

# KULTURA-KONTSUMOA SUSTATZEKO POLITIKAK

2013KO AZAROA



**EUSKO JAURLARITZA**  
**GOBIERNO VASCO**

HEZKUNTZA, HIZKUNTZA POLITIKA  
ETA KULTURA SAILA

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN,  
POLÍTICA LINGÜÍSTICA Y CULTURA

# KULTURA-KONTSUMOA SUSTATZEKO POLITIKAK

2013KO AZAROA



HEZKUNTZA, HIZKUNTZA POLITIKA  
ETA KULTURA SAILA

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN,  
POLÍTICA LINGÜÍSTICA Y CULTURA

**Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia**

Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco

Vitoria-Gasteiz, 2013

Lan honen bibliografia-erregistroa Eusko Jaurlaritzako Liburutegi Nagusiaren katalogoan aurki daiteke: <http://www.bibliotekak.euskadi.net/WebOpac>

Argitaraldia:  
1.a, 2013ko abendua

© Euskal Autonomia Erkidegoko Administrazioa  
Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura Saila

Internet:  
[www.euskadi.net](http://www.euskadi.net)

Argitaratzailea:  
Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia  
Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco  
C/ Donostia-San Sebastián, 1 - 01010 Vitoria-Gasteiz

Itzultzailea: IZO

Diseinua eta maketazioa:  
Miren Unzurrunzaga Schmitz

## AURKIBIDEA

---

Sarrera	5
<b>1. Kultura-kontsumoa sustatzeko politikak</b>	<b>6</b>
1.1. Kultura-eskariarekiko arreta handiagorantz	7
1.2. Politika espezifikoak vs politika unibertsalak	10
1.3. Ezkutuko eskariaren aktibazioa: iristeko oztopoen arazoa	13
1.4. Kultura-kontsumoa sustatzeko politiken joerak Europan	15
<b>2. Kultura-eskaria aktibatzeke politikak EAEn. Ebaluazioa eta erreferentziako esperientziak</b>	<b>22</b>
2.1. Kultura-kontsumoa EAEn	23
2.2. Garatutako esperientzien konparazio-azterketa	25
<b>3. EAEn kultura-kontsumoa sustatzeko politika baterako orientabideak</b>	<b>30</b>
3.1. Abiapuntua: zailtasun-testuingurua	31
3.2. Azken gomendioak	32
Bibliografia eta erreferentziak	34

---

## SARRERA

---

Txosten honek EAEn kultura-kontsumoa sustatzeko politikei lotutako eztabaida eta gogoetarako elementuak eskaintzea du helburu.

Kultura-kontsumoa handitzeko eta dibertsifikatzeko erronkari erantzuteko dauden politika moten ikuspegi globala eskaintzen duen esparru orokor batetik abiatzen da, ñabardura berezia eginez eskaintzatik eta eskaritik egindako politiken arteko eta politika unibertsal eta espezifikoen arteko diferentzian. Era berean garrantzi berezia eman zaie kulturarako irisgarritasunaren ideari eta hori eragozten duten oztopoei.

Eusko Jaurlaritzak kultura-kontsumoa sustatzeko garatutako politiken azterketa abiapuntu izanik, erreferentziazko beste esperientzia batzuekin konparazio-azterketa bat egin da.

Azkenik, politika berriak garatzeko hainbat gomendio sintetiko egiten dira, testuingurua nahiz aurretiazko esperientzia kontuan izanik.



## 1.1. Kultura-eskariarekiko arreta handiagorantz

Kultura-politikak inspiratu dituzten joera edo paradigma desberdinak tradizionalki ñabardura edo lehentasunak ia eskusiboki eskaintzaren aldean ezarriz gauzatu dira. Estatuak legatu artistikoa eta humanistikoa gordetzeko egiten duen esku-hartzea eta sormen garaikidearen mezenasgoa dira politika horien sorburu, Elizak eta aristokraziak betetzen duten zeregina osatuz. Estatuak, hasiera batean, sormen artistikoarekin eta goi-kulturarekin identifikatzen den nortasun nazionalari, prestigioari eta garapenari lotutako kulturaren nolabaiteko ideiarri eusteko hartzen du esku.

Joan zen mendeko berrogeita hamarreko eta hirurogeiko hamarkadetan sortu ziren kultura-demokratizaziokoak deitutako politikak. Sistema ekonomikoak sortzen dituen gabeziak betetzen dituen Ongizate Estatuaren ideian txertatzen da kultura, sistema ekonomiko horrek gizartearen sektore ugari kulturaren gozamenetik bazter uzten baititu. Beraz, paradigma-aldaketa horrekin, kultura-politikak eskarian oinarritzen du bere interesa, baina paradoxa bada ere, bere jarduna eskaintzari lotuta dago: kulturako politika publikoek ekipamenduen, programazioen eta kultura-jardueraren zabalkuntzan jartzen dute ñabardura, kultura gizartearen maila guztietara helarazteko.

Demokratizazioaren paradigma kulturarako eskubidea onartzearen ondorio da, hori bermatzearen erantzukizuna bere gain har dezan behartuz Estatuak. Kontsumoa handitzera bideratutako kultura-eskaintzan oinarritutako politika da (Harvey, 1990). Abiapuntuko ideia da eskaintzak eskaria sortzen duela, edo aktibatu behar den ezkutuko eskari bat badagoela. Eredu horri estentsionismoa (Rubinich, 1993) edo beheranzko logikako kultura-politika (Bassand, 1992) deitu izan zaio.

70eko hamarkadan kultura-demokraziako politikak hedatu ziren, demokratizazio-politikei leporatzen zitzaie «paternalismoa» gainditzeko. Basismo (Rubinich, 1993) edo goranzko logikakoak (Bassand, 1992) deitu izan zaien politikak dira, teorikoki kultura-eskarian oinarritzen direnak (Harvey, 1990). Pertsonarengan jartzen da ñabardura, eta ez kultura-objektuan. Horien ideia nagusia da kultura-politikak pertsonen adierazteko ahalmenaren garapena bultzatu behar duela, pertsonak baitira kultura-gertakariaren benetako protagonistak. Gizarteak kultura-bizitzan zuzeneko parte-hartzea izatea, eta sormen-prozesuetan eta programen kudeaketan aktiboki txertatzea da auzia; hots, komunitateetan sortzen diren kulturarekiko errekonozimendua, errespetua eta sustapena. Hau da, kultura hedatzeaz gain, kultura-garapen endogenoa ere bultzatu nahi da.

Demokratizazio-politikak kultura-eskaintzaren zabalkundean oinarritzen ziren, herritar guztien-gana helarazteko, eta kultura-demokraziako politikek, ordea, ez dute lortu garapen argi bat izatea; azken politika horiek trebetasun artistikoen prestakuntzan eta sormenaren sustapenean ñabardura handiagoa jarri dute, baina horien ondorioak nahiko mugatuak izan dira.

Benetan, adieraz daiteke kultura-demokraziaren paradigmak ez duela lortu kultura-demokratizazioaren paradigma ordezteko, izan ere, lehen paradigma osatzen duten edo haren zuzentzaile diren programa berriak txertatu baititu. Izan ere, hala kultura-demokratizazioa nola kultura-demokrazia paradigma teorikoak dira; hainbat politika orientatu dituzte baina ezarrita zituzten helburuak ez dituzte lortu. Kultura ez da hedatzen erabat berdintasunean, ez eta herritarrek beren gain hartu protagonismoa izateko xedez. Edonola ere, kultura-eskaintzan oinarritzen diren politikak nagusi dira argi eta garbi.

Bistan denez, horiek ez dira kultura-politikak orientatu dituzten paradigma bakarrak: laurogeita hamarreko hamarkadan, kultura-industrien eta kulturaren garapen ekonomikoaren bultzatzaile-zereginaren aldeko apustu argia egiten duten kultura-politikak sortu ziren. Egiaztatzen da kulturak esternalitate positiboak dituela garapen ekonomikoan, eta horietan jartzen da ñabardura. Arteen eta kulturaren dimentsio ekonomikoan jartzen da ñabardura (Dupuis, 1995), eta kulturaren inpaktu ekonomikoari buruzko azterlan ugari egiten dira. Berriz ere kultura-politika eskaintzaren alboan jartzeko bultzada bat da, kasu honetan aberastasun ekonomikoa sortzeko duen ahalmena azpimarratuz.

Kulturaren ikuspegi ekonomizista horren kontrapisu gisa, globalizazio ekonomikoak bultzatutako kultura-industria global baten garapenaren aurrean, kultura-aniztasunaren kontzeptuak gero eta garrantzi handiagoa du. Agenda publikoan txertatzeko ideia UNESCO<sup>1</sup> ferakundetik bultzatzen da, kultura-adierazpenen globalizazioaren eta estandarizazioaren aurrean. Berriz ere, ikuspegi kontzeptuala duen eskarian jartzen da ñabardura, baina praktikan aniztasuna kontuan izango duten kultura-eskaintzak sustatzeko politikak bultzatzen ditu.

