

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**LA PENETRACIÓN CULTURAL NORTEAMERICANA EN  
MÉXICO COMO EXPRESIÓN DEL FENÓMENO DE  
GLOBALIZACIÓN**

**TESIS QUE PRESENTA PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIADA  
EN RELACIONES INTERNACIONALES**

**MÓNICA GABRIELA RAMÍREZ QUIJADA**

**ASESOR DE TESIS: DR. JOSÉ GERMÁN CABRA YBARRA**

**2001**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, me gustaría agradecer a mis papás por todo lo que me han enseñado, por ser ejemplo de trabajo, amor y unión, los quiero mucho, es imposible con palabras explicar todo lo que significan para mi. Má: gracias por estar siempre tan cerca de mi. Pá: gracias por el buen humor.

A mis hermanas Adriana y Tania, les doy las gracias por tener siempre una palabra de aliento, el cariño y los momentos felices.

A toda mi familia, pero especialmente quiero agradecer a mis abuelos José, Emilia, Clara y Daniel, que siempre me han apoyado y están invariablemente dispuestos a enseñarme algo. Abuelo Daniel: gracias por eso que tu y yo sabemos, por ser mi cómplice siempre y compartir conmigo tantas cosas.

Además me gustaría expresar públicamente mi agradecimiento al Dr. José Germán Cabra Ybarra por apoyarme y creer en el proyecto, por compartir conmigo sus conocimientos, experiencia y tiempo, así como darme la confianza que hace falta para escribir, y muchas otras cosas. De la misma forma quiero compartir en este pequeño pero merecido espacio, el orgullo y felicidad que siento de haber tenido a un gran asesor.

A los profesores asignados como sinodales: Rosa Isabel Gaytán, Ana Cristina Castillo, Teresa Pérez y Alfonso Sánchez, agradezco el que con sus observaciones enriquecieron nuestro trabajo.

La presente investigación significa muchas cosas para mi, por tal motivo agradezco a todos aquellos que han estado a mi lado, todos saben cuanto los quiero. A lo largo de más de un año de trabajo, dedicación y esfuerzo he aprendido muchas cosas y las personas que me han acompañado durante este tiempo aportaron, todos, algo para enriquecer de diversas formas mi trabajo. No me gustaría dejar de mencionar a nadie, así que hagan acopio de su gran imaginación y lean entre líneas sus nombres, cada uno sabe cuanto aprecio su cariño, opiniones, palabras de aliento, amistad y otras manifestaciones de apoyo. Por supuesto que hay una persona que tiene el doble de imaginación que tienen todos los demás y a parte de lo anterior, también sabe todo lo que es para mi.

Mónica Gabriela Ramírez Quijada

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	I
CAPÍTULO 1. EL FENÓMENO DE LA GLOBALIZACIÓN.....	1
○ Principales manifestaciones del fenómeno de globalización .....	3
▪ Manifestaciones Políticas .....	5
▪ Manifestaciones Económicas .....	13
▪ Manifestaciones Sociales .....	22
▪ Manifestaciones Culturales .....	33
○ Concepto de la Globalización .....	40
CAPÍTULO 2. LA PENETRACIÓN CULTURAL .....	53
2.1 Concepto de Cultura .....	54
2.2 La Penetración Cultural .....	65
2.3 La Cultura en la Sociedad Contemporánea .....	68
CAPÍTULO 3. DE ESTADOS UNIDOS AL RESTO DEL MUNDO O LA EXPORTACIÓN DE LA CULTURA NORTEAMERICANA .....	76
3.1 Aspectos Generales de la Cultura Norteamericana .....	77
3.2 La Aldea Global: Los Medios de Comunicación y la Tecnología como Vehículos de la Globalización y Productos de Exportación de la Cultura Norteamericana .....	96

3.2.1 La Aldea Global .....	98
3.2.2 Los Medios de Comunicación .....	106
3.2.3 La Tecnología .....	115
CAPÍTULO 4. EL CASO DE MÉXICO: LA PENETRACIÓN CULTURAL NORTEAMERICANA .....	127
4.1 Causas de la Penetración Cultural Norteamericana en México .....	129
4.2 Las Manifestaciones de la Penetración Cultural Norteamericana en México .....	138
4.3 Efectos de la Penetración Cultural Norteamericana en México .....	163
CONCLUSIONES .....	191
REFERENCIAS .....	199
□ Bibliografía .....	199
□ Hemerografía .....	210
□ Referencias Electrónicas .....	213

## INTRODUCCIÓN

Vivimos en tiempos de profundos cambios políticos, económicos, sociales y culturales, como producto de un fenómeno presente alrededor del mundo: la globalización. Un fenómeno cuya percepción diversa ha llevado a confundírsele como sinónimo de internacionalización, así como al intento por definirlo a partir de determinadas particularidades observadas en su manifestación. Sin embargo, más allá de actitudes o intenciones acerca de él, las evidencias permiten constatar la existencia de una dinámica transformadora amplia, propiciatoria de la modificación de prácticas, sistemas, conductas y objetivos de los distintos actores en el escenario internacional.

En este contexto, la globalización, es comúnmente percibida, por la gran mayoría de los estudiosos del tema, como una nueva etapa del capitalismo. Como un sistema de valores, instrumentos y formas de relación a nivel local y mundial. Además, es la resultante de la interrelación de mercados, cultura e información a nivel mundial, interrelación que se da incluso entre las sociedades civiles, incorporándolas para formar una sociedad mundial, una sociedad global.

La globalización, en su expresión concreta ha revelado ser un fenómeno de grandes dimensiones, integrada en un proceso con manifestaciones de naturaleza distinta, a saber: políticas, económicas, tecnológicas, comerciales, financieras, sociales y culturales.

De entre ellas la manifestación política de la globalización aparece como una de las más trascendentes al incluir no solo una nueva concepción del Estado, sino también la reconceptualización de facultades exclusivas reconocidas jurídica y políticamente a partir de su consideración como actor por excelencia en el sistema interestatal aún vigente, tales como soberanía, interés nacional y función de su política exterior.

Actualmente, se está reconsiderando la democracia en el modelo globalizador, ya que se presenta como el sistema político que establece instituciones políticas, que tiene como requisitos formales mínimos la división de poderes del sistema federal, la existencia de órganos de representación y de un sistema de competencia electoral equitativa, con elección universal, libre y secreta. Sistema dentro del cual, se hace necesario, dados los tiempos que se viven, de replantear algunos de sus supuestos básicos como lo son: la participación, representación, reconexión entre lo social y lo político, legitimidad y relación entre ética y política. Por ejemplo, en América Latina, la democracia se presenta como un gran desafío, ya que es un sistema que apenas se comienza a conocer y a tratar de instaurar en los gobiernos de la región. Junto con la democracia, viene otro reto igual de importancia: la reinstauración o creación de instituciones políticas sólidas a través de las cuales se respete el Estado de derecho, y en las que se incluyan cuestiones relativas al proceso democrático.

Por cuanto, al aspecto económico de la globalización, cuyas manifestaciones tienden a que la enorme corriente de capital que se genera por la mundialización

no aparezca hasta ahora distribuida de modo equitativo, debido a las desiguales condiciones de las economías con incipientes o bajos niveles de desarrollo, precaria estabilidad política, amenaza de estallidos sociales y alta vulnerabilidad de sus acervos culturales.

La movilidad de capital y la circulación instantánea, en tiempo real, han dado la posibilidad de crear un sistema de autorregulación de gran fiabilidad. Por otra parte, existen políticas fiscales y monetarias desestabilizantes, mismas que son castigadas con prontitud por los mercados, que actúan, a través de movimientos de cambio y de tipo disuasorios. Y otra realidad es que existe también un mercado mucho más nervioso, inestable e inescrutable.

Por lo que respecta a las manifestaciones sociales de la globalización, podemos destacar que éstas son cada vez más frecuentes entre grupos radicales de ciertas sociedades nacionales con actitudes racistas, xenofóbicas y homofóbicas. En la línea de otras tendencias plenamente identificadas, podemos observar el resurgimiento de los nacionalismos y los fundamentalismos religiosos, como reacciones a las tendencias homogenizadoras.

En cuanto a la incidencia de la globalización en las culturas nacionales, regionales y mundial, parte de mi objeto de estudio, las manifestaciones que se presentan adquieren gran relevancia por lo que representa la cultura en la sociedad.

Ahora bien, cabe entonces definir el término cultura, para alcanzar una mayor precisión conceptual, de lo que se presenta como eje principal en el desarrollo de mi proyecto de investigación. Por cultura, debemos entender el conjunto de representaciones, tradiciones y costumbres que permiten a una sociedad reproducirse, mantenerse en el tiempo<sup>1</sup>.

Alguna vez, Octavio Paz definió: *“una sociedad es una cultura: un conjunto de individuos, cosas, instituciones, ideas, tradiciones e imágenes. Una realidad sui generis pues no es enteramente material ni ideal”*. Y de acuerdo con lo anterior, podemos decir, que la cultura, en términos generales, representa el conjunto de imágenes y formas que se crea en un lugar, y lo que lo hace distinguirse de otros grupos, no tiene una estructura rígida, sino mejor dicho se presenta como expresión de la forma de vida del grupo que la crea.

Cabe señalar, que la cultura tiene una importancia especial o al menos se percibe de una manera distinta en las sociedades modernas, precisamente porque las maneras de pensar y de concebir ciertas ideas va cambiando conforme a los tiempos que se viven, de tal forma que se hace necesario el tomar en consideración el evaluar el papel que juega la cultura en la sociedad contemporánea.

---

<sup>1</sup> Giorgio Ruffollo, *“La Mundialización”*, en textos del Global Progress, Pág. 4. Texto que puede ser consultado en línea: [www.globalprogress.org](http://www.globalprogress.org)

De otra parte, la americanización cultural que trae consigo la globalización, se presenta en la actualidad como una de las amenazas más fuertes, ya que de concretarse significaría la cuasi uniformación de usos, costumbres y formas de vida a nivel mundial. Dicha similitud cultural que empieza a manifestarse alrededor del mundo, se da en términos de la llamada occidentalización, entendida específicamente como la americanización de muchos aspectos de la vida cotidiana, que no en todos; y ahí radica la preocupación de muchos que se oponen la dominación de la cultura norteamericana a nivel mundial, y es donde también surge una peculiaridad: la resistencia de muchos países a que esta sé de. El temor es uno de los efectos culturales de la globalización: “*la integración simbólica de todo el planeta*”<sup>2</sup>. La llamada americanización cultural, ha sido aceptada por cuanto representa las imágenes que se proyectan de Estados Unidos.

La globalización, cabe advertirlo, es un proceso que lleva ya muchos años evolucionando, desarrollándose y manifestándose, por lo tanto necesita de países que la impulsen y promuevan. Específicamente Estados Unidos ha funcionado como el máximo promotor de la globalización, entre otras de las razones que se señalan está: el hecho de que es uno de los más importantes países industrializados, que fomenta el desarrollo tecnológico que permite echar a andar a la industria, además es un impulsor activo de políticas económicas, fiscales y

---

<sup>2</sup> Mauricio Hasbun Karmy, “*Globalización: Demasiada Mitología*”, en textos del Foro Cultural a distancia, Pág. 2

monetarias, así como comerciales; por estas y muchas otras razones se presenta pues como un elemento clave dentro del proceso de globalización. *“La cultura de la globalización –apunta Lorenzo Meyer- no permite un mayor interés o respeto por las peculiaridades locales o nacionales, mismas que se adaptan o desaparecen, pues su esencia es la homogenización de las formas de vida en el planeta de acuerdo con los patrones del vencedor de la Guerra Fría y centro del nuevo sistema: Estados Unidos”*<sup>3</sup>.

Estados Unidos, al ser el país impulsor y promotor principal del desarrollo del proceso globalizador, necesariamente busca elementos que ayuden a su tarea de homogenizar pensamientos, ideas, formas de vida, etcétera. Desde la idea de la denominada aldea global, hasta hacer que su idioma sea el idioma de la globalización, es todo un sistema concebido para estandarizar al mundo. La idea de *aldea global*, es lo que Octavio Ianni define como *“... una expresión de la globalización de las ideas, patrones y valores socioculturales, imaginarios. Puede ser vista como una teoría de la cultura mundial, entendida como cultura de masas, de mercado de bienes culturales, universo de signos y símbolos, lenguajes y significados que crean el modo en el que unos y otros se sitúan en el mundo o piensan, imaginan, sienten y actúan”*<sup>4</sup>. La aldea global, no es mas que la expresión de la cultura moderna, de la cultura del consumo, los medios de comunicación y la

---

<sup>3</sup> Lorenzo Meyer, “El Sistema Global y Nosotros”, documento que puede ser consultado en línea en: [www.fquim.unam.mx/html/novedades/ElSistem.htm](http://www.fquim.unam.mx/html/novedades/ElSistem.htm), pág. 2

<sup>4</sup> Octavio Ianni, *Teorías de la Globalización*, México, Siglo XXI, 1996, pág. 74

tecnología, siendo los últimos, una característica principal del fenómeno de globalización.

Pero además del concepto de aldea global, se introducen al vocabulario *global* palabras como americanización u occidentalización cultural, que no es más que la exportación de la cultura norteamericana a todo el mundo. Aparecen como elementos clave y promotores de la globalización, los medios de comunicación de masas y la tecnología. El papel que juegan dentro del proceso globalizador es muy importante, pues dichos elementos son casi imprescindibles en la vida moderna. Ahora bien, mayormente las comunicaciones que abarcan todo tipo de intercambio se dan en el idioma inglés, postulándose como la lengua de la globalización.

De forma que no es difícil, que así como Estados Unidos propicia foros y políticas comerciales, financieras y económicas, cree una forma de vida, usos y costumbres acorde con las necesidades modernas, misma que trata de exportar a toda costa: la americanización cultural.

México, vulnerable vecino al Sur de los Estados Unidos, no podía verse menos afectado que el resto de los países en el mundo. La historia de nuestro país, nos revela que ha sido culturalmente penetrado. Pero a raíz del desarrollo del fenómeno globalizador, es que se ha expuesto su vulnerabilidad ante las manifestaciones culturales que trae consigo el proceso: la americanización de la cultura, la concepción del mundo como una *aldea global*, los profundos y

modernos cambios tecnológicos, informativos y de comunicación de masas, entre otros.

Son estas expectativas y la manera en que se va desarrollando el fenómeno de globalización, las que nos impulsan a realizar un estudio mucho más preciso en el cual se defina el proceso globalizador, se estudien de manera general pero concreta las manifestaciones de dicho fenómeno que tiene alcance mundial, así como entender y profundizar la investigación en lo relativo a la penetración cultural norteamericana en México como producto de la mundialización. Ya que ésta, al presentarse como un proceso cuya dinámica transformadora de prácticas, sistemas y conductas entre los distintos actores en el escenario mundial, representa una serie de reajustes importantes que deben ser tomados en consideración. A nuestro parecer, el tema de la cultura dentro de la globalización es una cuestión que cabe ser analizada, por cuanto representa para la sociedad mexicana en el contexto actual, de transformaciones profundas, que en el caso de nuestro país implicarían, cambios importantes dados nuestros antecedentes culturales, además de significar un rompimiento trascendental con nuestras tradiciones y costumbres.

Sobre el particular, y considerando por nuestra parte la importancia que tiene la cultura dentro de toda sociedad humana, en la medida en que representa la identidad, la ideología, los usos y costumbres de la misma, se hace necesario hacer un análisis concreto de la situación en la que aquella se encuentra, y una

vez definido el término, procederemos a enunciar las principales efectos culturales de la globalización.

Para el desarrollo de la presente investigación, en un primer momento realizaremos un estudio de lo que se entiende por globalización, y cuáles son sus principales manifestaciones a fin de establecer una idea clara del concepto de globalización y sus efectos. Una vez comprendido el fenómeno globalizador, pasaremos a la explicación del papel que juega la cultura dentro del mencionado proceso con el propósito de comprender y analizar en un segundo momento, cuáles son sus principales manifestaciones como expresión de la globalización; para después precisar en las cuestiones relativas a la penetración cultural norteamericana en sus conceptos básicos, así como sus principales propensiones, intentando con ello entender su importancia y trascendencia dentro del proceso globalizador. Para por último, analizar el caso de México, explicar la trascendencia del fenómeno de globalización, las causas que dan cabida a la penetración cultural norteamericana, así como sus consecuencias, principales afectaciones y tendencias de ésta en nuestro país.

A lo largo del desarrollo de la presente investigación demostraremos que en aras de un proceso como el de la globalización, el cual posee diversas manifestaciones, se está cambiando la ideología, los usos y las costumbres de la sociedad mexicana, a través de la transculturalización, como producto de la penetración cultural norteamericana. Todo lo cual, de concretarse, aun a largo

plazo, provocaría en la sociedad mexicana una transformación importante en la forma de vida, tradiciones e idiosincrasia; ya que si bien, desde hace muchos años, hemos vivido constantemente expuestos a la penetración cultural, y de la misma forma se ha visto aquella reflejada en el convivir diario de la sociedad mexicana, la similitud con las formas de vida norteamericana sería cada vez mayor, debido al impacto y a la importancia que tienen actualmente los medios de comunicación de masas, la tecnología y la información. Además de que se carecería de una identidad cultural propia, que haga que la sociedad mexicana se identifique y se reconozca dentro del contexto actual donde se están dando profundas transformaciones.

## **CAPÍTULO 1. EL FENÓMENO DE GLOBALIZACIÓN**

Un concepto como globalización, tan amplio y tan complejo, nunca termina por revelarse completamente. Es un concepto que no puede ser entendido, sin tener en consideración que se expresa por distintas manifestaciones, que tienen que ser analizadas individualmente, para después poder entender el fenómeno de manera general. Dadas las circunstancias, analizaré las principales manifestaciones de la globalización para su mejor comprensión en cuanto proceso mundial. Cabe advertir, que dichas manifestaciones, se estudiarán de manera particular, con el fin de entender de manera integral el fenómeno de globalización. También es necesario destacar, que las expresiones de la globalización no son de reciente aparición, pero el fenómeno las agudiza y, en algunos casos, sus viejas características toman nuevas formas.

La globalización, tal y como se manifiesta al final del milenio, resulta ser un fenómeno extremadamente dinámico y con una mecánica transformadora sorprendente. Este proceso, ha tenido su desarrollo más importante a lo largo de los últimos 15 años, así como sus manifestaciones y cambios proyectados en las reglas y prácticas fundamentales de la vida de los Estados y de las comunidades que los conforman.

Ante él, *“la historia milenaria resulta casi inoperante, lo que importa son sólo presente y el futuro”*<sup>5</sup>, esto porque es un fenómeno que se encuentra en constante transformación en sus elementos básicos.

Podemos adelantar que, la globalización en términos generales, puede definirse como la interrelación de mercados, cultura e información a nivel mundial, que comprende también la tendencia a intercambiar bienes, servicios, ideas y cultura de todos los pueblos del mundo.

En el presente capítulo nos proponemos identificar el fenómeno de la globalización a partir de sus manifestaciones más evidentes en la vida de la relación de los Estados y de las comunidades nacionales durante los últimos quince años.

A partir de ello y con los elementos que el ejercicio nos reporte, intentaremos formular el correspondiente concepto de globalización a fin de con ello, dejar asentado lo que, desde nuestra perspectiva habremos de entender por tal. Todo ello, mediante el análisis crítico de quienes directa o indirectamente han pretendido, desde sus particulares concepciones, reunir los elementos distintivos del fenómeno para diferenciarlo de otros afines o semejantes en el transcurso de la historia mundial reciente.

---

<sup>5</sup> Lorenzo Meyer, *“El sistema Global y nosotros”*, Pág. 1. Artículo que se puede consultar en línea: [www.fquim.unam.mx/html/novedades/EISistem.html](http://www.fquim.unam.mx/html/novedades/EISistem.html).

### o Principales manifestaciones del fenómeno de Globalización

La globalización, como hasta el momento se ha percibido, es un fenómeno complejo. De acuerdo con la dinámica que se observa en torno de ella y a lo complejo del sistema internacional, tiene distintas manifestaciones a saber: políticas, económicas, sociales, culturales, ambientales, financieras, etcétera.

Para efectos del presente trabajo, me propongo analizar las que yo considero son sus principales manifestaciones políticas, económicas, sociales y culturales. Esto con el objetivo de mostrar un panorama general de la globalización, por ser sujeto central en el desarrollo del presente proyecto de investigación, además de que servirá de antecedente para lo que estudiaremos en posteriores capítulos.

Cabe señalar que muchos estudiosos del tema están convencidos que el fenómeno de globalización es un proceso que se limita a la parte económica, y que las demás manifestaciones sólo son parte de los efectos de ello. Algunos otros, comparten esta idea, y añaden que es sólo la economía la que dicta las reglas del juego globalizador, reduciendo la importancia de las demás manifestaciones, argumentando que son ideas “paranóicas” las que impulsan a pensar que la globalización es un proceso que incluye a los cuatro principales manifestaciones a analizar en el presente trabajo.

La verdad, es que no se ha logrado establecer un consenso en torno a lo anterior, de manera tal, que a continuación quedarán expuestas las manifestaciones más importantes, con el fin de ilustrar de manera general, pero integral, el fenómeno globalizador.

### **1.1.1 Manifestaciones Políticas**

La globalización afecta tanto a países desarrollados, como a los periféricos, aunque claro, de manera distinta. De igual forma, algunos supuestos políticos básicos se han ido transformando de acuerdo con las nuevas tendencias globales.

Uno de los supuestos principales de la globalización es que ofrece las posibilidades de incrementar o promover la democracia. Dicha afirmación es falsa, tal como lo demuestra Carlos Vilas en su texto *Seis ideas falsas sobre la globalización*, donde expone que la democracia es promovida por grupos de interés (mismos que son los promotores de la globalización) y es lo que se ha dado en llamar “exportación de la democracia” que consiste en promover actores políticos, para mediante su participación en elecciones populares se haga la representación democrática<sup>6</sup>. A nuestra consideración, dichos personajes sólo representan un interés particular, dejando de lado las verdaderas necesidades y el compromiso que asumen con el pueblo que les da la victoria en las elecciones.

Y así como la anterior existen otras ideas, que resultan cuestionables, que relacionan al fenómeno de la globalización con la democracia como sistema político ideal.

Actualmente, si bien es cierto que las prácticas electorales, que suponen el establecimiento del régimen democrático se están institucionalizando en muchos países, también es cierto que no todas las elecciones están relacionadas con el modelo democrático.

Cabe tomar en cuenta que la democracia requiere en principio de participación activa de todos los integrantes de la sociedad, un mínimo de cohesión social y

solidaridad. De tal forma que nos encontramos ante otra contradicción evidente ya que los procesos democráticos resultan limitantes en tanto que los ciudadanos, en algunos países, rara vez tienen una participación significativa en la toma de decisiones, tal es el caso cuando el Fondo Monetario Internacional dicta algún sistema a seguir.

Un concepto que igualmente ha sido objeto de consideraciones diversas es el de soberanía, que es una de las nociones principales dentro de las Relaciones Internacionales y su funcionamiento. Ahora bien, la globalización marca una nueva época en el desarrollo de la política mundial, por lo que se vuelve necesario examinar qué sucede respecto de la soberanía de acuerdo con el contexto contemporáneo de transformaciones.

Al respecto, la teoría moderna de la soberanía, apunta Mark Williams, muestra algunas ambigüedades, que resumidas pueden dividirse en dos. La primera distinción, se hace entre la soberanía interna y la externa; la segunda distinción, nos habla de que tanto en lo interno como en lo externo, la soberanía se refiere a la existencia de una autoridad legal suprema<sup>7</sup>. La soberanía es la justificación para el mantenimiento del orden dentro de la sociedad, es fuente final de autoridad y el poder coercitivo supremo que existe en el Estado. Estamos de acuerdo con el planteamiento de que la soberanía es fuente final de autoridad y es el poder

---

<sup>6</sup> Carlos Vilas, *Seis ideas falsas sobre la globalización*, México, CEIICH-UNAM, 1997, p. 15.

<sup>7</sup> Mark Williams, "Rethinking Sovereignty", en Kofman, Eleonore and Gillian Youngs (et al.), *Globalization: Theory and Practice*, Nueva York, PINTER press, 1996, pág. 112.

coercitivo supremo del Estado. Además de establecerse como la justificación para el mantenimiento del orden dentro del mismo.

A partir de lo anterior, establecemos algunas problemáticas a las que se enfrenta el concepto de soberanía en la era de la globalización. La soberanía, dadas las circunstancias se ve en la necesidad de ser replanteada, ya que actualmente existen nuevas estructuras, un nuevo orden, legitimidad y ejercicio del poder tanto a nivel nacional como internacional.

Para Héctor Manuel Ezeta, el concepto tradicional de soberanía enfrenta otros retos: *“los movimientos étnicos, religiosos y sociales; los problemas humanitarios y de salud rebasan fronteras; las expresiones de las asimetrías del poder; y los procesos de integración de los Estados nacionales”*<sup>8</sup>. Diversas problemáticas mundiales son las que crean la necesidad de que el concepto de soberanía se repiense.

Algunos analistas han mostrado preocupación respecto al tema de la soberanía en la era de la globalización, ya que ante las transformaciones políticas, económicas, sociales y culturales a las que nos enfrentamos en la actualidad, los Estados-nacionales se ven en la necesidad de reestablecer algunos de los principios básicos del Estado en cuanto tal.

---

<sup>8</sup> Héctor Manuel Ezeta, “Soberanía e Interdependencia”, en Seminario Internacional *Paradojas de un mundo en transición*, México, Instituto Matías Romero, 1993, pág. 191.

Al respecto, Dirk Messner maneja el término de soberanía compartida<sup>9</sup>, que quiere decir que no priva a los Estados de soberanía al interior, esto es que siguen siendo autónomos, libres y dotados de un poder absoluto, pero que sí los obliga a ceder soberanía al exterior esto último con el fin de darle solución a los problemas políticos, económicos y sociales de orden mundial. Lo anterior ha surgido por la preocupación que existe de darle una solución óptima a los conflictos mundiales, pero que nos revela el deseo de cierto grupo de países de tener una injerencia directa sobre los Estados-nacionales sin necesidad de incurrir en una intervención directa y abierta.

Con lo anterior entramos a lo tocante al papel que juega el Estado dentro de la globalización, y es que nada prácticamente puede estar fuera del sistema estatal, de ahí la importancia que tiene analizar de qué manera el Estado ha tenido que transformarse de acuerdo con las exigencias del proceso de globalización.

Si bien los Estados-Nacionales han sufrido ciertas transformaciones, tanto en su función y su significado, es necesario resaltar que siguen determinando el orden político mundial.

Ahora, por el fenómeno de globalización, dentro del aparato estatal, muchas de las mencionadas características se han transformado. *“La etapa actual de la*

*globalización financiera y neoliberal ofrece ante todo una reorientación en el sentido de la gestión del Estado. Esta reorientación tiene lugar respecto de actores e intereses, cambia el referente social y político de la gestión estatal, y con ese cambio tiene lugar el cambio en las modalidades de la intervención estatal*<sup>9</sup>. Tal es el caso en cuanto al suministro efectivo y la redistribución de los bienes estatales. Las negociaciones con los sindicatos y las políticas de empleo han cambiado en el mundo entero, debido todo esto, a la presión internacional por el control de salarios y las prácticas laborales flexibles. Además, a los Estados generalmente no les es posible mantener el estado de bienestar, y en torno a esto se han presentado algunas transformaciones en cuanto a evaluar de qué forma van a ser gastados los fondos del bienestar social, el mantenimiento social y los servicios públicos para la compensación del desempleo y otros programas.

Por otra parte, algunos especialistas en el tema, hablan de un fin de la figura del Estado. *“En vista de las crecientes tendencias a la globalización parecería ser que la era del Estado-Nacional estuviera llegando a su fin*<sup>11</sup>. En nuestra opinión esta afirmación, surge de la preocupación por el replanteamiento de las relaciones entre los Estados nacionales.

Y en contraposición a estas opiniones, la sola idea de la desaparición del Estado, a causa de la globalización, es imposible, según lo explica Carlos Vilas, ya que

---

<sup>9</sup> Dirk Messner, *La globalización y el futuro de la política*, p. 16.

<sup>10</sup> Carlos Vilas, *Seis ideas falsas sobre la globalización.*, México, CEIICH-UNAM, 1998, pág. 19

<sup>11</sup> Joachim Hirsch, *op. cit.*, pág. 71

entre otras cosas es importante mantener la diferenciación territorial de los Estados y es necesario el mantenimiento de las fronteras para que haya una generación de precios nacionalmente diferenciados de bienes y servicios que no circulan a través de las fronteras<sup>12</sup>.

Finalmente, no faltan quienes niegan la disolución del Estado a causa de la globalización, ello, sin dejar de reconocer que puedan surgir transformaciones a causa de la misma. El Estado soberano normalmente promovía el interés nacional y actuaba como barrera protectora contra las intromisiones externas. En contraste, el Estado de la globalización, a menudo toma las cuestiones globales como causas nacionales. Es más, el Estado contemporáneo, la mayoría de las veces sirve a los intereses del capital global.

Al respecto, Joachim Hirsch, en el libro *Globalización, Capital y Estado*, apunta que se puede designar al Estado de la globalización como el “Estado nacional de competencia”, el cual trata de un Estado cuya política y estructuras internas están determinadas por los movimientos económicos internacionales. El Estado de la globalización, según Hirsch, tiene dos características importantes, que a continuación enunciaré:

- *“En su propósito funcional, el Estado deja de regular la economía nacional sobre la base administrativamente organizada de los compromisos entre las*

---

<sup>12</sup> Carlos Vilas, *Seis ideas falsas sobre la globalización*, México, CEIICH-UNAM, 1998, pág. 17.

*clases*<sup>13</sup>. Tiene como finalidad el aprovechamiento de las condiciones de rentabilidad del capital nacional en relación con el proceso de acumulación globalizada en continua competencia.

2. *“La política estatal se somete directamente a las fuerzas de los hechos del mercado mundial”*<sup>14</sup>, donde ya no parecen existir alternativas políticas, toda vez que se ha reconocido al proceso globalizador.

Lo anterior es que el Estado que se ve replanteado por el fenómeno de la globalización, ya no se erige básicamente como regulador, integrador y represivo dentro de la sociedad, sino que se vuelve fundamentales a los principios económicos mundiales, a partir de los cuales reorganiza todas sus funciones.

A nuestra consideración este es un planteamiento simplista dado el alcance y la importancia del Estado en cuanto tal. Estamos ante la necesidad de reestructurar el planteamiento básico del Estado, y dados los tiempos que vivimos, las cuestiones económicas juegan un papel muy importante en la toma de decisiones al interior del Estado y sus interacciones con otros Estados, pero resulta arriesgado afirmar que el Estado sólo se rige por y para la economía.

Como reflexión final y haciendo un balance de lo que a nuestra consideración son las tres grandes manifestaciones políticas que se presentan en la era de la

---

<sup>13</sup> Joachim Hirsch, *op. cit.* pág. 100.

<sup>14</sup> *Idem.*

globalización podemos decir que existen retos importantes que hay que enfrentar en el plano nacional así como internacional. Es importante señalar esto, puesto que actualmente somos testigos de una serie de transformaciones políticas y económicas que establecen nuevas formas de relación entre los Estados. Además la globalización, representa el reordenamiento del tiempo y el espacio, lo que significa una reorganización de los planteamientos en el interior de los Estados, para fortalecer sus principios de interés nacional y soberanía; y en el plano internacional, tratar de repensar la interacción entre los Estados nacionales, así como delimitar ámbitos de competencia para no incurrir en injerencias políticas que surgen, en algunas ocasiones, por intereses ajenos a los países en conflicto.

### **1.1.2 Manifestaciones Económicas**

Aunque la globalización, sea un fenómeno con múltiples manifestaciones, a menudo suelen darle a dicho término una connotación meramente economicista; por ello en un primer momento expondremos algunas definiciones en las que predomina la connotación económica, al grado de reducir a la globalización a un fenómeno básicamente económico.

Gloria Garzona define: *“la globalización es un proceso de búsqueda del desarrollo económico y social dentro de un ambiente mundial, con el propósito de crear un mercado mundial en el que circulen libremente los mercados de capital comerciales, productivos y financieros; eliminando todas las barreras que los diferentes países ponen a la entrada de estos capitales provenientes del*

*extranjero*<sup>15</sup>. En un primer momento puede resultar atractiva la promesa de la eliminación de barreras al comercio y la creación de un mercado mundial, donde todas las economías podrán convivir armónicamente, pero en la práctica se reportan sólo beneficios para aquellos que controlan el capital mundial.

En el mismo sentido, la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), entiende a la globalización económica, como : la generación de una estructura de mercado, que tiene como característica que el comercio de capital a nivel mundial, se hace por agentes que consideran que las actividades financieras nacionales como las internacionales son parte integral de una misma actividad que se resume en diversificación y expansión<sup>16</sup>. De manera similar a la definición que aporta Gloria Garzona, la Bolsa Mexicana de Valores habla de la posibilidad de crear a partir de la globalización, un mercado mundial; y por otra parte, la contribución que hace va en torno a la consideración de las situaciones económicas internacional y nacional como la misma, y que tienen como objetivos la expansión y la diversificación, sin atender a que una economía nacional no puede ser expansiva sin ser dominante.

Por su parte, el Fondo Monetario Internacional (FMI), define a la globalización económica como *“un proceso histórico, el resultado de la innovación humana y el progreso tecnológico. Se refiere a la creciente integración de las economías de todo el mundo, especialmente a través del comercio y los flujos financieros. En*

---

<sup>15</sup> Gloria Garzona Rivas, *La globalización y su incidencia en el funcionamiento de las empresas actuales*, pág. 1, documento en línea: <http://utec.edu.sv/campus/intelecto/globalizacion.htm>.

*algunos casos este término hace alusión al desplazamiento de personas (mano de obra) y a la transferencia de conocimientos (tecnología) a través de las fronteras internacionales*<sup>17</sup>. El Fondo Monetario Internacional va más allá al definir a la globalización como un proceso que sin duda está haciendo historia, lo define además como parte de la evolución humana y que surge a partir del progreso y la diversificación tecnológica. Habla de una integración económica, lo que nos hace pensar que concuerda con la idea del mercado mundial ya antes manejada. Se vislumbra también la idea de la empresa transnacional, al momento de referirse a la mano de obra y la transferencia de tecnología a través de las fronteras. Con las aportaciones del Fondo Monetario Internacionales se define de manera mucho más concreta la globalización.

La globalización económica consiste, pues, en lograr una penetración mundial de los capitales (financieros, comerciales e industriales) que se desarrolla de manera multipolar, donde la competencia internacional de acceso a mercados, se da por la penetración de capitales, lo que a su vez propicia el desarrollo y la expansión de las empresas transnacionales. Dichas empresas transnacionales se instalan en países con atractivas propuestas de inversión y mano de obra barata, y si bien llevan tecnología, regularmente no es lo más avanzado en técnica sino que llevan cosas que en sus países de origen resultan obsoletas.

---

<sup>16</sup> BMV, *La globalización Financiera Mundial*, México, BMV, 1992, pág. 23.

<sup>17</sup> FMI, *La globalización: ¿Amenaza u oportunidad?*, 12 de abril de 2000, pág. 2. Documento que puede ser consultado en línea: [www.imf.org/external/np/exr/ib/2000esl/041200s.htm](http://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000esl/041200s.htm).

Respecto a lo anterior, desde hace ya varios años, las grandes empresas, han promovido el llamado comercio intra-firmas o multinacionales el cual consiste en que un producto puede ser manufacturado con componentes hechos en varios países. *“En 1990 la Chrysler Corporation produjo directamente sólo el 30% del valor de sus vehículos, la Ford cerca del 50% y la General Motors adquirió la mitad de sus servicios de diseño e ingeniería de 800 compañías diferentes. (...)Ello sólo es posible en la medida en que la moderna tecnología imprime un alto grado de estandarización a la producción de sus partes y componentes, lo que supone la difusión en gran escala de equipos y métodos de producción así como el uso de insumos de calidad comparable. En otros términos la producción mundial se caracteriza hoy por una creciente homogeneización en materia de capital constante fijo y circulante”<sup>18</sup>*. Las empresas transnacionales controlan la producción mundial y además se encargan de distribuir las mercancías que producen, aunque finalmente sea sólo la firma la que se vea beneficiada con las ganancias, puesto que los países donde se producen los componentes de un artículo o se maquile no reciben ningún tipo de beneficio.

Por otra parte, algunos estudiosos del fenómeno, coinciden con que la globalización, es una fase más del capitalismo, en el que se reproducen cambios sustanciales en la economía política global, lo cual coincide de alguna manera con los opiniones anteriores en torno a la globalización.

---

Pero además en la globalización, existe una clara interdependencia entre los países, tal como se refleja en los crecientes flujos internacionales de bienes, servicios, capitales y conocimientos. Actualmente el mundo se ve invadido por nuevas formas de producción y de consumo, una preocupación por el deterioro de los recursos naturales, el avance de la pobreza, etcétera. Aunque es justo decir que *“desde el punto de vista económico, la enorme corriente de capital generada por la mundialización no se distribuye ciertamente de modo equilibrado. Como es natural, están involucrados especialmente los países que presentan las condiciones más favorables para el desarrollo de una economía de mercado de bajo perfil, además de los recursos naturales, de las condiciones políticas sociales y culturales. Se trata de una amplia franja intermedia que comprende sobre todo los países de Extremo Oriente, de Asia Suroriental y de Ibero América. Quedan excluidos, o al margen, el mundo islámico de Medio Oriente y todo el continente africano”*<sup>19</sup>. Se hace necesaria la anterior, no sin tomar en consideración de los posibles objetivos, retos y beneficios que trae consigo la globalización, así como se debe tomar en cuenta que posiblemente para algunos países, resulta “rentable” el proceso globalizador, pero los costos económicos, políticos, sociales y culturales para la mayoría son muy altos.

---

<sup>18</sup> Ruy Mauro Marini, “Proceso y tendencias de la globalización capitalista” en *La Teoría Social Latinoamericana. Cuestiones Contemporáneas*, Ruy Mauro Marini y Margara Millán (coord.), México, UNAM-El Caballito, 1996, pág. 61.

