

Creativos, Precarios, y Nuevas Formas de Interculturalidad

Néstor García Canclini

Abstract. Quiero proponer explorar la fertilidad de un enfoque antropológico que consiste en mirar como conversaciones los signos de lo que cuesta entender en el mundo contemporáneo. Con ese fin voy a contarles dos investigaciones en las que buscamos cambiar algunas preguntas habituales sobre los comportamientos de los jóvenes creativos y sobre lo que hacemos hoy en las nuevas formas de leer, en papel y en pantallas. Ambos estudios surgieron del descontento con las fotos y los relatos que nos daban la sociología y la economía acerca de los jóvenes y la lectura.

Keywords. jóvenes; lectores; tecnologías digitales; creatividad

Journal. EtnoAntropologia, 3 (2) 2015

¿Somos sabios?¹ Nunca tuvimos tantas estadísticas de casi todo lo que hacemos, nunca tanta facilidad para consultarlas, comparar cómo producen y consumen todos los países, las clases y las edades. Quienes estudian los mercados saben qué hacemos cuando creemos estar solos ante nuestra computadora y tratamos de olvidar que nos están registrando en un algoritmo. Pero ellos y nosotros, como siempre ocurrió, entendemos fragmentos de qué significan nuestros actos en relación con lo que hacen los otros cercanos. La novedad es la proximidad de lo lejano: apenas intuimos esquirlas, chispazos, de cómo nos afecta que en pocos años decenas de miles de chinos controlen partes del comercio en ciudades occidentales, los millones que hablan nuestra lengua y leen al mismo tiempo las noticias del avance islamista o la llegada de multitudes de refugiados y migrantes económicos a las fronteras estadounidenses o europeas. Sumamos información y creamos, más que fotos de gran angular, collages indescifrables. ¿Sabios o eruditos?

¹ Relazione presentata alla giornata "Frontiere" de la Associazione Italiana per le Scienze Etno-Antropologiche, Roma, 16 de diciembre de 2015.

Tal vez esta falta de Gran Relato tenga algo que ver con el auge de las biografías y autobiografías en las ventas editoriales, los reality shows televisivos, el intercambio de intimidades en Facebook y Twitter. Quizá también se vincula con el atractivo de las descripciones densas de la antropología y del periodismo, mayor que el de los ensayos de amplia escala. Si no podemos tomar fotos panorámicas inteligibles, ¿solo queda jugar a las selfies de cada yo dando la espalda al museo con edificio del arquitecto-autor, al cuadro o las ruinas, antiguas y contemporáneas?

La antropología nació, en parte, de estas preocupaciones. Muchas monografías de la disciplina fueron escritas por gente que trabajaba para imperios urgidos por entender lo que escapaba de sus costumbres. Otras fueron producidas por sabios descontentos con su país, que se alejaban en búsquedas románticas de otro modo de vivir. La primera opción –los antropólogos empleados por colonialistas- ha engendrado desconfianza y culpa: la segunda –salvarse en culturas diferentes- se fue mostrando ingenua. Entonces vino la temporada de la sospecha posmoderna hacia toda totalización de los saberes, el elogio del fragmento, y los relativismos más sofisticados, hasta llegar al énfasis reciente en la experiencia, el cuerpo, la intimidad microsocia y la micropolítica. La inquietud ética llevó a algunos antropólogos a entregar nuestros recursos metodológicos a los otros, la cámara y el diario de campo, ver cómo filman y escriben los propios actores. ¿Qué saber podemos esperar de andar por el mundo propiciando que cada grupo se tome una selfie?

Por supuesto, todo esto es más complejo. Transferir los medios de producción antropológica a los indígenas o a los pobres se hace, a veces, para desarrollar una investigación-acción-participativa que ha empoderado a los subalternos: es mucho más que enseñar a tomarse una selfie. A propósito de las selfies, suelen ser banales y de un narcisismo primario, pero muchas se vuelven mensajes que nos enviamos unos a otros. “Hablamos con fotos”, dice Joan Fontcuberta, está apareciendo una “fotografía conversacional” (Fernández Santos, 2015:15).

Quiero proponer explorar la fertilidad de un enfoque antropológico que consiste en mirar como conversaciones los signos de lo que cuesta entender en el mundo contemporáneo. Con ese fin voy a contarles dos investigaciones en las que buscamos cambiar algunas preguntas habituales sobre los comportamientos de los jóvenes creativos y sobre lo que hacemos hoy en las nuevas formas de leer, en papel y en pantallas. Ambos estudios surgieron del descontento con las fotos y los relatos que nos daban la sociología y la economía acerca de los jóvenes y la lectura.