Gaur egun, kultura-politikaren estrategia gehienak eskaintzara bideratuta daude: ekipamenduak, programazioak, diru-laguntzak, zerga-arinketak, egile-eskubideen babesa, eta abar. Helburu nagusia artearen eta ondarearen produkzioa eta hedapena indartzea da, horren hartzaille/onuradun nagusiak sortzaileak, kultura-produktoreak eta hedapen-ekipamenduak izanik (Bonet, 2011). Kultura-eskaintzaren balio-kate osoari arreta jartzeak horren aldeko joera sortzen du, eskari-politikei arreta jarri beharrean. Nolabait ere, lortu nahi dena zera da: kultura-eskaintzatik abiatuz ezkutuko edo balizko kultura-eskari osoa aktibatzea. Izan ere, egia da eskaintzak eskaria sortzen duela, eskaintza zabaldu den kasu askotan ikusi ahal izan den bezala (antzoki bat edo liburutegi bat ez dituen hiri batean, ekipamendu horiek irekitzen direnean lehenago adierazten ez zen eskari bat azaleratzen da).

<sup>1</sup> UNESCOren Deklarazio Unibertsala, Kultura Aniztasunari buruzkoa, 2001eko azarokoa.

Gaur egun eskari-politikak ez dira eskaintzarenak bezain ohikoak, baina hainbat bide aztertzen ari dira ildo horretan. Askotan talde espezifikoei zuzendutako politikak dira, adibidez gazteei edo normalki kultura kontsumitzen ez dutenei zuzendutakoak, eta horiek kultura ikustera, parte hartzera edo kontsumitzera bultzatzen dituzte. Politika horiek azkenean artistei eta antolaketa-erakundeei egiten diete mesede, baina hori zeharka egiten dute, kultura-eskaintzako politika tradizionalak paternalistak edo dirigistak direnaren salaketa gaindituz. Kontsumitzailea, herritarra, da bere kultura-kontsumoaren aukeraren (aurretiazko iragazkiarekin ala gabe) protagonista.

Hainbat autorek politika mota horien aldeko apustua egin behar dela adierazten dute (Madden, 2011), kultura-eskaintzako politikek erakutsi dituzten mugei hobeto erantzuteko, ez baita lortu kulturarako irisgarritasunaren eraldaketa bat, eta gainera babes publikoen eta horien hartzaileen arteko interesengatik biziatu egin dira. Edonola ere, kultura-politiken erronka tradizionaletako batzuei ematen zaien erantzun bakarra ez diren arren, badirudi gehiago sakondu behar diren erantzunetako bat bezala ikusi behar direla.

## 1.2. Politika unibertsalak vs politika espezifikoak

Politikak kultura-eskaintzako politiketan eta kultura-eskariko politiketan sailkatzeak, politika horien hainbat ezaugarri azaltzen ditu neurri batean. Egin daitekeen beste sailkapen edo kategorizazio bat politika espezifikoena eta politika unibertsalena (edo irisgarritasuna unibertsalizatu nahi dutenena) da, kontuan izanik gizarte-kolektibo jakin batzuetara edo herritar guztiengana zuzentzen ote diren.

Esan daiteke kultura hedatzeko izaera orokorreko politika askok (adibidez kultura-ekipamenduak hedatzeko, programazio publikoak, prestakuntza, eta abar) herritar guztiak dituztela helburu, eta beraz bokazio unibertsalizatzailea dutela. Bokazio hori ez da nahikoa beti, eta irisgarritasun unibertsala oztopatzen duten erresistentziak aurkitzen ditu. Politika espezifikoek izaera unibertsaleko politika osa dezakete, eta beraz, ez da bereizketa dikotomikoa, izaerakoa baizik.

### Izaera unibertsaleko politikak

- **Eskaintza handitzea.** Eskaintza handitzea eta gehiago hedatzea tradizionalki politika eraginkorra da kultura-eskaria handitzeko. Eskaintzan esku hartzen da eskari handiagoa sortzeko edo ezkutukotzat jotzen denari erantzuna emateko. Ikuspegia unibertsala bada ere, kulturara iristeko oztopoek eragina dute eta beste politika mota batzuekin konpentsatu behar dira. Adibidez, lurralde batean egiten den kultura-ekipamendu baten zuzkidura berri batek (adibidez liburutegi bat), irakurketarako irisgarritasuna unibertsalizatzea du helburu. Hala eta guztiz ere, askotan gertatu ohi da liburutegirako irisgarritasuna ez dela unibertsala eta arrazoi bat ala bestea dela medio iristen ari ez diren herritarren irakurketa sustatzeko programa espezifikoak beharrezkoak direla.
- **Txekeunibertsalaren politikak.** Kontsumoaren bitartez kultura-kontsumitzailearenganako zuzeneko transferentzia ekonomiko bat (diskriminaziorik gabe) eta industriarako zeharkako transferentzia ekonomiko bat egiten duten politikak dira. Mota horretako politika-ereduak daude, non txekeak kultura-gasturako aurrekontu bat hornitzen duen kontsumitzailearentzako kosturik gabe, eta beste batzuetan, ordea, ekarpen osagarriak ezartzen dira. Ikuspegi unibertsal horretatik gutxi erabiltzen den politika bat da. Politika horren kostu handiak horren garapena eragozten du, eta modu estrukturalen sortzen duen eragina baloratzea zaila da<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Brasilen «Vale Cultura» deitutakoarekin izandako esperientzia, ondorengo ataletan azalduko dena, etorkizunean politika mota horren erreferentea izango da, inolako zalantzarik gabe. Azpimarratu behar da neurri hori oso konplexua dela, unibertsala, denboran iraunkorra eta izaera estrukturalakoa den sistema baterantz orientatzen bada.

- **Zerga-arloa.** Kultura-kontsumoari pizgarriak emateko edo ez emateko politika unibertsal baten adibiderik argienetako bat kultura-produktuekiko fiskalitatea da seguru aski. Espainiako ezaugarrietako bat da kultura-produktuek fiskalitate handia dutela, eta hori salbuespena da Europako testuinguruan. 2012ko uztailaren 13ko 20/2012 Errege Lege Dekretua indarrean jartzeak zera ekarri du: ikus-entzunezko ikuskizunen, kontzertuen eta emanaldien Balio Erantsiaren gaineko Zerga (BEZ) % 8tik % 21era igotzea. Aldaketa bikoitz baten ondorio da hori: BEZ murriztuari lotutako produktua izateari uzten dio (orduraino % 8 zen, eta 2012ko irailetik aurrera % 10), eta BEZ orokorra duen produktua izatera igarotzen da (orduraino % 18 zen, eta 2012ko irailetik aurrera % 21). Kultura-kontsumoaren gaineko zerga-neurri horren eragina dagoeneko egiaztatuta dago, eta frogatu da kontsumoan nahiz industrian eragina izan duela<sup>3</sup>. Kontsumoaren gaineko karga bat denez eta herritar guztiak kulturaren balizko kontsumitzailetzat hartzen direnez, ondorioztatzen da kultura-produktu eta kultura-jardueri eragiten dien BEZaren aldaketek eragin unibertsala dutela. Erkidego bateko gobernu batek jarduteko tarte txikia du gai horri dagokionez, baina hainbat erkidegok, adibidez Extremadurak eta Andaluziak, dagoeneko adierazi dute horri lotutako neurriak aztertzen ari direla.
- **Kultura Klubak eta Kultura Txartelak.** Politika horien helburua kultura-klub batean sartzea eta/edo deskontu eskusiboak eskaintzen dituzten kultura-eskaintza eta kultura-zerbitzuak eskuratzeko txartel bat lortzeko aukera ematea da. Unibertsaltasun horren ideia edo abiapuntua da edozein pertsonak txartela lor dezakeela edo klubean sar daitekeela (doako erduekin eta atxikitzeagatik ordainketako erduekin). Kulturaren sektorearen inplikazioa eskatzen du, eskaini beharreko deskontuak bere gain hartzen dituelako eta produktua eta horren abantailak ezagutarazteko zabalkunde handia egin behar duelako. Horrelako politikek dagoeneko kultura kontsumitzen duen jendearen interesa pizten dute, eta eskaintzei, deskontuei eta eskaintzari buruzko informazioari esker kontsumoa hazi edo kostua murriztu egiten dute.

## Izaera espezifiko politikak

- **Bideratutako txekearen politikak.** Txeke unibertsalaren politiken ezaugarri berdinak dituzten txeke-politika espezifikoak daude, kolektibo jakin batzuei zuzenduta daudenak, normalki gazteei. Hau da, bonu osagarriak edo osagarriak ez direnak eskaintzen dira, kolektibo jakin batzuek kultura-kontsumoan gastua egin dezaten. Hedatuenak daudenak gizarteko gazte-kolektiboari zuzenduta daudenak dira, izan ere, batetik, gazte horien kultura-kontsumoari lotutako kezka politikoa dagoelako, eta bestetik, adina argi eta garbi identifika daitekeen aldagaita delako eta teknikoki ez duelako arazorik sortzen.

<sup>3</sup> [http://www.sgae.es/recursos/boletines/2013/InfoSGAE\\_numero5/Dictamen\\_Impacto\\_real\\_del\\_aumento\\_del\\_IVA\\_en\\_el\\_sector\\_de\\_las\\_Artes\\_Escenicas.pdf](http://www.sgae.es/recursos/boletines/2013/InfoSGAE_numero5/Dictamen_Impacto_real_del_aumento_del_IVA_en_el_sector_de_las_Artes_Escenicas.pdf)

Hala eta guztiz ere, beren gizarte-egoerari lotutako iristeko oztopoak dituzten gizarte-kolektiboei zuzendutako txeke-politikak garatu nahi badira, identifikatzeko zailtasuna areagotu egiten da.

