta zabalkundean gertatutako liberalizazioak, telebista-orduen eta emangailuen ugalketak eta kateen arteko lehiaketak audientzia masiboa duten ikus-entzuneke lanen eskasia ikaragarria ekarri du. Horren ondorioz, programa horiek garestitu egin dira eta programa merkeak, betegarri gisakoek eta kasu askotan kalitatez oso duda-mudakoek bete dute merkatua. Produktzioa baino gehiago —garestia eta arriskutsua bestalde—, programa-fondoan kontrola, nazioarteko mailan, ari da leku estrategikoa hartzen. Hori ez da inola ere derrigorrezkoa, zenbait herritan, ikus-entzuneke eremua emisora pribatuari zabaltzen ari den unean errentagarritasunaren lehen fokua telebista pribatuaren programazioa/emisioa bera bait da.

### 1.3. Produktua

Autore-lana pixkanaka editore/banatzailak enkargu bidez antolaturiko lana ari da ordeztzen, produktio masiboetan bereziki. Editoreak edo honen izen-emaileek gero eta gehiago aztertzen dute merkatua, gaiak eta modak atzematen dituzte, eta us-tez arrakastatsua izango den produktu baten ekoizpen-kostu osoa neur dezakete.

Liburuaren kasuan fenomeno bera ikusten da, zuzendariei proiektu editorialak eta bildumak enkargatzen zaizkienean; baita liburu kolektiboan, antolatuan edo sailkakoan ere (faszikuluak, entziklopediak, bilduma zenbakituak eta aldizka kioskoetan agertzen direnak); edota editoreak berak izendaturiko espezialista ospetsuak koordinatzen duen liburu zientifikoan. Industria diskografikoan eta zinematografikoan moden jarraitpena —nolabaiteko serializazioa edo sailkapena— eta jaurtiketen hautespen zorrotza zentzu beretsuan doaz. Guzti horrek ez du erabat deusezten kultur produkzioak berarekin daraman ziurgabetasuna, baina horixe gestionatzen saiatzen da.

Joera hau masa-produktuetan gauzatzen da nagusiki, eta apenas ikusten den irakurle adituei, melomanoei edo zinezaleei zuzenduriko beste produktu-lerro horietan, errentagarriak izaten jarraitzen duten merkatuak, kalitatezko kultur produkzioa bultzatu eta esperimentazio-eremu gisa agertzen direnak, ondoren orokortu badaitezke ere. Akta Bakarreko Europak merkatu handi bat irekitzen duen neurrian, bien garapenera bultzatzen du. Produkzio masiboen intentsifikazioa (best-seller-ak, telebistako tele-sailak, itzulpenak, nazioarte-mailan egindako jaurtiketak) eta eskalako ekonomiak aprobeztatzea, baita produkzio oso berezitetan ere. Dena dela, Europa ezagutzen ari den ikus-entzunezkoaren arrakastak lehia ikaragarria suposatzen du, ikuslego garantizatua duten produkzio gutxi batzuren lurraldeko edo nazioarteko eskusiba lortzearren. Hortik, gainerantzeko programen kalitate-beherakadarako, kultur nortasuneko arazoetarako, eta nazioarteko kultur merkataritzaren defiziterako sortzen diren ondorioak zenbait autorek aztertutak izan dira jadanik (Richeri 1984, Garnham 1988).

Esandakoak ez du inolako zerikusirik autore-eskubideen erregimenaren osasunarekin. Gauza jakina den bezala, erregimen hau arrakastak jotako autoreen mesedetan doa nagusiki, eta beren kultur produktiotik ezin bizi daitezkeen autore gehientsuenen kaltetan (Huet 1978; Baumol, Garnham eta beste 1985). Hala ere, ia legeria guztiak jabego intelektualaren erregulazioa gaurkotzen ari dira, gardentasun eta segurtasun juridiko handiagoa eman asmoz. Eta bide honetatik autoreak ere

antolatu egiten dira, kultur merkatu gero eta handiagoen onuradun bihurtzeko itxaropenean. Zailagoa dirudiena zera da, ikus-entzunezko sareen kasuan, beren obren zabalkundea eta erabilerera publiko intentsiboak kontrolatu ahal izatea.

Fenomeno hauekin batera, aldaketak nabarmentzen dira produktuek merkatuarekin duten harreman-moduan. Ohizkoa izan da produktu bakoitzak bere euskarri berezia edukitzea, bere kanala eta bere merkatua (liburua/liburudenda, zinema/aretoa,...). Produktuen konplejizaziorako joerak eremu guztiak hartzen ditu. Euskarriak eta kanalak desberdinu egiten dira.

Kapitalak adar kulturaletan zatikatu diren bitartean —USA-ko konglomeratuak izan ezik—, 80ko hamarkadak kapitalen mobilizazio handia ekarri du, jatorrizko adarretik kanporantz, sinergiari aprobetxamendu maximoa bilatuz. Beren elkarrekin-tza guztien gaitetik sinergiak hainbat motatan desberdinu daitezke: *tekniko-produktiboak* (adibidez prentsan telematika sartzea, datu-baseak, bideotexa bere informazio-fondoak aprobetxatuz; irratienpresa batek TBra egindako jautzia); *finantzarioak* (ia komunikazio-talde guztiek dute estrategia globala); *komertzialak eta publizitatekoak* (ikus-entzunezko banaketa-sareak zine, bideo eta TBra); *antolakuntzakoak* (ur-enpresak kabletelebistako sareak Frantzia ezarri eta gestioatzeko; Canal Plus Espainiarantz) eta *sinbolikoak* (produktu sinboliko berbera multiproduktu bihurtzen da eta multimedia bidez hedatzen da, merkatal sinergiari aprobetxamendu ahalik eta handienarekin).

Editoreek egindako lehen aurrikuspenen alderantziz, ez dira sinergia tekniko-produktiboak kultur kapitalen berredapenean nagusitzen ari direnak, jatorrizko ihardueran finkatzeko estrategiak eta merkatal eta finantz sinergiari oinarritako erabileran duten abagaduneko estrategiak baizik.

Atal honetan kontutan hartu beharreko azken gaia, baina garrantzizko gaia hala ere, informazio-sare konplexuen, telematikazko eta ikus-entzunezkoen, konfigurazioak sartzen dituen aldaketak dira. Terminal gisa ordenagailuaren edo telebis-



taren pantailak dituzten sareen konfigurazio edo egituratze eta orokortzea, errotik ari da aldatzen komunikabideen panorama, baina ohizko industriak erabat ordeztea lortu gabe, dena den. Media berriak irekitzen dituzte hain zuzen, komunikazioaren ekosistemara era osagarrian biltzen direnak (bideotexa, teletextua, etxeko informatika) edota ohizko medien erabilera berriak suposatzen dituztenak (satelitea, kablea edo ordaindu beharreko telebista, ohizko TBren aurrean; bideoa zinearekiko, kontzertu grabatuak edota bideoklipa). Kultura pribatizatua, *klausrofiliakoa* (R. Gubern 1988), medio edo erabilera berriek eskatzen dutena, erabilera anitzeko sare batek suposa dezakeen errendimendu altuarekin paraleloan doa, bai bere erabileraren intentsitateagatik eta bere programen aukeragarritasun eta aldakortasunagatik, hala nola bere gestio eta ordainketan parametro ekonomiko hutsak sartzeagatik —estilo editorialean—, zerbitzu publikoaren eta irispide igualitarioaren erizpideekin behinbetirako hautsiz.

#### 1.4. Kapitalen balorizazioa

Industri adar bakoitza produkzio-prozesu pareagarri batez definitzen dela onartzen bada, laneko eta balorizazioko prozesu berezietekin eta produktu-mota jakin batekin (Borrelly 1975), eta era berean onartzen bada sektore bereko adar desberdinek ezaugarri amankomunak eduki ditzaketela, azpisektoreko estatutua emanez, posible litzateke kultur industriak hiru ardatz zentralen inguruan zatikatzea: beren sorkuntz laneko prozesuaren industrializazio-maila batetik, erreprodukzio-maila bestetik eta produkzio/banaketa-jarraikortasun-maila azkenik.

Parametro hauekin balorizazio globaleko hiru era historiko bereizitezkeen, lan-prozesua barne hartuz (Zallo 1988).

Lehenik *edizio desjarraia* legoke, non sartuko liritekeen industria editoriala, fonografikoa eta zinematografikoa. Bigarrenik *edizio jarraia*, —eguneroko eta aldizkako prentsa—, zinetan biltzen diren lan kulturalaren industrializazioa bete-

betean, erreprodukzioa, laneko denboren erregulartasuna, lane-ko objektu espezifikiko nagusiki galkor bat, nola den informazioa, Estatuaren interbentzio —gutxienik ere— erregulatzaileria, ematen duen zerbitzuaren izaera babesgarriaren funtziotan, eta merkatu bikoitz eta interrelazionatuaren presentzia (informazioaren eta publizitatearen zabalkundea). Hirugarrenik, *emisio jarraia*, —irratia eta telebista— sistema teknikoaren aldaketa oso batez ezaugarrituko litzatekeena —irratidifusioa—, erreprodukzioaren beharrik gabe —errezepzio anizkoitzak eta eskari mugarik gabeko eta ez-konpetitiboaren asetzeak ordezkatu, eta zeroranzko joera duten kostu marjinalekin—; bere emisio beti berrituen eta berehala zaharkituen —kasurik gehienetan— erregulartasun eta jarraitasuna, programazio-parrila baten arabera (Flichy 1982); lan-prozesu alokatuak, finkoak edo lanaren arabera; izaera zentripetua eta komunikazio-sistema osoaren ordenatzailea, informazioaren, kulturaren eta aisia-ren bidegurutzean kokatua egoteagatik; merkatu eta ordaintzeko modu desberdinekin, publizitatearen gero eta nagusitasun handiagoarekin.

Balorizazio-formula orokor hauek baliagarriak dira oraindik media berrientzat —ez bait dira derrigor industria berriak—. Horrela etxeko bideoak, bideojokoek eta, hein batean etxeko informatikak ohizko formula editoriala hartu dute; antena parabolikoaren bidez libre hartzen den sateliteko telebistak, ordea, balorizazio jarraieko mota hartu du.

