

Euskadiko Kultura- eta Sormen-Industrien Azterketa Xehatua:

Liburua eta prentsa, musika
eta ikus-entzunezkoa eta
multimedia



KULTURA- ETA SORMEN-INDUSTRIEN POSIZIONAMENDUARI
BURUZKO AZTERLANAK

Euskadiko Kultura- eta Sormen-Industrien Azterketa Xehatua:

Liburua eta prentsa, musika
eta ikus-entzunezkoa eta
multimedia



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura



Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia

Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco

Vitoria-Gasteiz, 2025

Lan honen bibliografia-erregistroa Eusko Jaurlaritzako Liburutegi Nagusiaren katalogoa aurki daiteke: <https://www.katalogoak.euskadi.eus/katalogobateratua>

Argitaraldia: 1.a, 2025eko ekaina

© Euskal Autonomia Erkidegoko Administrazioa
Kultura eta Hizkuntza Politika Saila

© Orkestra-Lehiakortasunerako Euskal Institutua-Deusto Fundazioa

Internet: www.euskadi.eus
www.orkestra.deusto.eu

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

Egileak: Ibone Eguia, Mercedes Oleaga, Jabier Retegi, Imanol Aizpuru

Koordinatzailea: Kulturaren Euskal Behatokia

Itzulpena: Studio Moretto Group S.R.L.

Disenua eta konposizioa: EPS Comunicación e Impresión, S.L.

ISBN: 978-84-457-3840-5



LABURPEN EXEKUTIBOA

Kultura eta Sormen Industriak (KSI) berrikuntzarako eta garapen sozioekonomikorako funtsezko elementutzat aitortuak izan dira, ongizate orokorra hobetzeko funtsezko zeregina betetzeaz gain. Hala ere, etengabe aldatzen ari den ingurunean jarduten dute, eta horrek aukerak zein erronkak eskaintzen ditu. Erronka aipagarrien artean, kultura ekoizteko, banatzeko eta kontsumitzeko modua sakon eraldatu duen trantsizio digitala dago, baita COVID-19 pandemia bezalako krisi globalak ere, azken horiek industria asko negozio eredu eta merkatu dinamika berrietara azkar egokitzea behartu dituzte. Hala ere, erronka horiek ez diete kultura- eta sormen-sektore guztiei berdin eragiten, eta beharrezkoa da ikuspegi berezia bat erabiltzea, industria bakoitzak aldaketa horiei nola erantzuten dien eta haien jasangarritasuna bermatzeko zer estrategia ezar daitezkeen ulertzeko. Euskadin, Orkestrak-Lehiakortasunerako Euskal Institutuak Eusko Jaurlaritzako Kultura Sailburuordetzarekin lankidetzan orain arte egindako azterlan ekonomikoek aniztasun handia erakutsi dute KSIak osatzen dituzten sektoreen bilakaeran. Horrek estrategia eta politika espezifikoak diseinatzearen garrantzia nabarmentzen du, haien eragin kulturala, soziala eta ekonomikoa ahalik eta handiena izan dadin.

Testuinguru horretan, Euskadiko KSien barruko hiru sektore estrategikoren azterketa zehatza aurkezten dugu: Liburuak eta Prentsa, Musika, eta Ikus-entzunezkoak eta Multimedia. Sektore horien hautaketak irizpide espezifikoak erantzuten die, garapen esanguratsuak, bai positiboak bai negatiboak, izan dituztenak eta beren beharretara egokitutako politika publikoak formulatzeko ulermen sakonagoa behar dutenak lehenetsiz. Horretarako, ikuspegi kuantitatiboa eta kualitatiboa erabili dira, sektore horien egungo egoeraren ikuspegi osoa lortzeko.

Alde batetik, azterketa kuantitatiboak 2020 eta 2023 arteko enpresa kopuruaren eta enpleguaren bilakaera aztertzen du INEren eta EUSTATen datuak erabiliz, sektore bakoitzaren azken bilakaera ekonomikoaren ebaluazio zehatza ahalbidetzen duen lau digituko CNAE-09an oinarritutako desagregazio mailarekin. Bestalde, azterketa kualitatiboa sektore-taldeen bidez egin da, eta horietan sektore bakoitzeko interesdunen pertzepzioak eta esperientziak bildu ziren. Ikuspegi horrek horietako bakoitzaren barruan sortzen ari diren joerak, erronkak eta aukera espezifikoak identifikatzea ahalbidetu du.

Liburua eta prentsa

Euskadiko Liburuaren eta prentsaren sektoreak, 2020 eta 2023 artean enpresa kopuruaren % 9,82ko jaitsierak markatutako bilakaera ekonomikoa izan du. Beherakada horrek eragina izan du jarduera propioetan (-% 11,98) zein osagarrietan (-% 6,96) balio-kate osoari eragiten dion egitura krisia erakutsiz. Gainera, enplegua % 3,90 jaitsi da, batez ere beherakada nabarmenena jasan duten argitalpenean eta liburuaren salmentan eraginez. Sektorearen beste ezaugarri bat negozioen aldakortasun handia da, enpresen ia % 30ak hiru urtean behin berritzen baititu bere karguak, eta alta baino baja gehiago daude. Enpresen kontzentrazioa beste fenomeno esanguratsu bat da: egoitza nagusia Euskaditik kanpo duten baina eskualdean jarduten duten enpresa kopurua % 23,08 hazi da, 2020ko 39tik 2023ko 48ra igoz, eta horrek merkatua argitaletxe-talde handietan zentralizatzen eta tokiko eragileen eragina murrizten ari dela iradokitzen du. Alderaketari dagokionez, Euskadik, Madril (146) eta Kataluniak (129) baino sektoreko enpresa-dentsitate txikiagoa du 100.000 biztanleko (76), Nafarroa (75) baino handiagoa izan arren.

Gainera, Liburu eta Prentsa sektoreko eragileek adierazten dutenez, 2021 eta 2024 artean Estatuan liburuaren salmentak % 16,1 hazi diren bitartean Euskadin igoera moderatuagoa izan da (% 5,2), hizkuntzaren arabera alde nabarmenarekin: gaztelaniazko salmentak % 16,7 handitu dira, eta euskarazkoak, berriz, % 7 jaitsi. Eragileek adierazten dute, eraldaketa digitala gorabehera, liburuak direla oraindik ere formatu nagusia (irakurleen % 95), baina plataforma digitalen lehia eta liburu-denden itxiera eragina izaten ari, da sektorean, tokiko argitaletxeetan batez ere. Prentsak, bere aldetik, % 80ko jaitsiera izan du inprimatutako salmentei dagokionez, eta horrek harpidetza digitaleko eredueta eta formatuen dibertsifikaziora aldatzera eraman ditu komunikabideak. Hala ere, eredu berri horiek ez dute guztiz konpentsatu publizitate-sarreraren galera, eta horrek sektorearen iraunkortasunari buruzko ziurgabetasuna sortu du.

Eraldaketa digitalak eta kontsumo ohituren aldaketek erronka handiak sortu dituzte gaztelaniarekin eta ingelesarekin lehiatzeko zailtasunak dituzten euskaraz idatzitako edukien sustapenerako eta banaketarako. Eragileek adierazten dute plataforma digitaletan ikusgaitasun faltak eta gazteen artean ezagunak diren generoen eskaintza mugatuak egoera hori areagotu egiten dutela. Hala ere, badaude formatuen dibertsifikazioaren bidez, sektorea indartzeko aukerak, audio-liburuaren, podcasten eta literaturan oinarritutako ikus-entzunezko edukien hazkundearekin. Era berean, euskaraz irakurtzea sustatzeko estrategiak proposatzen dira, hala nola liburu eta prentsa ekosistemako eragile guztiekin koordinatutako irakurketa planak. Beraz, eragileek ondorioztatzen dute sektorearen jasangarritasuna bermatzeko ezinbestekoa dela lankidetzak publiko-pribatua indartzea eta sustapen- eta banaketa-estrategiak merkatu digitalaren dinamika berrietara egokitzea.

Musika

Euskadiko musika sektoreari dagokionez, enpresa kopurua % 7,43 hazi zen 2020 eta 2023 artean, 2023an guztira 636ra iritsiz, hau da, IKSI guztien % 3,72a. Hazkunde hori Bizkaian (% 10,23) nabarmenagoa izan da Gipuzkoan (% 6) eta Araban (% 3,57) baino, Bizkaia sektoreko gune nagusi gisa finkatuz (enpresen % 52,76a). Hazkunde hori gorabehera, enplegua % 3,95 jaitsi da, 63 lanpostu

galduz, eta horrek hezkuntza sektorean eta musika-tresnen fabrikazioan izan du eragina bereziki. Gainera, sektorea negozioen aldakortasun handiarengatik bereizten da, % 27,03ko bajak izanik, alta berri kopuru handiak (% 34,46) konpentsatu arren, eta horrek egitura produktiboaren etengabeko berritzea iradokitzen du. Gainera, autonomoen presentzia (% 63,36) % 17,49 hazi da, sektorearen atomizazio joera erakutsiz. Hala ere, Euskadi nazioko batez bestekoaren gainetik dago 100.000 biztanleko sektoreko enpresa kopuruari dagokionez (25, estatu mailan 8 diren bitartean), eta horrek ekosistema dinamikoa erakusten du, enplegua finkatzeko erronkak dituen arren.

Eztabaida-taldean parte hartu duten eragileek uste dute Euskadiko musika sektoreak susperraldi sendoa izan duela pandemiaren ondoren, musika-jarduera berpiztu egin dela. Eraldaketa digitalak funtsezko zeregina izan du bilakaera honetan, tresna digital batzuek barne kudeaketa hobetu eta ikuskizunen sustapena bultzatu baitute, ikusgaitasun handiagoa eta ikus-entzule berrien sarrera ahalbidetuz. Hala ere, eraldaketa horrek erronkak ere ekarri ditu, hala nola adimen artifizialaren agerpena musika-konposizioan. Sorkuntzarako aukera berriak irekitzen dituen arren, erronkak ere sortzen ditu musika ekoizpenaren araudiari, egile-eskubideei eta etikari dagokienez.

Gainera, uste dute Euskadiko musikaren erronka garrantzitsu bat euskaraz egindako musikaren nazioartekotzea eta sustapena, dela. Izan ere, bere identitate-balioa izan arren, zailtasunak ditu plataforma handiek menderatutako merkatu globalean kokatzeko. Musika Bulegoa, Etxepare Institutua eta Eusko Jaurlaritza bezalako erakundeak sektorearen nazioarteko presentzia sustatzeko lanean ari diren arren, euskal musikak azoka eta ekitaldietan duen presentzia mugatua da oraindik.

Beraz, Euskadiko musika ekosistema indartzeko helburuarekin, eragileek administrazioen eta industriako eragileen arteko koordinazioa hobetzea, finantzaketa lortzeko sarbidea erraztea eta lankidetza-sareak bultzatzea proposatzen dute. Era berean, banaketa-kanal egituratuagoak sortzearen garrantzia azpimarratzen da, batez ere musika klasiko eta garaikidearentzat, kultur espazioetan horien jarraitutasuna eta presentzia bermatuz. Funtseko beste alderdi bat tokiko artistek komunikabideetan duten ikusgaitasuna indartzea da, plataforma digital eta tradizionaletan haien presentzia sustatuz, haien irismena zabaltzeko eta gizartean duten eragina sendotzeko.

Ikus-entzunezkoak eta Multimedia

Euskadiko Ikus-entzunezko eta Multimedia sektoreak hazkunde positiboa izan du 2020 eta 2023 artean, enpresa kopurua % 6,48 handituz, 2023an guztira 1.611 izatera iritsiz, hau da, KSI guztien % 9,42. Hazkunde hori hiru lurralde historikoetan eman da, Araban (% 14,29), Gipuzkoan (% 7,29) eta Bizkaian (% 4,82). Hala ere, sektoreak enpresa aldakortasun handia izan du, % 33,58ko baja-tasarekin, eta hori konpentsatu egin da erregistro alta eta sarrera berri kopuru handiarekin (% 40,05). Kulturako beste sektore batzuek ez bezala, hazkunde horrek eragin zuzena izan du enpleguan, % 15,81 handitu baita (944 lanpostu berri), batez ere jarduera osagarrietan (% 25,22). Gainera, sektorea nazioko batez bestekoaren gainetik dago 100.000 biztanle bakoitzeko enpresa kopuruari dagokionez (66, 52ren aldean) bai eta sektoreko enpresek ekonomia osoan duten ehunekoari dagokionez (% 1,09 Euskadin, % 0,78 estatu mailan).

Ikus-entzunezko eta Multimedia sektoreko enpresa kopuruari eta enpleguari buruzko datuek ez digute oraindik azken urteko hazkundera neurtzeko aukerarik ematen, baina sektoreko eztabaida-taldean parte hartu duten eragileek bultzada nabarmena hautematen dute, zerga-pizgarrien ezarpenarengatik batez ere. Horiek nazio eta nazioarteko ekoizpen handien etorrera bultzatu dute, eta horrek jarduera handiagoa sortu du sektorean, eta industriari lotutako zerbitzu osagarriak ere bultzatu ditu, hala nola zerbitzu teknikoak, logistika eta ostalaritza. Hala ere, aldibereko filmaketa kopuru handiak profesional espezializatuen eskaera handiagoa ere sortu du, eta horrek tentsio handia sortu du tokiko lan merkatuan, giza baliabide mugatuak dituen sektorea baita. Gainera, funtsezko profilen falta identifikatu da, hala nola ekoizpen exekutiboko prestakuntza duten pertsonak, horien lana ezinbestekoa baita proiektuen kudeaketarako eta baliabideen optimizaziorako. Hazkunde hori sendotzeko eta sortutako aukerak garapen estruktural bihurtzea ziurtatzeko, eragileek azpiegitura espezializatueta inbertitzeko eta prestakuntza indartzeko beharra azpimarratzen, sektoreak erronka berriei erantzutea eta bere potentziala handitzea ziurtatuz.

Industriako eragileek ere hautematen dute eraldaketa digitalak aukera berriak ireki dituela ikus-entzunezkoen ekoizpenean eta banaketan, Euskadiko edukien eskaintza dibertsifikatzen ari diren podcastak, audiofikzioa eta multimedia proiektuak bezalako formatu berritzaileak hedatzea ahalbidetuz. Hala ere, euskarak erronkak ditu ikusgaitasunari eta sarbideari dagokionez, plataforma global handiek menderatutako merkatuan. Bere presentzia indartzeko eta zabalkundera errazteko, industriako eragileek euskaraz idatzitako edukiak bilduko dituen eta publiko zabalagoetara iristeko aukera emango lukeen beste eskualde batzuetako eredu arrakastatsuetan inspiratutako plataforma digital zentralizatua sortzea proposatzen dute. Gainera, funtsezkoa iruditzen zaie kontsumitzaileen datuen kudeaketa hobetzea, plataformekin akordioak ezarri audientzien eta kontsumo ohituren inguruko informazio zehatza lortzeko. Horrek estrategia eraginkorrak diseinatzeko aukera emango lieke ekoizleei. Gainera, eragileek administrazioen eta sektore pribatuaren arteko koordinazioa indartzearen, finantzaketa lortzeko sarbidea erraztearen eta administrazio-prozedurak arintzearen garrantzia azpimarratzen dute, leihatila bakar baten bidez, Euskadin ikus-entzunezko ekosistema sendoagoa, lehiakorragoa eta , hazkunde jasangarria izateko gaitasuna izango duena finkatzeko helburuz.

Txosten honetan aztertutako sektore bakoitzaren aldeak eta berezitasunak gorabehera, Euskadiko KSI guztietan dinamika komunak ikus daitezke. Horien artean, trantsizio digitalak balio-kateko prozesu desberdinak eraldatzeko duen funtsezko eginkizuna nabarmentzen da, baita nazioarteko irismena zabaltzeko beharra ere, sektore bakoitzaren profesionalizazioa eta hazkundera indartzeko. Era berean, funtsezkoa da eremu bakoitzaren barruan integrazioa eta lankidetzaren sustatzea haien garapena bultzatzeko, eta, gainera, politika publikoen bidez sektore guztiak suspertuko dituzten erakunde laguntza indartzea. Joera horiek ezinbestekoak dira etorkizunean KSI guztien egonkortasuna eta lehiakortasuna bermatuko dituzten estrategiak diseinatzeko.

| AURKIBIDEA

LABURPEN EXEKUTIBOA	4
TAULEN ZERRENDA	9
GRAFIKOEN ZERRENDA	11
IRUDIEN ZERRENDA	12
ILUSTRAZIOEN ZERRENDA	12
SARRERA	13
1. METODOLOGIA	15
1.1. Sakon aztertuko diren hiru azpisektoreak hautatzeko metodoa	15
1.2. Eztabaida-taldeetarako eragileak hautatzeko metodoa	17
1. LIBURU ETA PRENTSA SEKTOREAREN ERREALITATEA EUSKADIN	20
2.1. Liburu eta prentsa sektorearen bilakaera ekonomikoa	20
2.2. Liburu eta prentsa sektoreko joerak eta erronkak	27
3. MUSIKA SEKTOREAREN ERREALITATEA EUSKADIN	30
3.1. Musika sektorearen bilakaera ekonomikoa	30
3.2. Musikaren industriaren joerak eta erronkak	36
4. IKUS-ENTZUNEZKO ETA MULTIMEDIA SEKTOREAREN ERREALITATEA EUSKADIN	39
4.1. Ikus-entzunezko eta Multimedia sektorearen bilakaera ekonomikoa	39
4.2. Ikus-entzunezko eta Multimedia sektorearen erronkak eta joerak	45
5. ONDORIOAK ETA GOMENDIOAK	50
BIBLIOGRAFIA	55

I. ERANSKINA	KSIEN ENPRESEN ETA ENPLEGUAREN BILAKAERA EUSKADIN (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)	56
II. ERANSKINA	EGILEEK PRESTATUA EUSTATEN DATUETAN OINARRITUTA ..	60
III. ERANSKINA	EZTABAIDA-TALDEENTZAKO GIDOIAK	85
IV. ERANSKINA	EZTABAIDA-TALDEETAN PARTE HARTU DUTEN ERAGILEAK ..	90

| TAULEN ZERRENDA

Taula 1.1	Sektore desberdinen bilakaeraren laburpena	16
Taula 2.1	Liburu eta Prentsan aztertutako CNAE-2009	20
Taula 2.2	Liburu eta prentsa enpresen bilakaera Euskadin (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)	21
Taula 2.3	Liburu eta Prentsa Enpresen Bilakaera Lurralde Historikoen arabera ...	22
Taula 2.4	Liburu eta Prentsa enpresen banaketa Lurralde Historikoen arabera (KSI enpresa guztien ehunekoa)	22
Taula 2.5	100.000 biztanleko liburu eta prentsa enpresen konparaketa	23
Taula 2.6	Liburu eta Prentsa arloko enpresen ehunekoaren alderaketa enpresa guztiekiko	23
Taula 2.7	Liburu eta prentsa enpresen nortasun juridikoa	24
Taula 2.8	Liburu eta prentsa enpresen altak eta bajak (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)	25
Taula 2.9	Liburu eta prentsaren enpleguaren bilakaera Euskadin (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)	26
Taula 2.10	Liburu eta prentsaren enpleguaren bilakaera Euskadin jarduera-ada- rraren arabera (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)	26

Taula 3.1	Musikaren barruan aztertutako CNAE-2009ak	30
Taula 3.2	Musika-enpresen bilakaera Euskadin (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)	31
Taula 3.3	Musika Enpresen Bilakaera Lurralde Historikoen arabera	32
Taula 3.4	Musika-enpresen banaketa Lurralde Historikoen arabera (KSIko enpresa guztien ehunekoa)	32
Taula 3.5	Musika-enpresen alderaketa 100.000 biztanleko	33
Taula 3.6	Musika-enpresen eta enpresen guztizkoaren ehunekoaren arteko alderaketa	33
Taula 3.7	Musika-enpresen nortasun juridikoa	33
Taula 3.8	Musika-enpresen altak eta bajak (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)	34
Taula 3.9	Musikako enpleguaren bilakaera Euskadin (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)	35
Taula 3.10	Musikako enpleguaren bilakaera jarduera-adarraren arabera (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)	35
Taula 4.1	Ikus-entzunezko eta Multimedia atalean aztertutako CNAE-2009ak	39
Taula 4.2	Ikus-entzunezko eta Multimedia enpresen bilakaera Euskadin (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)	40
Taula 4.3	Ikus-entzunezko eta Multimedia Enpresen Bilakaera Lurralde Histori- koen arabera	41
Taula 4.4	Ikus-entzunezko eta Multimedia enpresen banaketa Lurralde Histori- koen arabera (KSI CAE enpresa guztien ehunekoa)	41
Taula 4.5	100.000 biztanleko ikus-entzunezko eta multimedia enpresen alde- raketa	42
Taula 4.6	Ikus-entzunezko eta Multimedia enpresen ehunekoaren alderaketa enpresa guztien aldean	42
Taula 4.7	Ikus-entzunezko eta multimedia enpresen nortasun juridikoa	43
Taula 4.8	Ikus-entzunezko eta Multimedia enpresen altak eta bajak (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)	43
Taula 4.9	Ikus-entzunezko eta Multimedia Enpleguaren Bilakaera Euskadin (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)	44

Taula 4.10	Ikus-entzunezko eta Multimedia enpleguaren bilakaera Euskadin jarduera-adarraren arabera (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)	45
Taula 0.1	KSI enpresen bilakaera Euskadin (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)	56
Taula 0.2	Euskadiko KSI enpleguaren bilakaera balio-katearen arabera (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)	58
Taula 0.3	Liburu eta Prentsa Sektoreko Eztabaida-talderako Gidoia	85
Taula 0.4	Musika Sektoreko eztabaida-talderako gidoia	87
Taula 0.5	Ikus-entzunezko eta Multimedia Sektoreko Eztabaida-talderako Gidoia ...	88
Taula 0.6	Liburu eta Prentsa sektoreko eragile parte-hartzaileak	90
Taula 0.7	Musika sektoreko eragile parte-hartzaileak	90
Taula 0.8	Ikus-entzunezko eta Multimedia sektoreko eragile parte-hartzaileak ...	91

| GRAFIKOEN ZERRENDA

Grafikoa 0.1	Europako liburu merkatuaren bilakaera	61
Grafikoa 0.2	Parte-hartzea merkatuan banaketa-kanalaren arabera, 2023an (%) ...	64
Grafikoa 0.3	Salmenten ehunekoa banaketa-kanalaren arabera (%) 2019-2021 ..	65
Grafikoa 0.4	Mundu osoko grabatutako musikaren diru-sarrerak 1999-2023 (kM US\$)	69
Grafikoa 0.5	E&M industriaren diru-sarrera osoak	75
Grafikoa 0.6	Mundu osoko E&M publizitate digital eta ez-digitalaren diru-sarrera osoak (bilioi USD), 2017–2026.	77
Grafikoa 0.7	Mundu mailako kontsumo osoa publizitatearen eta Internet sartzeagatiko diru-sarreraren aurrean (%), 2017-2026.	78

| IRUDIEN ZERRENDAA

Irudia 0.1	Liburu merkatuaren ezaugarriak	62
-------------------	--------------------------------------	----

| ILUSTRAZIOEN ZERRENDAA

Ilustrazioa 1.1	Parte hartzaileen identifikazioa	18
Ilustrazioa 1.2	Pertsonen mapaketa estrategikoa	18
Ilustrazioa 1.3	Agenteen lehentasuna	19
Ilustrazioa 1.4	Eragileen hautaketa prozesuko argazkiak	19

| SARRERA

Kultura eta Sormen Industriak (KSI), beren balio intrintsekoaz harago, azken hamarkadetan berrikuntza sustatzeko, garapen sozioekonomikoa sortzeko eta ongizate orokorra hobetzeko aktibo garrantzitsu gisa aintzatetsiak izan (Boix-Domènech & Rausell-Köster, 2018; Innocenti & Lazzeretti, 2019). KSlek une oro aukera berriak eskaintzen dituen eta azkar eboluzionatzen ari den ingurunean jarduten dute. Baina erronkak ere badituzte, eta horiek askotan beren potentziala guztiz gauzatzea eragozten diete eta izan dezaketen eragin sozioekonomiko positiboa mugatzen dute. (Dörflingler et al., 2016) Erronka horien artean daude sektorearen egituratik eratorritako barne arazoak eta baita COVID-19 pandemia edo trantsizio digitala bezalako fenomeno globalak ere. Horiek aldaketa sakonak eta eraldatzaileak eskatzen baititu bere funtzionamenduan (Van Tonder et al., 2020). Gainera, erronkak ez dira berdinak, eta ez die berdin eragiten sektore guztiei, eta horrek azterketa bereizi baten garrantzia azpimarratzen du, sektore bakoitzari erronka globalek nola eragiten dioten eta zein erronkari aurre egin behar dioten ulertzeko.

Euskadiko KSlen kasuan, orain arte egindako azterketa ekonomikoek aniztasun argia utzi dute agerian horiek osatzen dituzten sektoreen joeren eta errendimenduaren artean (Retegi et al., 2023). Aldakortasun horrek bakoitzarentzat azterketa espezifikoak egitearen beharra azpimarratzen du, haien ezaugarri, erronka eta aukera partikularrak hobeto ulertzeko. Analisi horiek ezinbestekoak dira garapen jasangarria sustatuko duten eta eskualdeko eragin kultural, sozial eta ekonomikoa indartuko duten estrategia eta politika eraginkorragoak diseinatzeko.

Orkestra – Lehiakortasunerako Euskal Institutuak, Jaurilaritzako Kultura Sailburuordetzarekin batera, Euskadiko KSIak osatzen dituzten hiru sektoreen azterketa sakona egiten duen txosten hau aurkezten du. Horien hautaketa ez da arbitrarioa izan, txostenaren metodologia atalean zehaztutako irizpide sorta bati erantzun dio. Irizpide horien artean daude errendimendu bereziki nabarmena izan duten sektoreen identifikazioa, positiboa edo negatiboa izan, baita ikerketa gehiago merezi duten ezaugarri bereziak dituztenak ere. Horrela, txostenak Liburu eta Prentsa, Musika eta Ikus-entzunezko eta Multimedia sektoreen ikuspegi orokorra eta zehatza eskaini nahi du.

Dokumentu osoan zehar, sektore horietako bakoitzaren errealitate ekonomikoa aztertzen da, enpresa kopuruaren eta enpleguaren bilakaera kontuan hartuta, baita azken urteotan haien garapenean eragina izan duten faktoreak ere. Horrez gain, aurrean dituzten joera eta erronka nagusiak aztertzen dira, besteak beste, eraldaketa digitalaren eragina, negozio ereduen bilakaera eta tokiko testuingurutik sortzen diren aukera eta erronka espezifikoak.

Txostena bost atal nagusitan dago egituratuta. Sarrera honen ondoren, 1. Kapituluak aztertu diren sektoreak eta ikerketa honen landa-lanean parte hartu duten eragileak hautatzeko erabilitako

metodologia zehazten da. 2., 3. eta 4. kapituluetan sakon aztertzen dira, hurrenez hurren, Liburua-
ren eta Prentsaren, Musikaren eta Ikus-entzunezkoen eta Multimediaren errealitate ekonomikoak ,
ikuspegi kuantitatibo bat eta eztabaida-taldeetatik lortutako ekarpen kualitatibo batzuk konbinatuz.
Azkenik, 5. kapituluan Euskadiko hiru sektoreen egoerari eta etorkizunari buruzko azken hausnar-
ketak biltzen dira.

Azterketa honek sektore horien egungo egoeraren ikuspegi osoa eman ematea du helburu, etor-
kizuneko garapenerako aukera eta erronka nagusiak identifikatuz. Halaber, haien sendotzea eta
hazkunde sustatzen duten politika publikoak eta sektore-estrategiak formulatzeko informazio ba-
liagarria ematea du helburu.

1. | METODOLOGIA

Hautatutako sektore bakoitzaren egoera sakonago ulertzeko, azterketa kuantitatiboa egin da. Azterketa horri esker, aztertu beharreko hiru sektoreak hautatu daitezke, eta, behin hautatuta, bakoitzaren bilakaera ekonomikoa zehatz-mehatz ulertu. Beste alde batetik, sektore-talde baten bidez azterketa kualitatibo bat ere egin da, lurraldeko eragileen errealitatean sakontzeko eta haien pertzepzioak, esperientziak eta erronkak biltzeko helburuarekin. Ikuspegi horrek hiru sektoreen egungo egoeraren ikuspegi osoa emango du.

1.1. Sakon aztertuko diren hiru azpisektoreak hautatzeko metodoa

Beraz, azterketa gehiagoren xede diren hiru sektoreak identifikatzeko helburuarekin, jarraian Euskadiko KSI guztiek 2020tik 2023ra izandako bilakaera ekonomikoaren aurretiazko azterketa kuantitatiboa aurkezten da. Hautaketa hori da, lehentasuna emanez bai garapen bereziki onuragarria izan duten eremuei bai zailtasunak izan dituztenei lehentasuna ematen dien irizpide sorta batean oinarritzen da. Horrez gain, azterketa zehatza merezi duten ibilbide nahikoa berezia izan duten eremuetan ere jarriko da arreta. Horretarako, ondorengo azterketak Euskadiko KSlak osatzen dituzten enpresen bilakaera aurkezten du.

Oro har, 2023ko urtarrilaren 1ean, Euskadiko KSI enpresen kopurua pandemia aurreko mailetara itzuli zen. 2020ko urtarrilaren 1ean 16.886 enpresa zeuden Euskadin, hiru urte geroago 17.087 enpresa ziren, hau da, % 1,19ko igoera. 2022ko urtarrilaren 1arekin alderatutako bilakaera aztertuta, igoera % 0,96koa izan da (ikus Taula 0.1).

Aurreko urteetan bezala, bilakaera desberdina izan da KSlen arloetan. 2020ko urtarrilaren 1arekin alderatuta kultur enpresak % 2,61 hazi diren bitartean (356 enpresa), sorkuntzako enpresek aldi berean 155 enpresako jaitsiera izan dute (-% 1,59). Hala ere, kontuan izan behar da sorkuntzako enpresek KSletan nagusi izaten jarraitzen dutela, guztizkoaren % 56,07 ordezkatzuz.

Aztertutako aldian bilakaera negatiboena izan zuten eremuen arteko lehena **Liburua eta Prentsa** izan da, % 9,82ko atzerakadarekin (-174 enpresa), eta ondoren **Arkitektura**, % 8,19ko jaitsierarekin (-255 enpresa). Bestalde, **Modaren Fabrikazioaren** esparruan % 2,79ko murrizketa izan da (-15 enpresa), eta, azkenik, **Hizkuntzaren Industrietan** jaitsiera arinagoa izan da, % 0,39koa (-16 enpresa). Hala ere, azken esparru horrek pandemia aurreko mailak berreskuratu ez baditu ere, bi urte jarraian daramatza joera positiboarekin.

Aldiz, zenbait eremuk oso bilakaera ona erakutsi dute. **Bideo-jokeen** sektorea da hazkunde horren buru, % 55,56ko hazkundearekin, baina kontuan izan behar da 5 enpresa berri baino ez direla, sektore txikia baita gure lurraldean. Ondoren, **Arte Bisualak** daude, % 14,57ko hazkundearekin (+207 enpresa); **Arte Eszenikoak**, % 11,46koarekin (+162 enpresa); **Diseinua**, % 11,39koarekin (+90 enpresa). Bere aldetik, **Musika** % 7,43 hazi da (44 enpresa), eta **Ikus-entzunezko eta Multimediak** % 6,48ko igoera izan du (98 enpresa).

Enplegu kopuruaren bilakaerarekin erlazionatuta aldi honetan (2023 vs. 2020an) enplegua guztira 808 lanpostutan handitu da KSletan, hau da, % 2,38a. Azken urtean zehar (2023 vs. (2022an), enplegua 577 lanpostutan hazi da, % 1,69ko aldakuntza positiboa erakutsiz (ikus Taula 0.2).

Enpresa kopuruaren bilakaerarekin gertatzen den bezala, joera heterogeneoa izan da kulturako eta sormen-industrien artean. Horri dagokionez, kultur industrietako enpleguak % 5,14ko hazkundera izan zuen 2023an 2020ko urtarilaren 1arekin alderatuta, 1.057 lanpostu gehiagorekin, baina sormen industrien 249 lanpostu gutxiago izan zituzten aldi berean, hau da, % 1,85eko jaitsiera.

Azterketa sakonerako arloak hautatzeko, haien enplegu-errendimendua banan-banan ebaluatu da, errendimendu negatiboa erakutsi dutenak identifikatuz. Horien artean, **Modaren Fabrikazioaren** sektorea nabarmentzen da, % 5,46ko murrizketarekin, hau da, 71 enplegu galdu dira. **Arkitektu-raren** sektoreak % 4,12 egin du behera (-165 enplegu), eta **Musikak** % 3,95 (63 enplegu gutxiago). Bestalde, **Liburuaren eta Prentsaren** sektoreak % 3,90eko atzerakada izan du (-228 enplegu), eta **Hizkuntzaren Industrien** % 2,79ko jaitsiera izan dute, 94 enplegu gutxiago.

