

La lectura y otros procesos de consumo cultural: entrevista con Néstor García Canclini

Dulce Helena Mazer¹

Estudiante de doctorado; Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil
mazerdulce@yahoo.com.br

Resumen

En esta entrevista, el filósofo argentino Néstor García Canclini, radicado en México desde 1976, presenta su mirada acerca del actual contexto del consumo de lectura, sobre todo desde las perspectivas de la cultura digital. Entre sus más recientes estudios, se incluyen las investigaciones sobre jóvenes, culturas urbanas y redes digitales y las perspectivas de la antropología de los lectores. Dedicado a temas como globalización, identidades nacionales, culturas híbridas y estudios del consumo cultural, es un autor de gran influencia en las investigaciones latinoamericanas, principalmente en aquellas que abordan las intersecciones entre comunicación, cultura y sociedad. En la década de 1990, García Canclini empezó a delinear una teoría sociocultural interdisciplinaria del consumo, que abandonaba la idea del consumo como un lugar de decisiones puramente irracionales. Sus aportes congregan distintas líneas de interpretación y señalan posibles puntos de confluencia para la comprensión de los procesos de comunicación y recepción de bienes simbólicos.

Palabras clave

Antropología de los lectores. Consumo cultural. Estudios culturales latinoamericanos. Néstor García Canclini.

1 Presentación

Néstor García Canclini (La Plata, Argentina, 1939) es profesor-investigador en el Departamento de Antropología de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), Unidad Iztapalapa, en México, desde la década de 1990. Su interés en la enseñanza y la investigación

¹ Colaboraron Luis Enrique Escamilla Frías, en la edición, y Gonzalo Rubén Alvarez, en la revisión.

está fuertemente influenciado por la epistemología de las ciencias sociales, la sociología de la cultura, la estética, las artes y el consumo cultural. Entre sus más recientes estudios, se incluyen investigaciones sobre jóvenes, culturas urbanas, redes digitales y las perspectivas de la antropología de los lectores.

Desde su postura multidisciplinaria, Néstor García Canclini, filósofo de formación, ha construido un conjunto de investigaciones empíricas, hallazgos, contribuciones teóricas y reflexivas que imbrican comunicación, cultura y sociedad; su obra se ha convertido en una influencia dinámica para los estudios culturales en América Latina. Estudioso de la globalización, las identidades nacionales, las culturas híbridas y los estudios de consumo cultural, organizados alrededor de distintos bienes culturales, su obra ha generado notable interés entre investigadores de todo el continente. Desde la década de 1980, los públicos pasaron a ocupar un lugar cada vez más relevante en sus investigaciones: se enfocó principalmente en los consumidores culturales. Más tarde, en la década de 1990, el pensador dio énfasis a la teoría sociocultural del consumo; ésta la desarrolló con rigor investigativo y con la amalgama de varias disciplinas, como la filosofía, la sociología, la antropología, la economía, el psicoanálisis, entre otras.

Uno de sus libros más conocidos y referenciados en Brasil es *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad* (1990). Es el resultado de un largo trabajo de investigación sobre la reestructuración de las culturas nacionales. En él, profundiza sobre el debate entre la diferencia de culturas populares y eruditas; más específicamente, busca comprender la hibridación como un proceso en tránsito, para lo cual discute la temporalidad moderna en Latinoamérica, donde el desarrollo económico, pero también las migraciones sociales y fragmentaciones culturales, son claves.

En el primer trimestre de 2016, el investigador impartió el seminario *Hacia una antropología de la lectura*, en el Posgrado en Ciencias Antropológicas de la UAM, junto con algunos de los investigadores con quien realizó sus estudios más actuales sobre el tema. En el seminario —donde tomé parte, como estudiante—, las reflexiones acerca de la antropología y la sociología de la lectura posibilitaron comprender algunas de las implicaciones entre la industria editorial, la comunicación en distintos soportes y los lectores, así como el papel de las encuestas, la etnografía en el estudio de la lectura-escritura, y las nuevas prácticas de leer y escribir en plataformas electrónicas y digitales. En este contexto, surgieron nuevas perspectivas y preguntas, que a continuación serán

compartidas. El autor concedió esta entrevista en junio de 2016, en su casa, en México, país que eligió para vivir desde 1976.

En sus campañas para promover la lectura, los entes gubernamentales y las editoriales privadas suelen presentar el acto de leer como una actividad opuesta a nuevas prácticas de formación cultural, basadas en la cultura digital, adquisición de saberes y entretenimiento. Gran parte de los estudios sobre cultura y comunicación en América Latina siguen planteando esa visión antagónica. Y, a pesar de eso, vivimos un momento de transición cultural entre lectores-espectadores-internautas, en el cual los sujetos cuestionan el rol central de los productores de contenido en los circuitos culturales, mientras replantean sus acciones en el capitalismo informacional.

