

María Cristina Mata

El consumo desde una perspectiva crítica

Carlos J. Correa

Todo estaba previsto. Horas antes de su salida nos sentaríamos a conversar. Alistamos los implementos. El cenicero a distancia, café, lápiz y papel. Los gestos nerviosos, los ademanes vigorosos y las palabras que fluyen con rapidez.

María Cristina Mata en la escena. La entrevista giraría en torno a las tendencias de la investigación sobre comunicación en América Latina, especialmente en relación al consumo de los medios.

LAS INVESTIGACIONES Y EL CONSUMO CULTURAL:

Los autores empiezan a vincular los estudios de carácter antropológico con dimensiones de tipo económico. ¿Por qué ahora?. Una vuelta al receptor...

“Yo, creo que tiene que ver con dos cosas, una de las cuales es toda esta revalorización de las actividades del receptor. Desde alguna perspectiva es nada más que su revalorización como sujeto, constructor de significaciones. Dentro de otras líneas de investigación se revaloriza su rol más tradicional en términos sociológicos. Yo creo que siempre, desde el comienzo, en los estudios de comunicación, la figura del receptor como consumidor de los medios estuvo presente. De alguna manera fueron pioneros, los estudios de iniciales de comunicación en gran

parte estaban vinculados al desarrollo de la sociología funcionalista. Estaban ligadas a la idea de un sujeto que consumía mensajes, que consumía medios.”

María hilvana las ideas, se pregunta en voz alta y de nuevo busca las respuestas. Al compás teje una maraña de reflexiones. Abunda en aristas y fuma con intensidad.

“Entonces uno se pregunta: ¿qué hay de nuevo en esta mirada hacia el consumo?. Lo que yo percibo como más interesante en esta vuelta a los estudios de consumo, es que ya no es una vuelta que trata de ubicar a los sujetos aisladamente, justamente como consumidores en el sentido de exposición a los medios. Sino que es una vuelta que tiene por idea o trata de pensar que el consumo, es la forma casi fundamental o la práctica cultural fundamental que existe en nuestra sociedad y no solo en relación a los medios, sino en relación en la cultura en general.”

“Subsisten varias concepciones en los autores latinoamericanos, algunos hablan de consumo y están diciendo lo mismo que en la década del 40 o del 50 en los E.E.U.U.. Vamos a ver quienes consumen tal medio y vamos a sacar porcentajes de oyentes de tal tipo y tal otro. Sin cuestionar en lo absoluto que significa el consumo. Es decir, una propuesta descriptiva, o estudio de los comportamientos de los sujetos sin ninguna novedad.”

“Hay esa otra gente que decíamos al principio que está hablando de consumo en el sentido de una actividad de producción del significado, entonces, el caso es que asimilan la palabra consumo a la palabra recepción. Estos hablan del consumo selectivo de los mensajes, de la producción de significación por parte de los sujetos, del nuevo sentido de los mensajes, de la refuncionalización... Estos son estudios poco novedosos”.

LOS NUEVOS CAMPOS DEL CONSUMO

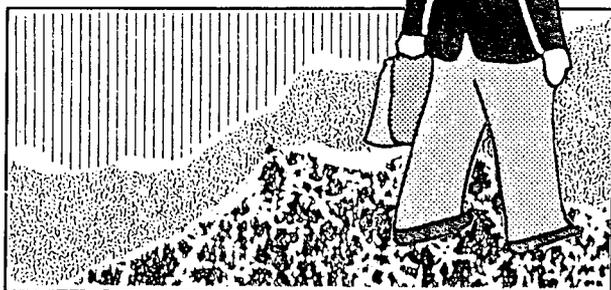
“A mí lo que me parece novedoso es esa pregunta fuerte respecto a que significa hoy el consumo en relación a la cultura de la época. ¿Y por qué a mí me parece interesante?. Me parece interesante porque de alguna manera reubica varias cosas, en primer lugar me ubica el concepto mismo de cultura. Lo reubica, por ejemplo, en relación con viejas discusiones acerca del arte, en los medios de comunicación. Es decir, ¿Cómo podría uno hoy, desde esta preocupación, releer toda la propuesta de la escuela de Frankfurt?. ¿Qué significa hoy que los sujetos seamos vistos, como consumidores?. Y esto no solo por los medios, sino también, por ejemplo, por los sistemas educativos”.