<sup>19</sup> Ruffollo, Giorgio, *La Mundialización*, pág. 4. Artículo que puede ser consultado en línea: [www.globalprogress.org](http://www.globalprogress.org)

De manera que a pesar de las promesas de igualdad del mundo globalizado, no todos los países se han integrado de la misma forma a la economía global. Las oportunidades que ofrece el proceso globalizador, en términos económicos, son aparentemente grandes, aunque no se avanza en esto de una manera uniforme. De ahí una de las incongruencias del proceso mismo, que se plantea como el gran benefactor y la oportunidad de llegar a una equidad económica mundial. Algunos países, como se sabe se integran al proceso con mayor rapidez que otros.

Por otra parte, el reordenamiento mundial económico actual tiene como característica la configuración de bloques regionales político-económicos de mutua competencia con el fin de ampliar su poder de influencia y su mercado en el contexto mundial. La globalización económica supone una integración cada vez mayor del comercio mundial. Existe una clara tendencia hacia la regionalización económica del mundo, teniendo como los tres polos hegemónicos a: Estados Unidos en occidente, a Alemania con la Unión Europea en Europa y a Japón en la región Asia-Pacífico. La relación regionalización-globalización actúa como instancia reguladora entre una economía nacional y la globalizada<sup>20</sup>. De manera tal que se hace así un control específico de la zona que abarque el país hegemónico formándose de esta manera grandes centros económicos regionales.

---

<sup>20</sup> Carlos Vilas, *op. cit.*, pág. 7.

Por otra parte, cabe señalar, que la inversión extranjera juega un papel importante dentro de la globalización, ya que no sólo se trata de capital físico, sino también se traduce en innovación tecnológica. Aunque algunos países reciben la maquinaria y demás tecnología obsoleta de países que ya no la ocupan, quedando nuevamente en el atraso.

Por lo anterior, es necesario advertir, como lo hace Ernesto Saldívar en su artículo “La Globalización como estrategia de desarrollo”, que *“la globalización es un proceso económico, político y social que si bien es cierto no es nuevo, ha sido retomado con mayor énfasis en los países en desarrollo como premisa específica para lograr un crecimiento económico y erradicar la pobreza. Pero este fenómeno en ningún momento fue concebido como modelo de desarrollo económico, sino más bien como un marco regulatorio de las relaciones económicas internacionales entre los países industrializados”*<sup>21</sup>. Es justo advertir, que aunque la globalización se presenta como la fórmula para erradicar la pobreza y las desigualdades económicas, en la práctica queda comprobado que, si bien no son los efectos totalmente contrarios, tampoco ofrece muchos beneficios.

Si bien el comercio internacional ha crecido de forma considerable desde la década de 1980, y el porcentaje de bienes y servicios exportados por cada país han experimentado un aumento paulatino sólo son las cifras macroeconómicas en las que existe algún cambio, pero en los países en desarrollo, en lo micro no

---

<sup>21</sup> Ernesto Saldívar, *La globalización como estrategia de desarrollo*, pág. 2, este artículo puede ser consultado en línea: [www.monografias.com/trabajos/globalizacion/globalizacion.shtml](http://www.monografias.com/trabajos/globalizacion/globalizacion.shtml).

sucede lo mismo. Esto en buena parte, se debe a que *“las condiciones económicas que predominan en cada país dependen en gran medida de lo que ocurra en la economía mundial globalizada, esta se materializa en comercio, la producción y las finanzas globales”*<sup>22</sup>. Con el esfuerzo por crear un mercado mundial, sobreviene la interdependencia económica entre las naciones, de la cual ya hemos hablado, de forma que las economías de los países subdesarrollados dependen de las reglas de la economía globalizada, aunque pocas veces se pueden amoldar a sus propias necesidades.

Toda vez que el tema de la tecnología se ha abordado, se hace necesaria una breve reflexión en torno a ello, por una parte porque sin duda es vehículo importante de la globalización y por el otro lado, porque de manera paralela a los cambios económicos generales, se dio un conjunto de cambios tecnológicos que coadyuvaron a la innovación financiera. De hecho la manifestación económica de la globalización ha sido posible por la tecnología tan avanzada con la que se cuenta hasta ahora, pero ha sido diseñada por los gobiernos, instituciones financieras internacionales y dirigentes de corporaciones y bancos.

Finalmente otra manifestación de la globalización en la economía, es el cambio en la división internacional del trabajo. Esto es que la situación laboral mundial ha experimentado algunas transformaciones. Existen en los países desarrollados grandes centros de conocimiento (los llamados think tanks), además de que los

recursos económicos en apoyo a la investigación y desarrollo científico y tecnológico respecto de los países menos desarrollados dista mucho de ser similar, igualmente la innovación técnica es menor en estos últimos. Se crea así un monopolio tecnológico, y resulta importante la diferencia que existe entre la especialización técnica de unos, frente a la falta de elementos técnicos que hacen que el trabajador de un país como el nuestro, no tenga acceso a algunos empleos o bien se desempeñe como obrero no calificado.

Ahora bien, una vez expuestas y analizadas las manifestaciones económicas de la globalización, podemos concluir que la globalización es, a todas luces, un proceso desigual, que recrudece la situación de las ya de por sí distantes economías del mundo. Promete y reporta algunos beneficios económicos, pero sólo para los países desarrollados, dejando en situaciones poco alentadoras a los países menos desarrollados.

---

<sup>22</sup> Ibidem, pág. 5

### **1.1.3 Manifestaciones Sociales**

Las manifestaciones sociales de la globalización, pocas veces son consideradas como tales, o bien no se les asocia de forma directa a la mundialización. En ciencias sociales, los fenómenos no aparecen de forma aislada, muchas veces son consecuencia o bien sirven de base a otras cuestiones. Tal vez por esta razón, las manifestaciones sociales de la globalización, se les considera consecuencias económicas, políticas y hasta culturales, y no propiamente sociales; a saber: la migración, nacionalismo, xenofobia y racismo, que consideramos se encuentran entre las principales, y que cabe advertir están estrechamente vinculadas. A continuación analizaremos cada una de las manifestaciones de manera integral, ya que son consecuencias unas de las otras o forman parte de la misma problemática.

Antes de continuar cabe aclarar que de ninguna manera significa que antes de que se planteara la globalización como proceso, no existieran las problemáticas que en a continuación se exponen en el presente trabajo, lo que sucede es que por la dinámica mundial propia, por la que se atraviesa, dichos fenómenos tienden a radicalizarse.

La sociedad tanto interna como internacional se encuentra en permanente transición, y esto no es algo nuevo, pero adquiere otro sentido en el momento mismo en que aparece el fenómeno de globalización, toda vez que nos encontramos ante una sociedad compleja, con un número creciente de fuerzas que actúan a nivel global.

La migración internacional es un fenómeno estrechamente relacionado con la dinámica propia de la globalización<sup>23</sup>. Con el proceso globalizador se recrudecen la miseria, las hambrunas, la devastación ecológica, las guerras internas, el desempleo y las persecuciones políticas, que además se consideran causas que mueven a la población a emigrar, en busca de mejores condiciones de vida. *“Los procesos migratorios de población son, entonces, parte de una dinámica más general de mundialización del modo de producción específicamente capitalista, que tiende a la conformación del mercado mundial”*<sup>24</sup>. Ya sea porque se abren las fronteras, como en el caso de la Unión Europea, o bien porque en los países desarrollados requieren por su propia dinámica industrial de mano de obra barata, en movilidad constante y la cual no represente una responsabilidad en términos de establecer contratos, servicios de salud y vivienda, etcétera.

---

<sup>23</sup> Peña López, Ana, *La migración internacional de la fuerza de trabajo*, México, UNAM-IIE, 1995, pág. 13

<sup>24</sup> *Ibidem*, pág. 262

El caso de la migración es un claro ejemplo de lo que está sucediendo en el mundo, desgraciadamente, *“los problemas se siguen planteando en términos de relaciones bilaterales, entre los países emisores y receptores de esas corrientes demográficas, negándose a ver lo que verdaderamente sucede, que es el reacomodo de poblaciones a nivel planetario”*<sup>25</sup>. La migración además de estar ligada a cuestiones de tipo social, está relacionada con situaciones económicas, políticas y culturales.

Existen a nivel mundial grandes tasas de desempleo en muchos países –sobre todo este fenómeno se da en países en desarrollo- donde no existe una real reestructuración en lo relativo al empleo, y son realmente muy pocos aquellos países que se encuentran haciendo algo para fomentar la no emigración hacia países desarrollados.

En México, por ejemplo en el estado de Zacatecas, existe un programa muy interesante que consiste en detectar y concentrar a los jóvenes en peligro de emigrar hacia los Estados Unidos de Norteamérica, y es a partir de pláticas de integración juvenil, de talleres y cursos donde los jóvenes se sienten motivados a no abandonar el país, aunque no se han arrojado resultados del todo favorables, son satisfactorios respecto de lo que ocurría antes de establecerse el programa. Sucede que dada la cercanía con la frontera y la tradición familiar que existe en

---

<sup>25</sup> Modesto Seara Vázquez, “Globalismo y regionalización, en Seminario Internacional, *Paradojas de un mundo en transición*, México, Instituto Matías Romero, 1993, Pág. 31.

algunas poblaciones, de ir en busca de oportunidades y del llamado *American way of life* (mismo que de por sí para muchos norteamericanos ya no tiene ningún significado) cientos de personas salen diariamente en busca de mejores oportunidades. Se cree que en México siete de cada diez familias tienen algún familiar con antecedentes de emigrante<sup>26</sup>. Por tal motivo, es de gran importancia el fomento de programas como el que hemos mencionado, para de alguna manera frenar o retrasar la salida de cientos de personas.

En los países en desarrollo, ha habido un aumento considerable de población, sin reportarse altos niveles en el crecimiento económico, ni en la productividad, existen altas tasas de desempleo producto de las crisis internas de cada país; generándose así una expulsión de población, que a su vez es atraída pero no aceptada por los países desarrollados. Dicho fenómeno al recrudecerse se expresa en manifestaciones políticas y jurídicas radicales que se traducen en xenofobia y racismo.

De manera tal, que hasta este momento se presentan otras dos situaciones que se interrelacionan y que sin una no se entiende la otra: el fenómeno de la migración y la xenofobia, problemas sociales, que no sólo deben ser analizados como tales, ya que tienen raíces y lógica propia si se les estudia desde el punto de vista político, económico y cultural, pero que para efectos del presente trabajo van a ser desarrollados en este apartado bajo el aspecto social.

Tal como veníamos analizando, además de viajar en condiciones infrahumanas los migrantes deben enfrentar, una vez que llegan al país donde trabajarán, a la carencia total de un estatus legal que los proteja, no gozan de ningún derecho laboral, tienen precarias condiciones de vivienda y no reciben tampoco asistencia social como educación o servicios de salud.

Un factor que influye para que los trabajadores emigren de sus países de origen, es el hecho de que la mundialización favorece la difusión de nuevas y mejores tecnologías, con lo que se destruyen puestos de trabajo. Y no sólo lo anterior, sino que cada vez más es necesario concentrarse en alguna especialización o actualizarse a nivel técnico, pues de lo contrario se corre el riesgo de no encontrar trabajo.

La migración siempre ha de concentrarse en los centros de mayor desarrollo económico, tecnológico e industrial. En Europa, se aglutina en países como Alemania, Francia, Suiza e Inglaterra, con inmigrantes provenientes de Marruecos, Senegal, Argelia, Malí, Mauritania, Martinica, Túnez, India, Pakistán, Irlanda, Jamaica, y otros países del Caribe. En el continente americano, los países receptores de inmigrantes son Canadá y Estados Unidos teniendo trabajadores no sólo latinoamericanos, sino también de otros países. En la región Asia-Pacífico la mayor concentración de trabajadores extranjeros la tiene Japón, claro que nunca

---

<sup>26</sup> Serie: *Tierra de migrantes*, Canal Once, México, domingo 10 de septiembre de 2000

ha alcanzado ni con mucho las cantidades de inmigrantes que alcanzan Europa y Estados Unidos<sup>27</sup>.

La migración siempre estará relacionada con el desarrollo económico de un país, puede ser por la apertura de nuevos sectores industriales, agrícolas y de servicios, o por la ampliación de los ya existentes. Tal es el caso de Japón que fue desde la década de los ochenta, cuando tuvo la necesidad de emplear trabajadores migrantes. No así el caso de Europa y los Estados Unidos, que después de la Segunda Guerra Mundial incrementaron sus tasas de trabajadores extranjeros, a través de los programas de solicitud de trabajadores extranjeros que requerían para que trabajaran en áreas específicas de producción; tal es el caso del programa bracero de los Estados Unidos o del sistema *Gastarbeiter*<sup>28</sup> alemán.

Los inmigrantes, como hemos mencionado anteriormente, trabajan bajo condiciones insalubres, peligrosas y desgastantes, sin seguridad laboral, careciendo del equipo especial necesario de protección, sin el pago de un seguro de vida o de accidente para sus familias. Y no sólo eso sino que además sufren de discriminación, “ (...) *tanto por su origen –trabajadores rurales con poca educación, tradiciones culturales diferentes y desconocimiento del idioma- como principalmente por una situación de discriminación del país que utiliza trabajadores*

---

<sup>27</sup> Japón es el país que tiene menor índice de migración internacional directa, para 1990, se calculaba en 1.5 millones de migrantes en la región del Sudeste Asiático, aunque hacen uso de trabajo extranjero vía exportación de capitales. Ana Peña López, *op. cit.*, pág. 269.

<sup>28</sup> Con esta palabra se denomina trabajadores huéspedes a los trabajadores inmigrados. *Ibidem*, pág. 120.

*extranjeros, para su mayor explotación productiva, así como generar la necesaria polarización de la clase obrera (entre nacionales y extranjeros, entre las diversas etnias extranjeras y dentro de las propias etnias)*<sup>29</sup>. Permiten con ello un mayor control, todo lo cual fomenta el nacionalismo, racismo y xenofobia, cuestiones que tienen su nacimiento por la difícil integración cultural e ideológica de los inmigrantes en el país receptor. Xenofobia y discriminación que se recrudecen en el momento en el que los inmigrantes se establecen siguiendo el modelo de “ghettos”.

Todo lo anterior, conductas, prejuicios, ideología, xenofobia y racismo, también tienen que ver con el acceso o no, a los puestos de trabajo<sup>30</sup>. Porque si bien es cierto se sufre de una exclusión social, también los inmigrantes se tienen que enfrentar a la exclusión de los centros de trabajo.

Tanto el racismo como la xenofobia se están llevando a niveles extremos, son estos dos fenómenos los que llenan vacíos importantes en la sociedad moderna que carece de identidad cultural definida, y los que dan cabida a ideologías de “limpieza étnica”. En Europa, por ejemplo, la defensa de la supuesta identidad nacional, se ha tomado como estandarte de resistencia frente a la globalización, que presupone la disolución de fronteras geográficas. Los europeos se perciben entre sí como extraños. Pero no sólo ahí, ni a nivel internacional sino que también

---

<sup>29</sup> *Ibidem*, pág. 139.

<sup>30</sup> Gilda Waldman, “Racismo, exclusión y limpieza étnica en Europa”, en Jornadas Lascanianas, *La Problemática del Racismo en los umbrales del siglo XXI.*, México, UNAM, 1997, pág. 295.

a nivel nacional entre habitantes de un mismo país se tratan como si fueran ajenos a una misma historia y cultura determinada.

Siguiendo con el ejemplo europeo, cabe hacer notar que en aquella región se ven cada vez con mayor frecuencia *“mezquitas, minarettes, imanes, mujeres cubiertas con largos vestidos negros, niñas que acuden veladas a las escuelas y hombres que ayunan durante el Ramadán. En toda Europa proliferan las asociaciones, las escuelas y las organizaciones de caridad musulmanas. El Islam influye en la literatura, la moda, la comida y la cultura popular”*<sup>31</sup>. No resulta extraño que por ejemplo, que en Gran Bretaña haya escritores provenientes de Sri Lanka, la India o Nigeria. Pero si bien algunas cuestiones culturales están cambiando, no significa por ningún motivo que se haya aceptado al trabajador extranjero, siempre blanco de prejuicios y exclusión racista. *“Hoy la cuestión del otro oscila de un modo difícil entre su reconocimiento y su negación, y esta última ha asumido nuevas formas de exclusión, marginación, rechazo y discriminación que, confrontadas a las dimensiones étnicas y religiosas, se nutren y se ven mediadas por el peso histórico de los prejuicios”*<sup>32</sup>. Cada vez es más frecuente desconocer y tratar de omitir la identidad cultural del otro, no aceptamos las diferencias históricas, sociales, políticas y culturales, así como tampoco las reconocemos, pues son ajenas a nuestra realidad, marginando o invalidando todo aquello que no pertenece a nuestro entorno.

Según Gilda Waldman, hoy nos enfrentamos a un nuevo racismo, donde la segregación, discriminación y marginación se da en términos étnicos-culturales. Donde se aparecen dos vertientes: la incompatibilidad de estilos de vida y de religiones, con lo cual nos acercamos a las manifestaciones culturales de la globalización que en el siguiente apartado analizaremos.

Además, la globalización, como ya se ha apuntado, trae consigo tendencias integradoras y desintegradoras. El brote de nacionalismo y reclamos étnicos pueden ser considerados resultados dinámica global.

Se han dado conflictos sociales inherentes a la relocalización de la producción entre nacionales, con la pérdida de una cierta autonomía relativa de las políticas económicas nacionales en medio de la creciente liberalización y desregulación del mercado mundial.

Hay un surgimiento e intensificación de un nacionalismo conceptual propiamente dicho con diversas acepciones y connotaciones de política económica a la luz de ópticas teóricas y programáticas alternativas. *“La desmembración de la Unión Soviética, Yugoslavia, Checoslovaquia y Etiopía, y los movimientos autónomos e independentistas en muchos países –de Québec a Irlanda del Norte, pasando por el país Vasco, Cataluña o Galicia, Bretaña y Córcega, sur del Sudán, Sahara Occidental, Timor Oriental, Tiber, Territorio de los Tamiles, etc., constituyen una prueba de que la nuestra no es una época de integración supranacional sino de*

---

<sup>31</sup> *Ibidem*, pág. 298

*desintegración de los Estados nacionales*<sup>33</sup>. A lo que cabe agregar el hecho de que no sólo son elementos políticos los que se ven resquebrajados, sino que también la sociedad se ve en la necesidad de reestructurarse a consecuencia de los movimientos nacionalistas.

Son los tiempos que se viven, en medio de un proceso de mundialización, donde no hay una clara capacidad de sustentación de los procesos sociales y aumentan así las causas de lucha entre grupos humanos, además que en todo el mundo hay condiciones que favorecen a la disminución de la calidad de vida<sup>34</sup>.

El reto que aparece con el proceso globalizador es el planteamiento de una nueva forma de organización de la sociedad, misma que se debe dar través del reconocimiento y legitimación de instituciones, las cuales respondan a las necesidades y condiciones sociales que exigen nuestros tiempos; todo ello con el fin de dar solución a los problemas a los que se enfrenta la sociedad humana que se reintegra actualmente a gran velocidad.

Modesto Seara Vázquez propone, dada la crisis por la cual atraviesa la sociedad, es necesario ampliar los principios de una nueva ética que rijan las relaciones

---

<sup>32</sup> Judith Bosker, "El Racismo hoy", en Jornadas Lascanianas, *op. cit.*, pág. 310.

<sup>33</sup> Modesto Seara Vázquez, "Globalismo y regionalización", en Seminario Internacional, *Paradojas de un mundo en transición*, México, Instituto Matías Romero, 1993, Pág. 33.

<sup>34</sup> *Ibidem*, pág. 30.

humanas y sirva de base a una organización social diferente acorde al momento que vivimos<sup>35</sup>.

Así pues, una vez estudiadas las que a nuestra consideración son las principales manifestaciones sociales de la globalización, se confirma que se están recrudeciendo algunas de las problemáticas a las que ya se enfrentaba la sociedad internacional, lo anterior en el marco de las transformaciones a las que en este momento nos enfrentamos. Actualmente las sociedades afrontan problemas fuertes de identidad tanto nacional como cultural, con lo que se ven acentuadas las cuestiones sociales antes expuestas.

#### **1.1.4 Manifestaciones Culturales**

Entre las principales manifestaciones culturales de la globalización, se cuenta, por su importancia en el desarrollo humano moderno, el progreso tecnológico

acelerado, tanto de los medios de comunicación, como de transportes, avances científico-técnicos, etcétera. *“El impacto de la globalización en las grandes ciudades se completa a partir del avance tecnológico, visualizado tanto en el desarrollo de transportes, como en los medios de comunicación y la información”*<sup>36</sup>. Ya que a consecuencia de los medios de comunicación y los avances tecnológicos, se está replanteando la cultura a nivel internacional.

Sin duda alguna, los avances en la tecnológica no conocen de fronteras, ni de historia. Las computadoras, aparecen como un instrumento de la globalización, según lo ha expresado Lorenzo Meyer. Existe ya un nuevo lenguaje, que incluye términos como chat, módem, Internet, mac, PC, mouse, memoria, ram, floppy, megabyt, software, hardware<sup>37</sup>. En todo el mundo se habla de Internet, del correo electrónico y otros avances en informática, al cual tiene acceso todo aquel que tenga dinero para pagar por estos servicios. En horas e incluso minutos, uno, a través del Internet y del correo electrónico, se puede tener acceso a casi todo el mundo: periódicos, revistas, sitios con todo tipo de información científica, médica, de entretenimiento, viajes, música y hasta lo inimaginable.

Así que en la era de la globalización nos enfrentamos a nuevos procesos de producción industrial electrónica e informática, nuevos formatos, así como procesos de circulación masiva y transnacional, que son consecuencia de las

---

<sup>35</sup> *Ibidem*, pág. 40.

<sup>36</sup> Bayardo Rubens y Mónica Lacarrieu, *Globalización e identidad cultural*, Bs.As., CICCUS, 1998, pág. 20.

<sup>37</sup> Ángeles González Gamio, “Nuevo lenguaje”, *La Jornada*, domingo 13 de agosto de 2000, pág. 26.

innovaciones tecnológicas, pero que además se reestructuran viejos esquemas al momento de ser necesarios nuevos tipos de recepción y apropiación. Ahora la mayor parte del tiempo nos encontramos frente a una pantalla, ya sea de televisión o de computadora.

El avance tecnológico y científico, sin duda, son fuerzas motoras de la globalización. El cambio tecnológico transforma la vida cotidiana de miles de personas alrededor del mundo. El fax, el Internet, el correo electrónico, la expansión del uso de las computadoras y la rapidez de los viajes acotan toda distancia, además que se manejan de forma “más sencilla” las operaciones internacionales, son gracias a estas innovaciones en la informática, que se ha dado la posibilidad, por ejemplo, de que exista el comercio de activos financieros por medio de las computadoras, con la comunicación se han integrado los mercados y es posible ya la negociación financiera las 24 horas del día.

Lo cierto es que, *“la producción industrial, la vida familiar, la socialización escolar, la política en su sentido más tradicional, parecen sucumbir ante una nueva forma social basada en las interacciones humanas a distancia: el teléfono, la televisión, el tele dinero y las redes telemáticas”*<sup>38</sup>. Para algunos especialistas en el tema significa de algún modo la acción difusora e integradora de la industria cultural.

---

<sup>38</sup> Javier Echeverría, *Telecaudillos*, en Archipiélago, No. 24, Barcelona, 1996, pág. 66, citado en Rubens Bayardo y Mónica Lacarrieu, *op. cit.*, pág. 21.

Lo peligroso no sobreviene con el desarrollo científico, sino que se torna cuestionable cuando existe un mensaje entre líneas que habla de consumismo y uniformación. *“La distribución global de los bienes y de la información permite que en el consumo los países centrales y periféricos se acerquen compramos en supermercados análogos los productos transnacionales, vemos la televisión las últimas películas de Spielberg o Wim Wenders, las Olimpiadas de Barcelona, la caída de un presidente de Asia o de América Latina, filmada en directo y los destrozos del último bombardeo Serbia”*<sup>39</sup>. El consumo avanza sobre la cultura. Y el consumismo, se ha visto fomentado de manera directa por el fenómeno de la moda. Además el olvido y la falta de memoria, aparece junto con el fenómeno globalizador, que en términos de consumismo se traduce en que lo que se vende este año, no puede ser valioso para el próximo, si fuera así se dejarían de vender miles de productos.

El consumismo, según David Sarquís se traduce siempre en un riesgo contra la propia humanidad<sup>40</sup>. El consumismo de igual manera, se ha fomentado porque la promoción de la cultura ahora es tarea de organismos y empresas privadas, especializadas en *marketing*, publicidad e imagen.

---

<sup>39</sup> Néstor García Canclini, *Consumidores y Ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo, p. 26.

<sup>40</sup> David Sarquis, “Tendencias Culturales de la Globalización”, en Ileana Cid Capetillo, *Compilación de Lecturas para la discusión de las Relaciones Internacionales contemporáneas*, México, UNAM-FCPyS, 1998, pág. 113.

Otro efecto o manifestación de la globalización en la cultura, es la integración simbólica de todo el planeta. Integración que se da en tiempo real, de manera casi instantánea. Todo esto se da gracias al complejo cultural que cuenta con avances tecnológicos y el soporte electrónico, con lo cual estamos ante una integración simbólica de culturas diversas, hablando en un sentido simplista.

Aunque *“la remodelación tecnológica de las prácticas sociales no siempre contradice las culturas tradicionales y las artes modernas. Ha extendido por ejemplo, el uso de bienes patrimoniales y el campo de la creatividad”*<sup>41</sup>. Cuestión que cabe ser señalada, pues si bien reporta en algunos casos consecuencias poco alentadoras, también son la tecnología y los medios de comunicación de masas, los que fungen como vehículos importantes de manifestaciones culturales de un país al resto del mundo.

Por otra parte, las migraciones multidireccionales también son un factor importante que ayuda al fomento de relaciones interculturales. Los migrantes llevan consigo una carga cultural, que se radicaliza, la mayoría de los veces, por la necesidad de reivindicar lo que les pertenece: valores, costumbres, tradiciones, religión, música, etc. Y si bien forman parte de las relaciones interculturales del lugar donde trabajan, no quiere decir en ningún momento que se vean totalmente mezclados culturalmente con los naturales del país que los recibe, pero que no los acepta.

---

<sup>41</sup> Néstor García Canclini, *Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo, 1990, pág. 287.

La mayoría de los inmigrantes guarda relaciones, además de afectivas, culturales con su pueblo de origen, incluso en algunas comunidades se fomenta que los hijos de los inmigrantes nacidos en territorio extranjero convivan y se familiaricen con las costumbres y tradiciones de los pueblos de sus padres. Tal es el caso de la comunidad oaxaqueña que vive en el Este de Los Ángeles, donde tienen existe una gran organización cultural e incluso hay un grupo que baila folclor oaxaqueño. Y muchas veces, por tradiciones religiosas, se trasladan a Oaxaca para presentar sus bailables<sup>42</sup>.

Si bien la cultura nacional no se extingue, sí se reestructura en tanto aparecen “culturas transnacionales”. Ahora las identidades son transterritoriales y multilingüísticas. Mismas que operan a través de la producción industrial de la cultura, la tecnología y el consumo. Por eso se habla de que *“si la identidad cultural es lo que nos permite situarnos en el mundo, sabiendo o por lo menos creyendo saber lo que somos y lo que podemos hacer, entonces podemos decir que la globalización ha traído hasta América Latina una crisis de identidad muy severa”*<sup>43</sup>. Pero no sólo América Latina, a nuestra consideración, enfrenta graves problemas de identidad cultural, es a nivel mundial que se da esta situación y es precisamente porque entre nacionales empieza a manifestarse un desconocimiento del otro como aquel que comparte una cultura común. Las

---

<sup>42</sup> Serie: *Tierra de migrantes*, Canal Once, México, lunes 11 de septiembre de 2000.

<sup>43</sup> Héctor Aguilar Camín, *“Librarse de las Cadenas del pasado”*, pág. 1, artículo que puede ser revisado en línea: [www.globalprogress.org/castella/Mexico/AguilarCamin.html](http://www.globalprogress.org/castella/Mexico/AguilarCamin.html).

comunidades aunque tengan una misma historia, una misma cultura no se reconocen entre sí lo cual se manifiesta en lo que en el apartado de las expresiones sociales de la globalización habíamos manejado: racismo y xenofobia, pero en este caso a propios y extraños. Si no perteneces a un grupo social y cultural que te reconozca como igual, eres excluido, discriminado.

De tal forma que la globalización, como hemos podido analizar con la exposición de sus manifestaciones culturales, ha contribuido la producción y difusión desarrollo de las expresiones creativas entre las que se encuentran las artes y la ciencia y la tecnología. Es significativo el papel que juegan los medios de comunicación en la era de la globalización, ya que algunas veces sirven para difundir positivamente todas las manifestaciones culturales a nivel mundial, y en otras ocasiones y no tan afortunadamente, sirven para fomentar el consumismo desenfrenado, crear ídolos espontáneos que pocas veces proyectan elementos provechosos para la evolución individual del hombre, en otras cosas.

## **1.2 Concepto de la Globalización**

Una vez identificadas las manifestaciones de la globalización, y con el fin de dejar sentado el concepto del mismo, desde nuestra perspectiva a continuación exponemos lo que consideramos como los elementos más importantes que forman parte del proceso globalizador.

Entendemos por globalización, el resultado de un proceso histórico que impulsa el cambio hacia un modelo de economía de mercado en el cual no hay barreras para el comercio internacional, y el que supone una cohesión social, política y cultural, que determina un nuevo orden mundial, que se erige como democrático y socialmente justo, aunque esto sea relativo, puesto que el costo que pagan los Estados-Nación por entrar al juego global es muy alto. La experiencia nos revela

que la globalización no tiene los efectos beneficiosos para todos como lo promete, ya que a través del análisis de las manifestaciones del fenómeno nos percatamos de que sólo algunos países gozan de ciertos privilegios, siendo los más afectados los países subdesarrollados.

La globalización es un proceso ligado al capitalismo, expansivo respecto de territorios, poblaciones, recursos, procesos internos y experiencias culturales. La globalización es un proceso donde los medios masivos de comunicación, la tecnología y los avances científicos son elementos clave que forman parte de este fenómeno, que están cambiando las formas de producción, distribución y consumo de una manera acelerada y por lo mismo sorprendente.

Una vez expuesto lo que consideramos como concepto de globalización, a continuación presentamos los rasgos distintivos que algunos autores afirman forman parte del fenómeno globalizador.

La década de 1980, es considerada el momento histórico en que aparece el concepto de globalización en cuanto tal, y de hecho lo hacen de igual manera todas las ideas derivadas de la globalidad. A finales del siglo XIX, los anglosajones habían comenzado a usar el adjetivo “global”, para referirse al mundo entero.

La globalización, según algunos de los estudiosos en la materia, no es un fenómeno reciente. Algunos analistas sostienen que la economía mundial, estaba globalizada desde hace años como hoy en día. Sin embargo, nunca antes el

comercio, los servicios financieros, los Estados-Nación y los grupos sociales han estado tan desarrollados e integrados.

Los términos global y globalismo, fueron incluidos en un libro publicado en 1944, mientras que el término globalización fue introducido en un diccionario por primera vez en 1961<sup>44</sup>. Dichos términos fueron incluidos en los círculos académicos e intelectuales, además de los políticos, de periodistas, banqueros, publicistas y del entretenimiento, aunque no se volvió parte del vocabulario común hasta el último cuarto del siglo XX.

Fue entonces a partir de la década de 1980, cuando se comenzó a hablar de mercados, comunicaciones, conferencias, negocios y otros asuntos globales. Durante esta década, tanto los estudiantes de Relaciones Internacionales, como de otras disciplinas, empezaron a estudiar cuestiones de gobernabilidad global, cambios en el medio ambiente global, política económica global, entre otros.

El periodista chileno Mauricio Hasbún Karmy, considera que la mundialización no es un concepto ideológico, sino un proceso consecuencia del progreso. *“Debe ser vista como un fenómeno crónico dentro de la historia humana; (...) lo que hoy conocemos por globalización es un fenómeno connatural al desarrollo, desde siempre”*<sup>45</sup>.

---

<sup>44</sup> Jan Aart Scholte, *Introducing: A globalizing World*, pág. 1.

<sup>45</sup> Mauricio Hasbún Karmy, *“Globalización: demasiada mitología”*, pág. 1, consulta de este artículo en línea: [www.mav.cl/conatural/foro\\_cult/mauricio.htm](http://www.mav.cl/conatural/foro_cult/mauricio.htm).

Consideramos importante el hecho de que se destaque que la globalización es parte de un proceso histórico que sin duda está reestructurando las formas establecidas a nivel mundial. El anterior concepto de globalización carece de la aclaración necesaria de que, como todo fenómeno, tiene implicaciones importantes y costos altos que este reporta a la humanidad. Concordamos completamente con autor, pues por ningún motivo la globalización debe ser tratada de forma simplista y hablar del concepto como mera ideología, pues al analizar las manifestaciones del fenómeno, nos damos cuenta que es un proceso que involucra a todos los actores de la realidad internacional y está reestructurando muchas formas de relación entre los mismos.

El Fondo Monetario Internacional (FMI), es uno de los organismos internacionales que defiende la idea de *“el uso de este término (globalización) se utiliza comúnmente desde los años ochenta, es decir, desde que los adelantos tecnológicos han facilitado y acelerado las transacciones internacionales comerciales y financieras. El concepto de globalización, según el FMI, se refiere a la prolongación más allá de las fronteras nacionales de las mismas fuerzas del mercado que durante siglos han operado a todos los niveles de la actividad económica humana: en los mercados rurales, las industrias urbanas o los centros financieros”*<sup>46</sup>. A nuestro parecer, el concepto que ofrece el Fondo Monetario Internacional, se reduce únicamente a tomar en cuenta la parte económica de la

---

<sup>46</sup> FMI, *La Globalización ¿Amenaza u oportunidad?*, *Issues Briefs for 2000*, pág. 2. Documento en línea: [www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm#l](http://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm#l).

relación de los Estados, dejando de lado la situación política, social y cultural que forman parte no menos importante de la realidad nacional e internacional.

Acerca del comercio internacional sin límite, no apunta las implicaciones de tipo económico y financiero que esto significa principalmente para países subdesarrollados. Es su posición de organismo económico mundial, la que determina la postura que adopta en torno a la globalización, además es el Fondo Monetario Internacional uno de los principales promotores de la globalización.

Roland Robertson, concuerda con el Fondo Monetario Internacional en el sentido de que la globalización es un fenómeno de relativa aparición. Dicho proceso está íntimamente relacionado con la modernidad y modernización, así como con la post modernidad y post modernización<sup>47</sup>. De tal forma, que no es difícil imaginar el hecho de que para algunos científicos sociales, la globalización, es la realización de una promesa de universalismo, en donde hay una libre comunicación sin restricciones artificiales. Además es verdad, también, que las instituciones de la modernidad occidental (capitalismo, Estado-nación y la industrialización) se han convertido ya en conceptos globales.

Robertson, mantiene que el concepto de globalización *per se*, podría ser aplicado al desarrollo correspondiente de la estructuración concreta del mundo como un

---

<sup>47</sup> Roland Robertson, "Mapping the Global Condition, en Featherstone, Mike, *Global Culture.*, Londres, Ed. SAGE, 1990, pág. 20.

todo. La globalización en ese sentido, se refiere al proceso en el que la gente del mundo se incorpora en una sola sociedad mundial<sup>48</sup>. De manera tal que los Estados-Nación, no solo interactúan entre sí, sino que constituyen un mundo, un contexto global, en el cual el mundo se convierte en un lugar singular, con sus propios procesos y formas de integración.

De una forma mucho más completa, Roland Robertson trata el concepto de globalización, que facilita la comprensión del fenómeno. Habla de términos como modernidad y modernización, que se relacionan con la libre comunicación, que a mi parecer desarrolla un papel importante dentro del fenómeno de globalización. En el subcapítulo anterior, ya explicábamos la importancia de los medios masivos de comunicación y sus implicaciones dentro de la globalización. La aportación de Robertson es importante, ya que habla de una redefinición de viejos términos que ahora se manejan de forma global.

Además, consideramos de gran relevancia el hecho de que maneje la idea del mundo como un todo y del universalismo para entender por qué la globalización es un proceso en el que se da una interrelación impresionante de los actores internacionales, que sucesivamente da como resultado la conformación de una sola sociedad, donde en principio haya equidad e igualdad. Hablar de un contexto global, a partir de la interacción de los Estados-Nación es un error, pues se puede

---

<sup>48</sup> Martin Aalborg, *Globalization, knowledge and society*, Londres, Ed. SAGE, 1990, pág. 9

usar aquel término desde el momento mismo en el que se habla de un proceso de globalización.

El concepto de globalización se refiere a todos aquellos procesos que sirven para “comprimir” el mundo, creando así un espacio único. El concepto del mundo sin fronteras, de hecho ha sido fuertemente difundido por el pensamiento estratégico, y se describe como el *managment* internacional. Algunos estudiosos del tema interpretan la globalización como el proceso que hace del mundo un solo espacio con cualidades sistémicas.

Aunque cabe aclarar, según Barrie Axford, que la idea de un espacio único debe ser tratado con sumo cuidado, a fin de evitar la impresión de la homogeneización en la cual las estructuras globales, y el proceso global en si mismo tienen suficiente poder integracional. Tratándose del reconocimiento de la interdependencia que existe<sup>49</sup>. De manera que la idea del mundo como un todo (*world as a whole*), para los defensores de la globalización, se sigue difundiendo de manera general e informal, como mero discurso popular y por algunos críticos del sistema.

La noción de sistema global, según Barrie Axford, es importante para comprender el concepto de globalización, ya que enfatiza el contingente y la dinámica propia

---

<sup>49</sup> Barrie Axford, *The Global System: Economics, Politics and Culture*, Nueva York, St. Martin's Press, 1995, pág. 6.

de dichas relaciones en lugar de asumir la funcionalidad entre las partes del sistema actual. La idea del sistema global empleada hasta el momento, se refiere únicamente a la reproducción y la transformación del sistema a través de la práctica de sus agentes.

