

SESIÓN 1

1.1. El consumo cultural.

1.1.1. Producción / consumo.

1.1.2. ¿Qué es el consumo cultural?

1.1.3. Las narrativas sobre el consumo cultural.

Existe una gran contradicción entre la intención de los gobiernos por acercar la cultura a las masas y la escasa investigación que se realiza sobre la recepción de los bienes culturales. Frente a esto, llama la atención de que haya sido México probablemente el primer país latinoamericano en realizar un estudio sobre el público en los museos. Peor aún, cuando se hace algún tipo de investigación por alguna empresa particular no suele difundirse adecuadamente la información. “En las instituciones gubernamentales no existe un ordenamiento sistemático y comparativo de las estadísticas culturales, ni algún organismo dedicado al estudio del consumo en este campo”.

¿Por qué se da esa contradicción mencionada al inicio de este texto? Tal vez porque el ocultamiento de alguna información puede obrar como una suerte de control social posibilitando en estos tiempos paradójicamente por el desarrollo de la informática.

Preguntas

1. ¿Por qué cree el autor que se da una contradicción entre la pretensión de los gobiernos por acercar la cultura a las masas y la poca investigación que se realiza sobre la recepción de los bienes culturales?
2. ¿Qué dificultades encuentra el autor para que esta contradicción no se resuelva?
3. ¿Qué se entiende por “consumo cultural”?
4. ¿Qué se entiende por “consumir”?
5. ¿Los consumos culturales tendrían una característica propia?

Lectura

García Canclini, Néstor. “El consumo cultural en México: una propuesta teórica” (Lectura 24).

El texto de Guillermo Sunkel parte tomando como referencia *El Consumo Cultural en México* de Néstor García Canclini. Según Sunkel la situación de la cultura en México ha variado sustancialmente desde que García Canclini la describiera como pobre, en donde era muy difícil encontrar bibliografía sobre el tema. Ahora no sólo se encuentran datos básicos sobre el consumo cultural en México y América Latina, sino también una reflexión teórica sobre el particular. “Investigadores en diversos países de la región han contribuido a darle al tema del consumo una gran relevancia en la agenda de los estudios culturales latinoamericanos”. El autor se detiene a analizar los aportes de Néstor García Canclini y Jesús Martín Barbero.

Una de las maneras en que la noción de consumo ingresa a las reflexiones en América Latina sobre el ámbito cultural es precisamente al tomar en cuenta las diversas concepciones del consumo. Tal vez porque se empieza a poner el acento en las “demandas reales de la población”. García Canclini reparó en las dificultades políticas y teóricas que impidieron avanzar sobre el tema, “situando este proceso como parte del ciclo de producción y circulación de bienes”. En lo teórico descarta la mirada conductista del consumo que vincula las necesidades con los bienes creados para satisfacerlos. Esta mirada se basa en dos concepciones: la naturalista de las necesidades y la instrumentalista de los bienes. La primera, abre una brecha entre necesidades biológicas y culturales. La segunda, atribuye a los bienes un valor de uso que satisface las necesidades reales. García Canclini descarta una serie de modelos que han intentado explicar el consumo. Anota Sunkel: “Entre ellos los modelos que definen el consumo como lugar de donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social; o como lugar de diferenciación social y de distinción simbólica entre los grupos; o como sistema de integración y comunicación; o como proceso de objetivación de deseos; o como proceso ritual”.

Así García Canclini llega a considerar una perspectiva que concuerda con la expresada por Mary Douglas y Baron Isherwood, al revelar el doble papel de la mercancía. Estos autores sostienen: “Como proporcionadores de subsistencias y establecedores de las líneas de las relaciones sociales”. Con esto se pone de relieve la función del consumo como capacidad de dar sentido, dejando el papel meramente utilitario, es decir, “la mercancías sirven para pensar. El consumo para García Canclini es: “el conjunto de proceso socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos”.