“Cuando hoy vemos, como se están diagramando las nuevas políti-

cas privatistas de nuestros países, tiene la tentación de pensarlo también en términos de consumo. Ahora se ofertan Universidades para los distintos sectores, con distintos tipos de prioridades, con distintos tipos de propuestas. ¿Se está pensando en un sujeto como alguien que tiene que ser formado? ¿Qué tiene que ser un estudiante, o un consumidor de cursos? ¿Cómo un consumidor de carreras que le van a dar ese beneficio que es un título?”.

En otro terreno, el terreno de la salud el cual era un espacio en que los individuos, lograban o trataban de no enfermarse, de vivir bien. Hoy la oferta de los servicios de salud, se reduce en conseguir que paguemos por adelantado. Hay muchas prácticas, donde se encuentra esta misma constante.

Es interesante asumir que el con-



sumo es el articulador de un montón de prácticas, que son prácticas culturales, porque los modos de curarse son modos culturales, y los modos de educarse son modos culturales. En este sentido, me parece, que ver qué papel juegan los medios de comunicación, en relación al consumo es mucho más que preguntarse por el consumo de los Medios de Comunicación. Determinar que lugar central tienen, en esta nueva cultura del consumo, los medios. Y en este sentido los medios son algo interesante, son objetos a ser consumidos y articuladores de consumo.”

LOS MEDIOS, EL CONSUMO: ECONOMIA Y CULTURA

La conversación tomaba cuerpo. Las pausas eran breves. Nos adentrábamos en el mundo de las interrelaciones entre la economía, el consumo y la cultura.

“Los aspectos económicos de la comunicación, son realmente un problema central. Porque finalmente los medios son un mercado y son hacedores del mercado. Hay pocas prácticas culturales que tengan esta doble condición que tienen hoy, los Medios de Comunicación. Pensar en los medios, en este sentido, con una doble articulación con el consumo, es un hecho nuevo, que ameritaría estudios profundos.”

“En muchos de nuestros países, desconocemos bastante acerca de las estrategias de consumo que tienen los distintos sectores de la población. Hay casos de sectores específicos de la población, como es el caso de los jóvenes, que tienen con relación a los medios, como a otras zonas de la realidad, comportamientos de consumo muy novedosos. No tenemos estudios de ese tipo, no tenemos tampoco estudios que nos reflejen como hay consumos culturales, individuales, familiares, locales. Ahí, yo si creo, que el interés en realizar este tipo de estudios, ya de los medios como productos, lo veo como un interés muy declamado, pero poco practicado.”

“Desde hace un tiempo se viene hablando de esto, pero yo personalmente, creo que no hay muchos estudios empíricos de consumo hoy. Pero empírico en ese sentido problematizador, no la mera descripción de oyentes de una radio. Sino ver, por ejemplo: ¿Como se articula el consumo de medios de comunicación con otros consumos culturales?. En relación a la educación, la música, o a los espectáculos. A mi parece que en ese sentido no se asume, por parte de las instituciones académicas, en serio este tema. Creo que todavía estos estudios están centrados en las agencias que tienen necesidad de tener estos datos para elaborar estrategias de mercado. Me parece que todavía en las escuelas de comunicación, en los centros de investigación y demás, el tema ha ingresado como teóricamente, como tema de reflexión, no ha ingresado como una preocupación seria que lleve a realizar estudios de campo.”

LOS NUEVOS CAMPOS DE ESTUDIO: TEMORES Y DESAFIO

Apuntamos en la libreta algunas ideas. Planteamos el problema y le preguntamos acerca de los cuestionamientos que se le hacen a esta propuesta de investigación. El neoliberalismo, el abandono de la perspectiva crítica...

“Hay gente, que empieza a hablar del consumo y de la recepción y de los usos de los medios de masa, no se si haciéndole el juego al neoliberalismo, pero, por lo menos abandonando una actitud crítica. Cuando digo, abandonando una actitud crítica, no me refiero a la actitud condenadora de los medios por malos, sino a una actitud que no sea meramente descriptiva de la situación. Por ejemplo, cuando hoy ciertos autores constatan, a través de sus estudios, la existencia de una cultura híbrida, o constatan la existencia de los mensajes culturales, hecho que creo que es indudable, es como si detuvieran ahí su pensamiento.”