En el sistema global participan gran variedad de actores, entre los que se cuentan individuos, asociaciones, grupos étnicos, organizaciones civiles, Estados-Nación, empresas, entre otros; los cuales tienen ya un estatus legitimado durante la modernización de las sociedades occidentales.

*“La globalización exige la intervención de los diferentes actores sociales y del Estado como un catalizador del interés colectivo, en la definición e implantación de una estrategia productiva en la búsqueda por aprovechar las oportunidades de la globalidad y por alcanzar una inserción creativa y perdurable en el escenario internacional globalizado”<sup>50</sup>.* De manera tal, que los elementos, ya sea objetos o sujetos, que componen el sistema global –bienes, servicios, individuos, grupos, regiones, Estados, etc- construyen la realidad social global.

De manera mucho más extensa, Barrie Axford trata el concepto de globalización, introduciendo nuevos elementos como la advertencia de evitar la idea de la homogeneización a partir de la globalización. En su concepción el proceso globalizador y su propia estructura, tienen un gran poder integracional, pero no

habla de que es precisamente este poder integracional tan fuerte y el manejo mismo del fenómeno el que tiene como consecuencia la homogeneización en varios niveles en la vida de la relación de los Estados y de las comunidades que los conforman. Difiere de los autores que hablan del mundo como un todo y de la conformación de una sociedad global, reduciendo estas posturas a discurso popular.

Por otra parte, compartimos la idea que la noción de sistema global, que hasta el momento ninguno de los autores anteriores había manejado, resulta importante si se quiere comprender el proceso globalizador. Los actores del sistema global, no habían sido definidos, y resulta necesario ya que un sistema tiene vida, en tanto sus agentes interactúan. El sistema global, además de componerse de actores, tiene una estrategia específica de acción, sin la cual resultaría difícil establecer ejes de acción.

La globalización, en las palabras de Lorenzo Meyer, *“se trata de un sistema de valores, instrumentos y formas de relación a nivel local y mundial que no nacieron como resultado de una decisión propia, pero que ya han obligado a remodelar casi todas las variables fundamentales de la sociedad mexicana –como del resto del mundo- con la consiguiente carga de choques y conflictos sin solución”*<sup>51</sup>. Consideramos que esto es precisamente porque no ha sido un proceso resultado de un proyecto nacional propio, ni definido en términos de necesidades de cada

---

<sup>50</sup> *Ibidem*, pág. 2.

<sup>51</sup> *Idem*.

país, lo que ha dado como resultado a los conflictos consecuencias del fenómeno globalizador a los que nos enfrentamos.

Lorenzo Meyer reconoce que la globalización y su sistema han forzado a cambiar las formas de la sociedad internacional creando conflictos como consecuencia de sus manifestaciones, pero no sólo de la sociedad sino que también se ven reformados otros elementos. Coincide con Barrie Axford, al resaltar la existencia de un sistema global en el cual interactúan tanto lo local como lo mundial.

En términos generales, apunta Ernesto Saldívar, el concepto de globalización se refiere al proceso de internacionalización o mundialización del capital financiero, industrial y comercial, de nuevas relaciones políticas, sociales y culturales internacionales, además de la aparición de la empresa transnacional misma que a su vez se produjo como respuesta a las necesidades propias del sistema, nuevos procesos productivos, distributivos y de consumo sin una localización geográfica definida, una expansión y uso intensivo de la tecnología sin precedentes<sup>52</sup>.

En nuestra opinión, es el concepto que otorga Ernesto Saldívar, el más integral de todos los que hasta el momento se han presentado. Introduce ciertos elementos que los otros autores no manejaron, y le da un igual tratamiento a lo económico, lo político, lo social y lo cultural. Lo que faltó fue tratar los efectos que tiene la globalización, pero esto, como ya hemos analizado, es una constante de todos los

---

<sup>52</sup> Ernesto Saldívar, *La Globalización como Estrategia de Desarrollo*, pág. 2. Documento en línea: [www.monografias.com/trabajos/globalizacion/globalizacion.html](http://www.monografias.com/trabajos/globalizacion/globalizacion.html).

autores. Aclara que hay nuevas formas de relación a nivel mundial, así como nuevas formas de producir, distribuir y consumir, consecuencia de la necesidad del sistema para poder ser reproducido. Coincide con el Fondo Monetario Internacional al especificar que dentro del proceso globalizador se hace un gran uso de la tecnología, siendo esta consecuencia de lo que ya Roland Robertson manejaba al referirse a los términos de modernidad y modernización

La globalización se presenta pues, como una estrategia para obtener una ventaja competitiva a nivel institucional, en la cual la mayoría de las empresas, y por supuesto países quieren ingresar, para lograr el desarrollo económico, político y social que dicho proceso les ha prometido.

No faltan algunos estudiosos que, por el contrario, opinen que se trata de un proceso contradictorio, desigual, heterogéneo discontinuo, asincrónico de naturaleza estructural de funcionamiento a largo plazo, dentro del cual sólo algunos países tienen el control directo del sistema en su conjunto, y se reproduce en las diferentes esferas de acción, reflexión y comportamiento de la economía, la política, la sociedad y la cultura a nivel internacional. El cual, antes que generar orden, estabilidad, certidumbre, predicibilidad y armonía, la globalización da lugar a riesgo, ambivalencia, complejidad y desorden en correspondencia a las contradicciones, conflictos y requerimientos de la transformación del propio sistema.

En este sentido, Pablo González Casanova, en un artículo publicado en 1998, apunta que, *“tenemos que pensar que la globalización es un proceso de dominación y apropiación del mundo. La dominación de estados y mercados, de sociedades y pueblos, se ejerce en términos político- militares, financiero- tecnológico y socio-culturales”*<sup>53</sup>.

La aportación de Pablo González Casanova, resulta interesante, puesto que trata el proceso de globalización como un instrumento de dominación en todos los niveles, sin que nada o nadie se escape de ello cuestión que hasta el momento ningún autor había manejado. Sin duda muestra la otra cara de la moneda, puesto que los defensores de la globalización sólo aportan datos que reportan algunos beneficios, pero nunca hablan del costo político, social y cultural, además del económico que tienen, sobre todo los países subdesarrollados. A nuestro parecer coincide con Lorenzo Meyer en tanto que no es un proceso resultado de necesidades propias de los países, sino que de alguna forma se establece una relación de dominación por parte de los países desarrollados hacia los subdesarrollados.

Por otra parte Carlos Vilas apunta que, *“la globalización suele ser presentada, por ejemplo, como una nueva versión del tren de la historia al que debemos subirnos, pues de lo contrario nos quedamos abajo para siempre viendo como se nos*

---

<sup>53</sup> Pablo González Casanova, *Los indios de México hacia el nuevo milenio*, Periódico La Jornada, 09 de septiembre de 1998. Artículo en línea: <http://serpiente.dgsca.unam.mx/jornada>.

*escapa el progreso*<sup>54</sup>. Progreso que en términos reales sólo se ha dado para aquellos países que controlan las esferas políticas y económicas a nivel internacional, debemos de subirnos a ese tren, pues de lo contrario corremos el riesgo de sufrir el atraso.

En el sentido de que trata a la globalización como parte del progreso coincide con Mauricio Hasbún Karmy, pues todo aquello que no entre al juego globalizador es inevitable que se quede en el atraso, con lo cual concuerda con lo dicho por Pablo González Casanova, pues es una forma de dominación por parte de los países que marcan las reglas del proceso globalizador.

Si bien, la globalización se presenta como el progreso, el fin de la pobreza y las oportunidades para todos existe una doble implicación, pues lo anterior se presenta sólo para unos cuantos países, mientras que los menos desarrollados no gozan de tales beneficios, por el contrario, la miseria y el atraso tecnológico y científico están a todas luces presentes.

33

## **CAPÍTULO 2. LA PENETRACIÓN CULTURAL**

En el presente capítulo nos proponemos analizar el concepto de cultura para lo cual nos remitiremos a los diferentes conceptos de cultura aquellos que algunos estudiosos del tema desde su perspectiva nos ofrecen, en ese sentido, trataremos

de estudiar las evidentes diferencias conceptuales que existan entre aquellos, así como sus coincidencias.

Después, y dado que no existe un concepto determinado de penetración cultural, nos proponemos desde nuestra propia perspectiva formular un concepto con el cual podamos establecer lo que entendemos por tal para efectos de nuestro estudio.

Analizaremos cuál es la situación actual de la cultura en la sociedad contemporánea, destacando finalmente su importancia en el contexto social actual. Cabe aclarar que estudiaremos el tema de la cultura en la era moderna, en tanto cultura de masas, pues servirá como antecedente del próximo capítulo. Estimamos que el presente apartado es importante en tanto sirve de base conceptual para el estudio de las secciones posteriores.

## **2.1 Concepto de Cultura**

A través del tiempo, cada grupo humano ha desarrollado características que lo distinguen de otros conglomerados, los cuales constituyen un vínculo que mantiene unidos a sus integrantes y los identifica entre sí. Dichas características

---

<sup>54</sup> Carlos Vilas, *Seis Ideas Falsas sobre la Globalización*, México, CEIICH-UNAM, 1998, pág. 3

se han conformado por efecto de la convivencia y se manifiestan como acciones humanas y hechos de la vida colectiva que han dado origen a un estilo de vida propio, a un acervo de conocimientos, a una ideología política y religiosa, a manifestaciones artísticas tales como la música, la pintura, la escultura, la poesía y a un conjunto de tradiciones y costumbres. También se puede considerar que cultura son estados de ánimo, creencias y valores morales.

Estas peculiaridades de cada sociedad humana constituyen su cultura cuyo concepto varía según el punto de vista desde el que se le analice.

Entre los antecedentes más remotos, nos encontramos que la palabra cultura aparece en un diccionario alemán hacia el año de 1793, ahí, el concepto de cultura tal como se concibe desde la perspectiva sociológica tiene un significado más amplio del que se le da comúnmente. Desde el punto de vista convencional, la cultura se refiere a manifestaciones como la pintura, la música, la poesía, la escultura, la filosofía, etcétera.

Para la sociología, la cultura abarca todo lo que aprenden los integrantes de una sociedad; es una forma de vida, un modo de pensar, actuar y sentir; en cierta forma podemos considerar que cultura es todo lo que el hombre aprende, crea y produce. De ahí que todas las expresiones humanas se traduzcan en cultura.

Cultura según Tylor, “es un todo complejo, que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, la costumbre y cualquier otra capacidad de hábito adquirido por el hombre en cuanto que es miembro de una sociedad”<sup>55</sup>. El hombre en tanto que pertenece a un determinado grupo social absorbe todo tipo de conocimiento, desde el más elemental como cuestiones de la vida cotidiana, hasta manifestaciones más elevadas como las artes. Son las costumbres, la moral y otros elementos que se transmiten a través de la familia, las que marcarán de manera determinante algunos aspectos culturales del hombre dependiendo del grupo social al que pertenezca.

Alan Beals, por su parte, establece que cultura es “herencia social o las cosas que los hombres aprenden cuando son entrenados dentro de un grupo humano. Cultura puede significar también aquella entidad que se expresa con palabras”<sup>56</sup>. La herencia social, la tradición cultural y el término sociedad, son palabras que se utilizan para referirse a los seres humanos y las relaciones que existen entre ellos. De manera que, tomando en cuenta las consideraciones de Alan Beals, podemos señalar que el hombre es capaz de hacer cultura, y esto se debe principalmente a que es heredero de una cantidad impresionante de experiencias.

Coincidimos totalmente con Alan Beals, al reconocer que una de las principales características del género humano es su capacidad de crear cultura la cual se

---

<sup>55</sup> Citado en Ely Chinoy, *La Sociedad. Una introducción a la sociología*, México, FCE, 1966, pág. 36.

<sup>56</sup> Alan Beals, *Antropología Cultural*, México, Centro Regional de Ayuda Técnica-AID., 1971, pág. 7.

transmite a las nuevas generaciones que adquieren los conocimientos que provienen de los grupos en que ha nacido y dentro de los cuales desarrollan su existencia, a lo que eventualmente podemos llamar cultura.

En efecto, los hombres absorben la mayor cantidad de conocimientos que les transmiten por herencia sus determinados grupos sociales, y no sólo ellos sino de otros también. Los seres humanos además, tienen la capacidad de hacer culturas diferentes o diversificar las manifestaciones culturales.

Para M.E. Goodman, *“la cultura es el conjunto de costumbres practicadas por los miembros de una sociedad. Es la forma particular de vida aprendida, compartida y transmitida por los miembros de la sociedad poseedores de esa cultura. (...) una sociedad es un número considerable de gente que se consideran a si mismos y son considerados por otros, como una unidad –una tribu o una nación internamente organizada y persistiendo en el tiempo. Cada una de estas unidades del pasado y del presente han desarrollado sus propia cultura peculiar, su forma de vida”*<sup>57</sup>.

El mencionado autor, como podemos notar, considera además como cultura, a los antecedentes y el medio al cual pertenece un individuo. La cultura es base y condición sobre las que el individuo y sus peculiaridades se desarrollan<sup>58</sup>. Es

---

<sup>57</sup> M. E. Goodman, *El individuo y la cultura: Conformismo vs. Evolución*, México, Ed. Pax-México, 1972, pág. 50.

<sup>58</sup> *Ibidem*, pág. 52.

importante hacer una breve reflexión en torno a lo anterior, porque dado que cultura es todo lo que el hombre crea, la reproducción y desarrollo de la cultura se hace necesaria para la evolución humana.

De lo señalado hasta ahora, encontramos que, tanto Alan Beals como M. E. Goodman, coinciden en que la cultura es todo aquello que le es transmitido al hombre a través de costumbres, tradiciones, experiencias e historia del grupo social al cual pertenece.

En nuestra opinión, y con base en lo anterior, la cultura tiene como características principales: el de ser aprendida, creada y compartida, lo que permite a las nuevas generaciones disfrutar de lo que crearon sus antepasados, por lo que la cultura adquiere categoría de herencia social y destaca su carácter histórico y sus posibilidades de enriquecerla con la aportaciones que adquiere del adelanto de la ciencia y la tecnología dentro de un mundo en constante evolución.

En la perspectiva de nuestro análisis, encontramos a Abraham Moles, para quien es característica del ser humano el hecho de vivir en un entorno creado por el mismo; de manera tal que *“la huella impresa por ese medio artificial en el espíritu de cada hombre es lo que llamamos cultura”*<sup>59</sup>. Consecuentemente, para Moles, la cultura puede ser también la suma de pensamientos, experiencias, conocimientos transmitidos por educación familiar e ideas. La cultura se genera a partir de la

---

<sup>59</sup> Abraham Moles, *Socio dinámica de la Cultura*, Buenos Aires, Ed. Paidós, 1978, pág. 21.

educación y la impregnación del hombre con todo lo que acontece en su contexto social e histórico.

Son dos significaciones, de acuerdo con la aportación de Abraham Moles, las que tiene el término cultura: la individual y la colectiva. La cultura colectiva es aquella en la que se ven involucrados tanto el contexto social como el histórico de un individuo que nace en un lugar determinado, lo cual influye para que tenga una carga cultural preestablecida; la cultura colectiva de un grupo depende de la época y el lugar determinado. El término de cultura individual, se refiere a la suma de conocimiento, experiencia y educación que va adquiriendo cada individuo a través de su desarrollo<sup>60</sup>.

Si bien el término cultura tiene dos categorías, es justo decir que la cultura individual tiene raíz en la cultura colectiva, ya que el individuo que forma parte de cierto grupo social se impregna de todo lo que sucede en aquel contexto, y es así como sienta las bases para lo que posteriormente será su cultura personal.

La aportación de Abraham Moles es importante para establecer una diferencia entre la cultura creada y transmitida por la colectividad y la individual, ya que suele dársele un tratamiento general al concepto sin establecer sus evidentes diferencias.

---

<sup>60</sup> Ibidem, pág. 33-34.

Ahora bien, la cultura se retransmite gracias a que la memoria social e histórica permanece de forma escrita o últimamente por los medios de comunicación. Es a partir de que existen diversas ramas de la cultura que se establecen diferentes formas de reproducirla. Por ramas de la cultura, debemos entender *“los terrenos de formas definidas que pueden recurrir a varios canales diversos: por ejemplo, la rama de lo escrito puede ser transmitida por un filme cinematográfico, una fotografía en microfilme, un afiche, un libro o periódico o por una pantalla de televisión”*<sup>61</sup>. Cabe destacar que existe una fuerte interacción entre la cultura y el medio que la reproduce y sostiene.

Mariano Herrera plantea que debe entenderse por cultura todo lo que los grupos humanos han escogido, creado, imaginado, aprendido y construido para adaptarse a un medio social e histórico determinado<sup>62</sup>.

Me parece que el concepto que maneja Mariano Herrera es muy acertado, pues retoma los elementos que los autores anteriores ya habían trabajado de una manera integral, con lo cual queda claro qué se entiende por cultura. Incluye los elementos imaginación y construcción, que a mi parecer ayudan a la comprensión del concepto. Sin imaginación sería difícil que existiera la cultura, y eventualmente se construyen nuevas formas de hacerla.

---

<sup>61</sup> Ibidem, pág. 37-38.

Para Stefano Varece, *“la cultura es fundamentalmente una descripción, una construcción a posteriori de los procesos de comportamiento humano. (...) La cultura es prácticamente toda manifestación, toda realización técnica o intelectual, todo comportamiento aprendido, toda actividad humana”*<sup>63</sup>.

Stefano Varece incorpora que es una manifestación y realización técnica e intelectual, que aunque los anteriores autores ya lo daban por sentado, ninguno lo había enunciado de forma explícita.

Para Albert Schweitzer, *“la cultura es la suma de todos los progresos del hombre y la humanidad en todos los terrenos y desde todos los puntos de vista, en la medida en que contribuyan a la realización espiritual del individuo y al progreso del propio progreso”*<sup>64</sup>.

Si bien es cierto que cultura es todo aquello que crean los hombres para llenar un vacío espiritual y llegar a su realización, también es cierto el hecho de que existen los aspectos intelectual y moral que en tanto forman o rigen la conducta del ser humano y cabe señalar como constructores de la cultura.

---

<sup>62</sup> Mariano Herrero, “Las prácticas culturales y la sabiduría cotidiana de los pueblos: alternativa ante y para el desarrollo”, en Guillermo Batalla Bonfil, *Hacia nuevos modelos de relaciones Interculturales*, México, CNCA, 1993, pág. 115.

<sup>63</sup> Stefano Varece, “Una Dialéctica negada”, en Héctor Aguilar Camín, *En torno a la cultura nacional*, México, SEP-INI, 1976, pág. 138-139.

<sup>64</sup> Citado en Abraham Moles, *op. cit.*, pág. 32.

Las culturas se constituyen por formas de conducta, de sentimientos y reacciones. Además, dado que comprenden una serie de categorías y premisas no explícitamente enunciadas, varían de unas sociedades a otras. La cultura es una serie de experiencias de vida común que tiene cada grupo social, tanto espiritual, como moral e intelectual.

Según Murphey Murray, el término cultura, puede ser empleado también al referirse a los patrones de comportamiento en tanto que son normas para los grupos sociales. Es componente de la cultura un hábito determinado que caracterice a todos los miembros de un grupo<sup>65</sup>.

Concordamos con Murphey Murray en el sentido de que afirma que los hábitos también son elementos determinantes en la cultura, son enseñados y aprendidos de acuerdo con las costumbres del grupo social que se trate.

Es importante detenerse a explicar qué son los patrones culturales, puesto que Murphey Murray incorpora el término para explicar qué es cultura. M.E. Goodman, define que *“un patrón cultural es, en consecuencia, tanto un molde como una modalidad. Es un molde que funciona como una guía para la conducta. Es una modalidad en tanto representa una tendencia central de la conducta”*<sup>66</sup>. El patrón

---

<sup>65</sup> Murphey Murray, “Cultura, Carácter y personalidad”, en *Estados Unidos Carácter y Cultura: Algunas perspectivas del siglo XX*, México, Ed. Minerva, 1968.

<sup>66</sup> M.E. Goodman, *op. cit.*, pág. 56.

cultural en términos generales, se refiere a los modelos o guías que establecen formas culturales de una determinada sociedad.

Goodman afirma que son tres proposiciones principales las que pueden ayudar a definir qué son los patrones culturales. La primera, consiste en que los patrones expresan las premisas implícitas y los sistemas de expectativas; rasgos los dos, de la cultura que pueden tener ciertas variaciones que se consideran formas subculturales<sup>67</sup>. La segunda proposición, es que los patrones, premisas y expectativas están entre los rasgos y formas a los que el individuo está expuesto dentro de la sociedad donde se desarrolla, las cuales además de adoptar, las selecciona y sintetiza. Y la tercera, es que el individuo refleja y reproduce su cultura<sup>68</sup>.

En conclusión, podemos afirmar que la cultura no sólo se compone de elementos o rasgos característicos de un grupo social, sino que es también a partir de cómo se da la organización del sistema social al que se pertenece y las relaciones entre los miembros de éste.

Algo que los autores que analizamos no contemplaron, fue el hecho de que cultura también puede ser entendida como el conjunto de soluciones a problemas comunes que enfrentan los grupos sociales, dichas soluciones ya están

---

<sup>67</sup> Las cuales pueden ser regionales, económicas, de estatus, ocupacionales, de ciertos grupos o diferentes combinaciones de estos.

<sup>68</sup> Ibidem, pág. 56-57.

elaboradas y probadas por los miembros del sistema social y son transmitidas entre aquellos.

De otra parte, la cultura al ser transmitida entre los miembros de un grupo social determinado, se acepta como una herencia o legado, no tomando en cuenta, por ser transmitida por generaciones, por qué actúan de un modo determinado.

Así mismo, los grupos sociales se diferencian unos de otros, y con ello sus culturas, por el idioma, la religión o la nacionalidad, que también son aspectos de la cultura. Claro que, aunque la gente hable distintos idiomas o lenguas, puede compartir una cultura común.

Para poder comprender una cultura determinada, es necesario tomar en cuenta la historia del grupo social que la crea. Importante es también decir, que la cultura no puede continuar sin el hombre.

## **2.2 La Penetración Cultural**

Durante el siglo XVIII, los países desarrollados, desde el punto de vista militar y económico, sojuzgaron a los pueblos débiles para apropiarse de sus recursos naturales, con el propósito de incrementar su poderío económico y convertir a dichos pueblos en simples colonias sin derechos políticos ni libertades.

A finales de dicho siglo y debido a la difusión de las ideas libertarias y de independencia y nacionalismo, los pueblos sojuzgados se revelaron y se inició el proceso de descolonización recobrando muchos pueblos su libertad y su aparente independencia. Con la descolonización se puso fin a la dominación militar y se inició un proceso de diferente tipo de intervención en la vida económica, cultural, política e ideológica de los pueblos de escaso desarrollo.

Cada grupo humano tiene el propósito de conservar y enriquecer su cultura, sin embargo las necesidades económicas han propiciado que entre los pueblos del

mundo las relaciones no sólo de tipo económico sino de carácter político y cultural se hayan estrechado de manera tal que cada pueblo ha incorporado elementos culturales de otros países, lo que ha dado lugar a lo que comúnmente se ha dado en llamar mestizaje cultural. Además, la violencia ha dejado de ser un instrumento idóneo para la conquista, para ello la influencia cultural cumple una función semejante y de manera pacífica e imperceptible en ocasiones.

Así en tiempos recientes la penetración cultural se identifica como un proceso que utilizan los pueblos altamente desarrollados para integrar dentro de su área de influencia a los pueblos subdesarrollados mediante la imposición pacífica de importantes adelantos culturales tales como sus formas de vida, su manera de pensar, sus ideas políticas, filosóficas, religiosas, sus costumbres, su forma de vestir, la música, su literatura, etcétera. En este proceso se utilizan los medios de comunicación masiva: televisión, radio, cine, prensa, teatro, medios electrónicos, etc..

Sin embargo, en ocasiones, dicha penetración cultural tiene efectos negativos para la estructura social y familiar, las costumbres y tradiciones, y el lenguaje entre otras cosas; al introducir formas de actuar con violencia y hasta adicciones y vicios tales como el alcoholismo, el consumo de drogas y la desintegración familiar.

Los países desarrollados se han valido de diversos medios para introducir elementos de su cultura a los pueblos que han quedado dentro de su área de influencia.

A nivel político, la penetración cultural ha jugado un papel muy importante, ya que se han importado elementos políticos de otros países que no cubren las necesidades propias del país donde se instauran. Aunque cabe señalar que esto no siempre tiene efectos negativos, pues ha ayudado a la creación de instituciones políticas que tienen como principal objetivo el buen funcionamiento del Estado, así como la eliminación de viejos vicios políticos.

Los efectos de la penetración cultural en la vida económica de un país siempre resultan ser los más evidentes, pues dada la forma en la que actualmente interactúa el mundo, han surgido organismos internacionales que dictan las pautas económicas a seguir a nivel mundial, aunque muchas veces éstas no se amoldan a las necesidades por cubrir de algunos países. En el ámbito económico nacional, repercute mucho lo que dictan las reglas internacionales, de manera que en ocasiones existen grandes necesidades por cubrir.

En la actualidad a nivel social, los efectos de la penetración cultural suelen estar relacionados con las formas de convivencia y la forma en la que el hombre se percibe dentro de un determinado grupo social, y cómo éste percibe a otros miembros de aquella sociedad.

### **2.3 La Cultura en la Sociedad Contemporánea**

En los últimos años, hemos asistido a una gran transformación económica, política, social y cultural a nivel mundial. A nivel cultural en la sociedad contemporánea se han modificado entre otras cosas: formas de convivencia, costumbres y tradiciones, lenguaje, ideología, etc..

Para efectos del presente subcapítulo, nos proponemos analizar brevemente la cultura en la sociedad, después identificaremos sus más evidentes manifestaciones, para por último enunciar sus efectos así como la importancia de la cultura en la sociedad moderna.

Establecemos que cultura es el conjunto de conocimientos, moral, costumbres, hábitos, creencias y expresiones adquiridas y compartidas por el hombre durante generaciones, toda vez que es miembro de la sociedad.

Actualmente, la cultura está fundada sobre obras de arte, se organiza y se realiza a partir de estilos de vida. Estilos de vida que nos son “vendidos” a través de medios de comunicación.

Los tiempos que vive el mundo exigen de nuevas formas, así como de nuevos planteamientos, de tal forma que cultura se hace, se reproduce y se retransmite a diario en todo el mundo; lo que cambian son los métodos. La cultura deriva del espíritu creativo de cada individuo que pertenece a cierto sistema social, pero muchos de los conceptos, ideas y conocimientos que se producen se generan por las formas y palabras que integran su contexto. La cultura al reproducirse por diversos canales hacia individuos de varios niveles, es almacenada en la memoria de cada uno de los individuos de manera diferida lo que recibe de acuerdo a sus intereses e inquietudes.

A continuación, y con el fin de ser consecuente con el presente apartado, expondremos algunas manifestaciones de la cultura en la sociedad contemporánea.

La cultura en forma de libros, instituciones de gran prestigio como los museos, revistas, cine, radio, televisión y medios electrónicos son los que enseñan y transmiten a los individuos la manera de vestir, el gusto por el arte, *“los vinos que valen la pena coleccionar, los quesos que hay que comprar, en una palabra, el*

*estilo que corresponde a la situación de la clase media*<sup>69</sup>. Y son justamente las clases sociales más favorecidas, las que más vulnerables se encuentran ante el consumismo exagerado, puesto que la gran masa miserable casi nunca tiene acceso a los productos. Actualmente la cultura se refiere a códigos de conducta del grupo al que pertenece. Además de que existe una transformación sustancial en las formas de convivencia tradicionales así como de las costumbres, toda vez que nos son “vendidos” estilos de vida.

El pensamiento escrito e impreso son algunos de los elementos más importantes de la cultura, pero como Abraham Moles apunta, *“el mundo que nos rodea es un mundo tecnológico, un mundo de máquinas, sea de máquinas materiales, sea de mecanismos sociológicos complejos, creados por un elevado número de sabios industrioses, atrapados en un proceso de aceleración y que no tienen ni ocio ni deseo de examinar ese proceso en su conjunto”*<sup>70</sup>. De tal forma que en la actualidad, un importante vehículo de la cultura son los medios de comunicación de masas, de los cuales no podemos quedar aislados por las necesidades propias de la vida moderna, y los que aunque tienen cuestionables usos, no son del todo malos. Por el contrario, nuestra propia cultura se puede ver enriquecida en el momento en el que entramos en contacto con otras culturas, a través de los medios de comunicación y la tecnología.

---

<sup>69</sup> Daniel Bell, “Modernidad y Sociedad de Masas: Variedad de las Experiencias Culturales”, en Daniel Bell (et. al), *Industria Cultural y Sociedad de Masas*, Venezuela, Monte Ávila Editores, 1974, Pág. 16.

Ya que en todo el mundo hay una sed de cultura que se traduce en consumo, los medios de comunicación juegan un papel importante toda vez que funcionan como vehículos promotores de los bienes que se producen, distribuyen y consumen a nivel mundial. Además existe una “nueva” cultura, a la que muchos autores insisten en llamar: cultura de masas o de semi intelectuales.

Lo anterior tiene que ver con lo que Carlos Monsiváis define como la nueva sociedad como una nueva masa cultural, que viaja, tiene acceso a la tecnología, consume arte, tiene posibilidades de aprender idiomas y aprovecha la difusión cultural. Tiene otra característica importante: hace caso omiso o le resta importancia al hecho de que cientos de individuos no tengan acceso a la cultura que consumen<sup>71</sup>.

Pero de otro lado, encontramos otra característica de la cultura de la sociedad de masas de los años recientes: el analfabetismo que obliga a la proliferación de subliteratura entendida como: comics, fotonovelas, diarios deportivos, revistas, etc.. Dicha cultura de masas promueve fantasías sobre la familia, el sexo, la creencia y la propiedad privada<sup>72</sup>.

De tal manera que, gran parte de la industria cultural, que se compone de cine, radio, televisión y música, es pornográfica y fomenta la violencia. La mayor parte

---

<sup>70</sup> Abraham Moles, *Socio dinámica de la Cultura*, Buenos Aires, Ed. Paidós, 1978, pág. 328.

<sup>71</sup> Carlos Monsiváis, “Cultura y Sociedad en los Setentas”, en Esther Cimet, *Cultura y Sociedad en México y América Latina*, México, INBA, 1987, pág. 83

del material difundido por los medios de comunicación es barato, vulgar, amoral, degradante e incita a la violencia. Basta revisar algunas páginas del Internet donde se difunden mensajes racistas, xenófobos y pornográficos.

En la actualidad, la cultura ya no es establecida a través de la educación , sino que como hemos venido diciendo ésta se transmite por medios masivos de comunicación. Día a día, a partir de redes de información se retransmite la cultura. La cultura de masas crea y exhibe nuevos ídolos, héroes y dioses. Gilles Lipovetsky opina al respecto que *“es el tiempo de las stars con un físico cualquiera; ya no seducen porque sean extraordinarias, sino porque son como nosotros. (...) los ídolos ya no se contentan con asociarse exteriormente con las grandes causas de la historia y las grandes opciones en las elecciones democráticas, colectan fondos, crean asociaciones de ayuda mutua y beneficencia, se comprometen con los más desheredados. Los semidioses han tomado el bastón de peregrinos y, son sensibles a las desgracias de los parias de la tierra, han vuelto entre los hombres”*<sup>73</sup>. O al menos eso es lo que nos han hecho creer, porque surgen héroes espontáneos que muy pocas veces nos aportan cosas positivas, dejando de lado a los verdaderos intelectuales, científicos y demás personajes que realmente contribuyen al desarrollo del hombre en cuanto tal.

---

<sup>72</sup> *Ibidem*, pág. 80

<sup>73</sup> Gilles Lipovetsky, *El imperio de lo efímero*, Barcelona, Anagrama, 1990, pág. 246-247.

Otra característica de la sociedad de masas, es que todos “hacen” o tienen pretensiones de hacer cultura, lo cual se traduce en conferencias, exposiciones, conciertos, espectáculos, etc., en ocasiones de muy baja calidad.

Por lo anterior, se hace necesaria una breve reflexión en torno a los efectos de aquellas manifestaciones que hemos expuesto en párrafos anteriores.

A nuestra consideración uno de los efectos más importantes es el hecho de que la sociedad de masas cambia tradiciones, ideologías, costumbres, mitos, enfoques así como formas de concebirse a sí misma y a la vida. Principalmente porque la cultura se ve manipulada por el criterio de las empresas transnacionales, así como de los medios de comunicación y la tecnología.

Por otro lado, se encuentra lo que expone Theodor W. Adorno, él sostiene que *“si bien la radio y la alta fidelidad han contribuido a que hoy se escuchen muchos más discos de Beethoven que antes eso sólo sirve para que la gente canturree o silbe la melodía y no para que se aprecie mejor la compleja estructura de la sinfonía que se ha escuchado”*<sup>74</sup>. De hecho puede decirse que actualmente la cultura está más difundida en comparación con los siglos anteriores, no sólo al interior de un país, sino es gracias a los medios de comunicación que se conocen las culturas de otros países, cultura que no tenemos que suponer sea mala, menos profunda o auténtica.

Edward Shils, apunta que *“uno de los signos distintivos de la sociedad de masas es que la juventud se ha transformado en uno de los principales consumidores de los distintos niveles inferiores de la cultura, producidos por los medios de comunicación de masas. Una extraordinaria cantidad de música popular, películas convencionales, prensa periódica y todo tipo de bailes se produce con destino a la juventud, que la consume toda. Se trata de un fenómeno sin precedentes y es el punto fundamental de la revolución de la cultura de masas”*<sup>74</sup>. Ciertamente es que los jóvenes son grandes consumidores de imágenes, estereotipos, marcas, música y literatura; pero a través de los medios de comunicación y dado que se pasa gran parte del tiempo frente a una pantalla de televisión o de computadora, como lo he mencionado en el capítulo anterior al referirme a las manifestaciones culturales de la globalización, ahora también son niños y adultos los que quedan expuestos al consumismo.

Finalmente, podemos decir que la importancia de la cultura en la sociedad contemporánea radica en el hecho de que proporciona el conocimiento y las técnicas que permiten sobrevivir a la humanidad, tanto individual como socialmente, así como dominar y controlar, hasta donde le sea posible, el mundo que le rodea.

---

<sup>74</sup> *Ibidem*, Pág. 24

<sup>75</sup> Edward Shils, “La sociedad de masas y su cultura”, en Daniel Bell, *op. cit.*, pág. 155.

El hombre sobrevive gracias a lo que aprende. Por todo lo anterior y porque la cultura es parte de la historia misma del hombre, es de gran importancia la creación y la reproducción de la cultura. Como he mencionado antes, sin el hombre la cultura no existe, pero sin cultura difícilmente el hombre podría desarrollarse y evolucionar en cuanto tal.

La cultura tiene gran importancia por constituir un poderoso vínculo entre los integrantes de la sociedad y porque los identifica entre sí y los distingue de otros grupos humanos.

### **CAPÍTULO 3. DE ESTADOS UNIDOS AL RESTO DEL MUNDO O LA EXPORTACIÓN DE LA CULTURA NORTEAMERICANA**

Toda vez que hemos establecido con los dos anteriores capítulos las bases conceptuales de la presente investigación, nos proponemos estudiar de manera general los aspectos de la cultura norteamericana en términos de consumo y en cuanto sociedad de masas. Además abordaremos lo relativo a la llamada americanización cultural, que se ve fomentada por la globalización.

Analizaremos también, el papel que juegan los medios de comunicación de masas y la tecnología en tanto vehículos principales de la globalización. Para ello tomaremos el concepto de aldea global propuesto por Octavio Ianni, como eje principal para el desarrollo de la parte correspondiente a la importancia de los medios de comunicación de masas y la tecnología en la era de la globalización. Consideramos necesario aclarar que el tema relativo a los medios de comunicación y tecnología, lo abordaremos de manera general, y con el único fin de identificar el por qué funcionan como vehículos de la globalización y su obvio papel dentro de la llamada aldea global.

### **3.1. Aspectos generales de la cultura norteamericana**

El hecho de que en Estados Unidos convivan diversas regiones geográficas, sectores económicos, clases sociales, inmigrantes de origen diverso, razas

diferentes y grupos étnicos distintos, influye para que se creen nuevas formas culturales, desconocidas antes algunas, reconfiguradas otras.

Cabe hacer una advertencia, sobre el hecho de que en el presente trabajo sólo se estudiarán de manera general algunos aspectos de la cultura norteamericana, ya que sería motivo de otro proyecto de investigación analizar de manera integral la cultura norteamericana y sus expresiones.

Si bien uno de los temas más importantes dentro de este capítulo es el consumismo norteamericano, es necesario hacer previamente una breve reflexión en torno a la cuestión religiosa, porque, sin duda, la religión establece y delinea a la cultura estadounidense. Desde la época de la colonia, la religión protestante, se establece y se practica como principal creencia religiosa en aquel país. *“En el período colonial, un gran número de formas inglesas del protestantismo se establecieron en los Estados Unidos. Personas adeptas a la iglesia de Inglaterra, dominaban el sur; los separatistas formaban las iglesias congregacionales de Nueva Inglaterra; los presbiterianos de Escocia y el norte de Irlanda se extendieron gradualmente de Nueva Jersey y Pennsylvania territorio adentro; los cuáqueros y los pacifistas alemanes fueron de alguna importancia en Pennsylvania. En el período colonial había nada más unos cuantos católicos romanos (en Maryland) y menos judíos”*.<sup>76</sup> Lo anterior resulta interesante si se considera que según las estadísticas, en Estados Unidos el 56 por ciento de la

población tiene como religión la protestante, el 28 por ciento son católicos, el 2 por ciento son judíos, el 4 por ciento práctica alguna otra religión y el 10 por ciento de la población total no profesa ninguna<sup>77</sup>. De manera que la mayoría de la población es protestante practicante y desde luego indica la incidencia que esta religión tiene para los habitantes de los Estados Unidos y consecuentemente como parte de la cultura norteamericana.