En México, según datos de encuestas nacionales realizadas en 2006 y 2012, el promedio de lectura por cada ciudadano fue de menos de tres libros al año. Desde sus primeros hallazgos sobre el tema de Antropología de los lectores, se supo que las encuestas nacionales de varios países, sobre todo las más dedicadas a los datos mercadológicos, han sido negligentes con algunos aspectos cualitativos importantes. Además de sobrevalorar cuánto se lee, pocas de ellas involucran temas de cultura digital y prácticas de consumo y recepción o, dicho de otro modo, las nuevas formas de relacionarse con los medios y la cultura.

¿Importa más el cómo se lee, lo qué se lee, para qué se lee, o cuánto se lee?

Efectivamente, la investigación que hicimos con un equipo aquí en la ciudad de México en los últimos tres años partió de un análisis crítico de las encuestas nacionales de lectura que se han hecho en México y en otros países para ver la metodología, y ahí surgieron cuestiones bastante básicas como errores gruesos en la caracterización del objeto de estudio.

Por ejemplo, las encuestas nacionales de lectura que se hicieron en 2006 y 2012 en México sólo preguntaban por la lectura en papel: libros, revistas, historietas; y nunca por la lectura digital. Sólo el año pasado, en 2015, se hizo una encuesta que registra el uso de computadoras, *iPhones*, etcétera, pero no averigua exactamente cómo y qué es lo que se lee en estos dispositivos electrónicos. Entonces estuve explorando personalmente encuestas de muchos otros países —España, Francia, Estados Unidos, varios países latinoamericanos— y noté, por ejemplo, que la encuesta de Brasil, la encuesta nacional de 2012 de lectura, empieza caracterizando al lector como el que en los últimos tres meses ha leído al menos un

libro. Ahí ya tenemos un problema de base. Sabemos que desde hace más de una década todos leemos en pantallas, o gran parte de la población. Y eso también debe ser incorporado como lectura, aunque sea una lectura fragmentaria y discontinua. Entonces, en la medida en que no se sabe cómo se está leyendo y escribiendo en pantalla, porque la lectura y la escritura suelen ir combinadas, si recibimos un mail, lo contestamos, no estamos registrando aquello que queremos conocer.

Por eso, decidimos poner entre paréntesis la indagación cuantitativa y pensamos que lo más importante no era saber cuánto se lee, sino cómo se está leyendo y cómo está transformándose la manera de leer. De manera que elegimos grupos muy distintos de lectores (estudiantes de universidades, de escuelas primarias, señoras de mucha edad, habitantes de la calle, grupos muy heterogéneos) para entender cómo se organizan para leer.

Preguntar cómo se organizan quiere decir, por una parte, cómo cada uno individualmente se relaciona con textos distintos, libros, textos de internet, mensajes en la calle, etcétera, y también cómo se organizan socialmente, porque una de las evidencias de nuestra investigación y de otras —que se han hecho en Francia o en Italia—, es que no leemos solos. Contrariamente a la idea tradicional (de que hay que leer en silencio, cada individuo en relación con un texto, si uno está en la biblioteca o en la casa tiene que estar lo más solo posible), en realidad eso puede ocurrir, sigue sucediendo, pero leemos libros que nos han recomendado, o leemos para preparar una clase, o un examen. Siempre hay sociedad en la lectura. Esto es mucho más evidente cuando vemos que hay situaciones sociales, como la feria del libro, en que nos reunimos en torno de la lectura, o los grupos de lectura, o los *YouTubers*, los críticos de libros, las múltiples mediaciones e intermediaciones que hay entre los textos y los lectores.

De ahí que a mí me parece que es útil preguntar cuánto se lee, pero no puede ser una pregunta aislada de la cuestión de cómo se lee, que me parece la pregunta fundamental. Desde luego importa también lo que se lee, porque no es lo mismo leer novelas, de distinta calidad, que leer textos para estudiar, o leer noticias en periódicos, o leer anuncios en la calle, o leer un instructivo de un nuevo artefacto electrónico que compramos y queremos saber cómo se usa. Todas son formas de leer; unas más cortas, otras más largas, con fines distintos. Todas son formas de leer y todas deben ser incluidas, pero la pregunta principal no es cuánto leemos, cuántas horas al día, cuántas horas en la semana, sino cómo leemos,

qué leemos, qué calidad tiene, qué interés, qué motivaciones tenemos para leer eso que estamos leyendo y luego para qué: qué uso hacemos con la lectura en la vida social.

¿Cuáles son las relaciones entre las ferias de libros y los intereses lectores en términos de prácticas y sociabilidad?

