

# Sozialismoa Euskal Herrian?

Kultura, kontsumismoa, alienazioa

Josu Amezaga

---

2007ko martxoan, GITE-IPESek antolatutako “Sozialismoa Euskal Herrian?” jardunaldietan sortu eta erabili zen testu hau. Mintegiaren oinarria eta eztabaidarako gida izan zen.

# KULTURA, KONTSUMISMOA, ALIENAZIOA

## KULTURA SISTEMA ADIERAZLE GISA

Kultura era labur batez definitzeko, talde baten espresio bidea edo adierazpidea dela esan dezakegu. Pertsonak, errealitateari aurre egin ahal izateko, ezagutza, pentsamolde, praktika, adierazkera, eta tresna-multzo bat garatu dute historian zehar. Horiei guztiei zeinuen bitartez eusten dien sistema da kultura. Sistema horri esker, gizakiek errealitateari aurre egiteko garatu dituzten baliabideak -ezagutza, pentsamolde, praktika, adierazkera, tresna, eta abarrak- sortu eta birsortu egiten dira. Lurra lantzeko modua zein ama eta alabaren arteko harreman-modua, kulturak emandako ereduaren arabera ditugu. Areago, modu horiek eraldatu nahi ditugunean ere, kulturak eskaintzen dizkigun osagaiez baliatuko gara modu berriak irudikatzen, eta beroriek praktikan jartzeko. Horregatik guztiatik diogu kultura talde baten adierazpidea dela: talde horren izana islatzen duelako eta, aldi berean, taldearen birsorkuntza arautzen duelako. Taldeak egiten du kultura, eta aldi berean kulturak taldea egiten du.

2

Kulturaren definizio honetan sakontzen badugu, berehala konturatuko gara gauza batez: dena da kultura. Izan ere, pertsonak egiten duen orok adieraz dezake zerbait. Geure praktika guztiak eta praktika horretatik datozen objektu guztiak, neurri handiago edo txikiago batean adierazleak izan daitezke, zerbait erakutsi edo esan dezakete. Kulturaz mintzatzen garenean, ordea, zertaz ari garen zehaztea komeni da, eta horretarako honako bereizketa hau egin ahal dugu: praktika eta objektu batzuk, bereziki zerbait adierazteko eginak dira: hitza, keinua, ikurra, artelana, edergarria, eta abar luze bat. Beste batzuk, ordea, bestelako funtzio bat betetzeko eginak dira, nahiz eta funtzio hori betetzeaz gain zerbait adieraz dezaketen: lana, autoa, jakiak, etab. Sarritan zaila gertatzen da bion artean muga zehatzik jartzea, baina adibide batez praktika eta objektu hauen arteko izaera ezberdina ikus daiteke: leizeetako leinueta basazko ontzia asmatu zen, ura edo beste zerbait edukitzeko funtzioa zuena; hala ere ontzien jabe izateak aberastasuna adierazten zuen. Geroago ontzia apaindu egin zen eta, ura edukitzeaz gain, zerbait adierazteko erabili zen (magia, sineskerak, jatorria, etab.). Azkenik ura edukitzeko funtzioari utzi egin zion, eta balio adierazle hutsa hartu zuen ontziak, gela baterako apaingarri bihurtu zenean.

Ikus daitekeen bezala, muga jartzea zaila den arren, argi dago praktika eta objektu batzuen balioa bereziki funtzionala dela, beste batzuen adierazlea delarik. Hemen, besterik aipatzen ez den bitartean, bigarrenak hartuko ditugu kulturaz mintzatzen garenean, nahiz eta lehenengoak ahaztea komeni ez den. Are gutxiago, objektu eta praktika funtzionalen balio adierazlea gero eta handiagoa den gizarte honetan.

# KULTUR KAPITALA ETA KULTUR BALIABIDEAK

Kulturak, esan bezala, gure errealitateari aurre egiteko bideak eskaintzen dizkigu, senak baino haratago. Hots, batetik errealitate hori interpretatzen eta ezagutzen laguntzen digu; bestetik harekin (naturarekin, beste pertsonekin zein geure buruarekin) harremanetan jartzeko moduak arautzen ditu. Ezinbestekoa dugu beraz kultura gure errealitateari aurre egiteko. Hau banakoen zein taldeen mailan gertatzen da. Banakoak, bere ingurunean garatu ahal izateko behar du kultura: hizkuntza, ezagutzak, teknikak, balioak, ohiturak e.a. Taldeak ere berdin.

