GEDAR
LANGILE KAZETA

Industria kulturala

2020-03-26



Kultura
MADDI SARASUA

Versión en castellano

Adorno eta Horkheimer-i zor diegu industria kulturalaren kontzeptua. Ikuspuntu honetan, autore horien lanak[1] oinarri harturik, gaur egun hegemonikoa zaigun ekoizpen kulturalaren formaren analisirako balio lezaketen zenbait puntu azaltzen saiatuko naiz.

Fenomeno ekonomikoen ondorio bezala ulertu behar dugu industria kulturala; kapitala emendatzeko aukera berri bat den heinean garatu baita. Industria deritzonean, Adorno ez da hertsiki ekoizpen prozesuaz ari, estandarizazioa eta banaketa tekniken arrazionalizazioa ere barne biltzen ditu.

Nolako kultur ekoizpena suposatzen du prozesu industrialak? Sorpresa handirik ez, merkantzia den kultur ekoizpena da bilatzen duena. Industriaren merkantzia kulturalak horien komertzializazioaren printzipioaren baitan doitzen dira, eta ez horien eduki propio eta eraikuntza zehatzean. Horretarako, industria kulturalak milaka pertsonen kontzientzia- eta inkontzientzia-maila kontuan hartzen ditu. Baina masak kalkulu elementu dira; kontsumitzailea ez da industria kulturalaren subjektu, objektu baizik. Industria kulturalak plan bat dauka bere adar guzietan. Bertan, produktuak masek kontsumitzeko ikertuak dira, eta ondotik produktu horiek determinatuko dute masen kontsumoa bera, industria kulturalak kontsumitzaileen beharrak eta desirak sustatu, norabidetu eta diziplinatzeko duen gaitasunari esker.

Masak ez dira neurgailu soil, industria kulturalaren ideologia dira, nahiz honek ezin duen egokitu gabe existitu. Industria kulturalak etengabe du masa ikergai, haren jarrera azkartu eta berresteko, ***a priori*** datu aldagaitz gisan hartzen duena. Bezeroaren xerka doa, haren oniritzi oso eta erreparorik gabea saltzera, den bezalako munduaren aldarria egitera.

Arte obretatik industria kulturalera, kontzeptu teknikoaren aldaketa ematen da. Arte obran, teknika antolaketa immanenteari eta bere barne-logikari dagokio eta banaketa teknikak eta erreprodukzio mekanikoak objektutik kanpo gelditzen dira. Industria kulturalean, aldiz, azken horiek dira bere euskarri ideologikoaren parte; hortik ateratzen ditu bere produktuetako tekniken ondorioak.

Adornoren hitzetan, industria kulturalaren inperatibo kategorikoak ez du deus komunik askatasunarekin. «Men egin behar diozu» dio, zeri men egin behar diogun zehaztu gabe. Men egitea, dena den, presente dagoenari men egitea da, inertziaz indarrean eta denetan denari. Lehen, artean, mundu errealarekiko distantzia bat gorpuzten zen, horretan zetzaten artearen garrantzia eta gaitasuna. Industria kulturalean, identifikazioa eta ohizko asoziazioak bihurtu dira ekoizpen kulturalaren oinarri. Irisgarritasuna da irizpide, helburua saltzea duenarentzat.

Indibidualitateak seriean ekoiztuak dira: niaren berezitasuna epe laburreko produktu bat da, gizarteak baldintzatua, naturala bailitzan aurkezten dena. Indibidualitateak berak ideologia hori indartzeko balio du, kodifikatu eta mediatizatua denak berehalakotasun eta biziaren ilusioa ematen duen heinean. Esfera hori gero eta deshumanizatuago izan, gero eta gehiago egiten du pertsonalitate handien publizitatea.

Ekoizpen kultural hau edo bestea kontsumitzeko aukera ireki zaio biztanleriari, jada, ez kontsumitzea ez da aukera bat, ordea. Produktu gama desberdinak proposatzen ditu industria kulturalak, prototipo eta prezio desberdinetakoak, klasifikaturiko kontsumitzaile desberdinen artean lehia eta hautatzeko aukera elikatuz. Baina eskeleto berdinaren jantzi-aldaketa da industria kulturalaren aniztasuna deskribatzeko erabil litekeen metafora.

Aztertu dugu industria kulturalak zein helbururen baitan eta nola funtzionatzen duen. Zer rol jokatzen du, bada, geure gizartean?

