

INDUSTRIA KULTURALEN GARAPENA

Patxi Azpillaga

Kultura eta komunikazioa saio eta eztabaida askoren gaia izan dira, baina gutxitan ekonomiaren ikuspegitik abiatuta. Egungo gizarte kapitalistetan, ordea, kultura eta komunikazioak, produkzio-prozesuak ere badiren heinean, garrantzi eta pisu ekonomiko hazkorra ari dira hartzen, hedatzen ari den sektore dinamiko baten irudia eskainiz.

Halaber, eta barneratu duen merkantilizazio- eta industrializazio-prozesua dela eta, zaila egiten da kultura eta komunikazioko praktika sozialen garapena eta eboluzioa ulertzea beraien artikulazioa ekonomi egitura industrialetan haintzat hartu gabe.

Errealitate honek derrigorrezkoa egiten du ekonomiaren arreta kultur prozesuen garapenean, baina beti ere horien izaera berezitua, beraien eragin politiko-soziala, ahaztu gabe.

Kultura eta ekonomia luze, luzeegi akaso, bata bestearengandik urrun ibili izan dira, eta egia esan, ez da inoiz banaketa hori justifikatuko lukeen funtsezko arrazoirik egon.

Ohituraz, gizarte-egiturak bitan banatu izan dira, azpiegitura ekonomiko-materiala eta gainegitura ideologiko-politiko-kulturala-inmateriala. Eredu hau erabilgarritasun handikoa izan da gizarte-garapena arautzen duten logika eta dinamika desberdinak bereizteko. Askotan ordea, bereizketa hori bere onetik atera izan da eremu biak arlo itxiztat kontsideratzeraino, beraien arteko lotura "azken uneko determinazio" batetara murriztuz. Gaur egun, ordea, gero eta garrantzi zuzen eta handiagoa hartzen ari dira garapenean eta, aldi berean, kulturarekin zerikusia duten hainbat eta hainbat produkzio eta zerbitzu gizartearen ekonomi ihardueren funtsezko osagai bilakatu dira. Hortik ekonomia eta kulturaren arteko elkartopaketak hartzen duen garrantzia.

Ekonomiak, errealitate materiala izanik aztergai, kultura, honen izaera inmaterialagatik, bere ikasketa-arloetatik kanpo utzi izan du. Ez naiz orain kultura zer den definitzen hasiko, baina konstatazio pare bat egin nahiko nituzke, behintzat. Kultura kontzeptu zabala da oso, eta beraren bitartez gizakiek eta gizarteek une bakoitzean mundua ulertzeko dituzten eritzi desberdinez osatzen eta egituratzen da eta, halaber, era desberdinez isladatzen

da. Ingurua, gizarte-harremanak, herri baten kulturaren eratzaille eta islada. Baina beste alde batetik, gaur egungo gizarte kapitalista garatuetan, kultura, gizarte-praktika bezala, produkzio- eta kontsumo-iharduera bezala ere ulertu beharra dago. Artea, literatura, musika, antzerkia,..., kulturaren adierazpen eta osagai nagusiztat jotzen ditugunak, produkzio-iharduera berezi batzuren ondorio dira eta kontsumo-praktika konkretu batzu dakartzate. Prozesu eta praktika hauen ezaugarriak aztertzea derrigorrezkoa da kulturaren garapena eta dinamika ulertzeko.¹

Gertaera hau gizarte-bizitzaren gero eta arlo zabalagoen merkantilizazio-prozesuaren ondorioa da. Kapitalak metaketa-prozesuaren hedapena ziurtatzeko derrigorrezkoa du produkzio eta inbertsio-arlo errentagarri berriak bilatzea, eta kultura horietako bat da. Egia esan, kultur ihardueren zenbait arloren merkantilizazioa ez da oraingo gauza, hainbat jatorriz halaxe sortuak izan bait dira (pentsatu bestela prentsa edota zinemagintzan). Baina gertaera honek berak adierazten du kultur iharduerak ere dinamika ekonomiko eta produkzio-harreman nagusien barnean kokatzen direla, eta ez bakarrik logika ideologiko-politiko-kultural batzurenpean.

Sortzen den lehenengo arazoa kultur produkzioaren barnean kokatzen ditugun ihardueren identifikazioa da. Batzuk gizarte-komuni-

kazioa kanpo uzten dute, komunikabideen zeregina kulturaren produkzioa baino horren hedapena dutela helburu argudiatuz². Bestek berriz, arteen sektore ekonomiko bat definitzen dute³. Horren banean oinarrizko ideia artistiko baten garapena xede duten iharduerak aintzat hartzea proposatzen dute, baina nondik, badaezpada eta gehiegizkotzat hartuak izan ez daitezten, diskrezionalitate osoz publizitatea eta diseinua bezalako iharduerak atera egiten dituzten eta non aldeberean eta inolako justifikaziorik gabe telebista- eta irrati-aparailugintza ere kokatzen dituzten.