Bestalde, enpleguari dagokionez bilakaera positiboena izan duten sektoreen artean **bideo-jokeen** arloa nabarmentzen da, taldeko buru izanik, % 155,56ko hazkundearekin, hau da, 42 lanpostu berri. **Ikus-entzunezkoen eta Multimediaren** sektoreak ere % 15,81eko hazkunde esanguratsua izan du, 944 enplegu gehiagorekin. Era berean, **Arte Bisualak** % 8,8ko igoera izan dute (156 lanpostu berri) eta **Diseinua** % 7,9 hazi da, 92 lanpostu gehituz.

Taula 1.1 eremu desberdinen laburpena ematen da, aztertutako bi magnitudeen arabera duten errendimenduaren arabera sailkatuta:

Taula 1.1 SEKTORE DESBERDINEN BILAKAERAREN LABURPENA

ERRENDIMENDURIK TXARRENA DUTEN SEKTOREAK	ERRENDIMENDU BEREZIA DUTEN SEKTOREAK	ERRENDIMENDU ONENA DUTEN SEKTOREAK
Liburuak eta Prentsa, Arkitektura eta Moda Fabrikazioa.	Musika	Bideo-jokoak, Ikus-entzunezkoak eta Multimedia, Arte Bisualak, Diseinua, Arte Eszenikoak.

Iturria: Egileek prestatua

Beraz, sakon aztertu beharrekoen artean errendimendurik txarrenea duen sektorea **Liburu eta Prentsaren** arloa da, kontuan hartuta bai Arkitektura bai Moda Fabrikazioa ez daudela Gobernuaren Kultura eta Hizkuntza Politika Sailaren esparruan. Gainera, **Musikako** enpresen eta enpleguaren bilakaera irregularraren eta Musikaren erabileraren ondorioz, hori ere txosten honetan aztertzen da, eremuaren egituraren aldaketa bat adieraz baitezake. Azkenik, hainbat eremuk bilakaera ona erakutsi duten arren, **Ikus-entzunezkoen eta Multimediaren** sektorearen azterketa sakona egingo da, bere heldutasunarengatik eta industriaren barruan enplegu bolumen handia sortzeko duen gaitasunarengatik.

1.2. Eztabaida-taldeetarako eragileak hautatzeko metodoa

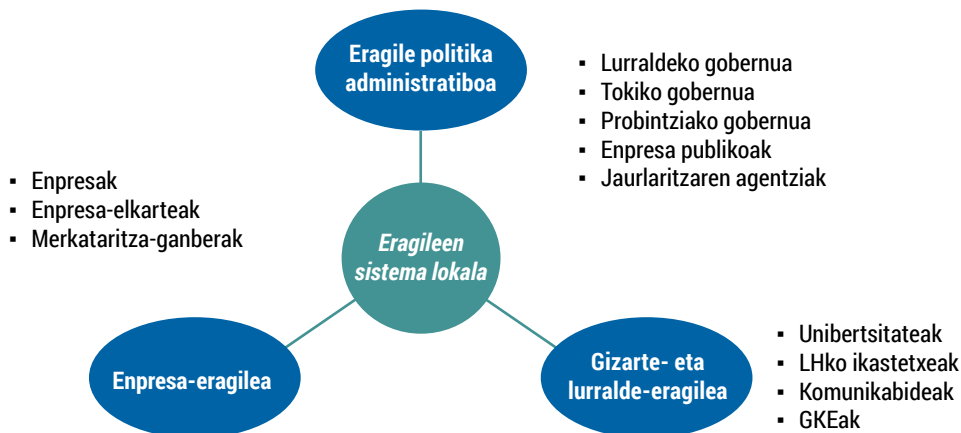
Eztabaida taldeen helburua hautatutako hiru sektoreetako —Liburuak eta Prentsa, Musika, eta Ikus-entzunezkoak eta Multimedia,— eragileen iritziak biltzea izan da, haien iritziak eztabaiden gidoiak prestatzeko egindako azterketa ekonomikoan eta literatura-berrikuspenean (II. Eranskina) identifikatutako joerekin kontrastatzeko. Prozesu horren bidez, industria bakoitzaren elementu bereizgarriak identifikatu eta dituzten erronkak aztertu dira. Beraz, atal honek parte-hartzaileak hautatzeko erabilitako irizpideak zehazten ditu, sektorearen aniztasuna eta errealitatea behar bezala islatzen dutela ziurtatuz.

Parte hartu behar zuten eragileen hautaketa bi fasetan egin zen. Lehen fasean, Orkestrak, Arocena (2001) esparruan oinarrituta, lurralde-ekosistema bateko (Ilustrazioa 1.1) eragile garrantzitsuak zirenez sektoreko eztabaida-taldean ordezkatzuta egon behar ziren tipologiak ezarri zituen. Esparru hori Euskadiko Gobernuaren Kultura Sailburuordetzaren mende dagoen Kulturaren Euskal Behatoki (KEB-OVC) ordezkariari aurkeztu zitzaion. Esparru horretan oinarrituta, Orkestrak eta KEBk banan-banan egin zuten azpisektore bakoitzeko eragileen hasierako hautaketa. Lehen hautaketa hori sektore bakoitzerako ezarritako perimetroan oinarrituta egin zen, (Retegi et al., 2022), eta EUS-TATen Jarduera Ekonomikoen eta Enpresa Demografiaren Gidazerrenda oinarri hartuz.

Bigarren fasean, 2024ko urriaren 25ean egindako bileran Orkestraren eta KEBren artean tailer bat egin zen, eta bertan egin zen eragileen azken hautaketa. Sartu beharreko eragileen tipologia dinamika baten bidez ezarri zen, eta ondoren hautaketa ariketa bat egin zen, lehenik tipologien, eta ondoren pertsona zehatzen arabera, eztabaida-taldearen helburuarekiko zuten interesaren arabera.

Ilustrazioa 1.1 PARTE HARTZAILEEN IDENTIFIKAZIOA

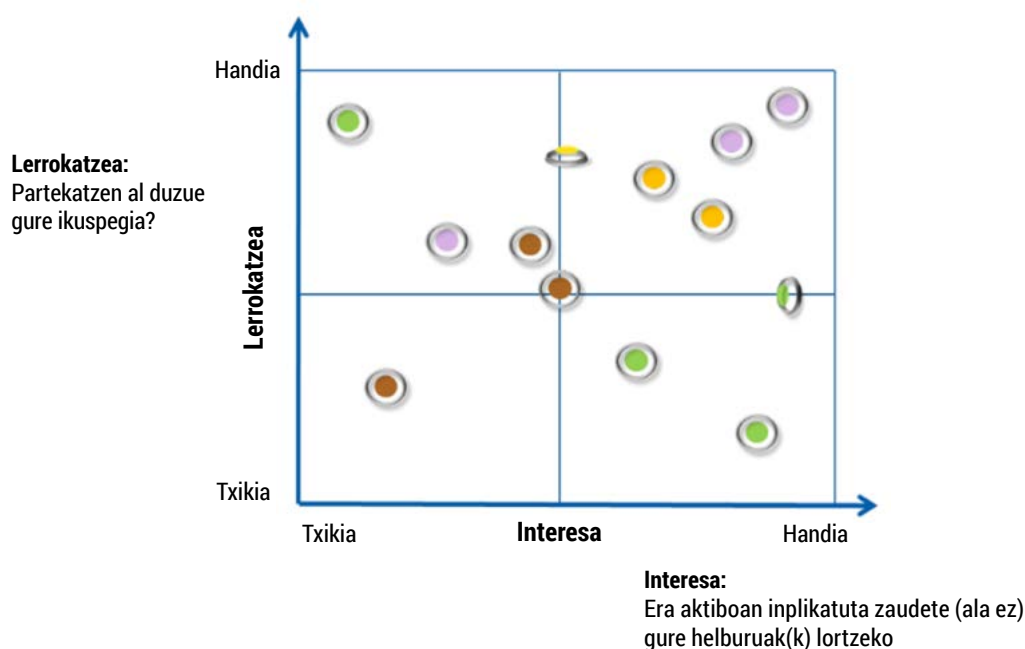
LURRALDE-EKOSISTEMA BATEKO ERAGILE GARRANTZITSUAK



Iturria: Arocena (2001)

Ondoren, pertsonen mapa estrategikoaren garapena planteatu zen. Zeregin horrek pertsonak ordezkatzeko eragile taldearen arabera identifikatzea eta koadrante batean sartzea ekarri zuen, haien ikuspegia ikerketa honen helburuekin eta haien interesekin nola lerrokatzen den kontuan hartuta, hau da, dagokien sektorearen garapenean era aktiboan parte hartu duten ala ez.

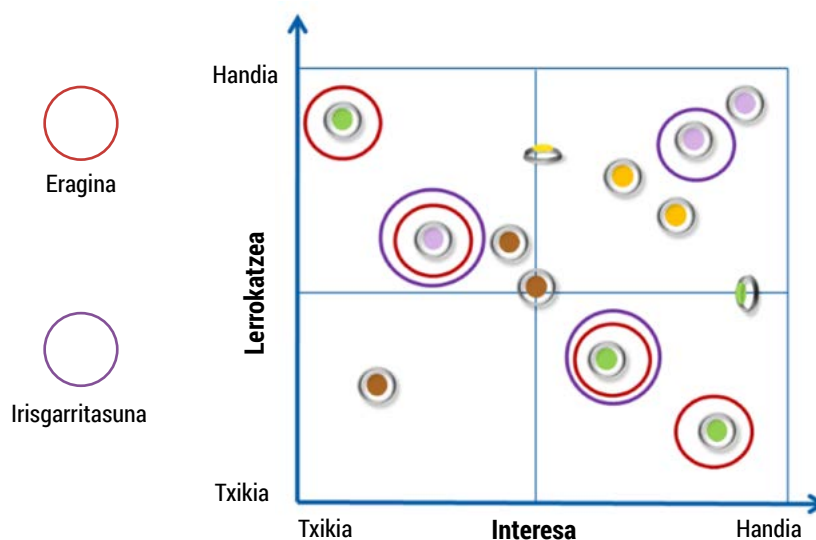
Ilustrazioa 1.2 PERTSONEN MAPAKETA ESTRATEGIKOA



Iturria: Mendizabal (2010)

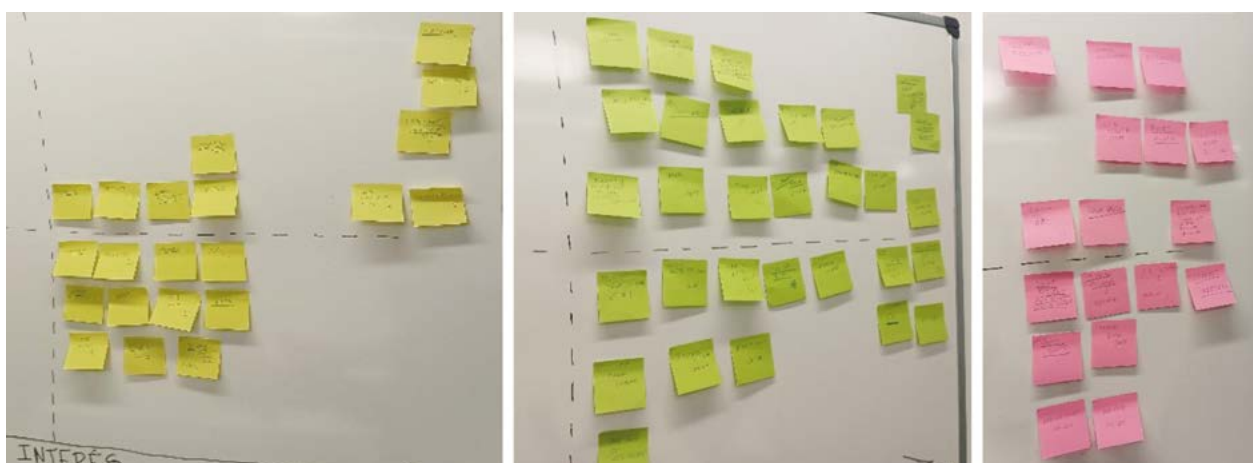
Ondoren, beste azterketa-geruza bat gehitu zen, pertsona horiek azterlanaren xedean duten eragina jasoz, baita haiekin harremanetan jartzeko aukera-maila ere. Bi faktore horiek identifikatutako eragileei lehentasuna ematea ahalbidetu zuten.

Ilustrazioa 1.3 AGENTEEN LEHENTASUNA



Iturria: Mendizabal (2010)

Ilustrazioa 1.4 ERAGILEEN HAUTAKETA PROZESUKO ARGAZKIAK



Oharrak: Urriaren 25eko tailerra

IV. eranskinean prozesu oso horren ondorioz, sektoreko eztabaida-talde bakoitzean parte hartu duten eragileak sartu dira.

1.

LIBURU ETA PRENTSA SEKTOREAREN ERREALITATEA EUSKADIN

2.1. Liburu eta prentsa sektorearen bilakaera ekonomikoa

Atal honek 2020ko urtarrilaren 1etik 2023ko urtarrilaren 1era bitartean Euskadin Liburu eta Prentsa sektoreak izan duen bilakaera ekonomikoa aztertzea du helburu. Horretarako, aztertuko diren jarduerak Euskadiko KSlen perimetroan oinarrituta definitu dira. Horiek, Taula 2.1 adierazi bezala, bi talde handitan banatzen dira: jarduera propioak eta jarduera lagungarriak. Hau da, industriak denboran zehar nola eboluzionatu duen aztertuko dugu, balio-kateko lotura guztiak kontuan hartuta.

Taula 2.1 LIBURU ETA PRENTSAN AZTERTUTAKO CNAE-2009

Liburuak eta prentsa ¹	
Propioak	Osagarriak
4761 - Liburuaren txikizkako merkataritza establezimendu espezializatuetan	1811 - Egunkariaren inprimaketa
4762 - Egunkariaren eta papergintzako artikuluen txikizkako salmenta establezimendu espezializatuetan	1812 - Bestelako inprimaketa eta arte grafiko jarduerak
5811 - Liburuaren argitalpena	1813 - Aurreinprimaketa eta euskarriaren prestakuntza zerbitzuak

1 "Liburuak eta prentsa" atalaren esparruan ez dira idazleak sartzen, CNAE-2009 9003 – Sorkuntza artistikoa eta literarioa kodean sailkatuta baitaude. (Retegi et al., 2022) erreferentzia-perimetroaren arabera, kode hori Arte Bisualen azpisektorean dago, gehienbat artista bisualek osatzen baitute. Hala ere, azterketa kualitatiboetan hartzen da kontuan idazleen ikuspuntua.

Liburuak eta prentsa ¹	
Propioak	Osagarriak
5813 - Egunkarien argitalpena	1814 - Liburuaren koadernaketa eta horrekin erlazionatutako zerbitzuak
5814 - Aldizkarien argitalpena	6399 - Beste inon aipatzen ez diren bestelako informazio zerbitzuak.
5819 - Beste argitalpen jarduerak batzuk	7312 - Komunikabideen ordezkariak zerbitzuak
6391 - Berri-agentzien jarduerak	

Iturria: Retegi et al., (2022)

Azterketa horretarako lehenengo alderdi garrantzitsua enpresen demografia da. Aztertutako aldian, sektoreak % 9,82ko atzerakada izan du, bai bere jarduerak propioetan (-% 11,98) bai jarduerak osagarrietan (-% 6,96) eraginez. Taula 2.2 -k erakusten du 2023an sektoreak 1.597 enpresa zituela, hau da, Euskadiko kultur jarduerak guztien % 21,27 eta KSI guztien % 9,34.

Taula 2.2 LIBURU ETA PRENTSA ENPRESEN BILAKAERA EUSKADIN
(2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)

	Enpresa kopurua. (2020.01.01)	Enpresa kopurua. (2020.01.01)	Enpresa kopuruaren aldaketa 2023 vs. 2020 (%)	Enpresa kopuruaren aldaketa 2023 vs. 2022 (%)	Enpresa kopurua/100.000 biztan- le. (2020.01.01)	Enpresa kopurua/100.000 biztan- le. (2020.01.01)	Enpresa kopuruaren aldaketa /100.000 bizt. 2023 vs. 2020 (%)	Enpresa kopuruaren aldaketa /100.000 bizt. 2023 vs. 2022 (%)	Enpresa kopurua / Enpresak guz- tira EAE (2020.01.01) (%)	Enpresa kopurua / Enpresak guz- tira EAE (2023.01.01) (%)
Kultur Industriak	7.149	7.505	4,98	2,61	325	341,6	5,12	2,13	4,64	5,03
LIBURUA ETA PRENTSA	1.771	1.597	-9,82	-5,00	80,5	72,7	-9,7	-5,44	1,15	1,07
1 - Propioa	1.010	889	-11,98	-5,73	45,9	40,5	-11,86	-6,17	0,66	0,6
2- Osagarria	761	708	-6,96	-4,07	34,6	32,2	-6,84	-4,51	0,49	0,47
KSI guztira	16.886	17.087	1,19	0,96	767,6	777,8	1,33	0,49	10,97	11,46

Iturria: Egileek prestatua DIRAE datuetan oinarrituta.

Joera horrek ez die hiru Lurralde Historikoei berdinean eragin. Gipuzkoak eta Bizkaiak jaitsiera handiak izan dituzten bitartean, % 11,35koa eta % 10,80koa hurrenez hurren, Arabak erresistentzia handiagoa erakutsi du, % 7,18ko jaitsiera moderatuagoarekin. Gainera, Lurralde Historikoen kasuan ez

bezala, aipagarria da egoitza Euskaditik kanpo duten baina bertan jarduera duten enpresa kopurua % 23,08 hazi dela (2020ko 39tik 2023ko 48ra).

Bizkaiak sektoreko enpresen % 50,68 kontzentratzen jarraitzen du, eta ondoren Gipuzkoa (% 36,80) eta Araba (% 12,52) datoz. Araba izan zen parte-hartzea handitu zuen lurralde bakarra, Bizkaiak eta Gipuzkoak, berriz, jaitsiera izan zuten bitartean (Taula 2.4).

Taula 2.3 LIBURU ETA PRENTSA ENPRESEN BILAKAERA LURRALDE HISTORIKOEN ARABERA

	Enpresa kopurua 2023ko urtarrilaren 1ean				Aldaketa Enpresa kopurua 2023 vs. 2020 (%)			
	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Espainiako gainerakoa	Araba (%)	Bizkaia (%)	Gipuzkoa (%)	Espainiako gainerakoa (%)
LIBURUA ETA PRENTSA	194	785	570	48	-7,18	-10,80	-11,35	23,08
1 - Propioa	105	435	314	35	-8,70	-12,12	-15,59	25,00
2- Osagarria	89	350	256	13	-5,32	-9,09	-5,54	18,18

Iturria: Egileek prestatua DIRAE datuetan oinarrituta.

Taula 2.4 LIBURU ETA PRENTSA ENPRESEN BANAKETA LURRALDE HISTORIKOEN ARABERA (KSI ENPRESA GUZTIEN EHUNEKOA)

	Enpresa kop./Enpresak guztira Liburu eta prentsa EAE (2023.01.01) (%)			Aldaketa. 2023 vs. 2020 (p.p)		
	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa
LIBURUA ETA PRENTSA	12,52	50,68	36,80	0,46	-0,13	-0,33
1 - Propioa	12,30	50,94	36,77	0,58	0,53	-1,11
2- Osagarria	12,81	50,36	36,83	0,27	-0,97	0,70

Iturria: Egileek prestatua DIRAE datuetan oinarrituta.

Lurralde-dimentsioaz gain, ezinbestekoa da Euskadiko egoera beste autonomia-erkidego batzuekin eta batez besteko nazionalarekin alderatzea, Taula 2.5-n egiten den bezala. Alderaketa mota horiek sektorearen bilakaera testuinguru zabalagoan jartzeko eta behatutako arazoak Euskadikoak diren ala herrialde osoko joera orokorraren parte diren identifikatzeko aukera ematen digute. 2023an,

sektoreko enpresen ratioa 100.000 biztanleko Madrilgoa (146), Kataluniakoa (129) eta batez besteko nazionala (107) baino txikiagoa zen Euskadin (76), baina Nafarroakoa (75) baino handiagoa. 2023an sektoreko enpresen ehunekoari dagokionez (Taula 2.6), Euskadi (% 1,25) Nafarroaren (% 1,22) gainetik zegoen, baina Kataluniaren (% 1,72) eta Madrilen (% 15,4) azpitik. 2020az geroztik, ehuneko hori ehuneko 0,06 puntu jaitsi da, Madrilgoa baino txikiagoa den jaitsiera, batez besteko nazionala baino nabarmenagoa den arren.

Taula 2.5 100.000 BIZTANLEKO LIBURU ETA PRENTSA ENPRESEN KONPARAKETA

	2023					Aldaketa. Enpresa kopurua 2023 vs. 2020 (%)				
	Euskadi	Nafarroa	Katalunia	Madril	Espainia	Euskadi	Nafarroa	Katalunia	Madril	Espainia
Enpresak / 100.000 biztanle										
Liburua eta Prentsa	76	75	129	146	107	-0,10	-0,12	-0,05	-0,14	-0,07

Iturria: Egileek prestatua Estatistika Institutu Nazionalaren (INE) Enpresen Direktorio Zentralaren (DIRCE) datuak erabiliz.

Taula 2.6 LIBURU ETA PRENTSA ARLOKO ENPRESEN EHUNEKOAREN ALDERAKETA ENPRESA GUZTIEKIKO

	Liburu eta prentsa enpresak /enpresa guztiak 2023 (%)					Aldaketa. Enpresa kopurua 2023 vs. 2020				
	Euskadi	Nafarroa	Katalunia	Madril	Espainia	Euskadi	Nafarroa	Katalunia	Madril	Espainia
Liburua eta Prentsa	1,25 %	1,22 %	1,72 %	1,99 %	1,60 %	-0,06	-0,04	0,04	-0,09	0,00

Iturria: Egileek prestatua Estatistika Institutu Nazionalaren (INE) Enpresen Direktorio Zentralaren (DIRCE) datuak erabiliz.

Azterketaren funtsezko beste alderdi bat sektoreko enpresen egitura juridikoa da, Taula 2.7erreferentzian agertzen den bezala. Ikuspegi hori garrantzitsua da negozio-komunitatearen osaera eta sektorean jarduten duten eragileen aniztasuna ulertzeko. Autonomoak dira nagusi, enpresa guztien % 54,10 ordezkatzuz, eta joera horrek sektoreko eragile txikien garrantzia islatzen du. Gainera, sektorearen jardura propioetan, autonomoek nagusitasun handiagoa dute (% 61,30), eta jardura osagarrietan, berriz, sozietate mugatuen presentziaren antzekoa da (% 45,06 eta % 39,83, hurrenez hurren). Hala ere, 2020az geroztik, ia forma juridiko guztiek jaitsierak izan dituzte, erlijio-erakunde autonomoak (-% 22,22) eta ondasunen komunitateak (-% 21,50) izanik kaltetuenak.

Taula 2.7 LIBURU ETA PRENTSA ENPRESEN NORTASUN JURIDIKOAK

	S.A.		Koop. Elk.		S.M.		Autonomoa		Ondasunen Komunitatea		Beste sozietate bat		Erlijio Erak. Aut.	
	2023 (%)	Δ2020_2023 (%)	2023 (%)	Δ2020_2023 (%)	2023 (%)	Δ2020_2023 (%)	2023 (%)	Δ2020_2023 (%)	2023 (%)	Δ2020_2023 (%)	2023 (%)	Δ2020_2023 (%)	2023 (%)	Δ2020_2023 (%)
LIBURUA ETA PRENTSA	4,2	1,52	2,50	0	29,37	-11,68	54,10	-9,34	5,26	-21,50	4,13	1,54	0,44	-22,22
1.- PROPIOA	4,05	12,50	2,25	5,26	21,03	-15,38	61,30	-11,81	5,17	-26,98	5,51	0	0,67	-25
2.- OSAGARRIA	4,38	-8,82	2,82	-4,76	39,83	-9,03	45,06	-4,78	5,37	-13,64	2,4	6,25	0,14	0

Iturria: Egileek prestatua, DIRA Eren datuetan oinarrituta.

Enpresen altak eta bajak berrikusteak ikuspegi orokor hori osatzeko eta sektorearen ezegonkortasuna neurtzeko aukera ematen digu. Taula 2.8-k enpresen 2020 eta 2023 artean izandako alden eta baje² azterketa zehatza ematen du. Aldi horretan, sektoreko enpresen % 72,22ak aktibo jarraitu zuen, sektoreak enpresa kopuru osoan % 9,82ko jaitsiera erregistratu zuen arren, batez ere baje eta irteeren ehunekoa (% 27,78) aldena eta sarrerena (% 17,96) baino altuagoa izan zelako. Murrizketek gehien kaltetutako figura juridikoak erlijio-erakunde autonomoak, autonomoak, ondasunen komunitateak eta sozietate mugatuak izan ziren. Hala eta guztiz ere, autonomoen artean alta berrien ehunekoa beste figura juridiko batzuetan baino handiagoa izan zen, eta horrek beherakada orokorra partzialki konpentsatu zuen. Fenomeno horrek sektorearen aldakortasun handia azpimarratzen du, enpresen ia % 30ek hiru urtean behin berritzen baitituzte kontratuak.

² Glosarioa Taula 2.8 Liburu eta prentsa enpresen altak eta bajak (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia):

(1) *Hauek jarraitzen dute*: 2020an eta 2023an adierazitako KSI sektoreari dagozkion enpresak. (2) *Bajak*: 2020an adierazitako KSI sektorekoak ziren eta 2023an existitzen ez ziren enpresak. (3) *Irteerak KSIak ez direnetara*: 2020an adierazitako KSI sektorekoak ziren eta 2023an KSIan ez dagoen beste sektore batean dauden enpresak. (4) *Irteerak KSIra*: 2020an adierazitako KSI sektorekoak ziren eta 2023an beste KSI sektore batekoak ziren enpresak. (6) *Altak*: 2020an existitzen ez ziren eta 2023an adierazitako KSI sektorekoak diren enpresak. (7) *KSI'tik kanpoko sarrerak*: 2020an KSIan sartuta ez dagoen beste sektore batekoak ziren enpresak, eta 2023an adierazitako KSI sektorekoak direnak. (8) *KSIko sarrerak*: 2020an beste KSI sektore batekoak ziren eta 2023an adierazitako KSI sektorekoak diren enpresak.

Taula 2.8 LIBURU ETA PRENTSA ENPRESEN ALTAK ETA BAJAK (2020-01-01ETIK 2023-01-01ERA BITARTEKO ALDIA)

	Jarraitzen dute (%)	Bajak (%)	Irteerak KSItik kanpora (%)	Irteerak KSira (%)	(Bajak + Irteerak) (%)	Altak (%)	Sarrerak KSI kanpo- tik (%)	Sarrerak KSItik (%)	(Altak + Sarrerak) (%)
LIBURUA ETA PRENTSA	72,22	24,68	2,54	0,56	27,78	15,98	1,64	0,34	17,96
S.A.	87,88	9,09	3,03	0,00	12,12	13,64	0,00	1,52	15,15
Koop. Elk.	87,50	12,50	0,00	0,00	12,50	12,50	0,00	0,00	12,50
S.M.	77,21	21,66	0,75	0,38	22,79	8,85	1,51	0,38	10,73
Autonomia	67,47	28,12	3,57	0,84	32,53	20,88	1,99	0,21	23,08
Ondasunen Komunitatea	70,09	28,04	1,87	0,00	29,91	6,54	1,87	0,00	8,41
Beste sozietate bat	80	15,38	4,62	0,00	20,00	23,08	0,00	1,54	24,62
Erak. Auto. Erlijosoa	66,67	33,33	0,00	0,00	33,33	11,11	0,00	0,00	11,11

Iturria: Egileek prestatua, DIRA Eren datuetan oinarrituta.

Negozio-dinamika horiek sektore osoan duten eragina ulertzeko ezinbestekoa da enpleguaren bilakaera aztertzea, enpresen egituraren eta kopuruan izandako aldaketek eragin zuzena baitute enpleguan. Beraz, enpleguaren azterketa zabalagoa egiteko, datuak bi ataletan banatzen dira: lehenik, sektoreko enplegu-joeren ikuspegi orokorra aurkezten da, eta ondoren, aldaketak industriaren araberak xehatzen dira.

2023an, Euskadin Liburu eta Prentsa sektoreak kultur industrietan lanean ari ziren pertsona guztien % 26,03 eta KSI guztien % 16,16 enplegatu zituen. Zifra hori % 3,9 jaitsi da 2020arekin alderatuta, eta horrek 228 lanpostu galtzea eragin du. Beherakada hori batez ere sektorearen jardueraren nagusietan, hala nola liburuaren argitalpenetan eta salmentan, 262 lanpostu galtzearen ondorioz gertatu da, eta jardueraren osagarriek, berriz, 34 lanpostu gehiagorekin konpentsatu dute beherakada hori.

Taula 2.9 LIBURU ETA PRENTSAREN ENPLEGUAREN BILAKAERA EUSKADIN
(2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)

	2020	2023	Aldaketa. Enplegu kopurua 2023 vs. 2020 (%)	Aldaketa. Enplegu kopurua 2023 vs. 2022 (%)	Enplegu kopurua/Lanpostuak guztira EAEn (2020-01-01) (%)	Enplegu kopurua/Lanpostuak guztira EAEn (2020-01-01) (%)	Aldaketa. Lanpostu kopurua/EAEn guztirako lanpostuak 2023 vs. 2020 (p.p)	Aldaketa. Lanpostu kopurua/Lanpostuak guztira EAEn 2023 v. 2022 (p.p.)
Kultur Industriak	20.552	21.609	5,14	3,26	2,23	2,33	0,10	0,03
LIBURUA ETA PRENTSA	5.853	5.625	-3,90	-1,14	0,64	0,61	-0,03	-0,02
1- Propioa	3.069	2.807	-8,54	-3,51	0,33	0,30	-0,03	-0,02
2- Osagarria	2.784	2.818	0,01	1,33	0,30	0,30	0,00	0,00
KSI guztira	33.982	34.790	0,02	1,69	3,69	3,75	0,06	0,00

Iturria: Egileek prestatua Eustaten datuetan oinarrituta.

Jardueraren adarrak zehatzago aztertuta, merkataritza-sektorea izan zen kaltetuena, enplegua % 11,14 jaitsi baitzen, hau da, 147 lanpostu gutxiago. Argitalpen, ikus-entzunezko, irrati, telebista eta informatika jardueretan ere % 5,88ko beherakada izan zen, 110 lanpostu galduz. 2022an zehar jarraitu zuen joera hori sektoreko funtsezko arlo horietan izan da nabarmenena. Hala ere, sektore batzuek susperraldiaren zantzuak erakutsi dituzte: manufaktura-jarduerak 26 lanpostu gehitu dituzte (% 0,98), eta jarduera profesional, zientifiko eta teknikoek % 13,64 handitu dute langile kopurua, 3 lanpostu gehituz.

Taula 2.10 LIBURU ETA PRENTSAREN ENPLEGUAREN BILAKAERA EUSKADIN JARDUERA-ADARRAREN ARABERA (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)

	Fabrikatzaileak	Komertzialak	Muntaketa, Ikus-entzunezkoak, Irratia, Telebista eta informatika	Jarduera profesionalak, zientifikoak eta teknikoak	Komertzialak	Aisialdi eta kultur jarduerak
Enplegua 2023.01.01ean	2667	1172	1761	25	0	0
Enpleguaren Aldaketa 2023 vs. 2020	26	-147	-110	3	0	0
Enpleguaren Aldaketa 2023 vs. 2022	28	-75	-21	3	0	0
Enpleguaren Aldaketa 2023 vs. 2020 (%)	0,98	-11,14	-5,88	13,64	0	0
Enpleguaren Aldaketa 2023 vs. 2022 (%)	1,06	-6,01	-1,18	13,64	0	0

Iturria: Egileek prestatua Eustaten datuetan oinarrituta.

2.2. Liburu eta prentsa sektoreko joerak eta erronkak

Atal honek Euskadiko Liburu eta Prentsa sektorearen egungo joerak eta erronkak biltzea du helburu, sektoreko eragileen ikuspegitik abiatuta (IV. Eranskina). Horretarako, eztabaida-taldetik ateratako ondorio nagusiak aztertu dira, merkatuaren azken aldiko bilakaera, eraldaketa digitalaren (ED) eragina, negozio-ereduaren erronkak eta literaturan eragina duten soziolinguistika-berezitasunak bezalako funtsezko gaiak jorratuz. Analisi horren bidez, sektorea moldatzen ari diren aldaketen ikuspegi integrala eman nahi dugu, baita haren jasangarritasunean eta etorkizuneko garapenean lagunduko duten estrategiak eta proposamenak identifikatu ere.

