

## KONTSUMO KULTURALAREN OINARRIAK (I)

Victoria Ateca Amestoy  
EAO II Saila, Euskal Herriko Unibertsitatea

Testu honetan azalduko dut nola funtzionatzen duten zenbait eragin sozialek kontsumo kulturala determinatzeko. Deskribapen honetan, ikuspuntu ekonomikoa eta soziologikoa erabiliko ditut. Horregatik, hasiko naiz dastapen indibidualak nola aztertu deskribatzen eta, gero, elkarreragin sozialak sartuko ditut analisisian, zenbait emaitza arraro azaltzeko.

Oro har, kontuan hartu behar dugu dastapenak nola formatzen diren, kontsumo kulturala aztertu nahi izango badugu. Dastapenak guztiz indibidualak dira, “zenbat buru hainbat aburu” esaldiak esaten duen bezala. “De gustibus non est disputandum” esaten du esamoldearen bertsio latinoak. Horrela, gustuen azalpena ekonomiatik kanpo geratzen zen eta horrelako premisekin inor ez zen ausartzen teoria ekonomikoren bat proposatzen. Ekonomilariok txarto moldatzen gara aniztasunarekin analisisia egiten ari garenean. Agente errepresentatiboa nahiago dugu eredu ekonomikoak proposatzeko eta balidatzeko, hots egokitzat hartzeko ala ez errealitatea azaltzeko eta aurreikusteko. Kontsumo kulturean dastapenek izugarriko garrantzia dituzenez, batzuetan analisi ekonomikotik at geratzen ziren. Dena den, orain dela 2 hamarkada bultzada handia jaso zuen zientzia ekonomikoak Gary Beckerren ekarpenekin. Ekarpen horiek garrantzitsuak izan ziren bereziki “Kultura Ekonomia” garatzeko.

Chicagoko ekonomilari hori hasi zen eredu ekonomikoak erabiltzen inoiz erabili gabeko esparruetan. Esate baterako, umeak edukitzeko erabakiak nola hartzen diren, krimena zergatik sortzen den, heziketan zenbat gastatu behar duten gurasoek, modak zer eragin duen hautapenetan edo adizioak nola azaldu ditzakegun proposatu zuen Beckerrek. Ekarpen horiek Nobel Saria ekarri zioten. Bere iritziz, gustuak ez dira hain desberdinak bi pertsonaren artean, ezta hain aldakorrek ere, dastapenak nola aldatzen diren bizitzan aztertzen badugu. Funtsezko gustuak edo lehentasunak guztiz iraunkorrek dira. Izan ere, haien atzean beti aurki ditzakegu gizakien beharrak eta, oro har, beharrak nahiko finkoak dira.

Hautapenen artean ikusten ditugun aldeak ez dira dastapenek eragindakoak, murriztapenek baino. Adibidez, demagun opera zale eta jazz zale portaera aztertzen ari garela. Oro har, musika zaletasuna dute biek, baina bakoitzak musika mota jakin bat hautatu du behar hori asebetetzeko. Eredu ekonomiko ortodoxoa erabiltzen badugu, portaera azal dezakegu bakoitzak metatu duen kapital kultura azaltzen badugu. Jaio garenean, gure kapital kulturala ez da existitzen. Heziketa formala eta informala direla medio, metatzen dugu kapital kulturala hazten garen heinean. Harreman sozialak hasten dira gure hautaketak kutsatzen. Desberdintasunak arrazen artean edo sexuen artean azal ditzakegu aipatu dugun argudioarekin. Adibidez, Estatu Batuetan jazz gehien kontsumitzen dutenak beltzak dira.

Neskak bideratuta daude kulturen parte hartzerari; mutirik, aldiz, kiroletan. Genetikoak al da? Ez, guztiz kulturalak. Jasotako heziketak kapital kultural desberdinak egokitu ditu.

Bestalde, informazioa eskasa da gure munduan. Baieztape hori gezurra eman arren, egia da, zeren eta benetan garrantzitsua den informazioa zaila da aurkitzen. Gizakiok beti hartzen ditugu erabakiak ziurgabetasun testuinguru batean. Ez dakigu ondo zein aukeraren artean hartu behar ditugun gure erabakiak eta, maiz, ez dakizkigu ondo zeintzuk izango diren euren ondorioak. Hau dela eta, benetan garrantzitsua den informazioa baliagarria da oso. Hori esandakoa, aitortu behar dugu izugarritzko inportantzia duela publizitateak. Izan ere, publizitateak gure bizitza erosoagoa egiten digu nonbait, aukerak aurrez aurre jartzen dizkigu eta.

Gainera, ondasun kulturalak "esperientzia" ondasunaren sailkapenean sar ditzakegu. Hau da, kontsumitu baino lehen nekez jakin dezakegu atsegin suertatuko zaigun ala ez ondasun jakin bat. Horren ondorioz, erosi baino lehen, ez dakigu oso ondo zein ezaugarri aurkitu ditugun ondasun kulturalaren barruan. Demagun bi liburu artean hautatu behar duela kontsumitzaile batek. Nola jakin zein izango duen atseginagoa? Erraza da publizitateak esaten diguna onartzen. Gehiago erosi izandako zerrendez fidatzen gara askotan gure erabakiak hartzeko.

Nola jakin benetan gustatzen zaigun musika? Zaila da esaten. Gehienetan ez dugu astirik gure benetako gustuak zeintzuk diren jakiteko eta publizitateak ematen digun eskaintza onartzen dugu. Gero ohitura agertzen da eta gizakiok ohitura animaliak garenez, gure barnean sartzen dugu emandakoa.

Memento honetatik ikusi ditugu hiru eragin sozial behintzat: heziketak emandako moldaketa, publizitatea eta ohitura. Hala ere, kulturak duen ezaugarri bat utzi dugu artikulu hau bukatzeko: kulturaren dimentsio soziala. Ondasun kulturalak, materialak zein inmaterialak, ikurrak dira. Talde batekoek erraz ezagutzen dute elkar ondasun berberak kontsumitzen dituztelako. Sare sozialak sortzen dituzte eta kulturaz baliatzen dira bere nortasuna eraikitzeko.