Derrigorrezkoa egiten da ekonomia-aren ikuspegitik erizpide egoki eta konkretuago bat ezartzea kultur produkzio eta zerbitzuen horniketari iharduerak definitzeko. Hemen proposatzen denak kultur ihardueratzat edukin sinbolikoa eta gizartearen birprodukzio ideologikoko funtzio garbia duten eta kontsumora zuzentzen diren kultur merkantzien produkzio eta zerbitzuen horniketa xede dituztenak hartzen ditu aintzat. Ikuspuntu honetatik, gizarte-komunikazioa kultur ihardueratzat jotzen da gaur egun beraren eragina ez baita bakarrik beste iharduerak produzituko kulturaren hedapenera mugatzen, baizik eta berak dakartzan produkzio- eta kontsumo-erek gero eta garrantzitsuago bilakatzen direlako kulturaren eraketan. Halaber publizitatea eta diseinua dudarik gabe kokatzen ditu kultur ihardueren artean, beren produkzio eta emaitzetan ikurrak eta kultur elementuak erabiltzen dituzten heinean. Telebista- eta irrati-

aparailugintza, berriz, industria elektronikoaren parte kontsideratzen dira eta ez kultur iharduerena, beren produkzio-, merkataritza- eta kontsumo-prozesuek ez bait dute inolako elkarren antzik.

Dena den, eta hain era zabalean definituz gero kultur produkzioaren eremua, derrigorrezkoa da beraren banean arlo desberdinak bereiztea erizpide ekonomiko zehatzagoen arabera. Horrela, produkzio-prozesu desberdinen ezaugarrien arabera eta bakoitzaren kapitalizazio- eta produkzio-harreman nagusien barneratze-mailaren arabera lau arlo nagusi bereiz daitezke⁴ :

*kultura tradizionala: honen banean kaballeteko artea, museoak, erakusketak, antzerkia eta bizirik ikuskizun kulturalak kokatuko liriteke, zeinaren ezaugarri nagusia produktuaren birproduzigaiztasuna den. Horrez gain, erabiltzen dituzten produkzio-erek zaildu egiten dute iharduera horietan produktibitateen hobekuntzak lortzea eta ondorioz kostu hazkorak ezagutzen dituzte.

*artisautzako kultura: hemen produktua birproduzigarria da baina honen maila oso mugatua da, muga hori gainera erabilitako produkzio-tresnen edota zuzentzen direneko merkaturaren berezko ezugarria delarik.

*kultura independentea: honen ezaugarri nagusia errentagarritasun ekonomikoa baino bestelako

erizpide politiko-ideologiko-estetikoen nagusitasuna delarik. Produkzio hauek (alderdi politikoaren aldizkariak, irrati libreak, fanzineak,...) ez dira masa-merkatuetara zuzentzen eta lanera eta antolaketa-egitura berezituak ezagutzen dituzte.

*kultura industrialdua: kultur produkzioaren arlo honen ezaugarri nagusia kapitalaren sarrera da, zeinak, errentagarritasun eta metaketa beharren arabera, bere balioaren birprodukzio zabalduaren beharraren arabera antolatzen dituen produkzio-eta kontsumo-prozesuak. Hauek, kultur produktu-mota bakoitzaren ezaugarri berezitueta egokituta bada ere, eredu guztiz industrialen arabera antolatzen dira.

Guztiek eragin ekonomiko garbia dute, inbertsio, enplegu, irabazi eta beste sektoreen kontsumoaren eta produkzioaren eragile bezala. Baina beraien egitura, garapena eta kokapena ekonomi egitura orokorretan guztiz desberdina da.

Bereizketa hori garrantzitsua da, kultur arloan dinamika desberdinak antolatzen direla adierazten bait du, ekonomiaren ikuspuntutik azterketa berezituak eskatzen dituztela argi utziz.

Egun kultur produkzioarekiko ekonomilarien arreta bi arlo

nagusitatik dator, baina gehienetan oinarritzko definizio zehatzen falta dela eta eredu eta proposamen arriskutsuetara heltzen dira, kultur ihardueren eragin soziala ahaztu egiten bait dute.