Jóvenes creativos (y precarios)

En la primera década del siglo XXI, simultáneamente con la consolidación de la economía postfordista y la automatización de procesos productivos y de servicios, creció la atención a la creatividad como insumo para la generación de valor. La información y la comunicación digital, la cultura, las artes y el diseño, fueron apreciados como detonadores del desarrollo económico. Se comenzó a hablar de

industrias creativas, ciertas ciudades fueron declaradas creativas y autores como Richard Florida se entusiasmaron consagrando a los trabajadores ocupados en estas actividades como “clase creativa”. La UNCTAD, el PNUD, la UNESCO y otros organismos internacionales adhirieron a la potencialidad “emergente” de esta alianza entre “la creatividad, la cultura, los sonidos, los textos y los símbolos”(UNCTAD, 2010).

En los mismos años, muchos países comenzaron a registrar el aumento de la tasa de desempleo de los jóvenes. Al mismo tiempo, se observó que las recientes tecnologías redistribuían la creatividad y que las nuevas generaciones se organizaban autogestivamente para producir bienes y servicios, para crearse oportunidades laborales. Surgieron en el Reino Unido, Australia, España y otros países programas de créditos, préstamos y estímulos para auspiciar este desarrollo independiente de jóvenes capaces de generar sus trabajos situándose en las tendencias avanzadas del desarrollo. Se les llamó *trendsetters*, *techsetters* o emprendedores.

Pocos años después, al evaluar estas iniciativas gubernamentales y su aprovechamiento por parte de los jóvenes creativos, los resultados son insatisfactorios. Algunos estudios sociológicos, por ejemplo los de Pierre Michel Menger en Francia, de Jaron Rowan en España y las investigaciones que venimos haciendo en España y México discuten si las industrias creativas son el motor del desarrollo o una receta para las fallas del desarrollo. ¿Qué queda de los apoyos a emprendimientos autogestivos en España, donde el 56% de los jóvenes está desempleado (el doble que el promedio de la población)? En México las estadísticas llaman “*ninis*” a 7 millones de jóvenes porque no pueden estudiar ni trabajar. ¿Qué diferencias, qué tácticas de sobrevivencia, contienen estas cifras? Las estadísticas y los estudios macrosociológicos dan la dimensión de la precariedad; la antropología aspira a captar la densidad de los procesos. Las investigaciones antropológicas realizadas por Angela McRobbie en Londres y Berlín, así como las que efectuamos en Madrid y México (García Canclini, Cryces y Urteaga, 2012) perciben discrepancias entre la valoración de la creatividad si se la mira desde la perspectiva hegemónica o desde la experiencia de los trabajadores creativos: donde los economistas ven mayor libertad de los emprendedores gracias al autoempleo, los antropólogos hallamos precariedad y la ansiosa autoexplotación de trabajadores que no saben cuánto va a durar lo que hoy hacen y cuál va a ser su próxima ocupación; donde los empresarios y gobernantes encuentran un ambiente feliz de *trendsetters* y *hipsters*, la emoción e intensidad en el uso del tiempo de los trabajadores independientes, su vida diaria revela pérdida de derechos laborales, nuevas discriminaciones de género y etnias.

La etnografía de estos sectores innovadores muestra las tácticas con las que se acomodan a trabajos inestables, combinan recursos públicos y privados, formales e informales, su agrupamiento en redes novedosas para alcanzar cierto desarrollo creativo. Esta franja de jóvenes presenta alto nivel educativo y capacitación tecnológica. Aún quienes no han finalizado sus estudios universitarios, disponen de recursos económicos y escolares, familiares, conocimientos básicos de inglés y equipo de computación personal que los habilitan para acceder a programas y servicios digitales complejos. La comunicación digital está en el núcleo de su vida cotidiana. Son

cosmopolitas, muy versátiles para desempeñarse en oficios diversos, usan intensamente las redes sociales para informarse y cooperar anudando comunidades nacionales e internacionales donde algunos consiguen trabajos y expanden sus productos.

Son vidas creativas y precarias: deben estar disponibles todo el tiempo y completar los ingresos como artistas o músicos independientes con lo que pueden obtener en otras tareas. Así, el egresado de una escuela de arte como pintor puede desempeñarse seis meses como fotógrafo, luego hacer escenografía para una película, durante tres meses estar sin trabajo y luego asociarse con técnicos de Internet para diseñar páginas web. Tener varios perfiles profesionales y aprender a trabajar con especialistas en campos diferentes es indispensable en los mercados creativos efímeros.

En el universo seleccionado en la Ciudad de México entre músicos, cineastas, artistas visuales y productores de multimedia, quisimos conocer cómo financiaban sus prácticas creativas. Hallamos que de los 175 encuestados solo 19% mencionó que la producción de arte es su único ingreso. (García Canclini y Piedras, 2013). De modo semejante a lo que revelan las investigaciones de Pierre-Michel Menger en Francia y las de David Throsby y Anita Zednik en Australia, el trabajo propiamente artístico se complementa con “trabajo relacionado con el arte”—docencia, difusión cultural, administración en instituciones artísticas— y con otras actividades ajenas al arte que se realizan por necesidad económica. En Francia, esta dedicación parcial y discontinua al trabajo creador les ha dado el nombre de “intermitentes”(Menger, 2005); en México caracterizamos a los artistas jóvenes como trabajadores con “temporalidades difusas”(Gerber y Pinochet, 2013: 140).

