

# Globalización, mercado y consumos culturales

## Entrevista a Néstor García Canclini\*

Eugenia Zicavo\*\*

El eco de las bocinas de la avenida Corrientes, en pleno centro porteño de Buenos Aires, llega hasta el *lobby* del hotel donde se hospeda Néstor García Canclini, filósofo y antropólogo argentino radicado en México desde 1976, que suele volver seguido a su tierra natal. Ya sea como invitado a conferencias, a la Feria del Libro —de la que ya es habitué— o para visitar a los afectos que quedaron en el Sur, García Canclini retorna a la capital argentina con una curiosidad renovada y una amabilidad que, en la entrevista, incluso soslaya los trajines del viaje y el lógico cansancio por el cambio de horario. En la comodidad de un sillón y tomando apenas algunos sorbos de agua mineral, a pesar de estar sentado parece estar en movimiento, su mirada yendo y viniendo como si pudiera dar pasos dentro y fuera del salón. Ha reflexionado acerca de las ciudades, tanto como lugares para habitar como para ser imaginados, y su imagen de Buenos Aires fue cambiando durante todos estos años en México; en cada visita lo sorprenden nuevas mutaciones, la irrupción de los edificios corporativos, las altas torres de empresas, la transnacionalización.

Referente ineludible de los estudios culturales en América Latina, García Canclini ha analizado los conflictos latinoamericanos contemplando las tradiciones que aún no se han integrado y la modernidad que nunca acaba de llegar. Trazando originales

\*\* Licenciada en Sociología de la Universidad de Buenos Aires (UBA) y becaria doctoral CONICET. Docente de Sociología de la Cultura en la Facultad de Ciencias Sociales (Carrera de Sociología, UBA). Integrante del equipo de investigación del proyecto UBACYT «Sociología de la cultura», en el Instituto de Investigaciones Gino Germani.

✉ezicavo@mail.fsoc.uba.ar.

RECIBIDO: 14/5/2009.

ACEPTADO: 10/6/2009.

\* Realizada el 3 de junio de 2007.

vinculaciones entre consumo y ciudadanía, plantea por qué nos sentimos convocados como consumidores, incluso cuando se nos interpela como ciudadanos.

Autor de *Las culturas populares en el capitalismo*, *Culturas híbridas* y *Consumidores y ciudadanos*, entre otros, García Canclini ha acuñado novedosos conceptos como el de *culturas híbridas* para dar cuenta de diversos procesos socioculturales en los que distintas prácticas que existían en forma disgregada, se combinan para generar nuevas estructuras. «En un mundo tan fluidamente interconectado, las sedimentaciones identitarias organizadas en conjuntos históricos más o menos estables (etnias, naciones, clases) se reestructuran en medio de conjuntos interétnicos, transclasistas y transnacionales. Las maneras diversas en que los miembros de cada etnia, clase y nación se apropian de los repertorios heterogéneos de bienes y mensajes disponibles en los circuitos transnacionales generan nuevas formas de segmentación», afirma.

Profesor e investigador en la Universidad Autónoma Metropolitana de México, especialista en culturas urbanas y sociedades mediáticas, García Canclini es sumamente crítico con la actual situación del mercado editorial latinoamericano y diagnostica que, de haber buenas investigaciones sobre los mercados literarios, las editoriales sabrían dónde y cómo invertir. A partir de informes de consumos culturales y encuestas de lectura realizadas en Argentina, México y Colombia, actualmente investiga los distintos cambios en los hábitos de los lectores. De acuerdo con sus estudios, la expansión de las tecnologías digitales parece haber modificado sensiblemente las prácticas de lectura con un marcado desplazamiento desde las publicaciones en papel hacia los medios electrónicos: «Hay miles de ciudades en América Latina a las que no llegan diarios ni tienen librerías, que tienen pocas bibliotecas y sin embargo todas tienen cibercafé. Hoy cualquier diario latinoamericano tuvo más consultas en la mitad del día que la cantidad de ejemplares vendidos en papel». En suma, sostiene que ha habido una enorme transformación en los modos de producción y circulación de la información, y que el acceso a la escritura y la lectura pasa cada vez más masivamente y con mayores facilidades por los medios digitales. Por eso considera que mientras distintos actores (beneficiados por la circulación mercantil de los productos culturales) catalogan la circulación de obras en Internet como actos ilegales o de *piratería*, el mercado editorial va a terminar sufriendo las mismas mutaciones que hoy se vislumbran en el campo musical: «Los escritores suelen ser más resistentes pero si pensáramos que lo que está ocurriendo en el mercado musical es un anticipo de lo que puede ocurrir en otros mercados culturales, uno podría pensar que en diez o quince años el *copyleft* va a estar muy extendido».