- **Prezio-politikak.** PKolektibo jakin batzuei (gazteak, erretiratuak, langabetuak, familia ugariak edo guraso bakarrekoak, eta abar) prezio murriztuarekin eskaintzen zaizkien kultura-produktuak dira. Ekimen horietan, deskontuen eta erraztasunen bitartez, kultura-produktuak eskaintzen dituzten agenteak oztopo ekonomikoen ondorioz produktura iristen ez den kontsumitzaile-profil jakin baten irisgarritasuna errazten saiatzen dira. Politika hori, era berean, beste hainbat kasutan erabiltzen da ez soilik oztopo ekonomikoa murrizteko, baizik eta interesatzen den targetari merkataritza-mezu bat bidaltzeko, eta deskontuak dira eskaintza erakargarriago bihurtzeko moduetako bat.
- **Kolektibo espezifikoetarako bideratutako irisgarritasun-politikak.** Zailtasun handiagoa duten kolektiboen irisgarritasuna errazteko garatzen diren politikak dira. Arrazoi bat edo bestea dela medio kultura-kontsumora iristen ez diren kolektibo espezifikoengana kultura-eskaintza hurbildu nahi duten programa espezifikoak dira. Politika-tipologia horren barruan programa ugari aurki daitezke, adibidez dagoen eskaintzara iristeko programak edota eskaintza kolektibo desberdinen premietara egokitzeko programak.

Politika unibertsaleko eta espezifikoeko ereduaren sailkapen hori, lehen adierazi den bezala, ez da mailaketa dikotomiko bat. Eskariaren aktibazioa eta kulturarako irisgarritasuna kultura arduradun publikoen agenda politikoaren barne daudenean, ohikoena da helburu propioak eta elkarren artean osagarriak diren helburuak dituzten ekimenen konbinazioa ikustea.

### 1.3. Ezkutuko eskariaren aktibazioa: iristeko oztopoen arazoa

Kultura-kontsumoa handitzera bideratutako kultura-politika guztien abiapuntua zera da, ezkutuko eskari bat dagoela, eta eskari hori aktibatu egin behar dela kontsumorako nahiz kultura-partaidetzarako irisgarritasun berdintzailea errazteko. Aniztasun handiko ezkutuko eskaria da, inolako kultura-kontsumoko mailarik ez duten pertsonetatik hasi eta kultura-kontsumo maila desberdinak izan arren irisgarritasun hori erraztuz gero kontsumo handiagoa izango zuketuen pertsonekin amaituz.

Honako hau da kontua: Zerk oztopatzen du eskariaren aktibazioa (edo aktibazio handiagoa)? Erantzuna seguru aski oso konplexua da, baina literatura espezializatuan eta praktika politikoan iristeko oztopoak edo zailtasunak aipatzen dituzten hainbat erantzun aurki daitezke. Normalki, honako hauek aipatu ohi dira<sup>4</sup>:

#### Hezkuntzako

Kultura-ohitura eta kultura-kontsumoko inkesta guztiek adierazten dute hezkuntza-mailan kultura-irisgarritasun eta kultura-praktika maila interpretatzeko funtsezko gakoa dela: ikasketa-maila txikiagoa den heinean kultura-kontsumoa ere txikiagoa da. Beraz, ondorioztatzen da prestakuntza-mailak kulturara iristeko oztopo gisa diharduela.

#### Geografikoa

Bizilekuen eta kultura-eskaintzaren zatirik handiena egiten den guneen artean dagoen distantzia, hala denborari nola espazioari dagokienez, iristeko oztopo bat izan daiteke.

#### Ekonomikoa

Pertsonen gastatzeko duten ahalmenak, maila jakin batetik aurrera, kultura-proposamenera iristeko aukera mugatu egiten du.

#### Bizitza-zikloa

Bizitzaren etapa desberdinetan (haurtzarotik zahartzarora), interesak eta kulturara iristeko ahalmena aldatu egiten dira. Egindako azterlan gehienetan, adina da kultura-kontsumora iristeko maila azaltzen duen aldagaietako bat, baina bizitza-zikloa aldagaia erabakigarriagoa da.

---

<sup>4</sup> Saillapen hau kultura-politiken ebaluaziorako gidan (FEMP, 2009) eskaintzen den saillapenean eta "Principis i Criteris per a l'acció cultural. Una aproximació des de l'Agenda 21 de la Cultura" (ICC Consultors, 2007) azterlanean oinarritzen da.

## Fisikoa eta/edo zentzumenezkoa

Mugikortasun mugatua edo zentzumen-arazoak dituzten pertsonak kulturara iristeko zailtasun handiagoa dute eskaintza hori beren egoerara behar bezala egokituta ez badago.

## Psikologikoa

Pertsona asko kulturara ez hurbiltzeko eta hainbat kontsumo ez egiteko arrazoietakoa bat geure burua baztertzea da. «Hau ez da niretzat egina» ideia dute abiapuntu. Elebidunak diren komunitateetan hizkuntzaren faktoreak ere eragin handia du oztopo horretan. Segun eta zer hizkuntzatan egiten den jardueren publizitatea, publikoaren zati bat ez da publizitate horren hartzaile sentitzen.

## Gizarte-ingurunea

Gizarte-ingurune jakin baten barruan egoteak kultura-kontsumoa piztu edo desagerrarazi egin dezake. Gizarte-ingurune jakin batzuetan, harreman-mekanismoen parte den kontsumo-ohitura bat dago, eta beste ingurune batzuetan ez da hori gertatzen.

## Prestigioa

Hainbat autorek adierazten dute kultura-kontsumoak imaginario kolektiboan izan duen prestigio-galera kulturara iristeko oztopo bat dela. Egia esan, kultura-kontsumoaren maila handia gizarte-mugikortasuneko faktore bati lotu izan zaio denbora askoan. Izan ere, prestigio horretan eta kolektibo jakin baten (kultura kontsumitzen duena) zati izatean oinarritzen diren politikak egon badaude oraindik.

## Informazioa

Informaziorako irisgarritasuna funtsezkoa da egun dagoen kultura-eskaintza ezagutzeko eta bertara iritsi ahal izateko. Informazio horretarako irisgarritasuna informazio hori hautatzeko gaitasuna bezain garrantzitsua da.

## Denbora

Lanaren (ordaindua eta ez ordaindua) guztizko zamari lotutako denbora-desberdintasuna deitutakoak kulturara iristeko orduan desberdintasunak sortzen ditu.

Ondorengo irudian, eskaintza-politiketarik eta eskari-politiketarik iristeko oztopoei ematen zaizkien erantzun ohikoenen sistematizazioa egiten da, eta era berean unibertsalak direnak eta publiko espezifiko bati bideratuta daudenak bereizten dira.

1. irudia. **Kulturara iristeko oztopoak eta erantzun politikoak**

Oztopoa	Erantzunak eskaintzatik	Erantzunak eskaritik
Hezkuntzako	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programazioak maila desberdinetara egokitzea (batez ere eskola-publikoan eta familia-publikoan dago esperientzia).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Publikoen prestakuntza (hala eskolakoa nola beste kolektibo batzuei zuzendutako programak).</li> <li>Trebetasun artistikoen prestakuntza (arautua eta arautu gabea).</li> <li>Ñabardura kultura-adierazpenetan jartzen duen hezkuntza-politika.</li> </ul>
Geografikoa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kultura-ekipamenduak hedatzeko politikak (lurraldean kultura-ekipamenduen plangintza egitea).</li> <li>Kultura-zirkuituak (lurraldeko leku desberdinetan programazio birakariak egitea).</li> <li>Mugikortasun-politikak (kultura-eskaintzara egokitutako ordutegiak eta/edo garraio publikoko lineak. Deskontuak aparkaleku-zerbitzuetan).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>«Espedizio» kolektiboak antolatzea kultura-jardueretara joateko.</li> </ul>
Ekonomikoa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kultura-eskaintzarako diruz lagundutako prezioen politikak.</li> <li>Kostua murriztuz irisgarritasuna errazten duten zerga-politikak. Zeharo murrizturiko BEZ kulturala.</li> <li>Kolektibo desberdinetara bideratutako kultura-produktuen prezioan deskontuak egiteko politikak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gizarte-ahuleziako egoeran (arazo ekonomikoengatik) dauden kolektiboentzako programak.</li> <li>Beka-politikak, prestakuntza-programetarako irisgarritasuna errazteko.</li> </ul>
Bizitza-zikloa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adin-taldeei espezifikoki bideratutako programazioak (batez ere haurrei).</li> <li>Adin-taldeei bideratutako deskontu-politikak (gazte-txartela, erretiratu-txartela, eta abar).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txeke-politikak (kultura-kontsumoan gastatzeko bonuen eskaintza, adin jakin batzuetako kolektiboek zuzendua).</li> </ul>
Fisikoa eta/edo zentzumenezkoa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oztopo arkitektonikoak kentzea.</li> <li>Kultura-eskaintza egokitzea zentzumenezko arazoak gainditzeko (zeinu-hizkuntza, braille-testuak, eta abar).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kolektibo espezifikoein lan egitea: kultura-jardueretara eta trebetasun artistikoak bultzatzeko tailerretara bertaratzeko programak.</li> </ul>