El primer dato es que las ferias en América Latina, sobre todo aquellas hechas para el lector, y no para el mercado, que son la mayoría, crecen. Cada año tienen más visitantes. Esto está diciendo algo que todavía ha sido poco investigado acerca del interés por los libros. Y el hecho de que en el mundo contemporáneo las escenas de convivencia en torno de los bienes culturales se han vuelto mucho más importantes es semejante a lo que ocurre en la música, donde se venden menos discos, pero se asiste a más festivales. Se hacen mucho más festivales, y otros conciertos, o lugares de reunión para escuchar música. De ahí que la sociabilidad, relacionada con todos los bienes culturales, es un ingrediente clave para lo que debemos estudiar.

¿Los libros ocupan los mismos lugares en los intereses culturales que hace algunas décadas?

Claramente no. Ha cambiado la estrategia de los ciudadanos habitantes de cualquier país para relacionarse con la información y el entretenimiento. Hace 20, 30 años, la discusión era cuánto leíamos y cuánto veíamos de televisión o cine, o sea, los medios de comunicación audio visual. Las escuelas en aquella época veían la televisión como enemiga, no se incorporaba mucho la televisión a la escuela y aún hoy hay resistencia a tener las pantallas de la computadora o de celulares en el salón de clases.

Esto es muy artificial, porque, en la vida cotidiana, todos estamos integrando todo el tiempo diferentes textos en pantallas. Y las computadoras y los celulares ya tienen programada la mezcla de textos, imágenes, sonidos. Entonces necesitamos disciplinas de investigación que conozcan conjuntamente todos esos soportes y formas de comunicación, porque esa intermedialidad está ya presente en dos grandes organizaciones de la cultura contemporánea. Por una parte, en las empresas: cada vez más empresas que eran sólo para producir cine, música, libros... se han ido fusionándose, y producen todo eso conjuntamente y con estrategias combinadas. Y, por otro lado, en nuestra propia mano tenemos dispositivos que nos traen juntos los textos, las imágenes y los sonidos.

Entonces, no veo por qué hay que separar, como si fueran objetos de disciplinas diferentes, o investigaciones distintas. Los comportamientos que tenemos cuando leemos un

libro de papel, cuando lo descargamos de internet y cuando consultamos *YouTube* buscando una conferencia del mismo autor para conocer algo más reciente sobre de lo que había escrito hace diez años, todo eso está interrelacionado. Inclusive, hay otras relaciones más abiertas, como las que tenemos cuando vamos a *YouTube* y buscamos un autor, encontramos una conferencia que dio y nos detenemos también en lo que viene en la columna del costado donde hay ciertos videos, o músicas que tienen relación con ese autor que estamos buscando. Entonces, tenemos que hacernos cargo de estas nuevas maneras de adquirir el conocimiento, de entretenernos y de circular y mezclar entretenimiento e información.

La Feria del Libro de Guadalajara, por ejemplo, es uno de estos lugares de sociabilidad alrededor del libro que es bastante visitada en México. ¿A qué atribuye usted el gran número de visitantes a estas ferias en México?

A la importancia que adquirieron los acontecimientos culturales. Las ferias, los festivales, las reuniones como oportunidad de socializar, de ver a las figuras mediáticas, los autores famosos, los *YouTubers*, aquellos que hemos conocido en la televisión, o por la circulación extra literaria, conocer sus biografías, hacer la experiencia de verlos y de captarlos de otra manera. Y también la oportunidad de mostrarse, de comunicar con otros lectores.

En ese sentido, ¿cuál es la intersección entre la lectura, la sociabilidad y la comunicación de uno mismo, a través de las redes sociales?

Es muy evidente, en el crecimiento de formatos de comunicación, de textos, de lecturas como son los blogs, la transmisión de recomendaciones a través de los *YouTubers*, de comunicaciones interpersonales... Si les digo a mis amigos: ¡No dejen de leer eso!, o si les mando un link asociado a un correo, o al *WhatsApp*, en todo esto hay relaciones sociales intensas. Formas de facilitar el compartir.

A partir de esta experiencia de investigación, ¿cómo debe ser el giro investigativo en torno a estos intereses?

Por una parte, debe combinar distintas disciplinas. Obviamente, la lectura tiene que ver con la lingüística. Los estudios sobre lectoescritura o sobre literacidad, es decir, la formación de la capacidad de leer, han sido hechos clásicamente por lingüistas, o gente formada en lingüística, o en pedagogía, pero que sabe del lenguaje. La sociología ha realizado muchos aportes al conocimiento de la lectura, pero con esta limitación de estudiarla cuantitativamente. Y la antropología tiene una gran contribución cuando analiza

cualitativamente las maneras en que nos organizamos para leer y las relaciones afectivas y vivenciales que tenemos con el acto de leer.

A la antropología, más que la lectura, le interesan los lectores. Y eso me parece una clave para entender lo que sucede con la lectura.

Estas prácticas acaban por dibujar un lector imaginario. ¿Las prácticas de lectura en México hoy acompañan el imaginario tradicional sobre el lector?