Don Martindale, en el texto *La Sociedad Norteamericana*, explica que “*como las colonias de los Estados Unidos eran predominantemente protestantes y puritanas, era la creencia general que la familia era la institución con mandato divino para realizar funciones religiosas y económicas y perpetuar la raza; no existía para el placer*”.<sup>78</sup> Al respecto existe una gran diferencia con la familia moderna: la familia norteamericana moderna no es autosuficiente, los individuos miembros de ella obtienen dinero mediante formas distintas: trabajando por contrato, en empleos de gobierno, por medio de su estatus familiar o por negocios propios. A diferencia de la familia del siglo XIX, donde el padre era el zapatero, carpintero, plomero y otros oficios; la madre se dedicaba a la producción tanto de artículos para el hogar (sábanas, licores, manteles, muñecos, etc.) como a la preparación de alimentos. La familia norteamericana del siglo XX es consumidora antes que productora<sup>79</sup>.

---

<sup>76</sup> Don Martindale, *La Sociedad Norteamericana*, México, FCE, 1970, pág. 238.

<sup>77</sup> Son cifras de 1989, Fuente: World Factbook, 1998. Datos que se pueden consultar en línea: [www.usinfo.gov/espanol/datos.htm](http://www.usinfo.gov/espanol/datos.htm).

<sup>78</sup> Don Martindale, *op. cit.*, pág. 229.

<sup>79</sup> Don Martindale, *op. cit.*, pág. 232.

Por otra parte, es importante hacer una breve reflexión en lo concerniente a la religión en los Estados Unidos, si se consideran los elementos que a continuación presentamos. La religión en Estados Unidos en el siglo XX tiene rasgos característicos: actividades recreativas dentro de la comunidad, personal especial, cocinas, clubes y escuelas; además se realizan servicios de trabajo social donde labora personal calificado, consultorios médicos, dentales y psiquiátricos, además de que cuentan con agencia de colocaciones para aquellos adeptos que se encuentran buscando en qué emplearse<sup>80</sup>. Así, resulta interesante el papel que juega la religión en la cultura norteamericana, y más aún si se considera que *“la labor educativa de los cuerpos religiosos incluye ahora todas las fases de la educación desde la escuela elemental hasta la obra universitaria. Hay muchas asociaciones y fondos para la educación religiosa, así como para el estudio y el planteamiento de programas sobre bases profesionales”*.<sup>81</sup> Y no sólo esto, sino que las iglesias además, han creado grupos políticos que funcionan como grupos de presión al interior del Estado norteamericano.

Así pues, los Estados Unidos se establecieron primero, sobre las bases de la religión protestante. *“Los protestantes proclamaron desde un principio que Dios espera que sus criaturas obtengan el mayor provecho material posible de las maravillas del mundo. Como corolario, se hizo evidente que el individuo no debe permitir que su riqueza acumulada permanezca ociosa, sino que la debe movilizar en forma de inversiones y, en consecuencia aumentar, en proporción, el bienestar*

*total de las criaturas de Dios*".<sup>82</sup> Otra aportación importante que hizo la religión protestante a la cultura norteamericana es que todo se convierte en una lucha constante por la supervivencia, de ahí que culturalmente Estados Unidos se encuentra presionado por sobrevivir como potencia sin importar los medios, solo los fines que se persiguen. Esto sin lugar a dudas, he dejado una profunda huella en la ideología norteamericana.

Lo anterior, está relacionado con el hecho de que Estados Unidos, es un país que tiene arraigadas muchas prácticas que provienen desde la época colonial. Don Martindale afirma también que *"la herencia cultural que recibió la sociedad de nuestros tiempos incluye ciertas actitudes hacia el recreo de las horas libre. De importancia esencial para la sociedad estadounidense eran esas actitudes hacia el juego y hacia el ocio que provenían de la clase media de la población urbana en el norte de Europa, que fueron fundamento del protestantismo"*.<sup>83</sup> Esto se encuentra relacionado con el énfasis que ponen los norteamericanos al recreo y el ocio, las vacaciones, el consumismo y las horas dedicadas al entretenimiento, que implican espectáculos masivos, teatro, cine, televisión, lectura y otros medios electrónicos. Una vez señalados algunos elementos característicos que forman parte de la cultura norteamericana, nos abocaremos al tratamiento de otro tema por demás

---

<sup>80</sup> Don Martindale, *op. cit.*, pág. 242-243.

<sup>81</sup> *Ibidem*, pág. 243.

<sup>82</sup> Albert Harkness jr., *Esbozo histórico de la cultura norteamericana*, México, Embajada de Estados Unidos, 1954, pág. 7.

<sup>83</sup> Don Martindle, *op. cit.*, pág. 404.

interesante y que ha sido objeto de múltiples estudios y discusiones: el consumismo norteamericano y su papel en la cultura norteamericana del siglo XX.

Cabe advertir que pretendemos analizar este fenómeno de manera general, en tanto es un fenómeno que se manifiesta como elemento que a su vez determina otras culturas en el mundo.

La historia moderna de la cultura de Estados Unidos, no se podría entender, si no se considera un fenómeno importante de nuestros tiempos: el consumismo, entendido en términos generales como el consumo excesivo de bienes innecesarios o a los cuales eventualmente no se les da ninguna utilidad.

La cultura norteamericana, denominada por el estadounidense Warren Susman, como la cultura de la abundancia que no es otra que la cultura del consumo, afirma que *“esta cultura tenía sus principales instituciones, que iban a desempeñar papeles especiales. Tiendas de departamentos (“palacios de la abundancia”), restaurantes, hoteles, todo ello especificaba una nueva forma de vida. También hubo playas para bañarse, albercas de natación, y parques de diversiones, suburbios planificados y la nueva profesión de decorador interior”*<sup>84</sup>. Una sociedad como la norteamericana, donde sólo el 20% de su población se dedica a la agricultura, es una de las sociedades de masas, y por lo tanto de consumo más importantes del mundo. Respecto a lo anterior, David Riesman opina que *“la*

*sociedad de los Estados Unidos en la fase de una incipiente decadencia de su población, se vuelve orientada por el consumo. De hecho, se acepta generalmente ahora que la economía del país depende de que se abran fronteras internas de consumo a medida que las fronteras de la producción y uso de la tierra empiezan a cerrarse*".<sup>85</sup> De manera que el consumismo se ha instituido como una forma de vida, ante la necesidad de llenar vacíos emocionales a través de satisfacciones materiales propias de una sociedad en decadencia.

Lo anterior se ve ampliado con la aportación de Warren Susman, misma que resume la dinámica cultural del consumo: *"En ese ambiente, (de decadencia y de consumismo exagerado) brotó un nuevo interés en el cuerpo mismo: cultura física, salud, dieta, alimento y su preparación, "marcar", la nutrición y vitaminas, la obesidad. Cómo se veía el cuerpo y cómo se sentía, asumió una nueva importancia. Tuvo lugar una significativa alteración en la forma en que la gente vivía (lo que comían, la cambiante dieta estadounidense) y cómo morían (diferentes causas principales de muerte), para no mencionar nada respecto a cómo y cuándo comían y cómo eran sepultados. El cuerpo tenía que ser vestido y embellecido en un mundo de modas y cosméticos"*.<sup>86</sup> Vivimos en el constante culto al cuerpo y la belleza física. Y no sólo eso, sino que la sociedad actual coloca cada vez más en un lugar prioritario a la imagen y la indumentaria, como sistema

---

<sup>84</sup> Warren Susman, *La cultura como historia. Transformación de la sociedad norteamericana en el siglo XX*, México, EDAMEX, 1987, pág. 21.

<sup>85</sup> David Riesman, *The Lonely Crowd*, citado en Don Martindale, *op. cit.* pág. 32.

<sup>86</sup> Warren Susman, *op. cit.*, pág. 21.

riguroso de signos, como modo particular de codificación de información<sup>87</sup>. En nuestra opinión, gran parte de la responsabilidad de que las cosas se den de esa forma, corre a cargo de los medios de comunicación que más adelante estudiaremos en tanto cumplen un papel primordial en el desarrollo de la globalización como fenómeno de nuestros tiempos.

Si bien es cierto que la cultura norteamericana, para poder ser entendida, se debe analizar desde la perspectiva de qué es lo que hacen, piensan, sienten, disfrutan, aprecian y respetan los norteamericanos más allá del trabajo, y que lo anterior no se reduce sólo al consumismo, también es cierto que muchas de las satisfacciones de los estadounidenses giran en torno a ello. Aunque cierto es también que en Estados Unidos hay un fuerte movimiento enfocado a apoyar a todas aquellas manifestaciones sublimes de la cultura, a saber: pintura, escultura, música, literatura, arquitectura, etc.. Respecto de esto se encuentra la opinión de Morrell Heald: *“A los norteamericanos se nos acusa de preocuparnos excesivamente por los valores materiales. Se dice que la producción y las ventas masivas han creado un gusto masivo”*.<sup>88</sup> Lo anterior se encuentra relacionado con el hecho de que existe, como lo hemos mencionado anteriormente, una fuerte influencia por la religión que fundamenta la búsqueda incansable por la satisfacción personal a través de los bienes materiales. *“En el contexto norteamericano, los ideales más sobresalientes y perdurables del credo de su*

---

<sup>87</sup> Incola Squicciarino, *El vestido habla*, Madrid, Ediciones Cátedra, 1990, pág. 129-130

<sup>88</sup> Morrell Heald, “La tecnología en la cultura norteamericana”, en *Estados Unidos: Carácter y cultura. Algunas perspectivas del siglo XX*, México, editorial Minerva, 1968.

*religión secular son: la fe que coloca en la independencia y la democracia política, la pasión que profesa hacia la libertad individual, la creencia en la igualdad moral de las gentes y la búsqueda interminable del mejoramiento material y social. Estos valores forman el núcleo de lo que podemos llamar el mito integrador del sueño o estilo de vida norteamericana*".<sup>89</sup> Y no sólo al interior de los Estados Unidos, agregaríamos nosotros, se ha logrado establecer un mito acerca del estilo de vida norteamericana, pues con el intercambio de ideas, costumbres, formas de vida a través de elementos como televisión, radio, cine, medios electrónicos, prensa escrita y literatura, principalmente, son otros países y más significativamente los países de poco desarrollo económico se ven influenciados culturalmente por las formas culturales norteamericanas. De manera tal que el llamado *American way of life* se establece a través de la publicidad norteamericana de la promoción implícita de estilos de vida y relaciones sociales hacia el mundo entero.

Por otra parte, vale la pena reflexionar acerca del papel que juegan tanto la tecnología como los medios de comunicación de masas en la cultura norteamericana. *"A medida que la sociedad estadounidense se hacía más industrializada y urbanizada, las innovaciones tecnológicas de las comunicaciones de masas se fueron desarrollando y, por consiguiente, la cultura tradicional se modificó, cuando no se sustituyó totalmente, bajo la influencia de la cultura de*

---

<sup>89</sup> Robert Shadow, "Símbolos nacionales, el Estado y la cultura popular: reflexiones sobre sistemas de identidad en México y Estados Unidos", en Márquez Padilla, Consuelo (et al.), *Estados Unidos: Sociedad, Cultura y Educación*, México, CISEUA-UNAM, 1991, pág. 86.

*masas*".<sup>90</sup> La cultura moderna norteamericana se encuentra fuertemente influenciada por los medios de comunicación y la tecnología. A este respecto, Daniel Bell, considera como una característica de la sociedad norteamericana, la cultura popular nacional que está ligada a la televisión y al desarrollo de semanarios nacionales, principalmente<sup>91</sup>.

Siempre impulsados a aumentar la productividad industrial, los norteamericanos lograron un gran avance en el desarrollo de la ciencia y la tecnología. Sumado a esto se encuentra el hecho de que "*los vastos recursos naturales de los Estados Unidos hicieron posible aunque no determinaron, el auge de un gran desarrollo industrial y una gran creatividad técnica*".<sup>92</sup> La sociedad norteamericana ha pasado de ser una sociedad industrial a una tecnológica. La tecnología domina la vida cotidiana de los Estados Unidos y esto a su vez es transmitido tanto ideológica como culturalmente al resto del mundo<sup>93</sup>. Lo relativo a los medios de comunicación de masas y la tecnología se encuentra explicado más ampliamente en el siguiente subcapítulo, por lo cual no nos detendremos a explicarlo en este momento, sólo hacemos una breve mención de ello para manifestar que es un factor importante dentro de la cultura norteamericana.

---

<sup>90</sup> Francis E. Merrill, *Introducción a la sociología*, Madrid, Aguilar, 1978, pág. 458.

<sup>91</sup> Daniel Bell, "Les transformations de la société américaine", en J.J. Servan-Schreiber (*et al.*), *Incertitudes américaines.*,

<sup>92</sup> Jules Henry, *La cultura contra el hombre*, México, Siglo XXI, 1969, pág. 18.

<sup>93</sup>. Zbigniew Brzezinski, "L'Amérique à l'âge technétronique", en J.J. Servan-Schreiber, *op. cit.*, pág. 212.

Por otra parte, existen otras manifestaciones importantes de la cultura norteamericana, como lo es el constante conflicto ideológico entre lo viejo y lo nuevo, así como la contradicción cultural constante que se vive en los Estados Unidos como resultado de la convivencia de múltiples culturas al ser uno de los países con mayor diversidad cultural por la cantidad de inmigrantes que viven en aquel país, como lo mencionábamos al principio del capítulo. Por lo anterior, *“se puede señalar que una subcultura es un sistema de percepciones, valores, creencias y costumbres que son significativamente diferentes de la cultura dominante y los Estados Unidos contienen muchas subculturas basadas en parámetros de religión, ocupación, clase social, etnicidad o forma de vida”*.<sup>94</sup>

Desde la época colonial en los Estados Unidos hasta nuestros días, los inmigrantes provenientes de diversos países, han contribuido culturalmente hablando, en mayor o en menor medida a establecer la cultura norteamericana, constituyéndose los Estados Unidos como una nación multicultural de gran importancia, y desarrollándose al interior diversas manifestaciones de adaptación o de repulsión hacia las diversas manifestaciones culturales que ahí conviven. Analizando lo anterior, podemos coincidir con Martindale en que *“con el surgimiento de la comunidad nacional en el siglo XX, la destrucción de las formas comunitarias locales, la llegada de artistas de talento procedentes de todas las partes del mundo, el crecimiento fenomenal de las artes de masas y las industrias artísticas comerciales (grabación de discos, la radio, el cine, las tiras cómicas y la televisión), los Estados Unidos pueden hallarse en el umbral de un movimiento*

*nuevo y distintivo de las artes*".<sup>95</sup> Más que nuevo, los Estados Unidos en nuestra opinión, forman parte de un movimiento muy importante: el de establecer a la cultura como moda, desde las expresiones más elevadas de ésta hasta las manifestaciones cotidianas y comunes de los seres humanos.

En la misma línea de los planteamientos anteriores, Edward R. Murrow, al referirse al apoyo económico que brindan los Estados Unidos a diferentes países habla también de que *"una labor, no menos importante que la ayuda material, es exportar la información y las ideas que diario brotan en los Estados Unidos y, de vez en vez, los frutos de nuestra vida intelectual y cultural"*<sup>96</sup>; todo ello, según explica, con el fin de darse a conocer como nación y aportar al mundo su cultura.

Ahora bien, lo anterior nos da la pauta para hablar de un fenómeno que si bien no es nuevo, con el fenómeno de globalización se reconstituye y juega un papel importante en la relación de Estados Unidos con el resto del mundo: la americanización cultural. De manera tal que Jules Henry a propósito de ella, afirma que *"nuestra cultura (la norteamericana) es una cultura que obra por impulsión. Es impulsada por sus impulsos de realización, competencia, ganancia, movilidad, y por los impulsos de seguridad y de un nivel de vida más alto. Sobre todo la impulsa la expansividad"*.<sup>97</sup> Y son estos elementos, los que ayudan a la comprensión de la ideología norteamericana de la expansión, entendida no sólo

---

<sup>94</sup> Axel Ramírez, "Patrones de intercambiabilidad entre la cultura chicana y la anglosajona", en Márquez Padilla, Consuelo (et.al.), *op. cit.*, pág. 106.

<sup>95</sup> Don Martindale, *op. cit.*, pág. 454.

<sup>96</sup> Edward R. Murrow, "Un viejo plan de penetración cultural", en Esther Cimet (et.al.), *Cultura y Sociedad en México y América Latina*, México, INBA, 1987, pág. 86.

como apropiación de un espacio físico, sino también como apropiación de puntos estratégicos para la persecución de sus fines: económicos, políticos, sociales y culturales.

Si hacemos un breve ejercicio de análisis de la historia mundial, debemos recordar que la cuestión de la llamada occidentalización del mundo no es nueva. *“La historia de la relación de Occidente con el resto del mundo, por lo menos desde la Alta Edad Media y muy probablemente desde los tiempos clásicos de griegos y romanos, puede entenderse como un empeño permanente de imponer a todos el futuro que se considera propio, occidental”*<sup>98</sup>. La novedad radica en que ahora lo occidental, se refiere específicamente a las formas propuestas por Estados Unidos, y no como en la antigüedad cuando se refería a la parte occidental del hemisferio.

Guillermo Bonfil Batalla, en el texto titulado *Por la diversidad del futuro*, afirma que *“si no partimos de la idea de una historia general predeterminada e ineluctable, si admitimos la pluralidad de culturas y civilizaciones diferentes, si estamos convencidos de la capacidad humana para hacer la historia y no sólo para sufrirla o repetirla como parlamento memorizado, entonces debemos admitir que el futuro modernizado que se nos propone y hacia el cual se pretende arrastrarnos es, esencialmente, un proyecto cultural, el producto ideológico actual de una matriz*

---

<sup>97</sup> Jules Henry, *La cultura contra el hombre*, México, Siglo XXI, 1969, pág. 16.

<sup>98</sup> Guillermo Bonfil Batalla, “Por la diversidad del Futuro”, en Bonfil Batalla, Guillermo, *Hacia nuevos modelos de relaciones interculturales*, México, CNCA, 1993, pág. 228.

*cultural específica: la de la civilización occidental*<sup>99</sup>. Pero cabe volver a hacer mención de lo que se ve más como americanización, que lo que el término occidental abarca. “*La modernización del mundo implica la difusión y sedimentación de los patrones y valores socioculturales predominantes en Europa occidental y en los Estados Unidos*”<sup>100</sup>. Octavio Ianni afirma que la modernización del mundo traerá consigo siempre la tesis de la occidentalización del mundo. Expandiendo por todo el mundo valores e instituciones de occidente, insistimos: entiéndase como lo norteamericano.

Por otra parte, es un hecho innegable que la modernización del mundo, para que sea óptima confiere tareas fundamentales a los cuadros y élites intelectuales<sup>101</sup>. Después de la Segunda Guerra Mundial, en los programas de las universidades de los Estados Unidos volvieron a ocupar los primeros lugares de preferencia por parte del estudiantado, los estudios americanos. De todas partes del mundo llegaron empresarios y estudiantes para aprender el secreto de la productividad norteamericana. Cuanto más compleja es una sociedad, más especializada tiende a volverse la educación, de tal forma que la sociedad norteamericana cuenta con grandes centros educativos donde se especializan en cualquier área de conocimiento.

---

<sup>99</sup> Idem

<sup>100</sup> Octavio Ianni, *Teorías de la Globalización*, México, Siglo XXI, 1996, pág. 60-61.

<sup>101</sup> Ibidem, pág. 62

Por otra, hay que hacer una consideración importante, el hecho de que “*los Estados Unidos son el país más visualmente organizado que existe en la historia del mundo*”<sup>102</sup>, no sólo se reduce a los ámbitos político, económico, social y cultural, sino que “*los Estados Unidos han figurado a la vanguardia del mundo moderno en cuanto a la producción de grandes cantidades de artículos estandarizados, con base en los principios de la precisión, la estandarización, la intercambiabilidad y la sincronización*”<sup>103</sup>. Y ahí radica el interés de otras naciones, por aprender las técnicas y modelos estadounidenses que han presentado resultados favorables, en el mejor de los casos, en el peor, el de imitarlos.

En el contexto de la occidentalización del mundo, en donde existen grandes desigualdades, las tecnologías electrónicas, se intensifican y generalizan las más diversas formas sociales y culturales de vida y de trabajo, de ser y de pensar. Néstor García Canclini, afirma que “*nunca la cultura transnacional ha estado tan presente en la vida diaria, ni hemos tenido tanta información simultánea*”<sup>104</sup>. Y aunque actualmente se está dando ese constante intercambio de ideas, información, etc., es Estados Unidos el país que aporta gran parte de esta.

Wilson Dizzard jr., reflejando en mucho la ideología norteamericana, asegura que “*Estados Unidos mantiene una posición de mando en la actualidad, lo cual*

---

<sup>102</sup> Marshall McLuhan (et. al.), *Guerra y paz en la aldea global*, España, ed. Martínez Roca, 1971, pág. 141.

<sup>103</sup> Don Martindale, *La sociedad norteamericana*, México, FCE, 1970, pág. 51.

<sup>104</sup> Néstor García Canclini (et al.), *Cultura transnacional y culturas populares*, Perú, IPAL, 1988, pág. 180.

*constituirá un capítulo más en la historia del éxito de nuestra nación*<sup>105</sup>. Y no se encuentra equivocado si consideramos que son un país creativo, con recursos para exportar todo cuanto producen, entre otras cosas. Además, es necesario considerar que lo que asegura Wilson Dizzard jr. en cuanto a que *“las ideas, recursos y acciones norteamericanas seguirán teniendo una influencia desmedida en el extranjero, dado nuestro adelanto actual en dar forma a una sociedad de información avanzada aquí en casa. Esto no significa que el patrón de Estados Unidos debe ser o será copiado. (...) Nuestra habilidad para influir en las sociedades dependerá de cómo desarrollemos y llevemos a cabo nuestros enfoque en la nueva era*<sup>106</sup>. Consideramos que la influencia de Estados Unidos, se desarrolla favorablemente para ellos en otras naciones en tanto se constituyen como un país ejemplo a seguir.

En algunas naciones ha habido cierto límite para adoptar todo lo norteamericano. Tal es el caso de algunos países europeos, por ejemplo *“en Francia han existido movimientos encaminados a limitar la influencia americana, particularmente en el mundo de la cultura; se han fijado cuotas para los filmes americanos, pero jamás se han puesto límites en política*<sup>107</sup>. Y la situación se repite en todo el mundo, se podría decir que ningún país se encuentra alejado de Estados Unidos en las esferas de lo político, económico, social y cultural; de hecho se ha creado un

---

<sup>105</sup> Wilson Dizzard jr., *La era de la información*, pág. 34.

<sup>106</sup> Wilson Dizzard jr., *La era de la información*, pág. 198.

<sup>107</sup> Mikhaïl Gorbatchev, *Por la mundialización, contra la occidentalización*, texto que puede ser consultado en línea: [www.globalprogress.org](http://www.globalprogress.org), pág. 2.

estrecho canal de comunicación, sobre todo por parte de los países menos desarrollados.

Un ejemplo muy claro de la americanización y de la influencia cultural que representa Estados Unidos, se encuentra el fenómeno de McDonald's. Dicha empresa *“abrió sus puertas por primera vez en 1940 en California, Estados Unidos; año en el que los hermanos Dick y Mac McDonald establecieron un pequeño restaurante que revolucionaría la industria con un concepto innovador: un lugar de comida rápida y autoservicio en las ventanas de los coches”*<sup>108</sup>. McDonald's empezó como un modesto establecimiento de comida rápida y se convirtió en uno de los imperios norteamericanos por excelencia.

Cabe mencionar que ha sido un trabajo extraordinario, en términos de organización empresarial, el que los colaboradores de McDonald's han hecho. Tal es el caso de la visión empresarial de Ray A. Kroc, *“quien vendía equipos de comida, se asoció poco después con los hermanos McDonald y añadió una aguda visión de negocios que tuvo como resultado una rápida expansión de la cadena de restaurantes dentro y fuera del territorio estadounidense”*<sup>109</sup>. La principal labor de Kroc fue el buscar alianzas estratégicas con compañías fuertemente constituidas y exitosas, con el fin de dar respaldo a los productos que ellos elaboraban.

---

<sup>108</sup> Periódico Reforma, *“Cumple Mcdonald's 15 años en México*, Suplemento Comercial: Empresas y negocios, México, Martes 9 de enero de 2001, Sección F, pág. 1

<sup>109</sup> Idem

Fue así como, desde 1954, la Coca Cola empezó a abastecer de refresco a McDonald's. Además están afiliados a McDonald's: Disney, Mattel, la Copa Mundial de Soccer, la National Futbol League, los Juegos Olímpicos y la National Basketball Asociation<sup>110</sup>. Estableciéndose así una empresa que copta a muchos consumidores, ya sea por las novedades que sus proveedores presentan o por la comida, el hecho es que está cambiando algunos hábitos alimenticios y por ende ha tenido gran influencia cultural alrededor del mundo.

De hecho, McDonald's ofrece casi los mismos productos en todo el mundo, aunque hay productos adaptados a los gustos del consumidor local<sup>111</sup>. En Argentina, los viernes se sirve champaña; en México, hay mcmuffins a la mexicana, macburritos, mcmolletes, etc.; en España, hay una amplia barra de ensaladas; en Marruecos, hay mckebahh; y en todos los países en los que hay un establecimiento de estos, hay un menú para el gusto del consumidor local, además de servir las clásicas hamburguesas.

A continuación enunciaremos algunos datos que pueden servirnos para ampliar nuestra opinión acerca de qué tanto puede una empresa como Mcdonald's modificar ciertos rasgos culturales en los países donde se establecen. Diariamente se abren ocho McDonald's en el mundo, de los cuales el 80% son manejados a través de franquicias y el 20% pertenecen a la compañía, dando como resultado un total de 5,900 franquiciarios en el mundo. Existen más de 28 mil McDonald's,

---

<sup>110</sup> Datos que pueden ser consultados en línea: [www.mcdonalds.com.mx](http://www.mcdonalds.com.mx)

<sup>111</sup> Idem

operando en más de 119 países. Diariamente alrededor del mundo, ésta empresa atiende a 43 millones de clientes<sup>112</sup>. Sin contar claro, las promociones y especiales que tienen sobre todo para los consumidores infantiles. El periódico Reforma, ha catalogado a la empresa McDonald's como "*el restaurante de comida rápida más emblemático de la globalización*"<sup>113</sup>, y para prueba las cifras que revelan, por ejemplo, que en Alemania dicha empresa tiene más de mil sucursales. En el año 2000 McDonald's España tuvo ventas por 500 millones de dólares y en Francia atienden diario a más de mil clientes. Con las cifras anteriores, nos podemos dar una idea general de la influencia cultural que puede tener una compañía norteamericana con la fuerza como la de McDonald's. Existen mucho otros ejemplos que nos pueden ayudar a hacer el mismo ejercicio, pero son tema de otra investigación igual de interesante.

A manera de conclusión del presente apartado, podemos decir que la cultura norteamericana, en términos de la cultura de masas, de consumo y de medios de comunicación y tecnología, es una de las más importantes, desarrolladas y bien organizadas del mundo; por tal motivo es imitada y aceptada por varios países. Además si tomamos en cuenta la combinación de los factores: consumo, medios de comunicación y tecnología, podemos afirmar que la población de diversos países del mundo aceptan y adoptan costumbres, o transforman su cultura de acuerdo a la cultura estadounidense, que para muchos resulta atractiva.

---

<sup>112</sup> Datos que pueden ser consultados en línea: [www.mcdonalds.com.mx](http://www.mcdonalds.com.mx)

<sup>113</sup> "El Dilema de Macdonald's", Reforma, miércoles 21 de febrero de 2001, Sección Negocios, pág. 10-A

### **3.2 La Aldea Global: Los Medios de Comunicación de Masas y la Tecnología como Vehículos de la Globalización y Productos de Exportación de la Cultura Norteamericana.**

Podría pensarse que el planteamiento inicial se ha perdido, pero la verdad es que en nuestra consideración, la cultura norteamericana, aquella que incluye a los medios de comunicación y a la tecnología, es la que le da el carácter distintivo a la aldea global en que vivimos y que distingue al proceso de globalización mismo de otros fenómenos.

A nuestro parecer, es de gran importancia el tema de los medios de comunicación de masas y la tecnología, en tanto que fungen como vehículo de la globalización, además de que son una característica esencial de dicho fenómeno. Quisimos incluir este tema en el capítulo referente a la cultura norteamericana, entre otras cosas, porque *“ningún país produce más investigación sobre las comunicaciones y la información que Estados Unidos”*<sup>114</sup>. Así como el hecho de que es uno de los principales creadores de tecnología y tienen grandes avances en cuanto medios

de comunicación de masas se refiere. Además, *“las comunicaciones y la información ocupan un lugar primordial en la agenda de la reindustrialización, ya que estos sectores de la electrónica han constituido el área de mayor crecimiento en una economía aquejada por problemas durante los primeros años de la década de los ochenta. La industrialización es, de hecho, un cliché a corto plazo para el empuje de más largo alcance a fin de ajustar la economía a las necesidades de una sociedad post industrial basada en la información”*<sup>115</sup>. Ciertamente vivimos en la era de la comunicación, la información y la tecnología. De ahí surge nuestro interés por analizar dicho tema.

---

<sup>114</sup> Wilson Dizzard jr., *La era de la información*, pág. 29.

### 3.2.1 La Aldea Global

A continuación, expondremos y analizaremos el término de aldea global, tal como es concebido por Octavio Ianni en el texto *Teorías de la Globalización*. De ello nos serviremos como base conceptual para lo que eventualmente estudiaremos cuando entremos en materia de medios de comunicación y tecnología. Explicaremos conforme vayamos examinando lo anterior, por qué o de qué manera fungen un papel tan importante en el fenómeno de globalización y en ella la transferencia de la cultura norteamericana.

Es importante señalar que el concepto de aldea global aparece desde la década de los setenta, y que fue Marshall McLuhan quien acuñó el término, pero para efectos de la presente investigación tomaremos en consideración el planteamiento que Octavio Ianni, como ya lo hemos anunciado. Así pues, para Octavio Ianni, *“la noción de aldea global es una expresión de la globalización de las ideas, patrones y valores socioculturales, imaginarios. Puede ser vista como una teoría de la cultura de masas, mercado de bienes culturales, universo de signos y símbolos, lenguajes y significados que crean el modo en el que unos y otros se sitúan en el*

---

<sup>115</sup> *Ibidem*, pág. 34.

*mundo o piensan, imaginan, sienten y actúan*<sup>116</sup>. El término aldea global se refiere básicamente a la formación de una comunidad mundial, cuyas estructuras se forman de acuerdo con la comunicación, la información y la tecnología. Además eventualmente promete una armonía y homogeneidad cultural mundial. En muchos casos, la globalización promueve que los cambios en la vida social y cultural en el mundo se den principalmente por toda la carga cultural que traen consigo los medios de comunicación y la tecnología. La aldea global que nos propone Octavio Ianni, trata “ *de las tecnologías de inteligencia y la imaginación, que caracterizan la era de la informática y permiten diseñar, tejer, colorear, sonorizar y movilizar*”<sup>117</sup> a aquella. Además, la llamada aldea global, se caracteriza por símbolos, lenguajes, colores y signos que cada vez resultan menos ajenos para los ciudadanos del mundo, sin importar raza, nacionalidad o condición social.

La aldea global tiene estereotipos y formas de consumismo: todo es cultura, cultura lo es todo. Imágenes, sonidos y formas que en conjunto pueden ser todo: arte, cine, literatura, poesía, etc..

Los procesos, estructuras y formas culturales están transformándose, informalizándose. Cabe mencionar que existen otros autores, que han analizado el tema, tal es el caso de Hélé Béji, en el texto “*La Cultura de la Comunicación*”, donde expone que actualmente la civilización humana, se enfrenta a la *cultura sin*

---

<sup>116</sup> Octavio Ianni, *Teorías de la globalización*, México, siglo XXI, 1996, pág. 74.

<sup>117</sup> *Ibidem*, pág. 79.

*memoria; “es una cultura para la que no existe duración, y esa ausencia, ese vacío temporal, nos lleva a la cuestión de la ininteligibilidad, la imposibilidad mínima de captar el sentido. Nos encontramos ante una cultura que destruye, que aniquila instantáneamente lo que produce”*<sup>118</sup>. Actualmente existen tantas y variadas creaciones culturales de distintos niveles, que nos encontramos ante un mercado capaz de ofrecer propuestas culturales en el mínimo tiempo, ante lo cual no podemos detenernos, pues significaría vivir en el atraso, estar obsoleto; por eso se consumen producciones culturales de fácil acceso, sin importancia, para no tener que emplear algún esfuerzo por recordar aquello que nos satisface. Un elemento característico de la aldea global, es la computadora, y Octavio Ianni, afirma que *ésta suprime el pasado humano*, con lo cual concuerda con Hélé Béji en que vivimos en la era en la que sólo importa el presente y el futuro. En nuestra opinión no sólo es la computadora quien se encarga de eliminar el pasado humano, sino son una serie de circunstancias, momentos y elementos con los que vivimos que al parecer ayudan a suprimir el pasado; aunque de alguna forma la opinión de Ianni nos parece algo fatalista, pues hay gente interesada en rescatar los elementos simbólicos de la historia y que se preocupan por mantenerla viva, de ahí que los intelectuales juegan un papel tan importante.

En el mismo orden de ideas, es necesario mencionar que dentro del sistema que conforma la aldea global, los grupos de intelectuales fungen un papel relevante.

---

<sup>118</sup> Hélé Béji, *La Cultura de la comunicación*, pág. 2, texto que puede ser consultado en línea en : [www.globalprogress.org](http://www.globalprogress.org).

Por lo tanto, *“la aldea global no sería intangible, como realidad o como imaginación, sin la colaboración activa de toda una multitud de intelectuales que trabajan en todo el mundo, en las más diversas organizaciones y corporaciones públicas y privadas, nacionales, regionales, transnacionales y propiamente globales”*<sup>19</sup>. Además estos son los responsables de materializar el pensamiento, quienes estructuran las operaciones, diseñan y conciben a la aldea global. Son quienes piensan y organizan la dinámica mundial. Planean, componen, adoptan y ponen en práctica las decisiones relativas al sistema de la aldea global.

Ahora bien, los más reconocidos centros educativos y conocimiento norteamericanos, son los que principalmente orientan y delinear los planes de acción, programas de investigación y dirigen el curso de las cuestiones mundiales, así como desarrollan proyectos educativos para el resto del mundo.

Ampliamente difundidos en el mundo se encuentran los centros de conocimiento, que eventualmente juegan el doble papel de centros educativos y de relaciones públicas. Ahí evalúan, analizan, diagnostican y disponen los intelectuales, trabajando tanto para la iniciativa privada como para la administración pública, en el papel de consultores.

Por otra parte y volviendo a lo que anteriormente planteábamos respecto de que el sistema de la aldea global, donde confluyen medios de comunicación, tecnología y personas, los medios electrónicos juegan un papel muy importante y son objetos

distintivos del proceso de globalización. De tal suerte que *“en el ámbito de la aldea global, prevalecen los medios electrónicos como un poderoso instrumento de comunicación, información, comprensión, explicación e imaginación de lo que sucede por el mundo. Junto con la comunicación impresa, los medios electrónicos pasan a desempeñar el singular papel de intelectual orgánico de los centros mundiales de poder, de los grupos dirigentes de las clases dominantes”*<sup>120</sup>. De ahí que tanto los medios de comunicación como los avances tecnológicos, jueguen el papel de mensajeros entre todos los ciudadanos del mundo, claro, los que tengan acceso a ellos, pues es por todos conocido que dada la rapidez con la que evoluciona la tecnología, los precios de los medios que requiere uno para estar comunicado, forman un abanico de posibilidades. Simplemente, como expone Lorenzo Meyer, *“(…) las computadoras más modernas –instrumento imprescindible de la globalización- se vuelven obsoletas en apenas 18 meses”*<sup>121</sup>. Abaratándose así los precios de las que hasta ese momento eran las novedosas. Nos encontramos entonces ante una clara dependencia informativa entre los países menos desarrollados y los países desarrollados.

Y así, tanto medios de comunicación como tecnología se hacen necesarios para interactuar en el mundo globalizado, donde la comunicación desarrolla un papel determinante en la aldea global, *“(…) es un hecho de unificación y de*

---

<sup>119</sup> Octavio Ianni, *Teorías de la globalización*, México, Siglo XXI, 1996, pág. 81.

<sup>120</sup> Octavio Ianni, *Teorías de la globalización*, Op. Cit, pág. 75.

<sup>121</sup> Lorenzo Meyer, *El sistema global y nosotros*, pág. 2, documento que puede ser consultado en línea en: [www.globalprogress.org](http://www.globalprogress.org).

*participación*<sup>122</sup>. Aunque más que de unificación y participación, la comunicación funge como vehículo de información entre todos los ciudadanos del mundo. Respecto de lo anterior, Cees Hamelink, otro autor que ha estudiado el fenómeno de la globalización y particularmente lo relativo a la llamada aldea global, afirma que *“la aldea mundial es la reunión de seres humanos libres e iguales, porque pretende cumplir el postulado de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, relativa a que toda persona tiene el derecho de procurar, recibir e impartir información, a través de cualquier medio y prescindiendo de fronteras”*<sup>123</sup>. De ahí que la importancia de la fluidez con la que circula la información, no importando a través de qué medio o con qué motivo sea cada vez mayor. Además de que el factor conocer es saber, es un lema que resume el planteamiento de que si no te mantienes informado, y si no estás informado, no conoces, lo que según nosotros y en términos de cómo se plantean las cosas en el sistema global, sería no pertenecer y no ser parte de la modernidad.

Como vehículos de la promoción sociocultural, los medios de comunicación, juegan un papel principal. *“Los mass-media son las principales instituciones culturales que expresan la configuración del valor social (cultura) que promueve y legitima los intereses de la industria empresarial”*<sup>124</sup>. De manera que los medios de comunicación responden a dos intereses primordiales: la creación de productos culturales y el respeto por los intereses de la industria que los promueve. De tal

---

<sup>122</sup> Cees Hamelink, *La aldea transnacional*, pág. 18.