Sektorearen pertzepzioa Liburu eta Prentsa sektorearen azken bilakaerari buruz

Eztabaida-taldeko parte-hartzaileek bat datoz pandemiaren ondoren liburu eta prentsaren sektorearen bilakaera dinamika berezietan markatu dutela esatean. Oro har, liburuaren salmentak % 16,1 hazi dira herrialde osoan 2021 eta 2024 artean, eta Euskadin hazkundea moderatuagoa izan da, % 5,2ra iritsiz NielssenIQ GFKren datuen arabera (2024). Hala ere, bilakaera horrek alde nabarmenak ditu hizkuntzaren arabera: gaztelaniazko salmentak % 16,7 igo diren bitartean, euskaraz idatzitako liburuarenak % 7 jaitsi dira (NielssenIQ GFK, 2024). Fenomeno horrek ez du soilik arazo komertzial bat islatzen, baita joera soziolinguistikoa ere, eta horrek arreta eta estrategia espezifikoak eskatzen ditu eusko liburugintzarentzat.

Formatuei dagokienez, beste sektore batzuetan argitalpen digitalak aurrera egin duen arren, papezko azala da formatu nagusia, eztabaida-taldean emandako datuen arabera, irakurleen % 95ak nahiago baitu papera formatu digitalaren aldean. Aitzitik, prentsak eraldaketa erradikala jasan du: pandemia ez zen aldaketaren abiarazlea izan, 2008an hasitako trantsizio digitalaren azeleragailua baizik. Eztabaida-taldeak datu bat planteatu zuen, inprimatutako komunikabideek merkatu-kuotaren % 80 galdu dutela, eta harpidetza digitaleko ereduak hazi diren arren, sortutako diru-sarrerak iraganean baino txikiagoak izaten jarraitzen dutela. Gainera, diru-sarreraren dibertsifikazioa identifikatu da prentsaren sektorean, komunikabideek ekitaldiak, merkataritza elektronikoa eta bazkidetza ereduak txertatuz beren bideragarritasun ekonomikoa mantentzeko.

Eraldaketa digitalaren eragina, negozio ereduaren aldaketak eta beste erronka batzuk

Eraldaketa Digitalaren eragina sakona izan da prentsaren sektorean, komunikabideak dinamika berrietara egokitzea behartuz. EDak ez ditu soilik negozio ereduak aldatu, erronka gehigarriak ere ekarri ditu, hala nola adimen artifizialaren agerpena edukien sorreran. Errealitate hori ikusita, eztabaida-taldeko parte-hartzaileak bat etorri ziren adieraztean dibertsifikazioa funtsezkoa dela sektorearen jasangarritasunerako. Gero eta hedabide gehiago formatu eta estrategia berriak aztertzen ari dira publikoa erakartzeko, besteak beste, ekitaldiak, merkataritza elektronikoa eta harpidetza digitalak, sortutako diru-sarrerak formatu tradizionalekin alderatuta txikiagoak izan arren.

Liburuaren sektorean, EDak banaketan eta marketinean izan du batez ere eragina. Amazon bezalako plataformen gorakadak, besteak beste, salmenta-kanal tradizionalak aldatu ditu. Eztabaida-taldean parte hartu duten sektoreko eragileek uste dute arazo nagusietako bat argitalpen-indus-

triaren gero eta kontzentrazio handiagoa dela. Planeta eta Random House bezalako talde handiek menderatzen dute merkatua, tokiko argitaletxeak desabantailan utziz. Horiek ikusgaitasuna lortzen eta jasangarritasuna bermatzen ahalegindu behar dute gero eta lehiakorragoa den ingurunean.

Gainera, merkataritzaren eraldaketak beste erronka bat planteatu du, hala nola liburu-denda ikonikoen desagerpena, azken urteotan Euskadin behin eta berriro gertatzen ari den fenomeno. Eragileek uste dute fenomeno hori marketin joera berrien ondorioz gertatzen dela neurri handian, baina baita belaunaldi aldaketa faltarengatik ere. Uste dute, gazte askorentzat, liburuak saltzea ez dela jada negozio eredu erakargarria, eta horrek arriskuan jartzen duela liburu-denda independenteen biziraupena. Horiek, historikoki, oinarrizko zutabe izan dira euskarazko literaturaren hedapenean.

Gainera, industriako eragileek adierazi dute EDak beste erronka bat gehitu diela Euskadiko argitaletxeei: ikusgaitasuna ingurune digitaletan. Instagram eta TikTok bezalako sare sozialetan bereziki zaila da euskaraz idatzitako liburuak posizionatzea, gazteek beste hizkuntzetako edukia kontsumitzen baitute nagusiki, eta algoritmoek joera globalen alde egiten baitute. Oztopo horrek nabarmen oztopatzen du euskarazko literaturaren sustapena, eta merkatu digitalean duen hedapena mugatzen du. Arazo horri eztabaida-taldean aipatutako beste zailtasun bat gehitzen zaio: irakurle gaztearentzat bereziki erakargarriak diren generoetan, hala nola fantasiazkoetan eta amodiozkoetan, eskaintza falta, eta horrek euskarak haien kultur kontsumo ohituretan presentzia gutxiago izatea eragiten du.

Bestalde, aipatu da EDak ahozko komunikaziorako gero eta aldaketa handiagoa ekarri duela, audio-liburuen gorakadarekin publiko berriak erakartzeko aukera gisa. Audio edukien kontsumoa nabarmen hazi da eta publiko zabalago eta anitzagoarekin konektatzeko modu eraginkorra izan liteke. Gainera, parte-hartzaileek adierazi dute eskaintza kultural eta literarioek askotan belaunaldi zaharragoek ezarritako irizpideei erantzuten dietela, eta horrek gazteen interesekin deskonexioa sor dezakeela. Eredu tradizionaletan oinarritutako kultur eredu inposatu beharrean, belaunaldi berriek kultur ekoizpenean eta programazioan protagonismo handiagoa ematea proposatu da, horrela, euskarazko literatura etorkizuneko irakurleekin batera eboluzionatzea bermatuz.

Erronka horiek gorabehera, aitortu da eraldaketa digitala arrakastaz gauzatu dela alderdi tekniko eta operatiboan. Hala ere, geratzen den erronka sustapena eta banaketa dinamika digital berrietara egokitzea da, eta horrela, euskarazko literaturak espazio horietan presentzia nabarmena izan dezan bermatzea.

Erronka soziolinguistikoak

Eztabaida-taldean azpimarratutako erronka garrantzitsuenetako bat ingurune eleaniztun eta globalizatuak kultur kontsumo-ohituretan duen eragina da. Gazteek modu naturalean eskuratzen dituzte hainbat hizkuntzako edukia, eta horren ondorioz aurreko belaunaldiek baino euskararen eragin txikiagoa izan dute. Gaur egun inoiz baino euskal hiztun gehiago egon arren, nerabezaroan hizkuntza horretan gutxiago irakurtzen dela ikusten da. Egoera hori neurri handi batean, aurreko atalean aipatu bezala, beste hizkuntzekin alderatuta eskaintza erakargarrien faltarengatik gertatzen da, baita gaztelaniazko eta ingelesezko edukien lehia handiarengatik ere.

Aipatutako funtsezko beste alderdi bat gazteek euskararekin duten harremanaren aldaketa da. Aurreko belaunaldiek hizkuntzarekin harreman identitarioagoa zuten, baina gaur egungo gazteek kultura modu irekiagoan eta globalizatuagoan kontsumitzen dute, edukia jasotzeko orduan hizkuntza lehenetsi gabe, eta ingelesa da nagusi. Horrek esan nahi du euskarazko literaturak mundu osoko kultur produktuekin lehiatu behar duela.

Gehienek ezin dute beren lanetatik soilik bizi, eta horrek literatura-ekoizpena mugatzen du eta sektorearen profesionalizazioa oztopatzen du. Gehienek ezin dute beren lanetatik soilik bizi, eta horrek literatura-ekoizpena mugatzen du eta sektorearen profesionalizazioa oztopatzen du. Testuinguru hori gorabehera, parte hartu duten eragileek aipatu dute euskaraz egindako literatura-sorkuntza oso une positiboa bizitzen ari dela. Fenomeno hori lagungarria da euskarazko literaturaren jarraitutasunerako, baina agerian uzten du euskarazko idazketaren profesionalizazioa bideragarriagoa egiten duten ereduak garatzeko beharra.

Hala ere, badira sektorea biziberritzeko erreferentzia gisa balio dezaketen salbuespen positiboak. *Bertsolaritza* eta Durangoko Azoka bezalako fenomenoek erakutsi dute posible dela topaguneak sortzea eta euskarazko kultura biziberritzea. Hala ere, galdera handia hor dago oraindik: nola eutsi une horri urte osoan zehar, eta ez ekitaldi puntualetan bakarrik.

Proposamen zehatzak

Erronka horiei aurre egiteko, eztabaida-taldean parte hartu duten industriako eragileek liburu eta prentsaren sektorearen garapen positiboan lagun dezaketen hainbat estrategia proposatu dituzte.

Idea nagusia nabarmendu da: irakurketa sustatzeko plan edo estrategia integral baten beharra. Prestakuntza-zentroen, argitaletxeen, liburu-denden eta komunikabideen artean estrategia koordinatu eta integrala proposatu da. Kataluniako eredu arrakastatsuak aztertzearen garrantzia azpimarratu da. Bertan irakurketa-plan bat garatu da sektoreko eragile guztien parte-hartzearekin.

Era berean, euskarazko irakurketa sustatzeko, *bertsolaritzaren* antzeko ereduari jarraitzea iradoki da. *Bertsolaritzan*, *bertso-eskoletako* irakaskuntza aktiboak gazteek kultur adierazpide horretan parte hartzea eta sortzea sustatu du. Proposamena dinamika hori literaturara zabaltzea da, gazteak idaztera bultzatuz, idazketarekin zein irakurketarekin duten lotura sendotu dezakeelako.

Lanerako beste ildo aipagarri bat formatuen dibertsifikazioa izan da. Idatzitakoa eta ikus-entzunezkoa uztartzea proposatu da, gazteen arreta erakartzeko, *booktuber*, *audiotrailer* eta audio-liburu bezalako formatuak aztertuz. Gainera, euskarazko eleberriak telesailetan eta filmetan egokitzeko aukerak erakusten duen potentziala identifikatu da ikus-entzunezko sektorean.

Azkenik, kultura-kontsumo ohituren aldaketetara azkar egokitzeko beharra azpimarratu da. Etengabe eboluzionatzen ari den ingurunean, joera eta fenomeno kulturalen "*olatuak surfeatzean*" oinarritutako estrategia proposatu da, horiek kontrolatzen saiatu beharrean. Horretarako, ezinbestekotzat jo da lankidetzaren publiko-pribatua sendotzea, euskal literaturak beharrezko laguntza izatea garai aldakorretara egokitzeko eta etorkizuneko belaunaldientzat garrantzitsua izaten jarrai dezan bermatzeko.

3.

MUSIKA SEKTOREAREN ERREALITATEA EUSKADIN

3.1. Musika sektorearen bilakaera ekonomikoa

Liburu eta Prentsaren kasuan bezala, atal honek Euskadiko musikaren industriaren bilakaera ekonomikoa aztertzen du 2020ko urtarrilaren 1etik 2023ko urtarrilaren 1era bitartean, enpresen eta enpleguaren bilakaera kontuan hartuta. Euskadiko KSlen jardura propioak zein lagungarriak hartu dira kontuan, beraz, azterketak Taula 3.1-n zehaztutako CNAE kodeak barne hartzen ditu.

Taula 3.1 MUSIKAREN BARRUAN AZTERTUTAKO CNAE-2009AK

Musika	
Propioak	Osagarriak
4763 - Musika eta bideo grabazioen txikizkako salmenta establezimenduetan	1820 - Grabatutako euskarrien erreprodukzioa
5920 - Soinu grabazio eta musika argitalpen jarduerak	3220 - Musika tresnen fabrikazioa
8552 - Kultur hezkuntza	

Iturria: Retegi et al., (2022)

Aldi honetan, Euskadiko musikaren industriak portaera positiboa izan du enpresa kopuruari dago-kionez, Taula 3.2-k erakusten duen bezala. 2023an, sektore honetan jarduten zuten 636 enpresa identifikatu ziren. Kultur jardueren % 8,47 eta KSI guztien % 3,72 ordezkatzzen zuten.

Enpresa horien % 92,29 sektoreari dagozkion jardueretan aritzen dira eta % 7,70 jarduera osagarrietan. Gainera, 100.000 biztanleko 28,95 musika-enpresa erregistratu ziren, hau da, Euskadiko enpresa kopuru osoaren % 0,43. Hazkundeari dagokionez, enpresa kopurua % 7,43 hazi da 2020tik, eta joera positibo horri 2022arekin alderatuta ere eutsi zaio.

Taula 3.2 MUSIKA-ENPRESEN BILAKAERA EUSKADIN
(2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)

	Enpresa kopurua. (2020.01.01)	Enpresa kopurua. (2020.01.01)	Enpresa kopuruaren aldaketa 2023 vs. 2020 (%)	Enpresa kopuruaren aldaketa 2023 vs. 2022 (%)	Enpresa kopurua/100.000 biz- tanle. (2020.01.01)	Enpresa kopurua/100.000 biz- tanle. (2020.01.01)	Enpresa kopuruaren aldaketa /100.000 bizt. 2023 vs. 2020 (%)	Enpresa kopuruaren aldaketa /100.000 bizt. 2023 vs. 2022 (%)	Enpresa kopurua / Enpresak guztira EAE (2020.01.01) (%)	Enpresa kopurua / Enpresak guztira EAE (2023.01.01) (%)
Kultur Industriak	7149	7505	4,98	2,61	325,00	341,64	5,12	2,13	4,64	5,03
MUSIKA	592	636	7,43	1,60	26,91	28,95	7,58	1,12	0,38	0,43
1- Propioa	546	587	7,51	2,09	24,82	26,72	7,65	1,61	0,35	0,39
2- Osagarria	46	49	6,52	-3,92	2,09	2,23	6,67	-4,37	0,03	0,03
KSI guztira	16886	17087	1,19	0,96	767,6	777,8	1,33	0,49	10,97	11,46

Iturria: Egileek prestatua DIRAE datuetan oinarrituta.

Geografikoki, hazkundera Bizkaian izan da nabarmenena, 2020tik enpresa kopurua % 10,23 handitu baita (Taula 3.3), eta, aldi berean, lurralde horrek kontzentratzen du sektoreko enpresen erdia baino gehiago (% 52,76) (Taula 3.4). Gipuzkoak eta Arabak, hazi diren arren, erritmo moderatuagoan egin dute, % 6ko eta % 3,57ko igoerekin, hurrenez hurren. Azpimarratzekoa da, beste industria batzuek ez bezala, egoitza Euskaditik kanpo duten eta eskualdean jarduten duten enpresa kopurua % 40 jaitsi dela, hau da, bi enpresa gutxiago daudela, eta horrek hiru lurralde historikoetan jarduera-kontzentrazio handiagoa iradokitzen du.

Taula 3.3 MUSIKA ENPRESEN BILAKAERA LURRALDE HISTORIKOEN ARABERA

	Enpresa kopurua 2023ko urtarrilaren 1ean				Aldaketa. Enpresa kopurua 2023 vs. 2020 (%)			
	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Espainiako gainerakoa	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Espainiako gainerakoa
MUSIKA	87	334	212	3	3,57	10,23	6	-40
1- Propioa	79	320	186	2	6,76	11,11	2,76	-33,33
2- Osagarria	8	14	26	1	-20	-6,67	36,84	-50

Iturria: Egileek prestatua DIRAE datuetan oinarrituta.

Taula 3.4 MUSIKA-ENPRESEN BANAKETA LURRALDE HISTORIKOEN ARABERA (KSiKO ENPRESA GUZTIEN EHUNEKOA)

	Enpresa kop./Enpresak guztira Musika EAE (2023.01.01) (%)			Aldaketa. 2023 vs. 2020 (p.p)		
	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa
MUSIKA	13,74	52,76	33,49	-0,57	1,15	-0,58
1- Propioa	13,50	54,70	31,79	-0,12	1,66	-1,54
2- Osagarria	16,67	29,17	54,17	-6,06	-4,92	10,98

Iturria: Egileek prestatua DIRAE datuetan oinarrituta.

Gainera, musikaren industria zati nahiko txikia den arren Euskadiko KSiREN barruan, 2023an 100.000 biztanleko enpresen ratioa batez besteko nazionala eta alderatutako hiru erkidegoena baino nabarmen handiagoa izan da (Taula 3.5). Euskadin, 100.000 biztanleko 25 musika-enpresa daude, eta estatu mailan 8. Gainera, 2020arekin alderatuta, Euskadiko 100.000 biztanleko enpresa kopurua % 0,09 handitu da, batez besteko nazionala gaituz. 2023an, sektoreko enpresen ehunekoa Euskadiko enpresa guztien aldean % 0,41ekoa izan zen (Taula 3.6), batez besteko nazionala eta alderaketa egiteko erabilitako hiru autonomia erkidegoetakoa baino handiagoa. Gainera, 2020arekin alderatuta, Euskadiko 100.000 biztanleko enpresa kopurua % 0,09 handitu da, batez besteko nazionala gaituz.

Taula 3.5 MUSIKA-ENPRESEN ALDERAKETA 100.000 BIZTANLEKO

Enpresak / 100.000 biztanle	2023					Aldaketa. Enpresa kopurua 2023 vs. 2020 (%)				
	Euskadi	Nafarroa	Katalunia	Madril	Espainia	Euskadi	Nafarroa	Katalunia	Madril	Espainia
MUSIKA	25	10	10	11	8	0,09	0,00	0,07	-0,06	0,05

Iturria: Egileek prestatua Estatistika Institutu Nazionalaren (INE) Enpresen Direktorio Zentralaren (DIRCE) datuak erabiliz.

Taula 3.6 MUSIKA-ENPRESEN ETA ENPRESEN GUZTIZKOAREN EHUNEKOAREN ARTEKO ALDERAKETA

	Musika Enpresak/enpresa guztiak 2023 (%)					Aldaketa. Enpresa kopurua 2023 vs. 2020 (p.p)				
	Euskadi	Nafarroa	Katalunia	Madril	Espainia	Euskadi	Nafarroa	Katalunia	Madril	Espainia
MUSIKA	0,41	0,16	0,13	0,14	0,12	0,06	0,01	0,02	0,01	0,01

Iturria: Egileek prestatua Estatistika Institutu Nazionalaren (INE) Enpresen Direktorio Zentralaren (DIRCE) datuak erabiliz.

Enpresen egitura juridikoari dagokionez, autonomoen nagusitasuna da ezaugarri nagusia, enpresa guztien % 63,36 ordezkatzan baitute (Taula 3.7). Nagusitasun hori are nabarmenagoa da jarduera osagarrietan, non autonomoak guztizkoaren % 85,71a diren. Fenomeno horrek sektorearen egitura zatikatua eta eragile txikien presentzia handia islatzen ditu, sozietate mugatuak bezalako beste forma juridiko batzuekin alderatuta, azken horiek negozioen % 15,25 osatzen baitute. Gainera, 2020az geroztik, autonomoen kopurua nabarmen hazi da (% 17,49).

Taula 3.7 MUSIKA-ENPRESEN NORTASUN JURIDIKOA

	S.A.		Koop. Elk.		S.M.		Autonomoa		Ondasunen Komunitatea		Tokiko Korporazioa		Beste sozietate bat		Erak. Auto. Erlijosoa	
	2023 (%)	Δ2020_2023 (%)	2023 (%)	Δ2020_2023 (%)	2023 (%)	Δ2020_2023 (%)	2023 (%)	Δ2020_2023 (%)	2023 (%)	Δ2020_2023 (%)	2023 (%)	Δ2020_2023 (%)	2023 (%)	Δ2020_2023 (%)	2023 (%)	Δ2020_2023 (%)
MUSIKA	0,47	-25	2,99	11,76	15,25	-10,19	63,36	17,49	2,36	-11,76	1,89	-14,29	13,05	-1,19	0	-20
1-Propioa	0,34	0	3,24	18,75	15,50	-9,90	61,50	17,59	2,56	-11,76	2,04	-14,29	14,14	-1,19	0	-20
2-Osagarria	2,04	-50	0	-100	12,24	-14,29	85,71	16,67	0	0	0	0	0	0	0	0

Iturria: Egileek prestatua, DIRA Eren datuetan oinarrituta.

Aurreko azterketa osatuz, enpresen alten eta baje datuek erakusten dute, aldi horretan, sektoreko enpresen % 72,97k aktibo jarraitu zutela 2023an, 2020arekin alderatuta (Taula 3.8). Baje eta irteera kopuru handia erregistratu arren (% 27,03), alta eta sarrera kopuru handiak (% 34,46) % 7,43ko hazkundea ekarri du sektoreko enpresa kopuru osoan.

Portaera hori forma juridiko guztietan antzekoa den arren, autonomoek jarraitutasun ehuneko txikiagoa izan dutela ikusten da, % 69,39 baino ez baitira aktibo, eta horrek % 30,61eko baja-tasa dakar. Hala ere, % 48,10eko alta eta sarrera tasari esker, autonomoen kopurua handitu egin da 2020arekin alderatuta. Horrek guztiak sektorearen aldakortasun handia islatzen du, batez ere autonomoen artean.

Taula 3.8 MUSIKA-ENPRESEN ALTAK ETA BAJAK (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)

	Jarraitzen dute (%)	Bajak (%)	Irteerak KSItik kanpora (%)	Irteerak KSIra (%)	(Bajak + Irteerak) (%)	Altak (%)	Sarrerak KSI kanpotik (%)	Sarrerak KSItik (%)	(Altak + Sarrerak) (%)
MUSIKA	72,97	23,14	1,01	2,87	27,03	30,24	2,36	1,86	34,46
S.A.	75	0	0	25	25	0	0	0	0
Koop. Elk.	88,24	11,76	0	0	11,76	17,65	5,88	0	23,53
S.M.	71,3	21,3	0,93	6,48	28,70	15,74	0,93	1,85	18,52
Autonomoa	69,39	26,82	1,46	2,33	30,61	42,27	3,50	2,33	48,10
Ondasunen Komunitatea	70,59	29,41	0	0	29,41	11,76	0	5,88	17,65
Tokiko korporazioa	85,71	14,29	0	0	14,29	0	0	0	0
Beste sozietate bat	84,52	14,29	0	1,19	15,48	14,29	0	0	14,29
Erak. Auto. Erlijiosoa	80	20	0	0	20	0	0	0	0

Iturria: Egileek prestatua, DIRAEren datuetan oinarrituta.

Enpleguaren bilakaerari dagokionez, Taula 3.9-n erakusten den bezala, 2023an sektore horrek kultur industrietako enplegu osoaren % 7,1 eta Euskadiko KSItako enpleguaren % 4,41 barne hartu du. Hala ere, negozioen hazkundeak ez du enpleguaren hedapenik ekarri, sektoreak % 3,95eko jaitsiera izan baitu lanpostu kopuruan 2020az geroztik, guztira 63 galduz. Murritzeta horrek jardue-
ra propioetan zein osagarrietan izan du eragina, ehunekotan azken horietan nabarmenagoa izan den arren.

Taula 3.9 MUSIKAKO ENPLEGUAREN BILAKAERA EUSKADIN (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)

	2020	2023	Aldaketa. Enplegu kopurua 2023 vs. 2020 (%)	Aldaketa. Enplegu kopurua 2023 vs. 2022 (%)	Enplegu kopurua/ Lanpostuak guztira EAEn (2020-01-01) (%)	Enplegu kopurua/ Lanpostuak guztira EAEn (2020-01-01) (%)	Aldaketa. Lanpostu kopurua/EAEn guztirako lanpostuak 2023 vs. 2020 (p.p)	Aldaketa. Lanpostu kopurua/EAEn guztirako lanpostuak 2023 vs. 2022 (p.p)
Kulturala	20552	21609	5,14 %	3,26 %	2,23	2,33	0,10	0,03
MUSIKA	1599	1536	-3,95 %	-2,11 %	0,17	0,17	-0,01	-0,01
1- Propioa	1522	1486	-2,38 %	-1,98 %	0,17	0,16	-0,01	-0,01
2- Osagarria	77	50	-35,06 %	-5,66 %	0,01	0,01	0,00	0,00
KSI guztira	33982	34790	2,38 %	1,69 %	3,69	3,75	0,06	0,00

Iturria: Egileek prestatua Eustaten datuetan oinarrituta.

Azkenik, enplegu-datu horiei erreparatuta, baina dagozkien jarduera-adarraren arabera, ondoriozta daiteke 2020arekin alderatuta aipatutako 63 lanpostuko murrizketa kontzentratu dela, batez ere, hezkuntza-jardueretan (Taula 3.10), 51 lanpostu galduta (-% 3,79), eta manufaktura-jardueretan, 27 lanpostu gutxiagorekin (-% 35,06). Hala ere, Edizio, Ikus-entzunezko, Irrati, Telebista eta Informatikako jarduerak 16 enplegu gehiago izan dituzte (% 10,81). Joera bera ikusten da 2022an jardueradar berdinetan.

Taula 3.10 MUSIKAKO ENPLEGUAREN BILAKAERA JARDUERA-ADARRAREN ARABERA (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)

	Fabrikatzaileak	Komertzialak	Muntaketa, Ikus-entzunezkoak, Irratia, Telebista eta informatika	Jarduera profesio- nalak, zientifikoak eta teknikoak.	Hezkuntza	Aisialdi eta kultur jarduerak
Enplegua 2023.01.01ean	50	21	164	0	1301	0
Enpleguaren Aldaketa 2023 vs. 2020	-27	-1	16	0	-51	0
Enpleguaren Aldaketa 2023 vs. 2022	-3	-1	13	0	-42	0
Enpleguaren Aldaketa 2023 vs. 2020 (%)	-35,06	-4,55	10,81	0	-3,79	0
Enpleguaren Aldaketa 2023 vs. 2022 (%)	-5,66	-4,55	8,61	0	-3,13	0

Iturria: Egileek prestatua Eustaten datuetan oinarrituta.

3.2. Musikaren industriaren joerak eta erronkak

Liburu eta Prentsarekin gertatzen den bezala, atal honek Euskadiko Musika sektorearen egungo joerak eta erronkak aztertzen ditu, sektoreko eragileen gogoetak eta ekarpenak oinarri hartuta (IV. eranskina). Eztabaida-taldearen bidez, alderdi nagusiak identifikatu ziren, hala nola, musika-jardueraren azken bilakaera, trantsizio digitalaren (TD) eragina, musika-hezkuntzarekin lotutako erronkak eta sektorearen nazioartekotzea. Horrez gain, euskaraz egindako musikaren aukera eta erronka espezifikoak aztertu ziren, baita administrazio publikoaren eginkizuna musika ekosistemaren garapenean ere. Azterketa horrek sektorea eraldatzen ari diren faktoreen ikuspegi ahalik eta osatuena ematea du helburu, eta sektorea finkatzen eta epe luzerako proiektzioan laguntzen duten estrategiak nabarmentzea.

Industriaren pertzepzioak musikaren industriaren azken garapenei buruz

Eztabaida-taldean parte hartu duten industriako eragileen artean, oro har, uste da musikaren industriak susperraldi nabarmena izan duela pandemiaren ondoren, jarduera-mailak aurreko mailak gaindituz negozio kopuruari eta musika-jarduerari dagokionez. Gainera, beste autonomia erkidego batzuekin alderatuta, Euskadik susperraldi bereziki indartsua izan du, sektoreko enpresa kopurua handitu egin delako eta kultur jardueraren suspertze dinamikoa izan delako.

Hala ere, parte-hartzaileek adierazi zuten suspertze prozesu horrek erronka eta doikuntza garrantzitsuak eskatu dituela. Osasun krisialdian, zuzeneko musika bereziki izan zen kaltetua, kontzertu masiboak bertan behera utzi eta hezkuntza- eta talde-jarduerak eten baitziren. Hala ere, egoera horrek soluzio berritzaileak ere bultzatu zituen, hala nola *streaming* kontzertuak eta klase birtualak, eta horri esker, jarduerari neurri batean eutsi ahal izan zitzaion, eta teknologia digitalen erabileran aukera berriak ireki ziren.

Diziplina musikalki askotan aurrez aurreko presentzia ezinbestekoa den arren, alternatiba horiekin lortutako esperientziak lan eta zabalkunde eredu berriak aztertzeko balio izan du. Pandemia garaian areagotu zen hasierako indibidualismorako joera gorabehera, parte hartu duten sektoreko eragileek azpimarratu dute parte-hartze kolektiboarekiko interesa pixkanaka berreskuratzen ari dela, abesbatzak bezalako talde-jardueren biziberritzean oraindik zenbait erronka dauden arren.

Eraldaketa digitalaren eragina

Pandemiak musikaren industriaren eraldaketa digitala bizkortu zuen, aukerak eta erronkak sortuz. Parte hartu duten eragileen iritziz, alde batetik, tresna digitalek erakundearen eta enpresaren barne kudeaketa hobetu dute, bilera birtualen eta kudeaketa *softwareen* (ERP) bidez antolaketa eta produktibitatea erraztuz. Modernizazio horrek prozesuen optimizazioa eta sektoreko hainbat arlotan eraginkortasun operatiboa hobetzea ahalbidetu du.

Bestalde, aretoek tresna digitalak erabiltzen dituzte ikuskizunen komunikaziorako eta marketinerako; Irakaskuntzaren eta konposizioaren arloan, teknologiaren txertaketak aukera berriak ireki ditu, hala nola online ikastaroak eta musikaren idazketa. Tresna digitalen eta AAren erabilerarekin *engagement*-a eta ikusgaitasuna sortzeko gaitasuna aitortzen da, horiek erabiltzen dituzten artista eta

jaialdiek merkatuan posizionamendu hobea dutela kontuan hartuta; baina baita musika ikastetxeetan ere, gazteengana iritsi ahal izateko.

Hala ere, kezka sortu du ikuspegi pedagogiko argiaren eta araudi egokiaren beharraren inguruan, baita irakasleen arteko gaitasun digitalen garapenaren inguruan ere. Adimen artifizialaren erabilera musika-konposizioan ikusmin handia sortzen duen gaia da, sormena eta ekoizpena errazteko ahalmena baitu, baina baita erabilera arduratsua eta copyrighta bermatzen dituzten irizpide etikoak eta araudiak ezartzeko beharra ere.

Plataforma digitalak eta merkatu globala

Plataforma digitalei dagokienez, parte hartu duten eragileek aipatu dute musikarako sarbidea irauli dutela, ikusgaitasun global paregabea eskainiz eta artista berriei publiko berrietara iristeko aukera emanez. Ingurune horietan lehia bizia den arren, parte-hartzaileek azpimarratu dute tresna horiek estrategikoki erabiltzen dakitenek onura handiak atera ditzaketela eta ezinbestekoa dela bertan egotea. Spotify eta YouTube bezalako sare sozialak eta banaketa-plataformak funtsezkoak izan dira publikoarekin *engagement*-a sortzeko eta euskal artisten nazioartekotzea sustatzeko.

Hala ere, diru-sarreraren banaketa desberdina eta edukien kudeaketaren gaineko kontrolik eza bezalako erronkak oraindik ere badiraute, eta horrek diru-sarrerak sortzeko beste modu batzuk bilatzera eramaten du, hala nola berriro ere birak egitera. Era berean, hauteman da algoritmoek lan ezagun batzuk lehenesteko joera dutela, beste batzuetarako sarbidea mugatuz, interpretazio-aniztasuna eta kalitatea murriztuz. Beraz, industriako eragileek kontsumo kritikoa sustatzearen eta aniztasun musikala bultzatzen duten ekimenak babestearen garrantzia azpimarratzen dute.

Joera eta erronka berriak musikaren industrian

Musika hezkuntzak erronka berriei aurre egin behar die gizarte- eta teknologia-aldaketen ondorioz. Hezkuntza-eragileek kezka adierazi zuten ikasleen iraunkortasunaren eta ahaleginaren beherakadaren aurrean, baita berehalakotasun digitalak bultzatutako soluzio azkar eta azalekoen gero eta mendekotasun handiagoaren aurrean ere.

Adierazi zen ezinbestekoa dela ikasleek musika-irizpide sendoa garatzea, lan baten kalitatea plataforma digitaletan duen ospea baino haratago bereizteko aukera emanez. Era berean, teknologia musika hezkuntzan ezarri aurretik arretaz hausnartzearen garrantzia azpimarratu zuten, haren integrazioak helburu pedagogiko argiak betetzen dituela eta ikasleen garapen integralari laguntzen diola bermatuz.

Era berean, gizarte-aldaketa bat hautematen da, non gizabanakoek, teknologiak lagunduta, musika sor dezaketen abesbatza, orkestra edo bestelakorik behar gabe, orain arte musikak Euskadin izan duen dimentsio soziala alde batera utzita.