Las prácticas de los habitantes sí, de los ciudadanos comunes, sobre todo de los jóvenes, están insertadas en esta reconfiguración de las escenas comunicativas. Las prácticas del Estado, de la escuela, no, o en muy pocos casos. Siguen atadas a la lectoescritura, al predominio de la cultura letrada, y también con estos otros componentes equivocados de aislar al individuo lector como si no formara parte de redes todo el tiempo. Leemos y escribimos lo que hacen los otros y para los otros.

Hablando de esta sociabilidad, ¿cuáles son las actuales posturas o prácticas ante las nuevas herramientas digitales, y en qué consisten las nuevas competencias lectoras?

Lo que hemos encontrado en nuestras investigaciones y en las de otros que han hecho sobre todo estudios etnográficos es que las nuevas competencias lectoras se van adquiriendo, para poder relacionarse articuladamente con esos, distintos mensajes y formas de comunicación. Son competencias que casi nunca se adquieren en las escuelas, sino en la sociabilidad.

Los jóvenes compran un nuevo modelo de *iPhone* y no leen el instructivo, ya saben cómo se maneja y lo que no saben, sea un *iPod* o un *Tablet*, o cualquier otro equipo, se van adquiriendo competencias con el uso. O preguntan a otros. O si tienen tropiezos, y les deja de funcionar, o no saben controlarlo, también hacen una consulta y aprenden con otros. Son competencias que ya se han ido naturalizando. Mucho menos para los de más edad, que nos formamos en la cultura letrada; esto implica un pasaje de una escena a otra, un entrenamiento o una situación distinta.

Por cierto, esas distintas competencias replantean todos los problemas relacionados con la lectura; por ejemplo, la vieja discusión sobre la calidad de qué se lee. En realidad, son discusiones que ya estaban mal planteadas hace muchos años, porque hay muchas grandes novelas trasladadas al cine, y es evidente si tomamos un caso como *El Castillo* de Kafka; es muy difícil decir si es superior el libro de Kafka o la película filmada por Orson Welles. Las dos son grandes obras. Con sus requisitos de género, de manejo del lenguaje, con lenguajes

distintos. Entonces son preguntas impertinentes. Se pueden hacer en algunos casos, pero la noción de calidad tiene que ser reformulada. A mi manera de ver, tenemos pocos instrumentos para reformular nociones como la de calidad, que se formaron en la cultura letrada, en el siglo XIX o principios del XX.

Uno de los criterios mencionados por algunos críticos literarios, estoy pensando en Beatriz Sarlo, en Argentina, es que se puede definir la calidad según la densidad de los textos y de nuestra relación con ellos. En este sentido, es más valioso, más rico, dar más posibilidades de interpretación: es más valioso un texto denso que un texto que tiene una sola capa o dos de lectura. Y también creo que una educación, un entrenamiento para leer con densidad, nos habilita a ser mejores lectores.

Pensando en el modo como estaríamos preparados para lecturas más o menos densas y para el ejercicio de la escritura, ¿los estudios de recepción y consumo serían parte de este tipo de investigación que está preocupada por comprender al sujeto desde su contexto, su subjetividad y sus competencias lectoras, o su capacidad desde la educación, desde su formación cultural general? ¿Los estudios de recepción y consumo ayudarían a entender cómo los sujetos se relacionan con esa calidad o, más bien, con estos contenidos densos?

Con los contenidos y las formas.

Los estudios de recepción son indispensables para no atribuir a los receptores propiedades o valores que sólo estén en la intención de los emisores. Sean los editores, los autores de textos, o cualquier otro emisor.

Los emisores tienen ciertos fines. Y se proponen realizarlos con un trabajo formal sobre los textos. Tanto en una novela compleja como en un texto publicitario. Pero eso no nos dice qué va a suceder cuando sean recibidos por diferentes consumidores o usuarios. Hay que estudiar a los receptores.

Ha habido grandes avances en las últimas tres o cuatro décadas en este campo. Los viejos estudios sobre recepción literaria que dieron lugar a una teoría llamada de la recepción, o los estudios sobre consumo cultural más cuantitativos, más estadísticos, que trataban de entender estructuras, más que el comportamiento de los individuos, se han ido sofisticando, se han ido aproximando de cierto modo. Entonces, por ejemplo, las nociones como la del pacto de la lectura que surgió en las teorías de la recepción literaria han pasado al consumo cultural, y se habla de un pacto de lectura que hacemos los lectores de textos con las novelas o con un diario que elegimos para leer. O los pactos de lectura de los

espectadores de cine con las salas, con las pantallas televisivas. Nos hemos vuelto más sensibles a las variedades de recepción y de uso.