Un rasgo de estos jóvenes que exige reformular los vínculos entre creatividad y desarrollo es la organización de la vida en proyectos y el desvanecimiento de la noción de carrera. Pasamos de una sociedad en la que se podía hacer carrera a otra en la que escasean las plazas laborales y, cuando se consiguen, son casi siempre temporales e inseguras. Los jóvenes declaran estar acostumbrados a organizarse en proyectos de corta y media duración. La creatividad y la innovación, dos rasgos altamente valorados para conseguir trabajo, más que las competencias profesionales duraderas, vuelven frágiles las actividades de los jóvenes y sus agrupamientos laborales y políticos.

La incertidumbre social y subjetiva de la creatividad se acentúa en las condiciones de amplia interculturalidad de los mercados contemporáneos. Sentimos más incierta nuestra experiencia creativa cuando debemos comunicarla no solo en el propio país sino en ferias y bienales internacionales de arte, en mercados musicales transnacionales o mediante la difusión en redes como Youtube. Este horizonte ampliado nos hace interactuar con otros lejanos y desconocidos. A su vez, la precariedad de la condición laboral —no sólo de los creadores sino de todos los que trabajan— deriva de la competencia global entre las economías nacionales que abarata los salarios y hace perder empleos.

Ser creador es hoy actuar en medio de interdependencias globales más complejas y sin un relato que las organice. En este juego expandido se multiplican las ideas sobre lo que significaría ser creativo. ¿Cuándo un acto es creador respecto de las convenciones

artísticas? Algunos dicen: cuando no es cómplice del orden social injusto. Otros: cuando resiste. Algunos más: cuando, en vez de producir obras artísticas, teatrales o literarias que alimenten el sistema hegemónico mundial, se dedican a insertarse críticamente no en el universo de las bienales sino en el de la cultura visual, no en los circuitos teatrales sino en la reelaboración dramática de lo social que impulsan los acontecimientos rebeldes y las movilizaciones.

La diversidad que se presenta en esta constelación de escenas interculturales desborda las categorías de etnias y naciones. Debemos atender otras configuraciones en las que se contrastan tradiciones estéticas de épocas distintas, las prácticas presenciales y digitales, los estilos creativos y comunicacionales de generaciones diferentes. Asimismo, las búsquedas creativas se flexibilizan en un mundo con vías de acceso y comunicación desigualmente distribuidas. Del mismo modo que muchos antropólogos sostenemos que el objeto de nuestra investigación no es ya la cultura o una cultura particular sino la interculturalidad, los artistas y críticos desencianizan las prácticas, las marcas estéticas predominantes en las instituciones y los mercados nacionales. Rearticulan una y otra vez sus recursos para insertarse con versatilidad, plataformas o circuitos más flexibles que las instituciones, más allá de la compartimentación tradicional entre géneros y disciplinas. En la vasta oferta transnacional de obras de arte, películas y series televisivas o músicas de fusión, se eligen los recursos que sirven para decir de otra manera e interpelar a audiencias heterogéneas. Por eso, aun creadores insertados en galerías, museos, teatros estables u orquestas se dan su tiempo para trabajar por proyectos, sin ajustarse a programas institucionales.

¿Quedamos, entonces, condenados a la dispersión en este babelizado mundo actual? No veo por qué lamentar la carencia de una geopolítica mundial ni de estrategias culturales uniformes, que en el pasado -y aún hoy- suelen ser la imposición de las estéticas metropolitanas. Pero esta heterogeneidad no se deja leer solo desde el relativismo. Es preciso interrogarse por las estructuras que se arman y se desarman en la batalla desigual entre la concentración de poder de las corporaciones y los múltiples movimientos que intentan hacerse lugar. Esta batalla no es solo por la diversidad de los contenidos, sino por el posicionamiento en los conflictos entre estéticas y prácticas creativas desigualmente valoradas. Tampoco basta para ser creativos innovar en los contenidos. Es más: la diversidad no tiene que ver solo con contenidos sino con las plataformas en las que se deciden sus condiciones de circulación y se hace posible la participación social. Esas plataformas son muy pocas y casi todas tienen su base en los Estados Unidos. George Yúdice ha llamado la atención al hecho de que “Apple, Google y Microsoft están entre las empresas más valoradas («Global 2000») y juntas equivalen al PIB de México. Esto implica que la solución de este tipo de falta de diversidad no se puede negociar sólo a partir de la institucionalidad cultural pública”. Esto tiene consecuencias sobre la investigación antropológica. La autodescripción de los sujetos o de cada comunidad creativa (la selfie) debe complementarse con sus interacciones interculturales.

