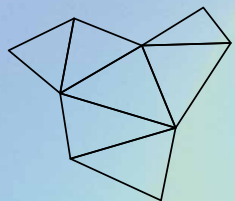




KULTURA-OHITURA DIGITALAK

JOERAK ETA GAKOAK



**Kulturaren
Euskal Behatokia**
Observatorio Vasco
de la Cultura



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA

KULTURA-OHITURA DIGITALEN JOERAK ETA GAKOAK

Aldez aurreko egoera, Covid-19aren inpaktua eta kulturaren etorkizun digital baterako orientazioak

Edukien aurkibidea 3

1. Txostenaren aurkezpena 6

1.1. Hausnarketarako informazio-iturriak 7

2. Kultura-ohitura digitalak: aldez aurreko egoera eta Covid-19aren inpaktua 8

2.1. Konfinamendua ezinbesteko proba-laborategi gisa 8

2.2. Eremu digitalaren aukeretatik gaitasunetara 10

2.3. Eremuen aniztasuna eta joeren aniztasuna: kultura erreproduzigarria eta zuzeneko kultura 11

2.3.1 Eduki kultural erreproduzigarriko sarbidea indartzea 12

2.3.2 Zuzeneko eta ondarezko edukietarako sarbide digitala bultzatzea 12

2.3.3 Estaldura digitalaren ahalmena muga fisikoen aurrean 14

2.4. Merkataritza elektronikoa kulturaren 14

2.4.1 Kultura-euskarri fisikoen erosketa digitala 15

2.4.2 Streamingari lehentasuna ematea 15

2.5. Internet baliabide aktibo eta interaktibo gisa: erabiltzailearengan zentratutako begirada bat 16

2.5.1 Ikasteko eta partekatze motibazioa 17

2.5.2 Sortzeko eta partekatze ohitura 18

2.6. Parte-hartze kultural digitaletako joera ezezagunak 19

2.6.1 Digitala ikerketetan txertatzea 20

3. Abiapuntua: etorkizun digitalaren agintea hartzea 21

4. Kulturarako etorkizun digitaletako eszenatokiaren gakoak 23

1. gakoa: Ingurune digitala ulertzea 23

2. gakoa: Aukera propioen aurrean kokatzea 25

3. gakoa: Eraldaketa planifikatu eta kontrolatu bat 26

4. gakoa: Laguntza publikoa digitalizazioaren garaian 28

5. Azken iruzkina 30



RESUMEN

La transformación digital es uno de los cambios sociales que más ha afectado al sector cultural a lo largo de la última década. La irrupción de la Covid-19 ha acelerado definitivamente las dinámicas que venían desarrollándose, y ha convertido la transformación digital en un tema ineludible. A pesar de la proliferación de debates, discursos y publicaciones, la falta de estrategias sólidas y compartidas por parte del sector apunta a la necesidad de situar con claridad las claves del contexto.

Así, con el objetivo de contribuir a la comprensión del tipo de transformaciones, a su alcance y al diseño de una orientación estratégica bien informada, este estudio identifica las tendencias de cambio en los hábitos culturales en sus distintas formas. Las identifica mediante el apoyo a datos secundarios relativos tanto a la anterioridad de la Covid-19 como a la actualidad, respaldándose en la evidencia disponible para ofrecer un retrato fundamentado del contexto cultural digital actual.

En este ejercicio se identifica el mayor peso de las desigualdades relativas a la participación digital, especialmente en concepto de recursos y capacidades más que de oportunidades. Se destaca un interés renovado de los ámbitos culturales de experiencias en vivo, donde el público ha experimentado con nuevas prácticas culturales y el sector ha desarrollado un mejor conocimiento para atenderlas. En el ámbito de la cultura reproducible, se muestra el desplazamiento de una cultura de la propiedad hacia una nueva cultura del acceso, en la que la comodidad, la flexibilidad y la novedad marcan las nuevas oportunidades de monetización. Se apunta también que el contexto digital incorpora un énfasis especial en el componente activo e interactivo de los hábitos culturales, un tipo de uso que motiva especialmente al usuario digital.

Como punto de partida, el informe destaca que la transformación digital del sector ha venido marcada por compañías globales con un fuerte componente tecnológico. Salvo excepciones, la parálisis y/o la resistencia han sido las actitudes principales del sector. Ante esta situación, la ciudadanía no ha esperado y ha ido modificando sus hábitos con las oportunidades a su alcance. Finalmente, destaca que el debate se ha limitado habitualmente al ámbito específico de la cultura reproducible.

Situarse ante el cambio con voluntad de hacerle frente implica entenderlo adecuadamente. Se trata de ser capaces de ubicarse estratégicamente en este escenario y dominar las herramientas tecnológicas –que exige los conocimientos conceptuales suficientes– para iniciar las debidas acciones de transformación. Un proceso en el que el apoyo público sigue siendo central.



SYNOPSIS

Digital transformation is one of the social changes that has most affected the cultural sector over the last decade. The emergence of COVID-19 has definitively accelerated the dynamics that were undergoing development, and digital transformation has become an unavoidable subject. Despite the proliferation of debates, speeches and publications, confronted with the lack of solid strategies shared by the sector, there is a need to clearly locate the keys of the context.

Thus, with the aim of contributing to the comprehension of the type of transformations within reach and the design of a well-informed strategic orientation, this study identifies the changing trends in cultural habits in their distinct forms. It identifies them by means of secondary data relative to both the pre-COVID-19 situation and the current one, backed up by the available evidence to provide a fundamental portrait of the current digital cultural context.

This exercise serves to identify the greatest weight of inequalities relative to digital participation, especially with regard to resources and capacities more than opportunities. A renewed enthusiasm for live experiences is apparent in cultural fields, where the audience has experimented with new cultural practices and the sector has developed improved knowledge to attend to needs. In the field of reproducible culture, there is a displacement of the culture of property towards a new culture of access, in which comfort, flexibility and novelty mark the new opportunities for monetisation. It is also notable that the digital context incorporates a special emphasis on the active and interactive component of digital habits, a type of use that digital users find especially motivating.

As a starting point, the report highlights that the digital transformation of the sector has been marked by global companies with a hefty technological component. Exceptions notwithstanding, paralysis and/or resistance have been the main attitudes within the sector. Faced with this situation, citizens have not been prepared to wait. They have amended their habits according to the opportunities within their reach. Finally, the fact stands out that the debate has usually been limited to the specific field of reproducible culture.

To place oneself before the change of one's own accord and to face up to it involves understanding it properly. It is a question of being able to locate oneself strategically in this scenario and being able to control the technological tools —which requires sufficient conceptual knowledge— to begin the necessary transformational actions. A process in which audience support continues to play a central role.



RÉSUMÉ

La transformation numérique (appelée aussi digitale) fait partie des changements sociaux qui ont le plus affecté le secteur culturel au cours de la dernière décennie. L'irruption du Covid-19 a accéléré de manière définitive les dynamiques déjà en cours de développement et converti la transformation numérique en un processus inéluctable. Malgré la prolifération des débats, discours et publications, l'absence de stratégies solides et partagées par une partie du secteur fait ressortir la nécessité de situer clairement les clés du contexte.

Ainsi, et dans l'objectif de contribuer à la compréhension du type de transformations, à leurs effets et à la conception d'une orientation stratégique bien informée, cette étude identifie les tendances dans l'évolution des comportements culturels sous leurs différentes formes, en s'appuyant sur des données secondaires qui se rapportent aussi bien à la période pré-Covid qu'à l'actualité et sur les éléments tangibles disponibles pour offrir un portrait fondé du contexte culturel numérique actuel.

Cet exercice permet d'identifier le poids supérieur des inégalités relatives à la participation numérique, notamment en termes de ressources et de capacités, plus que d'opportunités. On détecte un intérêt renouvelé pour les domaines culturels d'expériences en direct, où le public a expérimenté de nouvelles pratiques culturelles et où le secteur a développé un meilleur savoir pour y répondre. Dans le domaine de la culture reproductible, on remarque le déplacement d'une culture de la propriété vers une nouvelle culture de l'accès, dans laquelle l'aspect pratique, la flexibilité et la nouveauté polarisent les nouvelles opportunités de monétisation. On relève aussi que le contexte numérique incorpore un intérêt spécial pour la composante active et interactive des comportements culturels, un type d'utilisation qui motive tout particulièrement l'utilisateur numérique.

Comme point de départ, le rapport souligne que la transformation numérique du secteur a été marquée par des compagnies internationales à forte composante technologique. Sauf exceptions, les principales réactions du secteur ont été la paralysie et/ou la résistance. Face à cette situation, les citoyens n'ont pas attendu et ont modifié leurs habitudes en fonction des opportunités à leur portée. Finalement, le rapport indique que le débat s'est habituellement limité au domaine spécifique de la culture reproductible.

Aborder le changement avec la volonté de lui faire front implique de bien le comprendre. Il s'agit d'être capables de se positionner stratégiquement sur cette scène et de dominer les outils technologiques – ce qui exige d'avoir les connaissances conceptuelles suffisantes – pour aborder les actions de transformation nécessaires. Un processus dans lequel le soutien public reste capital.



1. TXOSTENAREN AURKEZPENA

2018an egindako Euskal Herriko parte-hartze kulturalari buruzko Inkestatik eratorritako azterlan multzoaren esparruan kokatzen da txosten hau.

Kultura-ohitura digitalen gaia Kulturaren Euskal Behatokiaren jardun-planean zegoen lehenagotik ere, Covid-19a ustekabeen agertu baino lehen. Iritzi hedatu baten arabera, Covid-19ak digitalizazio-dinamiketan sakontzea ekarri du berekin, azeleragailu moduko bat izan da, eta beraz, planteatutako txostenak garrantzi berezia hartu du, pandemiak markatutako gidoi batekin: nola eragingo du Covid-19ak eraldaketa digitalean?

Lehenik eta behin argi utzi beharra dago azterlan honen xedea eszenatoki digitalen ezaugarriak azaltzea dela, herritarren, publikoen, kultura-ohituren ikuspegitik. Batzuetan beharrezkoa izan da sektoreari, eskaintzari eta agenteari buruzko gaiak azaltzea, baina hori ez da, berez, txosten honen hausnarketaren xedea. Kultura-ohitura digitaletan jarri dugu begirada.

Bigarrenik, alde aurretik adierazi dugunez, Covid-19aren ustekabeko agerraldiak arreta berezi bat eskatzen du bilakaera berriena aztertzeko. Izan ere, oraindik ez gaude Covid-19aren ondoko eszenatoki batean, pandemian murgilduta jarraitzen baitugu. Normaltasunera itzultzeko aukera izango dugu, soil-soilik, egoera egonkortzen denean eta agente guztien espektatibak nolabait aurreikusteko moduan egongo garenean, eguneroko portaera barne.

Hortaz, zaila da planteatutako galderari erantzun ziur bat ematea, baina nolana ere arrazoizko aurreikuspen eta funtsezko alderdi batzuk aurrera ditzakegu eszenatoki digitalari dagokionez. Hori egiteko, begirada espezifikoa bat txertatu da, konfinamenduaren aurreko zein oraingo datuekin.

Une honetan konfinamendu mota desberdinak eta mugitzeko murrizketa gogorak dira nagusi, eta, gauzak horrela, presentzialitatea eta interakzio fisikoa parentesia bat dira nolabait, nahitaezko proba-labore edo esperimentu moduko bat alegia, kultura-ohitura digitalak zein ingurune digitalen potentzialitate eta mugak baldintza errealean behatzea ahalbidetzen duena.

Esperimentu batean ez bezala, ordea, kasu honetan Covid-19aren ondoko testuingurua ez da, inondik inora, aurrekoaren berdina izango: prozesu honetan aldaketak gertatzen ari dira, egiturazko mailan eta maila indibidualean. Hala eta guztiz ere, orainak ez du balio etorriko dena iragartzeko: etorkizunean berriz ere aukera gehiago izango dira mugikortasunerako, presentzialitaterako eta interakzio fisikorako.

Horregatik, Covid-19aren ostean zer geratuko den galderari zentzuzko erantzun bat eman ahal izateko, orain gertatzen ari dena lehenago gertatzen ari zenarekin orekatu beharra dago nahitaez, etorkizunerako begirada bermatuz Covid-19aren aurreko testuinguruan zein une honetan eskuragarri dauzkagun datu eta ebidentzietan oinarrituta.

Horixe da txosten honen asmoa: oraindik perspektiba nahikorik ez badugu ere etorkizun digitaleko eszenatokiak argi eta garbi aurreikusteko, dakigunetik abiatuta iradoki ditzakegu jada kulturarako etorkizun digitalen gakoak, eta sektoreak gako horiek landu beharko ditu aldaketa digitalean eragiteko, behatzaile soil bat izatea alde batera utzita.



1.1. Hausnarketarako informazio-iturriak

Covid-19aren aurreko eta oraingo kultura-ohitura digitalei buruzko datuekin elikatu da lan osoa, ebidentzia erabilgarrian azaldutako gogoeta eta joera guztiak oinarritzeko helburuarekin. Gaia gaur-gaurkoa izaki konfinamenduari buruzko datuak oraindik urriak badira ere, errealitatea hurbiltzeko laguntza handikoak diren zenbait iturri kontsultatu dira.

Nabarmentzekoa da Kulturaren Euskal Behatokiaren (KEB), Estatistikako Institutu Nazionalaren (EIN) eta Euskal Estatistika Erakundearen (Eustat) datuak aztertu eta erabili direla:

- **2018ko EAEko parte-hartze kulturalari buruzko inkesta** (KEB).
- **Parte-hartze kulturala Euskal Herrian: moduak, arrazoiak eta inpaktuak** (KEB).
- **Encuesta sobre Equipamiento y uso de TIC en los hogares** (INE).
- **Informazioaren Gizartearen Inkesta-Familiak** (Eustat).

Konfinamendu-azterlanei buruzko azterlan espezifikoek dagokienez, honako hauetako datuak kontsultatu ditugu nagusiki:

- **Digital Culture Consumer Tracking Study** (Creative Industries Policy & Evidence Centre, CI-PEC; Britainia Handiko herritarren lagina).
- **Taking part Web Panel Data: Engagement during the Covid-19 pandemic** (Department for Digital, Culture, Media & Sport, DCMS; Britainia Handiko herritarren lagina).
- **Estudio Covid19 Consumo Online & eCommerce** (Elogia; Espainiako herritarren lagina).