<sup>123</sup> *Ibidem*, pág. 19.

<sup>124</sup> *Ibidem*, pág. 206.

forma que son corporaciones, empresas y conglomerados los que componen a los medios de comunicación en la era de la globalización, quienes además compiten por clientes, audiencias, públicos y estratos sociales, haciendo que las exigencias de la producción y los modelos de consumo no se detengan en las fronteras culturales de un país y otro<sup>125</sup>.

Así pues, en la era de la globalización y viviendo en la aldea global, estamos ante lo virtual, en donde los medios de comunicación se encargan de “materializar” todo. *“La T.V. se volvió nuestros ojos, el teléfono nuestra boca y oídos. Nuestros cerebros son los de un sistema nervioso que se extiende por todo el mundo”*<sup>126</sup>. Aunque ya el teléfono intenta ser rebasado por el correo electrónico (e-mail) con el cual no es siquiera necesario utilizar boca u oídos para comunicar o recibir un mensaje, sólo se necesita de una computadora y un acceso a Internet, para estar comunicado a cualquier hora y lugar en el mundo, aunque en algunos países y para algunas personas esto aún es imposible.

La lengua, el periódico, la imprenta, el teléfono, la radio, la televisión, así como los medios electrónicos toman una gran importancia tanto en la dinámica como en la organización misma del individuo, y en la sociedad de la cual son parte. *“(…) La globalización de los medios de comunicación, que incluyen empresas, corporaciones y conglomerados, así como procedimientos, lenguajes, técnicas,*

---

<sup>125</sup> Octavio Ianni, *Teorías de la globalización*, *op. cit.*, pág. 76.

<sup>126</sup> Benjamín Wooley, *Virtual Worlds (A journey in hype and hypereality)*, London, Penquin Books, 1992, pág. 124-125, citado en Octavio Ianni, *Teorías de la globalización*, *op. cit.*, pág. 77.

*información, elaboración y análisis promueve la formación de equipos de intelectuales bastante complejos y abarcadores. Son intelectuales de todo tipo de las más diversas especialidades, que actúan en los más distantes lugares articulados en redes electrónicas, informáticas, telemáticas on line worldwide*<sup>127</sup>.

De manera, que en la aldea global convivimos, interactuamos, imaginamos y virtualizamos todo cuanto está a nuestro alcance, solo necesitamos de unos cuantos minutos para entrar en contacto con el mundo. Además las transformaciones importantes surgen durante el transcurso de la historia, a medida en que se van organizando y desarrollando las sociedades, nuestro momento en la historia, es el de la globalización y el de la aldea global, que queremos o no está aquí y lo vivimos ya.

Finalmente, podemos decir que es Estado Unidos la potencia que promueve y distribuye la idea de la aldea global y de la convivencia pacífica dentro de ella, donde conviven, lo mismo medios de comunicación, tecnología y personas, y en la cual la sociedades tienen que enfrentarse a la lucha mediática que tanto la tecnología como los medios de comunicación les presentan.

### **3.2.2 Los Medios de Comunicación**

Dado que los medios de comunicación funcionan como vehículos de la globalización, y estos a su vez juegan un papel importante en la vida cultural de los habitantes

del mundo, surge nuestro interés por estudiarlos como elemento clave dentro del fenómeno de globalización en lo general y como instrumento de aculturación en particular.

Actualmente, las comunicaciones se *conforman* como “(...) *un nuevo poder internacional: se trata de vincular lo nacional, con lo mundial, como resultado del movimiento de transnacionalización de las economías. En este plano, los medios de comunicación cumplen su papel: la universalización de la producción cultural*”<sup>128</sup>. De hecho, tanta es la vinculación entre lo nacional con lo internacional, que adoptamos los hechos mundiales no tanto como nacionales, pero de alguna u otra forma se hacen resaltar sus efectos en el ámbito nacional. Además el hecho de que los medios de comunicación tengan un poder tal, influye en las decisiones y acciones en torno a elementos que poco o nada tengan que ver con la primera. Las producciones culturales mundiales no son ya ajenas para habitantes de distintos países, es más muchas veces se encuentran más atraídos por lo producido en otras partes del mundo que en lo propio. Desde hace ya algún tiempo, afirma Dietrich Ratzke, “*el desarrollo de las nuevas tecnologías está impulsando, desde hace unos años dos tendencias de desarrollo en la comunicación: la mejora de los medios de comunicación ya existentes y la creación de nuevas técnicas comunicativas*”<sup>129</sup>. Las mejoras de los antiguos medios de comunicación, su rediseño y la innovación de las técnicas, han

---

<sup>127</sup> Ianni, Octavio, *Teorías de la globalización, Op. Cit.*, pág. 83

<sup>128</sup> Mabel Piccini, *Introducción a la pedagogía de la comunicación*, México, Trillas, 1997, pág. 15-16.

significado un avance sustancial eliminando costos y tiempo, llegando a ser, sin lugar a dudas, un auténtico y por demás importante ícono de nuestro tiempo.

Respecto de los medios de comunicación Marshall McLuhan, por su parte, afirma que *“la importancia de los medios es tal, que determinan toda la comprensión de nuestra época: todos son extensiones de alguna facultad humana. Estudiarlos es, por lo tanto, estudiar al hombre”*<sup>130</sup>. En la actualidad no queda ya nadie sin ser afectado directa o indirectamente por la acción de los medios de comunicación, de manera que al tener incidencia sobre los seres humanos, se tiene que analizar de manera específica.

La importancia del estudio de los medios de comunicación y su influencia, en la era de la globalización, radica principalmente en que *“los medios comienzan a ser espacios donde se construyen memorias, representaciones, formas sociales de la imaginación que articulan la nueva cultura urbana y las identidades nacionales”*<sup>131</sup>. Además, es tal la información que recibimos constantemente, con carga ideológica y la mayoría de las veces con una abierta invitación al consumo que cambian las formas de relacionarse con los demás individuos y cómo estos se conciben unos a otros.

---

<sup>129</sup> Dietrich Ratzke, *Manual de los medios modernos*, México, Ed. G. Gili, 1986, pág. 9.

<sup>130</sup> Marshall McLuhan, *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, México, Diana, 1989, pág. 9.

Una de nuestras principales inquietudes y coincidiendo totalmente con Marshall McLuhan cuando habla de la relación de los medios de comunicación y el hombre, es que debido a los medios de comunicación están cambiando las relaciones inter-humanas, ya que muchos de los miedos y problemas de nuestro tiempo son ocasionados por vacíos que intentan ser llenados por objetos materiales. Respecto de lo anterior, Octavio Ianni, resume de manera clara lo que sucede actualmente: *“la susceptibilidad humana a la persuasión ideológica está basada en la promesa eternamente no cumplida de sentido y orden, una respuesta estereotipada a la soledad, a la monotonía, al miedo y a las amenazas de hambre, inseguridad y caos político, moral o social. Estas amenazas son incesantemente suscitadas por los medios de comunicación comerciales. (...) El mensaje de los medios indica la última dirección del consumo, de la diversión, de la política, de los negocios, de la industria, de las cuestiones militares y de la religión; con sus relativas promesas de reducir la ansiedad”*<sup>132</sup>. El mensaje por excelencia que proyectan los medios de comunicación es el consumo. Todo es un círculo difícil de eliminar: *“todo consumo es una forma de producción y toda producción es una forma de consumo”*<sup>133</sup>. Y el consumo es estatus, lejos significar satisfacción de necesidades en primera instancia. Los medios de comunicación de masas nos procuran numerosos modelos de comportamiento característico del “vencedor”.

---

<sup>131</sup> Patricia Terrero,, “Innovaciones tecnológicas y planetarización cultural”, en Rubens Bayardo y Mónica Lacarrieu (coord.), *Globalización e identidad cultural*, Buenos Aires., Ed. Ciccus, 1998, pág. 202-203.

<sup>132</sup> Octavio Ianni, *Teorías de la globalización*, *op. cit.*, pág. 86-87.

<sup>133</sup> Jesús Martín Barbero, *Procesos de comunicación y matrices de la cultura*, México, Ed. G. Gili, pág. 37.

Buscan además el consenso basado en las cualidades personales más que en las acciones.

La televisión es un medio de comunicación de gran importancia para la sociedad moderna. Martín Velilla afirma que es un instrumento de placer emocional, físico y mental reconocido y aceptado, cuya presencia permanente en el hogar es un requisito para el bienestar familiar<sup>134</sup>. El promedio de tiempo que dedican las familias a ver la televisión por ejemplo, raya en las seis horas por día. Pero ¿Cuánto tiempo les llega de publicidad en forma de comerciales? Dentro del estudio de la publicidad, existe una fórmula que establece que sólo el 15 por ciento de tiempo de transmisión debe ser dedicado a los comerciales, lo cierto es que hay algunas emisoras que llegan a usar hasta un 40 por ciento de su tiempo en publicidad. En América Latina, las emisoras serias dedican entre una quinta y una cuarta parte de su tiempo a transmitir anuncios publicitarios, significando que es el 20 por ciento lo que se les dedica. Lo cual revela que de las seis horas diarias de televisión promedio, 72 minutos son utilizados en publicidad. Ocupando los comerciales, más de 500 minutos de tiempo de televisión por semana, cada año, entonces el televidente ve un promedio de 430 horas de comerciales<sup>135</sup>.

Los anuncios convencionales, destinados a la venta de productos son también, por lo general, portadores de ideología. Y de hecho “*aparentemente la publicidad*

---

<sup>134</sup> Martín Velilla, *Psicoanálisis del comercial de televisión*, España, Ed. Hispano Europea, 1982, pág. 53.

<sup>135</sup> *Ibidem*, pág. 56

*no tendría que ver más que con los objetos, y su tarea se limitaría a informar sobre ellos. Su razón de ser residiría en servir de puente entre la producción y el consumo: que los consumidores estén enterados de lo que se produce”<sup>136</sup>. Aunque más que sólo informar a los consumidores de las características del producto que ofrecen, la publicidad in-forma los objetos, es decir les da forma social. En realidad manipula y maneja las necesidades, los deseos, las ambiciones, frustraciones y sueños de los hombres, ofreciéndoles la felicidad, el bienestar que ellos venden.*

*“La posesión de los medios masivos de comunicación: radio, televisión, cámaras, minigrabadoras, proyectores, videocasetes, periódicos, revistas, libros de arte, etc., se ha convertido en una característica de la sociedad desarrollada. Grandes cantidades de imágenes, mensajes de todas formas, coinciden en repartirse el tiempo/presupuesto del ser en su esfera personal o en la de su trabajo. Este individuo tiene ahora la capacidad de fijar el instante, sonoro o visual, por sus propios medios y anexar a su biblioteca una iconoteca y una fonoteca privada. De esta manera repartirá su tiempo entre la creación de mensajes privados y el consumo de mensajes de origen ya sea privado o público (por ejemplo, la tarjeta postal y el clisé del aficionado). También cuenta con recursos para constituir sus archivos culturales propios, tanto en el tiempo libre de sus actividades personales, enfocadas hacia acontecimientos o elementos notables de su vida privada, como en la compra o el alquiler de libros, periódicos, documentales, que conciernen a la sociedad en su conjunto público. Los periodistas, emisarios de lo notable, son quienes alimentan la biblioteca o la iconoteca universal, donde los medios masivos*

*de comunicación distribuyen las copias*<sup>137</sup>. Si consideramos que el transferir un fragmento del mundo situado en un lugar y una época determinada hacia otro lugar y otra época, influye en el desarrollo de la cultura entendida ésta como comportamientos, nos encontramos como lo hemos venido diciendo ante la época de mayor interacción entre los individuos y sus épocas.

De acuerdo con lo anterior, y coincidiendo con la opinión de Guillermo Bonfil Batalla en lo relativo al fenómeno mediático en el cual vivimos, de que *“la expansión de los mass-media es un hecho, es un fenómeno innegable y en crecimiento continuo, en casi todo el mundo actual. Sectores cada vez más grandes y diversificados de la población mundial quedan expuestos y mayoritariamente se vuelven adictos a la radio y a las variantes tecnológicas de la televisión casera. Los mensajes, por su parte, se producen cada vez más en nivel transnacional o sólo en los países más poderosos, y circulan por todo el mundo sin que las fronteras nacionales, signifiquen obstáculo alguno para ello. Con esto cambian los hábitos cotidianos y las pautas de consumo cultural”*<sup>138</sup>. Ahora bien, si los mensajes enviados a través de los medios de comunicación, adquieren un contenido diferente según el contexto determinado del auditorio al que se dirige, la uniformidad y la unidireccionalidad de los mensajes masivos, de acuerdo con Guillermo Bonfil Batalla, en lugar de dar paso a la homogeneidad cultural, fortalece de alguna forma la diversidad, aunque en menor escala, al momento de incorporar

---

<sup>136</sup> Jesús Martín Barbero, *Procesos de comunicación y matrices de la cultura*, *op. cit.*, pág. 67.

<sup>137</sup> Abraham Moles, *La imagen*, México, Trillas, pág. 19.

elementos diferentes a su propio espacio cultural, pero es importante destacar el hecho de que los elementos nuevos muchas veces hacen que de alguna forma se estandaricen las culturas.

Ahora bien, visto así, el papel que juegan los medios de comunicación de masas dentro del fenómeno de la globalización, cabe destacar la manera en que Estados Unidos, al ser, como hemos venido afirmando, la nación que promueve la globalización a través de los medios de comunicación y que tiene gran influencia sobre el resto de los países del mundo.

Los Estados Unidos después de la Segunda Guerra Mundial, se apuntó como el país con mayor desarrollo tecnológico y el controlador de los procesos comunicativos sobre el resto de los países. Así pues, es aquella nación la que establece cómo, donde y cuándo se informa, al impulsar el desarrollo de los medios de comunicación y la manera de cómo se hace al resto del mundo. Los Estados Unidos exportan formas, planes y estructuras sobre las cuales el resto de los países del mundo se adaptan, transforman y se replantean para estar a la par de Estados Unidos.

Así pues, los medios de comunicación que usan modelos principalmente norteamericanos en su producción, están presentes en todos los países, de

---

<sup>138</sup> Guillermo Bonfil Batalla, "Por la diversidad del futuro", en *Hacia nuevos modelos de relaciones interculturales*, *op. cit.*, pág. 231.

manera que al ser portadores de ideología, como lo hemos afirmado en las páginas anteriores, alrededor del mundo se consumen visualmente casi las mismas cosas.

A los medios de comunicación se les ha dado un poder tal que tienen la capacidad de manipular a su antojo la información y el entretenimiento, así como también es frecuente hacer el culto a la información que los medios nos presentan, que la simple idea de la existencia de otras cosas nos es casi imposible.

La globalización ha impulsado de manera sorprendente el uso de los medios de comunicación, además de que los avances técnicos en este campo son constantes y permiten que la información fluya en tiempos reales asombrosos. Es importante para un proceso como lo es la globalización, promover y propiciar el desarrollo y uso de los medios de comunicación, ya que son una herramienta útil para transportar la ideología que le da vida.

### 3.2.2 La Tecnología

Ya hemos hablado de manera general de las innovaciones a los medios de comunicación y su importancia dentro del fenómeno de globalización, pero cabe mencionar que todo esto no hubiera sido posible si no existiera la tecnología, que es un vehículo importante para aquel proceso y que sin duda forma ya un elemento de vital importancia para el desarrollo y la evolución de la sociedad moderna. Herbert Marcuse denomina la tecnología como *“una forma de organizar la producción, como una totalidad de instrumentos, esquemas e inventos que caracterizan la era de la máquina y, al mismo tiempo, un modo de organizar y perpetuar (o cambiar) las relaciones sociales, las manifestaciones predominantes del pensamiento, los patrones de comportamiento, es un instrumento de control y*

*de dominación*<sup>139</sup>. De alguna u otra forma, existe una clara dependencia entre los individuos y la tecnología y sus avances, así como entre los países desarrollados que la producen y los menos desarrollados que la consumen, por tal motivo se puede asumir que la tecnología es una forma de control. De igual forma sucede con las relaciones sociales, ya que se modifican al existir el elemento tecnología, porque introduce nuevas formas de relacionarse.

Cabe mencionar que la tecnología no es un elemento nuevo, pero consideramos que es desde hace veinte o treinta años, que las innovaciones tecnológicas han alcanzado una mayor importancia y desarrollo. *“No cabe la menor duda: estamos en el inicio de una nueva revolución técnica, que se propaga con una celeridad tal que el concepto de evolución se queda corto para definirla”*<sup>140</sup>. De igual forma, a las innovaciones científicas y tecnológicas se les otorga cada vez mayor presupuesto en algunos países. Por ejemplo, el desarrollo de la técnica del procesador de datos y la microelectrónica partieron básicamente de Estados Unidos y Japón<sup>141</sup>.

La tecnología, a lo largo de los años, ha estado en una constante lucha “darwiniana” por mantenerse con vida, aunque tiene una característica fundamental: las especies animales surgen a través de procesos de desarrollo que

---

<sup>139</sup> Herbert Marcuse,, “Some social implications of the modern technology”, Studies in Philosophy and social science, vol. IX, num. 3, Nueva York, 1941, pág. 414, citado en Octavio Ianni, *Teorías de la globalización, op. cit.*, pág. 63.

<sup>140</sup> Dietrich Ratzke, *op. cit.*, pág. 10.

<sup>141</sup> *Ibidem*, pág. 26.

tardan miles o millones de años; la tecnología tarda en aparecer o transformarse algunas décadas o meses quizá. *“Según el principio fundamental de la filosofía norteamericana del progreso tecnológico, al final acaba siempre por imponerse la tecnología que mejor cubre las necesidades de la sociedad”*<sup>142</sup>. En efecto, casi todas las innovaciones tecnológicas han resultado un beneficio para la humanidad, y aún cuando no sean del todo benéficas significan un avance importante en el desarrollo científico y tecnológico que se traduce en evolución.

Aunque es sin duda durante la década de los setenta, cuando empieza la transformación de la informática y otras tecnologías. *“El cambio decisivo en los años ochenta está determinado ante todo por los desarrollos de la microelectrónica, que permite una mayor velocidad de cálculo por parte de dispositivos cada vez más pequeños y menos costosos, pero en condiciones de desarrollar operaciones cada vez más complejas. Se fabrican así los ordenadores personales, que empiezan a difundirse también en el entorno doméstico, y a menudo en los distintos puestos de trabajo se conectan mediante redes locales o regionales”*<sup>143</sup>. Actualmente, la informática ya no sólo se encuentra limitada al ámbito de la investigación o el interés específico, sino que también se desarrolla en campos diversos, sin duda, es un elemento fundamental en el trabajo diario de los seres humanos.

---

<sup>142</sup> Uwe Kalbhen, *Las repercusiones sociales de la tecnología informática*, Madrid, Ed. Tecnos, 1980, pág. 38.

Un ejemplo muy claro de lo anterior, es la computadora como herramienta de trabajo del mesero, es decir, que éste después de tomar la orden, se dirige a la computadora, donde pasa desde ahí el pedido a la cocina y al bar para que lo vayan trabajando. El sistema examinará la receta del pedido y consultará el inventario, permitiendo así llevar un mejor control sobre los elementos utilizados y el encargado del área sepa qué se va necesitando y pueda abastecer puntualmente al restaurante. Además dependiendo del sistema que se adquiera, se puede llevar: la administración de clientes frecuentes, el rol de meseros, caja, inventarios de precios y precios de caja, control de cover, directorio de clientes, comandas, reportes, costeo de bufetes y detección de fugas<sup>144</sup>. Esto por supuesto reporta grandes beneficios para los dueños de los restaurantes, entre los cuales se pueden contar el que el administrador del local no sólo hace su corte de caja en 20 minutos, sino que puede imprimir el total de ventas de cada mesero, cuáles platillos son los más pedidos y cuáles los que están generando pérdidas, además de que el mesero trae consigo una impresora portátil aferrada en el cinturón con lo cual hace más eficiente la entrega de cuentas a los clientes.

Con lo anterior, nos podemos dar una idea del por qué actualmente, *“se plantea también que en las sociedades modernas la gente tiende a dedicarse cada vez más a tareas que tienen que ver con la información. Por ejemplo, se dice que en Estados Unidos hace 100 años únicamente el 8 por ciento de la población*

---

<sup>143</sup> Gianfranco Bettetini, “Tecnología y comunicación”, en Bettetini, Gianfranco (et al.), *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, Barcelona, Paidós, 1995, pág. 21.

*trabajadora se ocupaba en tareas de información; en la actualidad dichas tareas las realizan entre la mitad y dos tercios de los asalariados*<sup>145</sup>. Cabe recordar que un proceso como el de globalización, tiene como elementos aliados para su desarrollo tanto a los medios de comunicación como a la tecnología, y que por lo tanto mucha más gente se ve involucrada con los trabajos que tengan que ver con aquéllos.

Así que junto con la transformación tecnológica del ejercicio comunicativo se han dado una serie de novedades técnicas<sup>146</sup>, que de alguna manera han cambiado viejos esquemas culturales. Gianfranco Bettitini, afirma que: *“(...) desde la televisión de pago al videoteléfono, desde los compact disc capaces de almacenar incluso sonidos e imágenes a los progresos de la multimedialidad, desde la telemedicina a los teléfonos celulares, es toda una serie de equipos cada vez más sofisticados, que conviven con nuestra cotidianidad amenazando, a menudo, con determinarla, al menos en parte*<sup>147</sup>. Compartimos totalmente la opinión de Gianfranco Bettitini, ya que tanta revolución tecnológica, al ser ya parte de nuestra vida diaria y al volverse indispensable para continuar con nuestras labores, de alguna u otra forma determina nuestra forma de actuar, de relacionarnos y de convivir con otros individuos. Lo cierto es que aunque la tecnología determine muchos elementos de nuestra cotidianidad, *“los equipos maquinales no tienen la capacidad de reacción ante situaciones inesperadas ni la posibilidad de*

---

<sup>144</sup> Jonathan Hernández Sosa, “Con sabor a tecnología”, en Periódico Reforma, Sección A: Interface., lunes 22 de enero de 2001, pág. 1 y 8ª.

<sup>145</sup> Guillermo Avendaño Cervantes, *El mito de la tecnología*, México, Diana, 1995, pág. 58.

<sup>146</sup> Invenciones de las fibras ópticas y de los satélites: computadoras, fax, compact disc, dvd, videoteléfono, etc..

*generalizar acontecimientos distintos de los de la clase para la cual fueron programados*<sup>148</sup>. Esto es que aún no se han desarrollado cerebros maquinales, esto es, mecanismos intuitivos utilizados en la conducta mental humana, y en nuestra opinión nunca llegarán a igualar el funcionamiento del cerebro humano, pueden aproximarse, pero jamás equiparados, por la simple y sencilla razón de que son diferentes.

Cabe advertir que es responsabilidad de cada uno de nosotros utilizar una máquina como elemento de trabajo. Guillermo Avendaño Cervantes en el texto *El Mito de la Tecnología*, advierte que *“es importante hacer notar que en la mente humana se verifican procesos de responsabilidad estrictamente social, es decir, que tiene su única explicación en la vida en relación productiva que los humanos desarrollan. Estos procesos, que ni siquiera se verifican en los animales más desarrollados, tienen una imposibilidad absoluta en las mentes maquinales*<sup>149</sup>. Por eso se tiene que hacer conciencia que por más que la tecnología evolucione jamás podrá desarrollar elementos que distinguen a los humanos ya no sólo de otros animales sino de las máquinas mismas.

Día a día se desarrollan nuevos elementos que facilitan el desarrollo de muchas tareas. Un ejemplo claro de lo anterior, relativo a la aplicación de la inteligencia artificial a nivel profundo, es una máquina traductora que posea información

---

<sup>147</sup> Gianfranco Bettitini, “Tecnología y comunicación”, *op. cit.*, pág. 16.

<sup>148</sup> Guillermo Avendaño Cervantes, *El mito de la tecnología*, México, Diana, 1995, pág. 81.

<sup>149</sup> *Ibidem*, pág. 83.

suficiente como para hacer traducciones en quince idiomas diferentes; además con los datos acumulados podría obtener reglas generales de conformación del idioma y realizar una traducción en una lengua no programada previamente.

De acuerdo con la carga cultural de cada individuo, éste es capaz de adquirir destrezas, conocimientos específicos, habilidades técnicas y otros elementos que con la Inteligencia artificial avanzada, por ejemplo, han logrado desarrollar de manera equivalente<sup>150</sup>. Y aunque las máquinas aprenden y adquieren conocimientos programados, no hay manera de transmitirles programas que los doten de capacidad para valorar las emociones o la confianza que los seres humanos inspiramos.

Además, cabe hacer notar que las máquinas no son capaces de producir ningún sentimiento, ni valor moral o espiritual. Así como tampoco es posible que modifiquen su estructura a través de sensores u otros elementos, a no ser que el diseñador de la máquina lo haga.

Ciertamente, los avances científicos y técnicos reportan grandes beneficios para la humanidad, pero cabe reconocer que esto también es un mito. *“El mito más común es la pretensión de que el desarrollo de la informática, la tecnología de la computación y la robótica producirán abundancia de bienes y el bienestar universal. Este modo de pensar simplista elude el problema político y la*

*redistribución de los beneficios de la producción y de la riqueza, la falta de tecnología unida al exceso de población es la causa de las pocas posibilidades de desarrollo de algunos países. (...) No basta con introducir la tecnología de punta o más avanzada en un contexto atrasado, para lograr que las condiciones de vida de las personas mejoren, se deben introducir simultáneamente cambios sociales*<sup>151</sup>. Resulta obvio, que en tanto no se implementen políticas que ayuden al desarrollo de una nación, la industria, de igual forma, no reportará ningún avance sustantivo, ya que las máquinas sólo producen, pero si no hay personal calificado, en buenas condiciones de salud, laborales y estimulados económicamente por el trabajo que realizan muy pocos beneficios se podrán reportar.

Existen grandes avances técnicos y científicos que han marcado la historia de la humanidad, y lo seguirán haciendo, conforme se vaya desarrollando la tecnología. Pero sin duda el Internet, es un medio al que recurrimos cada vez con mayor frecuencia. Es un medio que tiene cobertura global, es una clara competencia para la televisión con la ventaja de que hay coberturas informativas sin comerciales, tiene un fuerte impacto entre la sociedad, pues es significa un gran manejo y transmisión de información desde cualquier parte del mundo en sólo minutos, por mencionar algunos de los beneficios que trae consigo. Aunque no hay que dejar de lado las desventajas que implica el manejo de tal cantidad de información sin un marco legal que lo regule.

---

<sup>150</sup> Ibidem, pág. 73.

Finalmente, a manera de conclusión del presente capítulo, podemos establecer que sin duda algunos aspectos de la cultura norteamericana están teniendo influencia sobre el resto de los países al proyectarse como potencia basada en el consumo, que desarrolla tecnología del más alto nivel y que llega a cientos de miles de personas alrededor del mundo mediante los medios de comunicación. Algunos rasgos de la cultura norteamericana han sido adoptados por otros países, principalmente, porque en la actualidad existe una interrelación muy fuerte entre todas las naciones y con los medios de comunicación y los avances tecnológicos, se ve favorecido el intercambio cultural.

Principalmente, Estados Unidos ha desarrollado tanto los medios de comunicación como la tecnología y la ciencia, siendo líder en el perfeccionamiento de ellos, y es incluso la sociedad norteamericana una de las principales consumidoras de esos bienes. Joel Freedman afirma que “(...) *mientras que en Estados Unidos un 37 por ciento de las familias están conectadas a Internet, en Portugal solamente el 1 por ciento*”<sup>152</sup>. Los medios de comunicación se concentran en estar a la vanguardia, a tal punto que algunos estudiosos del tema, consideran que para dentro de algunos años menos de diez corporaciones controlarán la mayor parte de los medios de comunicación más importantes del mundo.

---

<sup>151</sup> *Ibidem*, pág. 59

<sup>152</sup> Joel Freedman, *Los beneficios de la revolución tecnológica*, pág. 1. Texto que puede ser consultado en línea: [www.globalprogress.org](http://www.globalprogress.org).

Por otra parte, junto con la revolución tecnológica y de los medios de comunicación, tan importantes para un proceso como el de globalización, se ha establecido un nuevo lenguaje, donde todas las palabras que se utilizan son en inglés: *personal computers, modem, chat, internet, mouse, software, hardware, world wide web (www) etcétera*; que sin duda hacen que en cada país se incorporen dichas palabras al vocabulario local, transformando de alguna manera el idioma materno. *“El inglés tiene una posición dominante en la ciencia, la tecnología, la medicina, la computación, en la investigación, los libros, los periódicos y el software, en los negocios, transnacionales, comercio, navegación y aviación; en la diplomacia y las organizaciones internacionales; los sistemas educativos, como la lengua extranjera que más ampliamente se aprende. (...) La difusión del inglés es excepcional, tanto en términos de alcance geográfico como en lo que se refiere a la profundidad de su penetración”*<sup>153</sup>. Además cabe considerar que el inglés se ha vuelto sin duda el idioma de la globalización, por una parte, gracias a las películas, programas, canciones, etc., que son exportadas de Estados Unidos al resto del mundo; y por otra parte, por elementos como el Internet, en el que la mayoría de los sitios y los artículos están en idioma inglés, ya sea porque están escritos en esa lengua o bien porque se obliga a que estén traducidos a ella.

De otra parte, encontramos que en la década de los noventa se dio el gran auge de la transformación tecnológica, atrás se dejó la comunicación unidireccional,

característica de los medios de comunicación clásicos (one way communication), ahora asistimos a la era de la interactividad. “*Con el cambio bidireccional de mensajes los servicios de tipo telefónico (videotel, servicios radiomóviles, fax, servicios de transacción (teletienda), de consulta (banco de datos), lúdicos (juegos que se pueden realizar mediante el videotel o con los sistemas de realidad virtual) en lo que se realizan formas de comunicación interpersonal colectiva; servicios de telemedicina, teleayuda y de utilización televisiva determinada por la elección del usuario (Pay Per View television: televisión a la carta). En el campo de los servicios unidireccionales, en cambio, se pueden situar la teledetección y las telealarmas*”<sup>154</sup>. Así que tenemos una amplia gama tecnológica de la cual echamos mano a diario, y de la cual disponemos las 24 horas del día. Sin muchas de las cuales nos sería casi imposible llevar a cabo muchas actividades o implicaría una inversión de tiempo considerable. Reducen, sin duda, el tiempo y el esfuerzo, de manera tal que junto con la aceptación viene la adaptación inmediata de estos elementos, y la consiguiente inserción de los mismos en nuestra vida, lo cual de alguna u otra forma nos va transformando culturalmente.

Además, los medios de comunicación sirven a Estados Unidos como contacto entre su cultura: lo que comen, visten, ven, escuchan, perciben y cómo lo hacen, y el resto de las culturas del mundo. La tecnología sirve como gancho para atraernos, por la necesidad de adaptarnos a la cada vez mas tecnológica vida que llevamos.

---

<sup>153</sup> Robert Philipson, *Linguistic imperialism*, Oxford, Oxford University Press, 1992, pág. 6. Citado en Octavio Ianni., *Teorías de la globalización*, op. cit, pág. 89.

<sup>154</sup> Gianfranco Bettitini, “Tecnología y comunicación”, en Bettitini, Gianfranco, op. cit, pág. 26

Existen muchas ventajas y beneficios que nos ofrecen los avances tanto en los medios de comunicación como en la tecnología y la ciencia. Además, coincidimos totalmente con la opinión de Héctor Aguilar Camín, respecto a que en *“la aldea global conectada por los instrumentos de la globalización de hoy, hay un espacio interactivo, la oportunidad no sólo de ser bañado por el mismo mensaje, sino de ser parte activa en la red emisora, de escoger y emitir nuestro propio mensaje. La aldea global interactiva no es sólo un horizonte obligatorio y amenazante, es una oportunidad”*<sup>155</sup>. Y justo como una oportunidad debemos de tomarla, la aldea global en la que vivimos, nos da la oportunidad de interactuar culturalmente con el resto del mundo y enriquecer nuestra propia cultura, sin pretender de ninguna manera copiar modelos culturales preestablecidas de otros países.

---

<sup>155</sup> Héctor Aguilar, Camín, *Los desafíos culturales de las sociedades integradas*, pág. 2. Texto que puede ser consultado en línea: [www.globalprogress.org](http://www.globalprogress.org).

## **CAPÍTULO 4. EL CASO DE MÉXICO: LA PENETRACIÓN CULTURAL NORTEAMERICANA**

A lo largo del presente trabajo hemos expuesto y analizado algunos elementos que finalmente, nos ayudarán a establecer de qué manera la penetración cultural como expresión del fenómeno de globalización, tiene impacto en México.

En un primer momento del desarrollo del presente capítulo, estudiaremos de manera general las que, a nuestro parecer, son algunas de las principales causas de la penetración cultural en nuestro país.

Después expondremos las principales manifestaciones de la penetración cultural norteamericana, y abordaremos lo correspondiente a las expresiones de la americanización cultural. Cabe recordar que el presente capítulo, al igual que los anteriores, centrará su estudio en el consumo, los medios de comunicación y la tecnología, como elementos que tienen impacto en la cultura mexicana.

Finalmente, tomaremos en consideración algunos elementos que nos ayuden a identificar los efectos de la globalización y de la correspondiente penetración cultural norteamericana en nuestro país.

Es importante advertir que un problema al que nos enfrentamos durante el desarrollo del presente capítulo, fue la poca información existente en torno al

impacto de la globalización cultural en México. Ya que si bien es cierto que existen algunos investigadores interesados en el tema, casi todos ellos antropólogos y sociólogos, a nuestro parecer falta mucho camino por recorrer, en términos de investigación y material documental referente al tema de nuestro interés.

Además reiteramos la denuncia que ya Néstor García Canclini había hecho en su libro *Consumo Cultural en México*<sup>156</sup>, respecto de que no existe un ordenamiento sistemático y comparativo de las estadísticas culturales en las instituciones del gobierno, ni tampoco ningún organismo dedicado al estudio del consumo cultural en México, que sería de gran ayuda para todos aquellos que nos encontramos interesados en este campo.

#### **4.1 Causas de la Penetración Cultural Norteamericana en México**

Después de la caída del muro de Berlín como consecuencia de un proceso de recomposición política y económica de orden mundial, el socialismo se agrietó

---

<sup>156</sup> Néstor García Canclini, *Consumo Cultural en México*, México, CNCA, 1993, pág.16

hasta caer, de tal manera el capitalismo, mediante el neoliberalismo y la globalización, se han erigido como los estandartes de la modernidad y Estados Unidos como el país rector. Con ello se sucedieron grandes cambios económicos, políticos y culturales a nivel mundial, siendo los países menos desarrollados los más vulnerables en sus efectos. En ello, México no fue la excepción. Lorenzo Meyer, afirma que existen varios Méxicos globalizados, por un lado se encuentra “(...) *el México globalizado tan unido como el que más a los procesos de producción del mercado mundial, y por el otro, el México encerrado en sí mismo, que vive de y para el limitado mercado interno cuando no para el autoconsumo. Se trata del México moderno, orientado y subordinado a las complejas dinámicas y poderosísimas fuerzas del capital mundial, que cada vez se aleja más del México premoderno o, de plano, inmodernizable, al que ha dejado a la vera del camino por el que avanza hacía el futuro*”<sup>157</sup>. Si bien es cierto que esto pasa en términos económicos, lo mismo sucede en cuanto a cultura, ya que es cierto que aparentemente avanzamos junto con la modernidad, pero también es cierto que los muchos Méxicos a los que Lorenzo Meyer se refiere, avanzan cada uno a su paso. La desigualdad económica y social, se ve reflejada en la desigualdad cultural en la que viven muchos mexicanos.

Pasando de lleno a lo que para nosotros representan las principales causas de la penetración cultural norteamericana, podemos empezar por mencionar el

---

<sup>157</sup> Lorenzo Meyer, “*Muchos México y no todos buenos*”, Periódico Reforma, jueves 25 de enero de 2001, Editorial, pág. 9-A.

fenómeno de la inmigración estadounidense en México que de manera decisiva ha ayudado a que la americanización cultural se de en nuestro país.

Durante los siglos XIX y XX, la inmigración estadounidense en México, tiene tres características importantes: la cantidad de inmigrantes, la constancia con la que inmigran, la cercanía y la diversidad ocupacional. Mónica Palma en el texto *Norteamericanos en la Ciudad de México*, afirma que “(...)a México han llegado colonos, comerciantes, diplomáticos, hombres de negocios, profesionistas, trabajadores, escritores, artistas, pensionados –por citar algunos subgrupos-, de origen estadounidense. Varios de ellos se han asentado en forma transitoria o temporal, otros en cambio, han optado por vivir en México definitivamente”<sup>158</sup>. Así pues, ante la llegada de gran cantidad de inmigrantes de origen norteamericano y con tal diversidad de profesiones, no es difícil pensar en que de alguna manera se facilita el contacto entre culturas. Además ya no es impensable que en el país existan lugares como San Miguel de Allende en los que la mayoría de sus pobladores tienen origen estadounidense. Aunado a lo anterior, nos encontramos con el hecho de que según los datos ofrecidos por el Informe Anual de Cultura la entrada a México de visitantes extranjeros habitantes durante el año de 1996, fue de veinticuatro por cada cien habitantes teniendo como principales países de los cuales provienen estos turistas en primer lugar a los Estados Unidos y en

---

<sup>158</sup> Mónica Palma, “La Inmigración Norteamericana en México. Un Recuento Histórico”, en Palma, Mónica, et al, *Norteamericanos en la Ciudad de México*, México, Gobierno de la Ciudad de México, 1999, pág. 7.

segundo, a Canadá<sup>159</sup>. De manera que el flujo de turistas también facilita la penetración cultural en nuestro país.

Algunos de los elementos que han favorecido al establecimiento de diversos grupos norteamericanos son: compartir una frontera común, las relaciones económicas, políticas, diplomáticas y comerciales, así como los intereses expansionistas del capital norteamericano y el clima característico de México.