La lectura en papel y en pantallas

Veamos en otra investigación cómo se expanden las nociones de creatividad e interculturalidad. ¿Qué puede aportar la antropología al conocimiento de la transición actual de la lectura en papel a las prácticas que se diversifican en pantallas (computadoras, tabletas y celulares)? También en estas escenas, dado el manejo más extensivo e intensivo de las tecnologías digitales por los jóvenes, la interculturalidad ocurre, en parte, entre generaciones dentro de una misma sociedad.

Selecciono algunos resultados del estudio etnográfico en el que tratamos de construir un conocimiento distinto del que proveen las estadísticas sobre lectura. Las encuestas nacionales de lectura que analizamos en España, América Latina y algunos países angloparlantes registran, casi todas, la cantidad leída de libros, revistas y diarios en papel: por ejemplo, en México, las encuestas efectuadas en 2006 y 2012 dicen que los mexicanos leen en promedio 2.9 libros al año y dieron pobres resultados respecto de revistas, diarios o visitas a bibliotecas. En 2012 se averiguó cuántos usan computadoras (65%) e Internet (43%) y al preguntar las razones 75% dijo hacerlo para el correo electrónico, 74% para participar en redes sociales, 72% para chatear, 69% para buscar información, 52% para estudiar: todas son formas de leer y escribir, pero ninguna de esas encuestas toma en cuenta los dispositivos digitales como lugares de lectura ni exploran qué y cómo se lee y se escribe en ellos.

Buscamos conocer, entonces, etnográficamente a los lectores más que la fortuna de los libros. Observamos los vínculos entre las prácticas y los imaginarios que las acompañan. Por tanto, cambiamos la pregunta de partida: en vez de indagar *cuánto* se lee, exploramos *cómo* y *cuándo* se lee.

¿Qué relaciones con la lectura se recrean al usar dispositivos digitales? Una evidencia de que las fórmulas tradicionales para registrar y evaluar la lectura están rebasadas la hallamos cuando maestros y otros profesionales, habituados a leer y escribir todos los días en computadoras y celulares, al pedirles que narraran sus lecturas cotidianas respondieron que no tenían tiempo para leer, suponiendo que ese acto sólo se aplica a los libros. O estudiantes universitarios a los que les cuesta incluir como lectura y escritura prácticas que lo son pero designan con nuevos términos: chatear, postear, mensajear. ¿Es comparable la calidad de estos modos de leer con lo que hacemos ante un libro? Antes de establecer jerarquías o descalificaciones es útil observar las modalidades de lectura ejercitadas en estos comportamientos, no simplemente cuantificar los correos electrónicos o mensajes y el tiempo que se les dedica sino conocer el significado para los sujetos, apreciar la información o el entretenimiento que encuentran en las prácticas de lectura digital.

La metodología para abarcar las múltiples escenas de lectura -en la casa, la biblioteca, la escuela, el autobús, salas de espera, etc.- requirió combinar observaciones prolongadas a personas e instituciones con grupos focales y entrevistas. Además, pedimos a informantes que escribieran biografías lectoras y diarios personales en los que registraran a lo largo del día todas las modalidades de acceso a cualquier tipo de textos, ya fueran en papel o en pantallas.

El saber sobre los lectores se amplió al etnografiar ferias, libroclubes y grupos de lectura. Damos importancia a estas escenas cuando advertimos el contraste entre las declaraciones de editores y libreros sobre la caída de ventas de libros, y, al mismo tiempo, el aumento cada año de visitantes a las ferias del libro en México D.F., Guadalajara, Bogotá y Buenos Aires. Se hizo evidente que las interacciones sociales contienen claves de lo que sucede al leer que permanecen ocultas para las encuestas aplicadas a individuos. Estos estudios, del mismo modo que las políticas de promoción de la lectura, suelen ir dirigidas a cada persona como si leer fuera un acto solitario y se estimulara convenciendo a cada uno de los beneficios de hacerlo para su trabajo, su desarrollo y sus placeres. Las investigaciones de consumo muestran desde hace décadas que, aun en los casos en que compramos solos, participamos de tendencias sociales, atendemos a modas, estamos pensando cómo nos van a ver y cómo actuar en redes (Douglas y Isherwood, 1990; Latour, 2006). Sin embargo, la ilusión de que nos relacionamos solo como individuos al apropiarnos de bienes, persiste al analizar el acto de leer. Se acostumbra oponer la mirada familiar ante la televisión o la asistencia grupal al cine a la lectura en soledad como si la mal nombrada cultura de masas estuviera peleada con la cultura personal. ¿Por qué leíste tal novela o ese ensayo? Las respuestas suelen incluir las sugerencias de amigos o críticos, las tareas escolares, lo que escuchamos en radio y televisión, la recomendación de un blog.