2. KULTURA-OHITURA DIGITALAK: ALDEZ AURREKO EGOERA ETA COVID-19AREN INPAKTUA

Atal honetan, abiapuntuko eszenatoki bat aurkezten da herritarren kultura-ohitura digitalei dagokienez erabilgarri dauden datuetatik abiatuta, eta, horrela, etorkizuneko aurreikuspenetarako erreferentziatzko testuingurua eraikitzen da.

Dimensio garrantzitsuenetatik abiatuta antolatu da hausnarketa, Covid-19aren aurreko begirada bat eta konfinamenduko ohitura digitaletarako beste begirada bat uztartuz.

Ildo horretan, nabarmentzekoa da, → **“2020 Innobasque Prospektiba Txostena. Post Covid-19 gogoetak”** txostenak diotenaren haritik, pandemiak abian zegoen digitalizazioa (aldaketa teknologikoa, termino globalagoetan) azeleratu duela; horixe da datuek islatzen duten abiapuntuko tesia.

2.1. Konfinamendua ezinbesteko proba-laborategi gisa

Gaur egun funtsezkoa da Covid-19aren eraginez gure gizarteak nola aldatuko diren jakitea, eta, gure kasuan, kulturaren parte hartzeko moduak nola aldatuko diren zehaztea. Inork ere ezin dezake erantzun ziur bat eman galdera horren aurrean, baina badugu ebidentzia enpirikorik eskura, oinarritutako hausnarketa baterako euskarri izan daitekeena.

Aldaketa sozialaren kontzeptuari dagokionez, kontuan hartzekoa da testuinguru sozialak (maila makrosoziologikoa) pertsonen portaeren (maila mikrosoziologikoa) gainean eragiten duen presioa. Jarduten dugun testuingurura egokitzen dugu gure portaera. Testuingurua aldatu ahala, gure portaera aldatzen dugu.

Pandemiak berekin ekarri du jarduten dugun testuingurua goitik behera aldatzea, mugikortasunaren, presentzialitatearen eta interakzio fisikoaren murrizketa gogorrek ekarri baititu konfinamendu desberdinen bitartez.

Mugikortasuna, presentzialitatea eta interakzio fisikoa funtsezkoak dira kultura-ohituren garapenaren esparruan, eta Covid-19ak eragindako aldaketa sozialak ohiturak egokitzea ekarri du berekin. Esperimentu batekin alderatuz gero, funtsezko tratamendu-aldagaia aldatu dela esan dezakegu, eta horri esker, zehazki aldagai horrek eragiten dituen aldaketak ikusteko aukera daukagu.

Esperimentu moduko baten aurrean gaude beraz, eta horrek aukera ematen digu presentzialitatea eta interakzio fisikoa alde batera uzten direnean eta birtualitatea eta interakzio digitala funtsezko bihurtzen direnean zer gertatzen den ikusteko.

Hala eta guztiz ere, hori guztia gorabehera, honako hauek hartu behar dira kontuan:

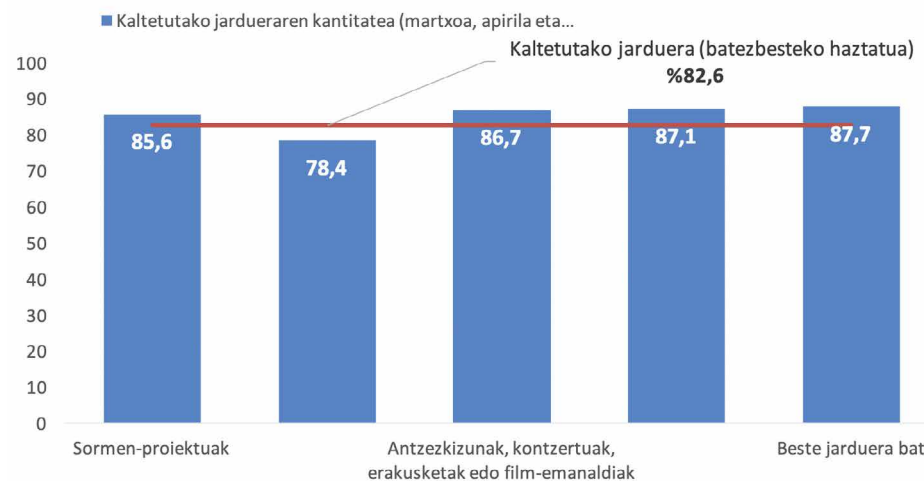
- Egungo egoera ez da etorkizunean espero dezakegunaren baliokidea (edo, konparazioarekin jarraituz, esperimenteratik kanpo espero daitekeenaren baliokidea). Ahalegin guztien xedea txertoen garapena eta banaketa da, etorkizuneko testuinguruak berriz ere iraganaren itxura har dezan, oraingo egoera hau etenaldi moduko bat izanik.
- Horrek ez du esan nahi oraingo une hau begiratu behar ez dugunik:
 - Izan ere, aparteko ebidentzia bat eskaintzen digu kultura-ohitura digitalen gainean, gertatzen diren testuinguru edozein izanik ere: ingurune digitalen potentzialitateak eta mugak, kultura-publikoen interesak eta beharrak, kultura-operadoreen gaitasunak...
 - Gainera, presentzialitatera eta interakzio fisikora itzuliko garen arren, ordurako testuinguru (kultura-ekosistema) eta pertsonen balio eta jarrerak (kultura-portaera) aldatuko dira. Ohiturei dagokienez, konfinamendu garaian esperimenteratutako praktika batzuk (berriak, egokituak) mantenduko dira, eta ezinbesteko egingo dute sektorea, eskaintza eta politika publikoak egokitzea.

Hala, gogoeta oinarritzen da, batetik, orainaren kontzeptualizazio zuzenean, eta, bestetik, erabilgarri dauzkagun datuetan: Covid-19aren aurreko egoerari buruzko datuak, joera digitalak iradokitzen zituztenak, eta pandemiaren egungo egoerari eta konfinamenduko aldiei buruzkoak.

Testuinguruan gertatu den aldaketaren erakusgarri, "Covid-19aren eragina EAeko kultura-sektorean" azterlanaren datuetan ikus daiteke kultura-sektoreko agenteen artean jarduera % 80 jaitsi dela, batez beste, konfinamenduko lehen hilabeteetan.

Izan ere, pandemiak aurrera egin ahala, "normaltasuna ohitura berriekin" edo "normaltasun berria" deitu genuena zapuztuta geratu da agerraldien eta konfinamendu-neurri berriak ezarri beharraren ondorioz, batzuetan, kultura-jarduera jakin batzuk erabat ixtea ere ekarri duena.

1. GRAFIKOA INPAKTUA AURREIKUSITAKO JARDUERAN, COVID-19AREN ERAGINEZ (%)



Iturria: Guk egin, "Covid-19aren eragina EAeko kultura-sektorean. Krisiaren behatokia" (KEB) txostenaren datuetatik abiatuta.

Hortaz, argi dago konfinamendu-garaian kultura-jardueraren zati handi bat bazterrean utzi behar izan dugula edo uzten ari garela, ezinbestean. Ingurune digitalak egundoko garrantzia du une honetan, eta hori ez da ez halabeharrezkoa ez eduki badauzkan potentzialitateen ondorio ere, Covid-19ak ingurune fisikoan eragindako inpaktuaren emaitza baizik.

Une honen kontzeptualizazio egoki batekin bat etorritik, eremu digitalen potentzialitatearen gaineko diskurtso jakin batzuk ezabatu behar dira; izan ere, ingurune fisiko edo analogikoa baztertzen dute antza denez, ahalmen digitalen eta haren etorkizunaren gainean ikuspegi inozo bat emanez. Kontua ez da ezkorrak edo baikorrak izatea, testuinguru global batean zorrotasunez kokatzea baizik, eta egiteari utzi ondoren oraindik berriz egiteko moduan ez gauden horren garrantziak zeresan handia du horretan.

Joerak

Konfinamendu-garaian, urruneko eta etxeko praktikek zentralitatea irabazi dute, ezinbestean. Estaltzen duten premia motak ez du zerikusirik zuzeneko esperientzia komunitarioekin, eta, publikoekin berriz konektatzeko zailtasunak gorabehera, parte-hartze kulturalaren funtsezko bereizgarri bat izaten jarraituko dute.

2.2. Eremu digitalaren aukeretatik gaitasunetara

Horrenbestez, kultura-ohitura digitalei buruz hausnarketa egitean, lehenik eta behin, Interneten sartzeko oinarrizko dimentsioari begiratu behar diogu.

Euskal Autonomia Erkidegoak bikain dihardu azpiegitura digitalen garapenaren alorrean, eta aurreneko posizioetan gaude EB-28ko herrialdeen artean banda zabalaren estaldurari eta ezarpenari dagokionez, "Orkestra" Lehiakortasunerako Euskal Institutuaren → "**Ekonomia eta gizarte digitalak Euskal Autonomia Erkidegoan. DESI 2019**" txostenaren datuen arabera. Ezin daiteke esan lurralde osoan konexio azkarrak daudenik, baina Interneten sartzeko aukerak oso garatuta daude, zalantzarik gabe.

Etxeetako ekipamenduekin, ordea, ez da gauza bera gertatzen. Etxeetako IKTen Erabilerari eta Ekipamenduari buruzko Inkestaren arabera, EAEko etxebizitzak % 91,5ak zuten Interneterako sarbidea 2019an, gutxi gorabehera, eta % 95,5ek 2020an; ordenagailuren bat zuten etxebizitzak, berriz, % 83,5 eta % 84,6 izan ziren, hurrenez hurren.

Gaitasun edo trebetasun digitalek eskaintzen digute beste begirada interesgarri bat, aukera eta baliabideetatik haratago. "Orkestra" Lehiakortasunerako Euskal Institutuaren → **txosten** beraren datuen arabera, herritarren % 63k gaitasun digitalak dauzkate, gutxienez oinarrizko mailakoak, eta % 31ek oinarrizko maila horren gainetik, hurrenez hurren.

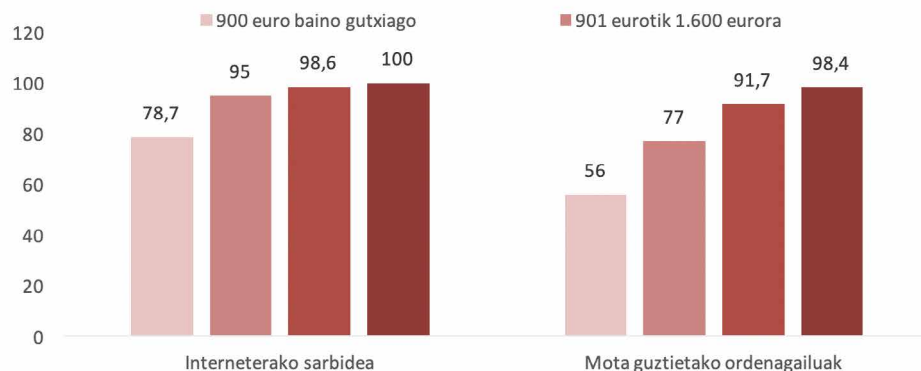
Etxebizitza askotan Interneten bertatik zuzenean sartzeko aukera duten arren, herritar guztiek ez dute modu erregularrean erabiltzen: → **EAEko parte-hartze kulturalari buruzko inkestaren** arabera, herritarren % 76,3k erregularitasunez erabiltzen du Internet. Interneterako konexioa edukitzetik edo ez edukitzetik haratago, oso garrantzitsua da ingurune digitalean aritzeko erraztasuna izatea (konpetentziak, trebetasunak edo gaitasunak), eta Kulturaren Euskal Behatokiaren → "**Parte-hartze kulturala Euskal Herrian: moduak, arrazoiak eta inpaktuak**" azterlanean iradoki zen jada hori garrantzizko hausnarketa-esparru bat zela.

Datu horiek agerian uzten dute Interneten sartzeko aukera eta baliabideetatik haratago pentsatu beharra dagoela (baita kultura-ohitura digitalen ikuspegitik ere), arreta trebetasun edo gaitasunetan jarritz.

Parte-hartze kulturean desparekotasun sozialak badaudela begi-bistakoa da, alde horiek edonolakoak izanik ere. Ohiko eten digitala, eten soziala ere bada, kulturari dagokionez bereziki. Belaunaldi-faktoreek eta faktore sozioekonomikoek interaktuatzen dute, eta horrela, diru-sarrerak edo azterlanak tarteko, zailtasun handiagoak daude baliabide digitalak erabili eta haietara iristeko, zein askotariko eta kalitatezko parte-hartze autonomo bat garatu ahal izateko.

Esaterako, Etxeetako IKTen Erabilerari eta Ekipamenduari buruzko 2020ko inkestaren arabera (EIN), EAEen diru-sarrera txikiagoak dauzkaten etxeetan ekipamendu teknologiko gutxiago dute diru-sarrera handiagoak dauzkaten etxeetan baino.

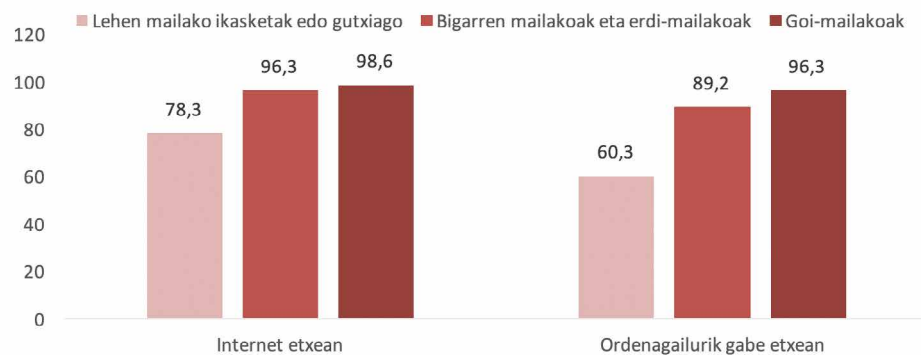
2. GRAFIKOA HILEKO DIRU-SARRERA GARBIAK ETXEETAN, INTERNETERAKO SARBIDEA ETA EKIPAMENDUEN ERABILGARRITASUNA (%)



Iturria: Guk egina [Etxeetako IKTen Erabilerari eta Ekipamenduari buruzko Inkestaren](#) (EIN) datuetatik abiatuta.