Nazioartekotzea eta euskararen lekua

Eztabaida-taldean parte hartu zuten musika-industriako profesionalen arabera, euskarak eta euskal identitateak indargune bihur daitezke nazioarteko merkatuetan, balio bereizlea eskainiz. Gainera, nazioartekotzea sektorearen profesionalizazioaren funtsezko alderditzat hartzen da, aukerak zabaltzen eta artisten eta enpresen jasangarritasun ekonomikoa bermatzen baitu. Testuinguru horretan, Musika Bulegoa, Etxepare Institutua eta Jaurilaritza bezalako erakundeek, Basque Music markaren bidez, funtsezko zeregina dute euskal musika eta euskara atzerrian sustatzeko orduan.

Hala ere, eztabaida-taldean zehar adierazi zen Euskadiko sektorearen presentzia nazioarteko azoka eta ekitaldietan mugatua dela oraindik (nazioartekotzeko estrategia egituratuagoak ezarri diren Kataluniaren moduko beste eskualde batzuekin alderatuta), eta sortzaileek ez dutela interes handirik erakusten. Horrela, azpimarratu zen Iparralde prozesu horretan lehen urrats garrantzitsua izan zitekeela, Euskadirekiko duen hurbiltasun kultural eta linguistikoa kontuan hartuta, eta horrela, nazioartean euskal musikaren presentzia indartuko luketen sareak eta lankidetzak sortzea erraztuko lukeela.

Administrazio publikoaren eta erakundeen arteko lankidetzaren eginkizuna

Planteatzen da Euskadiko musika ekosistemaren garapena, neurri handian, administrazio publikoak esleitutako ahaleginei eta baliabideei esker izan dela posible. Laguntzarako ekimenek, eraldaketa digitaleko proگرامek eta kulturaren sustapenak musikaren industria dinamikoa eta anitza sendotzen lagundu dute. Hala ere, norabide horretan aurrera egiten jarraitzeko, eztabaida-taldeko parte-hartzaileek ekosistema are gehiago indartu zezaketen hobekuntzarako hainbat arlo identifikatu zituzten.

Identifikatutako erronka nagusietako bat laguntza eta eraldaketa digitaleko programetara sartzeko prozesu burokratiko eta prozedimentalen konplexutasuna izan zen. Hainbat laguntza mota eskuragarri dauden arren, prozesatzeko zailtasunak eta informazio argi faltak haien erabilera oztopatzen dute, eta horrek sektorean duten eragina mugatzen du.

Era berean, erakundeek, enpresen eta pertsona sortzaileen arteko lankidetzak sustatzen duen elkarrekin sendoagoa indartzeko beharra azpimarratu zen. Sektoreko eragile desberdinen arteko koordinazioa hobetzeak Euskadiko musika ekosistema indartu eta haren hazkunde jasangarria bultzatuko luke.

Proposatutako funtsezko beste puntu bat musika klasikoa eta garaikidea sustatzeko zirkuitu hobeto konektatuak sortzea izan zen. Eztabaida-taldean parte hartu zuten eragileek azaldu zuten, lanen estreinaldiaz haratago, ezinbestekoa da haien hedapena erraztuko duen zirkuitu egituratuan zirkulatzea, jaialdietan eta beste toki batzuetan presentzia jarraitua bermatuz. Ikuspegi horrek euren lana aprobetxatu eta euren ekoizpenak sendotzeko aukera emango lieke artistei.

Azkenik, bertako artistek euskal komunikabideetan duten presentzia indartzearen garrantzia azpimarratu zen. Talentu berrien eta tokiko kultur ekoizpenen ikusgaitasuna handitzeak etorkizuneko ondare musikala aberasten eta publikoaren eta tokiko musika eszenaren arteko lotura sendoagoa sortzen lagunduko luke.

4.

IKUS-ENTZUNEZKO ETA MULTIMEDIA SEKTOREAREN ERREALITATEA EUSKADIN

4.1. Ikus-entzunezko eta Multimedia sektorearen bilakaera ekonomikoa

Atal honek Euskadiko ikus-entzunezko eta multimedia industriaren bilakaera ekonomikoa aztertzen du, 2020ko urtarrilaren 1etik 2023ko urtarrilaren 1era bitarteko negozioen eta enpleguaren hazkundera aztertuz. Aurreko sektoreetan bezala, aztergai diren jarduerak mugatzeko, Retegi et al. (2022)-k proposatutako Euskadiko KSlen perimetroa jarraitu da. Ondorioz, analisiak Taula 4.1-n zehaztutako CNAE kodeak barne hartzen ditu.

Taula 4.1 IKUS-ENTZUNEZKO ETA MULTIMEDIA ATALEAN AZTERTUTAKO CNAE-2009AK

Ikus-entzunezkoak eta Multimedia	
Propioa	Osagarria
5912 - Zinema, bideo eta telebista programen postprodukzio jarduerak	
5914 – Zinema erakusketa jarduerak	
5915 - Zinema eta bideo ekoizpen jarduerak	
5916 - Telebistako programen ekoizpen jarduerak	
	5829 - Beste programa informatiko batzuen edizioa

Ikus-entzunezkoak eta Multimedia	
Propioa	Osagarria
5917 - Zinema eta bideo banaketa jarduerak	6201 - Programazio informatiko jarduerak
5918 - Telebistako programen banaketa jarduerak	
6010 - Irrati jarduerak	
6020 - Telebistako programazio eta emisio jarduerak	
7722 - Bideo-zinten eta diskoen alokairua	

Iturria: Retegi et al. (2022)

2023an, 1.611 enpresa zeuden erregistratuta Euskadin Ikus-entzunezko eta Multimedia sektorean, hau da, kultur jarduera guztien % 21,46 eta lurraldeko KSlen % 9,42. Horrek argi islatzen du sekto-rearen garrantzia KSlen barruan. Enpresa horien % 40,47 jarduera nagusiei dagozkie eta % 59,52 jarduera osagarriei. 100.000 biztanleko enpresen ratioa (Taula 4.2) 73,34koa izan zen 2023an, hau da, Euskadiko enpresa kopuru osoaren % 1,08. Gainera, 2020az geroztik, enpresa kopurua % 6,48 hazi da (98 enpresa), eta 2022arekin alderatuta joera positibo horri eutsi zaio.

Taula 4.2 IKUS-ENTZUNEZKO ETA MULTIMEDIA ENPRESEN BILAKAERA EUSKADIN
(2020-01-01 ETIK 2023-01-01 ERA BITARTEKO ALDIA)

	Enpresa kopurua. (2020.01.01)	Enpresa kopurua. (2020.01.01)	Enpresa kopuruaren aldaketa 2023 vs. 2020 (%)	Enpresa kopuruaren aldaketa 2023 vs. 2022 (%)	Enpresa kopurua/100.000 biztan- le. (2020.01.01)	Enpresa kopurua/100.000 biztan- le. (2020.01.01)	Enpresa kopuruaren aldaketa /100.000 bizt. 2023 vs. 2020 (%)	Enpresa kopuruaren aldaketa /100.000 bizt. 2023 vs. 2022 (%)	Enpresa kopurua / Enpresak guzti- ra EAE (2020.01.01) (%)	Enpresa kopurua / Enpresak guzti- ra EAE (2023.01.01) (%)
Kultur Industriak	7149	7505	4,98	2,61	325,00	341,64	5,12	2,13	4,64	5,03
IKUS-ENTZUNEZKOAK ETA MULTIMEDIA	1513	1611	6,48	0,31	68,78	73,34	6,62	-0,16	0,98	1,08
1- Propioa	641	652	1,72	-2,10	29,14	29,68	1,85	-2,56	0,42	0,44
2- Osagarria	872	959	9,98	2,02	39,64	43,66	10,13	1,55	0,57	0,64
KSI guztira	16886	17087	1,19	0,96	767,6	777,8	1,33	0,49	10,97	11,46

Iturria: Egileek prestatua, DIRA Eren datuetan oinarrituta.

Geografikoki, hazkundera orokorra da Euskadiko hiru lurralde historikoetan (Taula 4.3). Araba izan zen hazkunderaren buru, % 14,29 enpresa gehiagorekin (23 enpresa), ondoren Gipuzkoa % 7,29rekin (38 enpresa) eta Bizkaia % 4,82rekin (38 enpresa). Hala ere, egoitza nagusia Euskaditik kanpo duten baina lurraldearen barruan jarduten duten enpresen kasuan, % 2,38ko jaitsiera txikia ikusi da, termino absolutuetan murrizketa hori txikia izan arren, aldi horretan bi enpresa gutxiago izan baitira.

Taula 4.3 IKUS-ENTZUNEZKO ETA MULTIMEDIA ENPRESEN BILAKAERA LURRALDE HISTORIKOEN ARABERA

	Enpresa kopurua 2023ko urtarilaren 1ean				Aldaketa. Enpresa kopurua 2023 vs. 2020 (%)			
	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Espainiako gainerakoa	Araba (%)	Bizkaia (%)	Gipuzkoa (%)	Espainiako gainerakoa (%)
IKUS-ENTZUNEZKOAK ETA MULTIMEDIA	184	827	559	41	14,29	4,82	7,29	-2,38
1- Propioa	77	333	229	13	5,48	1,22	3,62	-27,78
2- Osagarria	107	494	330	28	21,59	7,39	10,00	16,67

Iturria: Egileek prestatua, DIRA Eren datuetan oinarrituta.

Azterlan geografikoak nabarmentzen du Bizkaiak sektoreko enpresa gehienak izaten jarraitzen duela (% 52,68), nahiz eta bere partaidetza ehuneko 0,96 puntu jaitsi den 2020tik. Gipuzkoak eta Arabak, berriz, pisu apur bat irabazi dute, % 0,19ko eta % 0,77ko hazkunderarekin, hurrenez hurren (Taula 4.4).

Taula 4.4 IKUS-ENTZUNEZKO ETA MULTIMEDIA ENPRESEN BANAKETA LURRALDE HISTORIKOEN ARABERA (KSI CAE ENPRESA GUZTIEN EHUNEKOA)

	Enpresa kop./Enpresak guztira KSI EAE (2023.01.01) (%)			Aldaketa. 2023 vs. 2020 (p.p)		
	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa
IKUS-ENTZUNEZKOAK ETA MULTIMEDIA	11,72	52,68	35,61	0,77	-0,96	0,19
1- Propioa	12,05	52,11	35,84	0,33	-0,70	0,36
2- Osagarria	11,49	53,06	35,45	1,12	-1,18	0,07

Iturria: Egileek prestatua, DIRA Eren datuetan oinarrituta.

Beste autonomia erkidegoekin eta Estatu osoarekin alderatuta, Euskadik errendimendu nabarmena erakusten du ikus daitekeen bezala Taula 4.5. 2023an, Euskadiko 100.000 biztanleko enpresen ratioa 66koa zen, batez besteko nazionala (52) eta Nafarroakoa (55) baino handiagoa, Kataluniarren eta Madrilen azpitik egon arren. 2020tik % 0,06ko hazkundera estatuko batez bestekoa (0,03) baino handiagoa da eta lurraldean sektoreak duen indarra islatzen du. Gainera, Ikus-entzunezko eta Multimedia sektoreko enpresen ehunekoa, Euskadiko enpresa kopuru osoarekiko (Taula 4.6), % 1,09koa da, batez besteko nazionalaren (% 0,78), Kataluniaren (% 0,95) eta Nafarroaren (% 0,89) gainetik. 2020az geroztik, ehuneko hori ehuneko 0,12 puntutan handitu da, batez besteko nazionalan (0,08), Katalunian (0,11) eta Madrilen (0,05) erregistratutako hazkundera gaituz, Nafarroan (0,19) izandako hazkunderaren azpitik egon arren.

Taula 4.5 100.000 BIZTANLEKO IKUS-ENTZUNEZKO ETA MULTIMEDIA ENPRESEN ALDERAKETA

Enpresak / 100.000 biztanle	2023					Aldaketa. Enpresa kopurua 2023 vs. 2020 (%)				
	Euskadi	Nafarroa	Katalunia	Madril	Espainia	Euskadi	Nafarroa	Katalunia	Madril	Espainia
IKUS-ENTZUNEZKOAK ETA MULTIMEDIA	66	55	71	93	52	0,06	0,16	0,04	-0,07	0,03

Iturria: Egileek prestatua Estatistika Institutu Nazionalaren (INE) Enpresen Direktorio Zentralaren (DIRCE) datuak erabiliz.

Taula 4.6 IKUS-ENTZUNEZKO ETA MULTIMEDIA ENPRESEN EHUNEKOAREN ALDERAKETA ENPRESA GUZTIEN ALDEAN

	Ikus-entzunezko eta Multimedia Enpresak/ Enpresak Guztira 2023 (%)					Aldaketa. Enpresa kopurua 2023 vs. 2020 (p.p)				
	Euskadi	Nafarroa	Katalunia	Madril	Espainia	Euskadi	Nafarroa	Katalunia	Madril	Espainia
IKUS-ENTZUNEZKOAK ETA MULTIMEDIA	1,09 %	0,89 %	0,95 %	1,26 %	0,78 %	0,12	0,19	0,11	0,05	0,08

Iturria: Egileek prestatua Estatistika Institutu Nazionalaren (INE) Enpresen Direktorio Zentralaren (DIRCE) datuak erabiliz.

Enpresa-egiturari dagokionez, Ikus-entzunezko eta Multimedia sektoreko enpresen erdia baino gehiago autonomoak dira (% 51,4), eta ondoren sozietate mugatuak (% 37,4) datoz (Taula 4.7). Autonomoen kopurua % 13,58 hazi da 2020az geroztik, igoera nabarmena. Hala ere, kooperatibek % 7,50eko jaitsiera izan zuten, batez ere jarduera osagarrietan diharduten kooperatiben jaitsiera nabarmenarengatik, % 31,25eko murrizketa izan baitzuten.

Taula 4.7 IKUS-ENTZUNEZKO ETA MULTIMEDIA ENPRESEN NORTASUN JURIDIKOA

	S.A.		Koop. Elk.		S.M.		Autonomoa		Ondasunen Komunitatea		Beste sozietate bat		Erak. Auto. Erlijiosoa	
	2023 (%)	Δ2020-2023 (%)	2023 (%)	Δ2020-2023 (%)	2023 (%)	Δ2020-2023 (%)	2023 (%)	Δ2020-2023 (%)	2023 (%)	Δ2020-2023 (%)	2023 (%)	Δ2020-2023 (%)	2023 (%)	Δ2020-2023 (%)
IKUS-ENTZUNEZKOAK ETA MULTIMEDIA	2,61	-8,70	2,3	-7,50	37,74	1	51,4	13,58	1,61	-13,33	4,28	6,15	0,06	0
1- Propia	3,83	-13,79	3,99	8,33	38,04	-4,62	44,79	9,77	1,38	-25	7,82	4,08	0,15	0
2- Auxiliar	1,77	0	1,15	-31,25	37,54	5,26	55,89	15,77	1,77	-5,56	1,88	12,50	0,00	0

Iturria: Egileek prestatua, DIRA Eren datuetan oinarrituta.

Gainera, alten eta bajeen dinamikari erreparatzen badiogu (Taula 4.8), sektoreak aldakortasun handia erakutsi du, 2020an Ikus-entzunezko eta Multimedia sektorean zeuden enpresen % 66,42ak baino ez baitzuen aktibo jarraitzen 2023an. Horrek esan nahi du enpresen % 33,58a itxi edo sektorez aldatu dela, baja-tasa esanguratsua. Hala ere, baja kopuru handi hori enpresa berrien hazkunde nabarmenak (% 40,05) konpentsatu du, eta ondorioz, enpresa kopuru osoan % 6,48ko hazkunde garbia izan da.

Aurreko kasuetan bezala, autonomoak izan dira aldakortasun horren eragin handiena jasan dutenak, 2020arekin alderatuta % 59,67ak baino ez baitu lanean jarraitzen, alta berri gehien izan dituztenak izan arren, % 53,91ekin.

Taula 4.8 IKUS-ENTZUNEZKO ETA MULTIMEDIA ENPRESEN ALTAK ETA BAJAK (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)

	Ja-rraitzen dute (%)	Bajak (%)	Irteerak KSItik kanpora (%)	Irteerak KSItik (%)	(Bajak + Irteerak) (%)	Altak (%)	Sarrerak KSItik kanpo-tik (%)	Sarrerak KSItik (%)	(Altak + Sarrerak) (%)
IKUS-ENTZUNEZKOAK ETA MULTIMEDIA	66,42	32,19	0,79	0,59	33,58	38,47	0,99	0,59	40,05
S.A.	84,78	15,22	0	0	15,22	2,17	0	2,17	4,35
Koop. Elk.	80	20	0	0	20	15	0	0	15
S.M.	73,92	24,75	0,66	0,66	26,08	25,58	1	0,50	27,08
Autonomoa	59,67	38,55	1,1	0,69	40,33	52,26	0,96	0,69	53,91
Ondasunen Komunitatea	56,67	43,33	0	0	43,33	23,33	6,67	0	30
Beste sozietate bat	55,38	44,62	0	0	44,62	50,77	0	0	50,77
Erak. Auto. Erlijiosoa	100	0	0	0	0	0	0	0	0

Iturria: Egileek prestatua, DIRA Eren datuetan oinarrituta.

Azkenik, enpleguaren arloan, Ikus-entzunezko eta Multimedia industriak hazkunde sendoa izan du (Taula 4.9). 2023an, industria horrek kultur industrietako enplegu osoaren % 32,01, Euskadiko KSIaren enpleguaren % 19,88 eta Euskadiko biztanleria okupatu osoaren % 0,75 hartzen zituen (2020arekin alderatuta ehuneko 0,10 puntu gehiago). Balio absolutuetan, horrek 944 lanpostu berri esan nahi du, hiru urtetan % 15,81eko hazkundea. Hazkunde horren zatirik handiena jarduera osagarrietatik etorri zen, 697 lanpostu berri sortu baitzituzten, % 25,22ko igoera, eta barne-jarduerak, berriz, 247 lanpostu gehigarri sortu zituzten, % 7,70eko igoera izanik.

Taula 4.9 IKUS-ENTZUNEZKO ETA MULTIMEDIA ENPLEGUAREN BILAKAERA
EUSKADIN (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)

	2020	2023	Aldaketa. Enplegu kopurua 2023 vs. 2020 (%)	Aldaketa. Enplegu kopurua 2023 vs. 2022 (%)	Enplegu kopurua/Lanpostuak guztira EAEan (2020-01-01) (%)	Enplegu kopurua/Lanpostuak guztira EAEan (2020-01-01) (%)	Aldaketa. Lanpostu kopurua/ Euskal Herrian guztirako lanpostuak 2023 vs. 2020 (p.p)	Aldaketa. Lanpostu kopurua/ Euskal Herrian guztirako lanpostuak 2023 vs. 2022 (p.p)
Kultur Industriak	20552	21609	5,14	3,26	2,23	2,33	0,10	0,03
IKUS-ENTZUNEZKOAK ETA MULTIMEDIA	5972	6916	15,81	3,69	0,65	0,75	0,10	0,01
1- Propioa	3208	3455	7,70	2,43	0,35	0,37	0,02	0
2- Osagarria	2764	3461	25,22	4,97	0,30	0,37	0,07	0,01
KSI guztira	33982	34790	2,38	1,69	3,69	3,75	0,06	0

Iturria: Egileek prestatua EUSTAT datuetan oinarrituta.

Enpleguaren hazkunde hori batez ere Argitalpen, Ikus-entzunezko, Irrati, Telebista eta Informazioaren Teknologia adarretan kontzentratu da, 966 lanpostu berri gehitu baitzituzten (% 16,32 gehiago), eta beste adar batzuek, hala nola jarduera profesional, zientifiko eta teknikoek, 22 lanpostuko jaitsiera izan zuten (% 41,51 gutxiago) (Taula 4.10).

Taula 4.10 IKUS-ENTZUNEZKO ETA MULTIMEDIA ENPLEGUAREN BILAKAERA
EUSKADIN JARDUERA-ADARRAREN ARABERA (2020-01-01ETIK 2023-01-01ERA BITARTEKO ALDIA)

	Fabrikatzaileak	Ko- mertzialak	Muntaketa, Ikus-entzunezkoak, Irratia, Telebista eta informatika	Jarduera profesio- nalak, zientifikoak eta teknikoak	Hezkuntza	Aisialdi eta kultura jarduerak
Enplegua 2023.01.01ean	0	0	6885	31	0	0
Enpleguaren Aldaketa 2023 vs. 2020	0	0	966	-22	0	0
Enpleguaren Aldaketa 2023 vs. 2022	0	0	244	2	0	0
Enpleguaren Aldaketa 2023 vs. 2020 (%)	0	0	16,32	-41,51	0	0
Enpleguaren Aldaketa 2023 vs. 2022 (%)	0	0	3,67	6,90	0	0

Iturria: Egileek prestatua EUSTATen datuetan oinarrituta [Errore. Il collegamento non è valido.](#)

4.2. Ikus-entzunezko eta Multimedia sektorearen erronkak eta joerak

Beste bi kasuetan bezala, atal honek Euskadiko Ikus-entzunezko eta Multimedia sektorearen joerak eta erronkak aztertzen ditu, sektoreko eragileen ekarpenetan oinarrituta (IV. eranskina) Eztabaida-taldean oinarrituta alderdi nagusiak identifikatu dira, hala nola, zerga-pizgarriek ikus-entzunezkoen ekoizpenean duten eragina, berriro ere, trantsizio digitalaren (TD) ondoriozko erronkak, kontsumo-ereduen aldaketak eta sektorearen prestakuntza eta profesionalizazioa indartzeko beharra. Horrez gain, euskarak industrian betetzen duen lekuari eta ikus-entzunezko ekosistema lehiakorra sendotzeari laguntzeko orduan administrazio publikoak duen zereginari buruzko gogoeta egin zen. Analisi horrekin sektorea moldatzen duten faktoreak ulertu eta etengabe eboluzionatzen ari den ingurune globalean bere garapena eta jasangarritasuna indartzeko estrategiak proposatu nahi da.

Sektorearen pertzepzioa Ikus-entzunezko eta Multimedia sektorearen azken bilakaerari buruz

Sektoreko eragileek uste dute hiru lurralde historikoetan ikus-entzunezko lanak ekoizteko berriki ezarri diren pizgarri fiskalek indartu egin dutela analisi ekonomikoaren atalean aurkeztutako bi-

lakaera positiboa, tokiko ekoizleen hazkundera bultzatzen dutelako eta Eskaripeko Bideo plataformen - VOD (*Video on Demand, ingelesezko siglengatik*) nazioarteko ekoizpen handiak erakartzen dituelako, eta, gainera, pandemiaren ondoren multimedia edukien eskaera handiagoa dagoela sumatzen delako.

Euskadi ikus-entzunezko proiektu handietarako helmuga erakargarri gisa kokatu da, ez bakarrik estatu mailan, baita nazioartean ere. Ekoizpen-fluxu horrek efektu biderkatzailea sortu du, aukerak eskainiz bai tokiko ekoizleentzat, bai zerbitzu teknikoak, logistika eta ostalaritza bezalako sektore osagarrientzat.

Iristen diren ekoizpen nagusi asko lurraldetik kanpoko enpresek zuzentzen dituzte, eta hiru Lurralde Historikoetan dauden zerga-pizgarriak aprobetxatzen dituzte. Beraz, pizgarriek sortutako dinamismo agerikoa gorabehera, kezka dago egoeraren jasangarritasunaren eta tokiko ekosistemarako egoera estruktural bihurtzearen inguruan. Gainera, aldibereko filmaketa kopuruaren igoerak tokiko giza baliabideen gaineko presioa eragin du. Profesionalen eskaera handiak, hala nola soinu teknikarien, kamerarien eta abarren edo ekoizpen espezialisten eskaerak, dagoen eskaintza gaitzen du, eta horrek eragina du tokiko ekoizleek lehiatzeko eta testuinguru honetan garatzeko duten gaitasunean.

Erronka horiei aurre egiteko eta zerga-pizgarrien potentziala maximizatzeko neurri zehatzak proposatzen dira, hala nola azpiegitura espezializatueta inbertitzea, filmaketa-platoetan, adibidez, eztabaida-taldeko parte-hartzaileek eskualdearen ekoizpen-ahalmena hobetzeko ezinbestekoak direla uste baitute. Era berean, sektorearen benetako beharrei erantzuten dieten prestakuntza-programak garatzea lehentasuna da, profesional berriak prestatzea eta egungo langileen espezializazioa hobetzea ahalbidetuz. Horrela, tokiko egitura indartuko da, hazkundera denboran jasangarria izan dadin eta ez dadin zerga-pizgarrien aurrean erantzun iragankorra izan, gure eskualdean ikus-entzunezko industria jasangarria eta lehiakorra finkatzen lagunduz baizik.

Hala ere, garrantzitsua da kontuan izatea Bizkaiaren kasuan pizgarriak 2023an onartu zirela, eta Gipuzkoan zein Araban 2024an, beraz, ez dago horien Euskadiko eraginaren ebaluaziorik. Egia da eztabaida-taldeko parte-hartzaileek hautematen dutela eragina jarduera eta ikusgaitasun aldetik, baina denbora-tarte luzeagoa beharko da benetako eraginkortasuna ebaluatzeko.

Ondorioz, pertzepzioa da Euskadi Ikus-entzunezko eta Multimedia sektorearen barruan funtsezko eraldaketa-etapan dagoela. Zerga pizgarriek aurretik zegoen hazkunde joera indartu dute eta, ku-deaketa estrategikoarekin, industria horren garapenaren motor garrantzitsu bihurtu daitezke.

Eraldaketa digitalaren eta kontsumo eredu berrien eragina

Eraldaketa digitalak bilakaera sakona eragin du ikus-entzunezkoen sektorean, balio-katean hainbat prozesu birdefinituz, ekoizpenetik eta postproduktiotik hasi eta banaketa eta marketin eredueta-ino. Iraultza horrek ustiapenerako aukera berriak sortzea ahalbidetu du, hala nola podcastak, audio-fikzioa eta multimedia proiektuak, eskaintza dibertsifikatuz eta formatu berritzaileak aztertze-ko aukera ematen dute, proba-plataforma gisa jardunez eta ekoizpenaren arriskuak minimizatuz.

Hala ere, eztabaida-taldeko parte-hartzaileek uste dute eraldaketa horrek erronkak ere ekarri dituela, batez ere hizkuntza gutxituetan egindako ekoizpenentzat, hala nola euskaraz, plataforma global handiek eta ikus-entzunezko ekoizpen-enpresek EITBrekin sinatutako akordioak menderatutako merkatuan ikusgaitasun eta sarbide oztopoak baitituzte.

Euskadin, *PRIMERAN*, *NAHIERAN* edo *MAKUSI* bezalako *plataformek* oinarrizko zeregina dute euskarazko edukien hedapenean. Hala ere, eztabaida-taldean parte hartu duten sektoreko eragileek adierazi dute plataforma horien sakabanaketak audientzia egonkorak sendotzeko eta beste eduki-plataforma global batzuekin eraginkortasunez lehiatzeko duten gaitasuna mugatzen duela. Arazo horri aurre egiteko eredu inspiratzaileak aztertu behar ditugu, hala nola hainbat ikus-entzunezko zerbitzu publiko ingurune digital bakarrean bildu dituen katalanezko 3Cat plataforma, katalanezko edukien ikusgaitasuna eta sarbidea hobetuz. Proposamena eredu hori Euskadiko testuinguruan egokitzea da, euskaraz egindako edukien eskaintza zentralizatzeko eta esparru digitalean duen presentzia indartzeko. Multimedia industriarentzat, hizkuntza ere faktore erabakigarritzat hartzen da, oso tokiko kontsumora bideratuta baitago, askotan entretenimenduarekin zein informazioarekin lotuta.

Sakabanaketa arazoaren pertzepzio horri VOD zerbitzuen lehia gogorak dakarren erronka gehitu zaio, merkatua menderatzen baitute eta batzuetan zaildu egiten baitute hizkuntza ez-hegemonikoetan ekoizpenak finantzatzea eta banatzea. Oztopo horiek gorabehera, azken urteotan gero eta interes handiagoa agertu da plataforma horien aldetik eduki bereziak eta bereziak sustatzeko. Interes horri esker, euskaraz egindako tokiko proiektuak ikusgaitasun eta inbertsio handiagoa jasotzen hasi dira, aukera berriak sortuz ikus-entzunezko euskal sektorearentzat eta nazioartekotze handiagoari ateak irekiz.

Gainera, eraldaketa digitalak ekoizpen-tasak bizkortu ditu eta erritmo bizkorreko eta askotariko edukien eskaria handitu du. Presio horrek, behar bezala kudeatzen ez bada, ekoizpenaren kalitatean eragina izan eta tokiko ekoizleen egokitzapena mugatu dezake. Beraz, beharrezkoa da ekoizpen-plangintza hobetzea eta finantza-laguntza ematea proiektuen egonkortasuna bermatzeko, batez ere garapen-denbora luzeagoak eta epe luzerako eragin handiagoa dutenena.

Beste erronka handi bat kontsumo-datueterako sarbide falta da, eztabaida-taldean parte hartu duten sektoreko eragileak kezkatzen dituen arazoa. Ikus-entzuleen portaerari buruzko informazio zehatzik ezak, kontsumo-datuak emateko nazioarteko eta tokiko plataformen lankidetzak faltaren-gatik, azterketa estrategikoak egiteko eta ikus-entzuleen benetako eskaerei egokitutako edukia garatzeko gaitasuna mugatzen du. Datu horiek lortzeko funtsezkoa litzateke plataforma eta beste erakunde batzuekin akordioak ezartzea sektorearentzako eduki eraginkorrak eta plangintza estrategikoa sortzeko.

Bestalde, eta multimedia industriari lotuta, hautematen da zuzenean eman den eragin handiena negozio eremuan izan dela, produktu berrietarako leiho berriak ireki baitira. Era berean, ekoizpenak aldaketa handiak izan dituela uste da, edukia aztertzerakoan kontuan hartu behar baita komunikabide desberdinetara banatuko dela, eta horrela azkartu egiten dira itzultze-epeak eta prozesu osoaren kudeaketa, eta horrek eragin handia izan du oso enpresa txikietan. Parte-hartzaileek uste

dute eraldaketa digitala hobeto jorratzeko ekintza potentzial bat sortzaileei online laguntza emango dien zerbitzu-egitura zentralizatu bat izango litzatekeela, adibidez, TOKIKOMekin.

Sektorearen prestakuntza eta profesionalizazioa

Euskadiko ikus-entzunezko eta multimedia sektoreak aurrerapen handiak egin ditu esperientzia praktikoari esker, eta horrek arlo espezifikoetan esperientzia handiko langile teknikoak sortu ditu. Hala ere, eztabaida-taldean parte hartu duten sektoreko eragileek azpimarratzen dute oraindik ere gaitasun espezializatuen gabezia handia dagoela, batez ere ekoizpen exekutiboan, baina baita kudeaketa estrategikoan, salmentan eta marketinean ere.

Hutsune hori, neurri handi batean, gure lurraldean dauden arlo garrantzitsu horietan egituratutako prestakuntza faltatik dator. Euskadiko administrazio publikoak ikus-entzunezko teknikariak prestatzeko ekimenak sustatu dituen arren, kudeaketa-profilak garatzeko ahaleginak ez dira nahikoak oraindik, aurretik aipatu bezala, eta horrek profesional asko atzerrian trebatzera edo kanpoko enpresetara jotzera behartzen ditu funtsezko zereginetarako. Horri dagokionez, inpresioa da tokiko ekoizle askok, batez ere txikiek eta ertainek, zailtasunak dituztela laguntza publikoetara iristeko edo pizgarri fiskalez guztiz baliatzeko, horiek eskatzeko ezagutza nahikoa duen langile kualifikaturik ez dagoelako.

Eztabaida-taldean eragileek nabarmendu zuten beste alderdi kritiko bat "*a granel*" lan egiten ez duten eta tokiko ikus-entzunezko produktuak behar bezala zaintzean eta kokatzean zentratzen diren tokiko banaketa-enpresa espezializatuen falta dela. Gaur egun, ekoiztetxe asko euren banatzaile propioak izatera behartuta daude, eta espezializazio faltarengatik, horrek beren lanen potentziala maximizatzeko gaitasuna mugatzen die. Horri dagokionez, Euskadin banaketan prestakuntza espezifikoren beharra ere azpimarratzen da.

Erronka horiei aurre egiteko ezinbestekoa da prestakuntza-programa integralak garatzea, unibertsi-tateekin, zentro espezializatuekin eta industriarekin berarekin lankidetzan. Programa horiek prestakuntza teknikoa, ekoizpen exekutiboa, finantzen kudeaketa, marketina, estrategia, etab. barne hartu beharko litzukete. Hasierako prestakuntza, etengabeko prestakuntza eta tutoretza programak ere barne hartu behar dira, ekoizle txikiei negozio ereduei, zerga pizgarriei, marketinari, estrategiari eta gehiagori buruzko ezagutza aurreratuak eskuratzeko aukera emanez.