Kultura, zerbitzuak eta aisia

Krisialdi ondorengo ekonomi egituretan gertatzen ari diren aldaketetan oinarrituz, zeinaren ezaugarri nagusienetarikoa zerbitzuen horniketa-ihardueren gero eta garrantzi handiagoa izango zen, batetik, eta etorkizunerako populazioaren aisia edo lanetik aske dagoen denboraren hazkundera postulatu, bestetik, ikuspegi batzuk kultur iharduerak prozesu bien gurutzean kokatzen dituzte. Horrela, kultur zerbitzuek, entretenimendua eta aisiarekin lotura izanik, eta hauen eskaria haziz joango delarik, hazkunde garrantzitsua ezagutuko dute etorkizunean eta horien antolaketa eta erakarpena funtsezkoa izango da lurraldeen ekonomi garapenerako⁵.

Jarrera hau eskariaren ezaugarrietatik abiatzen da, aisiarekin zerikusia izatea hain zuzen, garapen berriko iharduera-multzo bat definitzeko. Turismoa, kirola, kultura, jokoa eta kontsumoa estuki elkar loturik agertzen dira abiapuntu horretatik, eta politika bateratu baten xedetzat proposatzen dira.

Proposamen hau egun Europako hirietan hedatzen ari diren berreraketa

eta berriztapen politiken oinarrian dago. Hauek gero eta premiazkoagoa ikusten dute kultur politikak ezartzea hirien berpizkunde-aro berri baten funtsezko osagai bezala⁶. Arazoa, ordea, ikuspegi honen abiapuntuan bertan datza.

Batetik, eta kulturari dagokiolarik, arlo batetan bakarrik jartzen du azentua, kultura tradizionala eta ikuskizunetan hain zuzen, kulturaren garapena eta dinamika orokorren jabe izan gabe. Bestetik, eskaria eta kontsumoa abiapuntutzat hartuz, multzo berean kokatzen diren iharduera desberdinen eragin eta garapen berezituak ahaztu egiten ditu.

Iharduera kulturalak, tradizionalak zein artisautzakoak edo industrialak izan, berezko logika eta dinamika bati erantzuten diote, gizartearen kultur praktika zehatz batzuek osatuz. Bestalde, kultur kontsumoaren eragin sozialak turismoarena edo jokoarenarekin zerikusi gutxi badu ere, horren gain nabaria da iharduera bakoitzak produkzioa eta merkataritzaren antolaketa-eredu desberdinak jarraitzen dituztena, ekonomiaren ikuspegitik arlo guztiz desberdinetan kokatzen direlarik.

Kultura kontsumo-ondasun hustzat hartuz, eta bestelako ondorioz aintzat hartu gabe, xarma handiko kultur ekintzetan oinarritutako programazio kulturalak eta hirien "museizazioa" izan dira zenbaitetan ikuspegi kontsumista honetan oinarritutako politika kulturalen emaitzak,

errealitatea mozorroztuz, hirien irudi erakargarria eta idilikoa baino artifiziala eraikiz, azpiko desberdintasun sozialak areagotu bitartean ezkutatu. Bestetan, berriz, sektore pribatuaren interesek gidatutako hiri-garapenaren estrategia hutsak legitimatzeko izan dira erabiliak⁷.

Zentzu honetan derrigorrezkoa da kultura bere arlo berezitan kokatzea.

Informazioaren gizartea

Kulturaren garrantzi ekonomikoari dagokiolarik, bigarren ikuspuntu batek garrantzi handiagoa ematen dio ekonomi egituretan gertatzen ari den beste aldaketa-prozesu bati, informazioaren eta informazioarekin zerikusia duten lanen, produktuen eta zerbitzuen pisu hazkorra ekonomia garatuetan, hain zuzen. Laugarren sektore berri horrek, informazioaren hipersektoreak, zenbaitek deitzea gustoko duen bezala, telekomunikazio- eta informazio-sare eta ekipamenduen produkzioa batetik eta aparailu eta sare horietatik zirkulatu eta erabiltzaileen kontsumorako diren komunikazio-ondasun eta zerbitzuen produkzioa bestetik barneratuko lituzke.

Informazioaren hipersektorea, horrela, egungo ekonomietako sektore errentagarrienetarikoa litzateke, baina, halaber, ekonomien garapen-fase berri batetarako gero eta baldintza estrategiko premiazkoagoa⁸.