Los comportamientos en las ferias suelen ocurrir en un ambiente distendido, con recorridos flexibles, a menudo en tono de fiesta. Se compran libros y también se los lee en fragmentos sentándose en el piso. Se curiosean los stands y se hacen largas colas para escuchar a autores extranjeros. Varias ferias han percibido este sentido lúdico de la visita e incluyen en sus programas, además de actos explícitamente literarios, como conferencias y mesas redondas, conciertos de músicas populares, teatro y cine, juegos para niños y grandes, constante circulación de cámaras que filman entrevistas dentro del espacio ferial, tanto a autores renombrados como a asistentes anónimos, encantados de ser difundidos más tarde por las televisoras. Los visitantes en las ferias citadas obtienen información más panorámica y diversificada sobre la oferta de libros y revistas que en las librerías, disfrutan paseando e interactuando con otros, a algunos les gusta participar en talleres o actividades performáticas relacionadas con la lectura y la escritura. Es comprensible que el interés fuerte de los editores y libreros sea la venta, pero desde la perspectiva de los visitantes-compradores-lectores importan las actividades que los involucran en experiencias.

También los estudios sobre grupos y clubes de lectura o sobre sitios en línea donde los participantes discuten sus gustos literarios revelan que el gozo de la lectura está asociado a la convivencia y el intercambio social. La sociología anglosajona, atenta a la extensión de los *reading groups* en países como el Reino Unido y los Estados Unidos, ha demostrado que ser lector es una vía para fabricar lazos sociales. Los sociólogos franceses, que se inclinaban más a subrayar la determinación de la familia y la escuela en la formación de hábitos lectores, reconocen ahora, en palabras de Roger Chartier, que “hay siempre una comunidad que lee en nosotros y por quienes nosotros leemos.

Leer se aprende en el seno de un grupo, de una cultura que condiciona nuestra elección y nuestro acceso al texto”(citado en Burgos, Evans y Buch, 1996: 25).

La organización social de los lectores en estos grupos o clubes es distinta de la que vemos en programas de promoción de la lectura diseñados con criterios formados en las bibliotecas, especialmente cuando éstas son concebidas como lugares de préstamos de libros a individuos y visitas de lectores en silencio. Los libroclubes o salas de lectura en la ciudad de México, operados a menudo como asociaciones con trabajo voluntario de vecinos o promotores ciudadanos, ofrecen espacios más flexibles para leer, conversar y debatir.

La proliferación de clubes y grupos de lectura, como la documenta la antropóloga Michèle Petit, que los estudió en varios países, expresa con elocuencia lo que puede significar para las personas el sentido social de leer. En México, en Argentina, en Brasil, en Colombia, en España, Grecia, Holanda participan tanto hombres como mujeres y también los jóvenes se sienten atraídos. Petit encuentra que en naciones que han sufrido experiencias históricas traumáticas, como las de América Latina, la sociabilidad en torno a la lectura suele tener un valor reparador, de elaboración simbólica del drama; en varios países los clubes, además de convertir los libros en motivadores de nuevas amistades, los vuelven núcleos de “negociación de significados, como práctica polémica, conectiva, multívoca, polifónica”. Son espacios que fomentan cierta “redistribución de los recursos culturales, narrativos, reflexivos, lingüísticos”. Cuando fracasan los partidos políticos, es otro modo de “agrupar a la gente, levantar la represión sobre la palabra y producir experiencias estéticas transformadoras (además de favorecer la apropiación de la cultura escrita”(Petit, 2008: 131 y 110). Para no idealizar estas sociabilidades, también reconoce que a veces propician luchas de intereses, conflictos de reconocimiento, rivalidades entre asociaciones.

Es necesario incluir este sentido social de los comportamientos en las encuestas y en los estudios etnográficos sobre el acceso a libros y revistas. No basta examinar las distancias entre quienes leen mucho o poco como simples diferencias de acceso a los bienes según las clases sociales de pertenencia o como manera de expresar la afiliación a franjas de consumidores. Es preciso observar “la dinámica conversacional”, “tomar en serio el tejido de significaciones personales en el cual el libro está incluido y el entrecruzamiento de círculos sociales que producen”(Leveratto y Leontsini, 2008: 38). En los libroclubes, como en los grupos de estudiantes secundarios o universitarios, las “personas entran en contacto y anudan relaciones como lectores en función de intereses que comparten independientemente de la distancia que los separa y a menudo de los tradicionales marcadores culturales de etnia, sexo y edad”(Leveratto y Leontsini, 2008: 48).