Baina aldi berean, konbinazioko formulen bitartez, beste bi balorizazio-mota agertu dira. Batetik *zerbitzu informatikoen gestioa*, dagoeneko martxan dagoena (eta gero eta gehiago) zenbait herrialdetan. Etxeko telematikak —Minitel frantsesak, adibidez— balorizazio-mota berritua suposatzen du: informazio-fondo iraunkorra eta berrerabilgarria, berrikuntza puntualak egin ondoren; partzialki interaktiboa, mugarik gabeko eskaintzarekin, ez-galkorra eta banaka eskatzeko modukoa. Era honetan logika editoriala eta emisiokoa elkar bateratzen dira, lehenengoaren nagusitasunarekin, logika berri bati sorrera emanez,

epe luzera ikus-entzunezkoen mundura aldatu daitekeena: “bi-deokomunikazioa” —ikus-entzunezko interaktiboa eta eskariaren araberakoa, irudi eta audioen stock baten gainean, eta eskala mikroan Miarritzen adibidez esperimentatu izan dena.

Bestetik, eta izaera orokorragoaz aipa ditzakegu *ordainketa-sareak* ikus-entzunezkoan, bere aldagai desberdinekin. Kasu honetan ere edizioaren eta emisioaren konbinazio bat ematen da, baina bigarrenaren nagusitasunarekin, lehentasun kolektiboetan kanal publikoen ordez pribatuak ezarri nahi bait dira, bai hileroko ordainketaren bidez finantziatzen direla —kanal espezializatu baterako irispidea ahalbidetuz edota kanal asko publizitatearekin (kable-banatzailleak)— edo baita programa bakoitzeko ordainketaren bidez ere.

Jarraiko emisioaren ereduarekin ez bezala, kanal hauek programatzaile/banatzailleak dira batez ere, ia inolako produkzio propiorik gabekoak. Hori dela eta, —eredu publikoaren aldeantzez, zeinetan sare teknikoaren instalatzailea eta gestorea, programazioaren eta zabalkundearen erantzulea enpresa publiko bera bait den— eredu berrian, eginkizun horiek guztiak banandu daitezke: instalatzaile bat, programa-garraiatazaileak (kanalen banatzailleak), hainbat programatzaile, sare lokaletatiko zabalkundearen gestorea. Hain zuzen ere, horietako agente bakoitzak bere parte-hartzea konpentsatua ikusi behar luke ordainketa batez, eta honek, sare-kudeatzaileek beren jomuga-lekuan jaso ondoren, atzerantz eta kaskada gisa parte-hartzaile bakoitza ordainduko zukeen. Aldi berean, espezializazioa eta internazionalizazioa sistema berriaren parte lirateke. Orobat eta stock informatikoen ereduaren alderantziz, ez litzateke ia interaktiboa eta indibidualizatua izango.

Adarren arteko elkar-loturarako joerak, gauzatuko al lirateke etorkizunean balorizazio normalizatuko makroadar batean eta prozesu ez erabat kapitalistak dituzten beste adar batzuetan, sorkuntz lan kulturalaren kapituluan besterik ez bada ere? Horrela balitz, lerro banatzailea markatuko lukeena informazio-fondoa litzateke eta continuum-a (erregularizazioa, egon-

kortasuna, kultur edo informazio-produkzioaren fluxu iraunkorra, merkaturia normalizatuko duen berrikuntza puntuala galdatzen duen zaharkitze berehalakoa) merkatu zatikatu edo masa-merkatu baterako. Zentzu honetan, prentsa-irratia-telebista-kablea-teletestua-bideotexa adar handi baten gisa eratuko lirateke, produktu nahiko diferentziatuak eduki arren, horiek merkantziak/konplexuak/multimediak itxura hartuko luketelarik. Bestalde, espektakuluaren, edizio sonoroaren, edizio inpresorearen, zinearen eta bideo-errealizazioaren adarrak segmentu dependenteak lirateke, makroadarraren hornitzaileak eta ziurgabetasun handikoak balorearen gauzatzean.

Aipatu joera prozesu irekia da, etorkizunak baieztatuko duena edota agian ez. Lehen kasuan zera esan nahi luke horrek, egungo kultura oraindik ere esku gutxiagotan kontzentratuko litzatekeela, lan sortzailea modu kualitatiboan desbalorizatuz, eta kultura oro ordenadore edo telebistako terminalaren bidez espresatuko litzatekeela. Egungo erronkak —lan sortzaileak kultura demokratizatzeko duen erabaki-ahalmena, Estatuaren papera, gizarteak standardizatzeko erakusten duen erresistentzia, askatasun pertsonala, modu editorial desberdinen existentzia— zentzu negatiboan bideratzen ez badira behintzat, zaila da joera-modu hori gauzatzea. Era berean, erabilera sozial kulturalak ez daude oraindik ezinbestean TB-monitorera edo monitorea informatikora lotuak, ezta gutxiagorik ere<sup>4</sup>.

Probablegoa dirudi komunikazio eta kulturako adar edo ilara industrialen egitura batek, bere zentruak ikus-entzunezkoan eta informatikan dituela, eta sare tekniko-antolamenduzkoen bidez lotuak, adarren eta produktuen arteko lotura teknologiko, produktibo eta komertzialez baliatuz funtsean merkatura orientatuak egoteko. Dena dela eta gaur egun adar desberdinetan ematen diren lan-formen, balorizazio eta kapitalen aldakortasuna dela eta, adar horiek beren nortasuna mantentzen jarraituko lukete.

### 1.5. Ordainketa eta kontsumo-motak

Adar bakoitzaren ordainketa-modua desberdina den arren, funtsean hiru eredu egon izan dira: eredu editorialean, aparatu erreproduzizaileak parte hartzen duela (diskoaren kasua) nahiz ez, eskuratutako euskarri-ale bakoitzeko ordainketa ematen da (liburu, disko, egunkari bakoitzeko ordainketa) —jabego intelektuala kanpoan utziz— edota zerbitzuko ordainketa (zinearen kasuan); programazioa/emisioaren ereduari emisioekiko irispide libre da (kanon eta/edo publizitate bidez finantziatuak).

Oinarrizko eredu hau transformazio bete-betean dago industria bakoitzean eta baita orokorrean ere. Serializazioak edizioan, loturiko produktu gisa, ordainketa-modu bereziak eskatzen ditu: edo ale hautetsi bakoitzeko (autoreen bilduma) edota loteka (faszikuluak), epekako ordainketak (entziklopediak) eta baita formula publizitarioak ere barne hartuz. Irrati-telebistan ohizko publizitate masiboa publiko helburukoan bila abiatzen da eta gero eta handiagoa da babes edo laguntzaren pisua.

Balorizazio-modu berriei dagozkien ordainketa-modu berri bi agertzen dira azken urte hauetan.

Lehenik ordainketa orokorra emisio-pakete batengatik edo kanal espezializatu batengatik, edota EEBBetan bezala, ordainketa desberdinak programa-lote desberdinen arabera —beren kopuru edo espezialitatearen arabera— eta formula-barrietate handiarekin.

Bigarrenik agertzen da Miège-k “kontagailuaren ekonomia” deitu duena zentzu hertsian, uraren, gasaren edo elektrizitatearen kontagailua adibidez. Sarearen bidez, etxean, hilabetean zehar ikusitako programen neurketaren bitartez, kontsumituriko unitateen araberrako ordainketa inplikaturiko luke edota “programen araberrako ordainketa”. Ordainketa-modu hauek kontsumo-moduen aldaketa bat dakarte beraiekin. Ohizko kontsumo editoriala edo TBren eskaintza orokorra, guztiontzakoa, beste eskaintza bereziatugoei ari dira lekua uzten, irratiarekin (FM) hasi baziren ere dagoeneko TBra hedatuz doana, eta hemen in-

dustria editorialean bezalaxe, kontsumoko bi sail agertzen dira: masakoa bata eta errenta-mailen (abonu-ordainketaren) arabera, gusto, maila kultural, adin, zona geografiko, etab.en arabera espezializaturiko publikoena bestea. Honek gero eta zatikapen handiagoa adierazten du irispide eta erreproduzio kultural eta sozialean, Europan, gerraondoan eliteko kulturaren kalterik gabe nagusitu den kultur zabalkundeko eredu paternalista eta demokratizatzailearen aurrean.

## **2. Kultur kapitalen mugimenduen eboluzioa**

Kultur industria<sup>5</sup> desberdinen artean ezartzen diren nagusitasun eta hierarkiako erlazioak aztertu nahi dira, komunikazioaren nazioarteko egituraren barnean, hala nola kontzentrazioa eta barreiadurako forma berriak sektorean. (Ik. ondorengo koa-droa).

### **2.1. Harreman sektorialak**

Kultur industrien jaiotzan materialen industriak izan ziren arren aitzindariak programa-sorkuntzan, bi industri moten desberdintasun eta diferentziazioa oso goiz eman zen. Programen eta edukinen produkzioa, irrati-aparatuak eta kamara edo zine-proiektoreak edo fonografoak saltzeko aitzaki izatetik autonomia osoa eskuratzerira iragan zen, bere lengoaia espezifikoen garapenaren bidez, eta beraiek elikatzen zituen iharduera industrial propioaren garapenaren bidez, programa-produkzioa soilki emanak zeuden enpresa eta taldeak sortuz (Flichy 1982).

Europako irrati-zabalkundearen sareen kasuan, Estatuak hartu zituen bere gain eginkizunak, bere osotasunean. Kostuen arrazoiak, zerbitzu publiko bezala kontsideratuak izateak eta kapital pribatuak beren garapenean erakutsitako interes-ezak, Bigarren Mundu-Gerraren ondotik batez ere (Oriol Costa 1986) argituko dute gure egunotaraino iraun duen fenomeno

hau. Gaur egun telekomunikazioen alorrean dagoen arautegirik ezak (AE 1986) agente berrien agerpena dakar baita emisioen alorrean ere, eta bide honetatik bereizten dira aparatuen industriak (kontsumoko eta telekomunikazioetako elektronika), sareen industriak (inplantazioa edo ezarrera, enpresa publiko edo pribatuen bidetik), sareen ustiapena eta gestioa (kable-sozietate lokalak Frantzia, adibidez), programen industriak (direla banatzaileak eta/edo produktorak) eta baita programatzaileak soilik diren enpresak ere (telebistaren egungo eginkizunik espezi-fikoena). Nahiz eta horietako alor gehientsuenetan diharduten taldeak egon badauden, iharduera horien diferentziazio gero eta handiagoa ikus daiteke, lehiaketazko eta elkarren arteko osagaritasunezko harremanekin.