Administrazio publikoaren eta erakundeen arteko lankidetzaren eginkizuna

Euskadiko administrazio publikoak funtsezko zeregina izan du ikus-entzunezko eta multimedia sektorearen garapenean, politika solidarioen eta ekimen estrategikoen bidez haren bilakaera sustatuz. Hala ere, sektoreko eragileek adierazi dute administrazioen (Eusko Jaurlaritza, aldundiak eta udalak), lurralde historikoetako hiru *film commissions* izenekoak eta sektore pribatuaren arteko koordinazioa indartzeak are gehiago optimizatu litzukeela baliabideak, eta garapen integratuagoa erraztu. Eztabaida-taldean parte hartu duten eragileek alderdi horretan aurkeztutako funtsezko proposamen bat baimenen kudeaketa, finantzaketa lortzeko sarbidea eta zerga-pizgarriak zentralizatu dituen leihatila bakarreko zerbitzu egoki egituratua sortzea da.

Testuinguru horretan, uste dute ZINEUSKADIk zeregin zentralagoa izan dezakeela sektorearen estrategian, bere zereginak zabalduz nazioarteko sustapenean, jaialdien koordinazioan eta nazioarteko plataforma eta erakundeekin lankidetzak sortzeko erantzukizun nagusiak hartzeko.

Gainera, helburu estrategiko gisa proposatzen dute, Kataluniako adibideari jarraituz, Zinematografia eta Ikus-entzunezko Arteen Institutuaren (ICAA) zenbait erantzukizun bere gain hartzea. Kataluniako Kultur Enpresen Institutuak (ICEC) dagoeneko baditu. Zehazki, ikus-entzunezko lanen sailkapenari, Espainiako nazionalitate-ziurtagiriari eta kultura-ziurtagiriari buruzko eskumenak. Euskadiri arlo horretako eskumena emateak tokiko ekoizleei lurraldeko ekoizpen-prozesuak modu integralean kudeatzeko aukera emango lieke, kanpoko agentzien menpekotasuna murriztuz eta Lurralde Historikoen zerga-pizgarriez gozatzeko ezinbesteko prozedurak erraztuz.

Identifikatutako beste lehentasunezko alderdi bat datu estrategikoetarako sarbidea da. Kulturaren Euskal Behatokiak (KEB) arlo horretan urrats garrantzitsuak eman dituen arren, parte hartu duten eragileek sektoreari lotutako datuak bildu eta aztertzeko estrategia koordinatu baten beharra azpimarratzen dute, erabaki informatuak hartzeko, merkatu globaleko aldaketak eta aukerak aurreikusteko aukera emanez.

Azken urteotan egindako aurrerapena, neurri batean Euskadiko administrazio publikoaren laguntzari esker, erabakigarria izan da Euskadiko ikus-entzunezko ekosistema sendotzeko. Hala ere, eragileek erakundeen eta sektore pribatuaren arteko entzute aktiboa, gardentasuna eta lankidetzak sustatzen jarraitzearen garrantzia azpimarratzen dute. Uste dute komunikazio-bide dinamikoagoak eta egonkorragoak ezartzeak administrazio-prozesuen eraginkortasuna hobetuko lukeela eta politika publikoak sektorearen behar berrietara azkar egokitu ahal izatea bermatuko lukeela, hazkunde jasangarria eta nazioarteko irismena sustatuz.

5.

ONDORIOAK ETA GOMENDIOAK

Txosten honetan egindako analisiak, Orkestra-Lehiakortasunerako Euskal Institutuak Jaurilaritzako Kultura Sailburuordetzarekin lankidetzan prestatuak, Euskadiko Kultura eta Sormen Industrien (KSI) barruko aniztasuna azpimarratzen du, aztertutako sektoreen bilakaeran dauden alde nabarmenak agerian utziz: **Liburuak eta Prentsa, Musika eta Ikus-entzunezkoak eta Multimedia**. Bakoitzak bere berezitasunak eta erronkak dituen arren, beren garapena eta etorkizuneko aukerak moldatzen dituzten joera nagusiak partekatzen dituzte.

Liburuak eta Prentsa: Eragin digitala eta kontsumo-ereduen aldaketa

Txosten honetako azterketa ekonomikoan ikus daitekeen bezala, Euskadiko Liburu eta Prentsa sektorea izan da azken urteotan KSI guztien artean kaltetuena, 2020 eta 2023 artean enpresa kopurua % 9,82 jaitsi baita, eta horrek bere jardueretan zein osagarrietan eragina duen egitura-krisiaren isla da. Aldi berean, negozioen kontzentrazio handiagoa egon da, % 23,08ko igoera izan baita egoitza nagusia Euskaditik kanpo duten baina eskualdean jarduten duten enpresa kopuruan. Horrek adierazten du sektorearen jardura talde handietan zentralizatzen ari dela, tokiko enpresen pisua murriztuz. Gainera, negozioen aldakortasun handia funtsezko erronka da: sektoreko enpresen ia % 30ek hiru urtean behin berritzen dituzte beren negozioak, eta itxiera gehiago izaten dira irekie-ra berriak baino, eta horrek sektore produktiboak jasangarritasunerako dituen zailtasunak islatzen ditu. Bestalde, enplegua % 3,9 jaitsi da, argitalpen eta liburuen salmentan galera nabarmenak izanik, kontsumo ohituren aldaketaren ondorioak eta digitalizazioaren eragina nabarmenduz.

Sektoreko eragileek hautematen dute, egoera ekonomikoak eragindako erronkei ez ezik, sektoreak eraldaketa digitalaren, kontsumo ohituren aldaketen eta Euskadiko egungo egoera soziolinguintzikoaren ondoriozko erronkei ere aurre egin behar diela.

Irakurle gehienek nahiago duten formatua paperezko liburuak izaten jarraitzen badute ere, ohiko liburu-denden desagerpenak eta plataforma digitalen gero eta lehia handiagoak oztopatu egin dute Euskadiko argitaletxeen jasangarritasuna. Prentsaren kasuan, digitalizazioak inprimatutako merkatuaren beherakada handia ekarri du, azken urteotan ekosistema berri horretara egokitzen saiatu diren komunikabide digital natiboak sortu diren arren. Hala ere, harpidetza digitalen eredueta oinarritzeak ez du publizitate-sarreraren beherakada konpentsatu, eta sektorea jasangarritasun ekonomikoaren iturri berriak aztertzer behartu du.

Testuinguru horretan, formatuen dibertsifikazioa aukera garrantzitsu gisa agertzen da. Audio-liburuak, podcastak eta ikus-entzunezko edukiak tresna estrategiko bihurtzeko publiko berriak erakartzeko eta kulturaren kontsumoa zabaltzeko. Joera horrek ez die irakurketa ohituren aldaketari erantzuten bakarrik, euskarazko literatura belaunaldi berrietara hurbiltzeko modu bat ere izan daiteke. Horri dagokionez, sektoreko eragileek bat egiten dute belaunaldi gazteei kultur ekoizpenean eta programazioan protagonismo handiagoa ematearen garrantziarekin, eta horrela, literaturak etorkizuneko irakurleekin batera eboluzionatuko duela bermatu behar da.

Beste oinarritzko erronka bat euskarazko sektorean duen egoera da. Gaur egun inoiz baino euskal hiztun gehiago dagoen arren, euskarazko liburu eta egunkarien kontsumoa jaitsi egin da, batez ere gazteen artean. Genero batzuetan eskaintza erakargarrien faltak eta gaztelaniazko eta ingelesezko edukien lehia gogorrek mugatu egin dute euskararen hazkundeak, eta hori erronka soziolinguistikoa garrantzitsua da. Gainera, plataforma digitalen joera globalei egiten diete mesede, eta horrek zaildu egiten du ingurune digitalean euskarazko edukia ikustea.

Erronka horiei aurre egiteko, eztabaida-taldean parte hartu duten sektoreko eragileek estrategia hauek proposatu dituzte:

- ◆ **Estrategia koordinatuak sustatzea**, irakurketa-plan gisa, sektoreko ekosistemako eragile guztien artean, batez ere gazteen artean, euskaraz irakurtzea bultzatzeko.
- ◆ **Formatuak dibertsifikatzea**, literaturan inspiratutako audio-liburuak, podcastak eta ikus-entzunezko edukiak sustatuz, sektorea publiko digitalera hurbiltzeko modu berri gisa.
- ◆ **Liburu-denda independenteen eta tokiko argitaletxeen sarea babestea**, modernizaziorako eta erosketa ohitura berrietara egokitzeko pizgarriak eta estrategiak eskainiz.
- ◆ **Erronka soziolinguistikoari aurre egitea**, euskarazko espazio digitalean eta kultur kontsumo formatu berrietan presentzia nabarmena izatea bermatuz.

Musika: profesionalizazioa eta nazioartekotzea

Euskadiko musika sektorearen kasuan, enpresa kopurua era positiboan hazi da 2020 eta 2023 artean, % 7,43ko hazkundearekin. Hazkunde hori bereziki nabarmena izan da sektorearen erdia baino gehiago hartzen duen Bizkaian (% 52,76). Bertan izan da igoerarik handiena (% 10,23). Gipuzkoan eta Araban ere hazi egin da, erritmo moderatuagoan bada ere. Beste industria kultural batzuek ez bezala, Euskadiko musika sektorean % 40ko jaitsiera izan da egoitza lurraldetik kanpo duten enpresen presentziari dagokionez, eta horrek toki mailako ekosistema sendotuagoa iradokitzen du. Hala ere, negozio kopuruaren hazkunde horrek ez du enpleguaren igoera ekarri; aitzitik, % 3,95 jaitsi da, 63 lanpostu galduz, batez ere hezkuntza alorrean eta musika-tresnen fabrikazioan. Fenomeno horrek iradokitzen du industria birmoldaketa prozesuan dagoela, eta horretan negozioen hazkundeak ez du zertan lanpostu gehiago sortzea esan nahi, sektorearen zatiketa handiagoa baizik.

Sektorearen egiturazko erronkek gain, eragileek azpimarratzen dute zenbait erronka global ere eragina izaten ari direla, eraldaketa digitalak, besteak beste. Eraldaketa horrek musika ekoizpena eta banaketa irauli ditu, mundu osoko publikoaren sarbidea erraztuz. Hala ere, oraindik ere erronka

handiak daude, hala nola diru sarreren banaketa desberdina *streaming* plataformetan, non irabaziak ikusgaitasun handiagoa duten artista talde txiki batean kontzentratzen diren. Spotify eta YouTube bezalako online plataformek nazioarteko proiektzioa sustatu badute ere, haien algoritmoek joera globalak lehenesten dituzte, hain komertzialak ez diren eskaintzen ikusgaitasuna mugatuz, batez ere euskarazkoak. Egoera horren aurrean, sektoreak tokiko komunikabide digitaletan bertako artisten presentzia indartzeko eta kontsumo anitzagoa sustatzeko estrategiak garatzeko beharra azpimarratzen du.

Beste erronka nagusi bat musikaren hezkuntza eta sektorearen profesionalizazioa da. Prestakuntzan koherentzia gutxiago hauteman da, berehalakotasun digitalak eta sorkuntza eta banaketa eredu berrietara egokitutako estrategia pedagogikoen faltak eraginda. Gainera, hutsunea dago musika kudeaketan, ekoizpenean eta marketinean, eta horrek artisten karrera profesionalak gauzatzeko gaitasuna mugatzen du. Prestakuntza tekniko sendoa izan arren, askok ez dute negozio ereduak, finantzaketari eta sustapen digitalari buruzko ezagutzarik, eta horrek zaildu egiten du epe luzerako proiektuak sendotzea.

Gainera, sektoreko eragileek nabarmendu dute pandemiak lan formatu berriak esploratzea bultzatu zuela, hala nola zuzeneko musikarako eta hezkuntzarako aukera berriak zabaldu zituzten *streaming* bidezko kontzertuak eta klase birtualak. Hala ere, sektoreak aitortzen du aurrez aurreko presentzia ezinbestekoa dela oraindik, eta digitalizazioa osagarri izan behar dela, ordezkotzat izan beharrean. Era berean, adimen artifiziala konposizioan eta ekoizpenean sartzeak itxaropenak eta kezak sortzen ditu, batez ere egiletzari eta copyrightaren babesari dagokionez.

Azkenik, eragileek uste dute euskara funtsezko elementua dela euskal musika-identitatean, baina merkatu globalean duen presentzia mugatua dela oraindik. Banaketa eta sustapen zirkuitu egituratu baten faltak zaildu egiten die artistei euren lurraldetik kanpo hedatzea. Musika Bulegoa eta Etxepare Institutua bezalako erakundeek nazioarteko proiektzioa landu badute ere, oraindik nazioarteko merkatuetan presentzia handiagoa bermatzeko estrategiak indartu behar dira. Toki mailan, funtsezkoa da zuzeneko musika zirkuituak indartzea, artista berrientzako espazioak bermatuz eta jaialdietarako eta banaketa sareetarako sarbidea erraztuz.

Sektorea indartzeko, eztabaida-taldean parte hartu duten sektoreko eragileek neurri hauek proposatu dituzte:

- ◆ **Elkarte-sare bat sustatzea** artisten eta industriako eragileen arteko lankidetzak bultzatzeko.
- ◆ **Musika kudeaketako prestakuntza hobetzea**, artistei euren karrerari eusteko eta merkatu globalean lehiatzeko tresnak emanez.
- ◆ **Zuzeneko musika zirkuituak sustatzea**, artista berrientzako espazio egonkorak bermatuz eta proiektio handiagoa duten jaialdi eta ekitaldietarako sarbidea erraztuz.
- ◆ **Nazioartekotzea erraztea**, nazioarteko azoka eta merkatuetan parte hartzea sustatuz.
- ◆ **Musika hezkuntza joera berrietara eta ekoizpen digitaleko ereduera egokitzea**, konposizio digitaletan, online banaketa estrategietan eta monetizazio modu berrietan prestakuntza integratuz.

Ikus-entzunezkoak eta Multimedia: tokiko egitura produktiboaren sendotzea eta jasangarritasuna

Euskadiko Ikus-entzunezko eta Multimedia sektoreak hazkunde nabarmena izan du 2020 eta 2023 artean, enpresa kopurua % 6,48 handitu baita, eta horrek kultur industria dinamikoenetako bat bezala sendotzen du. Araba izan zen hazkunde horren buru, % 14,29 enpresa gehiago izan baitzituen; ondoren, Gipuzkoa (% 7,29) eta Bizkaia (% 4,82) etorri ziren. Azken horrek sektoreko *hub* nagusia izaten jarraitu zuen, enpresen % 52,68 bertan kontzentratu baitziren. Negozioen baja-tasa altuak (% 33,58) nolabaiteko ezegonkortasuna islatzen badu ere, sarrera berrien kopuru handiak (% 40,05) adierazten du sektoreak erakargarria izaten jarraitzen duela eta berritzeko gaitasuna duela. Gainera, kulturako beste sektore batzuek ez bezala, hedapen horrek eragin positiboa izan du enpleguan, % 15,81eko igoerarekin (944 lanpostu berri), eta jarduera osagarrien hazkundea nabarmendu da. Autonomoen presentzia handiak (% 51,4) eta negozioen zatikatzek egonkortasunerako erronka diren arren, enpleguaren hazkundeak eta Euskadik nazioko batz bestekoaren gainetik duen posizioak negozioen kontzentrazioari eta KSlen barruko pisuari dagokionez, garapen bidean dagoen eta finkatzeko potentzial handia duen ekosistema erakusten dute.

Sektoreko eragileek uste dute azkenaldiko zerga-pizgarrien ezarpena funtsezkoa dela nazioko eta nazioarteko ekoizpen handiak erakartzeko, eta logistika eta zerbitzu teknikoak bezalako sektore osagarrietan eragin estimulatzailea izan duela. Pizgarri horiek sendotu egin dute Euskadiren posizioa ikus-entzunezko sektorearentzako jomuga erakargarri gisa eta tokiko sektore produktiboaren hazkundea bultzatu dute. Hala ere, uste dute ezinbestekoa dela aukera hori sektorearen garapen estruktural bihurtzea, sortutako dinamismoari denboran zehar eutsiz eta tokiko ekoizleei zuzenean laguntzea bermatuz. Horretarako, pizgarri horiek epe luzera industria indartzen duten estrategiek in osatzearen garrantzia azpimarratu dute. Horrela, sektoreak bere burua modu jasangarrian sendotu eta proiektu handiagoak zuzentzeko gaitasuna handitu dezake.

Sektoreko eragileek azpimarratu dute eraldaketa digitalak edukien ekoizpen eta banaketarako aukerak zabaltzea, podcastak, audio fikzioak eta multimedia proiektuak bezalako formatu berriak bultzatuz. Hala ere, ekosistema digital globalean hizkuntza gutxituetan, euskaraz, adibidez, egindako ekoizpenen ikusgaitasuna indartzeko beharra ere identifikatu dute. Kontsumo-datu zehatzagoen garrantzia ere azpimarratu dute, VOD plataformek ematen duten informazio zehatzik ezak zaildu egiten baitu sektorearen plangintza estrategikoa eta audientziaren benetako portaeran oinarritutako erabakiak hartzeko aukera.

Sektorearen hazkundean administrazio publikoak duen funtsezko zeregina ere aitortzen dute eta administrazio-prozesuak optimizatzeko erakundeen arteko koordinazioa indartzea iradoki dute. Baimenak izapidetzeko eta finantzaketa lortzeko zerbitzu bakarra sortzea prozedurak errazteko eta tokiko ekoizleen zama burokratikoa murrizteko soluzio eraginkor gisa aurkezten da. Era berean, Zinematografia eta Ikus-entzunezko Arteen Institutuak (ICAA) kudeatzen dituen funtsezko ardurak bere gain hartzeko aukera aztertzea proposatu dute, hala nola ekoizpen prozesuak errazten eta Euskadiko ikus-entzunezko industria merkatu globalean finkatzen lagunduko luketen lanen kalifikazioa eta kultur ziurtagiria.

Beraz, sektorea indartzeko eta haren jasangarritasuna bermatzeko, eztabaida-taldean parte hartu duten sektoreko eragileek estrategia hauek proposatu dituzte:

- ◆ **Azpiegituretan inbertitzea** espezializatuak, hala nola filmaketa platoak, lurraldearen ekoizpen gaitasuna hobetzeko.
- ◆ **Prestakuntza programak sustatzea** ekoizpen exekutiboan, kudeaketa estrategikoan eta banaketan, sektorearen profesionalizazioa indartzeko.
- ◆ **Plataforma digital bateratu bat garatzea** euskarazko edukien hedapenerako, haien ikusgaitasuna eta audientzien finkapena bermatuz.
- ◆ **Nazioartekotzea erraztu**, euskarazko sektorearen parte-hartzea sustatuz merkatu eta jaialdi globaletan.
- ◆ ZINEUSKADIk sektorearen nazioarteko sustapenean duen zeregina indartzea eta **sektoreari ematen zaion laguntza kontzentratzea**, finantzaketa, pizgarri fiskalak eta baimenak eskuratzeko sinplifikatzeko.

Beren ezaugarri eta erronka espezifikoek gain, joera komunak identifikatzen dira Euskadiko KSI guztietan. Besteak beste, trantsizio digitala kultura-ekoizpenaren, banaketaren eta kontsumoaren ardatz zentral gisa finkatzea; sektorea profesionalizatzeke eta hazteko bide gisa nazioartekotzearen beharra; sektore bakoitzaren barruan ekosistemaren kohesioa indartzearen garrantzia, haren garapena sustatzeko; eta politika publikoen funtsezko zeregina bai sektorea bultzatzeko, bai merkatuan euskaraz egindako kultur produktuak sustatzeko. Zeharkako alderdi horiek funtsezkoak dira Euskadiko KSlen jasangarritasuna eta lehiakortasuna bermatzen dituzten estrategia eraginkorrak diseinatzeko.

| BIBLIOGRAFIA

Arocena, J. (2001). *El Desarrollo Local. Un Desafío Contemporáneo*.

Boix-Domènech, R., & Rausell-Köster, P. (2018). The Economic Impact of the Creative Industry in the European Union. En V. Santamarina-Campos & M. Segarra-Oña (Eds.), *Drones and the Creative Industry* (pp. 19-36). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-95261-1_2

Dörflingler, A., Bachinger, K., Enichlmair, C., Fischl, I., Gavac, K., Hausemer, P., Oberholzner, T., & Spaghetti, V. (2016). *Boosting the competitiveness of cultural and creative industries for growth and jobs: Final report*. Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2826/526239>

Innocenti, N., & Lazzeretti, L. (2019). Do the creative industries support growth and innovation in the wider economy? Industry relatedness and employment growth in Italy. *Industry and Innovation*, 26(10), 1152-1173. <https://doi.org/10.1080/13662716.2018.1561360>

Mendizabal, E. (2010). *The alignment, interest, and influence matrix (AIIM)*. London: ODI.

Retegi, J., Carrillo, F., Eguia, I., & Oleaga, M. (2022). *Perimeter of Cultural and Creative Industries in the Basque Country*. Observatorio Vasco de la Cultura. https://www.Euskadi.eus/contenidos/informacion/keb_argit_posizionamendua_1/es_def/adjuntos/Perimeter_of_Cultural_and_Creative_Industries.pdf

Retegi, J., Eguia, I., Oleaga, M., & Aizpuru, I. (2023). *Post-Covid evolution of the Cultural and Creative Industries in the Basque Country 2020-2022*. Basque Observatory of Culture.

Van Tonder, C., Schachtebeck, C., Nieuwenhuizen, C., & Bossink, B. (2020). A framework for digital transformation and business model innovation. *Management*, 25(2), 111-132. <https://doi.org/10.30924/mjcmi.25.2.6>

I. ERANSKINA

KSIEN ENPRESEN ETA ENPLEGUAREN BILAKAERA EUSKADIN (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)

Taula 0.1 KSI ENPRESEN BILAKAERA EUSKADIN (2020-01-01etik 2023-01-01era bitarteko aldia)

	Enpresa kopurua. (2020.01.01)	Enpresa kopurua. (2020.01.01)	Enpresa kopuruaren aldaketa 2023 vs. 2020 (%)	Enpresa kopuruaren aldaketa 2023 vs. 2022 (%)	Enpresa kopurua/100.000 biztanle. (2020.01.01)	Enpresa kopurua/100.000 biztanle. (2020.01.01)	Enpresa kopuruaren aldaketa /100.000 bizt. 2023 vs. 2020 (%)	Enpresa kopuruaren aldaketa /100.000 bizt. 2023 vs. 2022 (%)	Enpresa kopurua / Enpresak guztira EAE (2020.01.01) (%)	Enpresa kopurua / Enpresak guztira EAE (2023.01.01) (%)	Aldagaia Enpresa kopurua / Enpresak guztira 2023ko EAE vs. 2020 (p.p)	Aldaketa enpresa kopurua / Enpresak guztira 2023ko EAE vs. 2022 (p.p)
1. KULTURALA	7.149	7.505	4,98	2,61	325,0	341,6	5,12	2,13	4,64	5,03	0,39	0,19
ARTE ESZENIKOAK	1.414	1.576	11,46	9,37	64,3	71,7	11,61	8,86	0,92	1,06	0,14	0,10
1.- PROPIOA	833	966	15,97	8,78	37,9	44,0	16,12	8,28	0,54	0,65	0,11	0,06
2.- OSAGARRIA	581	610	4,99	10,31	26,4	27,8	5,13	9,79	0,38	0,41	0,03	0,04
ARTE BISUALAK	1.421	1.628	14,57	8,10	64,6	74,1	14,72	7,60	0,92	1,09	0,17	0,10
1.- PROPIOA	1.421	1.628	14,57	8,10	64,6	74,1	14,72	7,60	0,92	1,09	0,17	0,10
IKUS-ENTZUNEZKOAK ETA MULTIMEDIA	1.513	1.611	6,48	0,31	68,8	73,3	6,62	-0,16	0,98	1,08	0,10	0,02
1.- PROPIOA	641	652	1,72	-2,10	29,1	29,7	1,85	-2,56	0,42	0,44	0,02	0,00
2.- OSAGARRIA	872	959	9,98	2,02	39,6	43,7	10,13	1,55	0,57	0,64	0,08	0,02

	Enpresa kopurua. (2020.01.01)	Enpresa kopurua. (2020.01.01)	Enpresa kopuruaren aldaketa 2023 vs. 2020 (%)	Enpresa kopuruaren aldaketa 2023 vs. 2022 (%)	Enpresa kopurua/100.000 biztanle. (2020.01.01)	Enpresa kopurua/100.000 biztanle. (2020.01.01)	Enpresa kopuruaren aldaketa /100.000 bizt. 2023 vs. 2020 (%)	Enpresa kopuruaren aldaketa /100.000 bizt. 2023 vs. 2022 (%)	Enpresa kopurua / Enpresak guztira EAE (2020.01.01) (%)	Enpresa kopurua / Enpresak guztira EAE (2023.01.01) (%)	Aldagaia Enpresa kopurua / Enpresak guztira 2023ko EAE vs. 2020 (p.p)	Aldaketa enpresa kopurua / Enpresak guztira 2023ko EAE vs. 2022 (p.p)
LIBURUA ETA PRENTSA	1.771	1.597	-9,82	-5,00	80,5	72,7	-9,70	-5,44	1,15	1,07	-0,08	-0,04
1.- PROPIOA	1.010	889	-11,98	-5,73	45,9	40,5	-11,86	-6,17	0,66	0,60	-0,06	-0,03
2.- OSAGARRIA	761	708	-6,96	-4,07	34,6	32,2	-6,84	-4,51	0,49	0,47	-0,02	-0,01
MUSIKA	592	636	7,43	1,60	26,9	29,0	7,58	1,12	0,38	0,43	0,04	0,01
1.- PROPIOA	546	587	7,51	2,09	24,8	26,7	7,65	1,61	0,35	0,39	0,04	0,01
2.- OSAGARRIA	46	49	6,52	-3,92	2,1	2,2	6,67	-4,37	0,03	0,03	0,00	0,00
ONDAREA, MUSEOAK, ARTXIBOAK ETA LIBURUTEGIAK	438	457	4,34	0,66	19,9	20,8	4,48	0,19	0,28	0,31	0,02	0,01
1.- PROPIOA	118	135	14,41	4,65	5,4	6,1	14,56	4,16	0,08	0,09	0,01	0,01
2.- OSAGARRIA	320	322	0,63	-0,92	14,5	14,7	0,76	-1,38	0,21	0,22	0,01	0,00
2. SORTZAILEA	9.737	9.582	-1,59	-0,30	442,6	436,2	-1,46	-0,77	6,32	6,43	0,10	0,07
ARKITEKTURA	3.113	2.858	-8,19	-2,79	141,5	130,1	-8,07	-3,24	2,02	1,92	-0,10	-0,03
1.- PROPIOA	3.113	2.858	-8,19	-2,79	141,5	130,1	-8,07	-3,24	2,02	1,92	-0,10	-0,03
DISEINUA	790	880	11,39	5,26	35,9	40,1	11,54	4,77	0,51	0,59	0,08	0,04
1.- PROPIOA	790	880	11,39	5,26	35,9	40,1	11,54	4,77	0,51	0,59	0,08	0,04
HIZKHZIKUNTZAREN INDUSTRIAK	4.141	4.125	-0,39	1,05	188,3	187,8	-0,25	0,58	2,69	2,77	0,08	0,07
1.- PROPIOA	4.141	4.125	-0,39	1,05	188,3	187,8	-0,25	0,58	2,69	2,77	0,08	0,07
MODA FABRIKAZIOA	537	522	-2,79	-2,06	24,4	23,8	-2,66	-2,52	0,35	0,35	0,00	0,00
1.- PROPIOA	537	522	-2,79	-2,06	24,4	23,8	-2,66	-2,52	0,35	0,35	0,00	0,00
PUBLIZITATEA	1.147	1.183	3,14	-1,99	52,1	53,9	3,28	-2,44	0,74	0,79	0,05	-0,01
1.- PROPIOA	1.107	1.146	3,52	-1,97	50,3	52,2	3,66	-2,42	0,72	0,77	0,05	0,00
2.- OSAGARRIA	40	37	-7,50	-2,63	1,8	1,7	-7,38	-3,08	0,03	0,02	0,00	0,00
BIDEOJOKOAK	9	14	55,56	7,69	0,4	0,6	55,77	7,19	0,01	0,01	0,00	0,00
1.- PROPIOA	9	14	55,56	7,69	0,4	0,6	55,77	7,19	0,01	0,01	0,00	0,00
Orokorra guztira	16.886	17.087	1,19	0,96	767,6	777,8	1,33	0,49	10,97	11,46	0,50	0,26

Iturria: Egileek prestatua DIRAE datuetan oinarrituta.

Taula 0.2 EUSKADIKO KSI ENPLEGUAREN BILAKAERA BALIO-KATEAREN ARABERA
(2020-01-01ETIK 2023-01-01ERA BITARTEKO ALDIA)

	Enplegu kopurua (2020-01-01)	Enplegu kopurua (2023.01.01)	Aldaketa. Enplegu kopurua 2023 vs. 2020 (%)	Aldaketa. Enplegu kopurua 2023 vs. 2022 (%)	Enplegu kopurua/Lanpostuak guztira EAEn (2020-01-01) (%)	Enplegu kopurua/Lanpostuak guztira EAEn (2020-01-01) (%)	Aldaketa. Lanpostu kopurua/ EAEn guztirako lanpostuak 2023 vs. 2020 (p.p)	Aldaketa. Lanpostu kopurua/ EAEn guztirako lanpostuak 2023 vs. 2022 (p.p)
1. KULTURALA	20.552	21.609	5,14 %	3,26 %	2,23	2,33	0,10	0,03
ARTE ESZENIKOAK	4.077	4.268	4,68 %	9,21 %	0,44	0,46	0,02	0,03
1.- PROPIOA	1.840	2.049	11,36 %	7,73 %	0,20	0,22	0,02	0,01
2.- OSAGARRIA	2.237	2.219	-0,80 %	10,62 %	0,24	0,24	0,00	0,02
ARTE BISUALAK	1.772	1.928	8,80 %	7,77 %	0,19	0,21	0,02	0,01
1.- PROPIOA	1.772	1.928	8,80 %	7,77 %	0,19	0,21	0,02	0,01
IKUS-ENTZUNEZKOA ETA MULTIMEDIA	5.972	6.916	15,81 %	3,69 %	0,65	0,75	0,10	0,01
1.- PROPIOA	3.208	3.455	7,70 %	2,43 %	0,35	0,37	0,02	0,00
2.- OSAGARRIA	2.764	3.461	25,22 %	4,97 %	0,30	0,37	0,07	0,01
LIBURUA ETA PRENTSA	5.853	5.625	-3,90 %	-1,14 %	0,64	0,61	-0,03	-0,02
1.- PROPIOA	3.069	2.807	-8,54 %	-3,51 %	0,33	0,30	-0,03	-0,02
2.- OSAGARRIA	2.784	2.818	1,22 %	1,33 %	0,30	0,30	0,00	0,00
MUSIKA	1.599	1.536	-3,95 %	-2,11 %	0,17	0,17	-0,01	-0,01
1.- PROPIOA	1.522	1.486	-2,38 %	-1,98 %	0,17	0,16	-0,01	-0,01
2.- OSAGARRIA	77	50	-35,06 %	-5,66 %	0,01	0,01	0,00	0,00
ONDAREA, MUSEOAK, ARTXIBOAK ETA LIBURUTEGIAK	1.279	1.336	4,46 %	2,66 %	0,14	0,14	0,01	0,00
1.- PROPIOA	792	829	4,67 %	1,97 %	0,09	0,09	0,00	0,00
2.- OSAGARRIA	487	507	4,11 %	3,82 %	0,05	0,05	0,00	0,00
2. SORTZAILEA	13.430	13.182	-1,85 %	-0,79 %	1,46	1,42	-0,04	-0,04
ARKITEKTURA	4.002	3.837	-4,12 %	-1,46 %	0,43	0,41	-0,02	-0,01
1.- PROPIOA	4.002	3.837	-4,12 %	-1,46 %	0,43	0,41	-0,02	-0,01
DISEINUA	1.165	1.257	7,90 %	3,97 %	0,13	0,14	0,01	0,00
1.- PROPIOA	1.165	1.257	7,90 %	3,97 %	0,13	0,14	0,01	0,00
HIZKUNTZAREN INDUSTRIAK	3.354	3.261	-2,79 %	2,18 %	0,36	0,35	-0,01	0,00
1.- PROPIOA	3.354	3.261	-2,79 %	2,18 %	0,36	0,35	-0,01	0,00

	Enplegu kopurua (2020-01-01)	Enplegu kopurua (2023.01.01)	Aldaketa. Enplegu kopurua 2023 vs. 2020 (%)	Aldaketa. Enplegu kopurua 2023 vs. 2022 (%)	Enplegu kopurua/Lanpostuak guztira EAE (2020-01-01) (%)	Enplegu kopurua/Lanpostuak guztira EAE (2020-01-01) (%)	Aldaketa. Lanpostu kopurua/ EAE guztirako lanpostuak 2023 vs. 2020 (p.p)	Aldaketa. Lanpostu kopurua/ EAE guztirako lanpostuak 2023 vs. 2022 (p.p)
MODA FABRIKAZIOA	1.301	1.230	-5,46 %	-0,24 %	0,14	0,13	-0,01	0,00
1.- PROPIOA	1.301	1.230	-5,46 %	-0,24 %	0,14	0,13	-0,01	0,00
PUBLIZITATEA	3.581	3.528	-1,48 %	-4,60 %	0,39	0,38	-0,01	-0,03
1.- PROPIOA	3.385	3.367	-0,53 %	-5,07 %	0,37	0,36	0,00	-0,03
2.- OSAGARRIA	196	161	-17,86 %	6,62 %	0,02	0,02	0,00	0,00
BIDEOJOKOAK	27	69	155,56 %	13,11 %	0,00	0,01	0,00	0,00
1.- PROPIOA	27	69	155,56 %	13,11 %	0,00	0,01	0,00	0,00
Orokorra guztira	33.982	34.790	2,38 %	1,69 %	3,69	3,75	0,06	0,00

Iturria: Egileek prestatua EUSTAT datuetan oinarrituta.