Halaber, Eustaten Informazioaren Gizartearen Inkestari buruzko datuek antzeko egoera bat erakusten dute ikasketa-mailarako, Interneterako sarbideari zein ekipamenduaren erabilgarritasunari dagokienez.

3. GRAFIKOA IKASKETA-MAILA, INTERNETERAKO SARBIDEA ETA EKIPAMENDUAREN ERABILGARRITASUNA (%)



Iturria: Guk egina [Informazioaren Gizartearen inkesta-Familiak](#) (Eustat) inkestaren datuetatik abiatuta.

Oro har, egoerak eskatzen du eremu digitalaren desparekotasunak berriz ere kontzeptualizatzea, aukeretatik haratago eta eten digitaletik haratago konpondu beharreko gaiaren nondik norakoen birdefinizio bat, gogoetara gaitasunak ekarriz aukeren aurrean, eta faktore sozialak faktore digital edo teknologikoen aurrean.

Joerak

Etorkizunean, Interneten sartzeko aukerek garrantzia galduko dute, eta gaitasun edo kompetentzia digitalak azpimarratuko dira, gero eta gehiago. Horiek izango dira parte-hartze kulturean desberdintasunak markatuko dituztenak. Gainera, parte-hartze desorekatua oraindik konpontzeke egongo da, eten digitalak ez ezik, eten sozialak ere eragin duena.

2.3. Eremuen aniztasuna eta joeren aniztasuna: kultura erreproduzigarria eta zuzeneko kultura

Eduki digitalak erakusgai jartzeko eta banatzeko ahalmena desberdina izan da, eta hala izaten jarraitzen du, dagokion eremuaren arabera. Kultura erreproduzigarriaren eta zuzeneko kulturaren arteko aldea funtsezkoa da ildo horretan.

Esaterako, EAEko Internet erabiltzaileen artean oso ohiko da ingurune digitalean musika erregistratua entzutea (% 71)¹; kontzertuetara, dantzara, antzerkira edo zuzeneko beste ikuskizun batzuetara sartzeko joera, aldiz, nabarmen apalagoa da (% 23,7). Ondarearen eremuan ere, museo, erakusketa eta/edo monumentuetarako bisitaldi birtualak egiten dituztenak % 16,3 baino ez direla detektatu da.

Eremu desberdinetako obra, produktu edo esperientzia kulturalen izaera desberdinak markatu du eraldaketa digitalen bilakaera.



- Ikus-entzunezko, musikako eta literaturako obretarako sarbide digitala aurreratuago dabil gainerakoen aldean, banaketa, merkaturatzea eta emanaldiak zeharo birkonfiguratu ondoren.
- Ikuskizun eszenikoetarako sarbide digitala neurri txikiagoan eraldatu da, ildo horretan.
- Digitala ondarearen eremuan integratzeari dagokionez esperientzia fisikoaren hobekuntza nabari behar da bereziki, in situ teknologien bitartez.
- Arte bisualaren alorrean, obren nolabaiteko erreproduzigarritasuna gorabehera, produktua (benetakotasuna, originaltasuna, etab.) eta esperientzia fisikoa funtsezkoak dira.

Horregatik, konfinamenduak oso inpaktu desberdina izan du sektore bakoitzean: sarbide digitalik apenas zegoen sektoreetan talka handiagoa izango zen, eta, horren ondorioz, formatu berriak aurkezteko interes handiago bat sortuko zen, eta praktika digital berriak publikoen artean. Sarbide digitala ohikoagoa den sektoreetan, aldiz, aurreikustekoa da praktikak mantendu eta pixka bat sendotu izana, abiapuntuko sartze-maila altua zela aintzat hartuta.

2.3.1 Eduki kultural erreproduzigarriako sarbidea indartzea

Elogia agentziak Espainian egindako → **azterlanaren** emaitzek aditzera ematen dute, beren mugak gorabehera, alde aurretik eragin handiagoa zuten kultura-ohitura digitalak indartu direla konfinamenduaren ondorioz,² eta erabiltzaile berrien artean, aldiz, hazkunde apalago bat izan dutela. Datuak joeretara hurbiltzeko dira erabilgarri, mantentzearen garrantziari, maiztasunen hazkundeari eta erabiltzaile berriei begiraturaz. Zehazki:

- **Online prentsak** % 84ko eragina lortu du: % 3 erabiltzaile berriak dira, % 45ek maiztasuna handitu dute, eta % 36k *online* prentsa kontsultatzen jarraitu du konfinamenduan, lehengo maiztasun berberarekin. Azpimarratzekoa da % 4k adierazi dutela aldi horretan utzi diotela *online* prentsa irakurtzeari.
- Herritarren % 83 **ikus-entzunezko edukien** plataformetan sartzen da.

- Berriz ere % 83 hori antzeko proportzioen batura da: % 4k erabiltzaile berriak direla diote, eta erdiak, berriz, erabilera-maiztasuna areagotu dutela. Jarduera bertan behera uzten dutenak ere % 4 dira kasu honetan.
- % 74k **musika entzuten dute** plataforma digitalen bitartez, aurreko bi praktiken pixka bat azpitik. Erabiltzaile berrien % 2tik eta erabilera handiagotu dutenen % 29tik abiatuta osatu da % 74 hori, kasu honetan. Hortaz, hobetzeko marjina praktika horretan izan da txikien.
- **Podcasten** eta **audioliburu**en eremu ez hain ohikoa ere aztertzen da normalean, eta joerak kontrastatzeko da lagungarri. Are urrunago dabil eraginari dagokionez (% 46), baina garrantzitsua dela berretsi da. Hala eta guztiz ere, erabiltzaile berrien ehuneko handiena dauka (% 7), eta maiztasuna handitu dutenak % 15 dira.

Nabarmenezkoa da erabiltzaile berrien garrantzia urria dela oro har, *podcast* eta audioliburuaren alorrean izan ezik. Aldez aurretik eragin handiago bat duten kultura-ohitura digitaletan nabarmen haztea oso zaila dela dioen ideia berrestera datoz emaitza horiek. Zenbaki absolututan jende kopurua handia sumatzen da, baina zenbaki erlatibotan erabiltzaile berri horiek ez dira asko.

Maiztasunen hazkundera handiagoa da, ordea, egungo testuinguruan kultura-eskaintza honek betetzen duen beharraren adierazgarri. Hala eta guztiz ere, hainbat eta hainbat pertsonaren sarbide-mailak mantendu dira Covid-19aren aurreko mailetan, eta konfinamenduaren egoera izugarri ezohikoak ere bere mugak badituela aditzera ematen du horrek.

2.3.2 Zuzeneko eta ondarezko edukietarako sarbide digitala bultzatzea

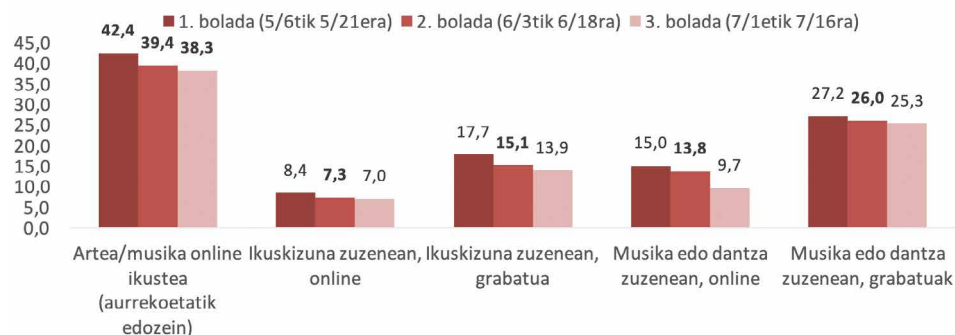
Praktika digitalen artean hedadura txikiena duten eremuek interes berezia dutela aintzat hartuta, **betidanik analogikoak eta/edo zuzenekoak izan diren edukietarako sarbidearen** fenomenoak arreta berezia eskatzen du, antzerkian, kontzertuetan edota museoetarako, erakusketetarako edo ondarezko lekuetarako bisitaldietan eskaintzen diren edukietarako sarbideak adibidez.

2. Ehunekoak zuhurtziaz irakurri behar dira, kontuan hartuta *online* lagin baten aurrean gaudela eta eten digitalak hautaketa nabarmen baldintzatzen duela. Ildo horretan, Interneten erregulartasunez sartzen diren herritarren berri ematen dute datuek, herritar guztien berri baino gehiago.



DCMS departamentuko panelaren → **azterlanari buruzko datuek aditzera ematen dutenez**, artea online ikustea izan zen hedadura apalenerako praktika, kontuan hartzeko moduko eragina izan zuen arren: maiatzean % 42,4k adierazi zuten azken lau asteetan horretan jardun izana. Konfinamenduak areagotu zuen ikuskizunak online ikusteko joera, bereziki grabatuak zuzenean emandakoak baino, eta neurri handiago batean musikarekin edo dantzarekin lotutakoak gainerako guztiak baino.

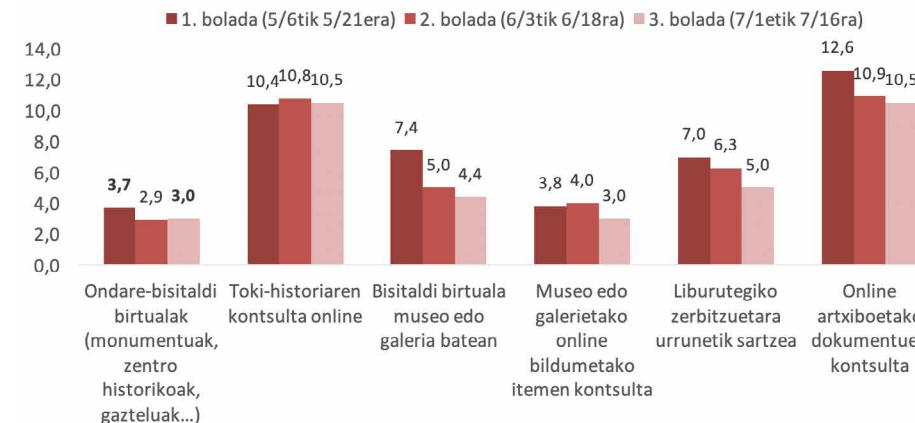
4. GRAFIKOA ZUZENEKO EDUKIETARA SARTZEKO HAINBAT KULTURA-PRAKTIKAREN ERAGINA KONFINAMENDU-GARAIAN



Iturria: Guk egina honako azterlan honetako datuetatik abiatuta: [Taking part Web Panel Data: Engagement during the Covid-19 pandemic](#) (Department for Digital, Culture, Media & Sport, DCMS)

Ondarearekin lotutako *online* jarduerak, berriz, % 3tik % 13ra bitarte izan ziren maiatzean, jarduera motaren arabera.

5. GRAFIKOA ONDAREZKO EDUKIETARA SARTZEKO HAINBAT KULTURA-PRAKTIKAREN ERAGINA KONFINAMENDU-GARAIAN



Iturria: Guk egina honako azterlan honetako datuetatik abiatuta: [Taking part Web Panel Data: Engagement during the Covid-19 pandemic](#) (Department for Digital, Culture, Media & Sport, DCMS)

Zuzeneko zein ondarezko edukiekin lotutako jarduerak izugarri igo ziren hasieran, baina bilakaera zertxobait negatiboa izan zuten denborak aurrera egin ahala, eta gero eta jende gutxiago erakarri zuten beraz, beharakada arina izanik nolani ere, ez bat-batekoa, inondik inora. Salbuespenaren barruan egoera normaldu ahala, praktikatzailerako kopuruak behera egin zuten neurri batean, baina askok eta askok eutsi egin zioten, denborarekin praktika horietara nolabait egokitu izanaren adierazgarri.



2.3.3 Estaldura digitalaren ahalmena muga fisikoen aurrean

Horrelako praktketan parte-hartze kultura izateko aukera, esperientzien zuzeneko izaeraren mendekoa da erabat, eta nekez ordezkatu daiteke, baina bada publiko bat interesatuta dagoena eta formula berriak probatzeko prest dagoena, salbuespen batean behintzat.

Horretan bada nabarmendu beharreko zerbait: eta salbuespen hori normaltasuna bada kolektibo jakin batzuentzat? Salbuespenak, funtsean, publikoaren mugitzeko eta zuzeneko esperientzietara bertaratzeke ezintasunarekin dauka zerikusia. Covid-19ak salbuespen hori orokor bihurtu duen arren, kolektibo sozial jakin batzuek edo bizi-zirkunstantzia jakin batzuetan dauden pertsonak lehendik ere izaten zituzten (eta gerora ere izango dituzte) mugitzeko eta zuzeneko esperientzietara bertaratzeke zailtasunak, pandemiatik aparte ere.

Besteak beste, gaixoeak, adinekoak, beren kontura beste mendeko batzuk (adin txikikoak edo adinekoak) dituzten pertsonak, astialdi urria duten pertsonak, landa-inguruneetan bizi direnek... guztiek ere mugak aurki ditzakete, mugikortasunean eta/edo zuzeneko esperientziaz gozatzeko aukeretan.

Publiko hori orokor bihurtu da Covid-19a agertu zenez geroztik, eta horrek errealitate hori azaleratzen lagundu du, horrelako hainbat ekimen benetan arrakastatsu izanik: arte bisual digitalizatuarekin hasi eta *streaming* bidezko kontzertu eta obretaraino, digitalki paketatutako mota guztietako edukiak ahaztu gabe. Ildo beretik, proposamen hibridoak ere loratu dira formatu fisikoa eta digitala uztartuz, eta, bide batez, kultura-agenteei mesede eginez, leiho zabalago bat irekitzeko bidean.