Kultura garatuz, kultur kapitala metatuz goaz: alegia, ezinbestekoak ditugun ezagutza, trebetasun, balio, tradizio eta printzipioak. Zenbat eta kultur kapital handiagoa izan, orduan eta modu egokiagoan egingo diogu aurre errealitateari; beraz, orduan eta hobeto garatuko dugu gure burua.

kultur kapitala garatzeko, bestalde, baliabideak behar dira. Ekonomiaren esparruan kapitala birsortzeko baliabideak behar diren bezalaxe, kulturaren esparruan ere baliabideak behar dira kultura birsortzeko. Izan ere, metatutako kultur kapitala birsortu ezean, galdu egingo litzateke. Oro har, kultura sortu, gorde eta transmititzeko baliabidez ari gara: baliabide materialak (euskarriak, espazioak, tresnak...), baliabide sinbolikoak (kodeak, hizkuntzak...) zein antolakuntzako baliabideak (kultur instituzioak). Baliabide horiek erabiliz, kultur kapitala birsortu egiten da, aberastuz eta garatuz. Baliabiderik gabe ordea, kapital hori galdu egiten da.

Ezberdintasunean oinarritutako jendarte batean, kultur kapitala eta baliabideak ere modu ezberdinean banatzen dira. Oro har, esan dezakegu beste esparru batzuetan (ekonomikoan, politikoan eta sozialean) boterea dutenek ahalmen handiagoa dutela kultur kapital eta baliabideak eskuratzeko, botere txikiagoa dutenek baino. Baina beste arloetan historikoki zein gaur egun kontraesanak egon dauden bezalaxe (botere politikoaren eta ekonomikoaren artean, adibidez), kultur kapitala eta kapital ekonomikoa ez datoz beti bat.

3

## TALDE BAKOITZAK BERE KULTURA

Errealitateari aurre egiteko tresna nagusia den neurrian, talde bakoitzak bere kultura behar du. Baina kultura sortzeko eta garatzeko baliabideak murriztuz gero, eta bere kultur kapitala baliogabetuz gero, taldea errealitateari aurre egiteko zailtasunak izango ditu talde gisa.

Hau berdin ulertu behar dugu talde etnikoen kasuan zein bestelako talde sozialen kasuan. Talde etniko batek beste bat menderatu duenean, sarritan, haren kultura sortzeko baliabideak ukatu dizkio: besterik gabe debekatuz, birsorkuntza gune eta uneak zapuztuz, kultur kapitala gutxietsiz, tradizioari eusten zioten ikurrak desagerrarazi, eta abar. Horrek desagertzearaino eramaten ditu, eta eramaten ari da, munduko herri asko. Bestelako talde sozialen kasuan ere, jendarte bakoitzeko kultura hegemonikoek ukatu egin dituzte kultura subalternoak (gizonezkoen kulturak emakumezkoena, nagusien kulturak gazteena, kaleko kulturak baserrikoa, e.a.). Ukazio hori, talde bakoitzaren kultur kapitalaren gutxiestean eta kultur baliabideen kontrolean oinarritu da.

# KULTURA KAPITALISMOAN

Historian zehar, sektore eta klase nagusiek kultur baliabide nagusien kontrola eskuratu dute, menderatuek beren kultura garatzeko baliabideak murriztuz. Irakaskuntza sistema, klase boteredunen eta gizonezkoen eremua izan da historikoki (eta halaxe darrai munduko txoko askotan ere); kultura idatzia eliteen esku egon da mende askotan zehar (oraindik orain idazkuntzaren klasismoa salatzen du García Márquez-ek, ortografiari seinalatuz); komunikazio masiborako tresnak botere politikoaren kontrolpean egon ohi izan dira (inprentatik hasi eta telebistaraino); artea gutxi batzuen esku egon da; eta abar luzea.