II. ERANSKINA

EGILEEK PRESTATUA EUSTATEN DATUETAN OINARRITUTA

Liburu eta prentsaren sektorea

Liburu eta prentsaren sektorea Europako kultur sektorearen adar handienetakoa da. Liburu sektorea da, zalantzarik gabe, horren parterik adierazgarriena, eta argitalpen eta edizioarekin erlazionatutako jarduera guztiak hartzen ditu barne, arlo guztietan (aisialdia, hezkuntza, profesionala, albiste-giak, akademikoa, etab.). Bi argitalpen motak ere hartzen ditu barne: materiala (paperean edo beste euskarri batzuetan) eta digitala (Renard et al., 2023).

Bere balio eta eginkizun kultural garrantzitsuaz gain, liburuaren sektorea jarduera ekonomiko garrantzitsua ere bada EBn. 2021ean, bigarren jarduera kultural garrantzitsuentzat hartzen zen, programa bat ikusi edo entzun ondoren, eta EBko batez besteko gastu kulturalaren % 12a hartzen zuen. 2021ean ere, 23.000 milioi euro baino gehiagoko fakturazioa izan zuen, eta fakturazio horren % 18 esportazioek sortu zuten (nahiko tasa egonkorra urteetan zehar) (Renard et al., 2023).

Argitalpen sektoreak urteetan zehar nahiko osasun egonkorra erakutsi duen arren, zifra batzuek epe luzera sektorean eragina duten garapen esanguratsuak erakusten dituzte. Digitalizazioa da horietako bat, ziurrenik nabarmenena, erronka guztiak fenomeno horretara murriztu ezin diren arren, nahiz eta denak elkarri lotuta egon, horrek zaildu egiten du osorik ulertzea (Renard et al., 2023).

Merkatua

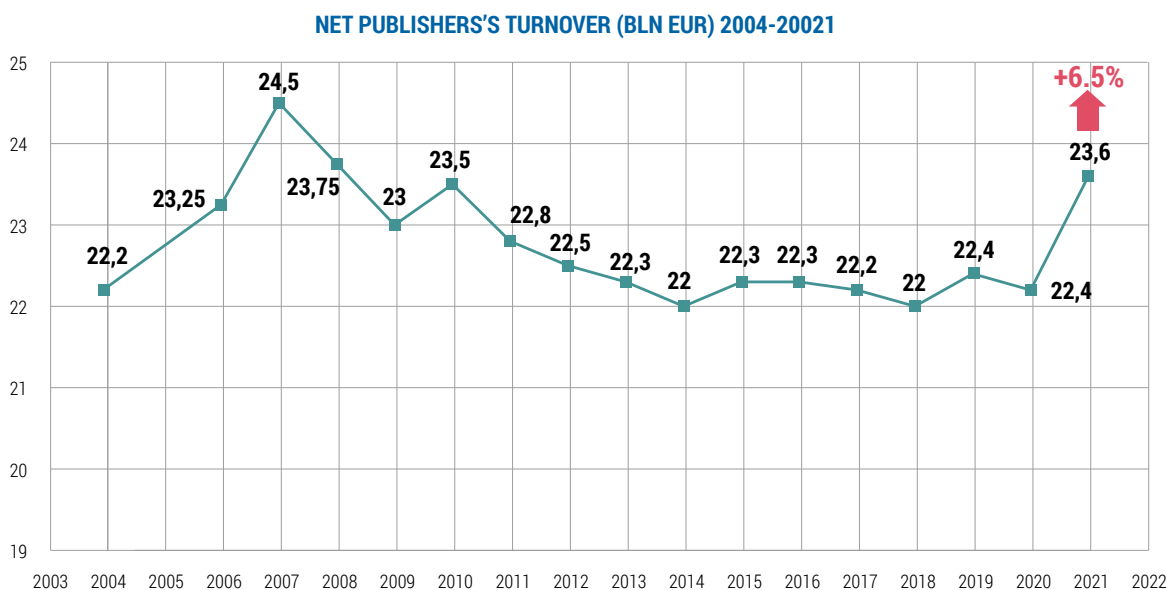
(The Business Research Company, 2024)-ren arabera, liburuaren argitalpenaren merkatuaren tamaina etengabe hazi da azken urteotan. 2023an 92.970 milioi dolarrekoa izatetik 2024an 95.910

milioi dolarretara, % 3,2ko urteko hazkunde-tasa konposatuarekin (CAGR). Aldi historikoan zehar ikusi den hazkundera faktore hauei egotz dakieke: hezkuntza-ekimenei, mugimendu kultural eta artistikoei, txikizkako banaketa-kanalen presentziari, egile-eskubideen eta jabetza intelektualaren legeen eraginari eta inprimatze-kostuekin eta prezio merkearekin erlazionatutako kontuei. Grand View Research-en arabera (2023), liburuetan kontsumitzen dutenen gastuaren igoera, diru-sarreraren eta interesen hazkundera lagunduta, baita irakurketa-esperientzia orokorra hobetu duten formatuetan etengabeko berrikuntzak ere, dira merkatua bultzatzen duten faktore nagusietako batzuk.

Iturri beraren arabera, datozen urteetan liburuaren argitalpenaren merkatua etengabe haziko dela aurreikusten da. 2028rako 107.330 milioi dolarretara iritsiko da, % 2,9ko urteko hazkunde-tasa konposatuarekin (CAGR). Grand View Research-ek (2023) kalkulaturako hazkunde-ehunekoa urtean % 1,8koa da (CAGR). Pronostiko-aldian aurreikusitako hazkundera autoedizioari, harpidetza ereduari, audio-liburuaren eta podcasten ospeari, inprimaketa-jardunbide jasangarrien adopzioari eta argitalpenetan aniztasuna eta inklusioa sustatzen dituzten ekimenei egotz dakieke (The Business Research Company, 2024).

Grafikoa 0.1izenekoa, 2003tik 2022ra bitarteko Europako liburu merkatuaren bilakaera ikus daiteke. Ikus daitekeenez, merkatuak beheranzko joera erakutsi zuen 2007tik 2020ra, pandemia hasi zen urtera, 2021ean % 6,5eko susperraldi nabarmena izan aurretik (Kraus vom Cleff & Turrin, 2022). Espainian, 2021 eta 2020 artean kategoriaz guztietan hazkundera % 5,6koa izan zen. Liburu elektronikoak % 5 hazi ziren eta audio-liburuak % 0,3.

Grafikoa 0.1 EUROPAKO LIBURU MERKATUAREN BILAKAERA



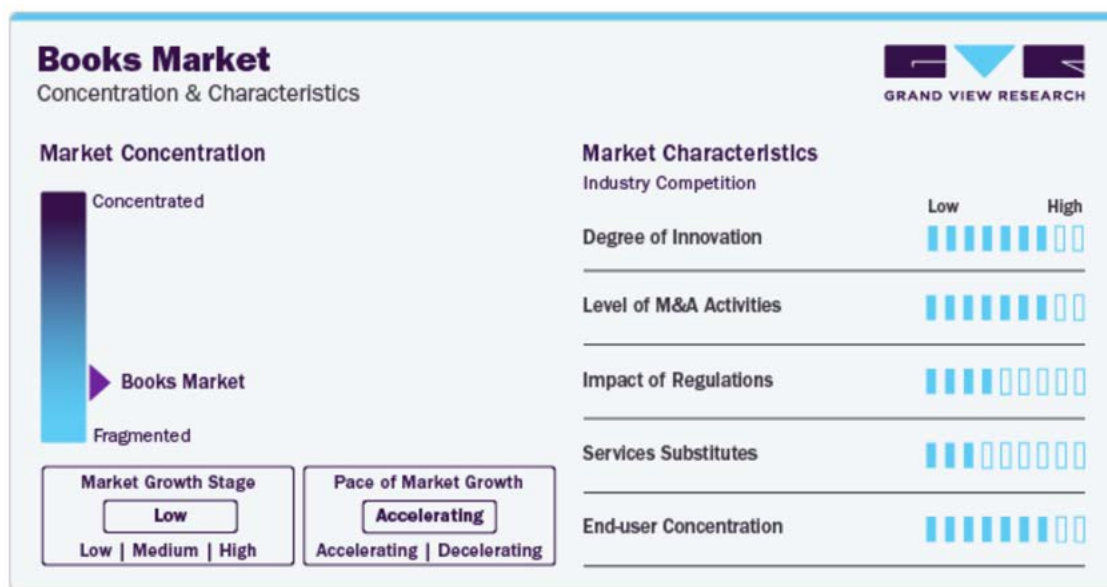
Iturria: Kraus vom Cleff & Turrin (2022)

Merkatua argitaletxe akademikoek menderatu dute, argitalpen ez-akademikoek edo komertzialek, berriz, nahiko zati txikia ordezkatzan duten bitartean. Argitaletxe akademikoek harreman sinbiotikoa dute hezkuntza-sistemeekin. Argitaletxe horietako gehienek zuzenean zerbitzatzen dituzte eskolak, institutuak, unibertsitateak eta ikerketa-institutuak, hala nola hezkuntza teknikoa, medikoa eta lanbide-hezkuntza bezalako arloak estaliz (Grandview Research, 2023).

Lehen begiratuan dirudienaren aurka, sektore-sare batez osatuta dagoen inprimaketa-industriak egonkortze-joera erakusten du, eta sektore batzuetan, baita hazkunde-joera ere (Gamprellis et al., 2021). Beherakada aurreikusi zitekeen sektoreak ere, hala nola egunkariak eta liburuen argitaletxeak, hasieran espero baino askoz txikiagoak diren jaitsierak erakusten ari dira, eta baita egonkortzea ere.

Grand View ikerketatik (2023) lortutako Irudia 0.1 datuetan ikus daitekeen bezala, liburuen merkata nahiko zatikatuta dago gaur egun, hazkunde-itxaropen txikiekin, baina azkartze-prozesuan. Merkata berrikuntza-maila handia eta fusio eta erosketetarako joera handia izateagatik ere bereizten da. Erregulazioak sektorean duen eragina txikia dela uste da, zerbitzazio-prozesuen bidez ordezkatzeko aukera gutxi dagoelako eta azken erabiltzaileen kontzentrazio progresiboa duelako.

Irudia 0.1 LIBURU MERKATUAREN EZAUGARRIAK



Iturria: Grand View Ikerketa (2023)

COVID-19aren eragina

COVID-19 pandemiak erronka handia ekarri zion liburuen argitalpenaren merkatuari 2020an, mundu mailako itxialdiek eragindako etenaldien ondorioz. Birusak hainbat industriari eragin zioten beherraldi ekonomikoak eta mugimendu murrizketak ekarri zituen. Hala ere, zenbait komunikabide-merkatuk ez zuten eraginik izan edo onurak ere atera zituzten egoeratik, kanal digitalen bidez edukia urrunetik erreproduzitu ahal izan baitzuten. Atzerapausoa izan arren, pronostiko-aldian liburuen argitalpen merkatua suspertuko dela espero da, pandemia "beltxarga beltz" gertaeratzat hartzen baita eta ez merkatuaren edo munduko ekonomiaren berezko ahulezien islatzat (The Business Research Company, 2024).

Ikasketek erakusten dute pandemia garaian mundu osoko pertsonen % 33k liburu gehiago irakurri edo audio-liburu gehiago entzun zituztela etxean. Argitaletxeek eskaintzen dituzten online hezkuntza-baliabideetarako sarbidea ere nabarmen handitu zen itxialdietan zehar. Adibidez, Italian, 4,4 milioi testuliburu digital deskargatu ziren hezkuntza-argitaletxeen plataformetatik eskolak itxi ziren lehen sei asteetan. Era berean, Parisko online liburutegiek eguneko 1.000 deskarga erregistratu zituzten 2020ko martxoaren amaieran, ohikoa 200 zirenean (Katsarova, 2021).

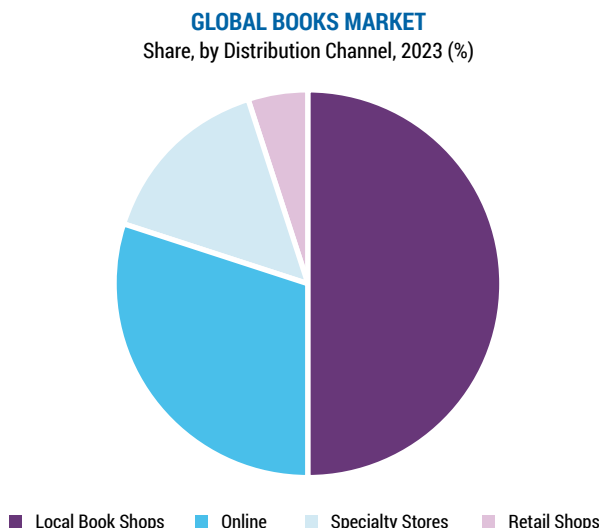
COVID-19aren krisia, irakurketa jarduera kultural ezagunenetakoa izaten jarraitu zuen arren, batez ere konfinamendu garaian, mehatxu handia izan zen liburu-dendentzat, beren jarduera ezin izan baitzuten urruneko online bidalketen errealitate berrira egokitu. Ikuspegi ekonomiko hutsaz harago, kontsumitzaileen ikuspuntutik, egoera horrek eskaintzaren aniztasunean ere eragiten du zuzenean, online plataformek beren ahaleginak transakzioan jartzen baitituzte batez ere, eta ez historikoki lanbidearen ezaugarri izan den aholkularitza eta hautaketa lanean (Renard et al., 2023).

COVID-19aren agerraldiak liburuen eskaria nabarmen handitu zuen mundu osoan, etxeko sektorean batez ere. Pandemiak etxetik lan egiteko egoera sortu zuen mundu osoko ehunka mila pertsonarentzat, kontsumitzaileen artean aisialdirako eta garapen pertsonalerako aukerak zabalduz. Liburuak jarduera horietako bat izanik, hamar milaka kontsumitzailek nahi zituzten ziurgabetasun eta kaos garai honetan, garapen pertsonalean zentratzeko eta etxean denbora modu produktiboan pasatzeko aukera ematen zitelako. Horrek, aldi berean, argitalpenaren merkatuaren hazkundea bultzatu du (Grand view research, 2023).

Banaketa-kanalak

Grafikoa 0.2 erreferentzian ikus daitekeen bezala, tokiko liburu-dendak izan ziren banaketa-kanal nagusia 2023an, diru-sarreraren % 50etik gorako kuota globalarekin. Tokiko liburu-denda batek espazio atsegina eskaintzen die bai egileei bai irakurleei, jendea bildu eta eroso senti daitekeen lekua. Interes berak dituzten pertsonak ideiak trukatzeko elkartzen diren espazioa da. Denda horietako askok liburu-klubak eta gaikako irakurketa-taldeak dituzte, eta aldizka egileen ekitaldiak, hitzaldiak eta jendea modu berritzailean pentsatzera eta ideia berriak sortzera bultzatzen duten bestelako jarduerak antolatzen dituzte (Grandview Research, 2023).

Grafikoa 0.2 PARTE-HARTZEA MERKATUAN BANAKETA-KANALAREN ARABERA, 2023AN (%)

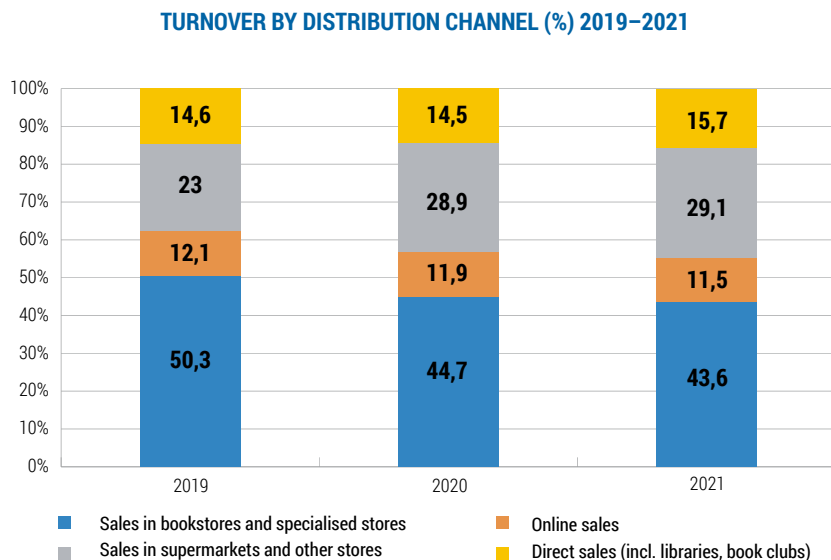


Iturria: Grand View Research, (2023).

2024 eta 2030 artean Online kanala % 2,9ko urteko hazkunde-tasa konposatuan (CAGR) haziko dela aurreikusten da. Online saltzaileek erabiltzen duten ideia berritzaile bat irakurtzeko moduan dauden bigarren eskuko edo erabilitako liburuak prezio baxuan saltzea da. Estrategia hori oso arrakastatsua izan da, batez ere ikasleen edo liburuzale gazteen artean. Kitabay-k, Indian jarduten duen webgune batek, bigarren eskuko liburuak 14 dolarreko prezio baxuan saltzen ditu; Zenbateko jakin bat baino gehiagoko eskaeretakarako doako etxez etxeko bidalketa eskaintzen du, eta kontsumitzaileek genero jakin bateko liburu ugari eskaintzen dituen “Kutxa misterioitsua” bezalako aukeren artean hauta dezakete, hala nola, Amodioa, Emakumeen Fikzioa, Gazteak, Klasikoak eta gehiago.

Grafikoa 0.3-an ikus daitekeen bezala, Europako banaketa-kanal desberdinen bilakaera anitza da (Kraus vom Cleff & Turrin, 2022). Horrela, bi urtean, liburu-denden eta denda espezialisten bidezko salmentak merkatuaren % 50,3 hartzetik % 43,6 hartzera igaro dira, eta supermerkatuetan eta bes-telako establezimenduetan egindako salmentak % 12,1etik % 11,5era. Murritzeta horiek online salmenten eta salmenta zuzenen (liburutegiak eta liburu klubak barne) ehunekoaren igoeraren ondorio izan dira.

Grafikoa 0.3 SALMENTEN EHUNEKOA BANAKETA-KANALAREN ARABERA (%)
2019-2021



Iturria: Kraus vom Cleff & Turrin (2022)

Espanian, denda fisikoen salmentak % 7,4 hazi ziren 2020 eta 2021 artean, eta online salmentak, berriz, % 30.

Etorkizuneko joerak

Digitalizazioaren garrantzia.

Liburu fisikoen merkatuak munduko diru-sarreraren % 78 baino gehiago eragin zuen 2023an Estatu Batuetan. Europan, ehuneko hori % 84,8koa zen 2021ean, formatu digitala % 12,6 eta audio-liburuak % 2,5 (Kraus vom Cleff & Turrin, 2022). Teknologia berrien gorakada handia izan arren, liburuak oso erresistenteak direla frogatu da. Inprimatutako hitzak abantaila erakargarri asko ditu pantailan irakurtzearen aurrean: begietarako erosoagoa da, errazagoa da gainetik begiratzeko, eta nahiko iragankorra eta erraz editagarria den testu digitalak ez duen iraunkortasuna du. Beste teknologia asko azkar zaharkitu eta aurrerapen berriagoek ordezkatu dituzten arren, liburuak ia aldatu gabe iraun dute mendeetan zehar euskarri gisa, lehia handia izan arren (Grandview Research, 2023).

Hala ere, pronostiko-aldian espero diren joera nagusien artean daude argitalpen digitalen eta liburu elektronikoen gorakada, merkatuaren ikuspegia lortzeko datuen azterketen erabilera, inprimaketa-teknologiaren aurrerapenak, argitalpen-jardunbideetan jasangarritasunean arreta jartzea eta egileekin lankidetzak areagotzea multimedia edukiak sortzeko (The Business Research Company, 2024).

Pronostiko-urteetan audio-liburuen merkatuak hazkunde azkarragoa izango duela aurreikusten da, % 3,8ko urteko hazkunde-tasa konposatua (CAGR) 2024 eta 2030 artean. Audio-liburuak mugitzaileak, hezitzaileak, irakasgarriak eta entretenigarriak dira, denbora asko zein gutxi dutenentzat aproposak. Horrez gain, audio-liburuek jendeak entzuteko, irakurtzeko eta ikasteko modua alda dezakete, irakurle gazteen eta ingelesa bigarren hizkuntza dutenen alfabetatzea hobetuz.

“Western Down Libraries” webgunearen arabera, haurtzaindegitik 12 urte bitarteko ikasleen % 27 inguru entzumen-ikasleak dira. Ikasleek irakurketa-maila baino bi maila gorago entzun eta uler ditzakete audio-liburuak erregulartasunez entzuten badituzte. Testu inprimatua eta audioa konbinatzeak % 40 handitzen du buruan gordetzea inprimatutakoa bakarrik erabiltzearekin alderatuta.

Liburu elektronikoen salmentak hazkunde azkarra izaten ari dira Estatu Batuetan eta Europan bezalako merkatu finkatuetan, eta AEBak eta Erresuma Batua bezalako eskualde garatuetan inprimatutako liburuen diru-sarrerak gainditu ditu. PWCren arabera, pronostiko-aldian mundu mailako liburuen argitalpenaren diru-sarrerak % 1,7ko urteko hazkunde-tasa konposatuan (CAGR) haziko direla aurreikusten da. Liburu fisikoen argitalpenaren industria gainbehera doan arren (-% 2,8), behe-rakada hori liburu elektronikoen hazkunde nabarmenak konpentsatzen du, % 11,7ko hazkunde-tasa metatua izatea aurreikusten baita. Merkaturak kontsumitzaileek formatu digitalen aldeko gero eta lehentasun handiagoa izatea eragiten ari da, eta horrek eragin positiboa du hazkundean (The Business Research Company, 2024).

Liburuek aldaketa handiak jasan dituzte historian zehar. Papiro-pergaminoetatik hasi eta euskarri digitalen eta teknologia berrien etorrerarekin batera gertatu den liburu elektronikoen sarreraraino, merkaturak hainbat modutan egokitu da, hala nola liburu elektronikoen eta audio-liburuen bidez. Horrela, irakurketa pantailetara igaro zenetik, argitaletxeentzat zein irakurleentzat merkatuko aukera sorta zabaltzen da. Argitaletxeek komunikazio-euskarri digitala kontuan hartu behar dute eta testu, audio eta bideo formatuetako edukia sortu eta sustatzean inbertitu (Grand view research, 2023). Pandemiak aldaketa nabarmena eragin du mundu osoko jendearen irakurtzeko ohituretan, nola, noiz eta irakurtzen duten ala ez barne. Adibidez, gazteak teknologia digitalean trebeak baziren ere, bizitza birtuala are gehiago errotu zen haien bizitzan konfinamendu garaian, liburu elektronikoen, podcasten, audio-liburuen eta entretenimendu birtualeko ekitaldien erabilera handitu egin baitzen. Teknologiaren eta esperientzia digitalen garrantziak pandemiaren ondoren ere jarraituko duela espero da (Grandview Research, 2023).

Aurretik aipatu dugun bezala, inprimaketaren industriak egonkortze eta hazkunde joera erakusten du sektore batzuetan (Gamprellis et al., 2021). Beherakada aurreikusi zitekeen sektoreak ere, hala nola egunkariak eta liburuen argitaletxeak, hasieran espero baino askoz txikiagoak diren jaitsierak erakusten ari dira, eta baita egonkortzea ere. Hala ere, aldatu eta digitalizazioaren eta automatizazioaren joera ustiatu behar du bere onurak aprobetxatzeko. Nolanahi ere, datuek aurreikusten dute inprimatutako komunikabideek eta komunikabide digitalek elkarrekin bizitzen jarraituko dutela (Gamprellis et al., 2021).

Audio-liburuak

Audio-liburuen ospearen gorakadak datozen urteetan liburuen argitalpen merkatua bultzatuko duela espero da. Audio-liburuak, idatzizko materialaren irakurketen grabazioak, hainbat formatutan daude eskuragarri, hala nola CD, MP3 eta deskarga digitaletan. Liburu-argitaletxeek audio-liburuen ekoizpenean parte hartzen dute narratzaile profesionalak kontratatuz beren liburuen audio-bertsioak grabatzeko. 2023ko ekainean, WordsRated-ek jakinarazi zuen Estatu Batuetako audio-liburuen salmentak 1.810 milioi dolarretara iritsi zirela 2021ean, hau da, aurreko urtean baino % 3,43 gehiago, audio-liburuen eskaria gero eta handiagoa dela azpimarratuz (The Business Research Company, 2024).

Print-on-Demand (POD)

Eskariaren araberako inprimaketa (POD) eredua gero eta ezagunagoa da argitaletxeen artean, inprimatze- eta inbentario-kostuak modu eraginkorrean kudeatzeko aukera ematen dielako. Eredua horrek liburua eskaera jaso ondoren inprimatzea dakar, eta horrek argitalpen-kostuak murrizten ditu eta bat dator edukia formatu digitaletan gordetzeko lehentasunarekin. Eskariaren araberako inprimaketa zerbitzu hornitzaile nagusien artean Blurb, CreateSpace, Lightning Source, Lulu eta Amazon daude, eta POD teknologia guztiz integratzea du helburu, eskaria jaso eta bi orduko epean liburua inprimatzeko promesa eginez. Autoedizioa egiten duten egileak dira teknologia horretatik etekin handiena atera dezaketenak (The Business Research Company, 2024).

Kostuen igoeraren mehatxua

Merkatuko erronka nagusietako bat inprimatutako liburuen eta liburu elektronikoaren prezioen igoera da, eta horrek kopia berriak erosi beharrean alternatibak bilatzera eramaten ditu kontsumitzaileak. *Voice of the Reader*-en inkesta baten arabera, liburuen prezioen igoerak erosketak atzeratzera bultzatzen ditu erosleak. Beraz, liburuen prezio altuek kontsumitzaileak alternatiba merkeagoak bilatzera bultzatzen dituzte, hala nola, bigarren eskuko liburuak erostea edo doako edo eskaintza-buletinen bidez deskontudun liburu elektronikoak deskargatzea. Horrez gain, testuliburuen kostuak ere gora egin du (Grand view research, 2023).

Liburuen argitaletxeen kontzentrazioa globalizaziorako

Liburuen merkatua hainbat jokalaririk finkaturen presentziak ezaugarritzen du, hala nola Penguin Random House, Hachette Book Group, HarperCollins, Simon & Schuster, Macmillan y Pearson. Jokalaririk horiek merkatuaren zati esanguratsua hartzen dute, produktu zorrotz dibertsifikatuak dituzte eta presentzia global sendoa dute. Horrez gain, liburuen merkatuak produktu sorta hautatu bat eskaintzen duten jokalaririk txiki eta ertainak ere baditu; Horien artean, batzuk autoedizio enpresak dira. Liburuen merkatuan, batez ere Europan eta Ipar Amerikan, jarduten duten eragile nagusiek ekimen estrategikoetan jartzen dute arreta, hala nola eskuratzetan, bilduma berrien aurkezpenetan eta lankidetzan, diru-sarreraren hazkundera bultzatzeko eta merkatu globalean duten posizioa indartzeko (Grandview Research, 2023).

Argitalpenen merkatuko enpresa liderrak lankidetzan estrategikoetan zentratzen ari dira egungo kontsumitzaileei zerbitzu hobea emateko. Adibidez, Hachette Book Group (HBG) erakunde ospetsuekin lankidetzan aritu da, hala nola The City College of New York, Hurston/Wright Foundation, Lambda Literary eta We Need Diverse Books. Lankidetzan horrek idazle eta argitaletxeetako profesional gazte anitzen komunitate zabalagoa sustatzea du helburu, bazkide horiekin lankidetzan gauzatutako programa pertsonalizatuen bidez kontratazioa, hezkuntza, tutoretza eta laguntza hobetuz. 2022ko martxoan iragarri zen HBGren ekimenak idazleen komunitatean eta argitalpenaren industrian aniztasuna sustatzeko duen konpromisoa islatzen du (The Business Research Company, 2024).

Merkatuko jokalaria nagusien eragina nahiko handia da, gehienek sare global zabalak baitituzte bezero-base handietara iristeko. Merkatuko enpresek edizio berezietako kontratuetan eta aurkezpen berritzaileetan jartzen dute arreta bezero berriak erakartzeko eta beste argitaletxeekiko abantaila lehiakorra lortzeko. Gainera, aktore horiek pertsonaia eta serie bereziak dituzten bildumak abiarazten zentratzen dira, publiko zabalagoarekin konektatzeko eta pertsonaia ezagunekiko afiliazio handiagoa sortzeko (Grand view research, 2023).

Musikaren sektorea

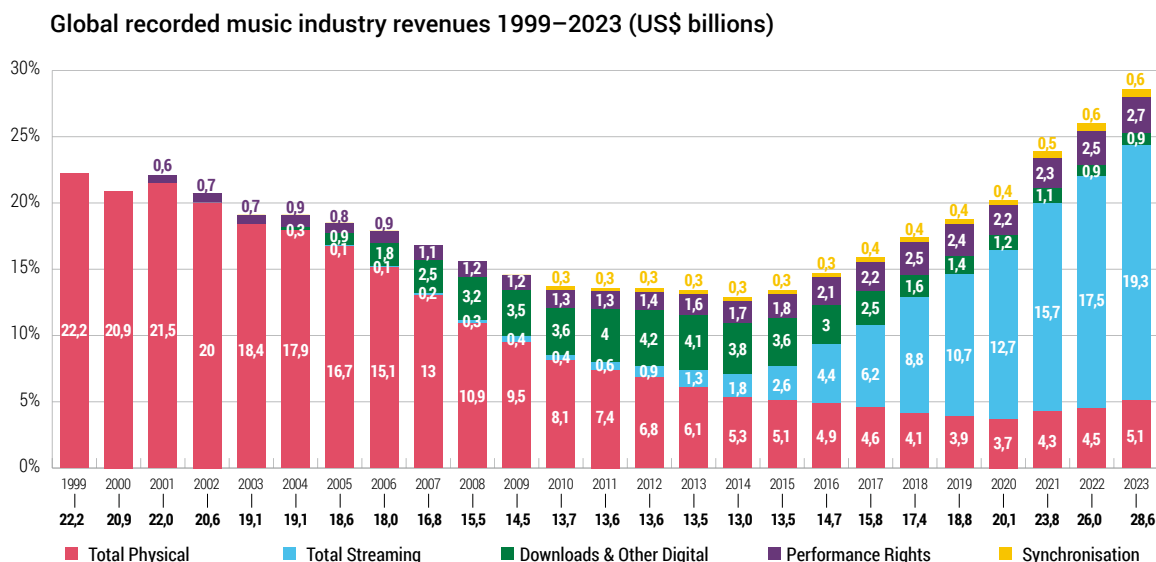
Musikaren industriak profesional sorta zabala hartzen du barne, konpositore eta disko ekoizleetatik hasi eta soinu teknikari eta ekitaldien antolatzaileetaraino. Azken urteotan, industriak aurrerapen teknologikoek, kontsumitzaileen lehentasunen aldaketek eta marketin estrategia berriek bultzatutako eraldaketa handiak izan ditu. Jarraian, musikaren industriaren merkatu, teknologia eta marketin joera aipagarrienak aztertuko ditugu.

Musika merkatua

Musika grabatua

2023an, grabatutako musikaren munduko merkatuak % 10,2ko hazkundea izan zuen diru sarreretan, *streamingaren* parte-hartze handiarekin (% 67,3). Formatu fisikoak % 13,4 hazi ziren, eta egi-le-eskubideengatik diru-sarrerak (*performance rights*), % 9,5 (IFPI, 2024).