“Por ejemplo, y esto es un ejemplo concreto, tal vez lo cite mal, pero, en el libro sobre Culturas Híbridas de Néstor García Canclini, él nos señala como hoy en el mundo estadounidense, la cultura chicana, tiene una presencia fuerte, incluso hace alusión a canales de televisión en manos de estos sectores híbridos. El describe, el hace una descripción de esto. Yo creo que mas allá de una descripción, hay que preguntarse por el sentir que tiene esta hibridación. Porque si uno no se pregunta a fondo, por el sentido de esto, que estamos viviendo, podemos llegar a conclusiones de este tipo: “bueno que formidable, hoy los chicanos tienen en los Estados Unidos su propio canal de televisión, es decir, tienen su propio modo expresarse, esto es un avance en el sentido de la democratización de las comunicaciones”.

“No digo que García Canclini diga esto. Sino que tenemos que ir al fondo de lo que significan estas cosas, sino podemos hacer lecturas complacientes. ¿Por qué les llamé complacientes?. Porque, el mero

hecho de que los chicanos, puedan tener su canal y recibir mensajes en su idioma no es garantía de nada”.

“Yo me pregunto, si es un avance en el sentido de la democratización de la comunicación o es una formidable estrategia del mercado, para que estos chicanos sean mas consumidores de lo mismo. Porque habría que analizar a fondo, si en la propuesta discursiva de esos canales de televisión, hay alguna alteración de lo dominante, si realmente hay una ampliación de los discursos sociales posibles o si es mas de lo mismo nada mas que en español”.

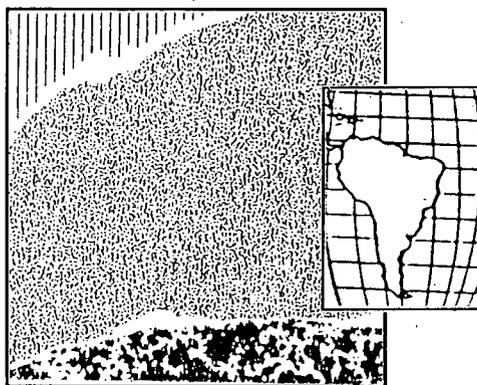
“Hay mucha gente que se queda en un nivel de describir ciertas transformaciones, ciertos rasgos culturales muy interesantes de nuestra época y se abstiene de la actitud crítica, insisto no en el sentido de condenar, sino de preguntarse a fondo, que representa esto culturalmente, y en ese sentido, uno si, puede demandar o puede tener nostalgias de las actitudes críticas del pasado”.

“Yo creo que hay otra gente que no se limita a describir los cambios culturales. Gente digo, que viendo lo que esta pasando se cuestiona si esto es lo único que es posible que exista hoy y si tenemos realmente que asumir una actitud de condena ante esto. Si uno piensa que esto no le conviene al hombre, al ser humano, entonces yo creo que aquí si hay un cambio, gente que esta tratando de comprender, por ejemplo, que le pasa a grupos a lo mejor muy pequeños de población, vuelvo al caso, los jóvenes, las mujeres. Pero no para describir complacientemente estos nuevos rasgos culturales sino para preguntarse en qué se esta transformando la vida de esa gente”.

“En el fondo lo que se esta transformando es la vida del ser humano en nuestra sociedad. Por eso yo también, siento que mientras que en la década del 70, lo que teníamos nosotros eran críticas, sobre todo políticas, muy fuertes a los medios, hoy el sector crítico de la comunicación, esta mas bien trabajando desde una perspectiva que se puede llamar de alguna manera ética. Es decir reconociendo que hay nuevos fenóme-

nos, que esto pasa, preguntándose si eso es lo que creemos que es bueno para la humanidad”.

“Hay gente que critica esa acti-



tud, diciendo que eso no sirve para actuar. Nosotros creemos que sirve para actuar, claro no sirve para saber como tenemos que hacer un programa de radio o televisión, pero si sirve para pararnos frente a la realidad, para ponerse en la realidad, para tratar de pensarla. Ese sector crítico, que tiene una perspectiva ética, como que tienen que dar una dura batalla, porque estos discursos suenan utópicos, suenan atrasados, porque es difícil competir con un discurso que es medio complaciente.