Kontrol honek ordea ezin izan du guztiz eragotzi menderatuek beren kultura propioak eraikitzea. XIX. mendeko Ingalaterrako langileriaren kasuak horren adibidea ematen digu. Klase nagusiek beren kultur esparru propioak zituzten (kultura landua, idatzia, komunikabideak, goi mailako irakaskuntza e.a.), langileria horietatik baztertuta zelarrik. Bazterketa horrek, batetik, baliabide kulturalen eskasia eragiten zion langileriari; baina, era paradoxikoan, klase menderatua bere kultur esparru propiora bildu zuen: ahozko kulturarena, tradizioarena, kalekoa. Horrela, herri kultura klase kultura bilakatu zen, eta horrek lagundu egin zuen klasea subjektu sozial gisa eraikitzen.

Beste kasu batzuetan ordea menderatuek aukera txikiagoak izan dituzte kultura propioa garatzeko. Horren adibidea emakumeen kasua dugu. Langile klaseak aipatu dugun garaian bere kultura propioa garatu ahal izateko ezinbestekoa izan zen, besteak beste, jendaurreko espazioko presentzia: lantokia, kalea, taberna, e.a. Espazio horretan garatutako elkarrekintzan joan zen herri kultura klase kultura bilakatu. Emakumeek, ordea, neurri batean itxita zuten aldi berean jendaurreko espazioa, eremu pribatura mugatuta. Eta baldintza horietan askoz ere zailago gertatu zitzaizen (eta gertatzen zaie) beren kultura propioa eraikitzea, bai eta subjektu sozial bihurtzea ere.

Kapitalismoaren bilakaeraren une batetik aurrera ordea, asko aldatuko dira gauzak. Izan ere kultura merkantzia bihurtuko baita, hots, etekin ekonomikoa emateko ekoizti eta merkaturatutako gaia. Denbora luzean kulturgintza ekonomiatik at zegoen arlotzat hartua izan den arren, herrialde aberatsetan oinarritzko premiak asebate ostean beste gainbalio gehiagoren bila abiatu zen kapitala. Eta kulturaren agortu ezinezko iturria aurkitu zuen. Prozesu hau maila esanguratsuan XIX. mendean hasi zen eta modu nabarmenean XX. mendean zehar gauzatu, eta bi dimentsio nagusi ditu:

Kultur produktua bera merkantzia bihurtu da: musika, liburua, ezagutza, aisialdiko praktika, eta abarrak, gero eta gehiago, merkaturatutako salduak izateko ekoizten diren ondasun bilakatu dira, industria kulturalak sortuz.<sup>1</sup> Beste hitz batzuetan, argitalgintza (liburugintza, fonografia, zinema, bideogintza); komunikabideak (prentsa, irratia, telebista, internet); publizitatea; etxerako informatika; diseinu grafikoa; zuzeneko kultur emanaldiak (erakusketak, jaialdiak); eta abar. Jarduera hauek, gaur egun, herrialde aberatsenetako Barne Produktu Gordinaren % 5 inguru hartzen dute. Haiei, bestalde, "industriaren" atalpean sartzen zailak diren baina gero eta merkantilizatuago dauden bestelako jarduera batzuk gehitu behar zaizkie, hala nola arte plastikoaren esparrua, museogintza, e.a. Horiek ere bai baitira kulturaren merkantilizazioaren erakusle.

---

1 Industria kulturalen eremuan, honako jarduerak sartu ohi dira: *"el conjunto de segmentos y actividades productoras y distribuidoras de bienes y servicios con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social"* (R. Zallo)

Merkaturako ekoiztutako kultur produktuez gain, kontuan hartu beharrekoa da kontsumorako produktuen balio sinbolikoaren areagotzea. Arestian apaindutako ontzien adibidea ekar dezakegu hona berriz ere: gero eta gehiago, merkaturatzen diren era guztietako produktuen baliorik handiena sinbolikoa da. Jantziak, autoak, are jakiak ere, gero eta gehiago, beren balio sinbolikoagatik kontsumitzen dira, bestelako balio funtzionalengatik baino. Diseinua, "marka", irudiarekiko zein estatusarekiko atxikimendua, sinbolismoa azken batean, merkatuaren eragile indartsuena da gaur egun, modaren bitartez. Oinarrizko premiak asetzera bideratzen diren produktuek ez bezala, merkatugaien balio sinbolikoak mugagabe bihurtzen du kontsumoa.