Oztopoa	Erantzunak eskaintzatik	Erantzunak eskaritik
Psikologikoa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programazioak deslokalizatzea, irisgarriagoak diren inguruneetan egiteko.</li> <li>• Hizkuntza-oztopoak desegiten dituzten euskarriak.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kultura-kontsumoetan lehen esperientziak erraztea, aurreiritziak desegiteko.</li> </ul>
Gizarte-ingurunea	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eskaintza soziokulturalak konbinatzen dituzten hurbiltasun-ekipamenduak, kulturarako irisgarritasun erraza ahalbidetuz eta jakintza-sare berriak sortuz.</li> <li>• Familia-publikorako programazioak, zeinetan helburua batez ere familia eta harreman-sare berriak egitea den, eta ez soilik haur-publikoa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eskaintza jakin batzuetara hurbiltzeko interesa izan dezaketen kolektiboak atzematen dituzten kultura-bitartekariak.</li> </ul>
Prestigioa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eskaintzen eksklusibotasunean ñabardura jartzen duten politikak.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kultura-klubak. Kultura kontsumitzen duen talde batekoa izatearen ideia zabaltzen dute. Prestigioa ematen du.</li> <li>• Publikoak leial egiteko politikak, kultura-erakundeei lotutako elkarteen bitartez.</li> </ul>
Informazioa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informazio- edo publizitate-kanpainak.</li> <li>• Informazio-mezuak segmentatzeko estrategiak.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komunikazio horizontaleko eta 2.0 elkarreragineko estrategiak.</li> </ul>
Denbora	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordutegiak egokitzeko politikak.</li> </ul>	

Iturria: egileak egina.

OHARRA: Letra urdinean politika unibertsalak, eta letra grisean politika espezifikoak.

## 1.4. Kultura-kontsumoa sustatzeko politiken joerak European

Kulturarako irisgarritasuna eta kultura-kontsumoa bizkortzearen gaia Europako erakunde eta organismo askok aztertu dute. Kontsultatu ditugun azterlanen artean *European Expert Network on Culture*<sup>5</sup> eta *Expert Group on Better Access and Wider Participation in Culture*<sup>6</sup> taldeek egindakoak nabarmentzen dira, eta kultura-eskarira iristeko eta eskari hori aktibatzekeo politika desberdinak aztertzen dituzte. Azterlan sakonak dira, kulturara iristeko politiken adibide praktikoak jartzen dituztenak, eta bertan honako hau azpimarratzen da:

*European Expert Network on Culture: Audience building and the future Creative Europe Programme by Anne Bamford and Michael Wimmer January 2012*

Azterlan horrek 28 esperientzia eta 12 estatu kide aztertzen ditu, eta publikoaren erakarpenaren kalitatean eta esparru horretan erabiltzen diren estrategietan eragina duten faktoreen artean honako hauek azpimarratzen ditu:

- **Hezkuntza:** Europa osoan hainbat programa daude gazteei kultura profesionala erakusteko, era horretan publikoa eraikiz. Askotan erakunde indibidualek egiten dituzte, praktiken elkartruke mugatuarekin edo erakundeen babesarekin.
- **Hedapena eta irisgarritasuna:** azterlan horretan bildutako erakunde gehienek jarduera-programak zituzten, ordezkaritza txikia duten publiko-taldeen artean publikoen irisgarritasuna sustatzeko.
- **Aliantzak:** Beste sektore batzuekin (industria, hezkuntza, eta abar) elkartuta lan egiten duten hainbat erakunde aurkitu dira; publikoa areagotzeko eta era berean euren egokitasuna eta iraunkortasuna handitzeko egiten dute elkarlan hori. Estrategia horiek aztertzen jarraitzeko premia dagoela dirudi.

<sup>5</sup> <http://ec.europa.eu/culture/events/documents/workplan-2011-14.pdf>

<sup>6</sup> [http://ec.europa.eu/culture/events/documents/audience-delpmt-report\\_eenc.pdf](http://ec.europa.eu/culture/events/documents/audience-delpmt-report_eenc.pdf)

- **Erabiltzailearekiko konpromisoa:** sorkuntzakidetzarako eta erabiltzaileak sortutako edukirako joera dago munduan, teknologia digitalei esker, eta publikoak/erabiltzaileak sorkuntza- eta produkzio-prozesuetan parte hartzen du. Erabiltzaileen parte-hartzea, era berean boluntariora eta kontsulta barne hartuz, eraginkortasunez erabili da kasu-azterketa jakin batzuetan.
- **Audientziaren segmentazioa:** erakunde gehienak audientzia-segmentu espezifikoek bitartez erakundearen irismena handitzeko ahaleginak egiten ari dira aktiboki, haurrak, gazteak, emakumeak, ezinduak eta gutxiengoak barne hartuz.
- **Prezioa:** hainbat segmenturentzat artea kontsumitzeko garaiaren prezioak oztopo bat izan daitezkeenez, arteak eta kultura irigarriagoak egiteak zenbaitetan pizgarri eta salmenta-estrategia berritzaileagoak diseinatzea ekar dezake.
- **Geografia:** hiri handien barruan ere, garraio-kostuek edo zailtasunek eragina izan dezakete kultura parte-hartzean. Ez-publikoaren jakintza eta interesak sustatzeko ezinbestekoa da komunitatearen bizitzak artea barne hartzea, artea pertsonengana hurbiltzea, eta ez alderantziz.

Europar publiko berriei buruzko estrategiak garatzeko hainbat esku-hartze mota ere adierazten ditu azterlanak:

- **Komunikazioa eta komunikabideak:** barne hartutako erakunde gehienek hainbat bitarteko birtualen (gizarte-sareak, komunikazio mugikorren teknologiak, Interneteko guneak eta abar) eta tradizionalen erabilera zabala egiten dute publiko berriari komunikatzeko. Hainbat erakundeek «enbaxadore» eskemak eragiten dituzte publikoak garatzeko beste estrategia batzuetan.
- **Ikerketa eta datuak:** audientzien eta publikoen datu fidagarri eta osatu gutxi daude, publikoaren zaletasunen eta informazioa kontsumitzeko kanalen azterketa esanguratsu bat egin ahal izateko. Beharrezkoa da ikerketa sakontzeko, eta era berean ikerketaren datu horiek publikoak garatzeko programa berritzaileagoak ezartzeko erabiltzeko ikerketa-datuak nazioz gairik mailan konparatu ahal izateko. Hainbat adibide esanguratsu aurkitu dira eta azterlanean aurkezten dira.
- **Ahalmena sortzea:** Europako arte-erakunde gehienek marketinean inbertitzeko duten maila nahiko txikia da. Arte-talde desberdinen marketin-ahalegin sakabanatuak sendotzeko espazioa ere badago, ikuspegi integratuarekin inpaktu handiagoa lortzeko xedez. Trebakuntza handiagoa eskatzen da artistentzat eta arte-erakundeentzat audientzia, marketina, bezeroekiko harremanen kudeaketa eta teknologiaren aplikazioa ikertzeko arloetan.

- **Baliabideak eta finantzaketa:** arte-erakundeek ez dituzte partidak esleitzen ikerketan, marketinean eta bezeroekiko harremanen kudeaketan inbertitzeko. Berrikuspen hau egin den bitartean oso zaila izan da langileei eta publikoen garapenera bideratutako finantzaketari buruzko zifrak lortzea. Ikerketa gehiagoren beharra da esparru horretan.
- **Egiturak eta erantzukizunak:** lidergoa dutenek publikoen garapenari ematen dioten garrantzia funtsezkoa da publiko aktiboak garatzeko estrategiak zein mailatan gauzatuko diren erabakitzeke. Askotan, esparru horretan egiten diren jarduerak marjinalak izaten jarraitzen dute erakundearen barruan. Ebidentziak ere iradokitzen du programazioan egindako aldaketak kritikoak izan daitezkeela gai horretan.

Azkenik, gomendioei dagokienez, honako hauek interesgarriak izan daitezke azterlan honetarako:

#### **Estatuko, eskualdeko eta tokiko agintarientzako gomendioak**

- Gobernu-politikak, arauak, erregelamenduak eta praktikak berrikusi egin behar dira, «atalase baxuko» arte-jarduerak baino «aire libreko» arte-jarduera gehiago errazteko.
- Kultura-erakundeetan publikoen garapenerako ereduak proiektu pilotuak (laborategiak) bultzatu eta motibatu egin behar dira, eta horrek arte-produkzioaren eta arte-harreraren arteko harreman berria eta orekatuagoa dakar.
- Haurrentzat, ikasleentzat, helduentzat eta ezinduentzako museotarako doako sarrerak jartzea kontuan izan behar da.

#### **Estatuko, eskualdeko eta tokiko agintarientzako eta kultura-erakundeentzako gomendioak**

- Publikoen garapenaz arduratzen diren funtzionarioei trebakuntza eskaintzea (enpresa-, soziologia- eta komunikazio-alderdiak barne).
- Kultura-erakundeetan «audientzia-administratzaileak» izendatzea (kulturen arteko elkarrizketaren esparruko «aniztasun-kudeatzaileen» antzera), kultura-erakundeen barnean publikoen garapenaren sustapena ahalbidetzeko.
- Kultura-erakundeen eta turismo sektorearen arteko lankidetzak indartu egin behar da.