Ikuspegi honek ere oinarrizko arazoak planteiatzen ditu. Batetik, proposatzen duen informazio-kontzeptua zabalegia da, bere barnean izaera desberdineko errealtateak barneratzen bait ditu, eta zabaltasun horretan erabilgarritasuna galdu egiten du errealtate ekonomikoa aztertu eta ulertarazteko tresna bezala. Ez dira berdinak eta ez dute eragin berbera enpresa edota administrazioen artean zirkulatzen duen informazioak eta masa-kontsumora zuzentzen den komunikazioak. Halaber, ez dira berdinak informazio-mota desberdinen kokapena produkzio-prozesuaren egituretan. Itxura berberaren pean produkzio-ondasunak, tarteko ondasunak eta ondasun laguntzaileak edota azken eskarira zuzentzen direnak kontsideratzen dira. Ezaugarri berezituak ezabatuz, informazio-mota bakoitzaren logika eta dinamika desberdinak galdu egiten dira, guztia ulertu nahi baina ezer argitzen ez duen kontzeptu transbertsal honen bitartez.

Bestetik ekipamendu elektronikoen eta telekomunikazio-sareen produkzio eta horiei esker edota horien bitartez eta barnetik zirkulatuko duen informazio-dukien produkzioa ezin dira besterik gabe zaku berean sartu. Ekonomiaren ikuspegitik sektore batean definiziorako elementu esanguratsua ez da osagai teknologikoa hutsik, baizik eta produkzio-prozesu desberdinek erakusten dituzten ezaugarriak eta izaera. Sektoreen eta homogeneitateen definizioak, horien azterketa zehatzetik etorri behar du eta ez azaleko itxurak erakusten duenetik.

Definizioan proposatzen zen bezala, kultur produkzioaren ezaugarri berezitua beste informazio-ondasunekiko, bere eragin soziala da, dukeen eragin ekonomikoaz aparte, eta beraz informazio-jarioen arlo espezifiko bat osatzen dute. Horrez gain, eta nahiz eta beren garapenaren oinarrian askotan asmakuntza teknologikoren bat agertzen den, behin horren gizarte-erabilera finkatzen denean software eta hardware-ren produkzioa eta kontsumo-erak gidatzen dituzten logikak eta dinamikak bereiztu egiten dira. Kultur produkzioa aparailuen eta sareen merkatuen zabalkuntzaren eta errentagarritasunaren lehenengo baldintza bada ere, beraren garapena ezin da besterik gabe horienarekin identifikatu.

Komunikazioa eta kultura: sektore ekonomiko berezitua

Ondorioz, komunikazioa eta kultura sektore ekonomiko berezitat definitzea jotzen da egokia. Kontsumoaren joeren eta informazioaren teknologia berrien eraginez azterketak sektore horren azterketa orokor baten barnean kokatu behar dira, horren osagai bezala eta ez abiapuntu. Ordea, eta arestian proposatu den bezala, beraren barnean lau arlo nagusi bereiz daitezke, elkarlotuak egon arren dinamika ekonomiko desberdinen pean kokatzen direnak. Zentzu honetan, azterketa berezituak eskatzen dituzte nahiz eta

azken lan bateratzaile batek bakarrik emango duen kultura eta ekonomiaren elkareraginen berri.

Hortaz, hemen proposatzen dena kultura industrialduen azterketa da, hau egungo gizarte kapitalistetan kultur praktiken arlo nagusi eta garrantzi ekonomiko handieneko arlotzat jotzen bait da.

Industria kulturalak

Kultura industrialduzat kultur produkzioaren arlo konkretu bat hartu dugu, kapitalak ezarritako produkzio-era industrialak barneratzen dituenak. Beraren barnean industria eta segmentu desberdinak bereiz daitezke, hala nola: liburgintza, diskogintza, zinemagintza, prentsa, irratia, telebista eta publizitatea, industriak bezala eta diseinua (grafikoa eta industrialak) eta famili kontsumorako produkzio informatikoa eta zerbitzu telematikoak industriaren segmentu berezituak bezala.

Industria kulturalak industriaren sektore berezitu bat osatzen dute, bere barne-homogeneitatea amankomunean dituzten hiru ezaugarri nagusien inguruan eratzen delarik⁹:

*kultur merkantzia bakoitza prototipo bakarra da, beste edozeinetatik bereizgarria eta desberdina, masa-kontsumorako era batean edo bestean birproduzituia izango dena. Erabil balioaren izaera bakar hau produktuaren sorkuntzan

lan-mota berezi baten parte hartzearen emaitza da. Lan-mota hau, lan kreatiboa edo kultural izenda daitekeena, beste edozein eskulan edo lan intelektualarekiko bereizgarria da.

*kultur merkantziak etengabe berritu beharra dute industria kulturalak, eskariaren eraberritzea ziurtatzeko.

*kultur merkantzien merkatuak guztiz aleatorioak dira. Eskariaren gaineko ziurgabetasuna maximoa da eta industriari ez zaio froga eta errakuntzaren logikari jarraitzea baino geratzen.