Azkenik, aipatzekoa da zuzeneko emanaldiekin lotutako esperientziak ugariak izan badira ere, produkzioen kalitatea zalantzarria izan dela kasu askotan. Kontuan hartzekoa da baldintzak ez zirela egokiak grabatutako edo zuzeneko *online* emanaldien eskaintza bat garatzeko. Eta kontuan hartzekoa da, halaber, esperientziarik eta baliabide digitalik eza eta beste zenbait faktore oztopo izan direla egokitzapena errazteko bidean.

Joerak

Covid-19ak haustura moduko bat suposatu du digitalizazioa oraindik urria zen sektoreetan.

Hainbat pertsonak praktika berriak esperimentatu dituzte (batzuek praktika horiei balio handiago bat emateko aukera ere izan dute, premia-premiazko ondasunak diren heinean), eta sektoreko agenteek gaitasun eta interesak garatu dituzte ingurune digitalean.

Eskaintzaren eta eskariaren osagai horiek guztiek errealitate berria osatuko dute, eta proposamen eta entzule berriei atea irekiko diete.

2.4. Merkataritza elektronikoa kulturean

Kultura-praktika digitalen artean, merkataritza elektronikoarekin lotutakoek atal propio bat merezi dute.

Euskadin, urtebeteko aldian Internet bidez erosi dutenen ehunekoa (orokorrean, ez soilik kulturean) ia hiru aldiz hazi da azken hamarkadan, 2010ean % 20,8 izatetik 2020an % 55,4 izatera³.

Kultura-merkataritza elektronikoaren alorrean bereizi beharra dago produktu fisikoen erosketaren eta deskargako edo streaming bidezko zerbitzuetara harpidetzearen artean. Fenomenoaren ideia orokor bat egiteko, etxeetako IKTen Erabilerari eta Ekipamenduari buruzko Inkestaren (2020) datuek honako hauek ematen dituzte aditzera:

- **Produktu fisikoen erosketari** dagokionez, azken 3 hilabeteko epean elkarrizketaren uneaz geroztik, emaitzek aditzera ematen dute film edo serieen erosketak % 1,3 izan zela (DVD edo Blu-ray), musika-erosketak % 2,3 (CDak edo biniloak), eta liburu, aldizkari edo egunkarien formatu fisikoan erosketak % 17,3, hurrenez hurren.



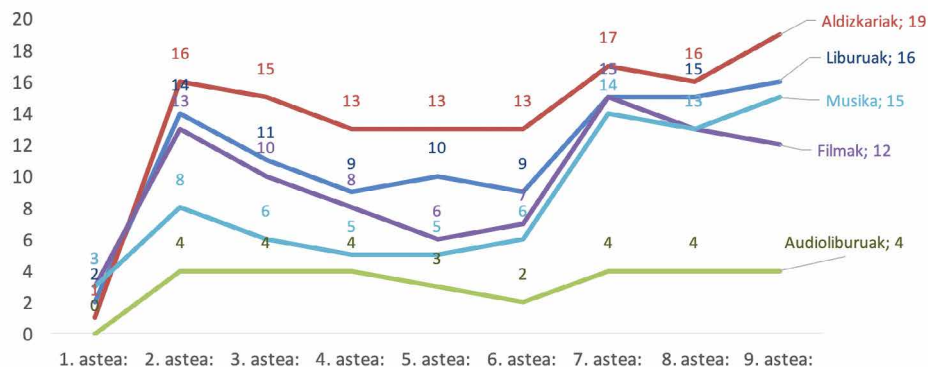
— **Deskarga- edo harpidetze-zerbitzuekin** lotutako merkataritza elektronikoa dagokionez, elkarrizketa egin ondoko 3 hilabeteetan egindako erosketetan soilik, nabarmentzekoa da filmak edo serieak (% 24,9) kategoria guztien gainetik (kulturalak izan edo ez) kokatu direla. Liburu, aldizkari edo egunkariak % 14,4 berenganatu dute, eta musikak, berriz, % 12,1.

2.4.1 Kultura-euskarri fisikoen erosketak digitala

Bezero digital bat sendotu izanak aldaketak ekarri ditu, ez bakarrik salmentakanaletan, baita produktu edo zerbitzu motan ere. Euskarri edo jabetzak erosi beharrean sarbide-zerbitzuak ordaintzeak kontsumo-dinamika aldarazi du sektore jakin batzuetan, musikan, ikus-entzunezkoetan, liburuan edo prentsan adibidez.

CI-PEC zentroaren datuen arabera, kultura-euskarri fisikoen asteko erosketak izugarri igo zen konfinamenduko lehen bi asteetan, eta hasieran baino altuago mantendu zen, gorabehera txiki batzuekin:

6. GRAFIKOA KULTURA-EUSKARRI FISIKOETAKO PRODUKTUEN EROSKETA DIGITALAREN ERAGINA KONFINAMENDUKO ALDIETAN



Iturria: Guk egina, honako azterlan honen datuetatik abiatuta: "Digital Culture Consumer Tracking Study" (Creative Industries Policy & Evidence Centre, CI-PEC)

*Asteak ez dira ondoko ondokoak. Jatorrizko txostenean data zehatzak kontsultatzeko aukera dago.

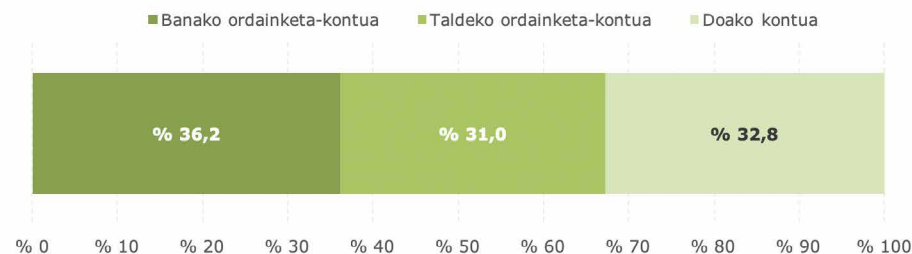
Nolanahi ere, euskarri fisikoen erosketak digitala nabari den eragin positibo hori testuinguruan jarri behar da berriz ere: kultura-produktuen erosketek izugarriko beherakada izan dute oro har, establezimendu fisikoen itxialdiaren ondorioz, eta ez dira guztiz konpentsatu. Hala eta guztiz ere, erosketak digitalen ehunekoetan nabari diren igoerek estrategia horren pisua eta garrantzia jartzen dute agerian, eta, batez ere, haren ahalmena: ikus daitekeenez, hasiera batean bat-bateko gorakada nabari zen horrelako produktuen erosketak elektronikoa, eta joera hori neurri handi batean mantendu da denboran, ohitura horiek normalizatzeko edo gauzatzeko lagungarri izan litekeena.

Eraldaketa berri baten aurrean gaude, eta horrek aldaketak dakartza ohiko banaketa metodoetarako, garraio- eta logistika-enpresek kultura-balioaren katean garrantzia hartzeko mesede eginez.

2.4.2 Streamingari lehentasuna ematea

Kultura-edukietan sartzeko plataforma digitalen testuinguru espezifikoan, → **EAEko parte-hartze kulturalari buruzko inkestak (2018)** % 29,9aren eragina nabarmendu zuen herritar guztien artean, eta % 39,6aren eragina Interneten sartu ohi direnen artean. Horiei dagokienez, lehenik eta behin nabarmendu behar da ordainketa-kontuak maioritarioak direla (3tik 2). Zehazki, banako ordainketa-kontuak guztien % 38,3 dira, talde-ordainketa-kontuak % 29,4, eta doakoak % 32,3, hurrenez hurren.

7. GRAFIKOA KULTURA-EDUKIAN SARTZEKO PLATAFORMAREN BATEAN HARPIDETUTAKO PERTSONAK KONTU MOTAREN ARABERA (%)



Iturria: Guk egina honako honen datuetatik abiatuta: 2018ko EAEko parte-hartze kulturalari buruzko inkesta (KEB)

→ **CI-PEC zentroak** konfinamenduan egindako azterlanaren luzetarako datuek ahalbidetzen digute *streamingaren* eta sartzegatik ordaintzearen aldeko joera hori berresteko:

- *Streamingaren* aldeko joera deskargari nagusitzen zaio, baina azken hori mantentzen da nolahi ere. Esaterako, 1. astean musika-deskargak % 23 izan ziren eta *streaming* bidezkoak % 43; 9. astean, berriz, musika-deskargak % 30 izan ziren, eta *streaming* bidezkoak % 60. Emaitzak antzekoak dira film eta serieetarako.
- Musika eta filmetan bereziki, baina liburu, audioliburu eta aldizkarietarako ere bai, sarbideen % 50 ordainketa bidez gauzatzen dira, gutxi gorabehera. Musika eta filmetan, kasuen % 70etik gora dira ordainketak. Doan edo libreki eskainitako edukietarako sarbideek osatzen dute bigarren zati handia.
- Legez kontrako edukien deskargak ez dira oso esanguratsuak oro har, baina egon badaude, eta alde txiki batzuekin *streamingaren* (gutxiago dira legez kontrako iturrien bidez sartzen direnak) edo deskargaren (gehiago dira) artean. Musikaren eta filmen kasuetan, legez kontrako iturrien bidezko sarbidea pixka bat apaldu zen lehen astetik aurrera, eta liburu, audioliburu eta aldizkari digitaletarako ehunekoetan, berriz, gorabehera gehiago nabari dira denborak aurrera egin ahala. Kasu guztietan, sarbideen % 80 baino gehiago legezkoak dira erabat, eta legezko eta legez kontrako iturrien nahasketa handiagoa izaten da sarri, legez kontrako iturrien bidez soilik sartzen direnen proportzioa baino.

Streaminga lehendik ere praktika nagusietako bat zen musikaren eta bideoaren alorrean Interneteko erabiltzaileen artean. Pirateria baztertzeko gauza izan zen, eta kontsumo-dinamika berri oso bat sortu du, sarbideari lehentasuna emanez jabetzaren aurretik, bertsio libreak eta ordainketa bidezkoak uztartzen dituzten negozio-ereduen eskutik. Nagusitasun hori sendotu da Covid-19aren eraginez, eszenan toki bat egin nahian eskaintza plataforma berrien eskutik zabalitzen ari zen une batean, adituek "plataformen burbuila" eta "streamingaren gerra" ere deitu izan dioten fenomeno baten erdian.

Joerak

Merkataritza elektronikoaren goranzko bilakaera itzel hori, eskaintzarentzat zein eskariarentzat sortzen duen interesaren erakusgarri da. Pandemia-egoerak joera horri beste bultzada bat eman dio, baita kultura-eremuan ere.

Edukien berritasuna eta sarbide eroso, malgu eta indibidualizatua dira kontsumo-eredu berrien bereizgarriak. Kultura-ohituretan, gero eta gehiago izango dira sarbide-zerbitzuak lehenetsiko dituztenak, jabetza eta bildumen garrantziaren kaltetan.

Testuinguru horretan, monetizazioa da erronka nagusia kultura-sortzaileentzat, eduki digitalaren monetizazioa bereziki.

2.5. Internet baliabide aktibo eta interaktibo gisa: erabiltzailearengan zentratutako begirada bat

Gaur egun, Internetek kulturen duen eraginari buruzko eztabaidetan, *streamingaren* eta banatzaile handien bitartez eduki digitaletan sartzeko plataforma handiak izan ohi dira arretagune nagusia.

Hala eta guztiz ere, eraldaketa digitalak, beste ingurune bat ez ezik, dinamika eta filosofia desberdin bat ere ekarri du berekin. Internetek eta testuinguru digitalak beste aukera batzuk eskaintzen dituzte, eta horren erakusgarri dugu arte-adierazpenak eta interakzioa zenbateraino garatzen ari diren norberaren edo besteren, amateurren edo profesionalen, arte-materialen kontura. Ikus-entzunezkoen edo musikaren kontsumoa baino neurri txikiagoan hedatu dira ohitura horiek, baina sorkuntzarekin eta interakzioarekin lotutako jardunbideek eragin nabaria dute Interneten sartu ohi diren pertsonen artean:

8. GRAFIKOA OHIKO INTERNAUTEN ARTEAN KULTURA-PRAKTIKA DESBERDINEK SARE SOZIALETAN DUTEN ERAGINAREN RANKINGA (%)



Iturria: Guk egina honako honen datuetatik abiatuta: 2018ko EAEko parte-hartze kulturalari buruzko inkesta (KEB)

- Horien % 24,5ek beste autore batzuen material artistikoa partekatzen dute, eta % 16,2k material propioa.
- Beste artista profesional edo afizionatu batzuen aurkikuntzak eta/edo horiekiko harremanak % 20,6ko eragina dauka.
- % 15,9k sare sozialetan idazten dute eta hausnarketa pertsonalak partekatzen dituzte, % 13,5ek kultura-gaiei buruzko foroetan parte hartzen dute, eta % 8k webgune edo blog pertsonaletan idazten dute.

Ikuspegi ebolutibo batetik, etxeetako IKTen erabilerari eta ekipamenduari buruzko inkestak aditzera ematen du Euskadin, 2019. urtean, 16 urtetik 74 urtera bitarteko herritarren % 23,7k eduki propioak partekatu zituztela (testua, argazkiak, bideoak, musika, softwarea...) elkarrizketaren aurreko 3 hilabeteetan; 2020an, berriz, % 31,6 izan ziren. Hortaz, arte- eta kultura-adierazpenek eragin eta aurrerapen handia izan dute Interneten, konfinamenduek baldintzatutako urtean.

espresioa eta sormena ez dira kultura-praktika digitalen osagai garrantzitsu gisa nabarmen hazi diren bakarrak, **prestakuntzak** eta **informazioak** ere egin dute gora. Inkesta horrek honako hauek ere atzeman zituen:

- 2019an, pertsonen % 26,5ek erabili zuten *online* ikastaro osoa ez zen *online* ikaskuntza-materiala; 2020an, berriz, % 36k.
- 2019an, herritarren % 72,5 adierazi zuten berriak, aldizkariak edo aktualitate-aldizkariak online irakurtzen zituztela, eta 2020an, berriz, % 76,6k.

Logikoa denez, orain artean gutxiago aldatu diren eremuek eraldatzeko ahalmen handiagoa dute, eta gorago aipatutako datuak ideia hori berrestera datoz. Hau da, datu horien adibideari jarraikiz, normala da Internet informazio-bide gisa erabiltzeko joera % 4 baino igo ez izana 2019tik 2020ra bitarte (edo musika entzuteko joera % 4,7 igo izana); eduki propioak partekatzeko praktikek, berriz, ia % 8 egin dute gora, eta ikaskuntza informaleko jarduerak ia % 10.