Grafikoa 0.4 MUNDU OSOKO GRABATUTAKO MUSIKAREN DIRU-SARRERAK 1999-2023 (KM US\$)



Iturria: IFPI (2024)

Grafikoa 0.4 erreferentzia ikus daitekeen bezala, grabatutako musika merkatuaren joerak azken hamarkadan ikusi den goranzko joerari jarraitzen dio argi eta garbi *streaming* bidezko marketinak bultzatuta. Formatu fisikoa, urte askotako beherakadaren ondoren, susperraldi txikia erakusten ari da. Sinkronizazioaren merkatuak (publizitaterako, filmetarako, jokoetarako eta telebistarako musika) diru-sarreraren zati txikia hartzen du (% 2,2).

Ameriketako Estatu Batuak dira merkatu handiena, 2023an 11.000 milioi dolarreko diru-sarrerak izan baitzituen. Japonia eta Erresuma Batua bigarren eta hirugarren postuan daude, hurrenez hurren. Europan, Alemania eta Frantzia dira merkatu handienak. Asiak eta Latinoamerikak hazkunde nabarmena izan dute. 2023an, Latinoamerikak % 19,4ko igoera izan zuen diru-sarreretan, eta hazkunde horren buru Brasil eta Mexiko izan ziren.

“Disko” konpainiak (record companies) dira sektoreko inbertitzaile nagusiak. Diru-sarrera horietan artistek duten parte-hartzea % 34,9koa izan zen 2021ean.

Joera teknologikoak

Teknologia eta haren garapena musika munduaren bilakaeraren palanka izan eta izango dira. Izan ere, 2023an 10.000 milioi dolar baino gehiago inbertitu ziren musikarekin erlazionatutako teknologian (Entrepreneur, 2024).

Adimen artifiziala (AA)

Adimen artifiziala musika-konposizioan eta -ekoizpenean integratu da, artistei soinu eta estilo berriekin esperimintatzeko aukera emanez. Adimen artifizialean oinarritutako tresnek melodiak, letrak eta moldaketak sortzen laguntzen dute, sormen prozesua erraztuz. (IFPI, 2024) jasotako, Sonyko Rob Stringerren adierazpenen arabera, "musikaren industria inflexio-puntu garrantzitsuan dago Adimen artifizial sortzailearen etorrerak eta eduki laburreko plataformen gorakadak aukerak eta erronkak dakartzate artistei eta zaleei. Musikak teknologia eta berrikuntza berrien garapena bultzatzen du, teknologian, bideo-jokoetan, telebistan, zineman eta beste hainbat arlotan une kulturalak moldatuz. Musika zaleek artista ospetsuen kalitate handiko musikaren eta edukien eskaria inoiz baino indartsuagoa da, eta hazten jarraitzen du bai merkatu helduetan bai hazkunde handikoetan. Kideek musikaren benetako balioa aitortzeko borroka etengabea da. Garapen berri bakoitzarekin, sortzaileentzako egokiak direla, artistak beti lehenesten direla eta artea babestuta dagoela eta benetan merezi duen balioa ematen zaiola ziurtatzen jarraituko dugu".

Azken algoritmoek melodiak eta harmoniak sor ditzakete, letrak idatzi, erritmoak nahastu eta maste-rizatu, eta abesti osoak konposatu. Potentziala hain handia denez, musikan AA sortzailearen merkatu globalak 2028rako 3.000 milioi dolar baino gehiago eragingo dituela espero da (Entrepreneur, 2024).

Adimen artifiziala (AA) musikaren sorkuntza eta ekoizpena iraultzen ari da. AIWA eta Amper Music bezalako tresnek minutu gutxitan konposizio konplexuak sortzeko aukera ematen diete artistei. Plataforma horiek algoritmo aurreratuak erabiltzen dituzte musika-ereduak aztertzeko eta era-biltzailearen lehentasunetara pertsonaliza daitezkeen pieza berriak sortzeko. IFPIren azterlan ba-tek nabarmentzen du adimen artifizialaren erabilera musika ekoizpenean % 30 handitu dela azken urtean. Horrek ez du soilik sormen prozesua errazten, soinu esperimintaziorako aukera berriak ere irekitzen ditu (Explorarte media, 2024).

Hala ere, garrantzitsua da bereiztea egileari laguntza emateaz arduratzen den "AA klasikoaren" eta gizakiaren esku-hartzerik gabe segundo gutxitan eduki berria sor dezakeen AA sortzailearen artean. Ulertzekoa da artista asko bigarren puntuaz kezkatuta egotea, edonori lan arrakastatsu potentzial bat grabatzeko atea irekitzen baitio. Musikaren industrian galdera asko daude AAren etikaren in-guruan eta eztabaida oraindik martxan dago, baina zalantzarik gabe ezinezkoa posible bihurtzen den garaian bizi gara (Gigstarter, 2024).

Gobernu batzuek AA mugatzeko eta artistak eta herritarrak babesteko legeak eta araudiak ezartzen hasi diren arren, enpresa askok abisuak alde batera utzi dituzte eta AA tresnak beren produktuetan txertatzen jarraitzen dute. Adibidez, egoera ezegonkorra izan arren, TikTok-ek hainbat patente eta marka erregistratu ditu AEBetan adimen artifizialeko musika teknologiako bere eskubideak ziur-tatzeko. Gaur egun, gatazka dago AA tresnen aldekoen eta kontrakoen artean, eta esparru juridi-koaren faltak gatazka horiek areagotuko ditu (iMusician, 2024).

Adimen Artifizialak (AA) ere funtsezko zeregina izango du musika aukeraketan eta pertsonaliza-zioan, streaming plataformetan musika gomendatzeko eta aurkitzeko modua hobetuz. AA algo-ritmoak gero eta sofistikatuagoak izango dira, entzuteko ohiturak, sare sozialetako interakzioak eta baita aldarte-adierazleak ere aztertuko dituzte musika-eduki oso pertsonalizatua iradokitzeko.

Pertsonalizazio maila horrek erabiltzaileen esperientziak hobetuko ditu, streaming plataformekiko konpromisoa eta leialtasuna sustatuz (Nodd, 2024).

Esperientzia murgilgarriak

2024ko hurrengo bilakaera-olatu esperientzia murgilgarrietan oinarrituko da. Errealitate birtuala (EB) eta errealitate areagotua (EA) kontsumitzaileek musika bizitzeko modua eraldatzen ari dira. Kontzertu birtualek eta ingurune murgiltzaileek artisten eta publikoaren arteko interakziorako modu berriak eskaintzen dituzte. Errealitate birtualaren (EB), errealitate areagotuaren (EA) eta metabertsoaren gaitasunak hobetzen diren heinean, diskoetxeek eta artistek mundu digitala eta fisikoa modu sortzailean nola bateratu aztertzen ari dira (Entrepreneur, 2024).

Jaialdiak eta musika ekitaldiak teknologia horiek erabiltzen ari dira bertaratutakoei esperientzia paregabea eskaintzeko. Billboard-en txosten baten arabera, errealitate areagotua (EA) musika ekitaldietan integratzeak publikoaren parte-hartzea % 25 hobetu du. Travis Scott eta Billie Eilish bezalako artistek errealitate areagotua txertatu dute euren emanaldietan, beren ikuskizunak elkarreraginkortasun eta zirrara maila berri batera eramanez (Explorarte media, 2024).

Blockchain eta NFTak (token ez-fungibleak)

Blockchain teknologiak artistei musika eta eduki eksklusiboak zuzenean zaleei saltzeko aukera ematen die token ez-fungibleen (NFT) bidez, monetizaziorako eta jabetza digitalerako bide berriak eskainiz. Musikaren industrian copyrightaren kudeaketa eta gardentasunerako soluzio berritzaileak eskaintzen ari da. **Mycelia** eta **Ujo Musika** plataformek, besteak beste, blockchain erabiltzen dute musika-lanen jabetza intelektuala erregistratu eta jarraitzeko, artistek beren lanarengatik ordain justua jasotzen dutela ziurtatuz (Explorarte media, 2024).

Kontratu adimendunek, eroslearen eta saltzailearen arteko akordioaren baldintzak zuzenean kode lerroetan idatzita dituzten kontratu autoexekutagarriek, gardentasun eta eraginkortasun paregabea sartu dute musikaren industrian. Kontratu digital horiek aldaezinak eta gardenak bihurtzen dituen bloke kate batean gordetzen dira. Adibide ukigarria Audius plataforma da, zeinak blockchain teknologia erabiltzen duen artistei konpentsazio justua jasotzen dutela ziurtatzeko. Audius-ek kontratu adimendunak erabiltzen ditu eskubideen ordainketak automatizatzeko, artistek diru-sarreraren zati justua berehala eta gardentasunez jasotzen dutela ziurtatuz. Horrek eskubideen banaketarekin lotutako ohiko atzerapenak eta opakutasuna ezabatzen ditu, artistei beren irabaziak denbora errealean jarraitzeko aukera emanez (Nodd, 2024).

Streaming-a

Aurrera begira, 2024. urtea erabakigarria izango da, eta teknologiak eragin handia izango du musikaren panoraman. Streaming plataformen gero eta ospea handiagoa dela eta, adimen artifizialaren etorrera musika duela urte batzuk pentsaezinak ziren horizonteetara iristea ahalbidetzen ari da (Gigstarter, 2024).

2023an musika streaming-ak ibilbide bikaina izan du, musikaren industriaren hazkundearen eta jasangarritasunaren oinarritzko zutabe gisa sendotuz. Eraldaketa digitalak eta berrikuntzaren etengabeko bilaketak markatutako aroak streamingeko musikaren diru-sarrerak kota berrietara iritsi zirela ikusi du, eta horrek industria suspertzen ari dela adierazteaz gain, ziurgabetasun globalen artean aurrera egiten ari dela ere erakusten du. Teknologiaren eta musikaren arteko sinergia inoiz baino nabarmenagoa da, eta streaming zerbitzuek itxaropen-argia eta plataforma eskaintzen diete mundu osoko artistei (Nodd, 2024).

Musikaren komertzializaziorako joerak

Sare sozialak Sustapenerako Plataforma gisa

TikTok eta Instagram bezalako plataformak ezinbesteko tresna bihurtu dira musika sustatzeko. Artistek sare horiek erabiltzen dituzte erronka biralak abiarazteko eta ikus-entzuleekin zuzenean konektatzeko, beren ikusgaitasuna eta irismena handituz.

Sare sozialak jokoa aldatzen ari dira beren ibilbidea eraiki nahi duten musikarientzat. 4.480 milioi pertsona baino gehiago aktibo daudenez sare sozialetako plataformetan, zaleekin konektatzeko eta jarraitzaile sarea zabaltzeko potentziala izugarria da. Baina mundu jendetsu hori arakatzeko eguneraketak argitaratzea baino gehiago behar da; zure estilo eta publiko berezira egokitutako ikuspegi estrategikoa eskatzen du (LabelGrid, 2024).

Sare sozialek musikarientzat duten garrantzia abantaila hauetan islatzen da: Ikusgaitasuna eta Irismena, Zuzeneko Konpromisoa, Edukien Aniztasuna, Marka Garapena, Konpromisoaren Hazkundea, Zaleen Oinarriaren Hedapena eta Elkarelikadura eta Egokitzapena (LabelGrid, 2024).

Datuetan Oinarritutako Marketina

Datuen azterketari esker, diskoetxeek eta artistek entzuleen lehentasunak hobeto ulertu ditzakete, argitalpen eta sustapen estrategiak optimizatuz. Azterketarako tresnak kontsumitzaileen joerak eta portaerak identifikatzen laguntzen dute.

Lankidetzak eta Generoen Fusioak

Genero eta kultura desberdinetako artisten arteko lankidetzak goraka doaz, eduki fresko eta erakargarria eskainiz. Joera honek ez du soilik zaleen oinarria zabaltzen, musika aniztasuna aberastu ere egiten du. 2024ko joera nabarmenenetako bat generoen fusioa da. Artistak ez daude jada estilo bakar batera mugatuta, eta eragin anitzak konbinatzen dituzte zerbait guztiz berria sortzeko. Joera hori streaming plataformen bidez musika sorta zabalerako sarbidea errazteak bultzatzen du, eta horri esker musikariek nazioarteko soinu ugaritatik hartu ahal izan dute inspirazioa (EMA, 2024).

Etorkizuneko erronkak eta aukerak

Teknologia Berrietara Egokitzapena

Teknologiaren bilakaera azkarrak erronkak dakartza egokitzapen eta adopzio aldetik. Hala ere, musikaren sorkuntzan, banaketan eta kontsumoan berrikuntzarako aukerak ere eskaintzen ditu.

Egileen Eskubideen Babesa

Digitalizazioarekin eta musikarako sarbide errazarekin copyrighta babestea konplexuagoa bihurtu da. Industriak sarbide irekia eta sortzaileentzako ordainsari justuak orekatu nahi ditu. Streaming zerbitzuek streaming-eko iruzurra erronka kritikoa dela aitortu dute eta arazoari aurre egiteko sistema berriak ezartzen jarraitzen dute. Adibidez, Spotify-k iruzurrezko jarduerak detektatuz eta errudunak pista bakoitzeko isuna kobratuz zigortuz egiten du hori (iMusician, 2024).

Diru-sarreraren dibertsifikazioa

Salmentetatik eta *streamingetik* haratago, artistek diru iturri gehigarriak aztertzen dituzte, hala nola *merchandisinga*, film eta bideojokoetarako lizentziak eta jarraitzaileentzako esperientzia pertsonalizatuak.

Egungo musikaren industrian, artistek beren diru iturriak dibertsifikatu nahi dituzte, musika salmentetatik eta *streamingetik* harago. Funtsezko estrategia bat "*merchandisinga*" da, musikariek beren identitate artistikoa islatzen duten produktuak (kamisetak, txanoak eta beste artikulua batzuk) eskaini ahal izateko. Ikuspegi horrek ez ditu soilik diru-sarrera gehigarriak sortzen, zaleekin lotura emozionala ere sendotzen du, eta haiek modu ukigarrietan adierazi dezakete beren laguntza. SoundCloud bezalako plataformek *merchandising* dendak merkaturatu dituzte artistak eta jarraitzaileak ahalduetzeko, produktu eksklusibo eta pertsonalizatuak salmenta erraztuz (LabelGrid, 2024).

Beste bide garrantzitsu bat musika filmetan, telesailetan eta bideo-jokoetan erabiltzeko lizentziak ematea da. Jardunbide horrek ez ditu soilik diru-sarrera gehigarriak ematen, musika publiko berriei ezagutzera ematen die. Adibidez, bideo-joko ezagun baten soinu-bandan abesti bat sartzeak nabarmen handitu dezake haren ospea eta, beraz, artistaren irabaziak. Gainera, lizentzien bidez lankidetzak eta beste euskarri batzuetan aukerak ireki daitezke, artistak entretenimenduaren industrian duen irismena zabalduz.

Zaleen esperientzia pertsonalizatuak gero eta joera handiagoa bihurtu dira. Horien artean, besteak beste, topaketa eksklusiboak, kontzertu pribatuak eta eszena atzeko edukia daude, zaleei gogokoen dituzten artistekin lotura intimoagoa eskainiz. Esperientzia horiek ez dituzte soilik diru-sarrera gehigarriak sortzen, zaletu leialagoak eta konprometituagoak ere sustatzen ditu. Adibidez, artista batzuek entseguetarako edo grabazio saioetarako sarbide eksklusiboa eskaintzen dute, zaleei une paregabe eta gogoangarriak bizitzeko aukera emanez.

Horrez gain, artistek markekin lankidetzak aztertzen ari dira produktu bateratuak merkaturatzeko, hala nola arropa edo osagarri lerroak. Lankidetzak horiek beren marka pertsonala zabaltzeko eta merkatu berrietara iristeko aukera ematen diete musikariei. Adibidez, Rosalía abeslariak Pu-

Il&Bear-ekin elkarlanean aritu da bere estilo berezian inspiratutako moda bildumak sortzeko, eta horrek moda munduan duen presentzia indartu eta diru-sarrera gehigarriak sortu dizkio.

Azkenik, NFTak (token ez-fungibleak) bezalako eduki digital eskusiboen salmenta diru-iturri berri gisa agertu da. Artistek artelan digitalak, lehenago argitaratu gabeko abestiak edo esperientzia birtual bereziak sal ditzakete plataforma espezializatuen bidez. Joera horrek ez du soilik monetizazio modu berria eskaintzen, zaleei beren artista gogokoenaren pieza paregabe bat edukitzeko aukera ematen die, bien arteko harremana are gehiago sendotuz. NFTak musikaren industrian integratzeak bide berriak ireki ditu zaleen konpromisorako eta inbertsiorako, artistei euren musikaren streaming bidezko diru-sarreraren zati bat zaleei eskaintzeko aukera emanez.

Ondorioak

Musikaren industria etengabe aldatzen ari da, aurrerapen teknologikoen, kontsumitzaileen lehen-tasunen aldaketek eta merkatuaren dinamikek bultzatuta. Industriako profesionalek informatuta egon eta joera horietara egokitu behar dute eboluzionatzen ari den lehiakortasun handiko ingurunean aurrera egiteko. Teknologia berrien integrazioa, marketin estrategia berritzaileak eta jasangarritasunean arreta jartzea funtsezkoak izango dira musika munduan etorkizuneko arrakastarako.

Ikus-entzunezko eta Multimedia sektorea

Merkatua

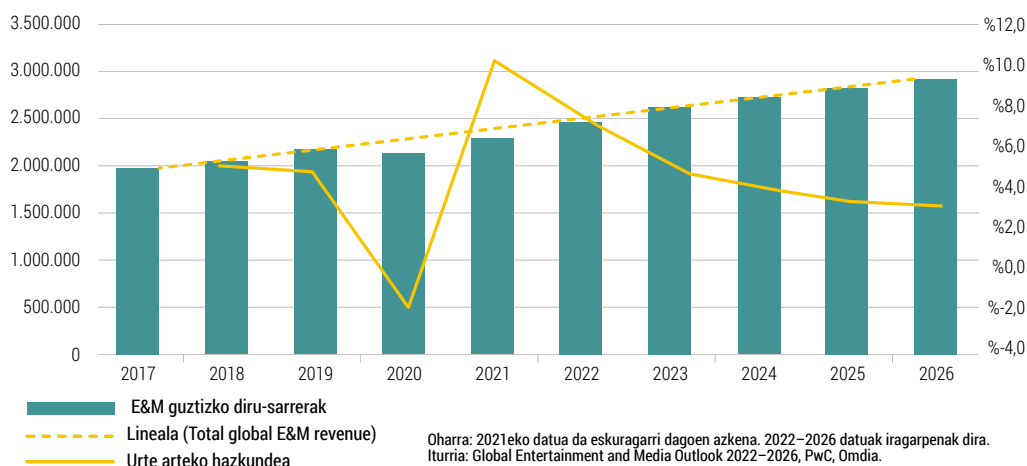
2020an % 2,3ko jaitsiera izan ondoren, mundu mailako Entretenimendu eta Komunikabideen (E&M) diru-sarrera osoak % 10,4ko igoera sendoa izan zuen 2021ean, hazkunde globala gainditzeko joera berreskuratuz. 2022an, 2026ra arte 2,5 bilioi dolarreko industria globala % 7,3 haziko dela eta % 4,6ko hazkunde tasa metatua izango dela aurreikusten da (PWC, 2022).

Grafikoa 0.5 E&M INDUSTRIAREN DIRU-SARRERA OSOAK

2.9 trilioi dolarreko merkatua

2021ean jaitsiera txiki bat izan ondoren, E&M industria globala hazkunde handirako prest dago.

E&M guztizko diru-sarrerak (AEBtako trilioi dolar) eta urte arteko hazkundea (%), 2017-2026.



Iturria: PWC (2022)

Espainian, Entretanimenduaren eta Medioen sektoreak % 5,1eko hazkunde-tasa metatua izango du, 2026an 34.092 mila milioi eurora iritsiz. Mundu mailan, sektorea % 4,6ko hazkunde-tasa metatuarekin haziko da datozen bost urteetan (PWC, 2022).

Hazkunde aukera garrantzitsua dago garapen bidean dauden merkatu askotan, kontsumitzailer gazte askok joera berriei heltzen baitiete. Kontsumitzaileen diru-sarreraren arabera hazkunde azkarrena duen herrialdea Turkia da, CAGR % 14,2ko hazkunde-tasarekin 2021etik 2026ra. Tasa hori bideo-jokoen, musikaren eta zinemaren hazkunde sendoak bultzatuko du. Espektroaren beste muturrean, biztanleria zahartzen eta murrizten ari den Japoniak % 1,4ko hazkunde tasa metatua izango du 2026ra arte (PWC, 2022).

Errealitate Birtualaren merkatuak 2021 bikaina izan zuen Espainian, aurreko urtearekin alderatuta % 87,34 hazi baitzen. Errealitate birtualeko Meta Quest 2 kaskoak eskuragarri egon ziren lehen urte osoak eta errealitate birtualeko hainbat jokoren kaleratzeak, pandemiarekin erlazionatutako mugimendu murrizketekin batera, kontsumitzaileek errealitate birtualean egindako gastua handitu zuten. Oraindik adopzio masiboa lortzeko hamar urte baino gehiago falta diren arren, Espainiako merkatua urrats sendoak ematen ari da horretarako (PWC, 2022).

Espainian musika, irrati eta podcasten diru-sarrera osoak 1.069 mila milioi eurora iritsi ziren 2021ean, COVID-19ak sektorea kalte zuen aurreko urtean baino % 19,93 gehiago. Pronostiko-aldean, diru-sarrera osoak % 7,59ko hazkunde-tasa metatuan haziko direla eta 2026rako 1.541 mila milioi eurora iritsiko direla aurreikusten da. Espainian grabatutako musikaren diru-sarrerak 571 milioi eurokoak izan ziren 2021ean, eta pronostiko-aldiaren amaieran 951 milioi eurora igotzea espero da. Musika digitalaren streamingaren diru sarrerak 252 milioi eurokoak izan ziren 2021ean, aurreko

urteko 216 milioi euroak baino % 16,6 gehiago, eta CAGR % 7,66ko erritmoarekin hazten jarraitzea aurreikusten da (PWC, 2022).

Espainierazko *podcastinga* erritmo onean hazten ari da, eta hilean 17,9 milioi entzule ditu (azken hila-betean gutxienez podcast bat entzun zuten pertsonak), aurreko urteko 14,6 milioiak baino % 22,7 gehiago. Entzule kopurua gehiago haziko dela aurreikusten da, hileko entzuleen kopurua % 8,2ko hazkunde-tasa metatuarekin handitzea aurreikusten baita, 2026an 26,6 milioira iritsiz (PWC, 2022).

Enpresen tamainaren garrantzia bilakaeran

Enpresen tamainak garrantzitsua dirudi industriaren diru-sarreraren bilakaera aztertzerakoan. Vijay et al.-ren (2023) arabera, tamainari dagokionez Europako 100 ikus-entzunezko enpresa nagusiek oso erresilienteak eta dinamikoak direla frogatu dute pandemia krisia gorabehera. Ikus-entzunezko zerbitzuen ustiapen-sarrera metatuak merkatu orokorra baino bi aldiz azkarrago hazi ziren 2021ean (% 17 2016arekiko), eta batez besteko inflazioa gainditu zuten. Ikus-entzunezkoen 100 eragile nagusiek bultzatu zuten ikus-entzunezko zerbitzuen merkatuaren hazkundera hainbat faktoreren ondorioz:

- ◆ 2016 eta 2021 artean, ikus-entzunezko 100 enpresa nagusien artean dauden SVOD jokalaria garbien (Harpidetza bidezko Bideo Eskaria, Netflix, Amazon, DAZN eta Apple) diru-sarrera metatuak 6 aldiz hazi ziren, eta SVOD merkatu orokorra baino erritmo apur bat azkarragoan. Ikus-entzunezko zerbitzuen merkatu orokorraren garapen positiboa SVOD diru-sarreraren oso garapen dinamikoari zor zaio.
- ◆ Bitartean, 100 enpresa nagusien artean dauden jokalaria tradizionalen (hau da, irrati-telebista eta ordainpeko telebista banaketa) diru-sarrera metatuak ere handitu egin ziren 2021ean (+% 10 2016arekin alderatuta), merkatu-segmentu tradizionalen errendimendu orokorretan ez bezala.
- ◆ 2016 eta 2021 arteko hazkunde orokorra batez ere organikoa izan zen, fusio eta erosketen jarduera gehiago gertatu baitzen 100 jokalaria nagusien artean. Hala ere, 100 jokalaria nagusien arteko bateratze eta desinbertsioen serieak haien diru-sarrerak handitu zituen, merkatu-proposamen hobeak sortuz, kostuak handituz edo galerak murriztuz.

Publizitatearen merkatua ikus-entzunezko industriarekin lotuta dago. Ikus-entzuleak telebista kate kopurua baino are kontzentratuago egon ohi dira, 20 irrati-telebista nagusiek Europako kontsumoaren % 56 hartzen baitute (Vijay et al., 2023).

Hala ere, beste sektore batzuekin alderatuta, telebistako ekoizpenaren merkatuak kontzentrazio maila ertaina erakutsi zuen. Ekoizpen exekutiboko 20 enpresa nagusiek 2016 eta 2020 artean kale-ratutako tituluen % 41a batu zuten. Kontzentrazio maila bera izan zen 2015 eta 2019 artean kale-ratutako tituluetan erregistratutakoa, azken datu-multzoan Warner Media eta Discovery enpresa bakar gisa tratatuak izan ziren arren.

Kontzentrazioa zinema aretoen inguruan ere gertatu da. 20 zinema-kate nagusiek Europako zinema-pantailen % 39 hartu zuten, 2020ko kontzentrazio-maila berari eutsiz. Zinemak, neurri handi

batean, Europak bultzatutako negozioa izaten jarraitu zuen, pantailen % 17 baino ez baitzegoen Europaz kanpoko interesen kontrolpean (Vijay et al., 2023).

Entretenimenduaren eta medioen sektoreko fusioei eta erosketei dagokienez, haien kopurua handitu egin da, eta 2021ean 142.000 milioi dolarreko operazioak egin dituzte (PWC, 2022).

Publizitatearen garrantzia.

Publizitatearen merkatua ikus-entzunezko industriarekin lotuta dago. Ikus-entzuleak telebista kate kopurua baino are kontzentratuago egon ohi dira, 20 irati-telebista nagusiek Europako kontsumoaren % 56 hartzen baitute (Vijay et al., 2023).

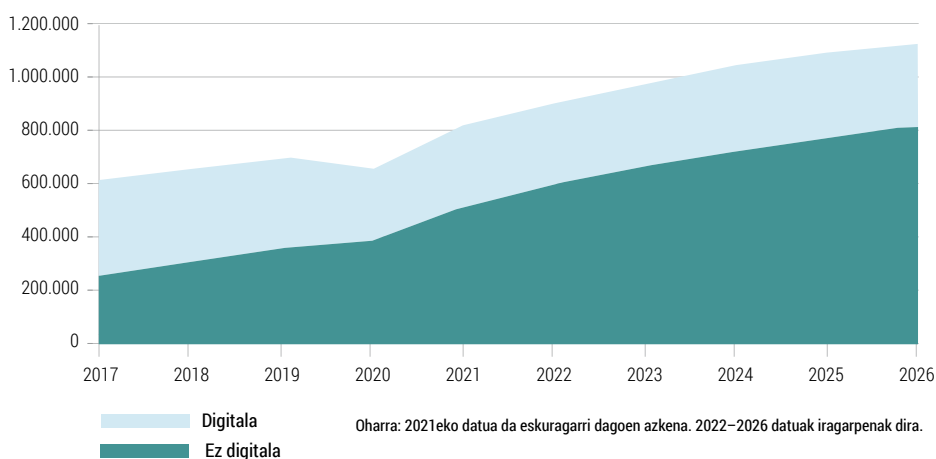
Normalean, jokalaria handien eta sofistikatuenek nahiko negozio eredu sinplea jarraitu dute, harpidetzetan oinarrituz diru-sarrera gisa. Jokalaria garrantzitsu horietako askok publizitatea integratzen ari dira beren negozio ereduetan, harpidetza kuotak murriztuz. Pandemiak bultzatutako merkataritza elektronikoaren gorakada azkarrak publizitateko inbertsioa erosketekin eta, ondorioz, eros daitezkeen publizitate-unitateekin lotzearen garrantzia ere areagotu du (PWC, 2022).

Grafikoa 0.6 MUNDU OSOKO E&M PUBLIZITATE DIGITAL ETA EZ-DIGITALAREN DIRU-SARRERA OSOAK (BILIOI USD), 2017–2026

AEBetako trilioi bat dolarreko publizitate-merkatua

Marketineko espezialistek gehiago gastatzen jarraituko dute dauden bezeroak asetzeko haiek dauden lekuan: espazio digitaletan.

E&M publizitate digitalen eta ez-digitalaren guztizko diru-sarrera globalak (AEBtako trilioi dolar), 2017–2026.



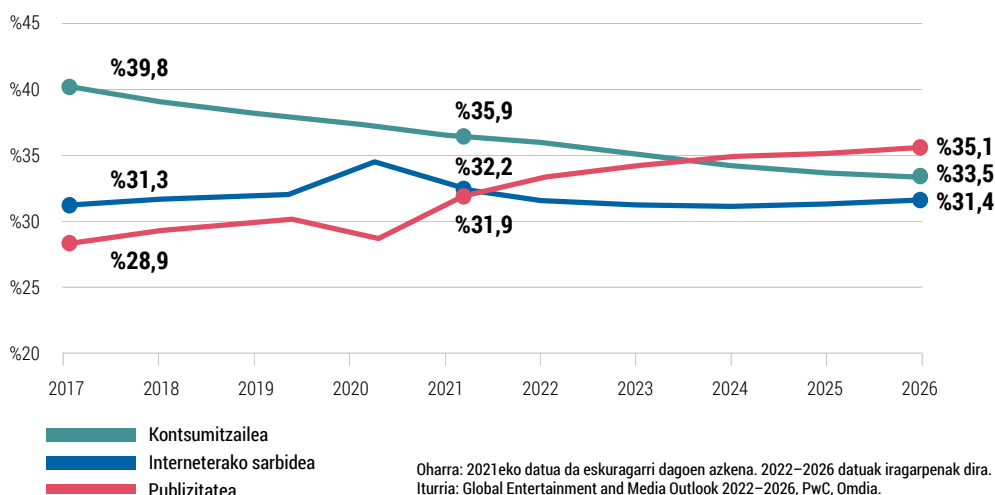
Iturria: PWC (2022)

Grafikoa 0.7 MUNDU MAILAKO KONTSUMO OSOA PUBLIZITATEAREN ETA INTERNET SARTZEAGATIKO DIRU-SARREREN AURREAN (%), 2017-2026.

Mix aldakorra

Publizitatea 2026rako E&Mren hiru zutabe nagusien artean handiena bihurtzear dago.

Guztizko kontsumoa, publizitatearen aurrean, Internetarako sarbideengatik diru-sarreraren (%), 2017-2026.



Iturria: PWC (2022)

Kontsumo eredu "berriak"

Telebista digitala *subscription video on demand* (SVOD) zerbitzuen bidez sendotzeak aurrekaririk gabeko handitzea eragin du fikzio seriatuko produktuen kontsumoan, eta horrek ondorio zuzenak izan ditu edukien ekoizpenaren sektorean. Gero eta zorrotzagoak diren, hiperkonektatuago dauden eta eskakizun handiagoa duten ikus-entzuleen eta aurrekaririk gabeko eskaintza lehiakorren aurrean, telebistako fikzioaren ekoizpen eta banaketa estrategiak aldaketa eta egokitzapen prozesuan murgilduta daude. Formaturik ohikoena kanpoko ekoizleen eta plataformen arteko lankidetzak da, aztertutako ekoizpenen % 75 hartzen baitu, eta ondoren kanpoko ekoizleen ekoizpena dator, ekoizpen osoaren % 25 ingururekin. (Hidalgo-Marí & García-Escrivá, 2024).

Ikus-entzunezko edukien merkatuak aldaketa dinamikoen menpe daude. Lehen "Telebista tradizionala", hau da, ikus-entzunezko komunikabide linealen zerbitzuak, nagusitzen zen lekuan, merkatuek hazkunde handia erakusten dute eskaeraren arabeko bideo (VoD) mota desberdinetan, hau da, ikus-entzunezko komunikabide ez-linealen zerbitzuetan, besteak beste, ordaindutako VoD-a, hala nola Netflixena, eta publizitate bidez finantzatutako VoD-a, hala nola YouTubearena (Lindstädt-Dreusicke & Budzinski, 2020). Netflix, MUBI eta Festival Scope bezalako plataformek ikus-entzunezko industriaren nortasuna eta sarean irudikatuta dagoen modua aldatzen ari dira, digitalizazioaren eta plataformen erabileraren alderdi onuragarriak nabarmenduz (Capalbi et al., 2021).