—¿Cómo cree que se va modificando la articulación entre consumo y ciudadanía en relación con la difusión de nuevos «consumos responsables» en esferas como el turismo o la moda?

—Efectivamente ha cambiado la articulación de consumo y ciudadanía desde cuando escribí el libro *Consumidores y ciudadanos*; estos movimientos de turismo, de ecología son indicadores de algunos de estos cambios. No me resulta nada atractivo el aspecto moralista de esto, es decir, que hay que ir a ciertos lugares porque es lo políticamente correcto o imaginarnos que vamos a lograr conspirar contra las transnacionales y derrotarlas porque dejamos de consumir dos días al mes. Me parecen ingenuidades

que se iniciaron en Estados Unidos y se han exportado bastante erráticamente pero con algún éxito discutible. Pero sí es cierto que hay un cambio. Estuve en dos reuniones sobre turismo en los últimos años; una, especialmente, en Barcelona sobre la relación entre turismo y cultura. Las estadísticas de los principales países europeos receptores de turismo ven que hay un movimiento, un cambio. El turismo de sol y playa sigue siendo mayoritario —en España, por ejemplo, es alrededor del 70%— pero ha decrecido en porcentaje. No la cantidad de turistas, pero sí el porcentaje dentro del total porque ha crecido el turismo de aventuras, el turismo ecológico, el agroturismo y otras variantes entre las cuales está presente el turismo esotérico, sexual, revolucionario, el turismo piquetero o villero, pero son muy minoritarios. En todo caso, sí hay una diversificación. La industria turística está aprovechando nuevas oportunidades también porque en el mundo hay muchísimas playas sobresaturadas y porque hay otras formas realmente muy atractivas que tienen que ver con la expansión de las clases medias, de la educación de nuevos sectores que califican para un turismo más sofisticado y enriquecido.

**—¿Cómo se puede pensar el consumo como estrategia política ciudadana desde estos nuevos paradigmas de consumo responsable?**

El auge del turismo responsable, el turismo ecológico o el agroturismo, por ejemplo, se puede aprovechar para relacionar esta práctica con el ejercicio de la ciudadanía como una reflexión acerca de cómo puede desarrollarse una sociedad o una economía y cómo los aspectos culturales juegan un papel que tradicionalmente se consideraba lúdico y hasta banal, como ocurría con el turismo. Sin embargo, hay otras preguntas que son difíciles de contestar. En décadas pasadas, cuando imaginábamos un consumo responsable vinculado a ejercicios de ciudadanía estábamos menos organizados. Habían televidentes o consumidores que protestaban por la calidad de los programas de radio y televisión o por el uso del espacio urbano sin destruir la naturaleza.

Lo que ha crecido un poco en este sentido es algo que podemos llamar una acción complementaria de los responsables o culpables de la oferta cultural y los consumidores que podríamos sintetizar en figuras como la del ombudsman o el defensor del lector. Hay algunos diarios, muy pocos en América Latina, que tienen defensor del lector. El diario español *El País* lo tiene y escribe todos los domingos; su función es recibir quejas y contestarlas con total independencia del diario y eventualmente hacer la interlocución con la sección del diario responsable de algún análisis de un acontecimiento que se ha hecho de manera maniquea o racista, darle la posibilidad a los lectores o a los afectados por una noticia de testificar, en fin, defender los derechos de los lectores. No sé si también lo tiene el diario *El tiempo* en Colombia, aunque no estoy seguro. Son escasas excepciones. En algunos países —México, por ejemplo— está empezando a hablarse de la posibilidad de un ombudsman de la televisión. Por ahora lo han planteado solo para una de las dos televisoras culturales. Por supuesto que sería indispensable en la televisión comercial abierta y también en la de cable, la televisión paga. Tal vez una exigencia pública o una tendencia a fomentar que los emisores de mensajes, radios y televisoras tengan esta figura, tenga más posibilidades de desarrollarse que organizadores de consumidores que protesten en la puerta del canal. Es un funcionario orgánico al que le tiene que pagar el diario, así ocurre, pero que tiene independencia y está por un período corto, uno o dos

años; no se perpetúa en el cargo. Suele ser un periodista con trayectoria o una figura pública muy reconocida que entiende del tema pero a su vez le importa lo público.