Aldi berean, kontraesanean sartu gabe, kontuan hartzekoa da litekeena dela, lehendik hedatuen zeuden praktiketara, intentsitatea neurri handiagoan hazi izana herritarren artean, praktikaren maiztasuna baino gehiago. Hau da, litekeena da pertsonen konexio-ordu gehiago sartu izana, lehenagotik aritzen ziren horretan denbora gehiago sartu izana.

2.5.1 Ikasteko eta partekatzeko motibazioa

Motibazio sinbolikoen (autorrealizazio-beharrak), kulturalen (ikasteko edo ezagutzeko beharra), emozionalen (sentsazio berriak izateko eta errutinatik ateratzeko beharra) eta sozialen (beste pertsona batzuk aurkitzeko eta esperientzia haiekin partekatzeko beharra) artean bereizten duen eta KEBen → **Parte-hartze kulturala Euskal Herrian: moduak, arrazoiak eta inaktuak** txostenaren emaitzak aztertzeko lagungarri izan zen kontzeptuzko eredu horretan, honako bi hauek nabarmentzen dira:

- Motibazio soziala (esperientzia partekatzea) nabarmentzen da praktika digital aktiboetarako.
- Motibazio sinboliko eta kulturala (autorrealizatzea eta ikastea) nagusitzen da praktika digital harkorretarako.



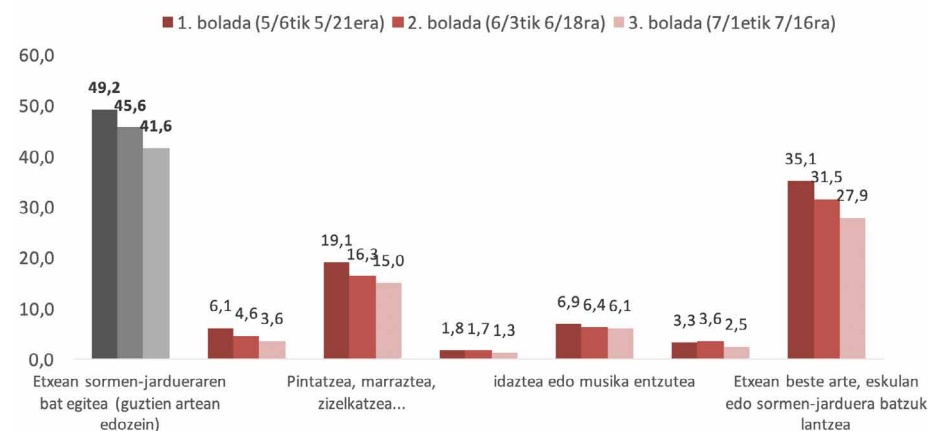
Emaitza horiek adierazten eta oinarritzen dute ingurune digitalaren espezifikotasuna, eta agerian jartzen dute parte hartzeko modu desberdinak ez direla baliokide funtzionalak, premia kulturalak gogobetetzean. Pertsonak sari desberdinak bilatzen dituzte parte hartzeko modu desberdinen bitartez, eta Internet ingurune bereziki erakargarri bat da, ikasteko eta partekatzeke. Izan ere, proposamenak esploratu eta aurkitzeko aukera ematen du, eta horixe da haren ezaugarri nagusietako bat, erraz sartzeko moduko erakusleiho bat izatea alegia; eta, ezaugarri horri esker, parte-hartze kulturalako dinamika berri bat sortzen da, herritarrentzat zein sektoreko agenteentzat.

2.5.2 Sortzeko eta partekatzeke ohitura

Interneten kultura-erabilera bultzatzen duten logika berrien garrantzia azpimarratzeko, → **DCMS departamentuko panelaren azterlanak** honako hauek ematen ditu aditzera:

- Konfinamenduan zehar, **sormen-jarduerak izugarri barneratu dira etxeetan**: maiatzean, % 49,2k adierazi zuten etxean sormen-jardueraren bat egin izana. Arteen, eskulanean eta etxeko bestelako sormen-jardueren kategoria nabarmentzen da bereziki, baita pintura, marrazkia, estanzazioa edo eskultura ere.

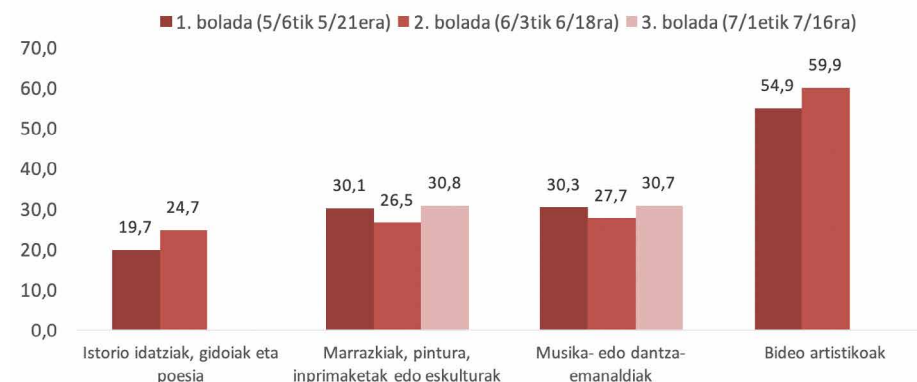
9. GRAFIKOA. SORMEN ETA ADIERAZPEN ARTISTIKO ETA KULTURALEKO PRAKTIKEN ERAGINA KONFINAMENDUAN (%)



Iturria: Guk egina honako azterlan honetako datuetatik abiatuta: [Taking part Web Panel Data: Engagement during the Covid-19 pandemic](#) (Department for Digital, Culture, Media & Sport, DCMS)

- **Interneten material propioa partekatzeke joera**. Nabarmentzekoa da beste jarduera batzuetan (musika jotzea, literatura-testuak idaztea, bideoak egitea edo dantzatzea) herritarren proportzio txiki batzuek soilik jardun zuten arren, horietako askok beren kreaioak Internetera igo zituztela: idazkuntzaren kasuan, % 20ek, pintura eta marrazkiaren eta musika eta dantzaren alorretan % 30ek, eta bideoen kasuan % 55ek, hurrenez hurren. Ratio horiek mantendu ziren edo pixka bat gora egin zuten maiatzaz geroztik, ekaineko eta uztailera arte.

10. GRAFIKOA. EDUKI ARTISTIKO EDO KULTURAL PROPIOA INTERNETEN PARTEKATZEKE PRAKTIKEN ERAGINA KONFINAMENDUAN, EREMUEK ARABERA



Iturria: Guk egina honako azterlan honetako datuetatik abiatuta: [Taking part Web Panel Data: Engagement during the Covid-19 pandemic](#) (Department for Digital, Culture, Media & Sport, DCMS)

*Jarduera mota bakoitza egiten duten pertsonak dira ehunekoen oinarria. Idazkuntzaren eta bideoaren 3. boladarako daturik ez da erakutsi, lagin txikiak direlako.

Fenomeno honekin batera, irudi osoago bat lortzeko CI-PEC zentroaren → **2020ko abuztuko txostenaren datuei erreparatzea komeni da**: pertsonak inoiz baino eduki digital gehiago sortu (bideoa, audioa, argazkiak, idazkiak) eta partekatu dituzte, hainbat aplikaziotan: Instagram, YouTube, TiKTok, Facebook, Pinterest...

Zehazki, % 21ek adierazi dute sarriago egin dutela, eta % 17k lehen aldiz egin dutela. Gainera, lehen aldiz egin zuten ehunekoa handiagoa izan zen 55 urtetik gorakoen artean gazteen artean baino.

Errealitate hori ulertzeko, produktore eta kontsumitzaileen arteko harremanetan *prosumerrak* betetzen duen zereginetik haratago begiratu behar da, figura hori kultura-kapital handiko kultura-publiko leialekin estu lotuta baitago. Praktika hauetan, biztanleriaren beste segmentu batzuk biltzen dira: beren kabuz gauzatzen dituzte adierazpen artistiko eta kulturaleko praktikak, Internetek eta teknologia berriek ikasteko, sortzeko eta/edo partekatze eskaintzen dituzten aukerak aprobetxatuz.

Joerak

Sare sozialen erabilera, testuan, bideoan edo argazkian oinarritutako edukitik haratago doa, eta eduki horrekiko interakzioa dakar, baita haren sorkuntza eta trukea ere.

Internet bada dagoeneko informazio-bide nagusia, eta gero eta gehiago izango da prestakuntza eta ikaskuntza kulturaleko bide informal bat, baita herritarren adierazpen eta interakzio kulturalerako bide bat ere.

2.6. Parte-hartze kultural digitaleko joera ezezagunak

Kulturaren administrazio publikoaren funtzionamenduaren eta egituraren arabera, sektoreak funtsezko zeregina betetzen du kultura-bitartekari gisa, eta horrek kultura-politiken orientazioa baldintzatzen du, baita baliabideen esleipena ere; horregatik, hainbat praktika agente tradizionalago horien radarretik kanpo gertatzen dira. Azken aldaketak belaunaldi berrien eskutik iristen ari zaizkigu, eta modu alternatiboetan gertatzen dira, espazio desberdinetan. Joera horietako asko oharkabean pasatzen dira.

Gainera, hainbatentzat zaila da oraindik praktika jakin batzuk kulturaltzat jotzea, nahiz eta, argi eta garbi, kultura-jardueraren eremuan sartzen diren, txosten honetan aurkeztu ditugunak adibidez. Eredu digitaleko parte-hartze kulturala

bigaren mailako fenomenotzat jotzen da normalean, garrantzi txikiagoa ematen zaio. Eta judizio subjektibo bat dago begirada horretan; horren arabera, jarduera jakin batzuk kulturalak dira berez, eta pribilegio hori merezi dute, aisiarekin eta entretenimenduarekin lotzen diren beste batzuen kaltetan.

Pertzepzio sozial horrek ez du bakarrik sektorearen eta administrazio publikoaren agenteengan eragiten, publikoetan ere badu eraginik, subjektiboki ez dutelako uste kultura-praktiketan dabiltzanik, nahiz eta, objektiboki, balio eta adierazpen artistiko edo kulturari lotutako jarduera bat eragiten ari diren (serie bat online ikusten, adibidez)⁴.

Horrek guztiak agerian uzten du agente kulturalen eta agente digitalen arteko bereizketa, eta horren atzean egon daiteke, batetik, bi eremuak onetsita ez egotea oinarri komun beraren gainean, eta, bestetik, trebetasun eta ezagutza digitalik eza, agente kulturalen aldetik kasu honetan.

Kontuan hartzekoa da sektoreko kultura-ohituren eraldaketa digitalak egun duen maila "kultura-sektorea gorabehera" lortu dela eta ez "kultura-sektoreari esker": kultura-ohitura digitalak eraldatu dira konpainia teknologiko handien jardunaren ekimenez, konpainia kulturalen ekimenez baino gehiago. Lurralde bakoitzeko agente kulturalak ez dira protagonistak izan, eta aldaketari aurrea hartzeko gauza ere ez dira izan; gainera, erresistentzia-estrategiak ere garatu dituzte hasiera batean.

Edonola ere, pertzepzioetatik eta eztabaidetatik haratago (zer da parte-hartze kulturala?; zergatik?), kasu guztietan (nola eduki kulturala sortu eta partekatze ohituran, hala serieak eta filmak *streaming* bidez ikustekoan), adierazpen eta balio artistiko edo kulturala dakarren jarduera bat gertatzen ari da.

Joera horiek soilik kulturalak diren moduen arabera kontzeptualizatu eta detektatzeak bide eman behar du kultura-eskubideak hobeto garatzeko. Hau da, agerian utzi behar du beharrezkoa dela ingurune digitala ulertzea pertsonen parte-hartze kulturalaren funtsezko atala den heinean, ekitaldietara bertaratzetik edo establezimenduetan erosketa kulturalak egitetik haratago.

⁴ Pertsonen beren parte-hartze kulturalaren mailaz dituzten pertzepzioak dauzkagu fenomeno horren erakusgarri. Kulturaren Euskal Behatokiaren [Kultura Ohiturei buruzko Panelean](#) emaitza bat errepikatzen da behin eta berriz: pertsonen beren parte-hartze kulturalaren aldaketan gainean duten pertzepzio subjektiboa bat dator parte-hartze fisiko edo analogikoaren bilakaeraren adierazle objektiboekin, baina ez parte-hartze digitalaren adierazleekin. Hau da, beren parte-hartze kulturala denborarekin nola aldatzen den gogoeta egitean, jarduera fisiko edo analogikoetan duten parte-hartzea nola aldatzen den dute gogoan, zehazki. Izan ere, espezifikoki parte-hartze harkorreko jarduera fisiko edo analogikoak dituzte gogoan, eta ez arte-praktika amateur edo aktiboak. Gogora ekarri behar da, ildo horretan, osagai aktiboak (sortzailea eta interaktiboa) funtsezkoa dela Interneten erabilera kulturalean.

2.6.1 Digitala ikerketetan txertatzea

Ikerketaren eta politika publikoen ikuspegitik ere zailtasunak daude eremu digitala eta eremu kulturala integratzeko. Pixkanaka inposatzen ari diren aurrerapenak gorabehera, kultura-ohiturei buruzko ikerketa askotan begirada mugatzaileari eusten zaio oraindik, parte-hartze kulturalaren alorrean izan daitezkeen modalitate guztiak ulertu ezinean, praktika digital zein analogikoak barne, eta parte-hartze harkorreko jarduerak (sarbidea eta kontsumoa) zein parte-hartze aktiboa eta interaktiboa (adierazpen artistiko eta kultural *amateurra*, ikaskuntza informala...) barne.

Gaur egun belaunaldi gazteak bereziki garrantzitsuak dira, prestakuntzan dauden kultura-publikotzat jotzen direnez ikerketatik kanpo utzi ohi direnak, azterlanen unibertsoak 15 edo 16 urtez gorakoentzat mugatuta. Etorkizunean ikusiko ditugun aldatetako askok belaunaldi-izaera dute. Kultura-ohiturak sortzeko garaian Covid-19aren eragina izan dutenek bereziki, kultura-ohiturak berez garatuko zituzten, eta erabateko naturaltasunez barneratu.