Dada la cantidad de inmigrantes que fueron llegando a nuestro país, y en la medida en la que se iban mezclando en la vida económica, política, social y cultural mexicana, se vieron en la necesidad de ir estableciendo instituciones que fortalecieran sus vínculos con sus raíces. *“Los inmigrantes estadounidenses en México han fundado una variedad de organizaciones las cuales han fungido como un medio de cohesión del grupo. En la actualidad, esta comunidad se compone, sólo en el Distrito Federal, de 64 entidades; de ellas, 35 están dedicadas a servir a la colectividad, seis son de carácter religioso, veinte se ubican en el ámbito de la educación y la cultura –y en las que, por supuesto quedan comprendidas la American School Foundation y la Universidad de las Américas-, y seis están catalogadas como administrativas”*<sup>160</sup>. Como podemos observar, casi todas están encaminadas hacia el ámbito cultural. Además, no es difícil pensar que como comunidad que tiene gran influencia económica y política, se hayan podido

---

<sup>159</sup> UNESCO, Informe Anual sobre Cultura. Cultura, Creatividad y Mercados. Madrid, Ediciones UNESCO, 1999, pág. 399

<sup>160</sup> *Ibidem*, pág. 17

establecer con ciertos privilegios y adaptando de alguna manera sus costumbres y tradiciones.

Algunos grupos se han mezclado biológicamente, cultural y socialmente con la población mexicana, de manera que al encontrarse más estrechamente vinculados con los mexicanos, los norteamericanos establecidos en México, *“(...) han asumido una mayor identificación con las pautas culturales de la sociedad mexicana. En la construcción de una identidad en la que converjan tanto mexicanos como estadounidenses, emergerán nuevas expresiones culturales”*<sup>161</sup>.

Por tal motivo, nosotros consideramos que el establecimiento de estadounidenses en suelo mexicano, ha propiciado la mezcla de las culturas norteamericana y mexicana, aunque tenemos que decir que no todos los mexicanos resienten de la misma forma la influencia de la cultura norteamericana, pero si de una manera o de otra todos estamos expuestos a sus seductoras formas. *“Es clara la enorme influencia del vecino en todos los órdenes, pero es también importante precisar que en la cultura se impone un proceso de mediación con la propia del país, pues ésta no se impone de manera vertical ni de la misma manera para todos los grupos y sectores sociales”*<sup>162</sup>. De manera que generalmente las clases media y alta, las que más se sienten atraídas y consumen cultura norteamericana, conformándose las clases menos favorecidas, con consumir de igual forma, pero

---

<sup>161</sup> Ibidem, pág. 19

<sup>162</sup> Tuñón, Julia, “Una mirada al Vecino: “ en Palma, Mónica, *La Comunidad Norteamericana en la Ciudad de México, Op. Cit*, pág. 29

sólo aquello que los medios de comunicación les quieran presentar o lo que su bolsillo les permita consumir.

En el mismo orden de ideas, podemos decir que otra cuestión que podría ser considerada como una causa de penetración cultural norteamericana en nuestro país, es el hecho de que muchos mexicanos que van a trabajar a los Estados Unidos en busca de un mejor porvenir, regresan en determinado momento a nuestro país ya sea para establecerse aquí nuevamente o bien de visita a sus familiares, trayendo consigo una carga cultural norteamericana importante.

Esto se ve reflejado en muchos sentidos, ya que regularmente aunque no se sientan del todo acogidos ni identificados con el lugar donde viven y trabajan, sienten la necesidad de reafirmar las bondades que les ofrece, además de que se adoptan muchos modismos, castellanizan palabras o bien introducen a nuestro contexto algunas expresiones del idioma inglés, además de formas de vida, hábitos alimenticios y otra serie de manifestaciones culturales.

Es necesario decir que en algunas zonas del país, como por ejemplo la franja fronteriza con los Estados Unidos, se ven mayormente afectadas por el fenómeno antes mencionado, ya que si bien como mencionábamos en el primer capítulo, siete de cada diez familias en México tienen algún familiar con antecedente de migrante, es lógico pensar que dada la cercanía el vecino país del Norte existe una mayor vulnerabilidad a la penetración cultural norteamericana. Claro, que también se hace necesario señalar que muchas veces se hacen híbridos de las

culturas, ya que cada uno tiene una carga cultural específica y adaptará elementos de la cultura que le es ajena de acuerdo a su contexto y experiencia personal.

Lo anterior, nos da la pauta para hablar de lo que a nuestro juicio es otra causa de la penetración cultural norteamericana en México, que tiene que ver con el hecho de que Estados Unidos siempre ha sido un modelo a seguir para muchos mexicanos tanto en lo económico y lo político, como en lo cultural. Muchos mexicanos, nos hemos sentido atraídos por el llamado *American way of life*, así que Estados Unidos representa desde hace ya varios años un destino turístico codiciado, centro de salud y académico por excelencia y el país ideal para el consumo.

Y si a esto le aunamos el hecho de que los medios de comunicación son nuestro vínculo más inmediato con el vecino del Norte, podemos afirmar que son un claro contacto de nuestra sociedad con la cultura norteamericana. Tal es el caso de lo tocante a los medios impresos, *“la prensa de cine abunda en noticias sobre Hollywood. En gran medida esto es así porque se trata de notas de agencias que promueven a las figuras internacionales de una sistema de estrella en el que la industria norteamericana da la pauta. La influencia cultural parece evidente a través de este medio, diferente pero complementario de las pantallas”*<sup>163</sup>. Así, junto con los medios impresos, la televisión y el cine juegan un papel importante como vehículos de la cultura norteamericana. Hay una gran cantidad de revistas y

programas que se dedican a promover la cultura norteamericana, la del consumo, los medios de comunicación y tecnología, y es también amplio el público al que están dirigidas y que las consumen. Siendo ya no sólo exclusivo el público femenino, sino que también existen las que van dirigidas a los hombres; tampoco se puede decir que hay una edad específica, sino que hay para todas las edades y todos los gustos.

Pero la pregunta de rigor es pues, ¿por qué tienen tanto éxito tanto en las pantallas (cine, televisión y computadoras con el Internet) como en otros medios? Julia Tuñón responde acertadamente que algunos de los elementos que se consideran comunes tanto del cine, como de la televisión y otros medios, y que a su vez son entendidos como parte de la idiosincrasia nacional entre los cuales destacan: la belleza, la capacidad de acción, la ingenuidad, la simpleza, la mayor libertad sexual, la indiferencia ante conflictos sociales, el dinero y la eficiencia para resolver problemas. De manera que dichos elementos los convierten en los amos de las taquillas<sup>164</sup>. Aunque en realidad, *“(...) la capacidad de acción de los norteamericanos se convierte en violencia, la belleza en sexualidad desbordada, los lujos de escenografía esconden una amenaza al precario orden económico nacional y la eficiencia se siente como una derrota anticipada. El cine se concibe como una influencia avasallante sobre la cultura de las masas inermes. Lo norteamericano se construye entonces como una serie de estereotipos*

---

<sup>163</sup> Idem

<sup>164</sup> Ibidem, pág. 30.

*complementarios a los de lo mexicano, por cuanto son su opuesto...*<sup>165</sup> De manera que gracias a los medios de comunicación, su ámbito de influencia y su uso cotidiano, somos vulnerables a la americanización cultural que en ellos se expresa. Además de que, como hemos manifestado anteriormente, los medios representan un vehículo importante mediante el cual se intercambian constantemente y en el menor tiempo posible aspectos culturales entre los países.

Por otro lado, el hecho de compartir una frontera común, de igual forma ayuda al constante intercambio de cuestiones culturales. Se facilita además el traslado de personas, junto con el cual la transferencia de cultura juega un papel importante.

Resumiendo, podemos decir que México ha recibido gran influencia cultural norteamericana, ya por el hecho de compartir una frontera o por el intercambio político y económico que existe entre ambas naciones. Así pues, las causas de la penetración cultural son diversas.

Además, como resultado del proceso de globalización en el que vivimos, durante los últimos años, México ha tenido un fuerte asentamiento de empresas trasnacionales lo que de cualquier forma incrementa la vinculación cultural entre los Estados Unidos y nuestro país, de manera que nosotros consideramos esta una fuente importante de penetración cultural.

---

<sup>165</sup> *Ibidem*, pág. 31.

Aunado a lo anterior, se encuentran los medios de comunicación y la tecnología que sin lugar a dudas también juegan un papel principal dentro del proceso de globalización, luego entonces son causa de penetración cultural norteamericana en nuestro país.

#### **4.2 Las Manifestaciones de la Penetración Cultural Norteamericana en México.**

Una vez expuestas, aún cuando de manera muy general las causas más importantes de la penetración cultural norteamericana, pasaremos a estudiar las manifestaciones de ésta en México. Se expondrán las manifestaciones de la penetración cultural norteamericana en nuestro país, en términos de consumo, medios de comunicación y tecnología, y además tomaremos en consideración la americanización cultural que se ha venido expresando en nuestro país desde hace ya algunos años.

Para comenzar nos gustaría retomar lo dicho sobre el consumismo, con el fin de subrayar la importancia sobre elementos que no habíamos estudiado en los capítulos anteriores. El consumismo, como lo mencionamos en el capítulo anterior,

es la adquisición exagerada y constante de bienes innecesarios e inútiles. Según el sociólogo Néstor García Canclini, “(...) *el consumismo sería el escenario aprovechado por quienes controlan el poder político y económico para manipular a las masas y alienarlas en la persecución de satisfacciones fútiles que las distraerían de sus necesidades básicas*”<sup>166</sup>. Necesidades básicas que poco importan a muchos, cuando su necesidad imperante por llenarse de objetos suntuosos es más grande que atender sus necesidades inmediatas.

Cabe señalar que ante la desigualdad económica, social y cultural, se da la desigualdad de consumo, porque no consumen las mismas cosas personas de estratos distintos, ni con la misma frecuencia. Además de que “*la gente consume en escenarios de escala diferente y con lógicas distintas, desde la tienda de la esquina y el mercado barrial, hasta el supermercado y los macrocentros comerciales. Sin embargo, como las interacciones multitudinarias y anónimas de los malls y la televisión se hallan cada vez más entrelazados con las interacciones pequeñas y personales, se vuelve necesario pensarlas en relación*”<sup>167</sup>. De manera que la relación que existe entre cubrir necesidades de consumo básico, como por ejemplo la alimentación y la tienda de la colonia, se da de manera natural y espontánea, de la misma forma en que a menudo la gente piensa, en por ejemplo, salir a pasear e ir al centro comercial, de modo que se asocia el tiempo libre y el placer que existe en ir de paseo con el comprar, fenómeno que se ha popularizado cada vez más entre los habitantes de México.

Además el hecho de que el grupo al que pertenecemos, de alguna manera nos obliga primero, y después nos acostumbra a necesitar los objetos que consumimos, a hacer uso de ellos y apropiármolos de cierta manera<sup>168</sup>. Como ya hemos mencionado, el grupo social en el cual convivimos, determinará nuestra actitud frente a los objetos que existen dentro del universo del consumo. Así pues, *“(...) el consumo es el área fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales. Ante la masificación de la mayoría de los bienes generada por la modernidad –educación, alimentos, televisión-, las diferencias se producen cada vez más no por lo objetos en que se los utiliza: a qué escuela se envía los hijos, cuáles son los rituales con que se come, qué programas de espectáculos se prefieren. Contribuyen a este papel decisivo del consumo cultural el hecho de que muchas distinciones entre las clases y las fracciones se manifiestan, más que en los bienes ligados a la producción (tener una fábrica o un banco), en las maneras de transmutar en signos los objetos consumidos”*<sup>169</sup> ya que si bien uno puede y quiere comprar un pantalón de mezclilla, dependiendo de las posibilidades económicas y por ende de las tiendas a las cuales se está acostumbrado a asistir, será la calidad, diseño, costo, y esto será indicativo del grupo al que se pertenecerá. De tal manera que el universo de posibilidades de consumo, es enorme y da la pauta para que existan tantas opciones como grupos y personas existan.

---

<sup>166</sup> Néstor García Canclini,, *Consumo Cultural en México*, México, CNCA, 1993, pág. 18-19.

<sup>167</sup> *Ibidem*, pág. 19-20.

<sup>168</sup> *Ibidem*, pág. 23.

Como explicábamos antes, a menudo se relaciona la sociabilidad con el consumo, a lo cual Néstor García Canclini, opina que *“el consumo puede ser también un escenario de integración y comunicación. Esto puede confirmarse observando prácticas cotidianas, en todas las clases sociales, reunirse para comer, salir a ver aparadores, ir en grupo al cine o a comprar algo, son comportamientos de consumo que favorecen la sociabilidad”*<sup>170</sup>. Y aunque parezca difícil que se pueda dar la posibilidad de convivencia entre los individuos, resulta muchas veces que se prefiere alguna actividad relacionada con el consumo que la convivencia por sí sola. No pasa como con la televisión, que llega a suceder que en una casa existen tres televisores en una familia con cuatro miembros, de manera que es más fácil el aislamiento entre las personas. Aunque cabe decir que el fin último muchas veces no es convivir, sino consumir, y la convivencia familiar es una consecuencia.

Ahora bien, siendo que Estados Unidos es el vecino “preferido” del Norte, la potencia mundial y el país que define las políticas mundiales a seguir y el principal promotor de la globalización, además de que existe una constante relación entre los Estados Unidos y México, entonces el intercambio cultural es persistente. Por tanto, Luis González Souza afirma que *“(…) lo que ahora presenciamos en México ya no sólo es la norteamericanización de corazones, sino del cerebro mismo”*<sup>171</sup>. Muy cierto es que los mexicanos nos encontramos fuertemente atraídos y

---

<sup>169</sup> *Ibidem*, pág. 27.

<sup>170</sup> *Ibidem*, pág. 28.

deslumbrados por todo aquello que provenga de los Estados Unidos: compra de tecnología, innovaciones técnicas y científicas, asociación entre empresas, fórmulas para hacer negocios, entre otras cosas; así como por cuestiones que tienen implicaciones culturales como lo son los viajes a Estados Unidos ya sea de placer, negocios, educativos, compra de inmuebles, ropa, etc.<sup>172</sup>. Además se ha demostrado en numerosos estudios, que muchos mexicanos cuando tienen los medios para hacerlo prefieren salir de vacaciones a lugares como Miami, Los Ángeles, Nueva York o San Francisco, antes que visitar destinos nacionales e interesarse por la cultura nacional tradicional. De hecho según los datos estadísticos hechos por la UNESCO nos revelan que hasta el año de 1998, los tres principales destinos de los mexicanos en el extranjero eran en orden de importancia los Estados Unidos, España y Canadá<sup>173</sup>.

De lo anterior resulta que, algunas de las características antes mencionadas dan como resultado que en términos de cultura sea cada vez más tangible la penetración norteamericana o amerización cultural, ya que *“son cada vez más los mexicanos que han adoptado las costumbres norteamericanos en su comida, en su vestimenta, en lo que bailan y lo que leen, en su moral sexual, sus gustos musicales y sus preferencias en cine y televisión. Hay ejemplos muy conocidos que se citan con frecuencia: las agencias de publicidad norteamericanas que emplean modelos de apariencia norteamericana (blancos, rubios de ojos azules y*

---

<sup>171</sup> Luis González Souza, *Soberanía Herida: México-Estados Unidos en la hora de la Globalización*, México, Nuestro Tiempo, 1994, pág. 156.

<sup>172</sup> *Ibidem*, pág. 157.

*altos) para anunciar productos estadounidenses en la televisión mexicana, el número cada vez mayor de funcionarios gubernamentales y ejecutivos del sector privado que estudiaron en Estados Unidos, los jóvenes mexicanos que usan ropa estadounidense, escuchan música de allá y hablan un español agobiado de anglicismos*<sup>174</sup>. Y no sólo lo anterior, sino que se copian modelos gerenciales y educativos, que muchas veces no tienen lógica en el contexto mexicano, así como programas de calidad total y certificaciones que hacen empresas norteamericanas y que implantan ideología y actitud de superación y excelencia muy al estilo estadounidense.

No se trata de decir que esta actitud frente a la americanización cultural es buena o mala, pero cabe subrayar que cada vez son más las cuestiones culturales en las que la americanización tiene injerencia, con lo cual nos enfrentamos a la aculturación, ya que ésta no es más que el aprendizaje de una cultura extranjera.

Y si bien las expresiones culturales tradicionales mexicanas aún están muy arraigadas entre la población, es innegable el hecho de que convivimos e interactuamos con los patrones culturales estadounidenses, que son identificables y aceptados ya dentro de nuestro contexto cultural. Lo anterior nos mantiene constantemente entre lo tradicional y lo norteamericano provocando un replanteamiento de nuestro sistema cultural, además de las correspondientes adaptaciones de lo extranjero a lo nacional y las interconexiones que por ello

---

<sup>173</sup> UNESCO, *Informe Anual de Cultura, op.cit.*, pág. 399

<sup>174</sup> Jorge Castañeda y Robert Pastor, *Límites en la Amistad México y Estados Unidos*, México, Joaquín Mortiz, 1989, pág. 413.

existen. Jorge Castañeda afirma que “*no cabe duda de que los patrones de la clase media urbana son cada vez más norteamericanos*”: *los productos, las modas, las costumbres de los vecinos del Norte ejercen una atracción evidente sobre la juventud mexicana. Las hamburguesas, los pantalones vaqueros, el rock y cierto grado de liberación sexual son síntomas claros del crecimiento visible de la influencia norteamericana en México en los últimos años*<sup>175</sup>. Pero, sobre todo, lo que persiste, es el consumismo que se da en ciertos grupos sociales de México, que como hemos mencionado son los que tienen un mayor y fácil acceso a lo norteamericano.

El consumo está muy relacionado, dentro de la clase media, con el ser alguien o pertenecer a algo. Cuestión que apunta muy atinadamente Luis González Souza cuando se refiere a que en México se ha ido adoptando desde hace ya algún tiempo el pensamiento del “dime qué (y cuánto) consumes ... y te diré quién eres”, esto gracias a la importación norteamericana de sus valores<sup>176</sup>. En este mismo sentido se ha adoptado la lógica del “dime qué marca usas y te diré a qué grupo perteneces”, con lo cual entramos en conflicto en tanto relacionamos el sentido de pertenencia, con los objetos materiales y nuestra satisfacción personal. A la clase media mexicana, “*lo que le preocupa hoy es saber, por ejemplo, cuáles son los mejores vinos, qué diseñador está de moda y hasta qué alimentos tienen estatus,*

---

<sup>175</sup> *Ibidem*, pág. 413

<sup>176</sup> Luis González Souza, *Soberanía Herida: México-Estados Unidos en la hora de la globalización*, *op. cit.*, pág. 179.

*sin olvidarnos del reloj, el coche y el bolso*<sup>177</sup>. Todo ello como consecuencia de la influencia cultural que tenemos de los Estados Unidos y que es característica de la modernidad. Y que trae como resultado la fetichización de los objetos, llegando al punto en el que los bienes que consumimos nos dan la supuesta satisfacción personal.

Hacemos especial énfasis en lo anterior, en tanto sirve para entender las manifestaciones de la penetración cultural norteamericana en México. La constante búsqueda de reconocimiento de nuestra persona por parte de un grupo al que aspiramos a pertenecer, es a nuestro parecer, lo que facilita el establecimiento de vínculos estrechos con lo norteamericano. Y como bien lo explica Néstor García Canclini: *“quizá esto es aún más evidente en el consumo de ropa, de música y del espacio urbano. A través de las maneras en que nos vestimos (diferentes en la casa, el trabajo, el deporte, las ceremonias) nos presentamos a los demás, somos identificados y reconocidos, construimos el personaje que deseamos ser, transmitimos información sobre nosotros y sobre las relaciones que esperamos establecer con los demás*<sup>178</sup>. Así que si deseamos pertenecer, ser reconocidos y relacionarnos con ciertos grupos es necesario consumir y proyectar lo que les es común: lo norteamericano.

---

<sup>177</sup> Covadonga Blanco, *“Un Signo de esta Época”*, Periódico Reforma, sábado 16 de diciembre de 2000, pág. 6-G.

<sup>178</sup> Néstor García Canclini, *Consumo cultural en México*, *op. cit.*, pág. 30.

En México, se han adoptado el consumo y los símbolos culturales norteamericanos como parte de nuestra forma de vida. Son una serie de elementos culturales los que ya forman parte de nuestro contexto cultural actual, Carlos Monsiváis los enuncia: *“Cablevisión, comics de súper héroes. Humor rápido y malamente traducido. Infinitud de productos que sacian, inventan y modifican necesidades. Programas de televisión cuya apoteosis depende de la victoria del sistema de justicia norteamericana. Libros donde las formas de venta construyen la personalidad del lector, tecnologías refinadísimas. (...) Imposición –por la necesidad o por la prepotencia- de un lenguaje mundial. Circuito de trasmisión ideológica que va de la publicidad a la pedagogía de los noticieros. Control de la revolución informática”*<sup>179</sup>. Las anteriores, no son más que algunos ejemplos de la reproducción de lo norteamericano, y es justo lo que se reproduce con mayor frecuencia en nuestro país. Dentro del contexto, al cual nos referimos, cabe señalar que también entran plazas comerciales, tiendas departamentales, centros culturales, espectaculares de publicidad, entre otros elementos.

Hablando específicamente de las plazas y centro comerciales, que cada vez son más comunes en todas las regiones del país, aparecen como lugares, o mejor dicho paraísos de consumo que tienen como principal característica el ofrecer un escenario, un espacio creado donde los clientes se sientan cómodos, “alejados” de sus problemas y “transportados” al mundo de lo imaginario. Sucede además que *“el consumo de lugares se basa en la relación entre las ideas e imágenes*

*fomentadas por los medios masivos de comunicación, la personalidad de los grupos sociales que forman los estilos de vida y la cultura del consumo*<sup>180</sup>. Los medios de comunicación, como lo hemos expuesto en los capítulos anteriores juegan un papel importante dentro de los procesos culturales actuales en tanto sirven como puente de enlace entre las personas y los dueños de los grandes consorcios, fabricantes, distribuidores, tiendas, etc.. Además, todos los centros comerciales que existen en México, responden a las necesidades propias de los que asisten a ellas, procurando tomar en cuenta que, afirma Liliana López Levi, *“las perspectivas de los consumidores dependen de varios factores como lo son la personalidad, el lugar donde viven y los tipos de compras que acostumbran hacer. El consumo juega un papel importante en algunos aspectos sociales y culturales de la vida moderna como la educación, la autoexpresión, la interacción social y la recreación*<sup>181</sup>. De manera de que cuando existe el proyecto de establecer una plaza comercial en un determinado lugar, primero se exploran las necesidades de los grupos sociales a los que se pretende llegar, las características socioeconómicas del contexto urbano donde se construirá dicho centro, así como el buscar fomentar la recreación (cines o pequeñas galerías de arte) y la interacción social y familiar (restaurantes, bares, cafeterías ).

---

<sup>179</sup> Carlos Monsiváis, “La Cultura Norteamericana y México”, en Guillermo Bonfil Batalla, *Simbiosis de Culturas: Los inmigrantes y su cultura en México*, México, CNCA-FCE, 1993, pág. 511.

<sup>180</sup> Liliana López Levi, *Centros comerciales. Espacios que navegan entre la realidad y la ficción*, México, Nuestro Tiempo, 1999, pág. 33.

<sup>181</sup> *Ibidem*, pág. 56.

Cabe destacar el hecho de que el pasear por los centros comerciales, es una actividad propia, principalmente, de las clases medias y altas, así como a su vez fungen como sitio de encuentro y consumo cultural de los grupos mencionados. Además *“en el caso de México es importante remarcar que parte de la simulación construida en el interior de un centro comercial no deja de ser la imitación de un modelo extranjero”*<sup>182</sup> Los centros comerciales mexicanos, parecen una copia de las plazas estadounidenses, y existen también franquicias de tiendas norteamericanas establecidas en México, por lo tanto es común que el idioma de la publicidad para muchas tiendas sea el inglés, aún cuando *“el idioma utilizado debería ser resultado de la base cultural en la que se coloca el lugar, sin embargo y a pesar de que la mayor parte de los locales son mexicanos, utilizan nombres extranjeros, imágenes de gente con rasgos físicos anglosajones y fotografías de otros países. Aquellos nombres en español son una minoría respecto a los que están principalmente en inglés, francés e italiano. Esto no sólo se hace presente en el título del local, sino también, en algunos anuncios en su interior. Por ejemplo, algunos negocios utilizan la palabra sale para indicar que tienen ofertas. Los idiomas utilizados además de ser un código de comunicación, son una realidad de referencia para el lector-visitante-consumidor”*<sup>183</sup>. Además de que el inglés, que es la lengua extranjera más hablada en México, no es ni siquiera necesario ser un estudioso del idioma para saber que ciertas palabras, ya sea en publicidad, medios de comunicación, tecnología y por supuesto, en los centros comerciales, significan algo que nos es común en tanto consumidores y en tanto interactuamos

de manera natural con esas palabras que se podría pensar nos son ajenas, aunque en realidad suceda el fenómeno contrario: son tan comunes para nosotros, a nuestro contexto que las adoptamos como propias.

Por otra parte, pero no alejado de lo que hemos venido exponiendo en los párrafos anteriores, relativo a la americanización cultural que se ha manifestado en algunos elementos culturales en México, debemos de hacer una aclaración pertinente a riesgo de caer en el error de creer que la globalización, que trae como consecuencia la penetración cultural norteamericana en nuestro país, llegará a uniformar la cultura mexicana a imagen y semejanza de la estadounidense. Es necesario decir que algunos aspectos culturales referentes a muchas tradiciones y costumbres netamente mexicanas se han mantenido, hasta el momento, intactas y continúan siendo parte de nuestro contexto cultural, pero existen otras relacionadas, como hemos expuesto, a la vida cotidiana que sí han sufrido algunas transformaciones. Al respecto Carlos Monsiváis, de manera puntual y gráfica, afirma que *“en la devastación de recursos materiales y sociales que sufren México y América Latina, la americanización es instrumento decisivo de control. Promueve la desmovilización económica, implanta hábitos de consumo en clases sin posibilidades adquisitivas, agudiza irracional y grotescamente las distancias entre realidades y deseos. Pero su papel cambia de manera continúa. Hasta hace poco, la americanización era la manera de universalizarse al ritmo de la copia. Ahora, es un sitio de encuentro multclasista que, a grosso modo, se define en*

---

<sup>182</sup> Liliana López Levi, *Centros Comerciales*, *op. cit.*, pág. 199.

*función del impacto tecnológico, y es, por lo común, lo que sólo se discute desde la resignación o con fines retóricos. Y los jóvenes de clases populares al americanizarse en diversos niveles creen así exorcizar su estruendosa falta de porvenir*".<sup>184</sup> En México, donde las desigualdades económicas, sociales y culturales son tan grandes, la americanización se presenta como un elemento común entre los grupos ya que pretende penetrar en ellos, aunque la percepción y los niveles por los cuales les llega a los ciudadanos es distinta en cada clase; casi nadie en el país está alejado de la americanización cultural, y a nuestra consideración todos, en diferente forma y nivel, estamos penetrados por la cultura norteamericana.

Ahora bien, gracias a la modernidad, los medios de comunicación y la tecnología, el intercambio cultural con Estados Unidos es constante, rápido y se podría decir casi inconsciente, ya que hemos adoptado ciertos elementos como propios, o por lo menos no ajenos a nuestro contexto cultural actual. *"Antes, las modas algo tardaban en cruzar las fronteras comerciales y psicológicas; luego el tiempo se reduce considerablemente, hasta llegar –gracias sobre todo a cablevisión y las antenas parabólicas- a la casi simultaneidad de hoy en los sectores con capacidad adquisitiva o en los sectores con capacidad adquisitiva o en las vanguardias juveniles. Una tras otra, las instituciones del gusto y el consumo de Norteamérica, se vuelven las instituciones del gusto y el consumo de América Latina: ceremonias*

---

<sup>183</sup> *Ibidem*, pág. 204-205.

<sup>184</sup> Carlos Monsiváis, "La Cultura Norteamericana y México", *op. cit.*, pág. 508.

*de entregas del Óscar, del Grammy y del Emmy, el Hit Parade, la adopción de los cult films, las artes marciales (la ambición del Mexican Ninja), el seguimiento de los chismes de las estrellas de cine, el rock como lenguaje generacional, el nintendo como obsesión infantil*<sup>185</sup>. En México y en el resto de América Latina, siempre se ha establecido un vínculo de aprecio por lo norteamericano, desde hace ya muchos años, ahora, con todos los elementos que nos brinda la modernidad, podemos acceder de manera casi inmediata a todo aquello que nos atrae, y que llega a nosotros a través de la inocente publicidad que vemos en revistas, televisión, cine, Internet y otros medios. Aparentemente las entregas de premios, por ejemplo, se tratan tan sólo de dar un reconocimiento a todos aquellos que nos brindan entretenimiento audiovisual, aunque los grandes consorcios, empresas, diseñadores, publicistas, mercadólogos y otros expertos se pelean porque los productos que ellos ofrecen sean vendidos a los millones de consumidores que existen alrededor del mundo y que saben están a la expectativa de lo que les ofrecerá la siempre glamorosa y atractiva industria cultural norteamericana. Aunque el funcionamiento de las grandes transnacionales será imperfecta en tanto exista la diversidad de percepciones respecto de un mismo producto.

Ahora bien, ya que hemos expuesto algunas de las manifestaciones que a nuestra consideración forman parte de la penetración cultural norteamericana en México,

---

<sup>185</sup> *Ibidem*, pág. 509.

pasaremos a estudiar otras expresiones audiovisuales que sin duda nos ayudarán a comprender el fenómeno de americanización que se vive en nuestro país.

Como hemos analizado, los elementos audiovisuales son una herramienta fundamental para la expansión cultural, en tanto son de fácil acceso para la mayoría de las personas, no tienen un elevado costo y en un corto tiempo llegan a cientos de miles de personas. Tal como lo advierte Néstor García Canclini, *“los principales cambios de la cultura, que ocurren en el campo audiovisual, ocurren en el campo de la mercadotecnia, destinada a incrementar la ganancia de los empresarios y la concentración monopólica de los beneficios económicos. En cuanto a la cultura escrita, en México, y en toda América Latina, se producen ahora menos libros que hace veinte años, y la mayoría no los lee”*<sup>186</sup>. En la actualidad, nos encontramos ante la producción audiovisual que entretiene sin tener demasiado contenido, no es más que una copia de los modelos estadounidenses, que nace como respuesta a las necesidades comerciales de las empresas que los producen, aunque cabe advertir que no hablamos de la totalidad de las creaciones, si una buena parte de ellas están destinadas a un público con intereses específicos.

Incluso la cultura escrita está pasando por una severa crisis pues los costos de producción son muy elevados y el público al que se dirigen es específico, lo que

---

<sup>186</sup> Néstor García Canclini., “La ciudad espacial y la ciudad comunicacional: Cambios culturales de México en los 90”, en Rubens, Bayardo y Mónica Lacarrieu (coord.), *Globalización e identidad cultural*, Buenos. Aires., CICCUS, 1998, pág. 161.

limita su distribución y su venta; además de que en México no existe la cultura de la lectura; esto por una parte, y por la otra, que actualmente se producen muchos libros que copian modelos norteamericanos, que poco tienen que ver con el contexto de la realidad cultural, económica, política y social de nuestro país. Además de que la traducción de libros a nuestro idioma, también es una manifestación de la penetración cultural norteamericana en México, de acuerdo con los índices que ofrece la UNESCO, en el *Informe Anual de Cultura*, hasta el año de 1980, por no poder tener acceso a esa información en años más recientes, resulta que anualmente se traducen y publican 2, 702 libros extranjeros, siendo el idioma inglés el idioma que predomina.

Y no sólo lo anterior, sino que al parecer, según lo denuncia Humberto Musacchio, se pretende eliminar los ya de por sí casi inexistentes programas de apoyo a la formación de lectores, todo esto a causa del desmembramiento de la Unidad de Producción Educativa, a la cual entre otros proyectos, pertenecían los “*Rincones de la Lectura*”, programa que impulsaba a niños, padres y maestros a sentir aprecio por la lectura a través de las llamadas “bibliotecas-aula”; cuestión que sin duda hace recaer la educación y el fomento a la lectura en nuestro país<sup>187</sup>.

Sin duda, dentro de esto, a lo que nosotros llamamos la penetración cultural norteamericana, los medios de comunicación, tal como lo hemos expuesto

---

<sup>187</sup> Humberto Musacchio, La República de las Letras: “Otro atentado contra la lectura en la SEP”, *Reforma*, Sección Cultura, lunes 7 de mayo de 2001, pág. 3-C.

anteriormente, sirven para establecer un puente de contacto entre las personas y las producciones audiovisuales, son los encargados de producir y distribuir las producciones audiovisuales nacionales y extranjeras. Las estadísticas *“indican que es la radio el medio con mayor preferencia, en términos de tiempo de recepción, seguido de la televisión”*<sup>188</sup>. Con mayor frecuencia, en México es la radio la preferida por los jóvenes de varios sectores, después la televisión y por último la lectura de libros y periódicos, o al menos eso era hasta principios de la década de los noventa. Ahora la computadora y el Internet son los preferidos por los más jóvenes, pues son la mayoría que puede acceder a ellos. En cuanto a la radio, ésta *“introduce, y a su modo crea un personaje definitivo: el ama de casa. Mercado cautivo por excelencia, el ama de casa, en su domicilio de clase media, en la vecindad, en el hacinamiento de las colonias populares, se siente de modo casi literal, un complemento de la publicidad radiofónica o televisiva. (...) El ama de casa afianza el radio que, en 1983, alcanza en México cifras pre o post apocalípticas: 900 radiodifusoras (de las cuales sólo 36 son culturales) sojuzgan cerca de 39 millones de hogares”*<sup>189</sup>. Aunque de igual forma, llega a otros sectores que son igual de importantes en tanto son consumidores en potencia. Además la radio, es el medio de comunicación al que tienen mayor acceso las personas por su bajo costo, porque no necesita de una atención visual por lo cual es fácil realizar otras tareas mientras se escucha la radio y por estar disponible las 24 horas del día.

---

<sup>188</sup> José Manuel Valenzuela Arce, *Ámbitos de interacción y consumo cultural en los jóvenes*, pág. 396.

<sup>189</sup> Carlos Monsiváis,, *“La Cultura Popular”*, pág. 101.

Si bien hemos hecho cierto énfasis en que la clase media y alta, son los grupos sociales más vulnerables a las manifestaciones de la globalización cultural en la ciudad de México, y específicamente de la penetración norteamericana, también es justo decir que *“desde los años sesenta la norteamericanización (no las inevitables influencias o adopciones culturales y tecnológicas sino al aparato de penetración ideológica capitalista) ya no afecta sólo a las élites; es aceptada por el Estado, se amplía a diario incluyendo a sectores enormes”*<sup>190</sup>. Aunque los sectores no se integran a la modernidad de manera igual, resintiéndola de manera diferente de acuerdo con el contexto cultural que cada uno vive.

Por otra parte, hacemos hincapié en la importancia que tienen para el proceso de globalización los medios de comunicación, como lo hace Patricia Terrero: *“los medios comienzan a ser espacios donde se construyen memorias, representaciones, formas sociales de la imaginación que articulan la nueva cultura urbana y las identidades nacionales. La prensa se transforma en el lugar en que se expresa la vida económica y política de la nación y en el que se hace pública la actividad intelectual y la producción cultural”*<sup>191</sup>. Además los medios de comunicación, se encargan de ser el puente a través del cual tenemos contacto con diferentes culturas en el mundo, y por el cual nos llega gran parte de la información que tenemos.

---

<sup>190</sup> *Ibidem*, pág. 102

<sup>191</sup> Patricia Terrero, “Innovaciones tecnológicas y planetarización cultural”, en Bayardo Rubens y Mónica Lacarrieu, *Globalización e identidad Cultural*, *op. cit.*, pág. 203.

De la influencia de la televisión en la cultura mexicana mucho se ha escrito y no es para menos, ya que solamente ésta y el radio, llevan el 95 por ciento de la cultura popular a los hogares mexicanos<sup>192</sup>. Juan Louvier Calderón, afirma que *“anticipándose a la firma de los grandes tratados de la globalización económica, la televisión traspasó las fronteras convirtiéndose en el principal factor de globalización cultural, pero un factor sin control ni freno y por tanto, un factor que amenaza con destruir la auténtica cultura”*<sup>193</sup>. La televisión cada vez más abierta, con la amplitud de horarios de programación, la firma de convenios y contratos entre las televisoras nacionales y otras distribuidoras –principalmente estadounidenses- así como la televisión por cable que ha tenido una gran recepción desde mediados de la década de los ochenta; son causa de que la programación incluya cada vez con mayor frecuencia, programas, películas y comerciales de origen norteamericano. Además cabe tomar en cuenta que además de los canales locales, existen opciones de televisión privada, tal es el caso de Multivisión, Cablevisión, sistema SKY, sistema Direct tv, y en provincia la antena parabólica aún cuenta con muchos adeptos. En los sistemas de televisión privada antes mencionada, casi el 80% por ciento de sus programas son de origen norteamericano, lo cual nos puede dar una semblanza de lo cerca que nos

---

<sup>192</sup> Néstor García Canclini, “La ciudad espacial y la ciudad comunicacional: Cambios culturales de México en los 90”, en Bayardo Rubens y Mónica Lacarrieu (coord.), *Globalización e identidad cultural, Op. Cit.*, pág. 153.

<sup>193</sup> Juan Louvier Calderón, *Cultura Mexicana y Globalización: responsabilidad histórica de México*, México, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla-Edamex, 1995, pág. 143-144.

encontramos de la cultura norteamericana a través de este medio, además de que cada vez con mayor frecuencia la televisión de paga goza de gran demanda.

Además, las televisoras, en el afán de atraer al público y de subir sus índices de audiencia, copian los modelos norteamericanos de programas de concursos, entretenimiento, musicales, y los llamados *talk shows*, entre otras cosas. Así, *“la privatización de canales de televisión y la concesión de otros nuevos ha traído poco enriquecimiento o diversificación. Salvo el estilo informativo más plural y globalizado del canal 40, la extensión de las barras polideportivas y la consolidación de los canales 11 y 22 (pero sin superar entre ambos el 8 por ciento de audiencia), el resto de la oferta insiste en el modelo de información de espectáculos para públicos de escolaridad primaria que predomina en el mundo controlado por las cadenas norteamericanas, Televisa y sus imitadores”*<sup>194</sup>. Y son pocos los programas culturales que aportan algo a los espectadores, y es cada vez menos la gente que se interesa por estos. Además que existen infinidad de programas, para diferentes gustos y público.