## 2.2. Sektorebarneko hierarkia, programen alorrean

Telebistak eginkizun nagusia eta erregulatzaileria betetzen du komunikazio-sistemaren barruan. Zenbait industria (zinea, diskoa eta publizitatea) TBren menpean daude beren diru-sarrerei dagokionez, hein handi batean. Telebistako ikuslegoaren neurri masiboak direla eta, beraxe da industria erregina, horretaz gainera berak ezartzen bait ditu beste iharduera kulturalen nabaritasuna (liburuen iruzkinak, bideoklipak) eta baita merkatal produktu askorena ere. Irratia bera bere programa eta ordutegiak egokitu beharrean aurkitu da, TBk ikus-entzulegoaren gain erakargarritasun handirik eduki ezin dezakeen gaietan desberdintasunak azpimarratuz.

Gaur egun, joera honen sakontzea antzematen da kanalen ugalketa, sareen hedapena eta programazioen espezializazioaren bitartez, publikoen zatikapen geografiko edo tematikoari begira, baita eremu internazionallean ere. Kanal masibo eta nazionalen eskasia dela eta, telebista-oparotasun handia ari da agertzen, autore askok, arrazoi osoz, "erredundantzia komunikatibo" bezala ulertu eta kalifikatzen dutena.

### Kapitalen mugimenduen eboluzioa

	60ko hamarkada	80ko hamarkada
harreman sektorialak	* aparatuen industriren eta programen diferentziazioa. Sareak Estatuaren kontura.	* diferentziazioa, aparatuen industriak artikulatuz, programak, sareen ezerrera eta ustiapena eta programazioa ere artikulatuz.
sektore barneko hierarkia (programen sektorea)	* TB orokorra, nagusia eta kultur industriren multzoaren erregulatuzailea. * kanal masiko eta nazional gutxi.	* TB orokorraren eta espezializatuaren (territoriala nahiz tematikoaren) arteko konbinazioa. * kanal eta sare internazional, nazional, erregional eta lokalen ugalketa
kapitalen kontzentrazioa	* adarbarneko kontzentrazioa.  * barne-hazkundera * handien eta PYMEen koexistentzia * monomedia taldeak  * integrazio bertikala aurrerantz edo integrazio horizontala (adar-barneko barreiadura) * izaera nazionaleko eragiketak.	* adarren arteko kontzentrazioa, merkatal, antolakuntz eta finantz sinergien bidetik. * kanpo-hazkundera * polarizazioa  * multimedia taldeak, gero eta espezializazio-osagarritasun handiagoarekin. * harreman-estrategiak * adarrez kanpoko barreiadura eta integrazio globala adar bakoitzean aurrerantz eta atzerantz.  * eragiketen izaera transnazionala. Transnazionalizazioa eremu internazional, nazional eta lokalen artikulazio gisa.
kapitalen hegemonia edo nagusigoa	* USAren nagusigoa programetan (eta materialetan)	* hirukoiztasuna (Japonia, USA, Europa) material eta sareetan. Kontraesanezko fase iragankorra programetan.

### 2.3. Kapitalen mugimenduak

#### 2.3.1. Kontzentrazioa eta transnazionalizazioa kultur industrietan

Oro har, kapitalaren kontzentrazio eta zentralizazioko prozesuek, tamainaren hazkunderaren eta firma edo taldeen botere-



aren ikuspegi bikoitzetik ulertuak, ez dira beti era berean gertatu, sektore eta zona geografiko desberdinen arabera. 60ko hamarkadaren bukaeran hasten den krisi estruktural eta iraunkorrak jauzi kualitatibo bat suposatu du, finantz kapitalaren nagusigoaren pean firma-taldeak eratuz, beren iharduera industrialia produkzio-segmentu jakin batean —sektore batean edo zerikusia duten produktu-gama batean— eta gidatu asmoa duten marko transnazional batean burutzen dutenak hain zuzen. Gaur egun hobekien kokatuak dauden produktu eta marketan abantaila transnazionalen aprobeixamendu hautakorrera iragan gara eta osagarritasun bidez erlazionaturiko produktu edo ihardueratan, sinergia produktibo, merkatal sinergia edo gestioko sinergia esanguratsurik ez zeukaten beste iharduera haiek bertan behera utziz<sup>6</sup>.

Kultur industriak ere erasanak izan dira krisi honetan, eta bereziki merkatuarekin harreman editoriala dutenak —Hollywod-eko gain-inbertsioaren krisia—. 70eko hamarkadan eta 80ko hasieran industria diskografikoaren txanda izan zen; iharduera-zifra altuak oraintxe hasi dira berreskuratzen. Salbuespenak ere badaude, ordea. Telebista, batetik, bere kontsumoa orokortzen den heinean, aisia-denborako lehen ihardueraren lekua hartuz. Telebistaren arrakasta kultur kontsumoan, itxuraz duen doantasanak lagundua dator, beste baldintza batzuren artean. Publizitatea bestetik, —70eko hamarkada bitarteko krisian edukitako zalantza batzuren gainera—, enpresa anuntziatzaileak gero eta merkatu-kuota handiagoak eskuratu nahirik. Gastu publizitarioaren hedapena agertzen da kontsumo-ondasunen enpresentzat iraupen edo hazkundeko baldintza bezala, publizitateko inbertsioen hazkunde-erritmoak mendebaldeko ekonomien BPGen hazkunde-erritmoak baino handiagoak bait dira.

### 2.3.2. Kontzentrazio-forma ohizkoak

Lehenik produkzio-fase zenbaiten kontzentrazio bertikala agertzen da, hasi lehengaietatik eta produktu bukatua bitartean.

Integrazio-eredu hau, kostuen erredukzioa, hornidura-mailako ziurtasuna, etab.en bila doana funtsean, ohizkoa da kontsumoko elektronikan, usua da industria editorialean —Bertelsmann, Salvat— eta hasia da jadanik agertzen ikus-entzunezkoan —Berlusconi, C.L.T.—. Integrazio bertikal integralaren eredua da Power Corporation enpresa kanadiarra —gaur egun Bruxelles/Lambert bankari lotua— oihanak, zelulosa-enpresak, arte grafikoak, egunkariak, etab. bait dauzka.

Kontzentrazio edo berreiadurako bigarren ohizko mota integrazio horizontala da, adar beraren barruan azken produktu askoren produkzioan datzana. Hauxe da industria editorialen kasua, formatu desberdinetan edukin desberdinak editatzen dituzten aldetik entziklopediak, narrazioak, arte-liburuak, etab. Kontzentrazio-modu hau gero eta ohizkoagoa da eguneroko prentsan, erdiko koadernoen, asteburuko gehigarrien, etab.en bidez.

Estrategi mota honen motibazioa ofizioaren ezagutzak eta sinergia erredakzionalen, dokumentalen eta publizitarioen aprobetxamenduak dakartzan abantailetan, hala nola markaren ospean sustraitzen da.

Azkenik daude konglomeratuak, adarraz eta sektoreaz kanpoko barreiadura bete-betearen oinarriaren gain eratuak. Konglomeratuak, batabestearekin zerikusirik ez duten sektoreetan erabat barreiatzea, 50-70 urteetan gertatu ziren normalean USAn eta urte horietako tipikoa da. Zinearen krisiak Major-ak konglomeratu-korporazio handiek bereganatzea ekarri zuen. Horrela, Coca-Cola, Gulf Oil, etab. komunikazioaren munduan sartu ziren bapatean.

### 2.3.3. Kontzentrazio-mota berriak

Ohizko kontzentrazio-motak desagertu gabe, ezta gutxiagorik ere, formula berriak agertu dira, aurrekoen aldakinak besterik ez direnak. Horien artean bereiziko ditugu nazioarteko ekonomia-aren joera amankomunak batetik, espezifikoak direneko

kultur sektorean konstata daitezkeenak, eta agertzen diren estrategia nagusiak bestetik.

### *2.3.3.1. Joera amankomunak*

Lehendabizi, firmen egitura ohizkoaren ordeztu ari da Taldeen egitura bat, zeintzuetan loturiko firma desberdinak inskribitzen bait dira. Talde horien artean Talde Transnasionalak nagusitzen dira, estrategia globala aplikatzeko joera dutenak (Michalet 1983; Crisp 1986). Talde transnazional hauek enpresa-konplexuen bitartez dihardute —Bertelsmann, adibidez, 240 enpresatik gora erabiliz aritzen da—. Espainian Timon, Zeta, etab. haien itxura eta eredura sortzen dira, baldintzak, paktuak, etab. negoziatzea ahalbidetuko dien behar adinako neurria lortzeko bidean.

Dena den, beharrezkoa litzateke hiru Talde-ereduren artean bereiztea, segun eta horiek USAtik, Europatik edo Espainiatik datozen, ez bakarrik tamainaren arabera, baizik eta baita iharduera desberdinen integrazio-mailaren eta sinergien aprobetxamenduen arabera ere; horregatik, ezin kontsidera daitezke parekagarriak, ez tamainaren eta ezta artikulazioaren aldetik ere (Guillou 1986, Bustamante, Zallo (ed.) 1988).

Bigarren, herrialde bakoitzean gero eta desberdintasun handiagoa dago adar internazionalizatuen eta etxeko adarren artean (Destanne 1983). Metaketaren baldintzak nazioarteko markoan eta eremu multinazionalean gero eta gehiago biltzen diren neurrian, dinamismo askoz ere handiagoa nabarmentzen da kapitalen mugimenduan adar internazionalizatuetarantz, ohizko eta etxeko industrien kaltetan: guzti honek ohizko industrien arteko matrize nazionalen desartikulazio gero eta handiagoa errazten du.