El camino seguido por Jesús Martín Barbero es distinto, “a través de la crítica al *mediocentrismo* y su elaboración de la categoría de mediaciones”. Veamos los cuatro aspectos de su conceptualización. El primero, el consumo como *producción de sentido*, en donde el consumo no está asociado a las tareas de reproducción de la fuerza de trabajo sino a su capacidad de dar sentido a la vida. El segundo, pone “el énfasis en la dimensión constitutiva del consumo, lo cual supone una concepción de los procesos de comunicación como espacios de construcción de identidades y de conformación de identidades”. El tercero, está referido a las nuevas formas en que las personas se agrupan en torno al consumo. Finalmente, el planteamiento del consumo lleva consigo una nueva mirada epistemológica y metodológica al cambiar la perspectiva desde la cual se piensa la comunicación.

Preguntas

1. Según el autor, ¿cuál es la situación actual del consumo cultural en América Latina?
2. ¿Por qué cree usted que el autor se detiene en las reflexiones de García Canclini y Martín Barbero?
3. ¿A qué se refiere García Canclini con “las mercancías sirven para pensar”?
4. ¿Cuáles son los cuatro aspectos de la conceptualización de Martín Barbero sobre el consumo?

5. ¿Qué relación se puede establecer entre “consumo cultural” y “proceso de secularización global de la sociedad”?

Lectura

Sunkel, Guillermo. “Una mirada otra. La cultura desde el consumo” (Lectura N° 31).

1.1.4. La noción de gasto en los textos de Bataille.

El término “útil” es sumamente esquivo. No hay unanimidad en considerar lo que es “útil” a los hombres. En muchos casos se asume una “utilidad material”, la que tendría por objetivo el placer y que estaría basada en la “adquisición (prácticamente en la producción) y en la conservación de bienes por una parte, y en la reproducción y la conservación de vidas humanas por otra”. El valor del placer y el juego queda a un lado. El gasto improductivo no es tomado en cuenta.

No obstante, la actividad humana no se reduce a la producción y conservación de bienes. Así el consumo puede ser dividido en dos partes claramente diferenciadas. Una de ellas, en efecto destinada a la producción y conservación de bienes. La otra, destinada a los gastos improductivos: el lujo, las guerras, el luto, los monumentos, las artes, la actividad sexual perversa, etc. Estas actividades propiamente pueden ser calificadas como “gasto”; es decir, el lugar de la “pérdida”, el lugar del gasto improductivo, incondicional.

Ahora bien, el principio de intercambio no como ganancia (trueque) sino como pérdida, puede ser apreciado en el concepto de “potlatch”, término “tomado de los indios del noreste americano que ofrecieron su tipo más notable”. Consiste el “potlatch”, como señalamos líneas arriba, en un intercambio que entraña pérdida. El jefe de una comunidad sacrifica (pierde) unos animales, para así retar al jefe de otra comunidad a hacer lo mismo. Lo que está en juego es el poder. En las sociedades modernas esta situación se mantiene no en la rivalidad o lucha que entraña sino en la apropiación detentación de la riqueza por parte de las “clases

ricas”. Dice Bataille: “Actualmente, han desaparecido las formas sociales, grandes y libres, del gasto improductivo. Sin embargo, esto no excluye que el mismo principio del gastó esté situado al término de la actividad económica”. Pero lo que se preserva tanto en los “jefes” como en los “ricos” es la “lucha de clases” entre los que derrochan los bienes y los que los producen. Se da un doble movimiento en el intercambio. El “jefe” o “rico” se enfrenta a otro “jefe” o “rico”, pero también se distancia del “miserable” que produce la riqueza. Por ello, la “lucha de clases” puede ser vista como una forma grandiosa de gasto en tanto se encamine a destruir a los “jefes”. Esta acción ha sido mitigada por el cristianismo y exacerbada por la revolución.

Preguntas

1. ¿Qué significa “potlatch”?
2. ¿Qué diferencia se puede establecer entre el “trueque” y el “potlatch”?
3. ¿A qué se llama “gasto improductivo”?
4. ¿Está de acuerdo con el planteamiento del autor con respecto a la “noción de gasto”?

Lectura

Bataille, George. “La noción de gasto”. En: Bataille, George. *Obras Escogidas*. Barcelona, Seix Barral, 1974, pp. 37-58.

1.1.5. Análisis de casos. Colombia, Chile, España y Perú.

Lectura

Yahoo groups.

Archivos.

Lecturas-Módulo II.

Políticas culturales en América Latina.

Nociones sobre consumo cultural.