Hay ciertas diferencias que se han construido, también en los últimos años, entre consumo, en un sentido, que nunca fue pasivo, pero que aludía más a la recepción de personas ajenas al proceso de producción, y por otro lado, el acceso, que es la noción que se ha desarrollado con los usos de dispositivos electrónicos digitales y tiene que ver más con la manera en que accedemos, nos relacionamos con una variedad enorme de textos, imágenes y sonidos, de un modo más activo. Y también nociones que han ido complejizándose sobre el consumo y acceso como prosumidores: la combinación de producir y consumir en el mismo sujeto, que lleva a hablar de produsuarios. Todo esto configura un abanico de campos de investigación indispensables para poder entender el significado epocal de ciertos mensajes, de nuevas formas de producción y circulación de la cultura.

¿Cuál es la importancia de la tradicional lectoescritura y de las lecturas fragmentadas en la contemporaneidad, considerando aún la lectura como una práctica polisémica?

Las lecturas fragmentadas, o el acceso discontinuo a una variedad dispersa de mensajes, tienen que ver con la circulación de los bienes culturales en la contemporaneidad. Por una parte, por la abundancia de bienes y mensajes como no hubo en ninguna época anterior; por otro lado, con la dispersión de esos bienes y la pérdida de los grandes marcos de organización de la cultura. Pensemos que apenas hace 50 años, en la mayoría de los países, la enorme cantidad de mensajes de información y entretenimiento que recibíamos a través de la escuela, de la literatura, las industrias editoriales, la televisión eran generados dentro de la propia sociedad, dentro de la propia nación. Eso les daba un marco lingüístico o de interpretación cultural más programada, más prevista. Hoy, recibimos mensajes de decenas y decenas de culturas. Predominan en el mundo audiovisual las producciones estadounidenses o anglosajonas. Pero también tenemos gran éxito de los *mangas* japoneses, de literatura de distintos países asiáticos, africanos... más los tradicionales insumos culturales que nos han venido a América Latina desde Europa y Estados Unidos. Pero ese conjunto de saberes, de entretenimientos, no está articulado en un sistema mundial. Y aprendemos a usar, a interpretar bienes tan distintos, como el cine de *Hollywood*, el cine francés, y los *mangas*, las películas japonesas o chinas, con estrategias diferentes. Nos acostumbramos a modos de narrar distintos, a maneras de distanciarnos y de aproximarnos afectivamente a bienes muy diferentes.

¿Usted cree que la lectura de periódicos y revistas ha disminuido, como apuntan las varias encuestas, también cuantitativas, sobre la reducción de ventas de estos medios? ¿Cómo justifica usted esa opinión?

Casi todas las predicciones apocalípticas en la cultura actual provienen de los productores tradicionales de bienes. Los productores de películas se alarmaron porque en los años 80 y 90, con la aparición del video, cerraron muchas salas de cine. Los productores de libros en papel vieron que declinaban las ventas, cerraban librerías, han quebrado editoriales. Pero muchas no quebraron, sino que fueron vendidas para fusionarse con otras transnacionales. Y con otros productores de mensajes audiovisuales o digitales. Ahora, con más perspectiva, ya como llevamos muchos años de cierre de salas, pero también apertura de muchas salas de cine con otra concepción, como multiplex, cuando sabemos que la circulación de cine en pantallas, en la computadora, o de la televisión son muy frecuentes, cuando hay negocios incluso ligados a estos modos de descarga, nadie dice que se ve menos cine que antes... ¡se ve más! Del mismo modo, podemos decir sobre los diarios y revistas. Se lee mucho, incluso más diarios que antes. Anteriormente, recibíamos un diario en nuestra casa, o lo comprábamos en un puesto de periódicos en la esquina y leíamos ese y nada más, por una limitación económica o de tiempo, para leer todos. Hoy, muchos leemos varios periódicos, incluso de distintos países y en más de una lengua. Por supuesto los leemos fragmentariamente. Seleccionamos las noticias que nos importan más. Si hay un acontecimiento del día, leemos lo que pasa y lo que se dice en los diarios en nuestro país, pero también, si podemos leer en inglés, leemos los diarios estadounidenses. Trataremos de entender cómo se ve desde la unión europea, los diarios franceses, los españoles... Habría de investigar eso. Pero tengo una impresión de que muchos leemos más tiempo periódicos y revistas que en el pasado.

Es cierto que estas nuevas situaciones han cambiado las estrategias de producción de los textos en los diarios. Casi siempre los textos son más cortos, pues saben que están compitiendo cuando el diario aparece a la mañana con la actual información que ya conocemos de internet en el día anterior. Entonces tienen que buscar otros modos de organizar la información y en ese proceso muchos diarios cierran, o se quedan solo con su emisión en internet. Es la reorganización de la cultura, en las formas de comunicación mucho más instantáneas y también obsoletas.