“Hay un sector de investigadores no que se niega a criticar, pero si que dice hoy lo que hay que hacer es describir y lo que hay que hacer es no tenerle miedo a los medios. Otro sector que en cambio reconoce que no puede seguir en las críticas globales que tiene que comprender mejor lo que pasa en el terreno de la cultura. Antes nuestras críticas eran muy globales, hoy pensamos que hay que entender más a fondo lo que sucede pero no simplemente para describir, sino para tomar una actitud de crítica frente a eso, que yo creo que es una crítica de tipo ético”.

“Existe un empalme, una relación que se va dando entre cierta gente que esta en el campo de los estudios de la comunicación con los estudios filosóficos y con los estudios antropológicos. Mientras que antes, la constante era la relación comunicación-sociología, hoy me parece que se van dando otras, otras constelaciones, que no eran habituales.”

EL PRAGMATISMO Y LA TAREA DEL INVESTIGADOR

En el cenicero reposaban las cenizas de varios cigarrillos. La conversación se sumergía en la honduras de las posiciones vitales. Eran comunes, la primera persona y las ideas contra corriente. ¿Como conciliar teoría y práctica, teoría crítica con propuestas de investigación sobre el consumo?...

“Si, yo creo que se consigue en este sentido, en que por lo menos yo lo veo así, desde mi punto de vista, me parece que cuando uno hoy habla de reflexión crítica profunda y de teorización, no está hablando de una especie de generalización o de aplicación de ciertos supuestos teóricos que los bajas sobre la realidad. Sino que también hemos reconocido, hasta que punto a veces hemos perdido de vista lo que son fenómenos que ni siquiera hemos sabido describir y sobre los cuales hemos elaborado juicios de valor. Sin que halla habido una debida teorización, porque uno no entiende por teorización la pura especulación, sino justamente un análisis muy serio, de los datos de la realidad. Inspirado, por supuesto, ese análisis, en ciertos conceptos, sino uno seria un empiricista, que creería que con mirar los datos te va a venir alguna idea. Pero en función de alguna idea es necesario reconocer esa realidad, elaborarla, ponderarla, para poder seguir avanzando”.

“Hoy, con fenómenos muy fuertes que se están dando en nuestras sociedades y que me parece que tienen a los sectores juveniles, como uno de sectores protagonistas nucleares. Nosotros sentimos que se están desarrollando transformaciones profundas en la cultura de los jóvenes, en su modo de relacionarse entre sí, de relacionarse con el mundo, de relacionarse con lo que esta mas allá del mundo, sobre todo con el campo de la transcendencia. Los estudios reducen a los jóvenes a una masa, de gente que se comporta de determinada manera, pero no hemos llegado a conocer a fondo, motivaciones, diferencias. Hay que volver

a mirar, así con detalles la realidad, en función de algunas ideas y conceptos y nociones nos permite hacernos preguntas más profundas y seguir pensando.

“No lo veo contradictorio, sino al contrario, lo veo como un reconocimiento, también de parte de nuestros investigadores, de que por rechazar el empiricismo o una visión empirista, en general, durante muchos años rechazamos la práctica sobre las realidades y análisis detallados y demás. Me parece que hoy también estamos saliendo de ese error”.

LOS JOVENES: GLOBALIZACION Y MICRO MERCADOS CULTURALES

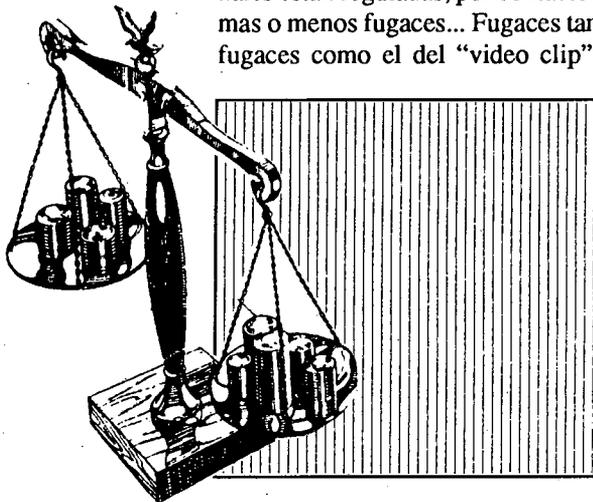
Reiteraba el ejemplo, volvía a los jóvenes. Decimos abrir cancha y entramos a movernos en ese escenario pleno de sugerencias. Cultura juvenil, toda la cultura...