Azkenik, nabarmentzekoa da ia ez dela ikerketa bat ere egin ohitura digitalen inguruan, ingurune horretan bertan sortutako datuak ustiatuz *big data* analisiaren ideari jarraikiz. Inkesta eta galdeketa demoskopikoak dira, oraindik ere, informazioa sortzeko estrategia nagusia.

Hau da, dagoeneko eskuragarri dauzkagun datuak eta aurrerapenak gorabehera, ezer gutxi dakigu kultura-ohituren dimentsio digitalari dagokionez.

Joerak

Sektoreak eta haren agente guztiak aldaketa digital bat esperimentatu dute, oharkabean eta nahitaez, eta kultura-ekosistemaren dinamikak berak sorrarazten duen inertiak aldaketa eta hura aintzat hartzea oztopatzen du, erresistentzia-estrategiei mesede eginez.

Covid-19ak berriz ere mahaigaineratu du gertaeren indarrez aurrera egin beharra, eta hori lagungarri gerta daiteke agente kulturalen eta digitalen arteko bereizketa gainditzeko. Aurrerapenak izango dira digitala txertatuko delako parte-hartze kulturalaren funtsezko eta berezko zati bihurtuz, baina, bidearen mendean egonik, sektorearen egokitzapenak motela izaten jarraituko du.



3. ABIAPUNTUA: ETORKIZUN DIGITALAREN AGINTEA HARTZEA

Lehenago **funtsezko hipotesi** bat aipatu behar izan dugu ezinbestean, **orain artean kultura-ohitura digitalak nola garatu diren ikusteko**, baina hori sakonagotik azaldu beharko litzatekeela uste dugu:

- **Eraldaketa digitala, osagai teknologiko sendoa duten konpainia globalen** eskutik etorri da.
- Salbuespenak gorabehera, **paralisia eta/edo erresistentzia izan dira kultura-agente** tradizionalen **erreakzioak** horren aurrean.
- Sektoreak ez du eraldaketa digitala gidatu, baina, lidergo horren faltan ere, **herritarrek beren kultura-ohiturak aldatu dituzte**.
- Eraldaketa digitalaren gainean **eztabaida mugatu** bat izan da indarrean, kultura erreproduzigarriaren eremuetan ardaztuta neurri handi batean.

Bizitza digitala bizitza kulturean integratuko da, ezinbestean. Parte-hartze kulturala bide digitalen bitartez ere gara daiteke, eta orain baino neurri handiago batean egingo du etorkizunean. Bide horretan, beharrezkoa da **eremu eta agente kulturalen eta teknologikoen arteko alde aurreko bereizketa gainditzea**.

Publikoei dagokienez, belaunaldi-joera nabaria da eraldaketa horretan, **eta gazteak dira aldaketa gidatzen dutenak** eta haren erakusgarri direnak. Horregatik **joera horiek oharkabean pasatzen dira** normalean. Hala eta guztiz ere, aurreikustekoa da adinez nagusiagoak diren herritarrek ohitura digital berriekin bat egingo dutela, konfinamenduko ohiturei buruzko datuek aditzera ematen dutenez.

Egiaztatu denez, **Covid-19aren aurretik ere publikoek ohitura digital berriekin esperimentatzen zuten, bide horretan aurrera eginez**. Une horretan, **erresistentzia eta eztabaida kultura-sektorearen barruan izaten zen soilik**. Eraldaketa digitalaren aurrean erresistentzia-estrategietarako tokirik ez dago, eta hori, aurreikus daitekeen bigarren alderdi batekin lotzen da: parte-hartze kultural digitalarekin zerikusia duen guztia sektoreko agenteen ekintzen zati bihurtuko da ezinbestean, baita herritarren ohituren zati eta politika publikoen zati ere, modu digitalak eta analogikoak berdinduz **eta digitala, gizartean eta erakundeetan orain artean izan duen bazterkeria-posiziotik ateraz**. Parte-hartze kultural digitala agenteen eta politika publikoen ekintzetan integratzeko interesik eta/edo kompetentziarik eza nabari da orain artean, baina pandemiak hori behin betiko aldatuko du, **gertaeren indarrez**.

Nahitaezko eguneratze hori gorabehera, kontuan hartzekoa da **edozein gertaera sozial iraganeko dinamiken mende dagoela eta dinamika horiek eraldatzea zaila dela**; gainera, sektoreak bere presioa egingo du eta horrek guztiak erraztuko du **dimentsio fisiko eta kolektiboaren zentralitatea** mantentzea. Horren aurrean, beharrezkoa da parte-hartze kultureko moduen aniztasuna ulertzea, eta bakoitzak bere ahalmena duela eta publikoen premia espezifiko batzuk betetzen laguntzen duela onartzea.

Zehazki, parte-hartze digitaleko moduei dagokienez, kultura-esperientzia partekatu, ikasi eta autorrealizatzearekin zerikusia duten premiak gogobetetzeko ahalmena. Horregatik, judizio subjektiboak saihestu behar dira, baldin eta kultura-ohituren artean hierarkiak ezartzen badituzte, hobeak edo txarragoak direla esanez goi-mailako kulturako edo legitimatutako kulturako estandarren batetik edota beste estandar batzuetatik. **Eremu digitalean ere betidanik analogikoak izan diren praktikak beste modu batean gauzatzen dira, eta horrez gain, praktika mota berriak ere garatzen dira**, ingurune digitalaren berezko ezaugarrietan oinarrituta: irekitasuna, interaktibitatea, parte-hartze aktiboa, etab.

Gainera, kontuan hartuta parte-hartze modu bakoitzak premia jakin batzuk gogobetetzeko ahalmen espezifiko bat daukala, **presentzialitatea garrantziko lehentasuna izango da berriz ere, publikoaren artean**. Presentzialitatea berreskuratzea onuragarria da, eta hori ez doa beste formatu batzuek beren tokia izatearen eta mantentzearen aurka.

Pertsona eta agente bakoitzak eraldaketa digitalen aurrean, eta zehazki Covid-19ak bultzatutakoen artean izango duen posizioa, bere **kompetentzia digitalen** arabera definituko da. Batzuk posizio hobe batean daude, testuinguru digitaletik beren mesederako probetxua ateratzeko gaitasun handiagoa duten heinean; gaitasun digital txikiagoak daukatenean, ordea, desabantaila hori izango dute, eta ez dira beren mesederako probetxu bera ateratzeko gauza izango.

Aldez aurretik adierazi dugunez, hori garrantzitsua izango da bai sektoreko agenteentzat bai herritarrentzat. Lehen baino gehiago, **eten digitalak inpaktu argia izango du pertsona edo agente bakoitzak egoeratik aterako duen erabilera- eta probetxu-kantitatean**.

Gauzak horrela, **monetizazio digitala erronka nagusia izango da**, kultura-sektorearentzat eta haren agenteentzat (sortzaileak batik bat, baina ez soilik). Areago oraindik kontuan hartzen badugu prekaritate ekonomikoa sektoreko egiturazko bereizgarria dela, Covid-19aren aurretik ere kontuan hartzeko modukoa zena.

Monetizazio-premia hori testuinguru jakin batean gertatu da: agente kulturalen ordez agente teknologikoak nagusitzen ari dira, edukien sortzaile eta banatzaile gisa. Agente horien negozio digitaleko ereduak etorrerak

goitik behera aldatu zituen eszenatokia eta joko-arauak: *premium* eta *freemium* harpidetza-ereduak; eskatu ahalako edukiak; dohaintza puntualak; publizitatearen diru-sarrerak; babesak; sarbide, deskarga edo ikuskaldi kopuruaren arabeko diru-sarrerak; *marketplaceak*; marka-enbaxadoreak... Covid-19ak gordintasunez erakutsi digu kultura-sektorea ez dagoela behar bezala prestatua ingurune digitalean modu ekonomikoki jasangarri batean garatzeko. Aldez aurretik ezer gutxi aurreratua zegoen eraldaketa digitalen alorrean, eta hori nekez gainditzeko moduko zailtasuna izan da orain, presentzialitatearen murrizketa larrien aurrean. Hala, murrizketak eta ingurune digitalen zentralitatea nagusi diren testuinguru honetan, eduki digitalak sortzen diharduten pertsonak berenganatu dute entzuleria digitalen arreta, eta beren jarduerarengatik diru-sarrera handiagoak ateratzea lortu. Agente kulturalen artean, ordea, eztabaida bizia sortu da doako edukiak eskaintzeko aukeraren inguruan, monetizazio digitalerako bitarteko eta baliabiderik ezaren erakusgarri.

Hori guztia abiapuntu gisa harturik, garrantzitsua da gertaeren deskribapenetik haratago joatea, eta pista batzuk eskaintzea, **egoera hori nola gandi daitekeen** ikusteko. Hurrengo atalean ("Kulturarako etorkizun digitaleko eszenatokiaren gakoak") helburu horri helduko diogu, eta hausnarketa global estrategikoa bat eskaintzen ahaleginduko gara.

4. KULTURARAKO ETORKIZUN DIGITALEKO ESZENATOKIAREN GAKOAK

Ohiko eredu soziologikoek aditzera ematen dutenez, pertsonen jarrera eta lehentasunak, haien ohiturak (maila mikrosoziologikoa), testuinguru edo egitura sozialekin lotuta daude (maila makrosoziologikoa). Eredu horren itzulpen espezifiko baten arabera, herritarren kultura-ohitura digitalak testuinguru eta ekosistema kulturalarekin lotuta daudela ondorioztatu beharko genuke. Bi mailek elkarri eragin diezaiokeite modu kausal batean: pertsonen banako ekintzek aldaketak ekar ditzakete makro mailan, baina alderantziz ere gerta daiteke, hau da, testuinguru makrosoziala aldatzeak pertsonen banako ekintza aldatzea dakar berekin, egokitzearen. Horregatik, **etorkizun digitalaren gakoak kultura-sektoreko erakunde, enpresa eta instituzioek garatzen dituzten ekintzetatik azter daitezke (eta hobe da horrela, sektore-gakoan), haiek baitira kultura-testuingurua aldatzeko gaitasuna dutenak, kultura-publikoek testuinguru horretan jardun eta erabakiak hartu behar dituztelarik.** Hau da, agente horien ekintzetan aurki daiteke etor daitezkeen aldaketen hazia. Garrantzizko ikuspegi bat da hori, kontuan hartuta, orain arte, sektore eta instituzio kulturek ez dutela parte-hartze aktibo eta erabakigarriki eduki aldaketaren buruan.

Etorkizuna nola izango den zehaztasunez definitzea ez da lan erraza, eta horretarako are ikuspegi zabalago bat beharko dugu, baina etorkizun hori markatuko duten mekanismoak iradokitzea gure esku dago nolana ere. Aldez aurreko joerak eta Covid-19ak bultzatutako joerak aintzat hartuz, **kulturarako etorkizun digitaleko eszenatokiaren zenbait gako zerrendatzeko eta ezaugarritzeko** moduan gaudela esan dezakegu.

Eraldaketa digitala bultzatzeko funtsezko alderdi batzuk dira, eta une honetan zein diren zehazteko moduan gaude. Kultura-sektorearen etorkizun digitala alderdi horien mendean dago. Ideia horren arabera, 4 gakoak elkarri lotuta daude, eta ikuspegi global batetik uler daitezke, nolabaiteko sekuentzia-izaera batetik.

1. gakoa: Ingurune digitala ulertzea

Digitalizazioak ez du eraldaketa digitala esan nahi

Digitalizazioa, adiera teknikoan, produktu analogiko edo fisiko bat digital bihurtzea da, mota guztietako ordenagailuen bitartez prozesatzeko modukoa. Aldiz, eraldaketa digitalak komunikazioaren eta informazioaren teknologia digitalak erabiltzea dakar, zerbitzuekin, produktuekin, antolamenduari edota negozio-ereduekin zerikusia duten eragiketarako lagungarri direnak.

Kontua eta asmoa ez da eraldaketa digitala bultzatzea, analogikoa digital bihurtzea, teknologia digitalei erabilera estrategiko bat ematea baizik, antolamenduan eta haren prozesu eta produktu zein zerbitzuetan sakonagoko aldaketak bultzatzeko. Eraldaketa digitalak, ingurumen digital berriak eskaintzen duen ahalmenetik abiatuta, erabiltzailea erdigunean jartzea dakar, eta harengana orientatzea.

Eraldaketa digitalak, digitalizazioak ez bezala, irudimen-, sormen- eta berrikuntza-maila handiago bat dakar berekin. Ulertu beharra dago kontua ez dela praktika fisiko tradizionalak praktika digitalekin ordeztzea, batzuk eta besteak elkarren osagarri egitea eta katalogoa proposamen berriekin zabaltzea baizik, egokituak ez ezik, desberdinak eta berritzaileak ere izango diren proposamenekin.

Esaterako, zuzeneko antzezpen baten esperientzia digitalki eraldatzeko lanak ez du inolako zerikusirik saio bat grabatu eta/edo emateko kamera finko bat jartzearekin: esperientziaren beste kontzeptualizazio bat dakar, ingurune digitalean soilik posible den balio espezifiko bat emanaz.

Kultura-premien estaldura digitalak bere mugak (eta potentzialitateak) ditu

Neurri batean aurreko puntuari lotuz, argi dago digitalizazioak soilik ezin ditzakeela (hala nahiko balitz ere, ezinezkoa litzateke) esperientzia fisiko jakin batzuk ordeztu. Esaterako, erakusketa birtual batek nekez gogobete ditzake gure kultura-premiak erakusketa fisiko batek egin dezakeen moduan, azken horren diseinuan mezu bat eta istorio bat baitago.

Obren digitalizazioaren jomuga nagusia kontserbazio-zereginak dira, eta interpretazio-haririk gabe aurkezteak ez du gaitasunik erakusketa fisiko baten esperientzia ordeztzeko.

Kultura-premien estaldura digitalak bere mugak baditu, baina erakundeen eraldaketa digitalean ahalmen handia dago, digitalizazio soiletik haratago. Gainera, berrikuntzarako toki zabala dago, oinarritzko esperientzia guztiz digital berriak sortzearen eskutik.