Respecto de los gustos y las audiencias tan diversas, los mercadólogos y productores, así como directores de las grandes cadenas, han “inventado” la forma de hacer programas que puedan ser vistos por cualquier tipo de público. *“El cine y la televisión para alcanzar amplias audiencias y recuperar las inversiones, promueven narraciones espectaculares inteligibles para públicos de todas las*

---

<sup>194</sup> Néstor García Canclini, “La ciudad espacial y la ciudad comunicacional: Cambios culturales de México en los 90”, en Bayardo Rubens y Mónica Lacarrieu (coord.), *Globalización e identidad cultural, op. cit.*, pág. 160.

*culturas. Las referencias nacionales y los estilos locales se disuelven en películas, cuadros y series televisivas que cada vez aparecen Sao Paulo y Tokio, Nueva York y México, en París y Buenos Aires*<sup>195</sup>. Además de que resulta altamente atractivo para los espectadores, conocer e identificarse con las historias que les son contadas, ya que son simples y sin gran contenido histórico y cultural, lo que facilita su comprensión y aumenta la preferencia por este tipo de relato.

Ahora bien, relacionado con lo anterior, pasaremos a revisar la situación del cine como medio para facilitar la penetración cultural norteamericana y que se manifiesta con mayor frecuencia en México. Pero antes que nada, cabe tomar en cuenta que *“el cine expresa una concepción popular y refuerza una serie de ideas que redundan en el desconocimiento de los unos por los otros, pero lo que no se puede evitar es partir del supuesto de que existe una relación, un cambio de ida y vuelta, el conocimiento básico de que las fronteras no sólo separan sino que también unen, no sólo significan barreras, sino también puentes*<sup>196</sup>. Son puentes que ayudan a pasar de un lado a otro costumbres, tradiciones, formas de pensar y de vivir y otras manifestaciones de las culturas populares de los países que participan en el intercambio. Además la apertura que trae consigo la globalización, y a través del cine podemos conocer un poco de culturas totalmente diferentes a la nuestra, que tal vez nunca tengamos oportunidad de conocer sino es por los medios de comunicación. Es a través de los festivales internacionales de cine que

---

<sup>195</sup> Néstor García Canclini, *Consumidores y Ciudadanos: Conflictos Multiculturales de la Globalización*, *Op. Cit*, pág. 102.

podemos acceder al menos durante 120 minutos aproximadamente, al contexto social y cultural, o por lo menos saber que cosas se crean en países como Finlandia, Polonia, Bélgica, China, Alemania, etc.. Aunque este tipo de cine, llamado cine de arte o de autor no es del agrado de todo el público y es de difícil acceso por las dificultades que presenta para comercializarlo y distribuirlo.

Relativo a la industria del cine, y debido a la crisis económica por la que atravesaban muchos países latinoamericanos, *“la década de los ochenta fue la de los cierres de las salas grandes y su sustitución por videoclubes. En cambio, los años 90, en México, como Buenos Aires, Sao Paulo, Bogotá, Santiago de Chile y otras grandes ciudades, ven resurgir el cine en espacios públicos mediante las microsalsas”*<sup>197</sup>. En México, hacia el año de 1993, por dar un ejemplo, sólo la cadena *Cinemex*, abarcó la operación del 23 por ciento de la taquilla; para fines de 1996, el conjunto de cadenas de microcines absorbe casi el 50 por ciento de los espectadores en el Distrito Federal, sucede el efecto contrario que en la década de 1980 cuando surgieron los videoclubes y gozaban de la preferencia popular y es durante la década de 1990, cuando los videoclubes pequeños comenzaron a cerrar sus puertas por la baja la demanda de ellos y se concentra desde entonces

---

<sup>196</sup> Julia Tuñón, “Una mirada al vecino”, en Mónica Palma *et al.*, *Norteamericanos en la Ciudad de México*, *op. cit.*, pág. 51.

<sup>197</sup> Néstor García Canclini, “La ciudad espacial y la ciudad comunicacional: Cambios culturales de México en los 90”, en Bayardo Rubens, y Mónica Lacarriue (coord.), *Globalización e identidad cultural*, *op. cit.*, pág. 160.

en cadenas como *Blockbuster* y *Videocentro*, y ahora ésta última siendo absorbida casi en su totalidad por la primera<sup>198</sup>.

En México, casi el 90 por ciento de los videos y películas que se comercializan, distribuyen y consumen son de origen estadounidense. Además la oferta cinematográfica que ofrecen principalmente España y América Latina, además de otros países, no llegan ni al 10 por ciento. El cine mexicano que se alquila en videoclubes no es más del 10 por ciento y no incluye películas que documenten conflictos contemporáneos<sup>199</sup>. Según los datos que nos ofrece Néstor García Canclini, en 1990 México ocupaba el lugar número dieciséis entre los importadores de películas norteamericanas, tres años después subió al décimo puesto a nivel mundial, con una inversión de 36.9 millones de dólares<sup>200</sup>. Lo anterior, nos revela que el público mexicano gusta del cine norteamericano, y puede ser causa de la adopción y la respectiva adaptación de algunas características de la cultura popular norteamericana a la cultura de nuestro país. En el mismo orden de ideas, cabe señalar que durante los años de 1990 a 1995, el 83 por ciento del total de largometrajes que se vieron en nuestro país fueron importados, siendo 118 películas importadas, teniendo como principal proveedor de ellas a los Estados Unidos. Durante los años de 1994 a 1998, se incremento el número total de películas de importación en México a 268<sup>201</sup>.

---

<sup>198</sup> Idem

<sup>199</sup> Néstor García Canclini, *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*, *op. cit.*, pág. 153.

<sup>200</sup> Ibidem, pág. 134.

<sup>201</sup> UNESCO, *Informe Anual sobre Cultura*, *op.cit.*, pág. 302

Otra manifestación de la penetración cultural norteamericana, es el establecimiento de franquicias y multinacionales en nuestro país, que se ha acelerado conforme avanza el proceso de globalización. De manera que al instalarse y prestar los servicios que ofrecen, existe un factor de vulnerabilidad a la penetración cultural en nuestro país, más visiblemente norteamericana. Tal es el caso de la empresa McDonald's, que se estableció en México desde 1985. Actualmente son 41 franquicias y 189 restaurantes de esta firma en el país, en 16 ciudades de la República Mexicana, donde se atienden aproximadamente a dos millones de clientes al mes. McDonald's está considerada como una de las principales franquicias y de las más grandes en México. Tiene entre sus proveedores a Bimbo, Coca Cola, Grupo Lala y Trosi, siendo el 90 por ciento de la materia prima que ocupan para elaborar sus productos de origen mexicano.

Tal como lo mencionamos en el capítulo anterior, McDonald's ofrece casi los mismos productos en el mundo, aunque existen algunos de ellos adaptados al gusto local, en el caso de México ofrece por ejemplo, Mcburrito, McMuffin a la mexicana, Mcolletes, etc., todo esto con la clara intención de captar más clientes<sup>202</sup>. Además el promedio de apertura de un restaurante McDonald's en México es uno mensual<sup>203</sup>. En México se consumen al año aproximadamente 35 millones de *Big Mac* (la hamburguesa más popular) en todo el país, 7 millones de

---

<sup>202</sup> En muchos casos el producto debe ser alterado, modificado o reformulado de alguna forma para que sea aceptado en otras culturas. León Shiffman, *Comportamiento del consumidor*, México, Prentice-Hall Hispanoamericana, 1991, pág. 53.

<sup>203</sup> Según cifras de McDonald's México del año de 1999. Puede ser consultado en línea: [www.mcdonalds.com.mx](http://www.mcdonalds.com.mx).

papas fritas y más de 24, 282 562 litros de Coca Cola son consumidos por los clientes de McDonald's en México. Lo que nos lleva a decir que incluso los hábitos alimenticios de los mexicanos se han modificado como consecuencia de la penetración cultural norteamericana.

### **4.3 Efectos de la Penetración Cultural Norteamericana en México**

Toda vez que hemos analizado las causas y manifestaciones de la penetración cultural norteamericana en México, estudiaremos a los que a nuestra consideración son los efectos más importantes que tiene aquella sobre nuestro país.

Como hemos expresado a lo largo de la presente investigación, Estados Unidos ha jugado un papel muy importante en tanto exporta parte de su cultura popular al resto de los países del mundo, mismos que toman y adaptan a sus culturas nacionales. No hace mucho, el escritor colombiano Gabriel García Márquez, afirmó que la fuerza de los países latinoamericanos está en su cultura, asimismo opinó que *"(...) en medio de la miseria, de las injusticias, de todo lo que estamos*

*pasando somos una potencia cultural*<sup>204</sup>. Y si bien esto es verdad, y no consideramos que se estén sustituyendo a las culturas nacionales latinoamericanas tradicionales, también es cierto que si se están adoptando ciertas características de la cultura estadounidense, como consecuencia del proceso de globalización que estamos viviendo, esto se vuelve tangible cuando analizamos las manifestaciones y los correspondientes efectos que trae consigo la penetración cultural norteamericana.

Es importante señalar, como ya lo hemos hecho, que la percepción, adopción y adaptación de la cultura norteamericana en México, se encuentra ampliamente ligada a los ingresos de los grupos sociales en cuestión de la misma manera que será tomada de diferente forma dependiendo de la zona geográfica del país. Ya que como bien lo señala José Manuel Valenzuela Arce, *“lo estadounidense influye de manera desigual. (...) la influencia estadounidense se presenta de manera importante entre la población de mayores ingresos, mientras que su gravitación es menor entre los pobres*<sup>205</sup>. Y esto marcará de manera definitiva los efectos de la penetración cultural norteamericana en nuestro país, puesto que los grupos con mayores ingresos resentirán mucho más este fenómeno dentro de su contexto cultural, pero también es necesario decir que incluso los grupos menos favorecidos son vulnerables ante aquel fenómeno.

---

<sup>204</sup> Virginia Bautista,, “Definen a Latinoamérica como potencia cultural”, Reforma, Sección C: Cultura, jueves 30 de noviembre de 2000, pág. 1C.

Sin duda la crisis económica afecta de manera directa a lo relacionado con la creación y consumo cultural. Por ejemplo, el sociólogo Néstor García Canclini y su equipo de investigadores realizaron en 1990, una encuesta en 1500 hogares de la ciudad de México, con el fin de obtener datos que pudieran ayudarlos a identificar los comportamientos culturales de los habitantes de esta ciudad<sup>206</sup>. En cuanto al uso de los equipamientos públicos, según la citada investigación, los datos demostraron que el 41.2 por ciento dijo tener más de un año sin ir al cine; el 62.5 por ciento a los cuales les gustaba el teatro dijo no haber visto ninguna obra en ese tiempo y el 89.2 por ciento no había ido a conciertos. El 10 por ciento de la población se encontraba interesada en espectáculos populares y en fiestas locales del barrio donde vivían<sup>207</sup>. Durante su tiempo libre, los habitantes de la ciudad de México, gustan de quedarse en casa, donde el 24.7 por ciento tiene como principal actividad el ver televisión y el 16.3 por ciento solo descansa, duerme o se ocupa de las tareas domésticas. El 20.5 por ciento de los encuestados acostumbra salir de la ciudad de México a lugares cercanos. Lo anterior nos demuestra que en su mayoría los habitantes de la ciudad de México no se encuentran atraídos ni por museos, ni bibliotecas en general, y que el medio de entretenimiento por excelencia durante el tiempo libre es la televisión. En otros Estados de la República Mexicana donde incluso la infraestructura cultural es menor, la

---

<sup>205</sup> José Manuel Valenzuela Arce,, *Ámbitos de interacción y consumo cultural en los jóvenes*”, pág. 389.

<sup>206</sup> Estamos concientes de que los datos aquí citados son de hace diez años, pero como hemos dicho anteriormente no existe ninguna institución que pueda dar datos acerca del consumo cultura en el Distrito Federal, de manera que acudimos a las cifras que otorga Néstor García Canclini para el desarrollo de la presente investigación.

<sup>207</sup> Néstor García Canclini, *Consumidores y Ciudadanos*, *op. cit*, pág. 77.

televisión se erige como la principal atracción, ya que no cuentan con sistemas culturales adecuados.

Ahora bien, tomando en cuenta lo anterior y hablando específicamente a la televisión, es un hecho que tanto los programas como la publicidad, crean una atmósfera propicia para invitar al consumo y que, además algunos programas y películas que se transmiten en la televisión son de origen estadounidense, podemos decir pues, que la televisión sin duda es un medio útil para la penetración cultural norteamericana. Ésta otorga la ventaja de que no distingue entre clases sociales y es de fácil acceso para todos. Como lo afirma Carlos Monsiváis, “(...) *la televisión es, sin mayor oposición la interlocutora fundamental de la sociedad y monopolista del tiempo libre*”<sup>208</sup>. Además es a través de la televisión que podemos tener más fácil acceso a todo aquello que nos proporcionan las cadenas nacionales; información, música, entretenimiento y otras fórmulas que son inventadas o reinventadas para nuestra recreación.

Así como existe una desigual distribución de la riqueza, de igual forma existe una desigualdad cultural y de percepción de lo extranjero. De tal manera que, como afirma Carlos Monsiváis “*un vastísimo sector analfabeto magnifica la influencia de radio, cine, televisión, fotonovelas, etc., y a eso se le añade que la mayoría de los periódicos y revistas (fuerza significativa de cohesión social, cualquiera que sea su*

---

<sup>208</sup> Carlos Monsiváis, “Cultura: Tradición y Modernidad”, en Héctor Aguilar Camín, *et al.*, *México y los cambios de nuestro tiempo*, Tomo III del Coloquio de Invierno, México, UNAM-CONACULTA-FCE, 1992, pág. 159.

*don para movilizar actitudes públicas). (...) El resultado es previsible: las masas urbanas no disponen de una versión crítica de la identidad nacional, ignoran todo contexto internacional y no aspiran a una identificación proletaria sino a un futuro de consumidor. Su conciencia de clase se evapora y se trueca por una avidez consumista donde lo adquisitivo hace las veces de lo competitivo (lo que tengo me hace superior a mis vecinos)”<sup>209</sup>. Aunque a nuestro parecer esta no es una actitud privativa de las clases menos favorecidas, porque es por todos conocido el hecho de que los grupos sociales pudientes mexicanos tampoco se identifican ni asimilan de manera positiva la identidad nacional, además de que no tienen ningún interés por el acontecer nacional ni el internacional; lo único que aparentemente les interesa es llevar una feliz vida consumista, donde la coca cola, McDonald’s y Disney les brindan la posibilidad de asumir un papel dentro de la sociedad a la que pertenecen. Y aunque el arraigo que existe hacia la cultura tradicional aun es muy fuerte, las generaciones más jóvenes de todos los grupos sociales no se sienten relacionados con la cultura nacional tradicional heredada.*

La televisión transporta a chicos y grandes, pobres o ricos a un mundo al que aspiran llegar, conocer y vivir; y a través de los programas de televisión reconocen aquello que poco a poco es menos ajeno a su contexto cultural: lo norteamericano. Luis González Souza asegura que *“(...) el cuasimonopolio televisivo se ha convertido en una poderosa caja de resonancia de las facetas más negativas de la*

---

<sup>209</sup> Carlos Monsiváis, “Cultura urbana y creación intelectual. El caso de México”, en González Casanova, Pablo, *Cultura y creación intelectual en América Latina*, México, Siglo XXI, 1984, pág. 27.

*cultura estadounidense. Sobresalen las facetas del consumismo, violencia y morbo*<sup>210</sup>. Las cadenas televisivas nacionales en un intento por ganar audiencia, copian modelos de los programas donde la falta del guiones inteligentes es una característica, carecen de moral y exacerbaban la violencia y el morbo, tal es el caso de los llamados *talk shows*, apenas copias mal hechas de los malos programas norteamericanos de este tipo, donde se trata como tontos tanto a los participantes como a la audiencia, y no hace sino resaltar todas las carencias culturales y educativas de la población que la consume, a quien ridiculiza y se burla de ella, suponiendo que esto es divertido, recreativo y formativo. Y todo esto gracias a que *“el hábito de ver televisión y los efectos de diverso orden que resultan de ese hábito se han extendido con rapidez y ya son parte de la forma de vida de amplios sectores de la sociedad mexicana. En los centros urbanos es posible constatar, en ciertas ocasiones, fenómenos de conducta masiva que no existirían si la televisión no fuera parte de esas amplias capas culturales. (...) en la forma de vida de los sectores populares, en sus maneras de expresión en el uso de su tiempo, en la definición de algunas aspiraciones y proyectos, en la información que manejan, en fin, en su cultura, la televisión ocupa un lugar importante*<sup>211</sup>. En nuestra opinión, la televisión resulta un medio de comunicación, al que se le ha dado un carácter cuasi-formativo que no es tal: educa, enseña, divierte, y no requiere de ningún

---

<sup>210</sup> Luis González Souza, *Soberanía Herida: México-Estados Unidos en la hora de la globalización*, México, Nuestro tiempo, 1994, pág. 147.

<sup>211</sup> Guillermo Bonfil Batalla, “T.V., Cultura popular y control cultural”, en *Comunicación Social*, número 2, México, Foro de Consulta Popular de Comunicación Social, Junio 1983, pág. 119. Citado en Xóchitl Ramírez Sánchez, y Eduardo Nivón Balán, “El estudio de la cultura de masas en México”, en Néstor García Canclini, *Cultura y Pospolítica: el debate sobre la modernidad en América Latina*, México, CNCA, 1995, pág. 106.

esfuerzo físico o mental para entenderlo y “vivirlo”, aunque en realidad signifique todo lo contrario. Sucede que en una población donde el 90 por ciento de su total utiliza como principales medios la televisión y el radio, no es difícil imaginar que mucha de su experiencia y bagaje cultural provenga de ellos.

Ahora bien, si tomamos en cuenta que la radio al igual que la televisión, forma parte importante dentro de la vida cotidiana de la población mexicana, y que actualmente existen muchas estaciones que programan música en inglés, de procedencia norteamericana, cabe señalar que es a través de dicho medio que se expresa de manera directa la penetración cultural norteamericana. Y ya que hablamos de música, podemos mencionar que en México, durante el año de 1996, el porcentaje de distribución por tipo de música fue el siguiente: la música popular nacional obtuvo un 58 por ciento, la popular internacional resultó tener el 40 por ciento, y el 2 por ciento de la distribución total fue para el género de música clásica, donde se estima que el principal proveedor de música importada a nuestro país fueron los Estados Unidos<sup>212</sup>.

Además, es por todos conocido que el hábito de escuchar el radio o ver la televisión, según sea el caso, forma conductas y es fácil adoptar expresiones que ahí oímos o vemos. Alejandro Radnick, presidente de la *Sociedad Psicoanalítica de México*, afirma que “*el ritmo y las letras si influyen en la conducta de quienes escuchan determinada canción, aunque en efecto variará dependiendo de la*

*susceptibilidad del receptor. (...) los ruidos estridentes también lastiman, y en cuanto a la letra hay una influencia importante en la medida en que se repite constantemente el mismo mensaje y en la mente se quedan grabados esos elementos que pueden llevar a actuar negativamente*<sup>213</sup>. Es necesario decir, que no consideramos que toda la música de origen norteamericano lleve a tener una conducta agresiva o violenta, pero sí estamos de acuerdo con el hecho de que la influencia de ésta, tenga un efecto importante entre la gente que la escucha, lo cual puede llevar al cambio de hábitos, costumbres y otras expresiones culturales como el lenguaje, propios del lugar en donde se vive.

Como hemos ido analizando, todas o algunas manifestaciones culturales que determinan lo culto o las expresiones culturales de alto nivel, son casi privativas de ciertos sectores de la sociedad. Néstor García Canclini expresa que *“lo culto pasó a ser un área cultivada por fracciones de la burguesía y de los sectores medios, mientras la mayor parte de las altas y medias, y la casi totalidad de las clases populares, iba siendo adscrita a la programación masiva de la industria cultural”*<sup>214</sup>. En México, en tanto se han aceptado y se estrechan vínculos con los medios de comunicación, se asiste a una sustitución de otras formas educativas y formativas por los medios, la modernidad y el ritmo de vida que ésta determina, establecen

---

<sup>212</sup> UNESCO, *Informe Anual de Cultura*, *op.cit.*, pág. 371

<sup>213</sup> Alberto Castillo y Juan Carlos García, “¿Existe música de riesgo?”, *Reforma*, Sección E, domingo 26 de noviembre de 2000, pág 1E.

<sup>214</sup> Néstor García Canclini, *Cultura híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo, 1989, pág. 85.

como necesaria la cultura del “on-off”, que es más barata y llega a más personas en menos tiempo.

Ahora bien, tomando en consideración que la radio y la televisión captan a gran cantidad de personas en nuestro país la lectura queda sólo para aquellos que tienen el hábito o la obligación de leer<sup>215</sup>. Carlos Monsiváis plantea que la gente que vive en un país que crece constantemente *“no dispone en general de estímulos para la lectura. No es parte de su acondicionamiento, no le es posible hacerlo en las aglomeraciones del transporte, no dispone de guías y referencias; el libro es cada vez más un objeto de lujo, y la enseñanza en México no ha favorecido el placer por tal actividad. Si lee en un país que cuenta con 22 millones de analfabetos reales y funcionales –leerá por lo común la prensa deportiva, publicaciones “amarillistas” o de nota roja e historietas”*<sup>216</sup>. Lo anterior nos revela que además del ritmo acelerado con que obliga a vivir la modernidad, los medios de comunicación se nos presentan como la panacea formativa y recreativa, entre otras cosas, nos enfrentamos a un sistema educativo que durante años ha manifestado sus carencias, un sistema que no llega a todos y un sistema que está en crisis. Aunado a esto, la lectura de difícil acceso y mayor contenido, es la más cara y de ahí radica su inaccesibilidad, siendo las revistas, folletos, prensa deportiva e historietas el medio más barato y divertido, el único al que tienen

---

<sup>215</sup> “En cuanto a los hábitos de lectura, las estadísticas muestran que la producción de libros, el número de bibliotecas y el uso que se les da a las mismas son menores en México que en Estados Unidos y Canadá”. Liliana López Levi, *Centros Comerciales*, *op. cit.*, pág. 196.

acceso muchas personas en México. Pero incluso estas han sufrido los efectos de la penetración cultural, tal es el caso de la historieta.

La industria de la historieta, formó parte de la cultura popular mexicana a mediados del siglo XX, a través de ésta, mucha gente no sólo aprendió a leer, sino también a comprender discursos de ficción. Su decadencia comenzó hace treinta años y abrió paso a literatura de tercera: sensacionales y tiras porno. Sucede que *“en países como Francia, Italia, España, Bélgica y Argentina, la historieta es considerada una creación artística, mientras que en México ha adquirido la connotación de literatura de tercera, es decir, un producto de subcultura para entretener a la masa”*<sup>217</sup>. Una masa, que en nuestra opinión, ha aprendido a divertirse con lo simple, lo rápido, lo violento, pornográfico e irreal, tal como lo presentan algunas historietas que siguen el modelo norteamericano. Siendo de esta manera, algunos creadores de historietas argumentan que fue culpa de las editoriales el fin de la tira cómica en México, por apostarle a lo comercial exitoso extranjero, específicamente norteamericano; las editoriales a su vez, culpan a los creadores, puesto que no cuentan con la calidad para competir en el mercado internacional y no hacen otra cosa (los creadores) que no sea copiar. Y mientras las discusiones continúan, es el público el que sigue consumiendo. *“Durante 10 años, los mercados nacional y extranjero se complementaron muy bien, pero de*

---

<sup>216</sup> Carlos Monsiváis,, “La cultura popular en el ámbito urbano”, en Juanita Luna Lawhn, et. al., *México and the U.S.: intercultural relations in the humanities*, San Antonio Texas, San Antonio College, 1984, pág. 91.

<sup>217</sup> Dora Luz Haw, “Entre el desprecio y el culto popular”, *Reforma*, Sección C, lunes 22 de Enero de 2001, pág. 1C.

*manera definitiva fue el público quien se inclinó por los personajes foráneos y dejó pocas posibilidades a la clásica historieta nacional*<sup>218</sup>. Así que nuevamente la penetración cultural norteamericana se hace presente y los habitantes sucumben ante lo extranjero y lo consumen antes que a lo nacional, por ser más vistoso, atractivo, divertido y diferente, de hecho México hasta antes de la crisis de 1982, era el país del mundo que proporcionalmente consumía más historietas, con más de 100 millones de ediciones al mes<sup>219</sup> y obviamente no eran éstas de producción nacional. Así que lo anterior nos da un panorama general de la influencia que puede ejercer un medio como lo es la historieta, que como hemos visto, normalmente copia o importa modelos extranjeros en su mayoría de origen estadounidense.

Toda vez que hemos analizado el efecto que causa la penetración cultural norteamericana en México, a través de los medios de comunicación: televisión y radio, y un breve análisis de la lectura en nuestro país, nos adelantaremos un poco a la conclusión que ya Luis González Souza nos brinda: *“la educación y los medios masivos de información tienen especial gravitación sobre la cultura. No constituyen el único vehículo para la recreación o desfiguración de ésta, pero si son un vehículo de lo más poderoso*<sup>220</sup>. De hecho nos atrevemos a decir que no

---

<sup>218</sup> Ídem

<sup>219</sup> Carlos Monsiváis, “La cultura popular en ámbito urbano”, en Luna Lawhn Juanita., et. al, *México and the U.S.: intercultural relations in the humanities*, op. cit., pág. 91.

<sup>220</sup> Luis González Souza,, *Soberanía Herida: México-Estados Unidos en la hora de la globalización*, op. cit., pág. 132.

son sólo un vehículo, sino que en muchos casos son la estructura cultural más sólida que tienen ciertos grupos sociales.

Por otra parte, y ya que hablamos de educación, un efecto inmediato tanto de la globalización como de la penetración cultural norteamericana en nuestro país podemos observarlo en la cuestión de la educación universitaria. Dado que es un tema de gran envergadura y puede llevarnos a la defensa o no de las universidades y la educación tradicional, o lo mismo al planteamiento moderno del modelo educativo, al tratar este tema únicamente nos referiremos a las universidades corporativas como expresión de la penetración cultural norteamericana y la globalización.

Las llamadas universidades corporativas, se crearon *“con la intención de tener personal con capacitación en el sistema educativo tradicional no se obtiene, empresas como Teléfonos de México y Volkswagen de México han creado sus propias divisiones formadoras de capital humano. El Instituto Tecnológico de Teléfonos de México (Inntelmex), imparte desde 1993 una maestría en Administración de empresas de telecomunicaciones, además de diplomados y seminarios relacionados con el sector”*<sup>221</sup>. Para muchos modernizarse significa norteamericanizarse, y esta es una expresión del México en modernización, y aunque ya existen este tipo de universidades dedicadas a formar especialistas y personal calificado en México, si comparamos con la corriente mundial en materia

de universidades corporativas, los esfuerzos y resultados se podría decir que son aislados, pero ya los hay.

Las universidades corporativas, se crearon a finales de la década de los cincuenta, por empresas principalmente norteamericanas y europeas, con el fin de capacitar y cubrir la falta de personal altamente calificado. Estas universidades cuentan actualmente con carrera completas y cursos de actualización que se imparten en las instalaciones de la empresa, con planes obviamente diseñados por la compañía que los crea. En 1988 existían aproximadamente 400 universidades corporativas alrededor del mundo, y hoy son más de 1600<sup>222</sup>.

En el caso de México sucede que las empresas transnacionales son las que se aprovechan de las universidades corporativas para emplear a sus egresados. Mientras que los directivos de las empresas mexicanas (medianas y pequeñas) optan por contratar instructores externos para dar capacitación a sus empleados, y claro es que muchos de estos capacitadores han obtenido preparación en el extranjero, principalmente en los Estados Unidos, con lo cual nos enfrentamos de nueva cuenta con la penetración cultural a través de la capacitación laboral, y que cada vez es más popular en nuestro país, ya sea como capacitación, auditorías o consultorías. Respecto de la gente que se dedica a dar entrenamiento laboral, sucede que algunas veces son extranjeros o bien, son mexicanos con estudios de

---

<sup>221</sup> Hugo De la Torre, "Universidades corporativas crean fuerza laboral", Reforma, Sección Negocios, lunes 12 de marzo de 2001, pág. 15A.

<sup>222</sup> Idem

posgrado en el extranjero y en algunos casos, también radicados en el exterior. Esto es importante rescatarlo porque coincidimos totalmente con la afirmación de Luis González Souza: “*sin duda, la fortaleza cultural de México también es afectada por la llamada fuga de cerebros: científicos, profesionistas y estudiantes de alto nivel educativo que deciden trasladarse al extranjero*”<sup>223</sup>. Y esto afecta de manera directa la creación y el consumo cultural de alto nivel, pero es la falta de oportunidades y el ir en busca de mejores circunstancias laborales y profesionales las que hacen que muchos profesionistas emigren al extranjero. De acuerdo con el Informe Anual de Cultura de la UNESCO, en el período que comprende los años de 1992 a 1995, eran 10 mil 8 estudiantes mexicanos haciendo estudios superiores en el extranjero, siendo los Estados Unidos el país principal que acoge a los estudiantes mexicanos<sup>224</sup>.

Pero retomando lo relativo a las universidades corporativas, el director de la división de negocios y alta dirección del Instituto Tecnológico y Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) Miguel Carrillo, respecto del principal motivo que a su consideración da pie a la creación de las universidades corporativas, afirma que este tipo de escuelas surgen porque las escuelas tradicionales no han tenido capacidad para reaccionar ante las necesidades de las empresas y éstas deciden fundar sus propias instituciones<sup>225</sup>. Aunque más que tratarse de un

---

<sup>223</sup> Luis González Souza, *Soberanía herida: México-Estados Unidos en la hora de la globalización*, *op. cit.*, pág. 157.

<sup>224</sup> UNESCO, World Culture Report 2000. Culture, Diversity, Conflict and Pluralism, Francia, Ediciones UNESCO, 2000, pág. 457

<sup>225</sup> Hugo De la Torre, “Universidades corporativas”, *op. cit.*, pág. 15A.

problema de adaptación, a nuestro parecer se trata de que algunas empresas requieren de técnicos especializados en lugar de emplear a profesionales con nivel de licenciatura.

Respecto de lo anterior, la coordinadora del programa Cisco Networking Academy, Verónica Tostado, considera que sería mucho mejor si en lugar de que cada empresa abriera su “escuelita”, apoyaran y prefirieran los programas de estudio de las grandes instituciones académicas nacionales. Cisco Systems, por ejemplo, tiene programas en los que se ofrece información sobre tecnologías de computación a más de 78 academias en México. El programa que ofrece Cisco Systems, se trata de otorgar a instituciones educativas una currícula que es actualizada trimestralmente y desde el nivel preparatoria. *“Al concluir el curso el estudiante presenta un examen y obtiene un certificado con reconocimiento mundial. Hoy este modelo de Cisco Systems es utilizado en 114 países, con 180 mil alumnos y 21 mil instructores”*<sup>226</sup>. De manera que se trata de una empresa extranjera la que examina y certifica académicamente a miles de solicitantes, y con dicha evaluación tendrán la oportunidad de acceder al mercado laboral mundial, aunque el contexto cultural y académico sea diferente al del país de origen.

Una empresa que también tiene su propia universidad, y que algunos mexicanos ya son egresados de ella es McDonald’s, con su universidad de la hamburguesa.

Dicha universidad se encuentra localizada en Chicago Illinois, cuenta con una plantilla de 30 profesores, 19 salones y 70 estudiantes. En esta universidad se ofrecen cursos de mercadotecnia, operaciones, administración, finanzas, recursos humanos, entrenamiento, compras, desarrollo inmobiliario e ingeniería de equipos<sup>227</sup>. Abierta desde 1960, la universidad corporativa de McDonald's es una de las primeras entidades educativas orientada a capacitar a los empleados de todo el planeta en distintas disciplinas de la gerencia<sup>228</sup>. Se trata, a nuestro parecer es una expresión más de la americanización cultural efecto de la globalización, donde McDonald's se erige ya no sólo como una empresa líder de comida rápida, sino que apuesta también a la academia, siendo una manifestación clara de la penetración cultural norteamericana.

La empresa McDonald's actualmente cuenta con universidades en Japón, Brasil, Canadá e Inglaterra. En México, según lo ha anunciado César Martínez, vicepresidente de capital intelectual de dicha empresa, en los próximos meses se abrirá una universidad de la hamburguesa. Hasta la fecha en el centro de capacitación de McDonald's se han graduado más de 500 mexicanos<sup>229</sup>. Consideramos lo anterior como un efecto de la globalización y la penetración cultural norteamericana en nuestro país, además tratándose de México una nación política, cultural y geográficamente estratégico para Estados Unidos con el resto

---

<sup>226</sup> Idem

<sup>227</sup> Hugo De la Torre,, "La universidad de la hamburguesa", Reforma, Sección Negocios, lunes 12 de marzo de 2001, pág. 15A.

<sup>228</sup> Idem

<sup>229</sup> Idem

de los países latinoamericanos, representa el poder extender y distribuir de mejor manera todo su proyecto empresarial.

Por otra parte, pero no menos importante que lo anterior, se encuentra lo relativo a la tecnología, que con el intercambio consecuencia de la globalización, está teniendo especial gravitación sobre la población mexicana. Respecto de ello, Néstor García Canclini afirma que *“el agravamiento en curso de las desigualdades económicas y culturales, la remodelación de la cultura cotidiana por la introducción de nuevas tecnologías electrónicas accesibles a un 5 por ciento de la población (computadoras, información por Internet, etc.) es seguro que a fin de la década tendremos una sociedad homogeneizada desde fuera y más segmentada hacia adentro”*<sup>230</sup>. A nuestra consideración, resulta un poco arriesgado hablar de que a corto plazo se dará una homogeneización, ya que si bien es cierto la americanización cultural consecuencia del fenómeno de globalización es un fenómeno que mucho ya ha avanzado, las culturas nacionales de México y el resto del mundo, nos parece, aún son sólidas y se requerirán años para eliminarlas totalmente. Pero es cierto, que poco a poco la cultura de la sociedad de masas en la que vivimos se parece más o tiene menos diferencias con otras culturas, especialmente con la cultura popular de Estados Unidos; misma que en el afán de invitarnos a la convivencia cultural ha adoptado como propias algunas características culturales de cada región del mundo, un poco como enseñando: “si

---

<sup>230</sup> Néstor García Canclini, “La ciudad espacial y la ciudad comunicacional: Cambios culturales de México en los 90”, en Bayardo Rubens, y Mónica Lacarriue (coord.), *Globalización e identidad cultural, op. cit.*, pág. 162.

yo puedo, ustedes también”. Y nuevamente el resto de los países toman esas nuevas propuestas culturales, adaptadas ya por Estados Unidos al mundo occidental – en el sentido de americanizar – y es así como se da una mezcla cultural sin precedente.

Retomando lo relativo a la tecnología, si como lo hemos mencionado en los capítulos anteriores, se han ido introduciendo, cada vez con mayor frecuencia nuevas tecnologías a la vida cotidiana, aún falta mucho camino por recorrer en este sentido, ya que “ *pese al acelerado dinamismo del sector informático México no ha sido capaz de reducir la brecha digital*”<sup>231</sup>. Brecha, que poco a poco se ha de ir eliminando si se quiere llevar un buen ritmo dentro del proceso de globalización, del que como hemos mencionado ya, la tecnología es característica fundamental y vehículo importante de dicho fenómeno.

Por ejemplo, en el Distrito Federal el 21.6 por ciento de las viviendas tienen computadora, aunque la media nacional es de sólo 9.3 por ciento, y son siete las entidades que presentan porcentajes inferiores al 5 por ciento<sup>232</sup>. La distribución, venta y consumo de computadoras, periféricos como escáneres e impresoras, papel y tintas de impresión, se encuentran concentrados en tres Estados: el Distrito Federal, Jalisco y Nuevo León, según cifras de un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), aunque cabe

---

<sup>231</sup> Ernesto Sarabia,, “Crece PIB informático”, Reforma, Sección Negocios, ;miércoles 7 de marzo de 2001, pág. 1A.

mencionar que en los hogares mexicanos, la presencia de computadoras se ha elevado en un 150 por ciento más que hace cinco años<sup>233</sup>. Como podemos observar el Distrito Federal es el que concentra el mayor consumo de tecnología computacional, ya que *“sólo uno de cada 10 hogares mexicanos cuentan con una computadora personal, siendo el Distrito Federal la entidad donde existen el mayor porcentaje de hogares con PC – el 21 por ciento- contrastando con Chiapas, por ejemplo, donde sólo 2 de cada 100 casas cuentan con este dispositivo”*<sup>234</sup>. El consumo de tecnología y la posesión y manejo de la misma, está relacionada con el nivel de escolaridad y el ingreso, así lo demuestra el hecho de que de 81 de cada 100 hogares que disponen de computadora, el jefe de familia tiene un nivel académico de preparatoria o superior. Así que de nueva cuenta, nos encontramos con lo que hemos venido afirmando, las clases de mayores ingresos quedan mayormente expuestas a las innovaciones tecnológicas y por ende a la penetración cultural norteamericana.

De los hogares mexicanos con computadora solamente el 2 por ciento percibe un ingreso mensual igual o inferior a 4 salarios mínimos, mientras que el 84 por ciento supera los ocho salarios mínimos. De hecho, la firma investigadora Select-IDC, estima que hay 2.2 millones de hogares mexicanos que cuentan con una computadora. Y aunque se podría decir que aún no son cifras muy elevadas, cabe

---

<sup>232</sup> Los Estados que tienen estas cifras, son de los menos favorecidos: Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Veracruz, Tabasco, Yucatán e Hidalgo. *Ídem.*

<sup>233</sup> Jorge Taboada, “Concentran D.F., N.L. y Jalisco mayor uso de PC’s”, *Reforma*, Sección Interfase, lunes 12 de marzo de 2001, pág. 11A.

recordar que no sólo en el hogar se puede tener acceso a la tecnología computacional, ya que en el campo laboral son una herramienta básica, en las escuelas son casi ya una exigencia (incluso las públicas cuentan aunque sea con una) y la popularidad que han alcanzado los cafés Internet o la renta de computadoras hacen cada vez más fácil el acceso, aun para aquellos que no cuenten con una en casa.