Merkantilizazioak, hartara, guztiz eraldatu du kulturaren zentzua gure jendartean. Goi mailako kulturaren eremuan, kontsumorako gai bihurtu izanak kulturak bere zentzu kritiko eta eraldatzailea galtzen du, merkaturako joeretara makurtuz. Kultura kontzeptuaren erroetara joaz, ilustrazioak kulturaren garrantzia azpimarratzen zuen: arrazoinamenduaren adierazle nagusia den kulturak hobeto bizitzeko balio beharko liguke, naturari aurre egiteko beharrezkoa dugun ezagutzarekin batera pertsona eta jendarte gisa garatzeko kritika soziala ere eginez. Horiexek lirateke beraz estetikaren zein ezagutzaren helburuak. Adiera kultu hau ordea albo batera uzten du goi mailako kulturaren merkantilizazioak: merkaturatu gehien baloratuko diren produktuak lehenetsiz, kultura bera sistema nagusiaren mende geratzen da. Ezagutzaren eremuan, ekonomikoki errentagarri diren ezagutzak lehenetsiko dira (zientzia eta teknika horren adibide); estetikaren eremuan, proposamen askatzaile eta berritzaileak ere irentsiak izaten dira merkaturatu, beren balioa galduz eta formaren eremuetara mugatuz.

Herri kulturen eremuan, kulturaren sorkuntza herritik industriara pasatu izana da merkantilizazioak izan duen ondorioz nabarmenena. Lehenago herriak gozatzen eta gauzatzen zuen kultura berak sortu eta transmititu zen testuinguru sozial jakin batean. Testuinguru horren arabera kultura sortzen zuen talde bakoitzak -beti ere eskura zituen baliabide eta aukeren arabera-, eta testuinguru horretan transmititzen zen. Gaur egun ordea, testuinguru horretatik kanpo dagoen industria batek sortua da herriak gozatzen duen kultura: kontsumorako kultura alegia. Testuinguru horretatik kanpo, sortu eta transmititutako kultura, hartara, talde horren behar konkretuetatik at kokatzen da, eta jadanik ez die erantzuten behar horiei guztiei: aisialdirako baliagarria izan daiteke (entretanimendua), baina ez beste gauza batzuetarako baliagarri (mundua talde horren interesen arabera ulertzeko, subjektu gisa osatzeko, e.a.).

Kapitalismoaren hedapen horren ondorioz, aisialdia bera produkzioaren beste katebegia bilakatu da. Marxek zioenez, lantokitik kanporako denborak -beti ere gizonezkoen lanari erreparatu baina emakumezkoena alde batera uzten zuen analisiaren baitan- produkzioa ziurtatzeko gutxieneko baldintzak ziurtatzen zituen. Gaur egun, aisialdia kontsumorako une bilakatu da, horrela produkzioaren gupila elikatuz eta gainbalioa handituz. Eta aisialdian egiten den kontsumoa, neurri handi batean, kultur produktuen kontsumoa da: komunikabideak, moda, turismoa, e.a. Datu gisa, esan dezagun EUSTATen arabera Araba, Bizkaia eta Gipuzkoako biztanleek, batez beste, egunean 2 ordu eta 39 minutu ematen ditugula "aisialdi pasiboan"<sup>2</sup>; horietatik gehiena (2 orduetik gora) telebista ikusten.

Merkantilizazioak, hartara, kultura ideologia bihurtzea eragin du. Eta hemen ideologia, adiera marxista klasikoan hartzen dugu: alegia, errealitatearen irudi faltsua. Goi mailako kulturak

---

2 Aisialdi pasiboa: Aisiako denbora erabiltzearekin lotutako jarduerak dira, hala nola: liburuak edo aldizkariak irakurtzea, irudiak ikustea, irratia edo musika entzutea, komunikabideekin lotutako jarduerak. Ikusle bihurtzen gaituzten beste jarduera batzuk: museoak bisitatzea, mota guztietako ikuskizunetara joatea, ausazko jokoetan parte hartzea (kasinoa).

berrikuntzarako eta askapenerako balioa mugatuta, eta herri klaseek beren beharrei erantzungo dien kulturarako aukera kamustuta, sistemaren arabera da garatzen dena: ideologia. Hedatzen diren balioak, sistema menderatzailearen balioak dira: lehiakortasuna, kontsumismoa, naturaren menderakuntza, hierarkia, patriarkalismoa, hedonismoa, banakokeria eta abar luzea (ikus Nekanereren Juradoren ekarpenak).