#### ***Policies and good practices in the public arts and in cultural institutions to promote better access to and wider participation in culture***

*Report produced by the working group of EU member states experts (open method of coordination) better access and wider participation in culture.*

Lan Taldeak kulturarako irisgarritasunaren hobekuntzari eta parte-hartze handiagoari buruz egin zuen lanaren emaitza da txosten hori; hogeita lau adituko taldea zen eta 2011ko hasieran hasi zen lanean Kulturako Europako Agenda inplementatzen duen Kultura Kontseiluaren 2011-2014 Lan Planaren esparruan. Taldeak landu zituen gai nagusiak kultura-erakundeek garatutako politiken eta ekimenen adibideekin aurkeztu ziren. Lan-talde horren ondorioak bereziki interesgarriak dira txosten honetarako:

- Kulturarako irisgarritasuna eta parte-hartzea handitzeko arazoa aspaldidanik eztabaidatu da hainbat herrialdetan, baina beste herrialde batzuetan nahiko berria da. Beraz, Europa eta estatu mailan esperientziak elkartrukatzeko plataforma bat garatzea oso onuragarria izango litzateke.
- Kulturarako irisgarritasuna handitzeko neurrien atzean dauden agendak askotarikoak izan daitezke, baina denak dira bidezkoak. Horien jatorria izan daiteke finantzaketa publikoak herritarren zati handi baten onurarako izatea bermatzeko borondatea, edo gizarteratzearekin eta gizarte-konpromisoarekin lotutako kontsiderazioak, edota erabiltzaile kopuruari eusteko edo handitzeko premia soila (audientziaren profilaren egoera sozioekonomikoa aldatzea beharrezkoa izan gabe). Ezinbestekoa da, beraz, argi izatea zergatik ari diren diseinatzen irisgarritasuna garatzeko neurriak. Irisgarritasuna handitzeko neurriak aurreikusita izateko arrazoiak argi izatea lagungarria izan daiteke estrategia eraginkorrak diseinatzeko, eta ezinbestekoa da emaitzen ebaluazioan.
- Irisgarritasunerako ikuspegi estrategikoak kate osoa barne hartu behar du: helburuen identifikazioa - erabiltzaileen ohituren eta kultura-eskaintza ez erabiltzeko arrazoi azterketa - diseinua eta egikaritzapena - jarraipena - ebaluazioa.
- Audientzien azterketa osatu batean egokiena izango litzateke erabiltzaileak ez direnei ere aplikatzea, hori erronka bat izan daitekeen arren. Ez-erabiltzaileei zuzentzeak tokiko bitartekariekin lan egitea eska dezake. Ez-erabiltzaileen premien azterketak praktiken berrikuspen sakona ahalbidetu dezake, lortu nahi den helburuaren arabera.
- Gazteen kultura-kontsumorako ereduak bereziki interesgarriak dira azterketan. Inkestek eta ikerketek adierazten dute gazteak kultura-produkzioan (musika, zinea, eta abar) oso interesatuta daudela, baina kultura-erakundeen publikoan ez daudela behar adina ordezkaturik. Kultura-kontsumoaren eredu berrien azterketa funtsezkoa izan daiteke kultura-erakundeen iraunkortasunerako.
- Aliantzak funtsezkoak dira. Neurriak hobeto diseinatu daitezke parte-hartze prozesu baten bitartez, balizko audientzien edo publikoaren kontsulta baten bitartez. Adibidez, ezinduak ordezkatzeko dituzten erakundeekin lankidetzan jardutea funtsezkoa da irisgarritasun-arazoei eta beste arazo batzuei eraginkortasunez erantzun ahal izateko.

- Oztopo ekonomikoei dagokienez, esperientzia guztiek ondorio berdinak ematen dituzte. Oztopo ekonomikoak ezabatzea, doako sarrerak eskainiz, helburuko publikoaren interes espezifikoak edo premiak barne hartzen dituzten beste neurri batzuk gaineratzen badira bakarrik izango da eraginkorra.
- Irisgarritasunerako oztopo fisikoak edo ekonomikoak ezabatzea garrantzitsua den arren, askotan ez da nahikoa hainbat aurrekari sozioekonomiko edo adin (adibidez gazteak) dituen publikoa erakartzeko. Irisgarritasunaren eta parte-hartzearen gaia badirudi eskarian dagoela kokatuta, eta ez hainbeste eskaintzan. Eta beraz, eskariari laguntzea funtsezko zeregina da kultura-kudeaketarako.
- Kultura-hezkuntzak zeregin garrantzitsua du eskari horren sorkuntzan. Batetik, kultura-erakundeek beren iraunkortasunerako jarduera nagusi eta funtsezkotzat jo behar dute hezkuntza. Bestetik, kulturak garapen pertsonalerako eta sormenerako duen funtsezko garrantzia kontuan izanik, arte- eta kultura-hezkuntza eskola mota guztietako ikasketan planetan barne hartu behar da, lanbide-heziketako eskolak barne.
- Hezkuntzaren bitartez egin daitekeenaz gain, kultura-erakundeentzako funtsezko erronka izan daiteke komunitate desberdinen premia eta interesekin duten lotura. Kultura-zerbitzuak berriro interpretatzea edo birkokatzea ekar dezake horrek. Hori egiteak ikuspegi orokorra eta erakundeen agintea berrikustea dakar, eta era berean kontratazioko eta barne-antolamenduko politikak berrikustea ekar dezake. Ikuspegi hori sakonena eta etorkizun handikoena izan daiteke inpaktuari dagokionez, baina era berean konplexuena izan daiteke definitzeko eta egikaritzeko garaian. Funtsezko galderak honako hauek dira: nola definitu behar den garrantzia, eta nork erabaki behar duen zer den garrantzitsua norentzat.
- Konplexuak direnez, irisgarritasuna hobetzera bideratutako ekimenek arte-erakundearen «jabetzakoak» badira baino ezin dezakete arrakasta izan, ez badira behintzat ekimen horiek finantzatzen dituzten agintarien inposaketa gisa ikusi nahi. Beraz, funtsezkoa da agintariek eta finantzatzen dituzten erakundeek ekimen horiek eztabaidatzea eta partekatzea.
- Irisgarritasunaren garapenari buruzko lan sakon batek epe luzerako babes publikoa izan behar du (proiektuek luzarorako izan behar dute, erakundearen barruan kultura-aldaketa bat gauzatu nahi bada). Bereziki, kulturarako irisgarritasunaren ikuspegia erakundearen sartzeko, langileen prestakuntzan inbertsio garrantzitsua egin behar da. Langileek esperientzia izan behar dute eta hori kapitalizatu egin behar da, eta kultura-erakundearen artean sareak sortzea lagungarria izan daiteke esperientzia hori hobetzeko eta balioa emateko.

2.

Kultura-eskaria aktibatzeke politikak EAEn.  
Ebaluazioa eta erreferentziazko esperientziak

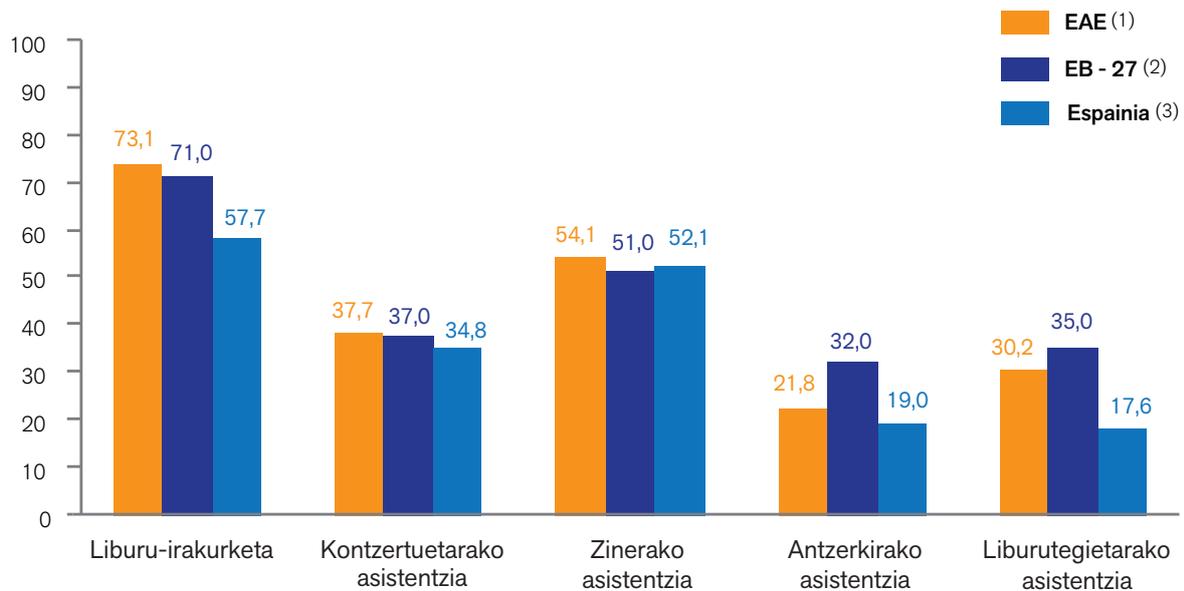


## 2.1. Kultura-kontsumoa EAEn

EAEko kultura-kontsumoaren maila Estatuarekin eta Europarekin konparatzeko duela gutxiko daturik ez dagoen arren, Kulturaren Euskal Behatokiak 2008an argitaratutako datuak erreferentzia gisa har daitezke.

Oro har esan daiteke EAEko kultura-kontsumoa Europako batez bestekoaren antzekoagoa dela Estatuko datuena baino. Azpimarratzekoa da antzerkirako asistentzia Europako asistentzia baino askoz txikiagoa dela, eta liburutegietarako asistentzia ere txikiagoa dela.

### 2. irudia. **Kultura-praktika eta kultura-kontsumoko adierazleen konparazioa. EAE, Espainia eta Europa. Azken urtean jarduera egin duten pertsonak. Ehunekoak**



(1) Iturria: Euskal Autonomia Erkidegoan kulturari lotutako ohitura, praktika eta kontsumoaren inkesta, 2007-2008. Kulturaren Euskal Behatokia.

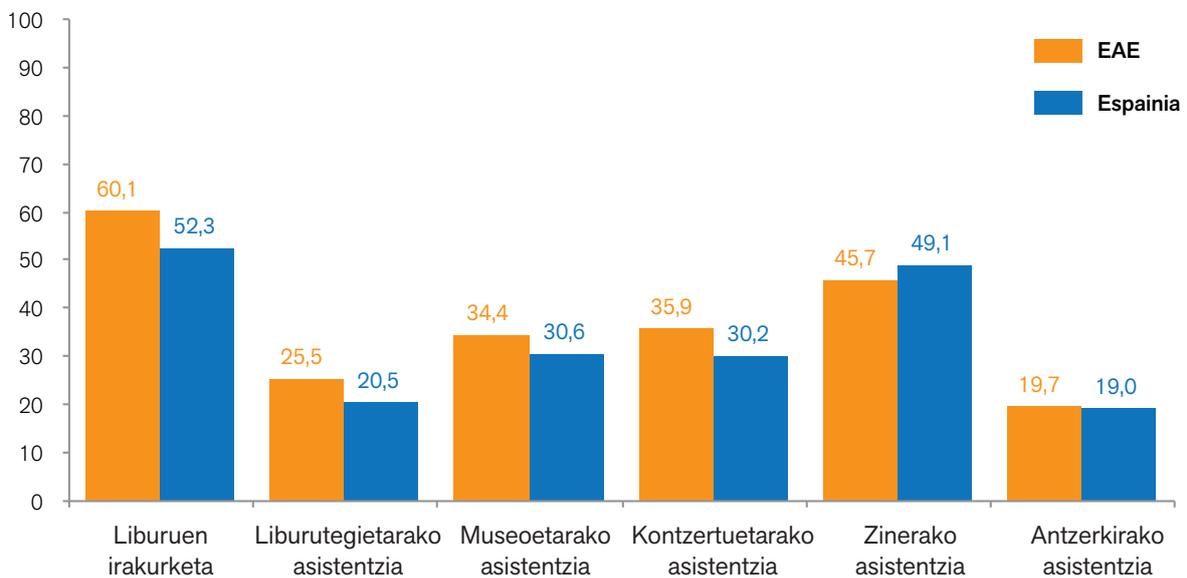
(2) Iturria: Eurobarometroa 67.1, Eurostat, 2007.

(3) Iturria: Espainiako kultura-ohitura eta -praktiken inkesta, 2006-2007. Kultura Ministerioa.

Espainiarekin konparatzeko datu berriagoak egon badaude. Ikus daitekeenez, EAEko kultura-kontsumoaren maila nabarmen handiagoa da estatuko batez bestekoa baino, zinerako asistentzia izan ezik.

3. irudia. **Kultura-praktika eta kultura-kontsumoko adierazleen konparazioa. EAE eta Espainia. Azken urtean jarduera egin duten pertsonak. Ehunekoak**

2011



Iturria: Espainiako kultura-ohitura eta kultura-praktiken inkesta, 2011. Kultura Ministerioa.

Datuen arabera ondorio bakarra atera daiteke: batetik, beti da gomendagarria kultura-kontsumo handiagoa egitea, aberaste pertsonala eta kolektiboa dakarrelako; bestetik, kontuan izan behar da EAEko kultura-kontsumoaren maila Europako batez bestekoaren antzekoa dela, eta beraz kontsumoaren gaia ez da arazo bihurtu behar, baina pizgarriak eman behar zaizkio.

## 2.2. Garatutako esperientzien konparazio-azterketa

Kultura-kontsumoa handitzeko eta, handitze horren bitartez kultura-industrien sendotzea eta hazkundera bultzatzeko kezka EAEko agenda politikoan bilduta dago. Esparru horretan, azken urteotan garatu diren bi esperientzia enblematikoenak Kultura Bonua eta KulturTick kultura-kluba dira. Bi kasuetan, horien inpaktuak denboraren poderiozko kultura-kontsumoaren kontsolidazioari buruzko eztabaida sortu du. Beste lurralde batzuetan garatutako esperientziekin konparazioa egitea lagungarria izan daiteke proiektu propioak aztertzeke eta kultura-eskaintza aktibatu eta handitzeko politikak hobetzeko.

### Lehen esperientzia: Kultura Bonua

EKultura Bonua Eusko Jaurlaritzaren ekimen bat izan zen, gabonetan kultura-kontsumo handiagoa sustatzeko helburuarekin. Sistema hori, bonuekin izandako beste esperientzia batzuk bezala, kontsumitzaileek ekarpen publiko batetik abiatuz gastatutako dirua biderkatzea da.

Programa horrekin, Eusko Jaurlaritzaren Kultura sailak kultura-produktuen erosketa diruz laguntzen zuen. Kultura-bonuak (40.000 izan ziren 2012a) finantza-erakunde baten bitartez jartzen ziren salgai 25 euroko prezioan, eta eramaileari 40 euroko balioa ematen zioten liburuak eta musika-euskarriak eskuratzeko, baita museo eta zuzeneko ikuskizunetarako eta beste zenbait kultura-ekitaldietarako sarrerak ere, kanpaina horri atxikitako establezimendu-sarean. Bonu bakoitzeko 15 euroko diferentzia Eusko Jaurlaritzak jartzen zuen, eta horrek 2012. urtean 600.000 euroko kostua ekarri zuen. Kanpaina horretan bonuak programari atxikitako establezimenduetan 2012ko abenduaren 10etik 2013ko urtarrilaren 18ra arte bakarrik erabili ahal izan ziren.

Bonuak arrakasta handia izan zuen edizio guztietan eskariari dagokionez, baina hainbat zalantza sortu dira sistema horren eraginkortasunari buruz, batez ere kultura-eskaintza handitzeko eta industria modu estrukturalen biziberritzeko (kontsumoaren bitartez) gai izango ote den jakiteko.

Eskariaren aldetik, esperientziaren bitartez ikusi da kultura-bonuaren eroslearen profila kulturaren ohiko kontsumitzailearen profilaren berdina dela, eta beraz, ezin da kulturaren demokratizatorako neurri argi bezala hartu. Eskaintzaren aldetik, kontsumoa handitzeak euskal kultura-industrien diru-sarrerak hobetzea ekartzen duen arren, neurri puntual mota horrek eragin koiunturala du, eta ez du eragina industria horretan egin behar den birmoldaketa, modernizazio eta kontsolidazioan.

Esperientziak aztertuta ikus daiteke neurri mota horiek, beste lurralde batzuetan garatzen direnean, publiko jakin batera bideratuta daudela, eta publiko horren gainean ekintza espezifiko bat egin nahi dela bere irisgarritasuna errazteko, eta era berean neurri horiek iraunkorrak izan ohi direla, denbora-esparru jakin batean kokatu gabe. Ildo horretan, erreferente nagusietako bat Herbehereetako **Cultural Youth Passport**<sup>7</sup> deitutakoa da: 30 urtetik beherakoek deskontuak izaten dituzte antzoki, zine, museo eta kontzertuetarako sarreretan eta baita DVDak, aldizkariak, arropa, bidaiak eta osasun-aseguruak erosteko ere. Pasaporte horrek urtean 15 euroko kostua du eta ideia zera da, kostu txikiak kulturaren sektorean gazteen parte-hartzea bultzatzeko lagungarriak izatea.

Hala eta guztiz ere, estatu-mailan aitzindaria izan den esperientzietako batek, **Andaluziako Erkidegoko Kultura Bonuak**, ez du jarraitutasunik izan. 60 euroko balioa zuen taloitegia zen, zegokion urteko urtarrilaren 1etik aurrera 18 urte betetzen zituzten gazte guztiek jasotzen zutena. Webgune espezifiko batean eta Facebook-eko beste batean eskuragarri zegoen Kultura Eskaintzako Katalogo batean eskainitako produktu edo zerbitzuekin truka zitezkeen bonuak biltzen zituen taloitegiak.

Duela gutxi Kataluniako Generalitateko Gobernuak proiektu berri bat kaleratu du, «**Escena 25**» deitutakoa, 2013ko urrian 18 eta 25 urte bitarteko pertsoneri webean<sup>8</sup> izena ematen dutenean aukera emango diena ikuskizunen batera (antzerkia, dantza, zirkua edo musika) dohainik joateko, 25 euroko gehieneko mugarekin. Funtzioak gehiago balio baldin bada, diferentzia ordaindu beharko dute, eta kostua txikiagoa bada beste ikuskizun bat aukeratu ahal izango dute 25 euroko zenbatekoa osatu arte. Kultura Sailak bultzatu duen ekimen horretan Katalunia osoko 70 antzoki, auditorio eta kontzertu-areto bildu dira. Gobernuak adierazi du kanpaina hori egin duela gazteen artean kultura-kontsumoari pizgarriak eman behar zaizkiolako.