Erabiltzaile digitala: entzule mota berri bat

Erabiltzaile digitala bereizten da batez ere beste era batera kontsumitzen duelako, ez bakarrik gauza bera modu desberdinetan kontsumitzeagatik.

Teknologiari esker, erabiltzaileak beste rol bat har dezake, aktiboa eta interaktiboa, eta askok hala egiten dute.

Eduki digitaleko plataformek eta streamingak parte-hartze harkorreko dinamika berriak dakartzate, harpidetze modalitateekin, zerbitzuaren etengabeko fluxuarekin eta sarbidearen malgutasun eta erosotasunarekin. Obra edo produktuez jabetzeko interesaren osagarri izan daitezke horiek guztiak, eta interes hori ordeztzeko baliagarri ere izan daitezke, zenbait erabiltzailearen kasuan.

Ingurune digitalaren monetizazioa sektorearen erronka nagusia da jasangarritasunari dagokionez testuinguru berri honetan, eta horretarako funtsezkoa da publikoek eremu digitalean dauzkaten lehentasunak ulertzea, eskaintza haien premietara egokituz.

Osagai aktibo eta interaktiboaren zentralitatea gero eta handiagoa da ingurune

Interneten egiten diren praktika gehienek ez dute zerikusirik praktika kultural tradizionalekin, azken horiek zuzeneko esperientzian eta kultura-produktuen erosketan oinarritzen baitira. Horrek ez du esan nahi ingurune digitala eta praktika tradizionalekin uztartzeko modurik ez dagoela, premia jakin batzuk beste batzuk baino hobeto estaltzeko ahalmen espezifiko bat dagoela baizik.

Interneten erabilera kulturalari begiratu gero, sortzeko, ikasteko eta partekatze ahalmena duela ohartzen gara. Pertsonak agente kultural aktibo eta interaktibo gisa kokatzen ditu.

Erabiltzailearengana orientatzea eta fresnak menderatzea, digitalaren muga-lerroa

Internetek leihobat eskaintzen du hainbat eta hainbat edukitara zabalik, eta beraz, proposamenak aurkitzeko dinamikak ez du zerikusirik ingurune fisikoek ekar dezaketen erakusleihorekin.

Erabiltzailearen zeregin nagusiak eskaintzaren diseinuan jokatzeko duen zereginarekin ere dauka zerikusia, eta ez du zertan aktiboa izan. Dinamika digitalaren alorrean, erabiltzailearen esperientziaren kalitatea oso garrantzitsua da, eduki kulturalaren berezko kalitatea bezain garrantzitsua edo are garrantzitsuagoa. Hori gutxi balitz, tresna teknologikoak menderatzea sektorea espezifikoari ezagutzeko bezain garrantzitsua ere izan daiteke, edo are garrantzitsuagoa.

Eskaintzaren balioaz bestelako balio bat sortzea (erabiltzailearen konpromisoa edo *engagementa* esaten zaio) funtsezkoa da lehiakideen aurrean, eta horretarako, hainbat tresna teknologiko menderatzeak aldea egiten du. Arreta erakarri eta atxikitzeak, tresna digital guztien erabilera sofistikatu eta konbinatu bat eskatzen du.

Esaterako, ohitura harkor digitalak sortzean, datuak biltzeko, preskribatzeko eta publikoak segmentatzeko algoritmoek funtsezko eginkizuna betetzen dute, publikoak sustatzeko prozesu tradizionala zeharo eraldatzen duena. Algoritmo horiek espezifikoari diseinatu dira erabiltzaileak fidelizatzeko eta jarduerari eskaintzen dioten denbora luzatzeko, *online* edukien plataformen eta oro har sare sozial digitalen errendimendu ekonomikoaren funtsezko osagaia baitira.

2. gakoa: Aukera propioen aurrean kokatzea

Aldaketa digitalean bat egiten duten

Kultura-ohitura digitaletan aldaketa handiak izan dira, formatu analogikoen digitalizazio-ahalmenak, edukietan/informazioan sartzea ahalbidetzen duten teknologia berriek, eta Internet eta banda zabala eskala handian ezartzeak bat egitearen ondorioz.

Orain arte, plataforma teknologiko global handiak izan dira errealitate berri honetatik probetxurik handiena lortu dutenak, eta jokalekua definitu ere egin dute azkenean. Alabaina, digitalizazioa, kontsumo digitalerako (edo, oro har, informazio eta komunikaziorako) euskarri teknologikoak eta Internet, kultura-sektoreko edozein agenteren eskura dauden aukerak dira, plataforma horiek garatutako estrategien antzeko estrategiak eta estrategia desberdinak ere diseinatzea ahalbidetzen dutenak: dauden teknologiak erabili eta konbinatzean originaltasuna eta berrikuntza funtsezkoak dira, estrategia digitaletarako.

Euskarri erreproduzigarrien eta zuzeneko esperientzien arteko aldeak bereiztea

Kultura-premien estaldura digitalak eremu guztietan dauzka bere mugak, baina baita potentzialitateak ere. Areago oraindik, muga horiek kultura-premien estaldura fisikoan edo zuzeneko estalduran ere nabari dira.

Alde horietan kokatzeko, funtsezkoa da gogora ekartzea digitalizazioa eraldaketa digital posiblearen zati bat baino ez dela.

Euskarri erreproduzigarrien eremuetan, digitalizazioa ongi finkatutako errealitate bat da dagoeneko. Eremu tradizionalerako (musika, ikus-entzunezkoak, liburuak eta pentsa, adibidez), dinamika digitala edozein gogoeta eta strategiari heltzeko abiapuntua da.

Zuzeneko esperientziak markatutako eremuetan digitalizazioa zaila da, baina horrek ez du oztopo izan behar, erronka zuzenago kokatzen delako agenteen jardueraren eta strategiaren eraldaketa digitalean.

Hortaz, komunikazioan zein produktu eta zerbitzuak egokitu eta berritzean erabiltzailearenganako orientazioa eta teknologien erabilera uztartzeko zer egin daitekeen ikertu behar da.

Hibridazio estrategiko edo adimentsu ezinbesteko bat

Pandemiak ohitura digitalak sendotu ditu, eta publiko digital berriak ekarri. Eremu bakoitzak ahalmen desberdin bat dauka abiapuntuan, eta horregatik, hibridazio estrategiko baten premia azpimarratu behar da, non fisikoa eta digitala naturaltasunez uztartuko diren, agente bakoitzak bere eremuan dauzkan helburuei erantzunez.

Espazio fisikoa ezin daiteke jada bigarren mailako edo laguntzako zerbitzu gisa ulertu, eta fisikoaren eta digitalaren arteko harremana ere ezin daiteke gehiago baztertzaitzat jo. Ingurune fisikoaren balioa handiagotu eta aberastu daiteke estrategia digital egokiak erabiliz, eta ingurune digitalak berritzeko aukera ematen du bere ezaugarrietatik, esperientzia, produktu edo zerbitzu berriekin.

Agente bakoitzak bere aukerak izango ditu, bere ezaugarrien eta kultura-ekosisteman duen posizioaren arabera, eta beraz, estrategia berdinak ez dira agente guztientzat baliagarri izango. Adibidez, digitalizazioa baliagarri izan daiteke zuzeneko kontzertuen balioa handitzeko tokiko musika-artisten diru-sarrerak sortzeko estrategian, eta beste artista global batzuk, aldiz, beren diru-sarrerak sor ditzakete zuzeneko kontzertuei inolako zentralitaterik eman gabe.

Publikoen sustapenaren zentralitatea

Ohitura digitaletan nabarmentzekoa da publikoek beren agentzia badutela, eta zeregin aktibo eta interaktibo bat betetzen duela. Sektorearentzat, errealitate horren eraldaketa espezifikoa bat publikoen sustapen eta komunikaziorako ahalmenean datza. Komunikazioaren teknologiek oinarritzko garrantzia ematen diote interaktibitateari, eta sare sozialen algoritmoek errazago egiten dute beren erabiltzaileekin interakzio gehien sortzen dituzten agenteak nabarmentzea.

Testuinguru horretan bereziki garrantzitsuak dira publikoen datuei buruzko analisiak, publikoak eta haien portaera eta interesak segmentatuz egiten direnak. Ingurune digitalean datu kopuru handia sortzen da, eta, horren eraginez, erabiltzaileen analisiak funtsezko toki bat betetzen du publikoak sustatzeko estrategietan. Preskribatzeko algoritmoek arrakasta dute, pertsona bakoitzarekiko harreman- eta komunikazio-estrategiak segmentatzeko gai direlako, baita maila indibidualean ere.

Horrek ez du esan nahi algoritmoak eta horrelako tresnak garatzearen alde egin behar denik, hainbat agente kulturalen aukeretatik kanpo baitaude. Azken buruan, erabiltzaileei begira eta erabiltzaileek orientatutako estrategia digital baten ahalmena ustiatzeko modu bat da, besterik ez. Hortaz, garrantzitsua zera da, agente bakoitzak erabiltzaileari zentralitatea emateko daukan modu espezifikoak ebaluatzea, haren balioekin konektatzeko, harekin interaktuatzeko eta prozesu horretan aktiboki inplikatzeko modurik onenak ikertuz.

Ingurune saturatu batean arreta erakartzeko balioak eta premiak

Konfinamendu-garaian bizitza digitala hazi da, eta horrek are errazago egin du ingurune digitala saturatzea. Internet erakusleihu ireki itzela da, estimuluz josia, eta erabiltzaileek esplorazio eta aurkikuntzarako bitarteko gisa darabilte. Horregatik, aldakortasuna da nagusi, edo, nahiago bada, "fideltasunik eza".

Horregatik, bereziki garrantzitsua da komunitate propioak garatzea. Hainbat agente kulturalentzat ezinezkoa da tamainaren edo eskalaren arabera lehiatzea, eta horregatik, balio garrantzitsu bat daukan proposamen bat posizionatzean dago gakoa. Testuinguru saturatu horretan erabiltzaileen arreta atxikitzeak lan gehigarri bat eskatzen du, identifikatuta eta konprometituta senti daitezela lortzeko.

Hala, agente kulturelek publikoen premiak identifikatzea funtsezkoa dela esan dezakegu. Eskatutako balio bat sortzen duten estrategiak konfiguratu behar dira. Horretarako, publiko propioak ezagutzea eta haiekin komunikatzea oinarrikoa da, komunikazioa bera zein kultura-proposamena egokitzeke.

3. gakoa: Eraldaketa planifikatu eta kontrolatu bat

Berrikuntza-prozesuei leku ematea

Normalean, erakunde eta profesionalen eguneroko lanak haien energia ia guztia kontsumitzen du, epe luzerako horizonte bat irudikatzea eta horizonte hori errealitate bihurtzeko behar diren lanak betetzea zailago eginez.

Eraldaketa digitala berrikuntza-prozesu bat dela ulertu behar da. Horrelako prozesuei leku emateak erakundearen eta haren prozesuen egitura egokitzea esan nahi du, lortu nahi diren eraldaketak lortzeko bitartekoak definituz.

Zaila da berrikuntza-prozesuaren emaitzak iragartzea, baina erakundearen funtzionamendua eta egitura egokitzeak berrikuntza horri leku emateko, eta, horrekin batera, plangintza estrategikoan oinarritutako orientazio batek, abantaila lehiakor bat ematen die agente kulturei, sortzen diren aukera berrien eta testuinguru aldakorren aurrean.

Erakundearen gaitasun digitala indartzea

Antolamenduak eta planifikazioak gaitasunaren beharra ere badute. Horrek esan nahi du mota guztietako baliaabideak jartzea, nola materialak (giza baliaabideak, azpiegiturak eta inbertsioak) hala sinbolikoak, konpetentziekin eta jakintzarekin zerikusia dutenak.

Konfinamendu-garaian desberdintasunak ikusi ditugu dagoeneko gaitasun horretan, baita kultura-sektorearen barruan ere. Esaterako, museo handiagoek eta estrategia digitalean aurreratuen daudenek gaitasun handiago bat izan zuten konfinamendu-egoerari erantzuteko toki-museo txikiek baino. Etorkizunean proposamen digitalak garatu ahal izateko, gabezia horretan jarri behar dugu arreta, eskaintzaren kalitatea hobetuz erabiltzaileen gogobetetze-mailari eta errepikatzeke gogoari kalte egin gabe.

Estrategikoki teknologiak txertatzea

Teknologiai hainbat tipologiaren arabera sailka daitezke. Teknologiai eta haien ahalmena bereiziz, zein txertatu eta zergatik txertatu estrategikoki orientatzen has gaitzke. Eraldaketa digitalaren tipologia aurreratzeko balio duen batek, haien xedeen arabera bereizten ditu. Ildo horretan, honako hauetarako erabilitakoak nabarmentzen dira:

- Kudeaketa: barne-prozesuen eta telelanaren kudeaketa.
- Digitalizazioa: obren eta ondarearen bihurketa eta monitorizazio digitala.
- Posizionamendua: produktu eta zerbitzuen marketin- eta salmenta-tresnak.
- Hezkuntza-xedeak: publikoentzat interpretazio- eta hezkuntza-jarduerak sustatzeko baliabideak.

Agenteek dimentsio hauetan beren jardueratik ahalmena ateratzeko duten gaitasuna funtsezkoa da, testuinguru digitalari eman beharreko erantzuna hobetzeko.

Monetizazio digitala: ekonomikoki jasagarriak diren estrategia digitalak

Kalitatezko obra, zerbitzu edo esperientzia digital bat sortzeko gaitasun teknikoa beharrezko baldintza bat da, baina ez nahikoa, erabateko eraldaketa digitala bideratzeko. Azkenean, beharrezkoa da jarduerarako egokienak diren monetizazio-kanalak diseinatu eta ezartzea.

Monetizazio digitalak hainbat eta hainbat forma har ditzake, askotan elkarren osagarriak (multikanala). Agenteak berak gara ditzake kanal horiek, edo bestela, hirugarrenen kanalak erabiliz (plataformak). Kanal propioen kasuan, ordainketa zuzena izango da, agenteak berak ezarritako eta kudeatutako mekanismoen bitartez; hirugarrenen plataformak erabiliz gero, berriz, zeharkakoa izan daiteke.