Horixe da, seguruenik, gaur egungo kulturaren ezaugarri nagusia: alienazio iturri izugarria.

Gehiegi ez luzatzeko, aipa ditzagun, bi hitzetan, merkantilizazioarekin batera gaurko munduan kulturaren alderdi askatzailearen garapena oztopatzen duten bestelako dinamika batzuk. Hala nola:

- Sare sozialen eraldakuntza: populazioaren kaletartzeak, lan baldintzek eta beste zenbait fenomenoren ondorioz, gurea bezalako herrialde aberatsetan sare sozialak guztiz eraldatzen ari dira, kultur sorkuntza eta transmisiorako ezinbestekoak diren elkarrekintza eta komunikazioa mugatuz.
- Postmodernismoaren ezaugarri nagusietako bat, formaren nagusitasuna da, edukiaren kaltetan. Zeinuen presentzia itogarriak beren tribializazioa ekarri du: telebistan ikusten dugun hilotza gertakari estetiko huts bilakatzen da, ez tragediaren edo injustiziaren adierazle: beste irudi alaiago batek estaliko du, handik segundo batera, hark utzi zezakeen gogoeta apurra; igitaia eta mailuaren ikurra, modako azken praken logo; sozialismoa, “iraganeko narrazio”; eta abar.
- Globalizazioaren ondorioz, kultur sistema partikularrak lehertzen ari dira. Historikoki, talde bakoitzaren kultura sistema gisa antolatu da: osagai batzuk elkarrekin agertzen ziren, zein bere lekuan, eta denek osatzen zuten “harako kultura” (euskal kultura: euskara, Olentzero, idi-proba, indabak...). Informazio eta kultura batzuen hedapen planetarioak, migrazioek, eta ekonomiaren mundializazioari lotutako zenbait fenomenok, kulturen nolabaiteko nahasmena ekarri dute. Gaur egun euskaraz egiten dugu jatetxe txinatarrean musika latino entzuten dugun bitartean, Halloween ospatzen... Mestizaia horrek, bere alderdi positiboetan, kulturen aberastea ekar dezake; bere alderdi negatiboetan, kultur erreferenteak galdu eta zentzua galtzea ere bai.
- Kulturak gero eta nahasiago, talde identitateak beste modu batean eraiki beharra dago. Identitatea eta kultura ez dira gauza bera: lehena taldearen existentziaren autopertzepzioa da, bigarrena esangura eta praktika sistema. Baina historian zehar, taldeen identitatea beren kultura bereizgarrian oinarritu izan da, neurri handi batean eta kasu askotan. Gaur egun, kulturak gero eta aukera gutxiago ematen du taldeak elkarrengandik bereizteko (hizkuntza da horretarako kultur baliabide nagusia), gero eta antzekoagoak baitira. Eta bereiztea identitatea eraikitzeke lehen urratsa da. Horrek ez du identitatea ezabatzen (gaur egungo munduan identitate kolektiboen eraikuntza pil-pilean dago), baina bereizgarritasunaren bila beste arlo batzuetara eraman ditzake taldeak. Herrialde batzuetan identitatea erlijioaren inguruan nola eraikitzen ari den begiratzea, adibide bat izan daiteke.

# || GALDERAK

Honaino iritsita, hainbat galdera sortzen da, eztabaida gidatzeko baliagarriak izan daitezkeenak. Hona pare bat:

1. Klase sozialen eraikuntza mugimendu ideologiko eta politikoetatik haratago doa, eta izan, kultur prozesua da: mintzaira berdina (elkarrekin komunikatzeko), ikur berdina (elkar identifikatzeko), mundu-ikuskerak berdina (batera jokatzeko) behar dira klasea subjektu sozial gisa eraikitzeko. Deskribatu dugun egoeran ordea, alienaziotik at dagoen kultura garatzeko zailtasun handiak ditugu. Nola artikulatu orduan jendartean menderatuak direnak, eraldaketa sozial handia eragiteko?
2. Oinarri etnikoko kultura menderatuek (gure kasuan euskal kultura), beren bazterketan, nolabaiteko autonomia dute kultura hegemonikoekiko ("*euskara da gure territorio libre bakarra*" - Sarrionaindia). Izan ote daitezke kultura hauek eraldakuntza sozialerako mugimenduen bateratzaile eta erreferente?