**—¿Cuál es su diagnóstico acerca del estado actual de la producción en ciencias sociales: sus temáticas recurrentes, tipos de abordaje? ¿Qué están produciendo las universidades?**

Después de ese período que fue la dictadura de expulsión, censura, hubo un período de recuperación, entre otras cosas de la memoria, y creo que todavía se está discutiendo. Es muy significativa la cantidad de publicaciones, libros y películas que ha habido sobre los sesenta y los setenta, pero hay reinterpretaciones importantes que corresponden además a un planteo sobre qué hacer con el pasado, con la memoria, hasta cierto punto curioso en esta época de presentismo, de falta de densidad histórica. Al mismo tiempo, hay un desarrollo de las ciencias sociales de muy buen nivel, sobre todo en antropología y sociología, y parte de los estudios comunicacionales, que son muy exuberantes pero no siempre rigurosos. Por ejemplo, si uno visita periódicamente la sociedad argentina, sin estar estudiándola, tiene la impresión de que hay un mayor cosmopolitismo, sobre todo en las generaciones más jóvenes, de 45 años para abajo, pero también un cierto ensimismamiento en la agenda de investigación. En Brasil, por ejemplo, parece que estudian mucho más lo que sucede fuera del país. Tengo la impresión de que en la Argentina sabemos muy poco de procesos internacionales que nos afectan seriamente. Un ejemplo: antes y después de la crisis de 2001 hubo muchísimos números de revistas dedicados a analizar esa situación, las causas, perspectivas, qué había que modificar en la sociedad. Casi unánimemente la Argentina parecía un país sin relaciones exteriores y estábamos metidos en el Mercosur. No era algo imaginario lo que sucedía afuera. Entonces encontramos que algunos analistas hablan sobre globalización pero hay poca investigación sobre cómo realmente está funcionando y transformando año tras año la globalización. Hay muy pocos estudios que estudien lo que pasa con los migrantes argentinos en el extranjero, no solamente en España donde son centenares de miles, o que estudien cómo son recibidas las películas argentinas en España o en países latinoamericanos, o qué pasa con la recepción de los autores. Tengo la sensación de que salvo en Brasil, el ensimismamiento en la agenda de investigación es un problema general en América Latina. En Estados Unidos hay decenas y decenas de centros de estudios latinoamericanos. Pero ahí, por ejemplo, tenemos una pregunta fuerte para hacernos: por qué casi no hay investigadores sobre Estados Unidos en la Argentina?

**—En sus escritos considera a la globalización como un conjunto de procesos de homogeneización y, a la vez, de fraccionamiento articulado del mundo, que reordena las diferencias y las desigualdades sin suprimirlas. ¿Cómo cree que se han organizado los mercados culturales frente al avance globalizador?**

Existen ciertos problemas que, para abreviar, podemos decir que son los de la globalización, la mayor interdependencia entre las sociedades con diferentes condiciones de desarrollo. A diferencia de la globalización que se da en el cine o en Internet, en el campo editorial todavía los alineamientos, las fusiones y las lealtades de los consumidores tienen mucho que ver con la lengua que se habla y la solidaridad entre los hablantes de la misma lengua. Se traduce muy poco del español hacia otras lenguas y la mayor parte de lo que se publica en inglés, francés y alemán no llega al castellano. Esta interdependencia cada

vez mayor se refleja poco y asimétricamente en los estudios de mercado. Los españoles han percibido cómo apropiarse de editoriales pequeñas con buenos catálogos y, no obstante, la mayoría de los libros no llegan a España. Y no solo porque nos consideran a los «sudacas» productores de datos real-maravillosos pero no de pensamiento, lo cual no es menor, sino también porque nos faltan políticas adecuadas.

**—¿Cree que existe una difusión regresiva de la producción cultural latinoamericana a nivel internacional? ¿Cómo cambió la posición de países como México o Argentina en el mercado editorial global?**

Entre las décadas del cuarenta y el setenta, Buenos Aires y México eran capitales de la producción editorial en castellano pero eso se cayó por el crecimiento de España ya en la última etapa del franquismo y, sobre todo, después. Hay que reconocer cierta inteligencia y astucia de los editores españoles para desarrollarse con un enorme apoyo de los gobiernos, que han impulsado la producción con beneficios, préstamos, ayudas económicas para la promoción y la distribución de libros. Y tanto en Argentina como en México ha habido una visión miope de las posibilidades de producción y exportación y de la capacidad de generación de empleos en el desarrollo de este campo. Se han hecho acciones muy valiosas como la Feria del Libro en Argentina o las ferias en México, especialmente la de Guadalajara en la que los intercambios entre editores y la venta de libros hacia el extranjero es de gran resonancia, sobre todo hacia las bibliotecas de Estados Unidos. Pero en general las acciones de fomento a la industria editorial han sido bastante erráticas, incompletas, sin una visión integral.