El consumo cultural es un tema de gran importancia en su trayectoria intelectual, sobre todo para los investigadores en Brasil. A pesar de ser bastante mencionado, de modo general, en el panorama brasileño de investigación, el consumo cultural como un “[...] lugar de valor cognitivo, útil para pensar y actuar, significativa, renovadoramente, en la vida social.” (GARCÍA CANCLINI, 2009, p. 71) no fue muy desarrollado en investigaciones empíricas sobre los consumidores. Una de las más importantes contribuciones de su obra fue la definición del consumo como “[...] el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos.” (GARCÍA CANCLINI, 2009, p. 58), construyendo así una teoría sociocultural del consumo. Según la teoría desarrollada desde la década de 1990, los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica, un proceso multidisciplinario entrecortado por racionalidades. ¿Las racionalidades del consumo cultural siguen siendo importantes modos de comprender el consumo como proceso?

Sigo pensando que el consumo, como intitulé ese texto (GARCÍA CANCLINI, 1995), es algo que sirve para pensar porque tiene su racionalidad, y no es un lugar de explosión de gustos irracionales. Solo que esta racionalidad ha cambiado. No es el mismo tipo de racionalidad el que teníamos cuando predominaba la cultura escrita/letrada, a esta época, en que predomina la cultura audiovisual, digitalizada y entremezclada con lo escrito y con los sonidos, con la música, con otras imágenes heterogéneas. Por lo tanto, la enorme heterogeneidad y dispersión de los bienes que recibimos puede crear muchas dudas acerca de cómo se articula, si esa vinculación es racional o una simple movilización de afectos errática. Los afectos son a veces erráticos, pero sabemos por el psicoanálisis, por la sociología y por la antropología de los afectos, que tienen también lógicas parciales, que varían según sus individuos o grupos sociales, la forma de pertenencia.

A propósito de lo planteado sobre los lectores y el consumo cultural como modo de construcción de ciudadanía, ¿dónde se ubica y cómo se manifiesta la autonomía ciudadana de estos lectores en red?

Por una parte, podemos ser más autónomos al tener más información sobre cualquier hecho, más opiniones sobre una película, o sobre un disco que acaba de aparecer, o sobre un concierto que va a ocurrir, y podemos elegir, pero también son elecciones siempre condicionadas, es decir, no es la autonomía del consumidor aislado, sino del grupo de pertenencia o de los varios grupos en los que estamos insertados y con los cuales vamos a gustar aquello que elegimos para acceder. Es una autonomía más informada, pero es una autonomía condicionada colectivamente, y por supuesto es una autonomía muy condicionada por nuevos actores como son las grandes empresas mediáticas o digitales que

capturan nuestros gustos, producen algoritmos y nos reenvían, nos devuelven una oferta de lo que deberíamos comprar, o lo que ellos suponen que vamos a querer. Entonces también eso condiciona la manera en que nos enteramos de lo que va apareciendo y hay algo a veces de mandato: ¡Esto es lo que debes consumir!

En sus primeras aproximaciones con la antropología, todavía en la Universidad Nacional de La Plata, le interesaban las aproximaciones entre la filosofía, antropología y el conocimiento literario y popular. Usted ha trabajado en sus investigaciones con escritores, así como con fotógrafos, realizadores cinematográficos, artistas visuales y plásticos, entre muchos otros. ¿Cuál es la importancia de la interdisciplinariedad en los estudios de juventud, sociedad y cultura?

No sólo la importancia: la indispensabilidad. Las referencias sociales se configuran con dimensiones que corresponden a varias disciplinas: biológicas, económicas, sociales, culturales. ¿Por qué vamos a creer que aprehendemos un fenómeno si lo estudiamos con los instrumentos de una sola disciplina? No es fácil para una sola persona manejar varias disciplinas. Es frecuente que los que nos formamos en una disciplina aprendamos algo de otras. Los que nos formamos en antropología nos damos cuenta que tenemos que aprender de comunicación, de sociología, de economía, pero existe siempre la posibilidad de trabajar con especialistas en estas disciplinas. Y ahí está la importancia no sólo de la interdisciplinariedad, sino de la investigación en equipo. Es muy difícil hacer investigación individual. Porque si no, no captamos la multidimensionalidad de los fenómenos. A mí me ha parecido muy iluminador, desde los años 1980 en que comencé a trabajar con fotógrafos y artistas visuales, o en los 1990, cuando creamos el programa de estudios sobre cultura urbana en la Universidad Autónoma Metropolitana e invitamos a un fotógrafo para que fuera parte de los investigadores —fotógrafo de alto nivel, con mucha experiencia internacional—, y que leyera nuestros textos, así como nosotros nos dejáramos instruir por sus fotografías, registros de los que ocurría en la ciudad².

¿Y cuál fue el resultado de esta sinergia?