Zaila da industria kulturalen garrantzia ekonomikoaren balorazio objektiboa egitea, iharduera ekonomikoen sailkapenetan kapitulu eta sektore desberdinen artean bananduta agertzen bait dira. Arrazoi berarengatik ere zaila da beste sektore ekonomikoen dinamika eta emaitzetan duten zeharkako eragina neurtzea. Hala ere joera nagusi batzu identifikatu daitezke, bere pisu eta eragin ekonomikoaren irudi aproximatu bat eman dezaketena.

Industria kulturalak, lehen aipatu bezala, krisialdi ondoren hedatu den dinamika bikoitz baten gurutzaketan kokatzen dira eta hortik datorkie beren garrantzi ekonomiko hazkorra: kontsumo-eren eraldaketa eta informazio eta komunikazioaren teknologia berrien hedapena.

Industria kulturalak eta kontsumoa

Ekonomia garatuetan bigarren munduko gerra ondorengo ekonomi garapenaren oinarria izan zen kontsumo-eren eraldaketa nabaria da gaur egun. Merkatu masibo eta homogeenotara zuzendutako merkantziek eroste-ahalmen eta behar berezietara egokitutako produktuei utzi diete lekua, kontsumo-erazatik eta estratifikatu batetara igaroz. Bestalde, iraupen luzeko bizitzako merkantzien kontsumoaren ondoan eta horren nagusitasuna zalantzan jarri gabe, merkatu tradizionalen saturazioagatik behin behin unez uneko kontsumo puntualak eta entretenimenduari atxekitakoak garrantzi berria ezagutzen dute.

Horrez gain eta kontsumo hori bereganatzeko lehiaketa hazkorraren eraginagatik, merkatuak eta kontsumo-joerak eratu, gidatu eta egonkortzea gero eta garrantzitsuagoa da industrientzat, ondorioz publizitatean eta diseinuan eginiko inbertsioek hazkunde izugarria izan dutelarik.

Publizitatea izanik hainbat industria kulturalen finantzaketa-eragaria, inbertsioen hedapen horrek ez dakar bakarrik publizitate-industriaren adarren garapen zuzena, baizik eta zeharka beste hainbat kultur iharduerena ere eragiten du. Hala prentsa urrezko aro berri bat ari da

gozatzen, eta telebista eta irratia, berriz, goitik beherako eraldaketa ezagutzen ari dira, emisio-orduen biderkaketan eta kanalen ugalketan isladatzen dena.

Horretaz aparte kultur industrien merkaturatzen dituzten produktu-gama zabaldu egin dute, aldizkari espezializatuak, egunkarien eranskinak, liburu-bildumak eta bideo-argitalpenak dinamika horretan kokatzen direlarik, finantzaketa-iturrien hedapenarekin batera hedapen-aro berri bat eskainiz zenbait industria kulturali.

Esandakoaren adierazgarri dira honako datu hauek:

*EEEko lurraldeetan eginiko publizitate-inbertsioen kopurua batezbeste Barne-Produktu Gordinaren %0,7tik %1 izatera igaro da 1980 eta 1988 bitartean, zeinetik %70etik gora komunikabideetara zuzentzen bait da¹⁰. Datu esanguratsua bada ere, aintzat hartu beharra dago estatuen arauketengatik hazkunde oso desberdina izan dela lurralde batzutan eta bestetan. Hala, lurralde liberalizatuaren artean, estatu espainiarrean eta Italian urteroko hazkunde %20 eta 30aren bitartekoa izan da: estatu espainiarrean, 1989.ean, publizitateak ia BPGren %2 osatzen zuen, 80.eko hamarkada honetan urteroko hazkunde erreala %13,5 izan delarik¹¹.

*Estatu espainiarrean aurreko hamarkadaren amaieran zeuden egunkarien laurdena baino ez zen

errentagarria, Estatuaren laguntza ekonomikoa beraien iraupenerako derrigorrezkoa izanik. Egun ordea, enpresa beraiek izugarritzko emaitzak deklaratu dituzte. Esanguratsua da zentzu honetan enpresa periodistikoek dituzten finantzaketa-iturrien eraldaketa, publizitateagatikoak salmentagatikoen gainera jarri, eta estatu espainiarrean sarrera osoen %60 inguruan kokatzen direlarik. Adieragarria da, arlo honetan eranskinak eta suplementoak hartu duten garrantzia. Hauek egunkariak bereganatzen duten publizitatearen %5 inguru ematen diete batetik, eta bestetik, *El Pais* egunkariaren kasuan bezala, igandetako difusioa hirukoiztea dakarkiete¹².