**—Latinoamérica experimenta un proceso de modernización en el consumo de productos culturales pero acentúa su lugar periférico en relación con su producción y comercialización. Frente a esta desventajosa relación entre lo que se exporta e importa, ¿cuáles podrían ser las estrategias para equilibrar la balanza?**

Como decía de la situación española, se necesita de una industria editorial mejor actualizada en recursos mercadotécnicos y con una mirada más informada sobre cómo situarse internacionalmente. Se han hecho recientemente en Argentina algunas experiencias valiosas como la Semana de Editores invitados del extranjero, que ha organizado Gabriela Adamo, y algunas acciones imaginativas de unas pocas editoriales que han logrado distribuir en Latinoamérica o España. Pero son excepciones. Ha habido poca acción gubernamental, más buenas intenciones que acciones de fondo. Además, en Latinoamérica existe un déficit de estudios de consumo sobre qué ocurre en el extranjero y es contradictorio que, con todo el reconocimiento discursivo sobre la globalización, no se estudie qué pasa con el consumo de nuestras películas, de nuestros libros. Y no tienen que ser solo estudios mercadotécnicos, de gustos y tendencias, sino de los hábitos de mediana duración.

**—¿Se puede recuperar algo del papel hegemónico del que gozaron las editoriales mexicanas y argentinas entre los años cuarenta y setenta, considerando que los costos de producción hoy son menores que en España?**

En algunos aspectos la producción de libros es más barata en Argentina que en España, sobre todo en lo que tiene que ver con la producción intelectual; los salarios de los autores, de los traductores, del personal de las editoriales son más bajos. Pero otros insumos que intervienen en la producción también son caros. Es cierto, todavía tenemos

una posibilidad competitiva bastante buena que deberíamos explotar mejor, habría que apostar más a los recursos editoriales y académicos. Tenemos un personal desocupado y subocupado de alto nivel para la producción editorial, en Argentina más que en cualquier otro país latinoamericano, y eso permitiría, como sucedió ya en épocas anteriores, traducir libros con alta calidad, que es una deficiencia importante en las editoriales españolas.

—En *Imaginarios urbanos* afirma que la globalización mercantil está reorganizando el campo editorial con novelas *light* y recetas de autosuperación mientras sobrevive cierto «fundamentalismo macondista» que pretende representarnos, con exponentes como Laura Esquivel o Isabel Allende. ¿Cree que esa sigue siendo la tendencia actual?

Esa tendencia fue importante en los noventa pero creo que está en declive. Casi todas las mujeres más exitosas en la literatura, como las que nombró, han optado por esa veta y también un buen número de hombres, imitadores de García Márquez que tratan de montarse sobre ese éxito. También ha ocurrido en otros campos, por ejemplo el éxito de cierto folclore *new age* incorporable a la *world music*. Hace poco escribí un artículo para la presentación en México de un libro excelente sobre Gabriel Orozco, con artículos y entrevistas que le hicieron algunos de los críticos de arte más importantes del primer mundo en la actualidad. Casi todos tratan de explorar en qué sentido su obra representa la *mexicanidad*. Y Gabriel es precisamente en su generación uno de los artistas que más ha tratado de desmarcarse de lo nacional. Tiene estudios en México, en Nueva York y en París, y es una figura reconocida internacionalmente. Pero cuando lo miran, o cuando miran a Kuitca, tratan en primer lugar de hacerle confesar su nacionalidad para poder apreciarlo. Si hablan con un artista italiano no le preguntan en qué sentido su obra expresa la *italianidad*, y a un inglés o a un estadounidense, menos.

## ALGUNAS DE LAS OBRAS MÁS IMPORTANTES DE NÉSTOR GARCÍA CANCLINI

*La producción simbólica. Teoría y método en sociología del arte.*  
México, Siglo XXI, 1979.

*Las culturas populares en el capitalismo,* México, Nueva Imagen, 1982.

*Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad,* Buenos Aires, Sudamericana, 1992.

