

Néstor García Canclini
Consumidores y ciudadanos.
Conflictos multiculturales de la globalización
México, Gedisa, 1995

El autor pretende demostrar cómo los cambios en la manera de consumir han alterado las posibilidades y las formas de ser ciudadano. La hipótesis central afirma que "vincular el consumo con la ciudadanía requiere ensayar una reubicación del mercado en la sociedad, intentar la reconquista imaginativa de los espacios públicos, del interés por lo público. Así el consumo se mostrará como un lugar de valor cognitivo, útil para pensar y actuar significativa, renovadoramente, en la vida social (p. 55).

Este libro, que parece algo desarticulado en su organización temática, puede ser leído siguiendo tres conceptos: identidad, consumo y ciudadanía, que aparecen desde el principio hasta el final del texto, aunque no de manera sistemática. En los capítulos dos, tres, cuatro y cinco, García Canclini aborda *las identidades* en el ámbito de las ciudades, que son escenas multiculturales y escenario de la tensión entre globalización y multiculturalidad. En estos capítulos se da cuenta de los modos de estructuración de las identidades posmodernas, definidas menos por la lógica del Estado que por la de los mercados; menos por comunicaciones orales y escritas en espacios personalizados e interacciones íntimas, que mediante la producción industrial de cultura, la comunicación tecnológica, el consumo diferido y segmentado de los bienes y la globalización de la vida urbana. Por esto, además de la definición *socioespacial* de identidad, referida a un territorio particular, se reitera como necesaria una *definición socio comunicacional*.

La identidad aparece, según la lectura que hace este antropólogo, no como una *esencia intemporal* sino como una *construcción imaginaria* que disminuye sus

LIBROS

antiguos arraigos territoriales en procesos constantes de hibridación y transnacionalización. Las transformaciones contemporáneas disminuirían la importancia de los acontecimientos fundadores y los territorios que sostienen la ilusión de identidades ahistóricas y ensimismadas; también, relativizarían los fundamentos de las identidades nacionales, profundizando la construcción y readaptación incesante de las identidades que, en el caso de América Latina, hacen eco de la composición sociocultural heterogénea, la cual lleva siglos interactuando con los procesos de internacionalización moderna.

En los capítulos uno, seis, siete y ocho, el investigador se acerca al *consumo*, a la globalización y al mercado para interrogarse qué tienen de cultura. La respuesta es que el consumo sirve para pensar, porque con la selección y apropiación de artículos se define lo públicamente valioso, las maneras de integración y distinción en la sociedad y la forma de combinar lo pragmático y lo disfrutable. Según teorías del consumo, en las cuales se inscribe el trabajo antropológico de Canclini, el consumo, como interacción funcional de actividades económicas, bienes y servicios, además de ser una racionalidad macrosocial que deciden los grandes agentes económicos, revela una *racionalidad sociocultural, sociopolítica, simbólica, estética, integrativa y comunicativa*.

Para esta perspectiva teórica, en las sociedades contemporáneas buena parte de la racionalidad de las relaciones sociales se construye, más que en la lucha por los medios de producción y la satisfacción de necesidades materiales, en la pugna por apropiarse de los medios de distinción simbólica. El consumo es visto no como la mera posesión individual de objetos aislados sino como la apropiación colectiva, en relaciones de solidaridad y de distinción con otros, de bienes que dan satisfacciones biológicas y simbólicas, que sirven para enviar y recibir mensajes, para diferenciar y distinguir clases y grupos. Además, las acciones políticas en las que los consumidores se constituyen en ciudadanos, implican una concepción del mercado amplia, que trasciende su simple ubicación como lugar de intercambio de mercancías, es decir, como espacio de interacciones socioculturales complejas.

En los capítulos nueve, diez y en la introducción del libro, García Canclini presenta su concepto de *ciudadanía*, definida en relación con los aparatos estatales, con los movimientos sociales locales y con los procesos comunicacionales masivos. Cuando se suponía que las diferencias estaban niveladas por la igualdad

en derechos abstractos, dice, el consumo y los medios masivos inducen otras formas de participación; en ellas se responde ahora mucho más por la pertenencia, por los derechos y por la representación de intereses que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos.

Para hacer posibles las relaciones entre consumidores y ciudadanos, el autor llama a *desconstruir* aquellas concepciones que encuentran los comportamientos de los consumidores como predominantemente irracionales, que imaginan al consumo como lugar de lo suntuario y superfluo; pero también aquellas otras que sólo ven a los ciudadanos actuando en función de la racionalidad de los principios ideológicos, que reducen la ciudadanía a una cuestión política, donde se actúa respecto de las cuestiones públicas sólo por convicciones individuales y por la manera en que se razona en los debates de ideas. En este sentido, si al consumir se está haciendo algo que sustenta, nutre y hasta cierto punto constituye un *nuevo modo de ser ciudadano*, será preciso aceptar que el espacio público desborda ahora la esfera de las interacciones políticas clásicas. Tal situación reclamaría, en cualquier caso, un ejercicio reflexivo de la ciudadanía, un control efectivamente ejercido por parte de los consumidores, y la capacidad de refutar las pretensiones y seducciones de la propaganda; así mismo, la participación democrática de los principales sectores de la sociedad civil en las decisiones del orden material, simbólico, jurídico y político donde se organizan los consumos.