Sektoreko gaitasunen bilakaera

Ikus-entzunezko eta multimedia sektoreko lehiakortasuna hainbat faktoreren elkarrekintzak moldatzen du, besteak beste, streaming zerbitzuen gorakadak, negozio estrategiek, datuen eginkizunak eta aldaketa teknologiko eta arautzaileei erantzuteko estrategia egokitzaileen beharrak. YouTube, Netflix eta beste bezalako plataformek lehiaren paisaia birdefinitzen ari dira, telebista tradizionalak eta tokiko hornitzaileak berritzera eta egokitzera bultzatuz. Prestakuntzak eta trebetasun anitzen garapenak ere funtsezko zeregina dute lehiakortasunari eusteko azkar eboluzionatzen ari den sektore horretan (Budzinski et al., 2021).

Netflix eta HBO Max bezalako streaming zerbitzu globalek eragin handia dute nazio mailako ikus-entzunezkoen ekoizpenean, tokiko telebista hornitzaileak egokitu eta lehiatzera bultzatuz, nazio mailako audientzien ezagutza aprobeztatuz eta espazio digitaletara hedatuz.

YouTube lehia-presio handia egiten ari zaie bai Netflixi bai telebista tradizionalei, batez ere bideo-entreteneimenduko ordu nagusietan. Hala ere, lehia horren intentsitatea aldatu egiten da, egunean zehar txikiagoa izanik eta itxaron-denborak laburtzea helburu duten edukien kasuan (Vodičková, 2023).

Formatu desberdinen artean, zenbait joera orokor ikus daitezke, hala nola softwarearen eta bideo-jokoen garapenaren munduko profil profesionalen fusioa, esperientzia tradizionalaren eraldaketarekin batera, orain bere laneko arlo zehatzetan sakonago espezializatzen jotzen ari dena (La Manna, 2022).

Ekoizpena

Bitartean, kodetze eta programazio asko dakarten lanek software eta bideo-jokoen garapenaren jardunbidetik etekina atera dezakete diseinu eta kode dokumentazioa sortzeko (La Manna, 2022).

Banatzzaileak tokiko eduki gehiagoan zentratzen ari dira eta are tokikoagoak bihurtzen ari dira merkatu nazionaletan. Garapen bidean dauden merkatuen, India, besteak beste, hazkundea zinema-sarreraren susperraldi ikusgarria bultzatzen ari da (PWC, 2022).

Banaketa

Ikus-entzunezko eta multimedia edukien banaketa azkar eboluzionatzen ari da, aurrerapen teknologikoen eta kontsumitzaileen lehentasunen aldaketek bultzatuta. Joera nagusien artean daude aireko streaming-etik banda zabaleko streaming-erako trantsizioa, jokalaria eta plataforma berrien agerpena, eskaeraren arabera bideo-zerbitzuen hazkunde nabarmena, haririk gabeko banaketaren garrantzia eta aldaketa horiek laguntzeko araudi-esparruen bilakaera. Joera horiek, batera hartuta, ikus-entzunezko eta multimedia sektoreetan paisaia dinamikoa eta gero eta lehiakorragoa erakusten dute.

Aldaketa esanguratsuak ikusten dira banaketa-jardunbideetan ere: online streaming plataformak filmak banatzeko ikuspegi klasikoa aldatzen ari dira, eta lan interaktibo eta murgilgarriak oraindik zailtasunak dituzte publiko zabalera iristeko (La Manna, 2022). Plataforma digitaletarako trantsi-

zioak funtsean aldatu ditu ikus-entzunezko edukien ekoizpen, banaketa eta kontsumo metodoak. Netflix, MUBI eta Festival Scope bezalako streaming plataformak funtsezkoak bihurtu dira, hainbat gailutan hedabideen konbergentzia ahalbidetuz, besteak beste, ordenagailu, tablet, telefono adi-mendun, telebista adimendun eta bideo-jokoen kontsoletan (Capalbi et al., 2021). COVID-19 pan-demiak edukiak banatzeko plataforma digitalen adopzioa bizkortu zuen, zinema jaialdietarako eta bestelako ekitaldietarako eredu hibridoa sortuz, lineako funtzionaltasunak eta baliabide interakti-boak integratuz (Fischer, 2021).

Zinemaldien eta zinema-estreinaldien eredu tradizionala berriro ebaluatzen ari da. Plataforma di-gitalen integrazioak ikuspegi hibridoa sortu du. Elementu digitalak eta aurrez aurrekoak elkarrekin bizi dira, ekitaldi horien identitatea eta garrantzia birdefinituz. Ikus-entzuleen portaera ulertzeko eta edukien banaketa estrategiak optimizatzeko, ezinbestekoak bihurtzen ari dira konpromisoa, geokopaketa eta atxikipen- eta baja-tasak bezalako neurketak (Fischer, 2021).

Lanen kontserbazioa eta babesa

Azkenik, lan horien kontserbazioak, babesak eta irisgarritasunak onura ateratzen dute digitalizazio-tik: biltegiatze-azpiegitura egonkor eta banatuek ikus-entzunezko edukien bertsio digitalak ostata-tu ditzakete, haien kontserbazio segurua eta lineako plataformen bidezko sarbide erraza bermatuz (La Manna, 2022).

Teknologien eragina ikus-entzunezko eta multimedia merkatuan

Zinemaren sorreratik, ikus-entzunezko ekoizpena estandar eta prozesu zorrotzek markatu dute. Urteetan zehar, platoetako rolen banaketa, aurre-ekoizpen, ekoizpen eta post-ekoizpen faseetako proiektuen antolaketa, kostuen eta aurrekontuen kudeaketa eta beste hainbat gai jorratzen dituz-ten zinema eta telebista ekoizpenari buruzko liburu eta ikerketa ezagunak argitaratu dira. Gaur egun, ikus-entzunezkoaren industria aldaketa erradikalak jasaten ari da, ekoizpen-fluxuak estandar tradizionalen ikuspegi zaharrak gutxiago mugatzeko eta lankidetzan aritzeko eta arinagoak izate-ko aukera ematen duten teknologien sarreraren ondorioz. Teknologia birtualak, denbora errealeko errenderizazio-motorrak eta ordenagailu bidezko manipulazioa eta simulazioa dira bilakaera hori bultzatzen duten tresna nagusiak. Ekoizpenean parte hartu duten profesionalak prozesuekin bate-ra eboluzionatzen ari dira (La Manna, 2022).

Gure aurreikuspenetan azkenaldian agerian geratu diren bi gai nagusiak hauek dira: E&Mren gero eta digitalizazio handiagoa eta publizitatearen gero eta nagusitasun handiagoa (PWC, 2022).

Adimen Artifiziala, blockchain-a, errealitate birtuala/areagotua (VR/AR), multimedia azterketa au-tomatizatua (MMA) eta eskaripeko bideo plataformak (VOD) bezalako aurrerapen teknologikoak aldaketa nabarmenak eragiten ari dira ikus-entzunezko eta multimedia merkatuetan. Berrikuntza horiek edukien sorrera, banaketa eta kontsumoa hobetzen ari dira, erabiltzaileentzako esperientzia pertsonalizatuagoak eta murgilgarriagoak sortuz. Gainera, negozio-eredu moldagarri eta malguen beharra ezinbestekoa da etengabe eboluzionatzen ari den industria honen paisaian nabigatzeko.

Ikus-entzunezko eta multimedia merkatuak aurrerapen teknologikoek bultzatutako eraldaketa garantzitsuak jasaten ari dira. Berrikuntza horiek edukia nola ekoizten, banatzen eta kontsumitzen den birdefinitzen ari dira, negozio eredu eta kontsumitzaileen portaera berriak sortuz.

- ◆ Adimen Artifiziala (AA) eta Ikasketa Automatikoa: Adimen artifizialak edukien sorrera, pertsonalizazioa eta gomendio sistemak hobetzen ari da, komunikabideen kontsumoa lehentasun indibidualetara egokituago bihurtuz (Joshi et al., 2023).
- ◆ Blockchain Teknologia: Blockchain-a eskubide digitalen kudeaketa ziurtatzeko eta transakzioak errazteko ari da erabiltzen, gardentasuna bermatuz eta komunikabideen industrian pirateria murriztuz (Joshi et al., 2023).
- ◆ Errealitate Birtuala (EB) eta Errealitate Areagotua (EA): VR eta AR esperientzia murgiltzaileak sortzen ari dira erabiltzaileentzat, ikus-entzuleek edukiarekin elkarreragiteko modua eraldatuz (Joshi et al., 2023).
- ◆ Multimedia Mikrozerbitzuen Arkitektura (MMA): MMAk eta hodeian oinarritutako mikrozerbitzuek hedapen-eraginkortasuna hobetzen, kostuak murrizten eta multimedia ekoizpen-prozesuak errazten ari dira. Arkitektura hori ikus-entzunezko erakunde nagusiek ari dira hartzen beren eragiketak hobetzeko (Jia et al., 2023).
- ◆ Eskaripeko Bideo Plataformak (VOD): Komunikabideen konbergentziak bultzatutako VOD plataformen gorakada ikusteko ohiturak aldatzen ari da eta edukien garapenerako eta ikus-entzuleen parte-hartzerako aukera berriak sortzen ari da. Hala ere, eskualde batzuetan jarraitzen dute arauzko erronkek (Pradsmadji & Irwansyah, 2020).
- ◆ Negozio Eredu Moldagarriak eta Malguak: Teknologia berrien integrazioak estrategia moldagarriak eta negozio-eredu berritzaileak behar ditu, irudimentsuak, malguak eta kontsumitzaileen eta plataformen artean lankidetzan aritzen direnak (Martínez et al., 2020).

Erreferentziak

- Budzinski, O., Gaenssle, S., & Lindstädt-Dreusicke, N. (2021). The battle of YouTube, TV and Netflix: an empirical analysis of competition in audiovisual media markets. *SN Business & Economics*, 1(9), 116. <https://doi.org/10.1007/s43546-021-00122-0>
- Capalbi, A., Fabbri, T., & Iervese, V. (2021). New Digital Cinema: How Platforms Are Changing the Audiovisual Industry. *Acta Universitatis Sapientiae, Communicatio*, 8(1), 22–35. <https://doi.org/10.2478/auscom-2021-0002>
- Done, R., Warner, R., & Noorda, R. (2022). Publishing Distribution Practices: New Insights About Eco-Friendly Publishing, Sustainable Printing and Returns, and Cost-Effective Delivery in the U.S. *Publishing Research Quarterly*, 38(2), 364–381. <https://doi.org/10.1007/s12109-022-09882-5>
- Fischer, A. & Steagall, M. (2021). New transmedia design for traditional film festivals. *Vol. 2 No. 1 (2021): LINK 2021 Conference Proceedings* <https://doi.org/10.24135/link2021.v2i1.121>
- Gamprellis, G., Politis, A., Sofias, I., Tsigonias, A., Vonitsanos, G., Tsigonias, M., & Macro, K. L. (2021). Challenges for the printing industry in the modern digital and meta - pandemic era. In *Advances in Printing and Media Technology: Proceedings of the 47th International Research Conference of iarigai. Athens, Greece* (pp. 19-23).
- Grand View Research. (2023). *Books market size, share & Trend Analysis by Type, by Format, by Distribution Channel, by Region, and Segment Forecasts*. GVR
- Hidalgo-Marí, T., & García-Escrivá, V. (2024). The production of Spanish fiction series for SVOD: evolution, trends and strategies. *Communication & Society*, 35–48. <https://doi.org/10.15581/003.37.2.35-48>
- IFPI. (2024). *Global music report 2024. State of the industry*. IFPI
- Jia, T., Deng, X., & Shang, P. (2023). Research on key technologies of audiovisual media microservices and industry applications. *2023 IEEE International Symposium on Broadband Multimedia Systems and Broadcasting (BMSB)*, 1–5. <https://doi.org/10.1109/BMSB58369.2023.10211151>
- Joshi, K., Rastogi, R., Kumar, S., Pandey, R., Saini, D. K. J. B., & Yadav, R. (2023). Role of Technologies in the Media and Entertainment Sector. *2023 2nd International Conference on Edge Computing and Applications (ICECAA)*, 463–467. <https://doi.org/10.1109/ICECAA58104.2023.1021214>
- Katsarova, I. (2021). *At a glance. Books and book lovers in the EU*. Europako Parlamentua
- Kraus vom Cleff, P., & Turrin, E. (2022). *European Book Market Statistics 2021-2022*. Federation of European Publishers.
- La Manna, G. (2022). *Changes and Evolution in Audiovisual Production: The impact of digital and virtual technologies on standards and practices*. Doctoral dissertation, Politecnico di Torino.

- Lindstädt-Dreusicke, N., & Budzinski, O. (2020). The Video-on-Demand Market in Germany. *Journal of Media Management and Entrepreneurship*, 2(1), 108–123. <https://doi.org/10.4018/JMME.2020010107>
- Magadán-Díaz, M., & Rivas-García, J. I. (2021). Environmental Sustainability and Business Models in the Spanish Publishing Industry. *Publishing Research Quarterly*, 37(4), 546–557. <https://doi.org/10.1007/s12109-021-09846-1>
- Martínez, F. D. H., Navio-Marco, J., & Perez-Leal, R. (2020). Analysis of the Change in the Audiovisual Ecosystem: New uses, models, and technologies. *Sustainable Business: Concepts, Methodologies, Tools and Applications* (pp. 1059–1084). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-9615-8.ch048>
- Kulturaren Euskal Behatokia, Euskadiko Editoreen Gremioa eta Espainiako Editoreen Gremioen Federazioa. (2022b). 18. Txostena. *Euskarazko Liburuaren Edizioa 2022*.
- Kulturaren Euskal Behatokia, Euskadiko Editoreen Gremioa eta Espainiako Editoreen Gremioen Federazioa. (2022a). *Euskadiko Autonomia Erkidegoko Edizioaren XXVIII. Txostena. Liburuaren barne-merkataritza Euskadin 2022an*.
- Pradsmadji, S. I. eta Irwansyah, I. (2020). Media Convergence in the Platform of Video-on-Demand: Opportunities, Challenges, and Audience Behaviour. *Jurnal ASPIKOM*, 5(1), 115. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v5i1.491>
- PWC. (2022). *Entertainment & Media Outlook 2022-2026*. PWC España.
- Renard, O., Iskra, K., & Ostanska, K. (2023). *The future of European book sector: a bibliographical review*. CULT Committee. Europako Parlamentua.
- The Business Research Company. (2024). *Book Publishers Global Market Report 2024*.
- Vijay, S., Mann, P., Chaudhary, R., & Rana, A. (2023). Emerging trends in multimedia. In *Emerging Technologies in Data Mining and Information Security: Proceedings of IEMIS 2022, Volume 1* (pp. 301-311). Singapore: Springer Nature Singapore.. https://doi.org/10.1007/978-981-19-4193-1_29
- Vodičková, K. (2023). Impact of Global Streaming Platforms on Television Production. *Medijske Studije- Media Studies*, 13(26), 27–47. <https://doi.org/10.20901/ms.13.26.2>

Posts

- EMA- Exploarte media. (2024, Octubre). *Tendencias musicales y nuevos géneros musicales en 2024: Lo que se está escuchando y lo que viene*. <https://emaescuelademusica.com/Diploma-Produccion-Musical/Tendencias-Musicales-y-Nuevos-Generos-Musicales-En-2024-Lo-Que-Se-Esta-Escuchando-y-Lo-Que-Viene/>

- EMA- Explorarte media. (2024, Noviembre). *Tendencias musicales 2024: Lo que escucharás y fingirás que conoces*. <https://www.Explorartemedia.Com/Post/Tendencias-Musicales-2024-Lo-Que-Escuchar%C3%A1s-y-Fingir%C3%A1s-Que-Conoces>.
- Entrepreneur. (2024, May 13). *La industria musical adopta nuevas tecnologías en 2024*. <https://www.entrepreneur.com/es/tecnologia/la-industria-musical-adopta-nuevas-tecnologias-en-2024/474064>
- Gigstarter. (2024). *La música en 2024: próximas tendencias*. <https://www.gigstarter.es/blog/tendencias-musicales-de-2024>
- iMusician. (2024). *Estado de la industria musical 2024: sobre el crecimiento, los desafíos y la necesidad de soluciones tangibles*. <https://imusician.pro/es/recursos-practicos/blog/estado-de-la-industria-musical-2024-tendencias-y-desafios>
- LabelGrid. (2024). *SoundCloud lanza una plataforma de merchandising innovadora: Empoderando a artistas y fans*. <https://labelgrid.com/es/blog/noticias/soundcloud-lanza-una-plataforma-de-merchandising-innovadora-empoderando-a-artistas-y-fans/>
- Nodd. (2024). *Informe sobre el estado del streaming musical - 2024*. <https://Getnodd.Com/Es/the-State-of-the-Music-Streaming-Report-2024/>.

III. ERANSKINA

EZTABAIDA-TALDEENTZAKO GIDOIAK

Taula 0.3 LIBURU ETA PRENTSA SEKTOREKO EZTABAIDA-TALDERAKO GIDOIA

Gaiak	Galdera nagusiak	Jarraipen galderak	Azterlana egiteko galderak
Sarrera 5 minutu	Orkestrak aurkezpen bat egingo du, presentzia eta parte-hartzea eskertuz, eztabaida-taldearen helburua azalduz eta ordu eta erdian zehar nola parte hartu jakiteko jarraibideak emanez.		
Sektorearen bilakaera eta egungo egoera 10 minutu	<i>Nola uste duzue eboluzionatu duela liburu eta egunkarien industriak pandemiaren ostean Euskadin?</i>	- Sektoreak beherakada nabarmena izan du bai enpresa kopuruan, bai lanpostuen kopuruan. Hori da KSlen arteko sektore kaltetuenetako bat. Zein da arrazoia, zuen ustez? - Jaitsiera hori batez ere marketin eta argitalpen jardueren ondorioz izan da. Zein da arrazoia? - Sektorea neurri handi batean autonomoek osatzen dute, eta hori da aldakortasun handiena duen forma juridiko mota, % 30a hiru urtean behin berritzen baita. Zer iradokitzen dizue horrek? Zein da arrazoia, zuen ustez?	- Esan dugun guztia kontuan hartuta, baduzue beste ezer gehitzeko sektorearen bilakaerari buruz?
Digitalizazioa: Erronkak eta aukerak 20 minutu	<i>Nola ari dira zuen erakundeak eraldaketa digitala lantzen?</i>	- Zer laguntza gehigarri uste duzue eman beharko luketela erakunde publikoek zuen industriaren eraldaketa digitala errazteko? - Uste duzue bitarteko erakundeek, hala nola sektoreko elkarteek (Liburu Ganberak, idazleen elkarteek, komunikabideen elkarteek, etab.), BDCCek, zentro teknologikoek edo unibertsitateek funtsezko zeregina izan dezaketela zuen trantsizio digitalean? - Zein elementu iruditzen zaizkizue onuragarriak eta zeintzuk kezkatzen zaituzte? - Adimen artifizialak eragina al du zuen jardueretan? Zeintzuk dira bere onurak eta balizko arriskuak?	- Nola prestatu ditzake hezkuntzak sektoreko etorkizuneko profesionalak erronkei aurre egiteko eta mundu digitalak sektoreko industrian eskaintzen dituen aukerak aprobetxatzeko? - Beste ezer komentatu nahi duzue zuen sektoreko eraldaketa digitalari buruz?

Gaiak	Galdera nagusiak	Jarraipen galderak	Azterlana egiteko galderak
Negozio eta Banaketa Eredu Berriak 15 minutu	<i>Zer aldaketa gertatzen ari dira liburu eta prentsaren negozio ereduaren eraldaketa digitalaren ondorioz?</i>	- Prentsaren kasuan, aldaketa digitalek negozio eredu berriak ekarri dituzte, berrien hedapenean, adibidez. • Nola ikusten duzue euskal herritarren eta tokiko komunikabide digitalen arteko egungo harremana? • Tokiko hedabideak negozio eredu berri horietara egokitzeko gai izaten ari al dira? - Liburuaren sektoreari dagokionez, aldaketa digitalen ondorioz negozio eredu berriak ere sortu dira; e-book-ak eta audio-liburuak, adibidez. • Zer leku betetzen duela uste duzue joera horrek Euskadin? • Tokiko negozioak gai izaten ari al zarete negozio eredu berri horietara egokitzeko? - OVC-KEBek argitaratutako beste txosten batzuek adierazten dute liburu-dendak eta txikizkako saltoki fisikoak salmenta-bide garrantzitsuak direla oraindik Euskadin, online kanala gero eta gehiago handitzen ari den arren. Gainera, azterketa kuantitatiboetan ikusi dugun bezala, marketinean diharduten enpresak izan dira azken urteotan gehien kaltetutakoak. Horri dagokionez. • Uste duzue liburu-denda eta txikizkako saltoki tradizionalak gai izango direla epe ertain eta luzera orain arte bezala funtzionatzen jarraitzeko? • Zer eraldaketa har ditzakete sektoreko aldatetarik sor ditzaketen aldatetarik aurre egiteko? - Zenbait azterketak adierazten duten bezala, liburuaren sektorean, eskaeraren araberako inprimaketa ereduak (POD) kostuak murriztu eta negozioen jasangarritasuna hobetu dezake. • Nola ikusten duzue eredu hori zuen esperientzietan oinarrituta, eta izan lezake lekurik Euskadin?	- Industriaren negozio ereduaren izandako aldatetaren bat komentatu nahi zenukete?
Beste joera/erronka batzuk 15 minutu	<i>Uste duzue Euskadin liburuan eta prentsan eragina izaten ari den beste joeraren bat kontuan hartu beharko genukeela?</i>	- Laguntza galderak 2. BLOKEA: EUSKARA - Zer leku betetzen du euskarak sektorean? - Aukera ala erronka da?	
Administrazio Publikoaren Zeregina 5 minutu	<i>Zer nolako ekimen, programa edo politikak uste duzue abiarazi beharko lituzkeela Administrazio Publikoaren liburu eta prentsaren sektorearen garapena sustatzeko?</i>	- Eta zein da sektoreko elkartearen (Liburu Ganberaren, idazleen elkartearen, komunikabideen elkartearen, etab.), BDCCen, zentro teknologikoen edo unibertsitateen bitartekarien eginkizuna?	- Ba al zenuten eragile horien berri? - Harremanik izan al duzue eragile horiekin?
Itxiera (2 minutu)	<i>Ba al dago taldean eztabaidatutako gaiari buruz gehitu nahi duzun zerbait?</i>		

Iturria: Egileek prestatua

Taula 0.4 MUSIKA SEKTOREKO EZTABAIDA-TALDERAKO GIDOIA

Gaiak	Galdera nagusiak	Jarraipen galderak	Azterlana egiteko galderak
Sarrera 5 minutu	Orkestrak aurkezpen bat egingo du, presentzia eta parte-hartzea eskertuz, eztabaida-taldearen helburua azalduz eta ordu eta erdian zehar nola parte hartu jakiteko jarraibideak emanez.		
Sektorearen bilakaera eta egungo egoera 10 minutu	Nola uste duzue eboluzionatu duela musikaren industriak pandemiaren ostean Euskadin?	- Pandemia aurreko mailekin alderatuta, musika sektoreko enpresa kopurua hazi egin da, baina enplegua jaitsi egin da, batez ere hezkuntza jardueretan. Zein da arrazoia, zuen ustez? - Estatuko beste autonomia-erkidego batzuekin alderatzean, ikusi dugu musika-enpresa kopurua askoz handiagoa dela Euskadin haietan baino. Zergatik uste duzue dela hori? - Sektorea neurri handi batean autonomoek osatzen dute, eta horiek dira aldakortasun handiena dutenak, % 30a hiru urtean behin berritzen baita. Zer iradokitzen dizue horrek? Zein da arrazoia, zuen ustez?	- Esan dugun guztia kontuan hartuta, baduzue beste ezer gehitzeko sektorearen bilakaerari buruz?
Digitalizazioa: Erronkak eta aukerak 20 minutu	<i>Nola ari dira zuen erakundeak eraldaketa digitala lantzen?</i>	- Zer laguntza gehigarri uste duzue eman beharko luketela erakunde publikoek zuen sektorearen eraldaketa digitala errazteko? - Uste duzue bitarteko erakundeek, hala nola Musika Bulegoak eta horren barruan dauden elkarteek, hala nola BDCCk, zentro teknologikoek edo unibertsitateek, funtsezko zeregina izan dezaketela zuen trantsizio digitalean? - Zein elementu iruditzen zaizkizue onuragarriak eta zeintzuk kezkatzen zaituzte? - Adimen artifizialak eragina al du zuen jardueretan? Zeintzuk dira bere onurak eta balizko arriskuak?	- Nola prestatu ditzake hezkuntzak musikaren etorkizuneko profesionalak erronkei aurre egiteko eta mundu digitalak musikaren industrian eskaintzen dituen aukerak aprobetxatzeko? - Beste ezer komentatu nahi duzue zuen sektoreko eraldaketa digitalari buruz?
Negozio eta Banaketa Eredu Berriak 10 minutu	YouTube, Spotify, Apple Music eta abar bezalako plataforma digitalen ospea dela eta... <i>Zer aukera eta muga aurkitzen dituzue plataforma horiek zuen jardueretarako erabiltzean?</i>	- Nola lehiatu daitezke tokiko ekoizleak testuinguru digital eta globalizatu honetan? - Zein da zuzeneko musikaren egoera gaur egun?	- Industriaren negozio ereduetan izandako aldaketaren bat komentatu nahi zenukete?
Beste joera/erronka batzuk 15 minutu	<i>Uste duzue kontuan hartu beharko genukeela Euskadiko musikaren industrian eragina duten beste joeraren bat?</i>	- <i>Laguntza galderak 2. BLOKEA: EUSKARA</i> - Zer leku betetzen du euskarak sektorean? - Aukera ala erronka da?	

Gaiak	Galdera nagusiak	Jarraipen galderak	Azterlana egiteko galderak
Administrazio Publikoen Zeregina 10 minutu	<i>Zer nolako ekimen, programa edo politikak uste duzue abiarazi beharko liratekeela Administrazio Publikoek musika sektorearen garapena laguntzeko?</i>	- Eta zein da sektoreko elkarten (Liburu Ganberen, idazleen elkarten, komunikabideen elkarten, etab.), BDCen, zentro teknologikoen edo unibertsitateen bitartekarien eginkizuna?	- Ba al zenuten eragile horien berri? - Harremanik izan al duzue eragile horiekin?
Itxiera (2 minutu)	<i>Ba al dago taldean eztabaidatutako gaiei buruz gehitu nahi duzuen zerbait?</i>		

Iturria: Egileek prestatua

Taula 0.5 IKUS-ENTZUNEZKO ETA MULTIMEDIA SEKTOREKO EZTABAIDA-TALDERAKO GIDOIA

Gaiak	Galdera nagusiak	Jarraipen galderak	Azterlana egiteko galderak
Sarrera 5 minutu	Orkestrak aurkezpen bat egingo du, presentzia eta parte-hartzea eskertuz, eztabaida-taldearen helburua azalduz eta ordu eta erdian zehar nola parte hartu jakiteko jarraibideak emanez.		
Sektorearen bilakaera eta egungo egoera 10 minutu	<i>Nola uste duzue eboluzionatu duela ikus-entzunezko eta multimedia industriak pandemiaren ostean Euskadin?</i>	- Pandemia aurreko mailekin alderatuta, sektoreko enpresa kopurua hazi egin da, eta enplegua ere bai. KSletan gehien hazten ari den sektoreetako bat da. Zergatik uste duzue dela hori? - Hazkundera sektorearen jarduera teknologikoagoetatik etorri da. Ba al duzue horri buruz ezer esatekorik? - Sektorea neurri handi batean autonomoek osatzen dute, eta hori da aldakortasun handiena duen forma juridiko mota, % 40a hiru urtean behin berritzen baita. Zer iradokitzen dizue horrek? Zein da arrazoa, zuen ustez?	- Esan dugun guztia kontuan hartuta, baduzue beste ezer gehitzeko sektorearen bilakaerari buruz?

Gaiak	Galdera nagusiak	Jarraipen galderak	Azterlana egiteko galderak
Zerga pizgarriak 10 minutu	<i>Uste duzue hiru probintzietan Ikus-entzunezko eta Multimedia Industriari laguntzen dioten zerga-pizgarriek zeregin garrantzitsua izan dutela haren hazkundera?</i>	- Uste al duzue hori dela industriaren hazkunderaren arrazoietako bat? - Ba al dago alderik lurralde historikoen artean? - Politika horri denboran zehar eutsi beharko litzaioke?	- Beste ezer gehitzeko?
Digitalizazioa: Erronkak eta aukerak 20 minutu	<i>Nola ari dira zuen erakundeak eraldaketa digitala lantzen?</i>	- Zer laguntza gehigarri uste duzue eman beharko luketela erakunde publikoek zuen industriaren eraldaketa digitala errazteko? - Uste duzue bitarteko erakundeek, hala nola Musika Bulegoak eta horren barruan dauden elkarteek, edo Eikenek, BDCCk, zentro teknologikoek edo unibertsitateek, funtsezko zeregina izan dezaketela zuen trantsizio digitalean? - Zein elementu iruditzen zaizkizue onuragarriak eta zeintzuk kezkatzen zaituzte? - Adimen artifizialak eragina al du zuen jardueretan? Zeintzuk dira bere onurak eta balizko arriskuak?	- Nola prestatu ditzake hezkuntzak musikaren etorkizuneko profesionalak erronkei aurre egiteko eta mundu digitalak musikaren industrian eskaintzen dituen aukerak aprobetxatzeko? - Beste ezer komentatu nahi duzue zuen sektoreko eraldaketa digitalari buruz?
Negozio eta Banaketa Eredu Berriak 10 minutu	<i>Eskariaren araberako bideo (VoD) plataformen eta streaming zerbitzuen ospea gero eta handiagoa denez, nola uste duzue ari direla eragiten joera horiek Euskadiko ikus-entzunezko eta multimedia sektoreko negozio ereduetan?</i>	- Zein estrategia ari dira ezartzen Euskadiko ikus-entzunezko enpresek ingurune digital eta globalizatu honetan lehiatzeko? - Nola lehiatu daitezke tokiko ekoizleak testuinguru honetan? - EITBren PRIMERAN plataformak VoD plataforma nagusiekin lehiatu ezin badu ere, zer iruditzen zaizue ekimen hori?	- Industriaren negozio ereduetan izandako aldaketaren bat komentatu nahi zenukete?
Beste joera/erronka batzuk 15 minutu	<i>Uste al duzue kontuan hartu beharko genukeela Euskadiko ikus-entzunezko eta multimedia industrian eragina duen beste joera bat?</i>	- Laguntza galderak 2. BLOKEA: EUSKARA - Zer leku betetzen du euskarak sektorean? - Aukera ala erronka da?	
Administrazio Publikoaren Zeregina 10 minutu	<i>Zer nolako ekimen, programa edo politikak uste duzue abiarazi beharko liratekeela Administrazio Publikoek Ikus-entzunezko eta Multimedia Industriaren garapena bultzatzeko?</i>	- Eta zein da bitarteko eragileen zeregina, hala nola, sektore elkarteak (ZinEuskadi eta bertan dauden elkarteak, Eiken), BDCC, zentro teknologikoak edo unibertsitateak?	- Ba al zenuten eragile horien berri? - Harremanik izan al duzue eragile horiekin?
Itxiera (2 minutu)	<i>Ba al dago taldean eztabaidatutako gaiei buruz gehitu nahi duzuen zerbait?</i>		

Iturria: Egileek prestatua

IV. ERANSKINA

EZTABAIDA-TALDEETAN PARTE HARTU DUTEN ERAGILEAK

Taula 0.6 LIBURU ETA PRENTSA SEKTOREKO ERAGILE PARTE-HARTZAILEAK

Izena	Kargua
Nagore Ateca	Euskal idazleen Elkarte
Julen Agirrezabalaga	Elkar
Mikel Esnal	Elkar
Itziar Osa	Ibaizabal Argitaletxea
Maite Reizabal	Enpresabidea
Simon Peña	Gureiker – UPV/EHU

Iturria: Egileek prestatua

Taula 0.7 MUSIKA SEKTOREKO ERAGILE PARTE-HARTZAILEAK

Izena	Kargua
Miren Iñarga	Musikene
Garazi Zabaleta	Loinatz Musika Eskola
Xabier Sarasola	Konpositorea
David Azurza	Euskal Herriko Abesbatzen Konfederazioa
Iñaki Egitegi	Musika Bulegoa

Iturria: Egileek prestatua

Taula 0.8 IKUS-ENTZUNEZKO ETA MULTIMEDIA SEKTOREKO ERAGILE PARTE-
HARTZAILEAK

Izena	Kargua
Ione Feijoo	ZINEUSKADI
Alaitz Artolazabal	Tokikom
Ander Barinaga-Rementeria	Irusoin
Jose Felipe Auzmendi	On Time

Iturria: Egileek prestatua



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura



Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia

Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco