

Carta de Chile

América Latina: nuevos escenarios culturales, nuevas miradas

En las últimas décadas, paralelamente a la renovación política de la izquierda, se ha estado produciendo en América Latina una renovación en los estudios de cultura y comunicaciones. Han contribuido a este proceso, desde distintas disciplinas, entre otros, Jesús Martín Barbero (comunicador social colombiano); Néstor García Canclini (antropólogo argentino, residente en México); Beatriz Sarlo (literata y analista cultural argentina); Renato Ortiz (culturologo brasileño) y José Joaquín Brunner (sociólogo chileno). Estamos pensando, para nombrar algunos de los títulos más representativos, en *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (1987) de Barbero; en *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad* (1989) de García Canclini; en *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina* (1989) de Sarlo; en *Mundialização e cultura* (1994) de Ortiz y en *Cartografías de la modernidad* (1995) de Brunner.

Atrás quedaron la teoría del imperialismo y de la colonización cultural; el estilo denunciativo focalizado en un análisis más o menos maniqueísta del componente ideológico de la cultura; la percepción de la cultura nacional como un todo orgánico articulado por las clases emergentes y el Estado; el abordaje apocalíptico (de cuño frankfurtiano) y la demonización de la industria cultural y de los medios masivos; la supeditación del cambio cultural al cambio político; las aproximaciones conspirativas que en una línea funcionalista (emisor-mensaje-receptor) percibían a la conciencia como un receptáculo inerte sujeto a toda índole de manipulaciones; la visión dual de la cultura latinoamericana (con un componente autóctono valioso y otro foráneo y espurio) y la lectura estrechamente política de la cultura popular que consideraba lo contestatario como el único modo posible de existencia de esa cultura.

Además de polemizar más o menos explícitamente con tales puntos de vista, o desconstruirlos, los autores mencionados coinciden en una perspectiva transdisciplinaria que se hace cargo del nuevo escenario de la cultura y las comunicaciones en América Latina. Un escenario que la mirada sociológica caracteriza por el desplazamiento de la producción cultural desde la comunidad a industrias culturales insertas en el movimiento de

integración en la economía mundial. Un escenario en que predominan la massmediatización, la globalización y la organización audiovisual de la cultura; un escenario complejo, en el que coexisten dinámicas de desterritorialización de las demarcaciones culturales (culto-popular, moderno-tradicional, nacional-extranjero) con dinámicas de hibridación de culturas y subculturas que dan lugar a identidades nuevas sin el apego a las viejas territorialidades¹.

El estudio y relevamiento de este nuevo escenario se alimenta con el debate de la modernidad y la postmodernidad, o con enfoques provenientes de la Escuela de Birmingham y de la teoría de la recepción o de autores como Pierre Bourdieu.

Pero tan importantes como las similitudes son –en los autores mencionados– las diferencias de estilos intelectuales de acuerdo al origen profesional de cada quien o diferencias que se producen precisamente con respecto al que fue el tema eje en los estudios progresistas de la década de los sesenta: la consideración de la cultura como un campo en disputa, vale decir, la cuestión del poder. Brunner, por ejemplo, al tomar partido por la modernización como el reino de las oportunidades, omite completamente el tema: a fin de cuentas –según su óptica– la cultura y las comunicaciones se autorregulan y por ende el mercado constituye la única instancia de planificación posible. Los otros autores, para quienes si bien está fuera de lugar un cambio de sistema («se trata –dice García Canclini– de ser críticos pero sin ser fundamentalistas»²), abordan la cuestión en la medida en que asumen una postura con respecto a las relaciones entre *Estado, mercado y sociedad civil*, privilegiando para corregir desigualdades o desequilibrios la expansión de uno u otro de estos polos. Mientras Brunner apuesta por el mercado, Martín Barbero, Ortiz y Sarlo asumen la perspectiva de expansión del rol de la sociedad civil, y García Canclini se inclina por una combinación de la sociedad civil y de Estado regulador. Mientras Brunner, frente a las que ironiza como «miradas nostálgicas», hace una apología (¿acrítica?) de la modernidad cultural latinoamericana y la celebra en términos de «una constelación más de la modernidad occidental», Beatriz Sarlo se concentra en las contradicciones del nuevo escenario y emprende una crítica aguda contra el «neopopulismo del mercado». Los otros tres autores se sitúan también –aunque de modo menos explícito– en una perspectiva crítica al escenario comunicativo y cultural vigente, ya sea con propuestas de democratización o de corrección de los desequilibrios vinculados a la mundialización en curso.

¹ Jesús Martín Barbero: Teoría, investigación, producción en la enseñanza de la comunicación. *Diálogos de la comunicación*, N° 28, Lima, Perú, 1990.

² «Entrevista a Néstor García Canclini», *Causas y Azares*, año II, N° 2, Buenos Aires, 1995.