Teknologia berriak

Komunikazioaren eta informazioaren teknologia berriek eragin bikoitza dute industria kulturaletan. Batetik, eta beste industri ihardueratan bezala, teknologiak produkzio-prozesuak zentzu produktibista batetan berrantolatzeke erabiliak izan dira, produktibitateen garapenaren bitartez lan-indarra aurreztu eta kostuak murrizteko. Baina eragin hau are garrantzitsuagoa izan da industria kulturalentzat, beren izaeragatik teknologia berriak kultur produkzio-prozesuen bihotzean kokatzen bait dira. Industria kulturelek ezin izan zituzten kate lanaren antolaketan era fordistaren ezaugarriak aplikatu, eta taulorismoaren aplikazioa ere

mugatua zen produkzio-prozesuaren ezaugarriengatik. Zentzu honetan urtez urte izandako produktibitate-hobekuntzak beste sektoreek izandakoak baino murriztagoak ziren, atzerapen hau gero merkatuetan isladatzen zelarik prezioen batezbestekoaren gainera hazkuntzaz.

Teknologia berriek ordea, informatikaren eta telekomunikazioen eskutik atzerapen horiek gaintzea permititu diete industria kulturei. Informazioaren eta komunikazioaren produkzioa eta tratamendua izanik industria kulturen produkzio-prozesuen berezko ezaugarri eta bihotza, teknologia berriak zuzen-zuzen prozesu horien ezaugarrietara egokitzen dira.

Aipagarria da prentsaren kasua, non offset errotatiba berriei esker eta erredakzio-lanen informatizazioa medio, lantegiko lanak erabat automatizatu egin diren, lehengo lantegiaren eta erredakzioaren arteko oreka langile-kopuru eta gastuen artean erredakzioaren alde apurtu den, honek eta pertsonal berriaren inkorporaziorik gabe lehen lantegiari zegozkion gero eta lankizun gehiago xurgatuz.

Bestalde produktuak eta merkatuak eraberritu eta eskaintza-gama zabaltzeko balio izan dute. Disko konpaktuak diskogintzan, edizionalizazioak eta koloretako inprimagintzak prentsan, bideoak zinemagintza eta telebistan, funtzio hori betetzen dute.

Adibidez, disko konpaktuaren hedapenak musika grabatuaren merkatuen berreskurapena ekarri du, hamarkadaren hasierako krisialdia erabat gainditu ondoren negozio-zifrak krisialdi aurretiko mailalara itzuli direlarik dagoeneko. Bestalde, komunikazioko sare eta zerbitzu telematikoen bitartez egunkariak posible dute merkatu lokalizatuegietara heltzea, hauek dakartzaten publizitate-eta difusio-ahalmen berriak bereganatuz.

Baina beste bi eragin berezi ere azpimarratzekoak dira. Batetik komunikaziorako espazio irrati-elektrikoaren zabalkuntza eta bestetik kultur praktika berriak dakarren zerbitzu eta merkantzia berrien sorkuntza.

Gizarte-komunikazioa eta telekomunikazioak.

Frekuentzi gamaren zabalkuntza irratiak eta telebistak jasaten ari diren eraldaketen arrazoi nagusitzat jo izan da askotan. Iharduera hauek, mendebaldeko Europan, Estatuak estuki araututako eta askotan monopolio publikoko eredu arabera egon dira antolatuta duela gutxi arte. Zenbaiten ustetan egoera horren justifikazioa frekuentzien urritasunean zetzan nagusiki, egoera honetan merkatuak errekurtso urri horren esleipen desegokia ekarriko zuela eta Estatuaren interbentzioa egokitzat joz.

Baina orduan ikuspegi horrek elementu teknologiko hutsa hartzen du oinarritzat, bestelako erizpide politiko eta sozialak baztertuz. Eta ez da ahaztu behar industria kulturalaz ari garela, eragin ekonomikoaz gain eragin politiko-soziala delarik beraien ezaugarri nagusia. Elementu teknologikoaren ondoan beste arrazoi batzu ere antzeman daitezke Estatuaren portaeran:

*munduko bigarren gerraren ostean Europako estatuak bi behar nagusi zituzten: bata politikoa, egitura politiko eta ekonomikoen legitimazio berri bat eraikitzea, beren inguruan kontsentsu berri bat ezartzea, alegia; eta bestea ekonomikoa, nazio-estatuaren inguruan ekonomi garapena bermatzeko merkatuak berrantolatzea.