Hirugarrenik, kanpo-hazkunderen nagusigoa (bategiteak, aliantzak, akzioen eskurapena..) krisi-periodo baten tipikoa da, industrien berrantolamendurako aprobetxatua izaten ari dena, kapitalak gero eta esku gutxiagotan kontzentratuz eta zentralizatuz (Guback 1982; Unesco 1986). Aldi berean, firma edo tal-

de gisa kontzentratu-riko enpresek, nazioarteko eskalan operatuz bereziki, hesiak eraikitzen dituzte kapital etorriberrien aurrean, oligopolizazioaren edota lidergoaren bidetik, industri adarrak kontrolatzeko funtsezkoak diren tresnak erabiliz: banaketa-sistemen kontrola, teknologien eskuragarritasuna, marken edo katalogoen diferentziazioa, etab.

Guzti horrek hierarkia internazionala bideratzen du —Estatu Batuen nagusigoarekin (Tunstall 1981)— eta hierarkia horrek, kultur industriren kasuan, gero eta gehiago eboluzionatzen du kapital estatubatuar, japoniar eta europar handien artean konpartitzen duten nagusigo baterantz (Muchielli 1982), are gehiago industria zenbaiten kasuan.

Azkenik Estatuaren papera birformulatuz doa herrialde guztietan, neokorporatismoa, neoliberalismoa eta eginkizun neoregulatzaile bat konpatibilizatzen dituen neurrian. Estatuaren zereginak kulturaren garrantzitsua izaten jarraitzen du, baina bere egitekoa berriro ere formulatzen ari da zentzu pribatizatzailean zonalde batzuetan (Europa) edo zentzu desregulatzailean beste batzuetan (EEBB). Logika ekonomiko konpetitiboak markatzen ditu Estatuaren interbentzio erregulatzaileak, finantziarioki sendoenak diren enpresen mesedetan.

#### *2.3.3.2. Joera espezifikoko sektore kulturalen*

Lehen-lehenik, ekonomiaren beste sektoreetan produktu erlazionatuen gainean ematen den espezializazio gero eta handiagoaren aurrean, eta kultur sektorean 60ko hamarkadan gertatzen zen adarbarneko kontzentrazioarako joeraren aurrean, gaur egun sektorebarneko barreiadura nabaria da: multimedia firmak, hain zuzen (Guillou 1984, 1988). Egun, azken eredu hau zabaldu da industri egitura kulturala duten ia herrialde guztietara.

Bigarrenik, eta nahiz eta enpresa txiki eta ertainetan egiturazko funtzionaltasunak oraindik ere dirauen, bai iharduera sortzaileari dagokionez eta baita merkatuen sorkuntzarako ere, kontzentrazio-prozesu azkar batez kontura gaitetzke —enpresen

tamaina-handitzea—. Hori ez da zentralizazioaren sinonimoa derrigor —enpresa operatiboen kopurua murriztea eta merkatu-kuota handiagoa eskuratzea—, baina kasu guztietan baiezta daiteke polarizazio-fenomeno bat, alegia enpresen lehenengo 5-20en aldetik merkatu-kuota garrantzitsu eta egonkorrenak kontrolatzeko saioa.

Ohizko adarretan (edizioan, zinean, prentsan...) joera nagusiak integrazio bertikaleranzkoak izan dira normalean, aurre-rantz, banaketarantz —merkatua hustu eta xahutu asmoz, eta eskari lehiatsu baten sarrera kontrolatu asmoz—, edota integrazio horizontalerantz, produktu-gama berriei heldu nahirik —bilduma berriak edizioan, igandeetako koadernoak prentsan, aldizkari espezializatuak—. Gaur egun integrazio bikoitz edo globaleko prozesuak nagusitzen dira, bertikala eta horizontala, kostuak murriztu asmoz eta merkatuak ziurtatu nahirik hurrenez hurren, adarrez kanpoko baina sektorebarneko barriadura-ekin konbinatuz, sinergi pautei baino gehiago, abagaduneko garapen korporatiboei jarraiki.

Hirugarrenez, izaera nazionalako eragiketek transnazionalizazio bati utzi diotela lekua, espazio internazional, nazional eta lokalen artikulazio gisa ulertua. Transnazionalizazioa adar guztietan antzeman daiteke Espainian, arrazoi historikoak direla medio eguneroko prentsa, TBko emisioa eta iratiaren kasuak salbu. Gaur egun transnazionalak kontrolatzen dituzte publikitate eta diskoa —ez dago inolako enpresa espainiarrik 10 lehenengoen artean—; banaketa zinematografikoa —enpresa handi guztiak edo transnazionalak dira edota Major-ekin edo Mini-Major-ekin eskusibako kontratuak dituzte—; fikzioa eta nazioarteko telebistako informazioa; enpresa editorialen zati bat (merkatuaren % 10) eta aldizkari espezializatuak eta telebistako informazioaren zati handi bat.

Edonola dela ere, eta puntako beste sektore batzuetan ez bezala, atzerapena nabari daiteke produkzioaren internazionalizazioan. Kapitalaren internazionalizazioa bideratzen den hiru estadioetatik (merkatuen internazionalizazioa, kapitalaren

internazionalizazioa eta produkzioaren edo produkzio-kapitalaren internazionalizazioa), komunikazioaren kasuan nazioarteko merkatal elkartrukeak eta filial/sukurtsal banatzaileen ezarrerak (merkatuak okupatzeko) nagusi izaten jarraitzen dute. Oraindik ere salbuespenezkoa da produkzioa beste herrialdeetarako deskokatzea, edota filial/taillerren sorkuntza (Michalet 1983), honek dituen bi aldagaiekin: produktu jakin baten ekoizpen-zikloaren deskonposizioa herrialdeka, edo atzerriko inbertsioak onartzen dituzten herrialdeen espezializazioa, adar baten gama edo aukera jakin batean. Kasu batean zein bestean helburua kostuen murrizketa litzateke. Edonola ere, jadanik hasiak gara ikusten filial/taillerren sorkuntza eremu editorialean eta telebista-munduan.

#### *2.3.3.3. Okupazioko estrategia nagusiak eta multimediak*

Lehendabizi, komunikazioaren ekosistemaren aldaketa azkarren testuinguruan, arestian aipatutako fenomenoak direla eta, adar batean lehen posizioen aitzin-okupaziozko estrategiak gailentzen dira integraziozko (edo ilarazko) estrategien gaintetik, hau da, sinergien aprobetxamendu edo kostu-murrizketaren estrategien gaintetik (Lhoest 1986). Estatu Batuen kasuan, oraindik dirau konglomeratuen fenomenoak —barreiadura sektoreanitz erabatekoa— multimedia eragiketa, zentzu zabalean, komunikazioaren, TBren eta prentsaren korporazio handien ezaugarria izan arren. Korporazio horiek, dena den, beren jatorrizko adarrean oinarritzen dute funtsean bere pisu soziala eta bere diru-sarrerak, negozio-zifrak % 60-70etik gorakoak izanik (Charon 1985).

Bigarren lekuan, ekonomiaren beste sektoreetan produktu erlazionatuen gainean ematen den espezializazio gero eta handiagoaren aurrean, eta kultur sektorean 60ko hamarkadan gertatzen zen adarbarneko kontzentrazioarako joeraren aurrean, gaur egun sektorebarneko barreriadura nabaritzen da: multimedia firma eta taldeak.

Fenomenoa ezaugarritzen ez da erraz. Guillou-rentzat (1984) multimedia estrategia bat definitzea ahalbidetzen duten

ezaugarriak ondorengoak dira: Komunikazioaren eta kulturaren zenbait merkatutan aritzen diren enpresa edo taldeak dira, taldearen negozio-zifra globalean ekarpen esanguratsua eduki behar dutenak, taldeak atal edo iharduera desberdinen arteko sinergia ez-administratiboan mesedea bilatzen du eta. Berak dioenez, internazionalizazioa multimedia estratigiari datzekion zerbeit da.

Seguruenik ez da posible multimedia estratigiaren eredu bat, bakarra eta arautzailea, eta kontzeptuak malgutasunez eta arretaz egokitu beharko du bai taldeen errealitateetara, eta baita errealitate nazionaletara ere. Are gehiago, sinergien bilaketak eraman dezake talde bat adar batean erabat eta zorrozki espezializatzen eta ez multimediaziora.

Multimedia taldeen eraketara daramaten prozesuak zenbait ardatzen arabera analizatuak izan daitezke:

— Ardatz batek espezializazioa kontsideratuko luke barreiaduraren aurrean (Guillou: 1984). a) Espezializazioko estratigia oinarritzko ofizioan (Bertelsmann...) b) Barreiadurako estratigia, integrazio bertikaleranzko joerarekin (Fininvest).

— Multimediak ezaugarritzen dituen beste ardatz bat, konglomeratu-gisako talde finantzario edo industrialekin duen lotura edo loturarik eza litzateke. a) Sektorez kanpoko loturak. Komunikazioaren atala ez da konglomeratu industrial edo finantzario baten zati bat besterik, autonomia gehiago edo gutxiagorekin, (De Benedetti, Bouygues, Pearson...) b) Komunikazio soileko taldeak. Taldeak ia komunikazioaren sektorean bakarrik dihardu. (Maxwell Communication Corporation eta News Corporation, Murdoch-ena)

#### *2.3.3.4. Tamaina kritikoa eta harreman-estrategiak. G0 jokoa*

Multimedia talde desberdinek jarraitutako eredu eta estrategiak zein izan diren alde batera utzita, kontutan hartu beharreko beste puntu bat ere bada: talde europarrek bizkortu egiten dituztela kontzentrazio eta internazionalizazioko prozesuak,

hauek ez bait dira ziurgabetasun teknologikoak eta eskariari buruzkoak murriztera bideratutako dialektika baten emaitzak besterik, firmen tamaina eta boterea gehitzeko mekanismoa ere diren bezalaxe. Komunikazio-talde handien ekintzen azpian dauden logiken adierazle egokia ere gertatzen dira.

Akta Bakarreko Europaren itzalean, firmek talde transnacionalen eraketa amesten dute, produkzio ikus-entzunezkoaren eremuan jadanik planteatzen diren erronka berriei aurre egiteko adinako pisu edo neurriko taldeak hain zuzen. Beste batzuetan kontzentrazioaren aurkako legeriak taldeak muga nazionaletatik kanpo inbertitzera behartzen dituztelako izango da, Hersantent kasuan gertatu den bezala.