Al valorar los contextos sociales en que se practica la lectura, no olvidamos que ésta posee significados y variaciones subjetivas. Así como en el estudio de los jóvenes emprendedores aparecieron los proyectos como organizadores de los desempeños creativos, hallamos que muchos jóvenes leen por proyectos. En vez de elegir qué leer de acuerdo con los cánones escolares o de la alta cultura, van haciéndolo según necesidades coyunturales: para cursar una materia, postularse para obtener una beca, buscar trabajo

o comunicarse con amigos. Estas motivaciones variables explican, en parte, el aumento de las lecturas breves, discontinuas, más próximas al *zapping* televisivo o digital que a las prácticas lectoras lineales, de textos completos, valoradas por la formación escolar. Un promotor cultural que entrevistamos dijo que pueden ser más productivas lecturas “de muchos principios y pocos finales”. La computadora y los celulares contribuyen a este estilo en el que los soportes para leer son usados como centros de operaciones para múltiples tareas: se mezclan no sólo los textos y materiales de diversa índole, sino también las herramientas para gestionarlo. “*Tienes 17 ventanas en la computadora, 3 libros abiertos, una llamada telefónica, la música sonando y el gato entrando...y te acostumbras: ya no es ruido sino lo cotidiano*” – narró una entrevistada.

Al seguir estos recorridos combinados por libros, revistas, computadoras y celulares, no podemos juzgar la discontinuidad como un problema de “incultura” o “superficialidad”. Las lecturas fragmentarias y dispersas que vimos en sectores populares se hallan también, con fines distintos, en los egresados universitarios. Sin duda, los medios audiovisuales y la conectividad instantánea de Internet contribuyen a reformular el pacto de lectura lineal, progresiva, impuesto por la escolarización. Pero otras motivaciones aparecen cuando exploramos el significado que poseen para los sujetos las combinaciones rápidas de textos, imágenes y sonidos.

Esta circulación fluida por ediciones impresas e información desordenada en Google o YouTube produce ganancias para el lector: mayor capacidad de relacionar y contrastar datos y conceptos, hacer síntesis, armar mapas mentales, usar información de una escena en otras. No todas son ventajas. La profusión de fuentes expande la curiosidad por formas de conocimiento no convencionales y también logra desorientar o incita a navegar en medio de códigos diversos o entre referencias acumuladas aleatoriamente.

El estudio antropológico de los lectores ayuda a reconocer la variedad y complejidad de los procesos de lectura, así como el carácter social de las prácticas. La sociología de la lectura ha prestado atención a la familia y a la escuela como formadoras de lectores. Pero la apertura etnográfica a otras “influencias” hace visible la sociabilidad generacional, las conversaciones a distancia ofrecidas y estimuladas por las tecnologías digitales, el atractivo o el aburrimiento que pueden suscitar mediadores diversos como las bibliotecas, los libroclubes o la publicidad. En esta apertura del horizonte lector aparecen las que Véronique Le Goaziou llama “lecturas precarias”: revistas e historietas como objetos de placer, textos ocasionales compartidos por jóvenes marginalizados, y los múltiples usos de formatos electrónicos (blogs, redes sociales) con competencias adquiridas fuera de la familia y la escuela.

Más potentes, más desposeídos

Estos estudios nos llevan a dos cuestiones teórico-metodológicas en el proceso de investigación. Una tiene que ver con la necesidad de *desontologizar* las preguntas. Existe, por ejemplo, una discusión internacional sobre cuándo comienza y cuándo termina la juventud: ¿Se inicia al finalizar la escuela primaria o cuando se ingresa

al primer trabajo? ¿Se abandona la juventud cuando se deja el hogar paterno o se tiene el primer hijo? En los países latinoamericanos se puede comenzar a trabajar a los 8 o 10 años; a la inversa, algunos estudios europeos estiran la juventud hasta los 35 años (o más) porque consideran los porcentajes de jóvenes “con trabajo que viven con sus padres” (Moreno Mínguez, 2008: 38). Las encuestas se ven necesitadas de homogeneizar diversidades: abarcan bajo el nombre de jóvenes o empleados y desempleados, indígenas, pandilleros, rockeros, punks y muchos más. Al desglosar estas diferencias, la etnografía reconoce variables poco reductibles a la cuantificación. Por eso, más que preguntar *qué son* los jóvenes, indagamos *cuándo* hay jóvenes.

De modo semejante, las industrias, al integrar textos de muy diversa extensión y carácter junto a imágenes y sonidos, alteraciones en los hábitos y comportamientos de los lectores, vuelve inoperantes las definiciones de lectura del periodo letrado. Nos obliga, por tanto, a desontologizar la pregunta *qué es leer* e interrogar más bien *cuándo* y *cómo se lee*. Si observamos no la lectura en general sino a los lectores, leer se presenta como un conjunto de actividades que desbordan los soportes y lugares donde venían ocurriendo. Como los comportamientos lectores se diversifican cada vez más, la pregunta que nos dará más conocimiento no será cuánto sino cómo se lee. Secundariamente, será interesante averiguar cuánto se lee en bibliotecas, medios de transporte o parques, cuántos leen en papel, en pantalla o prefieren imprimir el artículo o el libro, cuántos blogs o mensajes de Facebook frecuentan. Pero con el fin de poder comprender, más que la cantidad de los que se agrupan en uno u otro grupo, dónde y cómo se organizan los lectores para informarse, conocer, comunicarse, entretenerse y a veces mejorar sus competencias lectoras.