*Consumidores y ciudadanos,* México, Grijalbo, 1995.

*Ideología, cultura y poder,* Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires, 1995.

*Imaginarios urbanos,* Buenos Aires, Eudeba, 1997.

*La globalización imaginada,* Barcelona, Paidós, 1999.

*Latinoamericanos buscando lugar en este siglo,* Buenos Aires, Paidós, 2002.

*Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad,* Barcelona, Gedisa, 2004.

*Lectores, espectadores e internautas,* Barcelona, Gedisa, 2007.

—En un mundo organizado a la vez para conectar y excluir, ¿considera que los medios digitales permiten una elección más selectiva de los consumos culturales?

Sí, efectivamente Internet ha ayudado un poco a la democratización de la información porque da más posibilidades, sobre todo a la responsabilización de los diarios porque nos da a un sector de la sociedad la posibilidad de consultar varios periódicos, incluso de otros países, de comparar la información, sin comprarlos, y eso fragiliza la omnipotencia de los periodistas o de los dueños de los diarios.

—Más allá del aspecto cuantitativo del acceso a la lectura, en materia cualitativa, ¿qué es lo que se está leyendo?

Está poco estudiado. Conocemos grandes cifras por los índices de consultas básicas de Internet, y por la composición de la oferta vía electrónica sabemos que hay un altísimo porcentaje en varias lenguas de sitios de pornografía, de ofertas comerciales, propagandas y un porcentaje importante de recursos que podríamos llamar más específicamente culturales: libros, enciclopedias, revistas, todos los diarios están en Internet y se consultan mucho más que en papel.

—¿Cree que Internet puede construir nuevas instancias de circulación de bienes y mensajes culturales?

Sin dudas, esto ocurre en casi todos los campos de información en Internet. Uno de los más analizados es el de la Wikipedia, esta enciclopedia a la que podemos entrar y modificar los contenidos. También puede generar situaciones de irresponsabilidad que no conocíamos. Basta entrar en Google a sitios académicos o de interés cultural, por ejemplo a la página de un escritor no hecha por ese escritor y nos encontramos una mezcla alucinante de información absolutamente descontrolada. Me ha ocurrido, al buscar información sobre un escritor argentino, de encontrar la lista de sus obras y de las conferencias que dio en varios países, más las ocurrencias de los asistentes ocasionales a esas conferencias, más opiniones en blogs. Todo eso revuelto genera una enorme apertura de información pero absolutamente desjerarquizada y no es fácil orientarse con algún fin productivo.

## Resumen

Néstor García Cancini (nacido en 1939) es un filósofo y antropólogo argentino, conocido mundialmente por su concepto de *culturas híbridas*, a partir del cual da cuenta de procesos socioculturales en los que distintas prácticas que existían en forma disgregada se combinan para generar nuevas estructuras. Actualmente es profesor e investigador en la Universidad Autónoma Metropolitana de México y dirige el Programa de Estudios de Cultura Urbana de esa universidad. Entre otros trabajos, ha publicado los libros *Las culturas populares en el capitalismo* (1982), *Culturas híbridas* (1992) —por el cual ha recibido el primer Ibero-American Book Award por el mejor libro acerca de Iberoamérica, elegido por la Latin American Association— y *Consumidores y ciudadanos* (1995). En esta entrevista habla de las nuevas articulaciones entre consumo y ciudadanía, producción y circulación de los productos culturales, globalización, mercados literarios y el estado actual de la producción en ciencias sociales, entre otros tópicos. Una versión abreviada de esta entrevista fue publicada en el diario *Perfil*, de Buenos Aires.

## Abstract

Néstor García Canclini (born 1939) is an Argentinean philosopher and anthropologist, globally known for his theorization of the concept of “*hybridity*” (hybrid cultures): the socio-cultural processes by which different practices that have existed in a disintegrated form combine to generate new structures. He currently works as a professor and researcher at the Universidad Autónoma Metropolitana in Mexico City and is the director of its Programa de Estudios de Cultura Urbana (Program of Studies in Urban Culture). Among other works, he has published the books *Popular Cultures in Capitalism* (1982), *Hybrid Cultures* (1992) — which received the first Ibero-American Book Award from the Latin American Studies Association — and *Consumers and Citizens* (1995). In this interview he speaks about new articulations between consumption and citizenship, the production and commercialization of cultural products, globalization, literary markets and the current state of the production in social sciences, among other topics. A shortened version of this interview was published in *Perfil*, a Buenos Aires newspaper.