“Podríamos llegar a elaborar una hipótesis, en la cual a lo mejor no soy muy original, pero, que sería interesante trabajarla, y es hasta que punto hoy toda la cultura se ha vuelto cultura juvenil. Como hoy todo que no es o parece ser joven pierde valor, esta cultura descartable en la que vivimos”

“La fugacidad, es propio de una etapa también fugaz, de la vida, que es la juventud. Donde queda hoy el valor de la experiencia, de la sabiduría del anciano, ese es un valor perdido en esta sociedad. Entonces los jóvenes hoy, son un sector en mutación muy fuerte, pero al mismo tiempo, me parece a mi, que de pronto toda la cultura esta llena de estos valores”.

“Otro ejemplo, bueno uno podría estudiar el consumo de televisión, como consumo de un producto en especial, pero yo digo, es que ya toda nuestra cultura es televisiva, y cuando digo toda la cultura, digo, la educación es hoy televisiva. Las relaciones en las familias, hoy son televisivas. Cuando digo televisiva yo le llamaría, por ejemplo, el que la política esta regulada casi, por la

imagen. El que las relaciones personales están reguladas, por contactos mas o menos fugaces... Fugaces tan fugaces como el del “video clip”,



quiero decir la televisión es un producto, pero la televisión es, casi, un modo de organización global de la cultura.”

“Entonces es interesante, porque además de esto que decíamos, hay segmentos, sujetos particulares, mientras los consumos son globales, también hay prácticas diferenciadas: la televisión, el consumo de música y demás. Pero que uno, podría empezar a ver que están regulando zonas más amplias de la cultura y yo creo que estas son las cosas que uno tiene que trabajar y pensar, por eso digo, me parece que hoy estudiar ciertos aspectos de la realidad es necesario. ¿Para qué?. No para describir, sino para poder pensar en mas profundidad que es globalmente hoy esta sociedad en la cual vivimos.”

Y estas transformaciones abarcan también otros aspectos. Surgen nuevos modos de estructurar los discursos

“Exacto, por ejemplo, el abandono de los modos tradicionales de argumentación en el campo de la política, por otros modos que se podrían llamar televisivos. Es un poco esto, pero no solo en la política, yo por eso digo la educación, de pronto, cuando uno ve ciertos manuales de colegios secundarios, tiene la impresión casi, de estar viendo “videoclips”. Porque se ha abandonado en muchos textos lo que es el desarrollo discursivo de una idea y se opera por “flashes y por collages”. Esto, yo creo si necesariamente que cambia

la cabeza de la gente, pero, que también habla de cambios que ya se han dado.

“Producto y efecto, pero esto tiene que ver con las computadoras, con el lenguaje binario. Esto tiene que ver con el hecho de que hoy, ahora, en los diálogos cotidianos, en vez de hablar de posibilidades se habla de menús y yo soy alguien que elige de un menú. Es decir, hasta cuando tengo que elegir algo que no pasa por el consumo, estoy en el mundo del consumo”

“Si uno no estudia a fondo lo que esta pasando, puede quedar en la condena fácil. Podemos elaborar el juicio de valor que queramos, a partir de una posición que para mi siempre será una posición ética, pero creo que por la complejidad que asume este momento cultural, sentimos que es un desafío hacer estudios empíricos detallados, que no generalicen”.

“Para salir de esas condenas ideológicas. Ideológica en cuanto partía de una visión del mundo muy acotada, que uno podía tener. Que leamos los datos de la realidad para ver en que medida coincidían con esa visión y el proyecto político que teníamos. Entonces, yo creo que hoy también esto, frente a la quiebra de los grandes proyectos políticos y la necesidad de reconstruir alternativas, uno empieza hacerse preguntas, tal vez mucho mas elementales. Como por ejemplo, ¿Cómo sería bueno que vivieran los hombres?, antes sabíamos como tenían que vivir los hombres y que les convenía, desde distintas posturas. Hoy tal vez, lo que nos estamos preguntando es ¿qué será bueno?, es decir, estamos como mas atrás, pero a lo mejor, de pronto hasta podemos ir mas hacia adelante.

El tiempo apremiaba y las preguntas quedaron en el tintero. Los cigarrillos y los vasos de café anunciaban que el tiempo se acabó. Nos quedamos con más preguntas que respuestas y quizás el nuevo tiempo sea ese. Nos cambiaron las preguntas, cuando suponíamos que teníamos las respuestas. Una breve aproximación a una mujer de hablar rápido, que hilvana una historia de búsquedas.