Datozen urteotan gertutik azertu beharko den esperientzia bat **Brasilgo Bono Cultura**<sup>9</sup>, ekimena da; 2012ko irailean abiarazi zuten, eta Brasilgo 42 milioi langileak barne hartzen ditu. Aurreordainketako txartel magnetikoa da, herrialde osoan erabil daitekeena, hilero 50 errealeko (gutxi gorabehera 17 euro) zenbatekoarekin, eta txartela erabiltzen duen langileari aukera emango dio antzerkiera, zinera, museoetara, ikuskizunetara, kontzertuetara edota zirkura joateko edo bestela CDak, DVDak, liburuak, aldizkariak eta egunkariak erosteko edo alokatzeko. Eta musika-instrumentu bat erosi nahi dutenentzat edota kostu handiagoa duen kultura-programa bat egin nahi dutenentzat kreditua metagarria da eta ez du iraungipen-data edo mugaegunik. Enpresei zerga-pizgarri garrantzitsuak ematen zaizkie programa horretan sartzeko. Bonu hori, era berean, erabil daiteke arteko, ikus-entzunezkoen, dantzako, zirkuko, argazkigintzako, musikako, literaturako edo antzerkiko ikastaroetarako.

<sup>7</sup> [www.cjp.nl](http://www.cjp.nl)

<sup>8</sup> [www.escena25.cat](http://www.escena25.cat)

<sup>9</sup> <http://www.cultura.gov.br/valecultura>

Brasilgo proiektua, argi dago, ezin da konparatu gainerako esperientziekin, oso dimentsio handikoa delako. Edonola ere, eskaria aktibatzeke ekintzen kontsumoa pizteko ahalmenari buruzko gogoeta egin beharra dago. Brasilgoak bezalako proposamen integralek eta neurri handiko apustuek bakarrik al dute eskariarengan benetan eragina izateko ahalmena? Ekintza partzialek eskaria handitzea lortzen al dute edo lehendik eskatzen zutenei kostuak murrizten al dizkiete? Seguru aski, Brasilgo esperientziaren eragina aztertu ahal izan arte ezin izango dira ondorio garbiak atera gai horri buruz.

## Bigarren esperientzia: KulturTick kultura-kluba

KulturTICK kultura-kluba kultura-kontsumoa sustatzeko programa gisa planteatu zen, baina Kultura Bonuak ez bezala, denboran zehar jarraituko luke eta onuradunei nola industriari etekin handiagoak emango lizkieke. Tick-klubeko bazkideek abantailak lortzen dituzte sarrerak erosterakoan, adibidez deskontu iraunkorrak edota azken orduko deskontu puntualak edo zozketak. Gainera ekitaldiaren osagarri diren jarduerak eta abantailak eskaintzen dira, adibidez artistekin topatzea, kultura-ibilbideak, pack bereziak, eta abar. Proposamen eksklusiboak dira, soilik bazkideentzat. Bazkide modalitate desberdinak daude: adibidez, GAZTEtaTICK, 30 urtetik beherakoentzako kostua urtean 16 euro izanik eta BASIC bazkide baten abantaila guztiekin, azken horren bazkide-kostua 32 euro den arren. Abantaila gehien dituztenak PREMIUM bazkideak dira, urteko kostua 52 euro izanik.

Lehen hilabeteen balantzea egin ondoren ikusi da hasiera batean ezarri ziren helburuetatik urrun geratu dela, lehen lau urteetan 25.000 bazkide izatea espero baitzen proiektua Kultura Sailaren finantzaketarik gabe iraunkorra izan zedin. Izan ere, 2013ko datuen arabera mila bazkide inguru zeuden<sup>10</sup>. Kontuan izan behar da ereduazko esperientziak, zeinarekin aliantza estrategiko bat ezarrita dagoen, hau da, Kataluniako Generalitateko Kultura Sailak bultzatutako Club TR3SC esperientziak, 2007ko urtarrilean, 10 hilabeteko garapenaren ondoren, dagoeneko 10.000 bazkide zituela eta gaur egun 34.000 bazkideetik gora dituela (proiektuaren webgunean argitaratzen dutenaren arabera)<sup>11</sup>. Beraz, alde handia dago esperientzia baten eta bestearren inpaktuaren artean. Zerk azaltzen du alde hori? Hainbat alderdi izan daitezke egungo egoera azaltzeko:

- **Abiapuntua.** Club TR3SC delakoa 2006an sortu zen eta orduan zegoen ekimen bat (*club Teatre*) xurgatu zuen, 7.000 bazkiderekin; beraz, oinarri egokia zen proiektua horizontalki zabaltzeko.
- **Proiektua abian jartzen den testuingurua.** Club TR3SC zabalkunde ekonomikoko eta kultura-eskariaren hazkundeko testuinguru batean sortu zen, eta KulturTICK, ordea,

<sup>10</sup> <http://www.parlamento.euskadi.net/irud/10/00/005702.pdf>

<sup>11</sup> <http://www.tresc.cat/>

krisi ekonomikoko eta kultura-eskaintza oro har gutxitu egin deneko garai batean. Abian jartzeko unea garrantzitsua da, izan ere, gaur egun TR3SC kontsolidatuta dago, bazkideek txartela berri egiten baitute aukeraketa justifikatzeko elementu nahikoak dituztelako, esperientzia dutelako eta abantailak aprobetxatu dituztelako. KulturTICK, ordea, produktu berria da, EAEko herritarren artean kultura-kontsumoaren «kulturan» txertatuta ez dagoena. Errazagoa da berritzea bazkide berriak erakartzea baino, eta are gehiago egungo testuinguruan.

- Era berean, beste arrazoietako bat **bi lurraldeetako biztanle-dimentsio eta biztanle-egitura desberdina** izan daiteke. Kontuan izan behar da EAEko metropoli-area nagusia Bilbo dela, 1,15 milioi biztanlerekin, eta Bartzelonakoa, berriz, 3,24 milioikoa dela (hirugarren metropoli-koroako udalerrriak zenbatu gabe, adibidez Sabadell eta Terrassa, 200.000 biztanle baino gehiagorekin).
- **Komunikazioa.** Club TR3SC txartela oso komunikazio-kanpaina garrantzitsuarekin jarri zen abian, komunikabide publiko eta pribatuek hartu zuten parte, eta eragin handia izan zuen. KulturTICK txartelaren kanpainak ez du eragin berdina lortu.
- **Produktua.** Produktuak berdintsuak diren arren, kultura-eskaintza Katalunian aberatsagoa eta zabalagoa da EAEn baino (dimentsio-arrazoiak direla medio), eta beraz produktua erakargarriagoa egin dezake.

EAEko KulturTICK eta Kataluniako Club TR3SC esperientziez gain, mota horretako ekimen gutxi daude konparatu ahal izateko. Asturiasen «Club de Cultura» delakoa sortu dute, horren txartela doan lortzen da eta abantaila mugatuak ditu<sup>12</sup>.

Bokazio unibertsal hori duten politiken esparruan, hainbat erreferente interesgarri kultura-txartelaren ideia hedatzean daude. Adibide bat Girona eta Salt udalerrriak dira, liburutegi publikoetako txartelarekin kultura-txartel bat egin baitzuten<sup>13</sup>. Madrilgo Udalak ere, kultura-txartel izena jarri ez dion arren, liburutegiko txartelarekin antzokian deskontuak emateko proiektu bat jarri du abian. Bartzelonako probintzian, praktikan, horretarako kanpaina handirik egin ez den arren, kultura-erakunde gehienek dagoeneko deskontuak egiten dituzte txartel horrekin<sup>14</sup> eta ekimen pribatu askok ere deskontuak eskaintzen dituzte. Azpimarratzekoa da probintziako biztanleen % 42k liburutegi-txartela daukala.

<sup>12</sup> <http://www.clubculturaasturias.com/>

<sup>13</sup> [http://www2.girona.cat/ca/cultura\\_carnet](http://www2.girona.cat/ca/cultura_carnet)

<sup>14</sup> <http://www.diba.es/bibliotecas/guia/serveis/carnets.asp>

## OBeste esperientzia batzuk: jardunak eskaintzatik abiatuz

Eusko Jaurlaritzak eskaria handitzeko helburuarekin garatutako programetako bat Kultura Bultzatuz da, zuzeneko arteak (eszenikoak eta musikalak) sustatzeko hainbat ekimen garatzen dituen esparrua, alegia. Hau da, eskaintza aktibatu nahi du, era horretan ezkutuko eskariari erantzun ahal izateko.

Txosten honen lehen ataletan adierazi den bezala, eskaintza hobetzearen eta zabaltzearen bitartez eskaria aktibatzeak emaitza onak lortu ohi ditu. Hala eta guztiz ere, horrelako programek, publikoa handitzea lortzen badute ere, zailtasunak dituzte aniztasun handiagoa lortzeko garaian. Kulturara iristeko oztopoek muga bat izaten jarraitzen dute herritarren zati handi batentzat.

lido horretan, **kolektibo espezifikoetarako irisgarritasun-politikak** garatzea izango litzateke irtenbidea. Zailtasun handiagoa duten kolektiboetarako irisgarritasuna errazteko garatzen diren politikak dira. Praktika on bat Katalunian dago, *Apropa Cultura*<sup>15</sup> programarekin; programa horrekin oso sarrera merkeak eskaintzen dira iristeko zailtasun desberdinak dituzten kolektiboekin lan egiten duten erakundeetarako bitartez.