La segunda cuestión es qué tipo de sujetos generan estas transformaciones socioculturales. Al no centrar el estudio en la juventud sino en los jóvenes, no en la lectura o los libros sino en los lectores, emergen dudas acerca del tipo de *sociedad*, de *personas* y de *interrelaciones* que se están desarrollando.

En la sección sobre jóvenes hablamos de la expansión personal gracias a la redistribución de la creatividad y también de los nuevos tipos de vida precariaengendrados por los empleos inestables. Los valores de autonomía, libre decisión personal e innovación, históricamente asociados a la creatividad, se amplían desigualmente, suelen reducirse a minorías o son usados por dispositivos empresariales que los administran bajo reglas de disciplinamiento de la fuerza y el tiempo de trabajo. Esta línea de análisis exige relativizar la noción de “industrias creativas” (Lorey y Von Osten, 2008).

Asimismo, hay que valorar, junto con la creatividad extendida, las consecuencias de esta reorganización social y económica sobre la producción cultural y el sentido de vivir juntos. Si bien este modo de trabajar por proyectos, contratando y descontratando gente, permitiendo a algunos liberarse de la rutina e innovar en tareas diversas, dinamiza la economía, también perjudica a muchos. En palabras de Richard Sennett, corroe el carácter y debilita la solidaridad social. ¿A qué se refiere cuando dice esto? Corroe especialmente “aquellos aspectos del carácter que unen a los seres humanos entre sí y brindan a cada uno de ellos una sensación del yo sostenible” (Sennett, 2000: 25).

A veces llega a volverse ilegible el sentido social y nuestro lugar en él. La extrema flexibilidad e inestabilidad laboral puede hacernos menos creativos y no saber cómo encarar las dificultades.

Respecto de los lectores, indicamos que -frente a la concentración de la producción editorial y musical en unas pocas empresas- los soportes tecnológicos con sus nuevas vías de acceso, descarga y comunicación alternativa abren posibilidades más amplias de información y otros tipos de comunidad horizontal para compartir, remixear, difundir y valorar los bienes culturales.

La captación etnográfica de las experiencias lectoras evidencia la diversidad de actores y comportamientos a la vez que un incremento de la agencia de los sujetos en distintos estratos. Comprobamos que esta extensión de la agencia no elimina las brechas derivadas de la desigualdad económica y educativa. Pero a veces las reubica en el interjuego entre soportes tradicionales y nuevos: se amplía el acceso, no el poder transformador de quienes recibimos más información.

En todos los niveles sociales hallamos que la lectura *online* y *offline* se complementan. Sin embargo, esta complementariedad no era visible en muchos casos porque, en el lenguaje ordinario, los entrevistados tendían a asociar los tiempos de lectura y escritura con el uso del papel -o pantallas si se trataba de un texto formal, por ejemplo un trabajo para la escuela- en tanto en los tiempos de conexión no se dice leer ni escribir, sino “buscar”, “linkear”, “postear” o “publicar”. Una investigadora de nuestro equipo, Rosalía Winocur, descubrió con sus alumnos universitarios la necesidad de desconstruir la división estereotipada a fin de que se manifestara la continuidad o analogía entre la lectura en soledad de una novela o un ensayo, la búsqueda de información en pantallas, la lectura y contestación de correos o mensajes de texto. Aun los jóvenes que dedican muchas horas diarias a conectarse en red tardaron en reconocer como lecturas las operaciones hipertextuales, hiperreferenciales, hipervinculadas. Consideraban legítima la lectura individual, lineal y en profundidad de un texto, pero de menos valor las conexiones que hacen al leer y escribir para trabajar en equipo o simplemente compartir datos o experiencias.

Por lo general, los intercambios virtuales no reemplazan la relación presencial. Unos y otros se alían en el yo biográfico de cada lector. La dispersión de fragmentos leídos -en publicaciones impresas, en pantallas personales o públicas, lo que se googlea, se linkea o se tuitea- dota a las lecturas tradicionales “de un nuevo tipo de capital simbólico que se cultiva y se cosecha en Internet a través de las redes sociodigitales” (Winocur, 2015): los pedazos se reensamblan cuando regresamos a nuestra casa, relatamos el día a aquellos con quienes vivimos y lo contamos en Facebook. “Lo que se crea y recrea incesantemente en estos espacios interactivos es la propia personalidad” (Sibila, 2008: 265). Y también la conversación con otros.