Taila edo tamaina kritiko horren bilaketa-prozesuan kanpo-hazkundera erabiltzen da aliantza estrategikoen bitartez; beren erabilera hain orokorragatik aliantzen estrategiak ekarriko dizkigute gogora.

Egunkariek egunero ematen digute komunikazio-taldeen arteko aliantzen berri. Canal Plus eta Bertelsmann elkartzen dira Mendebaldeko Alemanian ordainketako telebista bat ustiatzeko; Berlusconi-k eta Bertelsmann-ek filial bat sortzen dute zenbait aldizkariren ediziorako Italian; Maxwell-ek, Berlusconi, Parretti eta Fiorini-rekin batera (eta hauek Canon, Pathé eta New World Entertainment kontrolatzen dituzte) sortu berria den Time-Warner-en pisua orekatuko duen talde bat sortzeko asmoa dute. Aliantza hauek partizipazio gurutzatuetan gauzatzeko dira sarritan, askotan bategite edo fusiora iristeko helburuarekin. Horixe da Elsevier taldearen eta Pearson ingelesaren kasua.

Horrela, komunikazioaren sektorea joko-tablero bat bihurtu denean, firmek bere pioiak Go Jolasaren arabera mugitzen dituzte xake-jokoan baino gehiago, posizioak ez galtzera bideratutako estrategiak garatzeko azken finean, besteek ezin erabil ditzaketen espazioak okupatzeko eta baita lehen postuak okupatzeko ere, maila nazionalen lehenik eta Europa mailan on-



doren. Horixe da De Benedetti-k bilatzen duena, edizio eta prentsako lehen talde europarra izatera iristean. Elsevier-ek eta De Benedetti-k amankomunean dute talde handiak osatu nahia, nazioko lehen postuan dauden taldeak, merkatu europarrean leku bat irabazteko bere pioiak han-hemenka hedatuz doazen bitartean. Arrazoi berberak bultzatzen du V.N.U., Holanda-ko lehen prentsa-taldea, EEBBetan dituen aldizkariak salgai jartzera, horrela bere energiak Europan kontzentratu eta 1993an lehen postuan egon ahal izateko.

Aliantzak, ordea, ez dira linealak, ezta betirako ere, Berlusconi-ren eta Bouygues-en aliantzak frogatzen duen bezala, TDF1 satelite frantziarraren kanal baten emakida lortu asmoz kandidatura bat aurkezteko, beste eremu batean, difusioan hain zuzen, betidanik etsai amorratuak diren bitartean.

#### 2.3.4. Hegemonia

Kapitalen hegemoniari dagokionez, Europatik eta Japoniatik EEBBetaranzko inbertsio gurutzuak (Mucchielli 1982) minoritarioak dira oraindik sektore kulturean, beste sektoreetan gertatzen denaren alderantziz. Kapital europar eta japoniarrek beraiei dagozkien espazioen gain egindako kontrol-saioa nagusi da oraindik. Hala ere, enpresa amerikarren erosketaren bidetik hasia da jadanik europar eta japoniarren sarrera produkzio-sistema amerikarrean, talde transnazional bezala eratzeaz gainera, eta oreka hirukoitza ahalbidetzen ari da materialen alorrean —nolabait herrialdeka espezializatuz— eta zenbait edukin-industriatan, nola diren diskoa, publizitatea, telebistako emisioa eta industria editoriala. USAko enpresek, noski, erregularki jarraitzen dute itsasoak zeharkatuz, eta gero eta gehiago. Oraindik egon ez dagoena eta Europak duen erronkarik handiena ikus-entzunezko produkzioa da, bere ikuspegi bikoitzean, esportatzeko moduko telebistako programak eta zinea, zenbait zuzendaritza komunitarioren kezka eta Media programa bezalako inizatiben erdigunean dagoen tematika hain zuzen.

### 3. Kultur industriak eta euskal kultura

#### 3.1. Kultur industria

Ez goaz euskal kulturaren problematikari buruzko hausnar-keta orokor bat egitera, euskal kulturaren atal bati buruzkoa baizik, atal erabakiorra hori bai, euskal industria kulturaletatik abiaturiko kultur produkzioari dagokiona aztertuko bait dugu.

Proposamenaren bi terminoak, "industria kulturalak" eta "euskal kultura" alegia, sarrera gisa ukitu ondoren, saiaturiko naiz diagnostiko bat formulatzen, zer litzatekeen gaur egun euskal kultur produkzioaren oinarritzko egitura kultur industrietatik, edo nahiago bada, kultura industrializatutik begiratzuz gero.

Kultur industriak zer diren definitzeko orduan oinarritzko hiru termino kontzeptual finkatu beharra dago.

Lehenik, *izaera industrial*a dago, dela produkzio edo erreprodukzio-prozedurena, nola den liburuaren kasua (erreprodukzio editoriala), dela produkzio eta transmisio sistemena, hala nola telebista, edota dela prozedura industrialen erabilera baita konfekzioaren eta sorkuntzaren eremuan ere, eta hauen adibideak lirateke diseinua eta baita publizitatea ere.

Kultura sortzeko edo hedatzeko moduaren izaera industrial hau funtsezko osagaia da kultur industriak zer diren eta zein beste iharduera ez diren definitzeko orduan.

Kultur industria ezaugarritzen duen bigarren faktorea zera da, beraiek duten lan kualifikatua oso berezia dela eta *sormen-lan* bezala izenda daitekeela, lan kulturala, prototipoen edo produktu bakarren sortzailea, ondoren industriak erreproduzi ditzakeenak. Horixe da eskuizkribu baten kasua, industria editorialaren bidez formateatua izaten den bitartean industria grafikoak erreproduzitu egingo bait du. Prototipoen sorkuntz edo ekoizpena da, baina ez edozein prototiporena ordea, *edukin sinbolikoa* bait dute, dela informaziozkoa dela sorkuntzazkoa,

ideiekin, kontzeptuekin, sentimenduekin, arte edo formekin iharduncz.

Bestalde, nahiko azkar berritzen dira, kultur industrien ezaugarri da sortzaileak beti ere obra desberdinak ekoitzi behar dituela eta ez da posible, adibidez, eskuizkribu bat beste baten berdina izatea. Industriak ere modu beretsuan dihardu: eguneroko aldizkariak (egunkariak) aurreko egunekoaren desberdina behar du izan. Sortzailearen edo informaatzailearen obra gautzen deneko edukin-mota, edukin "inmateriala" da eta honek arazo-sail bat planteatzen ditu kultur industrietatik pasatzen den obra jakin batek duen balioa neurtzeko orduan. Zenbaitzuk konbentziturik gaude ezen bere balioa neurtzen saiatzeko orduan bestelako produkzio kulturaleri ematen zaien tratamendu bera aplikatu behar zaiela baita kultur merkantziei ere, zenbait faktore zuzentzaile sartuz, hori bai, (konplexutasun-soberakina, adibidez), kultur produkzioaren baliora hurbiltzen lagunduko digutenak. Beste kasu batzuetan kultur merkantziek merkatuak eman nahi dien balio "misterioitsua" edukiko lukete, edota autoreak berak estimaturiko "balioa", edota arrakasta masiboa lortzeko dituen posibilitateen arabera editoreak esleituko dien "balioa". Hau absurdua da. Aipa daitezke osagai-multzo bat, materialak batzuk (erabilitako materialak, lan kualifikatuaren denbora) eta inmaterialak besteak (konplexutasun-soberakina), obra jakin baten balio objektibora hurbiltzea posible egiten digutenak.

Sormen-lan honen beste ezaugarrietako bat da azkenean lortzen den kontsumo-maila, eta honen gain egin daitekeen eskaria, eskari ezezaguna dela printzipioz. Etxetresna elektriko baten edota ibilgailu baten merkatu potentziala neurtzea posible den bezala, kulturaren esparruan egiazko problema bat dago eskari bat estimatzeko garaian, kultur produkzio mota jakin bati dagokionez behintzat. Kultur merkantzien eskaria bera oso ausazkoa da. Filme bat 10.000 pertsonak ikusiko dute mundu osoan eta beste batzuk ordea, Indiana edo Batman adibidez, milioika pertsonak. Non dago desberdintasun horren esplikak-

zioa? Kalitatea izango da edota bestelako faktoreen eragina ote da? Hipotesi bat aurrera dezagun. Kultur merkatuen giroan eta obra bakoitzaren gainean monopolio natural bat dagoen neurrian egiturazko distantzia bat finkatzen da erregulariki balio objektiboaren eta merkatu-balorearen artean, eta honek posible egiten du zenbait obra gainbaloratzea, egungo produkzioaren zatirik nagusia azpibaloratzen den bitartean. Bata ez da ulertzen bestea gabe.

Kultur industrien hirugarren osagai desberdintzailea *eraginkortasun soziala* edukitzea da, gizarte-ehundura jakin bat kohesionatzen duten baloreetan eragina dutelako. Horregatik da hain garrantzitsua analisi ekonomikoekin batera edukinaren, diskurtsuaren, lengoaiaren, narratibaren edota produkzio jakin baterako burutzen diren konbinazio teknikoen analisiak egitea. Eta alor guzti hauek komunikazio-munduari interesatzen zaizkion alorrak dira, ikuspegi, zientzia edo disziplina desberdinetatik.

Industria kulturalen zerrenda bat egingo bagenu industria editorialaz, industria zinematografikoaz eta diskografikoaz hitz egin beharra legoke edizioaren industriak bezala. Eta komunikabideen aldetik prentsa, irratia eta telebista lirakeke. Bestalde bada horiekin lotuak dauden iharduera-sail bat, nahiko espezifikoa direnak eta aipatzea komeni direnak. Publizitatearen kasua litzateke horietako bat, nire eritziz industria sortzaile bat, nahiz eta bera izan (spot edo anuntzio jakin baten) eskatzailearen eta sistemaren merkatal zirkulazioaren prozesu orokorraren eskakizunekiko menpekoen dagoen industria. Kultur industria bat da hala ere, bestelako iharduera-sail osoarekin batera, nola diren gaur egun bai industria amankomunetan (diseinu industrialean) eta baita kulturaletan ere (produkzio bideografikoa, bideo-kaseteak, etab.etan) gero eta eragin handiagoa duten segmentuak. Eta informazioaren teknologia berriei (bideotex, tele-testu, datu-base, etab.i) loturiko beste iharduera guztiak aipatu gabe, etxeko kontsumoari edo kontsumo sozialari, ez enpresarialari, dagokion alorrean.

