

El proceso de globalización en lo cultural que, de ordinario, se formula en términos de **transnacionalización de la cultura**, lo mismo que en lo político y en lo económico, tiene diferentes manifestaciones. Escogemos tres que nos parecen más significativas, comenzando por la ambivalencia de dicho proceso, analizando de manera particular las formas de la transnacionalización propiamente dicha y considerando lo que se ha dado en llamar el derrumbe de las utopías y la crisis de las ideologías, como un aspecto particular de la globalización en lo cultural. Y terminamos con un interrogante: ¿Existen signos que expresarían la aparición de un nuevo paradigma cultural? A ello respondemos con un esbozo de respuesta.

1. Ambivalencia del proceso de globalización cultural

El proceso de globalización, en varios de sus aspectos y manifestaciones, tanto en lo político como en lo económico, expresa un carácter ambivalente... También ocurre en lo cultural. Señalamos dos que nos parecen más significativas.

17-029505-077

1/2 de un

Homogeneización y estandarización cultural.

→ Que **conduce** a la pérdida de la identidad cultural.

Trasvases, encuentros e interpenetración de las culturas.

→ Que **conduce** a cruzamientos fertilizantes.

caso milenarismo

Produce reacciones y resistencias contra la subyugación uniformizadora de los más fuertes, y la búsqueda de "poder ser uno mismo".

- Fundamentalismos ortodoxos.
- Milenarismos.
- Sectarismos.

Produce nuevas síntesis culturales.

Se acentúa el mestizaje cultural. Todas las culturas son mestizas; el proceso es irreversible y más acentuado que en épocas pasadas.

1

Esta ambivalencia se encuentra en el transcurso del proceso de transnacionalización de la cultura que es la forma como se denomina la globalización en lo cultural.

2. Transnacionalización de la cultura

La transnacionalización de la cultura se ha producido o canalizado a través de dos vías de diferente naturaleza: los medios de comunicación de masas y el comercio internacional.

En cuanto a los **medios de comunicación de masas**, son indudablemente los impulsores principales de la globalización de la cultura. "Los nuevos medios de comunicación —dice Brzezinski— están llamados a elaborar una novedosa conciencia planetaria que supere las culturas firmemente enraizadas, religiones tradicionales sólidamente establecidas e identidades nacionales bien distintas."

Esta transnacionalización de la cultura —producida por los medios de comunicación— se canaliza a través de:

- **TV (teleparticipación planetaria).** Ofrece la posibilidad de participar en los mismos "eventos globales", y al mismo tiempo nos "organiza" nuestra percepción de la realidad.

• **Publicidad/propaganda.** Con la venta de muchos productos, se vende un estilo de vida, es decir, se venden valores culturales.

• **Autopistas electrónicas de información.** La libre consolidación de Internet (y otros cientos de *Free Net*) en los años noventa hace accesible a casi toda persona un inmenso número de datos; la sociedad en que vivimos está configurada en torno a redes de información. En 1998 hay 128 millones de usuarios de Internet en el mundo; serán 500 millones a comienzos del siglo XXI.

Hoy es posible conectarse con todo el mundo: sólo se necesita un ordenador/computadora, un módem y un número de teléfono; existe sobreinformación hasta el punto de que resulta muy difícil ordenarla, sistematizarla y aprovecharla adecuadamente.

• **Cine.** A través del cual se producen —entre otras cosas— la divulgación y el conocimiento del modo de vida norteamericano y, detrás de ello, la seducción “hollywoodense” a escala mundial.

Gracias a estos medios, el paradigma de la globalización cultural no se impone a la gente. Penetra a través de formas sutiles de transmisión de valores, que algunos consideran formas de manipulación ideológico-

cultural. El espejismo de las imágenes electrónicas ayuda a estas formas de seducción.]

El **comercio internacional** también contribuye a este proceso de globalización en lo cultural. Con la venta de ciertos productos se producen también diferentes formas de trasvases culturales. Por otra parte, la publicidad —ampliamente utilizada para la producción, distribución y venta de productos— se transforma en una forma de penetración cultural, puesto que a ella está indisolublemente unida la propaganda, que es la que vende, no productos, sino valores.]

3. ¿En qué se refleja el proceso de globalización en lo cultural?

A nuestro entender, tiene cuatro manifestaciones principales que se pueden valorar de manera diferente para el desarrollo humano y la calidad de vida, pero que tienen en común ser reflejos del proceso de globalización en lo cultural.

- a. **Se acentúa el mestizaje cultural.** La cultura siempre es interculturalidad. No existen culturas puras, entendida la cultura en su alcance antropológico. Todas las culturas son mestizas, pero el proceso de transnacionalización cultural de fines del siglo XX hará que el cruzamiento de culturas no sólo

sea irreversible, sino más intenso que en todas las épocas pasadas, ya que los espacios de interculturalidad se han ampliado hasta llegar a un carácter planetario. El poeta ecologista Gary Snyder nos lo recuerda: "Cada cultura y cada lengua viviente es el resultado de incontables fertilizaciones cruzadas... Estos cruzamientos culturales son como un florecimiento periódico que absorbe, germina y estalla diseminando incontables semillas. Hoy como nunca somos conscientes de la pluralidad de estilos humanos..." Felizmente somos diferentes; qué desperdicio de la riqueza cultural de la humanidad es el no aprovecharnos de esa diversidad que es lo mejor del acervo cultural de los seres humanos.

Sin embargo, hemos de advertir que toda la riqueza de este intercambio y cruzamiento cultural puede frustrarse o limitarse, si es un intercambio desigual, asincrónico, en el que la cultura dominante impone, de hecho, su estilo cultural... El mestizaje cultural no debe deteriorar la identidad cultural que, en modo alguno, es algo estático configurado de una vez para siempre.

- b. Se ha producido en las últimas décadas un **proceso de difusión cultural y de divulgación científica** sin precedentes en la historia. Esto es posible gracias al desarrollo mundial de los canales mediá-

ticos y los medios de reproducción (videocasetes, CD, etc.).

Existe la posibilidad de disponer de mayor información y de conocimientos que, si bien fragmentarios y acrílicos, preparan el terreno para una mayor elevación cultural. Mayor democratización de la cultura. Mayor tiempo libre para el disfrute cultural y para adquirir conocimientos y saberes de la más variada y diversa naturaleza.

c. Tiende a la formación de un folclor planetario, a partir de temas originales brotados de culturas distintas, integrados unas veces, sintetizados otras, como afirma Morin.

Extensión por el mundo:

- Jazz
- Tango
- Mambo
- Vals
- Rock

Síntesis:

- Salsa
- Rai
(rock-música árabe)
- Flamenco-rock

d. Se produce un proceso de “norteamericanización” del estilo de vida. La “aldea global *made in USA*” —según Brzezinski— ha configurado a escala mundial un “modelo global de modernización” y un esquema de valores y de comportamientos que en lo cultural se expresa en la cultura *light* que permite “entretener” a la gente fuera del trabajo; es decir, tenerla entretenida (tenida entre los dos tiempos de trabajo) a través de diferentes formas de frivolidad y de evasión:

- la TV de pacotilla: telebasura, *reality shows*, concursos y todo aquello que, para mantener la atención de los espectadores y mejorar el *rating*, ofrece un *shock* suplementario de stupidización;
- las revistas del corazón que, pródigas en fotos, muestran a los pobres y a la tilinguería de la clase media la forma en que viven los ricos (actores, actrices, *playboys*, nobles y deportistas con grandes ingresos.); ellos viven en la fiesta permanente, y las revistas entretienen con chismes y alcahueterías de alcoba, de amores y desamores...

Esta cultura *light* está organizada como cultura de masas, y la forma industrialmente concebida es el espectáculo. De este modo, vivimos en la “sociedad del espectáculo”. (Gracias a ella, es posible:

- mundialización / globalización
- consolar-compensar a la gente de la anodino de la vida cotidiana;
 - potenciar el consumo masivo de todo tipo de mercancías (necesarias y no necesarias) y aun del mismo tiempo libre;
 - provocar comportamientos y actitudes vitales de frivolidad, conformismo y evasión.

La sociedad, como espectáculo y banalización de la cultura, permite y posibilita presentar públicamente una serie de imbecilidades y frivolidades, sin que produzca la menor vergüenza (propia y ajena). De este modo, el llamado tiempo libre se transforma en el ámbito privilegiado de dominación ideológica y cultural.

¹ La "norteamericanización" del estilo de vida no es una imposición imperialista; es la seducción "hollywoodense", configurada como obra de arte, gracias a la tecnología comunicacional, particularmente gracias a la televisión.

(Todo esto posibilita la configuración de un modelo cultural o estilo de vida que crea las condiciones para una mayor dominación/domesticación, ideológico-cultural..., instancia mediatizadora por excelencia, para introyectar los valores de los dominadores en la propia mente de los dominados... el tiempo libre se transforma en el ámbito privilegiado para la dominación ideológico-cultural.

La globalización produce, entre otras cosas, un proceso de homogeneización en los modos de vida a escala universal, conforme con los cánones que se derivan del *american way of life*). De ahí que algunos hayan llamado a la globalización en lo cultural como un proceso de *McDonalísation* del nuevo orden mundial. La hegemonía estadounidense (reafirmada por su recuperación económica) lleva a transformar el proceso de globalización en un proceso de "norteamericanización" en cuanto al modo de vida. "No es que Estados Unidos sea imperialista por naturaleza —nos dice Guy Sorman—; sencillamente lo es de hecho, por las repercusiones de su poderío."

4. Universalización del modo burgués de ser en el mundo, como paradigma de lo deseable

Hemos de recordar que el capitalismo es —como enseñó Marx— un modo de producción, pero es también —como explicara Weber— un modo de vida. Esta última dimensión es la que aquí nos interesa, habida cuenta de que el "modo de ser en el mundo" que se deriva de los valores que subyacen en la globalización neo-liberal es un esquema de comportamiento, que es el "modo burgués de ser en el mundo".

[Asumir —a fines del siglo XX— el modo burgués de ser en el mundo es vivir conforme con los valores de la sociedad de consumo, cuyo modelo está configurado

por la santa trinidad del hombre contemporáneo, que no es el Padre, el Hijo y el Espíritu Santo, como explica la religión cristiana, sino el Dinero, el Consumo y el *Status*. Éstos son, no sólo el objetivo final, sino la medida de todas las cosas.

A modo de ejemplo de este proceso de universalización del modelo burgués, señalo el caso de China, país que en los años setenta nos pareció tan lejano del modelo occidental. El escritor y periodista español Vicente Verdú lo ha descrito con gran profundidad en su libro *China superstar* (1998). Verdú —que viajó a China a estudiar su realidad— consideró que ese país “empezaba a ser un calco de la escenografía americana”, resumiendo lo peor de los dos sistemas... Una encuesta realizada en China en 1995 dio como resultado que el mayor afán del 68 por ciento de los chinos consultados era “trabajar duro y hacerse millonario”...; esto ocurría en el país de la revolución cultural.

Tener *status* (figuración social), cuyo nivel viene dado por el baremo del dinero, es el proyecto existencial que propone este modelo de vida a los seres humanos, como si esto fuera la justificación y fin último de la existencia.

A nivel individual, configura la personalidad del homo consumens o, para decirlo de manera más amplia, como ya lo había intuido Wilhelm Reich: “Un productor siempre dispuesto a producir, un consumidor siempre dispuesto a consumir.” A lo que añadimos noso-

tros: un ciudadano no contestatario (sumiso, resignado por la sensación de impotencia).

Por su misma naturaleza, este estilo de vida es un modelo insolidario. Conduce a un darwinismo social del "sálvese quien pueda". Se absolutiza lo individual, transformando en *irrelevante* todo lo demás. En principio —y por principio—, cada uno busca su propia conveniencia, su propia ventaja, desentendiéndose de la convivencia. No hay que preocuparse por los otros, a no ser por los que forman el entorno más inmediato de la familia... Se crea un clima social en el que todos estamos entre tentados y entrampados por un cierto espíritu individualista.

5. Derrumbe de las utopías y crisis de las ideologías. El pensamiento único

Utopía: concepto asociado a la idea de un mundo mejor, de una sociedad mejor que es deseable alcanzar y que debemos cambiar algo para lograrlo. Expresa un idea de cambio hacia algo nuevo y mejor. El sueño de la razón por "inventar o crear" un futuro diferente. Es negación crítica de lo existente y deseo de un futuro que se considera más humano y que, para conseguirlo, supone realizar un proyecto de transformación social... Excluimos, en este contexto, el uso peyorativo del término como algo irrealizable, extrahistórico o quimérico. Concebimos las utopías como ideales de

anticipación concreta de lo que no es pero que podría ser.

En los años sesenta y hasta mediados de los setenta, había en diferentes partes del mundo un horizonte lleno de utopías... Había utopías redentoras que prometían el paraíso terrenal, instaurar la salvación de la Tierra, pero... desembocaron en la instauración de dictaduras y, en algunos casos, el cielo prometido fue un infierno. Hasta se pensó —el caso de Marcuse en su libro *El final de la utopía*— que la utopía ya no es utópica, porque los avances tecnológicos y el desarrollo de las fuerzas productivas están en condiciones de resolver los problemas de la pobreza, el subdesarrollo, y de eliminar las lacras sociales del mundo en que vivimos.

A fines del siglo XX, ha desaparecido el **optimismo de la historia**; existe la instalación de un cierto fatalismo, en una especie de nihilismo cínico.

Ya no se lucha por:

- cambiar el mundo,
- hacer la revolución,
- construir un futuro colectivo.

La **cuota de rebeldía** que existe hoy **no es acompañada** por la **ilusión de un futuro diferente**. Vivimos en un mundo que parece cansado; a fines del siglo XX, nos encontramos con muchos y variados síntomas de agotamiento y, en algunos casos, de aburrimiento. No hay ilusiones. En 1992, dos autores bien

conocidos y reconocidos en el mundo intelectual francés —y más allá de ese país— publican sendos libros de los que podríamos decir que, a las tesis del “fin de las ideologías” y del “fin de la historia”, añaden la tesis del “fin de las ilusiones”.

Por una parte, tenemos el libro de Thierry Breton —*La fin des illusions*—; por otro lado, Jean Baudrillard escribe *L'illusion de la fin*. Breton, que con tanto entusiasmo había predicado el valor y la importancia de la informática y de las nuevas tecnologías, ahora se encuentra decepcionado. Para él, la sociedad ha sido ampliamente abastecida de *gadgets* sin destino; dispone de infinidad de medios de comunicación, sin que exista nada para comunicar... Vivimos en un vértigo que sólo se justifica por el mito de la tecnología. En todo esto, Breton encuentra inutilidad y despilfarro.

Baudrillard analiza la ilusión del fin. Congelado el pensamiento utópico, no hay ilusiones. La historia retrocede: “Ya no llega a sobrepasarse ni a soñar su propio fin... implosiona, se hunde en su efecto inmediato... Lo peor no es que nos encontremos sumergidos en los desechos de la concentración industrial y urbana; lo peor es que nosotros mismos nos hemos convertido en desechos.”

No hay utopías, no hay ilusiones. Lo que interesa es vivir lo mejor posible, aquí y ahora; lo que tiene sentido es la fiesta dionisiaca que ofrece la vida... En la medida en que nos centramos en estas preocupaciones,

nos encerramos en el egoísmo de preocupaciones puramente personales y familiares.

Hoy, parece que no existen utopías que prometen un desenlace en la historia.

utopías por las que

- vivir,
- luchar,
- morir.

Existe una desesperanza generalizada, en cuanto a que tenga sentido realizar esfuerzos y luchar para cambiar radicalmente la sociedad en que vivimos.

Si el **porvenir** se acepta más como fatalidad que como futuro que podemos construir, desaparece el lugar para la **esperanza** y no hay sitio para la **utopía**.

El horizonte está:

- despoblado de esperanzas,
- vacío de utopías y de ideales.

■ ¿Cómo puede realizarse un proyecto de vida verdaderamente humano, cuando el bien-estar, el bien-pasar desplaza toda esperanza utópica?

“Nadie puede enamorarse de una tasa de crecimiento”, como decían los estudiantes del Mayo francés.