Respecto del uso de Internet, nos encontramos con que para 1999 había 2,453 mil usuarios de este medio en México; de donde el 80 por ciento del tráfico de información que hay en el Internet, en nuestro país proviene del extranjero, mientras que sólo el 15 por ciento es entre ciudades del país y el cinco por ciento es local, así que México recibe cinco veces más información de lo que envía al exterior<sup>234</sup>. De manera que el Internet, es un medio, a través del cual el intercambio cultural es impresionante, y es una fuente directa para la penetración cultural.

Como ya hemos dicho, la tecnología y sobre todo la relacionada con las computadoras, tenderá poco a poco irse haciendo más accesible para todos, puesto que es un medio a través del cual se puede facilitar el intercambio cultural con otros países, sobre todo el casi específico con el Internet. Carlos Bueso, gerente de marketing de servicios al proveedor de Cisco Systems México, asegura

---

<sup>234</sup> Humberto Vela, "El PIB informático", Reforma, Sección Interfase, lunes 12 de marzo de 2001, pág. 2A.

<sup>235</sup> Fuente: Comisión Federal de Telecomunicaciones

que América Latina actualmente se presenta como uno de los mercados principales para los proveedores de Internet<sup>236</sup>. Y aunque el Internet es un medio que actualmente goza de gran popularidad, no es muy probable que se vuelva una competencia real para la radio y la televisión, en tanto no se simplifique el acceso a este medio, tanto el procedimiento como el abaratamiento de costos, y se convierta en un medio de “*on-off*” como los otros.

Ya que hemos estudiado los efectos de la penetración norteamericana en México relacionados con los medios de comunicación y la tecnología, ahora pasaremos a analizar los efectos que a consecuencia principalmente de aquellos, se manifiestan en la forma de vida de la población mexicana. Sin duda, gracias a la penetración cultural norteamericana, muchos hábitos, costumbres y tradiciones, de la vida cotidiana de los habitantes de este país han cambiado y seguirán haciéndolo como consecuencia de los cambios culturales que trae consigo la globalización. ¿Pero qué es lo que influye para que se dé esto? Carlos Monsiváis afirma que: *“todo a la vez: la computarización modifica el ritmo del progreso, la burguesía quiere establecerse parcialmente en los Estados Unidos (la Jolla, Coral Gable, Miami Beach, Padre Island, Mc Allen, Olympic Towers en Nueva York), los yuppies se hacen cargo de la escena social, la homogeneización avanza, tercermundista se vuelve un insulto, la belleza femenina se mide a través del concurso Miss México, Houston es la meca de los enfermos, si hay McDonald’s en Moscú ¿por qué no puede haberlos en la sierra de Oaxaca? El afán competitivo*

*redefine las ambiciones de oficios que desde el nombre apuntan nuevas psicologías: entrepreneurs, juniors executives, first is first and second is nobody. Y según muchos el nacionalismo pasa de vivencia definitoria a espectáculo, de donde se entra y se sale a voluntad*<sup>237</sup>. Lo anterior, en nuestra opinión, es consecuencia de la penetración cultural norteamericana, ya que ha ido extendiéndose y abarcando cada vez más espacios, y por consiguiente ha modificado de manera real la forma de vida de los mexicanos.

En los tiempos de la recomposición política, económica y cultural en el mundo, obviamente se ve afectado, aunque cabe decir que si bien durante los últimos quince años se ha acrecentado la americanización cultural en el país, también es cierto que México desde hace mucho tiempo ya, había siempre aspirado al modo de vida norteamericano. Pero es *“el proceso de desnacionalización cultural acelerado como nunca durante el gobierno salinista, ya causa estragos en la sociedad mexicana. Estragos sin precedentes, no sólo en extensión sino en intensidad: del tradicional suspiro por la manera norteamericana de vivir (el famoso american way of life) se transita a la imitación de Estados Unidos de América en formas de pensar e inclusive de reír y de llorar. Formas de divertirse y lloridos como los asociados con las drogas y la violencia, es lo más visible pero no lo único*<sup>238</sup>. Además de todo el intercambio y movimiento cultural que presenciamos

---

<sup>236</sup> Notimex, “Aseguran tiene América Latina fuerte potencial para la expansión de Internet”, *Reforma*, Sección Interfase, lunes 12 de marzo de 2001, pág. 11A.

<sup>237</sup> Carlos Monsiváis, “La Cultura Norteamericana y México”, *op. cit.*, pág. 516.

<sup>238</sup> Luis González Souza,, *Soberanía Herida: México-Estados Unidos en la hora de la globalización*, *op. cit.*, pág. 174-175.

producto del fenómeno de globalización, consideramos que son los medios de comunicación y la tecnología los principales mecanismos a través de los cuales la gente queda más expuesta a los productos culturales que ahí se muestran. Y obviamente al aspirar alcanzar el modo de vida norteamericano, y al enfrentar frustraciones personales como la falta de porvenir, desempleo, pobreza, marginación, discriminación sexual o étnica, etc., se fomentan entre otras cosas, el consumo de drogas y la violencia.

Y aunque a nuestros ojos, la cultura popular norteamericana carece de valores morales, exacerba la violencia, incita al uso de drogas, etc., los mexicanos nos sentimos ampliamente atraídos hacia ella. De acuerdo con una encuesta realizada por la revista Este País, y citada por Luis González Souza, en el libro *Soberanía Herida*, a un grupo de estudiantes de secundaria se les pregunto si querrían ser norteamericanos, a lo que el 40 por ciento de los encuestados respondió que sí<sup>239</sup>. Y aunque son cifras que causan más depresión que emoción, no es de extrañarse porque Estados Unidos siempre se nos ha mostrado como la gran potencia económica, política, militar y cultural, el paraíso del consumo y la fantasía, que goza de un buen nivel de vida, donde existe la justicia social y donde todo está al alcance de la mano.

Entonces nos enfrentamos a una pérdida de identidad propia, en tanto lo individual como lo nacional además de la frustración y el endeudamiento consecuencia del

consumismo acelerado a cambio lo anterior de un bienestar que jamás conocemos, resultado todo ello, del cambio de valores culturales<sup>240</sup>. Se supondría que la vida es más fácil, pero como menciona Gilles Lipovetsky que *“el acceso a numerosos objetos de consumo, al progreso de la tecnología, la globalización, los viajes y las tarjetas de crédito, en apariencia nos hacen la vida más fácil. Pero al mismo tiempo la vuelve complicada porque, justamente, todas las posibilidades están abiertas”*<sup>241</sup>. Y aunque en muchos aspectos nuestra vida si se han facilitado por la utilización y avance de la ciencia y la tecnología, la cultura también se ha hecho fácil, en el sentido de que todo lo que aparentemente nos gusta ver y oír aparece a través de las pantallas (televisión, cine o computadora) es simple y rápido, aunque son sólo imágenes que poco tengan que ver con nuestro contexto cultural y social.

Las transformaciones culturales han hecho que se de un cambio incluso en el ámbito familiar. En cuanto a formas y costumbres de la vida familiar, según cita Luis González Souza a Guadalupe Loaeza, ahora sólo asistimos a los encuentros casuales: *“estamos importando ahora un modo de vida americano que está destruyendo nuestras mejores tradiciones, tales como las de mantener estrechos vínculos familiares”*<sup>242</sup>. Ahora es común salir a pasear a los grandes centros comerciales, que cada vez proliferan más, con el único pretexto de ver y comer,

---

<sup>239</sup> *Ibidem*, pág. 177.

<sup>240</sup> *Ibidem*, pág. 179.

<sup>241</sup> Guadalupe Loaeza, *Debo luego sufro*, México, Océano, 2000, pág. 15.

sin necesariamente comprar, pero si alimentar las ansias consumistas. De manera que incluso el ámbito familiar está resintiendo de manera directa la penetración cultural norteamericana, ya que el ritmo de vida, los nuevos hábitos y costumbres urbanos, están cambiando como respuesta a la globalización.

A manera de conclusión del presente capítulo, podemos decir que México, como todos sabemos es una sociedad pluriétnica, aunque la tendencia “*a la diversificación cultural tiene su contraparte en el conjunto de factores que actúan a favor de la unificación o la uniformidad cultural*”<sup>243</sup> no se ha hecho esperar en nuestro país. Ciertamente existe dicha tendencia, aunque en lo particular consideramos que es difícil hablar de uniformidad, siendo que las sociedades tienden a adoptar algunos rasgos de la cultura que se les impone, modificando la propia, de tal manera que aunque la tendencia sea la homogeneidad, es peligroso caer en ese tipo de afirmación.

Cabe señalar que la diversidad cultural que existe en nuestro país, es lo que enriquece a nuestra nación. Pero al igual que hemos hecho durante el desarrollo del presente capítulo, tenemos que decir que la americanización cultural que se vive como expresión de la globalización a nivel mundial, igual se vive en México y tiene manifestaciones diversas, pero no diferentes incluso al resto del mundo. No se trata de que la americanización cultural, llevará necesariamente a la

---

<sup>242</sup> Guadalupe Loaeza citada por Andrés Oppenheimer, “Some mexican fear growing ‘gringoization of their country’”, *The Journal of Commerce*, 19 de octubre de 1993, pág. 10A. Citado por Luis González Souza, en *Soberanía Herida*, *op. cit.*, pág. 182.

homogeneización cultural, pero si interviene de manera directa, para que las culturas de los países sean lo más parecidas posibles entre ellas, porque cuentan con características similares que la penetración cultural norteamericana les otorga.

En México, como hemos podido constatar a partir de la lectura de este capítulo, existen manifestaciones muy evidentes y que han comenzado a tener efectos sobre la población que habita en ella. La cultura, entendida como hábitos, formas de vida, costumbres y algunas tradiciones han sido cambiadas o adaptadas de manera que se parecen en mucho a los estilos de vida norteamericanos. Cabe decir, que no pensamos que las colonias y barrios han cambiado ni cambiarán –al menos en un futuro inmediato- su estructura cultural así como las diversas comunidades y estados que conforman nuestro país, pero sí empezamos a notar algunas transformaciones evidentes, sobre todo en lo referente al consumo, medios de comunicación, tecnología y formas de vida.

La cultura tradicional mexicana es muy rica e importante, y la penetración cultural norteamericana se hace presente ya como parte del paisaje cultural mexicano, haciendo evidente que hay transformaciones culturales como parte del fenómeno de globalización y que además aceptamos como parte de nuestro contexto cultural, siendo quizá las más desinteresadas en lo que hubo antes de estas transformaciones, las generaciones más jóvenes. Los medios de comunicación y la tecnología, como hemos expuesto, son parte vertebral en la penetración cultural

---

<sup>243</sup> Guillermo Bonfil Batalla, *Pensar nuestra Cultura*, México, Alianza Editorial, 1992, pág. 10.

norteamericana, ya que si bien es cierto que aquellos existen desde hace ya mucho tiempo y han tenido gran influencia sobre la población, también es cierto que es a partir de mediados de la década de los ochenta, cuando la apertura y los grandes y constantes avances de la ciencia y la tecnología ayudan de manera definitiva para que la americanización nos llegue de manera más directa.

Queremos dejar claro, que no consideramos que la cultura tradicional mexicana este siendo reemplazada totalmente por las corrientes culturales que nos llegan principalmente de Estados Unidos, pero si de alguna manera se ven en la necesidad de convivir conforme la americanización avanza en nuestro país, como expresión del fenómeno de globalización.

## CONCLUSIONES

Durante los últimos años, se han experimentado a nivel mundial grandes cambios políticos, económicos, sociales y por supuesto, culturales. Desde hace ya más de dos décadas, la recomposición económica mundial, ha llevado a una renovación y reformulación de los sistemas políticos, sociales y culturales; todo ello como resultado del fenómeno de globalización. Así pues, la mundialización tiene diferentes manifestaciones, que al final, hacen que a nivel mundial haya diversos cambios incluidos entre estos el rubro de la cultura, siendo este último parte medular en el desarrollo de este trabajo.

El tema principal de este proyecto de investigación es la penetración cultural norteamericana en México como resultado del fenómeno de globalización, así pues, afirmamos que nuestro país, al tener una relación económica y política de gran envergadura con los Estados Unidos establece necesariamente una relación cultural importante con aquella nación. Además de compartir una frontera común y el hecho de que muchas empresas multinacionales de origen estadounidense se han establecido en nuestro país, de igual manera provocan que algunos aspectos de la cultura popular norteamericana sean adoptados y adaptados a los usos y

costumbres del pueblo mexicano. Como hemos podido constatar en el desarrollo de la presente investigación, estos factores han contribuido de manera importante a que exista penetración cultural norteamericana en México.

De tal suerte, concluimos que México, al incorporarse al proceso de globalización, y ser no sólo socio comercial de los Estados Unidos sino vecino del mismo, se ve ampliamente influido en lo tocante a algunos aspectos de la cultura, como parte también de la americanización cultural que se experimenta en todo el mundo. Algunos hábitos, ideología, usos y costumbres de la vida cotidiana de la sociedad mexicana se están transformando como resultado de la penetración cultural norteamericana en nuestro país. Es necesario aclarar que a pesar de que parte de la cultura mexicana está sufriendo algunas transformaciones debido a la americanización cultural, también es importante mencionar que algunas expresiones culturales en nuestro país siguen su dinámica propia.

Aunque la inserción de México en el proceso de globalización, ha sido como el resto de los países del mundo, es decir, por continuidad de los sistemas económicos y financieros que rigen la escena mundial, la verdad es que a nuestro país aún le hace falta demostrar que se rige por los principios de la democracia y la legalidad, así como demostrar que es un país con estabilidad política y económica, y manifestar que es una nación gobernable al igual que socialmente

justa, de manera tal que sólo reuniendo dichas características México será aceptado como un país globalizado.

A nuestro parecer, no se trata de filias o fobias respecto de la globalización, se trata de ser lo más objetivo posible, y establecer en qué materias hay ventajas y cuáles pueden ser consideradas desventajas para un país como México que trata de hacerle frente a un proceso como lo es la mundialización. La globalización nos da, por ejemplo, la posibilidad de asistir a la interconexión y el intercambio de muchas culturas en un tiempo real corto, mismo que nos enriquece cultural y socialmente. De forma que visto de esta manera, sería absurdo decir que todo lo que produce la globalización está mal.

De otra parte, la globalización, más que establecerse como fenómeno que crea tensiones y divisiones culturales, debería de funcionar como un proceso que nos ayude a identificar, revisar y en su caso respetar la heterogeneidad, así como las diferencias y las desigualdades que existen alrededor del mundo.

Ahora bien, como rasgos característicos del proceso de mundialización, como lo hemos podido analizar, se encuentran entre otros los medios de comunicación y la tecnología, que sin duda han aportado a la humanidad infinidad de avances en estos campos, además de significar un beneficio real para la vida cotidiana. Casi nadie, se encuentra apartado tanto de los medios de comunicación y la tecnología, en mayor o en menor medida, todos somos afectados por ello, y a su vez, por

necesidad o por gusto los adoptamos y adaptamos a nuestra vida, pasando aquellos a formar parte de nuestra cultura.

Respecto de los medios de comunicación, como hemos analizado, mucho se ha escrito, pero la verdad no se puede establecer si son o no favorables, en tanto transmiten cultura popular a millones de personas en el mundo, caeríamos en el error de juzgar el papel que juegan y ese no es tema de la presente investigación. Nosotros manifestamos que indudablemente juegan un papel muy importante en tanto forma parte del consumo cultural de millones de personas alrededor del mundo, y por tanto, recae en los medios de comunicación la responsabilidad de transmitir cultura de manera responsable, objetiva y de buena calidad. Aunque el problema más que ser de los medios, es responsabilidad de los que los consumen, ya que es más fácil adoptar una actitud complaciente, antes que una actitud crítica de lo que vemos u oímos.

Diversos estudios, revelan que tanto en los Estados Unidos, como en Europa y en Latinoamérica existe una constante: el consumo familiar se dirige con mayor frecuencia cada vez a la adquisición de máquinas culturales, como lo son: tocadiscos, televisiones, dvds, radios, celulares y otros *gadgets*, dejando de lado, otro tipo de fuente de consumo cultural como es el cine, el teatro, los museos, bibliotecas y plazas culturales. El consumo, promovido por los medios de comunicación, ha hecho que se generalice la aspiración de contar con aparatos

electrodomésticos, poniendo cada vez más en desuso las manifestaciones más sublimes de la cultura.

Respecto de lo anterior, no cabe duda que la americanización cultural ha jugado un papel primordial, ya que los medios de comunicación promueven la cultura popular norteamericana, su vida cotidiana y otras imágenes de lo que significa ser modernos, en el sentido simplista de la palabra. Así pues, afirmamos que en México, la penetración cultural norteamericana es evidente, ya que constantemente somos bombardeados con información proveniente de Estados Unidos o bien, que implica a algunos aspectos de la cultura popular norteamericana, y que tiene gravitación en la cultura mexicana.

La globalización, los medios de comunicación y la tecnología, nos dan la apariencia de que el mundo se achica, se acortan distancias y tiempos, se disminuyen las diferencias y se eliminan las desigualdades, pero la verdad es que no es así. Si bien la tecnología y los medios de comunicación ayudan para que en tiempo real llegue información y entretenimiento por diversas vías, también es cierto que en los países menos desarrollados las diferencias y las desigualdades siguen existiendo y muchas veces éstas se recrudecen.

Como parte de la conclusión de este proyecto de investigación, nos gustaría hacer una pequeña reflexión en torno de la globalización y su correspondiente afectación en la cultura. Tomando en cuenta que vivimos tiempos de grandes

transformaciones, la cultura, característica esencial de los seres humanos, también se ve afectada por lo que se vive a nivel mundial, concretamente por la globalización. Si nos basamos en algunos de los supuestos básicos de la mundialización, como lo son: los beneficios a nivel mundial y regional, así como la integración y unificación de las naciones, afirmamos cada nación para poder convivir armónicamente dentro del proceso de globalización, tendría que reconocer en principio, la existencia de la multitud de culturas que existen, mismas que presentan una diversidad entre sí, así como que son producto de historias particulares, que entre otras cosas las diferencia a unas de otras. Cada una de ellas tiene derecho a existir en tanto forman parte de la historia de cada país, lo cual nos enriquece como seres humanos, de tal suerte que la americanización cultural resultado del proceso de globalización, tendría que ser tomada como una expresión cultural más, pero no como eje vector de la cultura mundial.

Cabe decir, que consideramos que aunque las manifestaciones de la americanización cultural en el mundo se hacen presentes y cada día son más evidentes, creemos igualmente que los países aún conservan la riqueza de sus propias culturas, así como también creemos que aunque Estados Unidos se presenta como la principal fuente de la cultura del consumo, los medios de comunicación y la tecnología y otras expresiones de lo que se ha dado en llamar la *cultura light*, influye al resto de los países del mundo, mas no los determina totalmente.

A nuestro parecer, más que enfrascarnos en una discusión acerca de si nos integramos culturalmente o no, y otras discusiones en ese tono, proponemos convivir bajo un principio de coexistencia, que no es otra cosa sino el respeto a la existencia de cada una de las culturas, nunca permitiendo que dejen de existir, que dejen de ser, sino alentando a la interacción entre ellas, para de esa manera enriquecernos en tanto seres humanos.

Como expresamos en el último capítulo de la presente investigación, la penetración cultural norteamericana, además de establecer las pautas del consumo en el mundo, también crea expectativas y comportamientos nuevos entre los grupos sociales de nuestro país, así como difunde nuevos hábitos de consumo entre grupos sociales en México, lo que crea un conflicto a nivel social y personal por estar en un nivel indefinido entre la realidad y el deseo. Más comúnmente entre las generaciones más jóvenes de nuestro país y bajo el supuesto de que vivimos en un mundo globalizado, y que por tanto así debemos vivir, se establecen nuevos comportamientos e ideologías como lo es la búsqueda del éxito, el entretenimiento y la diversión por encima de todo lo demás; dejando de lado las riquezas culturales que nos ofrece el país, así como el fomento de otro tipo de expresiones de alta cultura.

A nuestro parecer, antes que tratar de incluirnos al mundo globalizado, tendríamos como nación, que hacer una revisión interna en materia de cultura en nuestro país, ya que aunque se hable de la cultura mexicana como una sola cosa, en nuestra

opinión son diversos elementos los que la componen y la enriquecen. Además consideramos necesario conservar y fomentar todo tipo de manifestación cultural nacional, así como tomar en cuenta incluso aquellas que surjan como resultado del intercambio cultural mundial que trae consigo la globalización.

## **REFERENCIAS**

## Bibliografía

- Acuña Limón, Alejandro, Rafael Castro Lloria (et al.), *Nuevos medios, nuevos aprendizajes: las nuevas tecnologías de la educación*, México, UIA, 1995.
- Aguilar Camín, Héctor (et al.), *México y los cambios de nuestro tiempo*, Tomo III del Coloquio de Invierno, México, UNAM-CONACULTA-FCE, 1992.
- Aguilar Camín, Héctor, *En torno a la cultura nacional*, México, SEP-INI, 1976.
- Aguirre, Jesús María, *La ideología como mensaje y masaje*, Caracas, Monte Ávila Editores, 1990.
- Aguirre Beltrán, Gonzalo, *El proceso de aculturación y el cambio socio-cultural en México*, México, FCE, 1956.
- Albrow, Martín and Elizabeth King, *Globalization, knowledge and society*, Londres, SAGE ed., 1990.
- Avendaño Cervantes, Guillermo, *El mito de la tecnología*, México, Diana, 1995.

- Axford, Barrie, *The global system: economics, politics and culture*, Nueva York, St. Martins Press, 1995.
- Beals, Alan, *Antropología Cultural*, México, Centro Regional de Ayuda Técnica-AID., 1971.
- Bell, Daniel, *Las contradicciones culturales del capitalismo*, México, CONACULTA-Alianza, 1977.
- Bell, Daniel (et al.), *Industria cultural y sociedad de masas*, Venezuela, Monte Ávila Editores., 1974.
- Bettitini, Gianfranco (et al.), *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, Barcelona, PIADÓS, 1995.
- Bolsa Mexicana de Valores, *La globalización financiera mundial*, México, BMV, 1992.
- Bonfil Batalla, Guillermo, *Hacia nuevos modelos de relaciones interculturales*, México, CNCA, 1993.

- Bonfil Batalla, Guillermo, *Pensar nuestra cultura*, México, Alianza Editorial, 1992.
- Bonfil Batalla, Guillermo (et al.), *Simbiosis de culturas: los inmigrantes y su cultura en México*, México, CNCA-FCE, 1993.
- Castañeda, Jorge G. y Robert Pastor, *Límites en la amistad México y Estados Unidos*, México, Joaquín Mortiz., 1989.
- Chinoy, Ely, *La Sociedad: una introducción a la sociología*, México, FCE, 1966.
- Cid Capetillo, Ileana (et. al.), *Compilación de lecturas para la discusión de las Relaciones Internacionales contemporáneas*, México, UNAM-FCPyS, 1998.
- Cimet, Esther (et. al.), *Cultura y Sociedad en México y América Latina*, México, INBA, 1987.
- Dizard, Wilson, *La era de la información. Un panorama de su tecnología, economía y política*, México, Publigráficos, 1989.

- -----., *E.U.: Carácter y cultura. Algunas perspectivas del siglo XX*, México, Editorial Minerva, 1968.
- Featherstone, Mike, *Global Culture*, Londres, SAGE, 1990.
- Galeano, Eduardo, *Memoria del Fuego. El siglo del viento*, Tomo III, México, Siglo XXI, 1986.
- García Canclini, Néstor, *Cultura y pospolítica: El debate sobre la modernidad en América Latina*, México, CNCA, 1995.
- García Canclini, Néstor, *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo, 1990.
- García Canclini, Néstor, *Cultura y sociedad: una introducción*, México, SEP-Dirección General de Culturas Indígenas, 1981.
- García Canclini, Néstor, *Consumo Cultural en México*, México, CNCA, 1993.
- García Canclini, Néstor, *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo, 1995.

- García Canclini, Néstor (et al.), *Cultura transnacional y culturas populares*, Perú, IPAL, 1988.
  
- González Casanova, Pablo (coord.), *Cultura y creación intelectual en América Latina*, México, Siglo XXI, 1984.
  
- González Souza, Luis, *Soberanía herida: México-Estados Unidos en la hora de la globalización*, México, Nuestro Tiempo, 1994.
  
- Goodman, Lucien, *La creación cultural en la sociedad moderna*, Barcelona, Editorial Fontamara, 1980
  
- Goodman, M.E., *El individuo y la cultura: conformismo vs. Evolución*, México, Editorial PAX-México, 1972.
  
- Harkness, Albert jr., *Esbozo histórico de la cultura norteamericana*, México, Embajada de Estados Unidos en México, 1954.
  
- Hamelink, Cees, *La aldea transnacional. El papel de los trust en la comunicación mundial*, Barcelona, G. Gili, 1980
  
- Henry, Jules, *La cultura contra el hombre*, México, Siglo XXI, 1969.

- Hirsh, Joachim, *Globalización, Capital y Estado*, México, UAM Xochimilco., 1996.
- Ianni, Octavio, *Teorías de la Globalización*, México, Siglo XXI, 1996.
- Jornadas Lascanianas, *La problemática del racismo en los umbrales del siglo XXI*, México, UNAM, 1997.
- Kalbhen, Uwe (et al.), *Las repercusiones sociales de la tecnología informática*, Madrid, Editorial Tecnos, 1980.
- Kofman, Eleonor (et al.), *Globalization: Theory and practice*, Nueva York, Pinter Press, 1996.
- Lipovetsky, Gilles, *El imperio de lo efímero*, Barcelona, Anagrama, 1990.
- Loaeza, Guadalupe, *Debo luego sufro*, México, Océano, 2000.
- López Levi, Liliana, *Centros Comerciales. Espacios que navegan entre la realidad y la ficción*, México, Nuestro Tiempo, 1999.

- Louvier Calderón, Juan, *Cultura mexicana y globalización: responsabilidad histórica de México*, México, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla-EDAMEX, 1995.
  
- Luna Lawhn, Juanita (et al.), *Mexico and the United States: intercultural relations in the humanities*, San Antonio Texas, San Antonio College, 1984.
  
- Martín Barbero, Jesús, *Procesos de comunicación y matrices de la cultura*, México, Editorial G. Gili, 198-.
  
- Martindale, Don, *La sociedad norteamericana*, México, FCE, 1970.
  
- Márquez Padilla, Paz Consuelo y Mónica Vereá Campos (coord.), *Estados Unidos: Sociedad, cultura y educación*, México, CISEUA-UNAM, 1991.
  
- Messner, Dirk, *La globalización y el futuro de la política. Observaciones desde una perspectiva europea*, México, Centro de Estudios para la Reforma del Estado, 1997.
  
- Mauro Marini, Ruy y Margara Millán (coord.), *La teoría social latinoamericana. Cuestiones contemporáneas*, México, UNAM-El Caballito, 1996.

- Merrill, Francis E., *Introducción a la sociología*, Madrid, Aguilar, 1978
- McLuhan, Herbert Marshall y B.R. Powers, *La aldea global*, México, GEDISA, 1990.
- McLuhan, Herbert Marshall (et al.), *Guerra y paz en la aldea global*, España, Editorial Martínez Roca., 1971.
- McLuhan, Herbert Marshall, *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, México, Diana, 1989.
- Moles, Abraham, *La imagen*, México, Trillas, 1991
- Moles, Abraham, *Sociodinámica de la Cultura*, Buenos Aires, Paidós, 1978
- Olivares Rodríguez, Enrique y Javier Palacios Neri, *La informática en México*, México, UNAM-Nuestro Tiempo, 1997.
- Orozco, José Luis y Consuelo Dávila (comp.), *Breviario político de la globalización*, México, UNAM, 1997.
- Palma, Mónica (et al.), *Norteamericanos en la ciudad de México*, México, Gobierno de la Ciudad de México, 1999.

- Panitch, Leo, *Globalization and State*, México, UNAM, 1994.
  
- Peña López, Ana, *La migración internacional de fuerza de trabajo*, México, UNAM-IIE., 1995.
  
- Piccini, Mabel y Ana María Nethol, *Introducción a la pedagogía de la comunicación*, México, Trillas, 1997.
  
- Ratzke, Dietrich, *Manual de los medios modernos*, México, Editorial G. Gili, 1986.
  
- Rubens, Bayardo y Mónica Lacarrieu (coord.), *Globalización e identidad cultural*, Buenos Aires, Editorial Ciccus, 1998.
  
- Saez Arreceygor, Hugo, *Las comunidades artificiales en la aldea global*, México, UAM Xochimilco, 1997.
  
- Schiffman, León, *Comportamiento del consumidor*, México, Prentice Hall Hispanoamericana, 1991.
  
- Scholte, Jan Aart, *Globalization a critical introduction*, Nueva York, St. Martin, 2000.

- Servan-Schreiber, Jean Jacques (et al.), *Incertitudes Americaines*, París, Calmann-levy, 1970.
- Seminario Internacional, *Paradojas de un mundo en transición*, México, Instituto Matías Romero, 1993.
- Susman, Warren, *La cultura como historia. Transformación de la sociedad norteamericana en el siglo XX*, México, EDAMEX, 1987.
- Squicciarino, Nicola, *El vestido habla*, Madrid, Cátedra, 1990.
- UNESCO, Informe Anual sobre Cultura. Cultura, Creatividad y Mercados, Madrid, Ediciones UNESCO, 1999.
- UNESCO, World Report 2000. Culture Diversity, Conflict and Pluralism, Francia, Ediciones UNESCO, 2000.
- Valenzuela Arce, José Manuel, *¡A la Brava ése!*, Tijuana, COLEF, 1988.
- Velilla, Martín, *Psicoanálisis del comercial de televisión*, Madrid, Editorial Hispano-Europea, 1982.

- Vilas, Carlos, *Seis ideas falsas sobre la globalización. Argumentos desde América Latina para la refutación de una ideología*, México, CEIICH-UNAM, 1998.

### **Hemerografía**

- Agencia Notimex, “Aseguran tiene América Latina fuerte potencial para la expansión de Internet”, en Reforma, México, lunes 12 e marzo de 2001, Suplemento Interfase, pág. 11A.
- Bautista, Virginia, “Definen a Latinoamérica como potencia cultural”, en Reforma, jueves 30 de noviembre de 2000, Sección cultural, pág. 1C.
- Blanco, Covadonga, “Un signo de esta época”, en Reforma, México, sábado 16 de diciembre de 2000, Sección moda, pág. 6G.

- Camacho Olivares, Alfredo, “El mundo globalizado destruye a nuevas generaciones”, en Excélsior, México, miércoles 8 de noviembre de 2000, Sección cultural, pág. 4.
  
- Castillo, Alberto y Juan Carlos García, “¿Existe música de riesgo?”, en Reforma, México, domingo 26 de noviembre de 2000, Sección E, pág. 1E.
  
- “Cumple McDonalds 15 años en México”, en Reforma, México, martes 9 de enero de 2001, Sección F, pág. 1.
  
- De la Torre, Hugo, “Universidades Corporativas crean fuerza laboral”, en Reforma, lunes 12 de marzo de 2001, Sección Negocios, pág. 15 A.
  
- De la Torre, Hugo, “La universidad de la hamburguesa”, en Reforma, México, lunes 12 de marzo de 2001, Sección Negocios, pág. 15 A.
  
- Delgadillo, Mayela, “Multinacionales, gobierno de facto: González Souza”, en La Jornada, México, martes 11 de abril de 2000, pág. 25.
  
- “El Dilema de McDonalds”, en Reforma, México, miércoles 21 de febrero de 2001, Sección Negocios, pág. 10A.
  
- González Gamio, Angeles, “Nuevo Lenguaje”, en La Jornada, México, domingo 13 de Agosto de 2000, pág. 26.

- Haw, Dora Luz, “Entre el desprecio y el culto popular”, en Reforma, México, lunes 22 de enero de 2001, Sección Cultura, pág. 1C.
  
- Hernández Sosa, Jonathan, “Con sabor a tecnología”, en Reforma, México, lunes 22 de enero de 2001, Suplemento Interfase, págs. 1 y 8 A.
  
- 
  
- Meyer, Lorenzo., “Muchos Méxicos, y no todos buenos”, en Reforma, México, jueves 25 de enero de 2001, Editorial, pág. 9 A.
  
- Melgar, Ivonne, “Debemos aprender a asumir la desesperanza”, en Reforma, México, lunes 11 de diciembre de 2000, Sección Cultura, pág. 1C.
  
- Mussachio, Humberto, *La república de las Letras: “Otro atentado contra la lectura en la SEP”*, en Reforma, México, Sección Cultura, lunes 7 de mayo de 2001, pág. 3-C.
  
- Sarabia, Ernesto, “Crece el PIB informático”, en Reforma, México, miércoles 7 de marzo de 2001, Sección Negocios, pág. 1 A.
  
- Taboada, Jorge, “Concentran D.F., N.L y Jalisco el mayor uso de PC’s”, en Reforma, México, lunes 12 de marzo de 2001, Suplemento Interfase, pág. 11 A.

- Vela, Humberto, “El PIB informático”, en Reforma, México, lunes 12 de marzo de 2001, Suplemento Interfase, pág. 2 A,
- Zea, Leopoldo, “América Latina en la Globalización”, en Excélsior, México, domingo 3 de septiembre de 2000, Editorial, pág. 6.

### **Programa de Televisión**

- Serie: *Tierra de Migrantes*, Canal Once, México, 10 y 11 de Septiembre de 2000.

### **Referencias Electrónicas**

- Aguilar Camín, Héctor, “Librarse de las cadenas del pasado”, en [www.globalprogress.org/castella/mexico/aquilarcamin.html](http://www.globalprogress.org/castella/mexico/aquilarcamin.html)
- Aguilar Camín, Héctor, “Los desafíos culturales de las sociedades integradas”, en [www.globalprogress.org](http://www.globalprogress.org)
- Béji, Hélé, “La cultura de la comunicación”, en [www.globalprogress.org](http://www.globalprogress.org)
- Elizalde, Yanela, “La globalización: ¿Una realidad?”, en [www.sis.uia.mx/idea/indices/articulo/idea14/institu/145101.htm](http://www.sis.uia.mx/idea/indices/articulo/idea14/institu/145101.htm)

- Freedman, Joel, “Los beneficios de la revolución tecnológica”, en [www.globalprogress.org](http://www.globalprogress.org)
- FMI, “La globalización: ¿Amenaza y oportunidad?”, 12 de abril de 2000, pp. 1-11, en [www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm#1](http://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm#1)
- Ferrer, Aldo, “Hechos y Ficciones de la Globalización, Publicaciones SELA, Edición No. 53, Enero-Junio de 1998, pp. 1-12, en [www.lanic.utexas.edu/Project/sela/capitulos/rcap539.htm](http://www.lanic.utexas.edu/Project/sela/capitulos/rcap539.htm)
- George, Susan, “Globalización una carrera hacia el fondo del barril”, Martes 21 de septiembre de 1999, en <http://ladh.com/1999/09/21/opinion/21n0019.html>
- Garay, Luis Jorge, “Globalización y comercio”, pp. 1-22, en <http://agro.colombia-siglo21.net/foro/comercio/base.htm#base>
- García, Raúl, Entrevista con Néstor García Canclini, “La globalización le ha ganado la pulseada a la posmodernidad”, en [www.pagina12.com.ar/1999/99-06/99-06-02/pag26.htm](http://www.pagina12.com.ar/1999/99-06/99-06-02/pag26.htm)
- García Canclini, Néstor, “Globalizarnos o defender la identidad ¿Cómo salir de ésta opción?”, Texto extraído del libro La globalización imaginada de

Néstor García Canclini, Buenos Aires, Paidós, en prensa, en [http://personales.jet.es/ari-peru/opinion/Opinion4/body\\_opinion4.html](http://personales.jet.es/ari-peru/opinion/Opinion4/body_opinion4.html)

- García Morales, Federico, “Globalización: definiciones, ideología y realidades”, pp. 1-7, en <http://rcci.net/globalizacion/ilegal/f9096/htm>
- Garzona Rivas, Gloria María, “La globalización y su incidencia en el funcionamiento de las empresas actuales”, pp. 1-3, en <http://utec.sv/campus/intelecto/globalización.htm>
- Gorbachov, Mijail, “Por la mundialización, contra la occidentalización”, en: [www.globalprogress.org](http://www.globalprogress.org)
- Hasbun Karmy, Mauricio, “Globalización: Demasiada mitología”, pp. 1-3, en [www.mav.cl/canalcultural/foro\\_cult/mauricio.htm](http://www.mav.cl/canalcultural/foro_cult/mauricio.htm)
- McDonald’s: [www.mcdonalds.com.mx](http://www.mcdonalds.com.mx)
- Meyer, Lorenzo., “El sistema global y nosotros”., en [www.fquim.unam.mx/html/novedades/EISistem.htm](http://www.fquim.unam.mx/html/novedades/EISistem.htm)
- Rajes, Diwan, “Globalization: Myth vs reality.”, Rensselaer Polytechnic Institute, Nueva York, pp. 1-3, en [www.indolink.com/Analysis/globaliz.html](http://www.indolink.com/Analysis/globaliz.html)

- Ruiz Arriaga, Verónica, “Discurso de la globalización”, en [www.rcci.net](http://www.rcci.net)
  
- Ruffollo, Giorgo, “La mundialización”, en [www.globalprogress.com](http://www.globalprogress.com)
  
- Saldívar, Ernesto, “La globalización como estrategia de desarrollo”, en [www.monografias.com/trabajos/globalizacion/globalizacion.shtml](http://www.monografias.com/trabajos/globalizacion/globalizacion.shtml)
  
- World Factbook 1988, en [www.usinfo.gov/espanol/datos.htm](http://www.usinfo.gov/espanol/datos.htm)