Hauek dira laburbilduz kultur industriak eta beroriekin erlasionaturiko segmentuak. Horiekin batera daude beste iharduera batzuk, bizi-bizian emandako musika-kontzertuak adibidez, iharduera horri gertu dauden industriekin (industria diskografikoarekin edo erradiofonikoarekin, e.b.) gero eta lotuagoak. Kontzertuak publiko zabalagora hel daitezten errepikatu behar duten arren, eta itzuliaren logikapean funtzionatzen duen artisautzako osagai bat eduki arren, gero eta lotura handiagoak daude iharduera-mota hauen eta kultur industriaren artean. Zenbait kasutan "aurre-industria" batez hitz egitera iristeraino.

Kultur industriaren mundutik aparte geratuko lirateke ohizko artea (astokoaren, eskulturaren, etab.en artea). Teatroa, opera, dantza,... gure hausnarketaren objektua gaur egun kultura dominatzailea den kultur industriaren produktuetera mugatzen bait dugu, gizarte baten baloreak funtsean eta oro har kultura horrexek mamitzen bait ditu. Kultur industria horiek, jakina, gai dira antzerkiaren, pinturaren, operaren, etab.en berezko sormenaren esperimentazioa bere birsorkuntza industrial propiorako zurgatzeko. Pentsa dezagun, adibidez, Opera baten edizio diskografikoan. Ez dira mundu bananduak, bi logika desberdinekin funtzionatu arren.

Kanpoan geratuko lirateke era berean artisautza eta bestelako iharduera zenbait, guztiz garrantzi handikoak, nola diren kultura independentea eta errentabilizazio-logikarik gabeko kultura (partiduen prentsa, fanzineak, irrati libreak,...)

Industria kultural orok kultur kapital bat du, bere kapitala, bere inbertsioa balorizatu eta errentabilizatzen saiatzen den norbait. Zentzu honetan beste industriaren antzekoak dira, kapitala sortu eta balorizatzen dutelako eta lan-indarra erabili eta ustia dezaketelako. Alegia, merkatal helburu batzuen atzetik dabiltzan industriak dira, gizarte bat moldatzen duten ametsak, ilusioak, sentimenduak, baloreak eta ideiak bezain baliabide fin eta sentikorrek erabili arren. Horregatik beren garrantzia. Beren edukinagatik, ez bait dira edozein industria bezalakoak.

Halaber, bada diferentzia bat industria kulturalaren eta kultura herritarraren artean, azken honek herrien kultura bizia ordezkatzeko bait du, eta hau ez da ailegatzeko derrigor industria kulturaletaraino. Baina elkarreratzeak ere gertatzen dira. Industria kulturek herri-kulturatik hartzen dituzte elementuak, ondoren erreproduzitu eta eskari bat sortzeko. Herri-musika, adibidez, grabatua eta ondoren editatua izan daiteke. Pentsa dezagun zenbait estilo nobelistikotan ("XIX. mendeko herri-elaberria" edo beste estilo-mota batzuk), azkenerako industriak berak bere gain hartzen dituenak, editatuko den produktuak a posteriori arrakasta bat lortuko duelako, balio estetiko frogatuetatik abiatzen bait da. Hau izan daiteke kasu batzuetan zoragarriak eta, zoritxarrez, gehienetan ikaragarri itsusiak diren "kulebroi" brasildarren arrakasta esplikatzeke arrazoietako bat, telesail horiek Brasileko herri-kulturekin lotzen bait dira, kultur industriak iragazi eta bahetu ondoren noski.

Dena dela ere, herri-kulturaren eta kultur industriaren arteko kontraesana eta aurkakotasuna matizatu beharra egongo da beti.

### 3.2. Euskal kultura

Argitu nahi nuen bigarren kontzeptua euskal kulturaren kontzeptua da eta horretarako erizpide objektiboetara mugatzen saiatuko naiz. Hemen, Euskadin kulturalki produzitzen den guztia ulertzen dugu euskal kultura bezala. Bai jatorriz euskalduna den kapitala duten enpresa autonomoek sortzen dutena, eta baita Euskadin kokaturiko enpresek produzitua ere, nazionalak izan edo ez. Honekin esan nahi dudana zera da, erizpide objektibista horretatik, kultur planifikazio bati begira, garrantzi bera duela ETBk egin behar duenaz aritzeak edota TVEko zentru erregionalak egin behar duenaz aritzeak.

Gauza bera gertatzen da Radio Nacional de España, COPE edo SER kateen programa erregionalei dagokienez, hau ere eragina ari bait da edukitzen euskal nortasunean, eta beraz ez

bait dira planifikazio batetik edo gutxienez bere edukinei buruzko eztabaida batetik kanpo geratu behar duten enpresak. Euskalduna zer den eta zer ez den zorroztz erabaki ohi duten banaketek azken finean zera egiten dute posible, iharduera-mordo bat lasai asko aritzea, enpresa "ez-euskaldun" eta ukie-zinezko bezala homologatuak dauden unetik beretik.

Bestalde, euskal produkzio kultural bezala ulertzen dut era berean produkzio erreala Euskadin, dela euskaraz dela gatzelani-az.

Azpirarratu nahi nuen bigarren oharra zera da, kulturaz hitz egiten denean kontzeptu materialista honetatik, kultura errealarri buruz ari garela, eta ez existitzea nahi genukeen kultu-rari buruz: herri baten eta bere kolektibo guztien sentimenduak eta iruditeria kolektiboa hezuramamitzen duen kultura hain zu-zen. Ez dago eskusiorik, beraz. Kultura bizi eta erreala guzti horrek analizatua izan behar du, geure errealtate propioaren zati bat bait da.

Gaur egungo kultura, egiaz esperimintatzen duguna, gaur-ko Euskadiren kultura, osagai desberdinen sintesia da. Batetik ohizko euskal kultura, geure arbasoek utzi zigutena, eta euskal kultura modernoa bestetik, geure eguneroko harremanetan gau-zatzen duguna, sistemarekin bateragarriak diren baloreen nugu-sitasunaz. Hirugarren osagaia beste kultura horien zatiak edo atalak osatzen dute, irakas-sistemaren bidez edota komunikabi-deen, musikaren, etab.en bidez sentimendu eta gusto kolektibo-en barnera bilduak izan direnak. Eta guri atsegin izan edo ez, sintesi hori, erreala bestalde, da geure erlazio sozial propioetan eragina edukitzen ari dena, gizartean parte hartzen duen bitarte-an.

Euskalduna zer den eta zer ez den banantzea posible egingo lukeen euskal kulturaren blokeaz hitz egin baino, *euskal kultu-raren mosaikoaz* mintzatu beharra dago. Bere burua ez kanpo-koaren oposizioaz definitzen duen kultura bat, bizipen eta es-perientzia asko, barnekoak nahiz kanpokoak, sintetizatzen

dituen kultura baizik. Honekin gainera eztabaida bat sahiesten da eta eztabaida edo debate horrek, bihurgunetsua eta ahistorikoa izateaz gain, euskaltasuna esentzi moduko batekin identifikatzera garamatza. Esentzia horrekin konparatzeak mugatu eta definituko luke zer den euskalduna eta zer ez. Logika-modu honek metafisikatik asko du niretzat, eta ikuspegi praktikotik zentsura eta erruduntasun kolektiboko joeretara eraman gaitzake, gurea bezalako nazio baten kultur nortasunaren eraikuntz edo berreraikuntz fasean gaudenean alferrikakotzat jotzen ditudan joerak, hain zuzen.

Hori esan ondoren eta hemendik abiatuz, ñabardurak egiten hasi beharra dago. Lehena, euskal kultura errealean orekak ez direla beti gauzarik egoki eta desiragarrienak. Desorekaren lehen faktorea, eta honek gure kultura erakitzeko modua ez dela egokiena suposatzen du, sor ditzakegun kultur foku eta ekoizpenen eta jasotzen ditugun eragin kulturalen artean dagoen desoreka sakonak osatzen du.

Kontutan hartu beharreko bigarren faktore bat diglosia soziolinguistikoaren egoera bera da, euskarazko kulturaren eta gaztelaniazko kulturaren artean egiten ari den sintesia kolokan eta auzitan jartzen bait du.

Arazoa, berriro diot, ez da euskal kultura bere hartan, euskaldunen kultur produkzioa eskasa dela baizik. Partiduen programetan, ordea, euskararen arazoari buruzko interpretazioak aurkitzen dira, desberdinak noski, euskara bait da bertako arazo kulturaren atentziogunea, baina hori guztia bezain garrantzitsua edo are garrantzitsuagoa den zerbaiten falta nabarmentzen da: kultura propio bat sortzeko dugun gaitasuna, herriak eta sortuntzaren leader edo buruek berez sortzen dutena. Horregatik eskuartean dauzkagun bitarteko kulturaleraz, azpiegituraz, sormenaz, partaidetza kultural eta sozialaz gogoetak egin beharra daukagu, eliteentzako soilik litzatekeen kultura batean ez erortzeko, elite horiek, batzuetan, kanpoan egiten denaren interprete besterik ez bait dira. Parte-hartze globala eta kolektiboa bideratu behar da kultur azpiegitura zabalaren bitartez, ez farao-



nikoak derrigor Bilborako dauden proiektuen antzera eta ezta ere ETBren gisakoak derrigor, hemen dauzkagun sormen-arloko erronkekin inolako loturarik gabeko programazio-nahaspila, besterik ez bait da geure telebista.

### 3.3. Euskal industria kulturalaren menpetasuna

Euskal industria kulturalaren problematikaren lehenengo oinarritzko definizioa bere DEPENDENTZIA edo MENPETASUNA da. Eta dependentzia hori bikoitza da, gainera: transnazionala eta barrukoa. Dependentzia transnazionala ez da euskal osagai espezifikoia, zeren eta foku anglosaxoiarrekiko dependentzi maila bera eduki dezakete, nazioaz gaindi, kultura frantses edo italiarrak; barruko dependentzia, berriz, Estatu espainolaren markoan gauzatzen da, nagusi den kultura gaztelauarekiko menpetasuna, hain zuzen.