Por otro lado, se plantea como necesaria la vinculación del ejercicio de la ciudadanía con los derechos reconocidos por los aparatos estatales. En este caso se habla de *derechos a la igualdad* los cuales interesan, más que como valores abstractos, "como algo que se construye y cambia en relación con prácticas y discursos". La ciudadanía y los derechos no hablan únicamente de la estructura formal de una sociedad; indican además el estado de la lucha por el reconocimiento de los otros como sujetos de "intereses válidos, valores pertinentes y demandas legítimas". Los derechos son reconceptualizados "como principios reguladores de las prácticas sociales, definiendo las reglas de las reciprocidades esperadas en la vida en sociedad a través de la atribución mutuamente acordada (y negociada) de las obligaciones y responsabilidades, garantías y prerrogativas de cada uno". (p. 20) Reconcebir la ciudadanía como "estrategia política" sirve para abarcar las prácticas emergentes no consagradas por el orden jurídico, el papel de las subjetividades en la renovación de la sociedad, y, a la vez, para entender el lugar relativo de estas prácticas como nuevas formas de legitimidad

LIBROS

dentro del orden democrático. Los derechos y la ciudadanía son, así, expresión de un orden estatal y una gramática civil.

Pero también, siguiendo la argumentación del autor, el ejercicio de la ciudadanía, hace referencia a prácticas sociales y culturales que dan sentido de pertenencia y se estructuran como *derechos a la diferencia*. Pierden fuerza, entonces, los referentes jurídico políticos de la nación, formados cuando la identidad se vinculaba exclusivamente con territorios propios. La cultura nacional no se extingue, pero se convierte en una fórmula para designar la continuidad de una memoria histórica inestable, que se va reconstruyendo en interacción con referentes culturales transnacionales. A diferencia de la noción jurídica de ciudadanía, que los Estados intentan delimitar sobre la base de una *mismicidad*, se desarrollan formas heterogéneas de pertenencia, cuyas redes se entrelazan con las del consumo: “un espacio de luchas, un terreno de memorias diferentes y un encuentro de voces desiguales”(p. 32).

Todo lo anterior resume, en mi concepto, el nuevo mapa de las bases culturales y políticas de la ciudadanía en sociedades contemporáneas. Orienta la mirada para entender que las formas argumentativas y críticas de participación, el razonamiento de los problemas y su tratamiento estructural y prolongado, no son las únicas formas que hacen posible hoy el ejercicio de la ciudadanía y la constitución de lo público. La diversificación, necesariamente, está en la base de una concepción democrática de la ciudadanía.

Si la antropología, la ciencia social que más estudió la formación de identidades, encuentra hoy difícil ocuparse de la transnacionalización y la globalización, es por el hábito de considerar a los miembros de una sociedad como pertenecientes a una sola cultura homogénea y teniendo por tanto una única identidad distintiva y coherente. Esa visión singular y unificada es poco capaz de captar situaciones de interculturalidad. Las teorías del **contacto cultural** han estudiado casi siempre los contrastes entre los grupos sólo por lo que los diferencia. El problema reside en que la mayor parte de las situaciones de interculturalidad se configura hoy no sólo por las *diferencias* entre culturas desarrolladas separadamente sino por las maneras *desiguales* en que los grupos se apropian, combinan y transforman elementos de varias sociedades.

Pienso, finalmente, que uno de los mayores aciertos de este libro es destacar las nuevas condiciones de constitución de las identidades en esta época de

globalización, cuando la antropología se enfrenta a la intersección e interpenetración de los diversos sistemas culturales. Por esto, comparto la interpretación del autor sobre una antropología urbana:

- Para la que se vuelven visibles la heterogeneidad, la coexistencia de varios códigos simbólicos, así como los préstamos y transacciones interculturales.
- Reafirmada en que lo que distingue a los antropólogos, en la antigua preocupación *por lo otro y por los otros*, pero donde *lo otro* ya no es lo territorialmente lejano, sino la multiculturalidad constitutiva de la ciudad en que se habita; dedicados a ver qué le pasa a lo que se creía *lo mismo* cuando se *altera* en los cruces con *los otros*.
- Enterada de que las nuevas formas de *identidad* ligadas a la comunicación transnacional, pueden activar el ejercicio de una ciudadanía global o suscitar nuevas formas de racismo y exclusión. De ahí el cuidado necesario con las apologías de la diferencia.
- En la que es posible imaginar la coexistencia entre el uso de la información internacional y la simultánea necesidad de pertenencia y arraigo local, sus jerarquías discriminatorias, en una multiculturalidad democrática e inteligente.
- Fundada en la aceptación de que lo mejor que pueden hacer los antropólogos es asumir la destreza de ser especialistas en *la alteridad*.
- Que se haga cargo de las múltiples prácticas que transforman la ciudad, interrogando por el sentido de la ciudad; *sentido* que se reconstruye mediante *prácticas y discursos*, contrastando unos discursos con otros, con los hechos sociales sobre los que esos discursos hablan y con las experiencias de los sujetos que los enuncian.

“Hoy la identidad, aún en amplios sectores populares, es políglota, multiétnica, migrante, hecha con elementos cruzados de varias culturas...” (p. 109). El objeto de estudio de la antropología, sentencia el autor, no debe ser entonces sólo la diferencia, sino también la **hibridación**.

Gloria Naranjo
Investigadora del Instituto de Estudios Políticos.
Universidad de Antioquia