Muchos resultados. Uno es el desafío que implican las miradas distintas. El fotógrafo, que fue Paolo Gasparini, nos decía que había aprendido de nuestros estudios sobre los viajes por la ciudad, pero él hacía sus propios viajes, no obedecía nuestra interpretación de cómo se viaja por la Ciudad de México. Y a su vez nosotros, cuando vimos la manera como él

² García Canclini se refiere al proyecto que resultó en la publicación de *La ciudad de los viajeros* (GARCÍA CANCLINI; CASTELLANOS; MANTECÓN, 1996).

registraba visualmente escenas a las que no habíamos prestado atención cuando viajábamos por la ciudad, investigábamos distintas zonas, barrios, viajábamos por medios de transporte diferentes, percibíamos lo que podíamos captar en una foto fija si la íbamos leyendo lentamente, y registramos un tipo de densidad de la escena diferente a la que teníamos cuando íbamos presencialmente y la observábamos y anotábamos en nuestro diario de campo.

¿Cuál es el rol de la interculturalidad en la antropología, en sus estudios más actuales, y cómo se la explica?

Ha habido un desplazamiento en los objetos de estudio de la antropología. Históricamente, fue cultura, sobre todo la de una etnia o una nación. La mayor parte de los estudios clásicos de antropología fueron hechos de grupos acotados, que tenían cierto sentido comunitario compartido y, por lo tanto, una producción y circulación de bienes culturales, de mitos, de músicas, de historias, que eran las propias de esas comunidades, con mucha resistencia a lo que podrían recibir de otras culturas, aunque sí lo recibían y se infiltraban, o lo intercambiaban. Desde el siglo XX, por lo menos, con el desarrollo de las primeras industrias culturales, como el cine y la radio, se fue dando una integración nacional de los mensajes, más allá de las comunidades regionales o étnicas. Lo ha estudiado muy bien Jesús Martín Barbero, entre otros, al mostrar el papel clave que tuvieron el cine, la radio y otras manifestaciones de cultura popular cuando pudieron integrar distintas zonas de una nación bajo repertorios compartidos. Los estudió también Benedict Anderson en su libro *Comunidades imaginadas* (1983). Pero hasta hace unos 20 o 30 años todavía se pensaba que el objeto de estudio de la antropología era la cultura, entendida como un repertorio más o menos compacto, unificado de bienes y mensajes. Hoy, me parece que para muchos antropólogos el objeto de estudio no es la cultura sino la interculturalidad, o sea, el conjunto de cruces, de intersecciones, de conflictos que ocurren entre culturas históricamente constituidas de modo separado y hoy en interacción.

Otro tema importante es el aspecto generacional, que ha sido transversal en sus trabajos más recientes. Específicamente en el tema de juventudes, consumo de medios y cultura popular, me gustaría saber si es posible apuntar un panorama de prácticas juveniles en diferentes generaciones. Además, si es posible definir grupos generacionales a través de las prácticas juveniles.

Hay diferencias generacionales, sin duda. Las tecnologías, su renovación, o la aparición de nuevas tecnologías tienen mucho que ver con eso, no son el único factor, pero

podemos hablar de generaciones que nos formamos con la lectura de libros y revistas, otras que se formaron principalmente en la visión del aparato televisivo, otras que comenzaron a usar el video más que la asistencia a las salas de cine, aunque nada de eso es definitivo, porque vemos desde el principio del siglo XXI que, con la remodelación de la oferta cinematográfica pública, hay un regreso de los jóvenes de las nuevas generaciones, incluso de las más jóvenes, al cine. Yo veo, no solo en la Cineteca en la Ciudad de México, sino en las salas comerciales, también una presencia muy vital y creciente de los jóvenes; veo la participación, un goce en torno de la asistencia al cine, la reunión para ir al cine. Hay otros factores que tienen que ver y que han aparecido en las investigaciones que hicimos en México, en España, conjuntamente en los últimos años, que tiene que ver con las distintas relaciones con el trabajo en las generaciones. Hasta el mundo fordista, o en las primeras etapas post-fordistas, los empleos ofrecían cierta seguridad. Había la posibilidad de continuar muchos años en el mismo puesto, quizá ascender, pero dentro de la misma empresa o del mismo aparato de instituciones estatales, eso se acabó. La idea de hacer carrera es una idea de generaciones que eran jóvenes hace 30 años. En las más recientes, se trabaja por proyectos. Un proyecto substituye al otro, y hacemos el actual sabiendo que en poco tiempo vamos a buscar otro. O sea, al mismo tiempo en que estamos trabajando para un proyecto, estamos buscando en internet y en redes sociales qué otras oportunidades de trabajo cuentan, estamos pensando en lo que vamos hacer en estos seis meses como si fuera normal esta discontinuidad.

En parte esto se debe a la organización de los mercados laborales. Hay algo que parece inevitable, muy difícil de cambiar, pero me preocupa: la enorme precariedad que es generada. La pérdida de valor de la acumulación de conocimiento que se puede tener con un trabajo y también la sensación de que todos estamos peligrando, que lo que aprendemos hoy no nos va servir el año próximo, y que, desde el punto de vista de los ingresos, no tenemos seguridad acerca de en qué podemos comprometernos. Nos decía una egresada de dos maestrías en arte y diseño que hablaba bien, además del español, el inglés y el francés: “Consigo trabajo, pero no puedo ni pedir un préstamo para comprar un departamento y embarazarme”. Entonces la idea de generación y juventud, por lo tanto, va asociada a ciertos cambios de época que tienen que ver mucho con estos aspectos: la precarización de los trabajos, la dificultad de acumular conocimientos que pueden ser utilizados a largo plazo, la casi imposibilidad de hacer carrera en ninguna profesión y ningún oficio, y la discontinua relación con las tecnologías.