#### 3.3.1. Kultur menpetasunaren ezaugarriak

Presio bikoitza honek ikaragarri zailtzen du nortasun nazional espezifiko baten sorkuntza soziala. Dena dela ere, kultura unibertsalaren presentzia ziurtatua baldin badago kulturaren transnazionalen bitartez, inola ere ez dira ziurtatzen, ordea, ez ohizko Euskal Herriaren balore eta eredu kulturalak ezta Euskadi modernoarenak ere... Egungo kultur produkzioaren bidez espresatzen den Euskadi honek ez dauka ziurtatua bere etorkizuna, eta bestalde ez da ematen behar eta nahi adinako oreka eta elkar-harremanik kultura unibertsalaren eta kultura nazionalaren artean. Horregatik, menpetasun bikoitza hau lurralde-eremuen ikuspegitik kontsideratzen badugu, euskal industria kulturek hiru oinarritzko ezaugarri dauzkate. Lehena beren menpetasun edo dependentzia da materialen ekoizpenean eta kultur produkziarako oinarritzko azpiegituretan.

Bigarren maila kultur menpetasuna da. Eta dependentzia hau hainbat puntutan nabarmentzen da: artikulatu gabeko kultur industria bat daukagu, produkzio propioa oso mugatua da,

kanporanzko produkzioa hutsala edo ia hutsala eta honek kalitate-baremo baten antzera funtzionatzen du beti, erkatze eta parekatzea ahalbidetzen bait du. Eta baita kontsumitzen ditugun edukinetako transnazionalen nagusitasunean gauzatzen den menpetasun kulturala ere. ETB oso gurea izan daiteke, baina fikzioak fikziozko programek zehazkiago esateko euskal kulturaz kanpo dauden parametroei erantzuten diete.

Gure industria kulturala ezaugarritzen duen hirugarren puntua zera da, kultur eskariak eta kontsumoak nahiko maila onargarria dutela, estatuaren batezbestekoa baino handiagoak eta zenbait osagarritan Frantzia bezalako herrialdeekin parekatzeko modukoak. Kontraesaneko errealitate baten aurrean aurkitzen gara, horrela. Kultur kontsumoaren maila nahiko altua da, baina produkzioari dagokionean, ordea, edozein adarretan eta industriarik sortzaileenetan bereziki (edizioan, zinean, diskoan), gure produkzio-maila oso eskasa da. Azken finean kanpoan sortutako kultura bat kontsumitzen ari gara.

*Materialen* ekoizpenari dagokionez ez da inongo sekretua Euskadin ez dela kultur ekoizpeneko osagairik sortzen (birakariak edo errotatibak, fotokonposizio-sistemak, zine eta TBko kamarak, edizio-mahaiak, elektronika profesionala). Lehen-gaien alorrean aipatzeko moduko salbuespen bakarra paperaren ekoizpenarena da. Beste materialik, ordea, ez dugu ekoizten: bideo-zintak, pelikulak, kaseteak,... Alor honetan autosufizientea izatea ezinezkoa da edozein herrialderentzat, jakina, baina tamalgarria da inolako produkzioerik ez egotea eremu honetan, eta honek dena kanpoan erostea dakar, derrigorrez. Ez da ahaztu behar lehengaiak edo materialak erosten direnean, beroriekin daramaten lanaren antolakuntza ere erosten dela eta baita material horien erabilerak dakartzan errutina profesionalak ere. Beraz, aipatu ditudan ekoizpen-bitarteko horien bidez kultura produzitzeko moduak, ekoizpen-eredu zehatzak inportatzea eskatzen du kultur ihardueretarako, eta honek kezkatzeko modukoa dirudi. Galdetu, bestela, gaur egun sistema informatikoak erabiltzen dituzten kazetariei.

Dependentzia, beraz, kultur produkzioko bitartekoetan, eta dependentzia era berean, *kontsumoaren aparatu bitartekarietan*, nola diren telebistak, magnetofoiak, ordenadoreak eta musika-kateak. Gutxi dira eremu honetan autosufiziente izatea lortu duten herrialdeak, agian salbuespen bakarra Japonia izango da, eta "4 dragoiak" (Taiwan, Hego Korea, Hong Kong, Singapore). Eta kezagarriena zera da, zenbait herrialdetan segmentu jakin batzuk (esan nahi bait da bafleak, ordenadoreen periferikoak,... etab.) bertan egitea lortu duten bitartean, Euskadin, ordea, produkzio-ausentzia erabatekoa dagoela. Telekomunikazioei dagokienez badago gauzatxoren bat punta-puntan dauden euskal enpresa batzuren aldetik, baina kontsumoko elektronikari dagokionez menpetasun-maila erabatekoa da eta honek, noski, bere ondorioak ditu.

*Azpiegituren defizita* ere aipatu behar da, zenbait alorretan bereziki: laborategi zinematografikoak, zine-kamarak, disko-gintzako ebaketa eta prentsaketa, ordenadore bidezko irudien sintesia. Alor berezitu hauek, pertsonal trebatua eskatzen dute eta Estatu-mailan enpresa gutxi batzuren eskuetan daude.

Baina kultur dependentziaren alorrean intsistitzea gustatuko litzaidake, ez materialen edo kontsumoko aparatuen, azpiegituren alorrean.

### 3.3.2. Kultur dependentziaren arrazoiak

Euskal Kapitalak historikoki Estatu espainoleko beste lurraldeetaranzko espantsio-joera eduki eta inizatiba industrial ez gutxiren sorreran egon den arren, ez da hori izan kultur produkzio industrialaren kasua, honetan talde espainol edo atzerri-tarrak izan bait dira, publikoak nahiz estatalak, bai zuzeneko instalazioen bidez (TBko sare teknikoaren bidez, adibidez) eta baita komertzializazioko sare baten terminala ezarriz (industria zinematografiko madrildar edo multinazionalen gertatzen den bezala), euskal merkatu osoa ia kontrolatzen dutenak.

Euskal kapitalak azpiegitura industrial-kulturalak garatzeko eduki duen ardura-gabezia horren arrazoietakoa bat euskal kapi-

talaren espezializazio produktiboan aurki dezakegu agian eta kultur produkzioari dagokion ororengana betidanik erakutsi duen interes-falta eta zabarkerian.

Gure kultur industria artikulatu gabe dago oraindik, azpigarapen bat nabarmentzen bait da edizioaren (industria editorialaz ari naiz, zinematografikoaz eta diskografikoaz) eta publizitatearen esparruan. Eta hauetan burutzen da hain zuzen produkziორიკ esperimentalena, ondoren komunikabideen edukinen zati handi bat betetzen duen produkzioa, alegia. Nolabait esateko, beraiek dira herri baten sormenaren termometroa. Esplikagaitza litzateke herri baten indize kultural eta informatiboa, literaturaren edo entseiuaren ekarpenik gabe. TB zinearen beharrean dago eta F.M.ak ez dira ulertzen industria diskografikorik gabe. Kultur produkzioaren industriadik oinarritzkoenak dira, beraz, lehen mailakoak.

Lehen esan dudan bezala, gure kasuan, gainera, produkzio propioa oso eskasa da, eguneroko prentsaren salbuespenarekin.

Publizitatean, badira enpresa txiki batzuk, baina telebistatik kaleratzen diren kanpaina handiak, baita euskal enpresa eta erakundeenak ere, publizitate-etxe transnasionaletara doaz, eta hemengoentzat apenas geratzen diren prentsarako kanpaina txikiak edo irratirako iragarki xume batzuk. Euskal industria publizitarioa, industria ahula da beraz. Bi bakarrik dira 50 lehenngoetan dauden euskal industriak.

Euskal industria editorialak ez dauzka 30 enpresa besterik, eta euskal barne-produktu gordinaren % 0,04 bakarrik suposatzen dute gaur egun.

Euskal produkzio editorialak Estatu Espainolean egiten den eskaintza osoaren % 4,5 besterik ez du suposatzen gaur egun. 1988an 672 titulu argitaratu dira. 1985ean % 4 bakarrik zen. Gorakada bat egon da, baina beste eskualde batzuetan lortzen ari diren zifretatik oso urruti geratzen da (Madridedik guztiaren % 38 argitaratzen du, edo Kataluniak % 40). Bizkaiak, adibidez, 1985. urtean % 2ko produkzioarekin hirugarren postua

zuen bitartean, gaur egun bostgarren postuan dago. Euskaraz argitaratzen den produkzioari dagokionez, haur edo gazteentzako liburua da bereziki, eta baita irakaskuntzara bideratutako liburua ere, bi sektore horien artean ia % 75 hartuz. Kontutan hartzeko datu bat, Estatuako gainerantzeko errealitatearekin duen kontrasteagatik, zera da, Estatu espainolean % 8 inguru instituzioek argitaratzen duten bitartean, Euskadin erakundeen papera euskaraz argitaraturiko % 25eraino iristen dela.

Industria diskografikoa, bere aldetik, 5 edo 6 enpresa oso espezializatuk osatzen dute. Euskal merkatua, mugatua izanik ere, errentagarria da, eta kasu bakan batzuetan kanpora proiektatu izan da (*La Polla Records* edo *Barricada*-ren kasuak, esate baterako). Normalean tiradak oso txikiak dira, 2.000 edo 3.000 alekoak, eta salbuespenek bakarrik (Benito Lertxundi edo Oskorri dira aipagarrienak) lortzen dute 10.000 aletik gora saltea.