¿En qué medida estos cambios socioculturales están llevando a una transformación social? Estas dos investigaciones muestran que, sobre todo en las nuevas generaciones, existe más facilidad para procesar individualmente la abundancia de información y de dispositivos para obtenerla que para generar nuevos agrupamientos durables y políticas

transformadoras. Dos movimientos sociales de indignación que vimos de cerca en las investigaciones en Madrid y México –el 15M y el Yo soy 132- se mostraron, como tantos otros en años recientes, como movimientos de alta intensidad y corta duración.

Se han dado algunas explicaciones politológicas y económicas sobre este asunto. Quiero proponer aquí otra hipótesis: entre las nuevas formas de interculturalidad es clave considerar la reorganización neoliberal que crea interacciones desiguales entre quienes somos formados en los recursos comunicacionales de la última modernidad y los que, controlando los dispositivos financieros y tecnológicos, neutralizan la capacidad redistributiva del acceso cultural expandido. Cultura de la creatividad y el acceso vs. cultura de la precariedad subordinada y la desposesión.

La antropología reciente está incluyendo en el relato astillado de la globalización los usos divergentes de la potencia técnica y, en palabras de Sherry Ortner, las diversas formas de “humillación y abyección” que esta contradicción provoca. Una gran tarea es explorar qué vínculos de la antropología con la sociología y la economía críticas pueden contribuir a revertir lo que Ortner y David Harvey llaman “acumulación por desposesión”. Siguen siendo objetos pertinentes de la antropología la interculturalidad étnica, nacional, de géneros, de religiones y ahora, también, entre generaciones. Y todas ellas están atravesadas por la división global entre quienes acumulan económica, social y culturalmente y los desposeídos en estos campos (Ortner, 2011). Es el momento en que la interculturalidad, en su amigable sentido de conversación y conectividad, debe incluir, en su centro, la rudeza del conflicto.

Bibliografía

Burgos, Martine, Evans Christophe y Buch Esteban (1996), *Sociabilité du libre et communautés de lecteurs*, Paris: Éditions de la Bibliothèque publique d'information / Centre Pompidou.

De Beukelaer, Christiaan (2012), *Developing Cultural Industries. Learning from the Palimpsest of Practice*, Ámsterdam: European Cultural Foundation/Riksbankens Jubileumsfond.

Douglas, Mary e Isherwood, Baron (1990), *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*, México, Grijalbo-CNCA.

Fernández- Santos, Elsa (2015), “Hablamos fotografías” en *El País*, 18 de octubre.

García Canclini, Néstor (2010), “Epílogo. La sociedad mexicana vista desde los jóvenes” en Reguillo, Rossana (coord.), *Los jóvenes en México*, México: FCE, CONACULTA.

García Canclini, Néstor; Cruces, Francisco y Urteaga, Maritza (2012), *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*, Madrid: Ariel/UAM/Fundación Telefónica.

García Canclini, Néstor y Ernesto Piedras (2006), *Jóvenes creativos. Estrategias y redes culturales*, Juan Pablos Editor-Universidad Autónoma Metropolitana: México.

Gerber Bicecci, Verónica y Carla Pinochet Cobos (2013), “Economías creativas y economías domésticas en el trabajo artístico joven”, en García Canclini y Piedras (coords.), *Op. Cit.*

Latour, Bruno (2006), *Changer de société-Refaire de la sociologie*, París: Éditions La Découverte.

Le Goaziou, Véronique (2006), *Lecteurs précaires. Des jeunes exclus de la lecture?*, Paris : L' Harmattan.

Leveratto, Jean-Marc y Leontsini, Mary (2008), *Internet et la sociabilité littéraire* . París: Bibliotheque publique d'information Centre Pompidou.

Lorey, Isabell y Von Osten Marion (2008), “Gubernamentalidad y precarización de sí. Sobre la normalización de los productores y las productoras culturales”, en *Producción cultural y prácticas instituyentes. Líneas de ruptura en la crítica institucional* . Transform, Madrid: Traficantes de sueños.

McRobbie, Angela (2016), *Be creative: Making a Living in the new Culture Industries* , Londres, Polity.

Menger, Pierre-Michel (2009), *Le Travail Créateur. S'Accomplir dans L'incertain* , Lonrai, Seuil/Gallimard.

Moreno Mínguez, Almudena (2008), “Rasgos característicos de la transición a la vida adulta de los jóvenes españoles en el marco comparado europeo”, en *Pensamiento Iberoamericano* , núm. 4, Madrid.

Ortner, Sherry (2014), “Sobre el neoliberalismo” (Rodrigo Llanes y Alina Horta, trad.) en *Antrópica* Vol. 1, núm. 1. Mérida, Yucatán: Universidad Autónoma de Yucatán. (Artículo original en *Anthropology of this Century*, Issue 1, 2011: <http://aotcpres.com/articles/neoliberalism/>)

Sibila, Paula (2008), *La intimidad como espectáculo* , Buenos Aires, FCE.