Considerando los movimientos sociales juveniles y los nuevos panoramas políticos en contextos ampliados interculturales, ¿la expresión ‘subculturas juveniles’ sigue siendo definidora de sus prácticas?

Tengo prevenciones con la noción de ‘sub’ porque sugiere algo inferior y también implica la existencia de una cultura que sería la totalidad. Si tomamos en serio esta descripción que veníamos haciendo de muchas culturas que coexisten —las de un barrio, las muchas que habitaron una ciudad, una nación, y también con las de otras naciones, las que nos traen la experiencia cultural y se fusionan en la misma producción—, ¿qué quiere decir subcultura? Todas son subculturas, no hay ninguna que pueda pretender hablar en el nombre de la totalidad. Entonces, una operación que me parece indispensable es salir de la noción de cultura como algo sustancializado, desde lo cual se pueden trazar sus marcos, su delimitación, y decir: esto es la cultura, o esta es la cultura mexicana, o esta es la cultura brasileña. Lo que tenemos son procesos interculturales que relacionan contenidos heterogéneos, reinterpretan a los producidos en una escena para llevarlos a otra, o el mismo proceso de comunicación va siendo modificado por todos los usuarios.

Agradecimientos

Agradezco muy atentamente al escritor mexicano Luis Enrique Escamilla Frías, por la edición de la entrevista, y al doctorando en Comunicación e Información de la UFRGS, Gonzalo Rubén Álvarez, por la revisión textual.

Referencias

ANDERSON, Benedict. **Imagined communities**: reflections on the origin and spread of nationalism. Londres: Verso, 1983.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Culturas híbridas**: estrategias para entrar y salir de la modernidad. México: Grijalbo; CONACULTA, 1990.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores y ciudadanos**: conflictos multiculturales de la globalización. Ciudad de México: Debolsillo, 2009.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. El consumo sirve para pensar. In: GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores y ciudadanos**. Conflictos multiculturales de la globalización. México: Grijalbo, 1995. p. 41-55.

GARCÍA CANCLINI, Néstor; CASTELLANOS, Alejandro; MANTECÓN, Ana Rosas. **La ciudad de los viajeros**: Travesías e imaginarios urbanos, México 1940-2000. México: Grijalbo; Universidad Autónoma Metropolitana, 1996.

Reading and the other cultural consumption process: interview with Néstor García Canclini

Abstract

In this interview, the Argentinian philosopher Néstor García Canclini, who lives in Mexico since 1976, presents his sight on the current context of reading consumption, especially since the perspectives of digital culture. His most recent studies include research on young people, urban cultures and digital networks, and the perspectives of anthropology of readers. Dedicated to topics such as globalization, national identities, hybrid cultures and cultural consumption studies, he is an author of great influence in Latin American research, especially in those that approach the intersections between communication, culture and society. In the 1990s, García Canclini began to delineate an interdisciplinary sociocultural theory of consumption, which abandoned the idea of consumption as a place of purely irrational decisions. Their contributions bring together different lines of interpretation and indicate possible points of convergence to understand the processes of communication and reception of symbolic goods.

Keywords

Anthropology of readers. Cultural consumption. Latin American cultural studies. Néstor García Canclini.

A leitura e outros processos de consumo cultural: entrevista com Néstor García Canclini

Resumo

Nesta entrevista, o filósofo argentino Néstor García Canclini, radicado no México desde 1976, apresenta seu olhar sobre o atual contexto do consumo de leitura, sobretudo desde as perspectivas da cultura digital. Entre seus mais recentes estudos, se incluem as pesquisas sobre jovens, culturas urbanas e redes digitais e as perspectivas da antropologia dos leitores. Dedicado a temas como globalização, identidades nacionais, culturas híbridas e estudos de consumo cultural, é um autor de grande influência nas pesquisas latino-americanas, principalmente naquelas que abordam as intersecções entre

comunicação, cultura e sociedade. Na década de 1990, García Canclini começou a delinear uma teoria sociocultural interdisciplinar do consumo, que abandonava a ideia do consumo como um lugar de decisões puramente irracionais. Seus aportes congregam distintas linhas de interpretação e assinalam possíveis pontos de confluência para a compreensão dos processos de comunicação e recepção de bens simbólicos.

Palavras-chave

Antropologia dos leitores. Consumo cultural. Estudos culturais latino-americanos. Néstor García Canclini.

Recebido em 04/01/2017

Aceito em 04/01/2017