Industria zinematografikorik ez dago, bere horretan. Dagoena segmentu edo atal jakin bat da (zuzendaritza zinematografikoa, baliabide propiorik gabeko produkzio-etxe zinematografikoak,...). Produkzio-zikloaren bestelako atal batzuk ordea ez daude ordezkatuak gure artean. Produkzioa, txikia izateaz gainera, jendearen kontsumoko kultur mailarekin kontraesan dago (urtero 1.475 pelikula ikusten dira). Arazoa ez da auto-sufizientea izatea, ordea, India, Japonia edo SESB diren bezala. Euskadiren asmoa, sorkuntzen presentzia handiagoa lortzea litzateke agian, ez hainbeste kopuruz, baina kalitatezkoak eta eraginkorrak. Zinearen kasuan 15 produkzio-etxe dauzkagu eta urtero batezbesteko produkzioa (guztiena batera hartuz) hiru-bost filmeluze eta 15-20 filmelaburrekoa da, euskal kontsumo kulturalarekiko erabateko desproporzioan.

Izan ere hortxe daukagu ikaragarritzko hutsunea, masa-komunikabideen garapen handiarekin bete-beteko kontraesanean. Euskal prentsak, adibidez, badu esperientzia informatiborik, profesional prestaturik, egunkaririk... eta, beraz, egiazko kapaziterik.

Irratigintzan garapena eskasagoa izan da eta desoreka garantzitsuak nabarmentzen dira. Banaketa-erizpideak, banaketa erradiofonikoarenak hain zuzen ere, oso eztabaidagarriak izan dira. Lehendik bazegoen informazio-oligopolioaren sendarpenari eman zaio lehentasuna. Jadanik bazuenari gehiago eman zaio eta ezer ez zuena desagertarazi nahi izan da, kontzesioak ukatuz. Bide batez zenbait indar politiko saritu dira. Irratiaren funtzioa zer den ulertzeko ikuspegi murriztuta eta estu batetik abiatzen da kontzesioen sistema. Baina desoreka hain nabarmen guzti horien gainera irratiaren garapena eman da, bai bertako kateak eta baita maila nazionalakoa ere, lokala eta espezializatua.

Telebista munduan hortxe daukagu ETB, iharduera profesionalak, edo informazio eta errealizazio-mailako esperientziak sortuz doana, gaur egun Euskadiko ondare kulturalaren eta ikus-entzunezko produkzio-gaitasunaren erakusgarri. Beste gauza bat da, eta tamalgarria zinez, informatibo-mota jakin bat egitea, edo unean uneko gobernuarekiko morrontza-maila bat onartzea, edota fikziorik ez egitea. Adibidez ETB-2an, fikzioa, filmeak edota telesailak, kanpokoak guztiak, programazioaren % 50 izatera iritsi da. Eta hori nahikoa eta gehiago arrazoi da esfortzu bat egiteko produkzio-mota honetan, kultur nortasunaren ikuspegitik. ETB-lean, de facto, fikziozko programazioa % 20-25ekoa da. Bikozketak beharrezko kostua suposatzen du ikuspegi soziolinguistikotik, baina edukinek, amerikarrek izatera unibertsala emanez beren ezaugarri propio bezala homologatu dituzten balore kulturalen kutsua daramate.

Ikus-entzunezko eremuan produkzio-etxe bideografikoak dira gure itxaropen kasik bakarra. Informaziozko bideoak eta dokumental publizitario eta industrialak egitera jarritako produkzio-etxeak 40 inguru dira, eta ikus-entzunezkoaren etorkizuneko planifikazioan oso baliagarriak izan daitezkeen esperientzia, ezagutza, etab.en sail handi bat sortzen ari dira.

Kontutan hartu beharreko beste faktore bat ere badago: kanporako ez dugula inolako kultur produkziorik burutzen. Nahiz

eta literatur obraren batek, entseiuren batek,... Estatu espainoleko mugak gainditzea lortu, egia da esportatu izan diren produktzio horietatik (Mocedades-en gisako adibideak aipa genitzake) gehientsuenak kultura gaztelauaren barruan funtzionatu dutela. Aurretik Estatu espainolean eduki dute arrakasta eta Estatu espainoleko industriek sustatuak izan dira.

Transnasionalean nagusitasunari buruz ez dut intsistituko, ez bait dut uste desberdintasun handirik dagoenik Euskadin eta Estatuko beste lurraldeetan gertatzen denaren artean. Hortxe dago, adibidez, zinearen kasua, eta hemen filme atzerritarrek Euskadin botatzen diren pelikulen % 85 suposatzen dute. Madriden edo Bartzelonan dagoen proportzio bera.

Hala ere, pesimista eta ezkorrak irudituko zaizkigun xehetasun horiek guztiak, komunikabideak eta enpresa bideografikoak salbatu ditudan arren, *euskaldunon etxeko ekipamenduari eta kultur kontsumoarekin* aurrez aurre daude. Kultur Ministraritzak, Eusko Jaurlaritzak eta Ekonomiaz taldeak 89ko udaberrian egindako ikerketek eskainitako zifrei bagagozkie (García Olea eta Carlos San Martín), kultur ekipamenduen desberdintasunak daude Estatuaren eta Euskadiren artean. Adibidez: etxean liburuak edukitzea. Estatu espainolean, oro har, % 80 da etxean liburuak dituela onartzen duena. Euskadin, ordea % 92. Batezbesteko irakurketari dagokionez, asteroko zifra 3,2 ordutakoa da Estatu espainolean eta Euskadin, berriz, 7,5 ordukoa. Zifra hauek tentu handiz hartu beharrekoak dira, baina erakusgarriak ere bai, gutxienez.

Prentsaren hedapenari buruz, batezbestekoa 80 alekoa da mila biztanleko Estatu espainolean, oro har. Euskadin, ordea, hedapena 143koa da mila biztanleko, Italiako zifraren gainetik hain zuzen.

Musika-entzunaldiari eta zinera joateari dagokienez batezbestekoak estatalak baino handiagoak dira eta gauza beretsua esan daiteke etxeko ekipamenduari buruz: irrati-kaseteak, diskogailuak,... Diskogailuen ekipamendua Estatu espainolean,

adibidez, etheen % 29an ematen zen 1985ean, eta Euskadin % 41ean. Bideoari dagokionez, Estatu espainolean mila familiatik 78k zuten bitartean, Euskadin zifra 100 aparatukoa zen mila familiako. Liburutegi publikotan eta bertarako asistentzian, ordea, atzetik gabiltza.

#### **3.4. Lehentasunak politika kulturallean**

Lehenik eta behin, kultur-azpiegitura lokalak (kultur etxeak), subentzioak edota diru-laguntzak sustatu eta indartu izana egokia eta komenigarria izan arren, oreka handiagoa bilatu beharko litzateke kultur sorkuntzaren eta hedapenaren fase bakoitzari (sorkuntzari, produkzioari, banaketari eta hedapenari, alegia) eman beharreko laguntzen artean.

Bigarrenik beharrezkoa da hain hutsik dagoen kontzeptu hori, hiritarren partaidetza hain zuzen ere, edukinez betetzea. Eta honek zera esan nahi luke, Irrati eta TBko programazioak definitzea ez litzatekeela izan beharko zuzendari orokor batek edo politikarien Administrazio-kontseilu batek hartutako erabakia, nahiz eta pertsona horiek hauteskundeetatik atereak izan, Euskadiri interesatzen zaizkion edukinak eta lehentasun kulturalak, eztabaida irekian, eztabaida nazionallean, definituko litzaketan hiritarren erakunde eta asoziazioek erabakitako gaiak baizik.

Planteatu nahi nuen hirugarren kontzeptua zerbitzu publikoaren kontzeptua birdefinitzearen beharrezana da, euskal industria kulturalak, publikoak zein pribatuak, ondare sozialaren zati bat direla ulertzeko moduan definitu hain zuzen ere.

Laugarren kontzeptuak zera dio: telebistako zerbitzu publikoa birdiseinatzen bada, kontutan eduki behar direla bai ETB, bai TVE eta baita pribatuak ere. TVE-k, adibidez, ez luke izan behar uharte bat, hemen kokatua dagoen kanpoko telebista bat. Gure eguneroko errealitatean eragina duenez, hemendik disziplinarikoko kultur planifikazio bat ere eman behar litzaioke.



Bostgarrenik, bertako produkzioaren eta kanpoko produkzioaren arteko oreka, gaur egungoak ez diren beste termino batzuetan birdefinitu behar litzateke.

Eta azkenik, teknologia berrien ezarpena aurrez diseinatu behar da. Egiten ez bada, zera gerta daiteke, talde transnazional handien eta hauen eranskin lokalen etekina ateratzeko beharrian industrialak nagusitzea eta hemendik bertatik sortutako proposamen kulturalak ezerezean geratzea.

*Euskaratzailea: Jabier Agirre  
R.Z.*

- 
- <sup>1</sup> Kultur industria bakoitzeko lan-prozesuetan gertatutako ezaugarri eta aldaketen xehetasunak ezagutzeko ik. Zallo, R.: *Economía de la comunicación y la cultura*, Akal, Madrid, 1988.
  - <sup>2</sup> Taylorismo deritzo plano mikroekonomikoan "lanaren zatiketa bikoitzari, horizontala batetik (eginbeharren partzelazioa) eta bertikala bestetik (sorkuntzaren eta egikaritzaren banantzea)" Pastré 1984:26.
  - <sup>3</sup> Fordismo bezala ulertzen da maila tekniko eta produktiboan lanaren zatiketa horizontalaren eta mekanizazioaren areagotzea, hala nola piezen fluxu-prozesua; eta neotaylorismo edo neofordismoa bezala printzipio automatikoaren eta informatikoaren sarrera (Gomez Uranga 1988). Fordismoa kultur eremura aplikatzea ez da bideragarria produktuaren sorkuntza eta moldatze-faseei dagokienez.
  - <sup>4</sup> Paperean inprimaturiko egunkariaren heriotzari buruzko aurrikuspenak espekulazio hutsa besterik ez ziren izan.
  - <sup>5</sup> Kultur industria terminoarekin izendatuko dugu "edukin sinbolikoa duten merkantziak ekoizten dituzten adar, sail eta ihardueren multzoa, lan sortzaile baten bidez sortuak, balorizatzen den kapital batek antolatutak, eta kontsumoko merkatuetara bideratuak, erreproduzio ideologiko eta sozialeko funtzioarekin", (Zallo:1988).
  - <sup>6</sup> Gulf Western da adibide bat. Bere *deskonglomerazioak*, 1983an hasi bait zen, media-tan espezializatzerara darama, Paramount Communications-ekin.