*bestalde, eta salbuespenekin, estatu espainiarra kasu, estatuak justizia sozialeko funtzio bat bereganatu zuten, ongizatearen estatuaren irudian isladatu zena.

*azkenik, aintzat hartu behar da une horietan kapital pribatuak zailtasun handiak izango zituzkeela komunikazio-sare egokiak eraiki eta ezartzeko beharrezkoak ziren inbertsioei aurre egiteko, eta zentzu honetan lan hori estatuaren eskuetan uzteko arrazoi objektiboak zituela.

Faktore guzti horiek dira aintzat hartu beharrezkoak eratu zen irrati eta telebistaren hedapenaren eredu-mota ulertzeko. Ondorioz, egun

ikusten ari garen eraldaketak, desarautze izenaz ezagutzen direnak, prozesu orokor baten bamean kokatu behar dira, faktore teknologiko hutsak argitu dezakeena gaituz. Hau estatuen paperaren birdefinizio osoa dakarren prozesua da, merkatuarentzat paper erregulatzailerik gabeko zabalagoak aldarrikatzen dituzten joera neoliberalak gidatua, baina atzetik industri interesen arabera kudeaketa-era korporatista izkutatzen duena¹³.

Interes hauek bi arlotan zentratzen dira: ikusentzuteko produkzioa, difusioa eta ekipamenduen arloan batetik eta komunikazio-sareen ezarketa eta kudeaketa bestetik.

Telebistaren hedapenerako iharduerak hazkunde izugarria izan dute azken urteotan. Publizitate-inbertsioen hedapenean oinarrituta alde batetik, eta ikusentzulearen ordainketa zuzena permitituko duten aurrerapen teknikoetan bestetik, horrela finantzaketa-bide eta errentagarritasun-aukera berri erakargarriak eskainiz, telebista-kanalen ugalketa ezagutu da epe txiki baten barnean. Eboluzioa kanal hertziano pribatu zein publiko berrien eraketarekin batera, hedabiderako kablea eta satelitea erabiltzen dituzten kanalen zabalpenarekin etorri da.

Prozesu hau ez da bakarrik garapen teknologikoaren emaitza izan, lehen aipatu bezala, baizik eta Estatuen aldentzearen eta merkatal erizpideen nagusitzearen ondorioa direla azpimarratu behar da berriro. Emaitza ekonomikoaren arlotik,

eraldaketa honen ondorioa, CIT Research erakundeak burututako azterketaren arabera¹⁴, mendebaldeko Europatik 1989.ean hedatutako 483.670 ordutako telebista otuput-ada, zeinaren kostua 12 mila milioi dolarretan estimatzen den, ia 20 mila milioi dolarretako diru-sarrerak sortzen dituen bitartean.

Publikoarentzat erakargarrienak funtziozko programak direla kontutan izanik eta hor Europak defizit izugarria jasaten duela Estatu Batuekiko, argi geratzen da programen produkzioak hartzen duen berebiziko garrantzia Europako kapital pribatuentzat, kanal berrien kontrola eskuratzearekin batera.

Hemen itxurazko paradoxa bat gertatzen da: ikusentzutekoan, eta kultura industrialduan orokorrean, errentagarritasunaren giltzarria, eskala ekonomikoez onuratsen den fasea eta, beraz, kapital-inbertsio gehienak xurgatzen dituen arloa banaketa eta difusioarena da¹⁵. Kultur produzioaren emaitza komertzialak oso aleatorioak dira eta irudi arriskutsuegia aurkezten du zenbaite-tan kapital pribatuen inbertsioak erakartzeko. Horrela kapital pribatuak beste arlo eta ihardueratan liberalizazioa eskatzen duen bitartean, produkzioarenean babes eta estatuen finantz parte hartze zuzena aldarrikatzen du, horren justifikazioa Estatu Batuen produkzio-egituren lehiakortasuna gaituztekin dakarren kolonizazio kulturalako arriskuen argumentuak erabiliz. Ez da hori ordea beraren kezkarik nagusia,

baizik eta produkzio bera ere errentagarri bilakatuko luketen egiturak eratzea, bien bitartean difusio-arloaz jabetuz.

Hor hartzen du zentzua hain ospe handia hartu duen ikusentzuteko Europak, kultur nortasun europarraren pean merkatal interesak ezkutatuz. Produkzioa hasiera batetan estatuak babestutako enpresa txiki eta ertainen eskuetan utziko bada ere, behin egitura errentagarriak eratzen direnean segidan pasako dira kapitak multimedia nagusiak arlo hori ere xurgatzera. Bitartean haien negozio-arloa programazioa eta difusioa izango da, non Estatuaren edozein parte hartze intromisiotzat hartua izango den.