En el contexto de estos antecedentes queremos ocuparnos de los planteamientos sobre consumo cultural que hace Néstor García Canclini en *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, 1995, (traducido y editado en Brasil en 1996).

El propósito expreso de García Canclini es entender cómo los cambios en la manera de consumir han alterado las posibilidades y formas de ser ciudadanos. Frente a los juicios tradicionales de índole moral sobre el consumo o frente a quienes lo consideran como una relación de manipulación entre publicidad fuerte y audiencias dóciles, García Canclini esboza una teoría sociocultural del consumo, percibiendo en éste una racionalidad política interactiva, que conlleva aspectos simbólicos y estéticos. Considera los actos a través de los cuales consumimos «como algo más que meros ejercicios de gustos, antojos y compras manipuladas». La apropiación de cualquier bien —dice— y sobre todo de un bien cultural, es un acto que integra y diferencia simbólicamente. En la trama de la cultura y la comunicación se juegan entonces dimensiones claves del ser social. Nada menos que el «quién somos» y el «qué somos». García Canclini señala que, en el escenario de la globalización, las identidades se configuran de preferencia en el consumo de bienes o en el consumo cultural, y dependen por lo tanto de lo que uno posee o imagina o de lo que desea o es capaz de llegar a poseer.

Su tesis es que en el consumo de bienes culturales se constituye una parte importante de la racionalidad integradora y comunicativa de una sociedad. Así lo corrobora su investigación sobre la ciudad de México, ejemplo de los pro y los contra de la megaciudad moderna en América Latina. Por una parte, percibe allí una ciudad globalizada que se conecta con las redes mundiales de la economía y las comunicaciones; por otra, una ciudad informe que se ha expandido y masificado irracionalmente, reduciendo las interacciones barriales; una ciudad contaminada que ha creado poblaciones periféricas desconectadas entre sí, difuminando además completamente sus ejes o centros históricos, Megaciudad latinoamericana equivale hoy a una mancha de aceite extendida y sin forma. La ciudad —dice García Canclini— existe sólo para la prensa y el gobierno pero no para los ciudadanos, que apenas alcanzan una visión parcelada de ella. En estas circunstancias, son la radio y la televisión —o las redes comunicativas y culturales— las que desde sus propias lógicas diagraman los vínculos invisibles de la urbe. Son estas nuevas comunidades imaginadas los escenarios en que básicamente se configuran y renuevan las identidades.

A veces los jóvenes de un país —en la medida en que comparten las mismas lealtades de *rock*, de *rap*, de ciertos *graffitti*, de cierto estilo de vida— están más cercanos a los de otro, y se sienten por ende —como en

Mc Ondo³— más próximos a esa comunidad internacional de jóvenes que a la sociedad nacional a la cual pertenecen⁴. Las industrias culturales se han convertido así en el principal recurso para fomentar el conocimiento recíproco entre los múltiples grupos y organismos en que se fragmentan las grandes ciudades. De allí la necesidad de que esos espacios permitan circular la pluralidad de nuevas identidades, contribuyendo de este modo a narrar la multiculturalidad de la ciudad. De allí también el dilema de imaginar políticas que permitan la coexistencia, sin jerarquías discriminatorias, de las redes internacionales con los signos de arraigo y pertenencia local. ¿Qué derechos —se pregunta García Canclini— implica ser joven, ser mujer, ser indígena en una gran ciudad latinoamericana? Para el antropólogo se trata de una pregunta tan pertinente como lo es para el jurista la pregunta por los derechos que implica ser argentino, brasileño o mexicano. Es en este punto donde su concepción sociocultural del consumo se conecta con el tema de la ciudadanía.

García Canclini plantea una expansión del concepto de ciudadano: ser ciudadano, dice, no tiene que ver sólo con los derechos reconocidos por los aparatos estatales a quienes nacieron en un territorio, sino también con las prácticas sociales y culturales que dan sentido (y dignidad de pertenencia). Más que como valores abstractos vinculados a una nación y territorio, los derechos importan como algo que se construye y cambia en relación con prácticas y discursos culturales. Esta perspectiva constata por una parte la declinación de las naciones como entidades contenedoras de lo social, y por otra, la presencia de un nuevo escenario de constitución de lo público: la comunicación masiva y el consumo. Esta ampliación y desustancialización del concepto de ciudadano lleva a repensar la ciudadanía en conexión con el consumo, e implica todo un programa: zanjar el desfase que hay entre ser ciudadanos del siglo XVIII y consumidores del siglo XXI. «Necesitamos saber —dice García Canclini— si aún es posible producir, crear o elegir como ciudadanos o nos contentaremos con la modesta libertad del *zapping*».