---

<sup>15</sup> <http://www.apropacultura.cat/>

3.

EAEEn kultura-kontsumoa sustatzeko  
politika baterako orientabideak



### 3.1. Abiapuntua: zailtasun-testuingurua

Lehen adierazi den bezala, egungo testuinguruak kultura-kontsumoa aktibatzeneko politiken eraginak mugatzen ditu. Baina, arrazoi beragatik, testuinguru horrek eskatzen du erakunde publikoek kulturarako irisgarritasuna bultzatzeko ahalegin handiagoa egitea. Ahalegin horren zuzeneko eragina kontsumo handiagoa da, eta zeharkako eragina eskariaren gehikuntzaren bitartez eskaintza aktibatzea.

Honako hauek dira eraginik handiena duten testuinguru-faktoreak:

- **Krisi ekonomikoa.** Argi dago krisi-testuingurua familietan kulturara bideratutako aurrekontua murrizten ari dela<sup>16</sup>, % 8,6 jaitsi baita 2006 eta 2012 artean. Kulturak eta aisialdiak garrantzia galdu dute gastu-lehentasunen artean, % 7,2tik % 6ra jaitsiz. Bestalde, zailtasun ekonomiko handienak dituztenen artean arrazoi ekonomikoengatik iristeko oztopoak handitzen ari dira.
- **Aurrekontu publiko mugatuak.** Kultura-eskaria aktibatzeneko politika onenetako bat eskaintza handitzea da. Hain zuzen ere, gaur egun, aurrekontu publikoak murrizten ari dira eta kultura-politikak dira murrizketa horren biktima nagusietako bat.
- **Eskaintzaren murrizketa.** Testuinguru ekonomikoaren egoerak eragina du kultura-eskaintzan, izan ere, eskaintza hori murriztu egiten baita industriek ez dutelako arriskurik hartu nahi, beste testuinguru batean hartzeko prest bazeuden ere.

<sup>16</sup> [http://www.eustat.es/elementos/ele0007600/ti\\_Gasto\\_total\\_miles\\_de\\_euros\\_por\\_grupo\\_de\\_gasto\\_COICOP\\_a\\_2\\_digitos\\_2006-2012\\_p/tbl0007670\\_c.html#axzz2l5GtqqXS](http://www.eustat.es/elementos/ele0007600/ti_Gasto_total_miles_de_euros_por_grupo_de_gasto_COICOP_a_2_digitos_2006-2012_p/tbl0007670_c.html#axzz2l5GtqqXS)

### 3.2. RAZken gomendioak

Kultura-kontsumoa sustatzeko edo aktibatzeke politiken garapenari lotuta egin daitezkeen orientabideek edo gomendioek kontsiderazio orokor bat izan behar dute abiapuntu: lehendik aipatu den dokumentuan, *Policies and good practices in the public arts and in cultural institutions to promote better access to and wider participation in culture*:

*Kulturarako irisgarritasuna handitzeko neurrien atzean dauden agendak askotarikoak izan daitezke, baina denak legitimoak dira. Horien jatorria izan daiteke finantzaketa publikoak herritarren zati handi baten onurarako izatea bermatzeko borondatea, edo gizarteratzearekin eta gizarte-konpromisoarekin lotutako kontsiderazioak, edota erabiltzaile kopuruari eusteko edo handitzeko premia soila (audientziaren profilaren egoera sozioekonomikoa aldatzea beharrezkoa izan gabe). Ezinbestekoa da, beraz, argi izatea zergatik ari diren diseinatzen irisgarritasuna garatzeko neurriak. Irisgarritasuna handitzeko neurriak aurreikusita izateko arrazoiak argi izatea lagungarria izan daiteke estrategia eraginkorragoak diseinatzeko, eta ezinbestekoa da emaitzen ebaluazioan.*

Gomendioek ideia hori izan behar dute abiapuntu: helburuak argitzea beharrezkoa dela, eta horren ondorioz erabakiak hartzerakoan lehenatasunak ezarri beharko dira, baita helburu horiei erantzungo dieten estrategiak ezarri ere.

EAE barnean nahiz kanpoan horrelako politikekin dagoen esperientziak honako ondorio hau ateratzea dakar: ez dago formula bakarra kultura-eskaintzaren gehikuntza bultzatzeko, baina politika unibertsalak eta espezifikokoak bateratzeak dirudi hori lortzeko biderik egokiena.

lido horretan, honako hau gomendatzen da:

1. Funtsezko ideia bat abiapuntu izatea: ez daude formula bakarrak eta berehalako emaitza ematen dutenak kultura-kontsumoaren sustapenean, eta horregatik
2. hainbat kolektiboren kultura-eskariaren eta kulturara iristeko mailaren egoera diagnostikatu behar da, eta kultura-eskaria aktibatzeke ibilbide luzeko estrategia osatu bat ezarri behar da, askotariko neurrien konbinazioa oinarritzat hartuz.

Diagnostiko hori eta definitutako ildo estrategikoak abiapuntutzat hartuz:

3. Eskaria aktibatzeke programa unibertsal berri bat (herritar guztiei zuzendua) garatzeko aukera aztertzea. Liburutegi-txartela (gaur egun 500.000 erabiltzaile) Kultura Txartel bihurtzeko aukera aztertzea
4. Gazteentzat eta kultura-eskaintzara iristeko zailtasun handiagoak dituzten kolektiboentzat kulturara iristeko programa espezifikoak garatzeko aukera aztertzea.

## Bibliografia eta erreferentziak

BASSAND, M.: *Europako Kultura eta Eskualdeak*, Bartzelona Oikos Tau/Bartzelonako Aldundia, 1992.

BAMFORD A. and WIMMER M. *Audience building and the future Creative Europe Programme* European Expert Network on Culture (EENC) 2012.

BONET, LL.: *Zeharkako kultura-politiken alde*, ez soilik eskaintzako alde. Blog pertsonalean argitaratua. 2011.

<http://lluisbonet.blogspot.com.es/2011/08/por-unas-politicas-culturales.htm>

EUSKO JAURLARITZAKO KULTURA SAILA, 2009-2010eko Memoria, Vitoria-Gasteiz 2012.

[https://www.euskadi.net/r46-714/es/contenidos/noticia/memorias\\_2009\\_2010/es\\_memorias\\_adjuntos/CMEMCULT.pdf](https://www.euskadi.net/r46-714/es/contenidos/noticia/memorias_2009_2010/es_memorias_adjuntos/CMEMCULT.pdf)

DUPUIS, X.: «De la dimension culturelle du développement a la place des arts et de la culture dans l'economie. Contribution à la reflexion européenne sur culture et développement», Paris, Word Comision on Culture and Development, European Task Force, Council of Europe, 1995.

HARVEY, E.R.: *Kultura-politikak Iberoamerikan eta munduan*, Madril, Tecnos, 1990.

ICC CONSULTORS, *Principis i Criteris per a l'acció cultura. Una aproximació desde l'Agenda 21 de la Cultura*, Diputació de Barcelona, 2007.

[http://www.diba.cat/c/document\\_library/get\\_file?uuid=84baa96a-a536-4214-b025-e32d66558ef4&groupId=326398](http://www.diba.cat/c/document_library/get_file?uuid=84baa96a-a536-4214-b025-e32d66558ef4&groupId=326398)

ESCUADERO J. (koord.) *Kultura-politikak ebaluatzeko gida*. FEMP, 2009.

[http://www.femp.es/files/566-762-archivo/Gu%C3%ADa\\_indicadores%20final.pdf](http://www.femp.es/files/566-762-archivo/Gu%C3%ADa_indicadores%20final.pdf)

MADDEN, C.: *Policies for boosting arts demand*, Culture360.org, 2011.

<http://culture360.org/magazine/policies-for-boosting-arts-demand/>

KULTURAREN EUSKAL BEHATOKIA *Kultura-ohiturei, -praktikei eta -kontsumoari buruzko 2007-2008ko inkesta*, Eusko Jaurlaritzako Kultura Saila, Vitoria-Gasteiz, 2008.

[http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-19479/es/contenidos/informacion/est\\_hp/es\\_hp\\_cae\\_adjuntos/CAE.pdf](http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-19479/es/contenidos/informacion/est_hp/es_hp_cae_adjuntos/CAE.pdf)

KULTURAREN EUSKAL BEHATOKIA *Gazteen kultura-kontsumoa*, Eusko Jaurlaritzako Kultura Saila, Vitoria-Gasteiz, 2012.

[http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-kebedsek/es/contenidos/informacion/keb\\_argitalpenak\\_sektoreka/es\\_kebargit/adjuntos/consumo\\_cultural\\_juvenil\\_2012.pdf](http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-kebedsek/es/contenidos/informacion/keb_argitalpenak_sektoreka/es_kebargit/adjuntos/consumo_cultural_juvenil_2012.pdf)

OMC. Working group of EU member states experts (open method of coordination) on better access and wider participation in culture *AAVV. Policies and good practices in the public arts and in cultural institutions to promote better access to and wider participation in culture*. UE. 2012.

<http://ec.europa.eu/culture/events/documents/workplan-2011-14.pdf>

RUBINICH, L.: *Estentsionismoa eta basismoa*. Kultura-politikarako bi estilo, Argentina, Espacio, 1993.

UNESCO, *Kultura Aniztasunari buruzko Adierazpen Unibertsala*, 2011.

<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162s.pdf>