Azkenik, ekipamenduen produkzioan eta telekomunikazio-sareen ezarketa eta kudeaketaren arloan ere interes-joko garrantzitsua gertatzen da, industria elektronikoa dagoelarik honen bihotzean. Bideoen, sateliteen, antena parabolikoen eta dekodifikadoreen merkatuak garrantzitsuak badira ere, erreto nagusiak definizio altuko telebista (HDTV-DATB) eta zerbitzu integratuko sare digitalen (ISDN-ZISD) inguruan planteiatzen dira.

Lehenaren eragin kulturala txikia bada ere, nagusiki ekipamenduen horniketa berriak ekarriko lukeen eragin ekonomikoa bait dago jokoan, bigarrenarena, ordea, guztiz klabea da. Jokoan dagoena horren ezarketak eta kudeaketak segituko duten eredua da, beraren erabilpenean

nagusituko diren erizpideak. Sareen kontzeptu berri hori azkenean hedatu eta inposatu egiten bada, oraingoz gutxi garatuta eta hedatu gabe badago ere, zerbitzuen integrazioak hartzen duen era erabakiorra izango da telebista den kultur praktika nagusiaren etorkizunerako eta orokorrean komunikabide elektronikoen guztien garapenerako.

Arazoak ugari dira: nola finantzatzeko dira zerbitzuak?, nola antolatuko dira zerbitzuen kontsumitzaileen eta hornitzaileen arteko harremanak?, ikusentzuteko zerbitzuek sortuko dituzten sarrerak telekomunikazioko zerbitzu pribatuak finantzatzeko erabiliak izango dira?, zein izango da estatuaren eta interes pribatuaren arteko oreka berria?, telebistaren kontzeptua zerbitzu unibertsala bezala definitiboki desagertu egingo da zerbitzu pribatizatu eta zatikatu batek ordezkatzuta, eta ondorioz gizarte-desberdintasun berriak sortaraziz?¹⁶.

Interes industrialak hasiak dira arlo estrategikoetan kokatzen, bai kable lokalen ezarketa eta kudeaketaren bitartez eta baita irratidifusio-sare publiko-arekin konpetitzen ere seinalearen garraioan.

Ondorio kulturalak eta sozialak bigarren maila batetan utzita, etorkizuneko kultur praktiken ezaugarriak hasiak dira dagoeneko definitzen.

Oharrak

1. WILLIAMS, Williams: *Sociología de la cultura*. Paidós. Bartzelona 1986.
- 2 URRUTIA, Juan: "Economía de la Cultura". *Economía Industrial*, 267. zkia. Industria eta Energiaren Ministraritz. Madril 1989.
- 3 MYERSCOUGH, John : "The economic importance of arts in Britain". Policy Studies Institute, Londres 1988.
- 4 AZPILLAGA, Patxi eta ZALLO, Ramón: "Nuevas tendencias en la cultura industrializada". *Economía Industrial* 267. zkia. Industria eta Energiako Ministraritz. Madrid 1989.
- 5 MYERSCOUGH, John ibid.
- 6 BIANCHINI, Franco: "Urban Renaissance? The arts and the urban regeneration process in 1908s Britain", PIMLOTT, B. eta MACGREGOR, S. (ed.): "Tackling the inner cities", Oxford University Press, 1990.eko liburuan argitaratua.
- 7 Ibidem.
- 8 CASTILLA, A., BADER, D. eta RODILLA, F.J. (ed.): "La economía de las telecomunicaciones, la información y los medios de comunicación. Fundesco 1989. Madril.
- 9 ZALLO, Ramón : "Economía de la Comunicación y de la Cultura", Akalm 2989. Madril.
- 10 "Reseaux".42.zkia. CNET, Paris 1990.
- 11 "Cable & Satellite Europe", 1989.eko Otsaileko alea, eta JWT-ren estatu espainiarreko publizitate-inbertsioei buruzko txostenak, Anuncios eta IPMark aldizkarietatik jasota.
- 12 Aipatutako Anuncios eta IPMark aldizkariaren informazioaren arabera.
- 13 GUILLOU, B. : "Transformaciones de los sistemas audiovisuales: causas y retos". Telos aldizkaria, 15. zkia.
- 14 Nwu Media Merkets aldizkaria. 2990.eko Maiatzaren 10eko alea.
- 15 ZALLO, Ramón : ibid.
- 16 GARNHAM, N.: "Incógnitas planteadas para el futuro: la convergencia de telecomunicaciones y radiodifusión". Telos, 21. zkia. 1990.