Los desafíos que este tránsito implica son múltiples; García Canclini apela en esta perspectiva a revitalizar el rol del Estado como ente regulador y representante del bien público, y paralelamente fortalecer la sociedad civil, evitando así los riesgos de autoritarismo y unicidad. Hace algunas referencias a organizaciones de consumidores de México, o a las posibilidades de generar nuevas políticas culturales adecuadas a los consumos reales o micropolíticas locales con la comunidad, o políticas públicas hacia los medios masivos. Hay también tres sugerencias concre-

³ Alberto Fuguet y Sergio Gómez Mc Ondo, *Santiago, 1996, antología de cuentos que tematiza esta sensibilidad*.

⁴ «Entrevista a Néstor García Canclini» op. cit.

tas tendientes a formar un espacio cultural latinoamericano: promover mercados comunes de libros, revistas, cine, televisión y vídeo, con medidas concretas que fomenten las producciones y favorezcan la libre circulación de los bienes culturales en la región; fijar cuotas mínimas de tiempo de pantalla, de emisión de radio y de otros bienes culturales latinoamericanos en cada país, y crear un Fondo Latinoamericano de Producción y Difusión Audiovisual.

Sin embargo, la parte de las propuestas relativas a los desequilibrios y al desfase que ofrece el nuevo escenario, sobre todo en lo que toca a convertir a los consumidores en ciudadanos culturales del siglo XXI, es la menos desarrollada, quedando solamente a nivel de preguntas o de esbozos. Permanece, en consecuencia, más o menos difuso cómo logremos ser ciudadanos del siglo XXI en el campo cultural y comunicativo, o que se entiende exacta y concretamente por aquello.

Con todo, las investigaciones, planteamientos y sugerencias de García Canclini conllevan aportes variados y productivos. Desde el punto de vista de la antropología y su epistemología, además de concentrarse en fenómenos urbanos modernos, el autor sale continuamente al paso del lastre fundamentalista y autoctonista de la disciplina, aludido en un viejo chiste que circula en las ciencias sociales. Aquél que a la pregunta de «¿Quién es un antropólogo?» responde: «Un individuo que anda detrás de un indio»; y luego, a la pregunta de «¿Y quién es un indio?», contesta: «Un individuo que anda detrás de un crédito». Con respecto al concepto de identidad, la perspectiva de García Canclini contribuye, una vez más, a destrabar el anclaje fundamentalista y ontológico del mismo. El escenario y los nuevos objetos de estudio que él perfila (como, por ejemplo, las heterogeneidades culturales vinculadas al consumo) desafían la caracterización telúrico-nacionalista de identidades aisladas. «No se pueden reducir –dice– los múltiples modos de ser argentino, mexicano o chileno a un paquete fijo de rasgos arcaicos, a un patrimonio monocorde y ahistórico».

Aquí y allá, García Canclini hace interesantes observaciones sobre temas que suelen recibir un tratamiento muy trivial entre nosotros, como por ejemplo el desinterés por la política o su transformación en espectáculo, temas que él vincula a la declinación de la nación como contenedora de lo social y al modo en que la sociabilidad y lo público se juegan cada vez más en los medios y en el consumo. De la trama de procesos que va delineando desprende también interesantes consideraciones sobre políticas culturales y sobre los límites de la labor del Estado en este campo, dadas las características del nuevo escenario. Junto a la mirada que diagnostica y presenta los distintos procesos de interacción cultural, García Canclini ejerce una suerte de pedagogía hacia la izquierda, una pedagogía persuasiva que la insta a desprenderse de los abordajes tradi-

cionales sobre el tema y a recomponer el matrimonio mal avenido entre el progresismo y las industrias culturales.

El tono vital de uno de los párrafos finales del libro es una buena muestra del hábito que anima a García Canclini: «El pensamiento posmoderno nos incitó –dice– durante los 70 y los 80 a librarnos de metarrelatos que auguraban emancipaciones totalizantes (...) quizás sea hora de emanciparnos del desencanto (...) se trata de reconstruir desde la sociedad civil y con el Estado una multiculturalidad democrática». Hay aquí una conexión y una desconexión con los estudios de la década de los sesenta. Una conexión en el sentido de que el análisis y el estudio de los fenómenos comunicativos y culturales sigue en la mayoría de sus renovadores vinculado al propósito de influir y cambiar la situación vigente, pero hay una desconexión y una gran diferencia en la medida en que se trata ahora de una tarea eminentemente cultural y que por lo tanto no puede ser ni supeditada ni reducida a lo político. De allí que una lectura de los planteamientos de García Canclini –como la que hace John Beverley⁵– que advierte en él a un autor que ha desechado la posibilidad de un sistema alternativo al capitalismo tardío; sencillamente está leyendo un estudio de los noventa con la mirada de los sesenta, sin hacerse cargo de las transformaciones que en este campo se han dado en América Latina.

Bernardo Subercaseaux

⁵ Véase John Beverley: «Estudios culturales y vocación política», *Revista de Crítica Cultural*, N° 12, Santiago de Chile, 1996.