Kapitalismo aurreratuan, entretenimendua lanaren luzapena bihurtu da. Arratsaldean lantokitik ateratzen garen unetik hurrengo goizean berriz lantokira heldu arteko tartean, lantokian elikatu behar dugun lan prozesu berarekin osatua dagoen industria kulturalaren funtzioa gizakiaren zentzuak hestea dela diote Adornok eta Horkhemeirrek.

Lan egun gogorraren ondotik, deskonektatzearren, aisialdiaren eta eroso kontsumitzearen beharra sartuak zaizkigu. Eta industria kulturalari funtzio hori esleiturik, ez dugu kontzienteki jasotzen hartatik datorkiguna. Distrakzio bidezko harrera garatu dugu ekoizpen kulturalekiko.

Eleberri folletoi, pelikula konfekzionatu, telebistako serie eta programa zozoak, horoskopoak, bihotz postak... informazio pobre eta hutsala direla diote batzuek, eskari bati erantzuten diotenez justifikatzen dituzte besteek. Inondik ere ez da gutxiestekoa, ordea, gaur egun dominantea den pentsaeraren eraikuntzan daukaten garrantzia. Industria kulturalak onarpen soziala transmititzen du, izateko modu, jarrera eta hierarkia bat legitimatzen ditu. Izan ere, dibertsioa onarpenaren gainean ematen da.

Industria kulturala niaren estimulatzean eta esplotazioan datza, eta horixe da aldi berean eragiten duena. Baina frustrazio bat da industria kulturalak saltzen diguna, faltsuki erakusten duen zoriontasun kutsuan, hainbat arazoak geureak bailiran aurkezten baitizkigu, gure bizitzetako arazo errealak konpontzeko soluziorik eskaini gabe.

Azkenik, Adornok industria kulturalak kontzientzietan daukan eragin erregresiboa aipatzen du. Izan ere, hartzailea kontsumitzaile huts bihurtzen da; pasibo. Plazerra esfortzurik eza bailitzan, hartzailea norma eta ohikoa denaren haritik eramana da, pentsamendu propiorako lekurik utzi gabe.

Ororen buru, kontzientzia indibidualaren kontrola, monopolio kulturalen partetik, aitzineko garaietako dominazio metodoak baino sotilagoa eta eraginkorragoa izan daiteke. Hala ere, aitzineko garaietan bezala, dominazioaren oinarria ekonomikoa da. Monopolio kulturalak monopolio industrialaren meneko daude. Esaldi honekin bukatzen du Adornok testua: «gizakiak bere garaiko ekoizpen indarrek ahalbidetzen duten adina heldutasun erakutsiko du".

Erran genezake, Adornok eta Horkheimerrek 1947. urtean deskribatutako fenomenoak sakondu besterik ez direla egin gaur egun. Industria kulturala mundializatu eta alor guzietara hedatu da, musikatik zinemara. Aisialdi merkatua mundializazio kulturalaren eskutik doa eta merkatal gizartearen uniformizazioak kontinente guziak zeharkatu ditu.

Birusak ere, kontinente guztiak zeharkatzeko mehatxua egin digun honetan, etxetik atera ezin, makina bat jende egonen da industria kulturalaren kontsumo inertziari men eginik. Baina hor sumatzen ditut gazte batzuk, presente dagoenaren determinazio konkretuak ulertu nahian, normak kontzientziaren aitzinean justifikarazten, analisiez eta dialektikaz. Eta uste dut Adornok transmititu nahi zigun mezua ulertu dutela: konformismoa autonomia eta kontzientziarekin borrokatuko dugu, ordena gizakiaren interes errealekin konfrontatuz.

Argi zeukan hark; ordena abstraktuki goratu beharra, inpotentzia eta oinarri ezaren erakusle dela, eta objektiboki faltsua dena ezin dela subjektiboki gizakiarentzat egia eta ona izan. Eta argi daukagu geuk ere, langileria autonomoaren formakuntza izanen dela gizarte hobe baten aurre baldintza.

Walter Benjaminek hitzei jarraiki, faxismoak praktikatzen duen politikaren estetizazioari, komunismoak artearen politizazioarekin erantzun beharko dio.

---

[1] Adorno, T. y Horkheimer, M. (1944-1947). «La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas». In ***Dialéctica del iluminismo***. Edit. Sudamericana, Buenos Aires, 1988.

Adorno, T. y Horkheimer, M. (1998). ***Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*** Madrid. Trotta.

Adorno, T. (1967). «La industria cultural». In Morin, E. y Adorno, T. ***La industria cultural***, Galerna, Buenos Aires, 7-20.