Monetizazioa sarbidearengatik ordainketarekin lotuta egon daiteke, hau da, obra, kontzertu edo prestakuntza batengatik ordaintzeko praktika tradizionalan erabili ohi den formula erabiliz. Batzuetan, sarbide hori harpidetza bat ordainduz bidera daiteke, hau da, ez da eduki bat behin bakarrik erabiltzeko sarbide bat, edukien liburutegi batean etengabeko sartzeko aukera baizik.

Ohiko beste formula bat ere badugu, kasu honetan aldaketa digitalak berriz indartu eta diseinatu duena: sorkuntzari eta produkzioari dohaintza zuzenak, kultura-mezenasgoko formulen bitartez.

Ingurune digitalean, publizitatearen diru-sarrerak eta merkataritza-kolaborazioak dira monetizazio modurik hedatuena, non edukien sorkuntzak funtsezko zeregin bat betetzen duen erabiltzaileak erakartzean eta horrekin lotutako ordainketan.

Hirugarrenen plataforma digitaletan, monetizazioa oso askotariko formulen bitartez sortzen da: ikuskaldi kopurua, emandako orduak, harpidedunen bolumena edo sortutako komunitatea...

Kasu gehienetan, monetizazio digitalak eskatzen du obra, zerbitzu edo esperientzia mota berri bat irudikatzea, erabiltzaile digitalarentzat erakargarri izango dena, eta horrez gain, ordainketa modu berri bat, batzuetan, jabetza bat erosteagatik edo jabetza batean sartzeagatik ohiko formularekin inolako zerikusirik izango ez duena.

Ildo horretan bereziki garrantzitsua da berrikuntza, estrategia berriak irudikatu eta sortzeko gaitasuna, eta teknologia berriak txertatu eta menderatzea.

Hori guztia ahaztu gabe ingurune digitala lagungarri dela jarduera digitala ez ezik, presentziala ere monetizatzeko, bezeroekiko harremana kudeatzeko tresnen, Interneten eta sare sozialen bidezko marketin digitaleko estrategia baten eta/edo produktu fisikoen merkataritza elektronikoen laguntzarekin.

Eraldatzeko elkarlana

Elkarlaneko proiektuek askotariko begirada, esperientzia eta trebetasunak lotzen dituzte, proposamen disruptiboagoak irudikatzea (aldaketa handiak) ahalbidetzen dituztenak, proposamen inkrementalagoetarako joeraren aurrean (egokitzapen txikiak).

Beste erakunde eta profesional batzuekiko (kultura-eremukoak zein eremu teknologikoak izan) edota publikoarekiko elkarlana identifikatu eta konektatzea erantzun berritzaileagoak garatzea ahalbidetzen du testuinguru aldakor batean, premia berriei erantzun hobeak eskainiz eta lehiakortasunari bultzada berri bat emanez.

Izan ere, elkarlana, hainbat modutan, negozio-eredu digitalen eta monetizazio-estrategien bereizgarrietako bat da.

4. gakoa: Laguntza publikoa digitalizazioaren garaian

Teknologietan zentratu beharrea, kultura-eskubideetan zentratuko den kultura digitaleko estrategia

Eraldaketa digitalak, digitalizaziotik bereizi den moduan, beste ikuskera bat dakar, non erabiltzaileak funtsezko zentralitate bat hartzen duen garatu beharreko ekintza eta proposamenetan.

Kultura-politikerarako ere antzeko mugimendu bat behar da, problematika digitalei heltzeko esparrua aldatuz: kultura-eskubideak helburuan kokatzea. Ikuspegi horretatik, eta teknologien jakintza eta erabilera sustatu beharrari garrantzia kendu gabe, kultura-eskubideen lorpenak hobetu nahi dira, ingurune digitala agente kulturalen estrategietan hobeto integratuz.

Illo horretan, kontuan hartu beharra dago teknologia espezifikoak aldakorrak izan daitezkeela, eta beraz, benetako erronka izango da eraldaketa bat sustatzea strategiari garrantzi handiagoa emanez eragiketei baino, negozio-idea eta negozio-ereduetan arreta handiagoa jarri tresna teknologikoetan baino.

Kulturako eraldaketa digitalerako eta berrikuntzarako inbertsioa

1. gakoa deskribatu dugun bezala, berrikuntzak eta eraldaketa digitalak baliabideak behar dituzte, eta, zehazkiago, inbertsioak. Egungo testuinguru digitalean beharrezkoa da aurrekontu-lehentasunetan prozesu horiek sustatzeko partidak biltzea.

Berrikuntza eta eraldaketa digital hori administrazio publikoaren barruan ere bermatu behar da, eta administrazio publikoak politika eta ahaleginak berrorientatu behar ditu kultura digitaleko estrategia baterantz.

Baliabide ekonomikoek bakarrik ez dute eraldaketa horiek bultzatzeko behar adinako indarrik, eta bestelako ekintzen beharra dute (prestakuntza, arauak...), baina ez dugu ahaztu behar funtsezko pizgarri bat direla, aldaketa-palanka gisa jarduten duten heinean.

Toki-ekosistema kulturalak indartzea erregulazio digitalaren bitartez

Zentzuzkoa da, halaber, mota guztietako profesional, artista eta sortzaile kulturalen lan-baldintzak hobetzea, eta bereziki, herritarren kultura-eskubideak aintzat hartuz, kalitatezko eta askotariko eskaintza oparo bat ziurtatzeko.

Ingurune digitalean, kulturaren erregulazioak erronkak planteatu ditu, hasiera-hasieratik. Jabetza-intelektualeko edo egile-eskubideen alorreko gaiak funtsezkoak dira, eta neurri handi batean garatu dira dagoeneko; hala eta guztiz ere, oraindik zailtasunak daude kultura-profesionalei eta artistei behar bezala ordaintzeko.

Une honetan, arauzko proposamen jakin batzuetaranzko mugimendua nabarmendu beharko litzateke; horren arabera, ikus-entzunezkoen plataforma handiei toki-kuotak aginduko litzazkieke. Legez araututako betebeharrak horri jarraikiz, ehuneko bat berrinbertitu beharko lukete toki-produkzioen produkzioan eta banaketan, telebistekin egiten denaren antzera.

Konpetentzia digitalak: gainditu gabeko irakasgai bat kultura-ekosisteman

Bilakaera handia izan da aukeretan eta azpiegituretan, baina agente kulturalak (administrazio publikoak barne) eta kulturaren agente publikoak gabezia nabariak dituzte, jakintzari eta trebetasunei dagokienez.



Konpetentzien dimentsioan baliabideak jarri beharrak ez du esan nahi Internetarako eta ekipamendu teknologikoetarako sarbidearen oztopoak gaindituta daudenik. Desparekotasun modu guztiak gainditzeak jardun-xede bat izan behar du, baita agente kulturalentzat ere.

Azpimarratzekoa da konpetentzia horiek hobetzea beharrezkoa dela enpresa eta profesionalentzat, teknikari publikoentzat eta oro har herritarrentzat. Hiru norabide horietan ez ekiteak zapuztu egin lezake horietako batean bakarrik egindako esfortzua. Gainera, agente horietako bakoitzak premia espezifikoak dauzka, konpetentzia digitaletan prestatzeari dagokionez.

Edonola ere, zeregin espezifikoetarako tresnak menderatzeko prestakuntza kasu guztietan sustatu behar da, baita ingurunearen kontzeptuzko jakintza ere. Azken zentzu horretan, garrantzitsua da Interneten eta IKT berrien fenomenoak ulertzea, Ingurune digitala ulertzeari buruzko 1. Gakoan ezarritakoarekin bat etorritik.

Erabiltzailea jomugan duten estrategiak sustatzeko laguntzak

Publikoen sustapena kultura-eskubideen sustapena da azken buruan, eta komunitateak kudeatzeko tresnak eta datu irekiak balio handiko laguntza dira zeregin horretarako.

Dagoeneko administrazio publikoek datu kopuru handi bat dute beren eskura, askotan ikertu gabe dauden datuak badira ere. Ildo horretan, azterketa demoskopikoak funtsezko tresna izaten jarraitzen duen arren, kontuan hartu beharra dago ingurune digitalak aparteko informazio-iturri indartsu bat eskaintzen duela, Internet bidezko ekintzek sorrarazten duten aztarna digitalaren bitartez (*big data*).

Ildo horretan nabarmentzekoa da publikoak sustatzeko agentzia publikoen proposamena, agente kulturalak orientatzeko eta prestatzeko gauza direnak, baina, horrez gain, datuak eta jakintza ere sorraraz ditzaketanak, erabilgarri dagoen ebidentziaz probetxua ateratzeko beren negozio-estrategiak garatzean.



5. AZKEN IRUZKINA

Kulturaren etorkizun digitalaren eszenatokiaz hitz egiteko kontuan hartu behar da **une honetako konfinamendu-egoera ez dela etorkizunean espero denaren parekoa**. Egungo egoera proba-laborategi moduko bat dela esan dezakegu: **benetako egoera** batean zer gertatzen den ikus daiteke, **baina** egoera hori **salbuespenezkoa** da, artifiziala.

Parte-hartze kulturalako modu batzuk, presentzia fisiko eta kolektiboan oinarritzen direnak, murrizketa handien eraginpean daude. Murrizketa horiek desagertzen direnean (eta ahalegin publiko guztiek helburu hori dute jomugan, txertaketa-prozesuen bitartez), egoera bide normalizatu batera itzuliko da; hau da, egoera horretan, ekintza eta interakzio sozialeko espektatiba erabilerrazagoak mantentzeko aukera izango da, gaur egun joko-arauak sarri aldarazten dituen kanpo-aldaketarik gabe.

Testuinguru horretan, Covid-19ak indartu egin ditu alde aurretik indarrean zeuden **joerak**, eta horren arabera honako hauek ondoriozta ditzakegu:

- **Parte-hartze digitalarekin lotutako desparekotasunen garrantzi handiago** bat, baliabide eta gaitasunetan bereziki, aukeretan baino gehiago. Internetek (kontsumorako, adierazpenerako, interakziorako...) izan dezakeen kultura-erabilera aintzat hartuz, desparekotasun digital horiek izatea oztopo bat da, parte-hartze kulturalan berdintasuna bermatzeko bidean.
- **Ingurune digitala hobeto ulertzea** eta harekiko interesa berritzea, zuzeneko esperientzien kultura-eremuetan bereziki. Hainbat pertsonak **kultura-praktika berriak** esperimendu dituzte eremu digitalean, eta sektoreko agenteek **gaitasun eta konpetentzia hobek garatu dituzte horiei erantzuteko**.
- **Lehetasunak aldatu dira, jabetzatik eta bildumatik sarbide-zerbitzuetara**. Kultura kontsumitzeko dinamika berri honetan, sarbidearen erosotasuna, edukiaren malgutasuna eta berritasuna, euskarri teknologikoak eta Interneten abiadura nagusitzen ari dira. Sektorea digitalki eraldatzen ari da, egokitzearen, eta horrek **monetizazio digitaleko modu berriak** normalizatuko ditu pixkanaka.
- **Parte-hartze aktiboa eta interaktiboa izango da espazio berri horren ezaugarri nagusia**, edukien esplorazioari eta aurkikuntzari, interakzioari, ikaskuntza informalarari, adierazkortasun artistiko eta kulturalari eta partekatzeari bide emanaz. Sektoreari dagokionez Interneten kultura-erabileran jartzen da arreta gehien, kontsumo-bidea den aldetik (edukien deskarga, sarbidea eta streaminga); **kultura-eskubideei dagokienez, berriz, Interneten alor horrek funtsezko ahalmen bat eskaintzen du**.
- **Aldaketa horietako gehienak oharkabean pasatzen dira**, eremu kulturalaren eta digitalaren arteko bereizketaren eta sortu berri diren **parte-hartze kulturalako espazio alternatiboak** eta haien aktore nagusiak —belaunaldi gazteenak, **prestatzen ari diren publikoak**— aintzat ez hartzearen ondorioz.

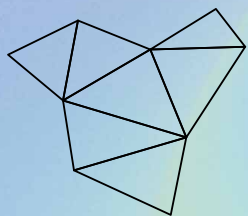
Kultura-ohituren joera digitalak aintzat hartu behar dira, ordea, gaur egun dauzkagun **arriskuak** prebenitzeko

- Eskaintzaren **hiperkontzentrazioa**, kultura-aniztasunaren murrizketa eta parte-hartze kultural autonomo bat garatzeko zailtasunak.
- Kulturaren hainbat sortzailek eta profesionalak bizi duten **prekarietate** larria, eta kultura-industrien jasangarritasuna kolokan (monetizazio-zailtasunak).
- **Desparekotasun sozialak** parte-hartze digitalean.



Une honetan, bizitza digitalak aurrera egin du Covid-19aren eraginez, eta horrek **inflexio-puntu** bat izan behar du, etorkizun digitalaren eszenatokia definitzen duten gakoak aintzat hartuz, gai horiei erantzun **irmoa eta estrategikoa emateko**.

Erresistentzia edo paralisia gainditzeak, sektore osoaren eraldaketa digitala ahalbidetzeak eta **monetizazioaren erronka** gainditzeak berekin dakarte, oro har, proiektu eta esperientzia kulturei esanahi berri bat ematea dimentsio digital berri baten esparruan, dimentsio analogikotik dimentsio digitalerako aldatze soiletik haratago. Ingurune digitala ulertzea dakar, eta bereziki entzuleen zentralitatea, eta ez soilik edukiei dagokienez. Eszenatoki horretan estrategikoki kokatzeko gai izan behar dugu, eraldaketa-ekintza egokiak abiarazteko nahikoak diren tresnak eta ezagutzak menderatuz. Laguntza publikoak funtsezkoa izaten jarraitzen du prozesu horretan, politikak baliabideak eta tresnak kultura-sektorearen eraldaketa digitalaren helburuetara egokitzearen aldeko apustu argi bat eginez, sektoreko agenteak eta kulturaren administrazio publikoaren eta haren instituzioetako agenteak aintzat hartuz.



**Kulturaren
Euskal Behatokia**
Observatorio Vasco
de la Cultura



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA
DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA