



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



**COLEGIO DE
BACHILLERES**

Interdisciplina Artística II

6° SEMESTRE

6 CRÉDITOS



Índice

Introducción general -----	2
Corte de aprendizaje 2. -----	3
Conocimientos previos -----	4
Contenidos-----	5
Actividades de aprendizaje-----	28
¿Quieres conocer más?-----	31
Fuentes consultadas -----	32
Corte de aprendizaje 3 -----	33
Conocimientos previos -----	34
Contenidos-----	35
Actividades de aprendizaje-----	45
¿Quieres conocer más?-----	50
Fuentes consultadas -----	51
Autoevaluación -----	52



Introducción

GENERAL

Al cursar la materia Interdisciplina Artística del Dominio Profesional Humanidades y Artes serás capaz de valorar el patrimonio cultural de nuestro país en su contexto nacional e internacional y podrás explicar la identidad nacional como una construcción histórica. Esto te permitirá asumir una postura personal de respeto hacia la diversidad cultural.

En la asignatura Interdisciplina Artística II podrás contar con los elementos que te permitan valorar el patrimonio cultural de tu entorno para crear consciencia social sobre la importancia de la identidad nacional en el México actual.

Los contenidos que propuestos se fundamentan en la interpretación de las manifestaciones culturales y la herencia artística en diversos procesos históricos de México, para identificar la influencia de las corrientes artísticas y su proceso de creación aplicando una metodología formal de análisis crítico y reflexivo. Para su desarrollo se ha considerado como eje conductor a la cultura, concepto que engloba los fenómenos socioculturales, caracterizando la línea de la identidad para enlazarla con el reconocimiento tanto del patrimonio cultural de nuestro país, como del patrimonio cultural mundial y que a su vez nos identifica como mexicanos.

En este sentido, se impulsa el desarrollo de actitudes de respeto, valoración y disfrute de la cultura y el arte, a la vez que tomes consciencia de la importancia de conservar tu patrimonio cultural.

Es importante que desarrolles tus capacidades de análisis, la conceptualización, el manejo de información, el pensamiento crítico, la investigación y tus habilidades para aprender.

Te presentamos ejercicios que ponen en práctica tus habilidades y conocimientos para la indagación, la solución de problemas o análisis de casos. Se desarrollará en el mismo sentido la lectura, la escritura y el uso de TIC que hagan evidente lo que has aprendido en la asignatura.

Las actividades sólo consideran los cortes de aprendizaje 2 y 3, dado que es un material que pretende apoyarte en este periodo de contingencia, puedas recuperar lo aprendido en el corte 1 y ser evaluado en el momento en que se reanuden las actividades cotidianas.

Te proponemos un ejercicio de autoevaluación que te permitirá integrar todo lo aprendido y propiciar un dominio global de las habilidades y conocimientos logrados.



Corte de aprendizaje

CORTE 2

Globalización cultural

Propósito

Al finalizar el corte serás capaz de caracterizar las manifestaciones culturales y artísticas del país en el contexto cultural global para que realices una interpretación de las diferentes expresiones de la identidad nacional.

Contenido específico	Aprendizajes esperados
<ul style="list-style-type: none">• Política cultural del México actual• Cultura de consumo: concepto y características• Industrias y empresas culturales: concepto y características• Expresiones culturales y artísticas mexicanas en el contexto de la globalización• Manifestaciones artísticas y su función social en México	<ul style="list-style-type: none">❖ Ejemplificarás el impacto de la globalización en las manifestaciones culturales y artísticas de tu entorno.



Conocimientos

PREVIOS

Para que logres desarrollar los aprendizajes esperados correspondientes al corte 2 es importante que reactives los siguientes conocimientos:

- Legado mexicano de las principales manifestaciones culturales y artísticas de finales del siglo XX.
- Metodología de análisis del arte en sus diferentes lenguajes artísticos.
- Arte y cultura en los procesos históricos de México y el contexto internacional como iconos de la identidad local, regional y nacional.
- Contexto sociocultural y características estilísticas de las artes plásticas, cine, literatura y música de 1970 a 1990.
- Posmodernidad en el arte.



Contenidos

Cultura e identidad de los mexicanos en la era global.¹

La cultura e identidad de los mexicanos sobreviene de las culturas mesoamericanas y el intercambio con una diversidad de culturas del mundo.

Durante el siglo XX, se forja la noción de mexicanidad, que se basa en el impulso de compartir la historia, el origen propio y la composición en la interrelación con otras culturas que dan lugar a la creatividad cultural de los mexicanos. Esto ha llevado al país a colocarse entre los principales en materia de producción de artesanías e innovaciones museológicas y culturales.

La situación geográfica de México ha facilitado las expediciones y migraciones desde otros continentes, lo que ha enriquecido las culturas originarias dando lugar a otras creaciones expresadas en la música, la danza, las artesanías y en general todo el patrimonio que ha sustentado un arte de fama mundial.

Sin embargo, el impacto de las tecnologías de información y comunicación, propias de la era global, crea nuevas homogenizaciones y diversidades culturales. Las formas de comunicarse y acercarse a la información, recrea las identidades; en México surgen nuevos códigos identitarios, por ejemplo, entre los jóvenes se llegan a ver expresiones de rock en náhuatl, ritmos originarios como el huapango se escucha en un estilo particular en Los Angeles y surgen expresiones de arte como el postobjetual, el performance y el videoarte.

La cultura hace a los mexicanos visibles, sólidos e intangibles a la vez por sus memorias, sus deseos y sus búsquedas de futuro. Pero este impacto de las tecnologías le remite a preguntarse: ¿cómo se va a recrear, reinventar y difundir la cultura y la identidad de los mexicanos a través de los minimensajes de los celulares, el infinito de las redes sociales como el Facebook, los chispazos del Twitter y el mundo por descubrir del multimedia? ¿Cómo seguirá conviviendo esta nueva vibración tecnovirtual con el mundo clásico de los libros, las conversaciones largas, las reuniones que situaban a cada uno, en cada lugar, las fiestas coloridas y el abrazo de las amistades y parientes?

Una nueva definición de cultura la sitúa en el centro de la relación entre las sociedades, las divisiones políticas —naciones, etnias, religiones y sectas— y los ecosistemas. Actualmente la cultura se concibe por formas de relación en las que interviene la libre decisión de las personas de asumir, portar y practicar un comportamiento cultural. Si no se considera la cultura como este acto de libre decisión, se niega el derecho de las personas de cambiar las vetas de su propia cultura a través de la originalidad y la creatividad. Sin embargo, esas vetas tienen siempre un designio político, entendido éste como la conciencia de saber que se necesitan alianzas y lealtades para asegurar la sobrevivencia de todos.

¹ El presente documento se basó en la consulta de Arizpe. L. (2011, octubre). "Cultura e identidad de los mexicanos en la era global". En Revista de la Universidad de México. Consultado en: <http://www.revistadelauniversidad.unam.mx/9211/pdf/92arizpe.pdf>

Ésta es hoy la frontera extrema que impone el planeta, a partir de la cual hay que hacer un camino de regreso para recrear la política y la cultura. Es decir, la relación con los demás y con nosotros mismos.

Nuevamente viene entonces a la discusión el tema de la identidad. ¿Quiénes somos los mexicanos? Después de hacer la misma pregunta hace 100 años, se desarrollaron desde entonces iniciativas culturales sumamente diversas pero que fueron negociadas para forjar una “pluralidad internalizada”, coexistencia de la diversidad que hay en nuestro país. Lo importante es rescatar la idea de que tantas iniciativas culturales, discusiones intelectuales, aportaciones culturales, políticas e incluso tecnológicas en México siguen siendo vigentes. Lo que hay que combatir, con toda convicción, es la idea de que aquí nunca se ha hecho nada de valor y, por tanto, hay que importar todo.

Por definición, toda identidad es relacional y múltiple. Los mexicanos somos, al mismo tiempo, oriundos de un pueblo, barrio o ciudad, portadores de una cultura étnica —originaria maya o nahua, o de inmigración, afro y otras— o regional —oaxaqueña, jarocho, tapatía, norteña, yucateca—, practicantes de una dirección, profesión, oficio o subempleo, miembros de una feligresía religiosa, adherentes de grupos sociales diversos, y aficionados a tales o cuales tipos de música, o deporte o lo que sea. Cada una de estas filiaciones y adhesiones nos une a una gran variedad de grupos y entreteje nuestra identidad total. Hoy, además, varias de estas pertenencias múltiples nos unen a grupos en otros lugares del mundo. Así sucede con los mexicanos migrantes, artistas y viajeros de la cultura que viven en otros países.

México: la tierra de la libertad cultural

Diversidad es lo que actualmente tenemos en México. Se hablan todavía trescientas sesenta y cuatro variantes de lenguas mesoamericanas, que forman parte de ciento diez agrupaciones lingüísticas pertenecientes a tres familias de lenguas: la yuto-azteca, la otomange y la maya.

Milenios después llegaron los hablantes del castellano, el gallego, el vasco, el andaluz y el valenciano —si es que se consideran lengua separadas— y, al parecer, muy pocos del catalán. Poco después, pisaron tierras mexicanas los africanos con su gran variedad de lenguas, principalmente las variantes del bantú, el wolof y el mandingo, que formaron la tercera raíz del pueblo mexicano. Y desde el siglo XIX no han dejado de llegar los grupos hablantes del inglés, francés, chino, libanés, yiddish y alemán, entre otras lenguas.

Con tal diversidad, no sorprende que el contraste, el roce y el gozo de las culturas haya marcado la historia de México. Frente a ella, en vez de replegarse, los mexicanos crearon una cultura de gran hospitalidad y generosidad, que igual ha absorbido a invasores altaneros que a expatriados, desterrados y exiliados. Y, lo que hay que destacar, también dieron la bienvenida a los enamorados de la música mexicana, la gentileza de la gente, los colores y los paisajes mexicanos. A todos ellos México los ha acabado por asimilar, integrar o dejar en libertad en toda su diversidad.

Este intenso cruce y mestizaje de culturas ha sido posible porque a lo largo del siglo XX se insistió en crear nuevas culturas y corrientes de arte, artesanías y patrimonio cultural inmaterial. Esta creatividad no provino del Estado, sino que éste, al tener un proyecto de

desarrollo nacional, la defendió y la auspició, dejando a los propios mexicanos la libertad de hacerla florecer.

Los mexicanos han sido receptivos de las influencias de otras regiones, las adopta y hace suyas y como resultado hay un gusto de los mexicanos por la música, la pintura, la danza, el canto, las artesanías, la retórica, el arte escénico, los desfiles y las procesiones, la convivencia, la espiritualidad y mucho más. Todo ello queda contenido en una composición cultural de lo que queda la fiesta: la feria, la conmemoración, el simulacro, el festejo, el relajó, que a través de los siglos se han seguido celebrando en el gran calendario de ritos, festividades y mitotes de Mesoamérica.

México: el cruce constante de arte y de culturas

Hay que destacar en esta era global, la historia reciente de mexicanos que han trazado senderos culturales entre México y el resto del mundo. Desde Diego Rivera hasta Carlos Fuentes y Salma Hayek se hace vigente el principio de que nunca se es tan cosmopolita como cuando se toma como punto de partida el imaginario nacional. Los artistas mexicanos se llevan en la imaginación las habilidades culturales que se transmiten en la vida cotidiana y la combinación de diversidades de varios milenios. Ello explica por qué ahora los mexicanos en el extranjero no sólo no han desaparecido del horizonte mexicano, sino que han creado y recreado movimientos culturales que renuevan ese horizonte.

Por ejemplo los artistas chicanos recuperaron el muralismo y los símbolos fundacionales de México para después reinsertarse en la dinámica sociedad norteamericana con una perspectiva propia, como los grupos que tocan sones jarochos en Los Ángeles o Los Tigres del Norte y la música tecnonorteña, o mujeres californianas que tocaron música de mariachi en la inauguración de los Juegos Olímpicos de Beijing; Águeda Lozano, pintora y escultora, a quien se debe la obra de brillos metálicos de la Place du Mexique en París, construye su casa en Cuauhtémoc, Chihuahua, para regresar algún día. En el cine por ejemplo, Alejandro González Iñárritu, quien ha concursado por el premio Oscar de Hollywood; Salma Hayek, actriz, productora de cine sobre México, ahora promotora del arte contemporáneo; Guillermo del Toro, galardonado también por sus películas. Y los jóvenes se adelantan a los tiempos: Gael García Bernal, Diego Luna, Patricia Riggen. Son ejemplos del internacionalismo de la cultura de México desde el siglo XX, el cual surgió en las postrimerías de la Revolución mexicana.

Influencia cultural de México en el ámbito internacional

Posterior a la Revolución en México, se da una libertad cultural y a partir de los años veinte fluyeron grandes creaciones que refrendan el internacionalismo de la cultura en México: el cine con Serguei Eisenstein; poetas como Antonin Artaud; pintores, como Louis Aragon. Los artistas e intelectuales mexicanos viajaron a Europa y Estados Unidos en estancias cortas o largas, como los dieciséis años que pasó Diego Rivera en París. Y todos regresaban.

Se ha estudiado mucho la cultura mexicana hacia dentro, pero poco la interactividad cultural de los mexicanos fuera del país. No se conoce a ciencia cierta, por tanto, la gran influencia cultural que ha tenido México en el exterior. Para dar un breve ejemplo de esta en el largo camino de sus aportes al estudio y manejo del patrimonio cultural, el arte y las políticas culturales en el mundo, se mencionan unas cuantas fechas clave:

1947: Apenas creada la Unesco, se celebró en la Ciudad de México su Segunda Conferencia General. La inauguró el entonces secretario de Educación Pública, Manuel Gual Vidal, refiriéndose a "...el profundo sentido progresivo de la cultura". Participó Jaime Torres Bodet, secretario de Relaciones Exteriores, quien pronto sería designado director general de la Unesco. Samuel Ramos presidió las "Pláticas Filosóficas" que dieron pie a la creación de la División de "Filosofía y Civilizaciones" de la Unesco; Carlos Chávez y R. Rubín de la Borbolla presidieron las sesiones de música y de museos; Alfonso Caso presidió la sesión de clausura del recién creado Consejo Internacional de Museos. Se dieron a conocer a los delegados, entre otros, los muy originales programas de Misiones Culturales y de las Escuelas de Arte al Aire Libre. La originalidad de la política cultural mexicana manifiesta en la labor del Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Instituto Nacional Indigenista y el Instituto Nacional de Bellas Artes, inspiró a los delegados del mundo para la creación, poco después, de un programa en la Unesco intitulado "Cultura", orientado hacia:

- a) la conservación del patrimonio arqueológico y monumental;
- b) el apoyo a los artistas;
- c) la promoción de las artes y las "artes folclóricas" y
- d) los derechos de autor.

El objetivo de la Unesco era, y sigue siendo, la *unidad-en-la-diversidad*: ayudar a usar esos canales para que la cultura de uno pueda ser interpretada por otras culturas; que mejor puedan servir de fundamento a un pensamiento y una acción comunes; pero, de igual importancia, es que susciten el respeto por elementos divergentes.

1963: La inauguración del Museo Nacional de Antropología e Historia de México causó revuelo a nivel internacional. Por su originalidad, se concibió con base en una nueva arquitectura museológica innovadora, en la integración de la antropología y las artes, la vinculación de las grandezas arqueológicas y las prácticas etnológicas vigentes; gracias a esta obra del arquitecto Pedro Ramírez Vázquez y un grupo de antropólogos, artistas y artesanos, México quedó integrado a la corriente mundial de protección al patrimonio cultural en el primer lugar. En el sexenio de Adolfo López Mateos, se inauguraron en total cinco museos entre los que destacan Antropología, Nacional de Arte y la Pinacoteca Nacional.

1972: Los arqueólogos y arquitectos mexicanos tuvieron participación en la creación de la Lista del Patrimonio de la Humanidad, en programas concretos de protección, conservación y restauración del patrimonio arqueológico y monumental; constituyó un aporte fundamental para la Convención Internacional para la Protección del Patrimonio Natural y Cultural aprobada ese año.

1975: Se celebra por primera vez un Congreso Nacional de Indígenas en Pátzcuaro, Michoacán. Allí surgieron las primeras organizaciones dirigidas por indígenas. Se inició la corriente que promovió una política nacional pluricultural, tema que apenas se esbozaba en el ámbito internacional.

1978: Creación del Programa Nacional de Culturas Populares, con base en las ideas innovadoras de un grupo de antropólogos, escritores y artistas que tuvo una influencia vital en la Convención Internacional del Patrimonio Cultural Inmaterial.

1982: Tiene lugar en la Ciudad de México la famosa Conferencia Intergubernamental sobre Política Cultural, llamada Mondiacult, que consolidó las bases para que los estados crearan políticas de apoyo a grupos indígenas, a artistas, a autores y a promotores culturales.

1995-2003: Las experiencias innovadoras de los antropólogos mexicanos en rescate etnográfico, museos comunitarios y escolares, y de culturas populares se integraron a las discusiones para la creación de la Convención Internacional de Patrimonio Inmaterial en la Unesco. En consonancia con corrientes de otros países, se orientó el programa ya no hacia la conservación sino hacia la salvaguardia del "Patrimonio Vivo". En reconocimiento a la asesoría mexicana en la elaboración de la convención, la Unesco otorgó a la Universidad Nacional Autónoma de México la "Cátedra Unesco de investigación sobre patrimonio cultural inmaterial y diversidad cultural".

2009: Después de la adopción de la Convención Internacional sobre Contenidos Culturales y Expresiones Artísticas en 2005, se publicó el Informe Mundial Unesco donde se hicieron aportes internacionales sobre un gran número de iniciativas y políticas culturales de México, en especial en cuanto a exposiciones, muestras e intercambios artísticos. Por ejemplo: exposiciones del arte de México de varios siglos y de arte olmeca, maya y azteca.

Estos son algunos de los grandes momentos en la vida y política cultural que se llevaron a cabo en México durante el siglo XX.

Mexicanidad y cosmopolitismo

Tres características resaltan de la cultura mexicana, de acuerdo con su historia y su práctica cultural: la monumentalidad, la originalidad y la creatividad.

La monumentalidad se hace evidente en las creaciones de gran tamaño, que van desde las altas pirámides, algunas con el basamento más ancho del mundo; en las construcciones de la ciudad colonial calificada como "de los palacios"; hasta expresiones como los murales mesoamericanos que encontraron su réplica en el muralismo mexicano del siglo XX. Lo descomunal puede provenir del espíritu de una Revolución que fue la primera revolución social del siglo XX. Pero también en actitudes mexicanas. En la terquedad de Diego Rivera, Siqueiros y Orozco por plasmar un nuevo sujeto de la pintura: el pueblo y sus luchas de todos los siglos; o en la carta de Frida Kahlo dirigida al presidente Miguel Alemán que decía: *Defendiendo la cultura, usted demuestra ante los pueblos del mundo que México es un país libre... que siendo México democrata, lo mismo se respetan las bendiciones del señor arzobispo Martínez que las palabras históricas del Nigromante ("Dios no existe"). Lo mismo se pintan vírgenes de Guadalupe que pinturas con contenido revolucionario en las escaleras monumentales del Palacio Nacional...*

A esta carta Miguel Alemán respondió: *"La cultura es inmortal y nunca en los verdaderos atentados contra ella la han destruido, porque es incontenible su fuerza creadora..."*. Como descomunal fue también la convicción de Carlos Monsiváis al escribir sin cesar la crónica, no de una ciudad únicamente, sino de las vivencias de varias generaciones de mexicanos, inquietos, rebeldes, olvidados y recordados, asegurando precisamente, que siguen siendo protagonistas de una historia cultural inclusiva, robusta y creativa.

Esa originalidad y creatividad en la cultura, compartida por todos los mexicanos, se expresa también en el patrimonio cultural intangible. No hay más que ver los simulacros de la Guerra de Independencia que se celebran todavía en muchos pueblos y que fueron excluidos de

los festejos multimillonarios del Centenario y el Bicentenario. Por ejemplo, en Chilacachapa, Guerrero, se celebra desde hace más de cien años una escenificación donde se movilizan más de ciento veinte jóvenes que ilustran el arresto de doña Josefa, el aviso a don Miguel Hidalgo, cuadro a cuadro durante tres días, hasta su fusilamiento. Once contingentes de distintos pueblos llegan a desfilan y participar.

Otro ejemplo de la visible creatividad mexicana está en la invención de la danza neoindígena de los concheros y en los grupos de rock en náhuatl, así como en el jazz, rap mexide y tantas otras expresiones musicales. O también en la originalidad, constante renovación espontánea e imaginativa, de las artesanías mexicanas. Por ejemplo, las lacas de Michoacán que, sostiene una teoría, son influencia china desde que llegó una embarcación en 1451, hasta la actualidad se siguen innovando. Lo que inventan los ceramistas de Ocumicho proviene tanto de una imaginación desbordada como de manos tocadas por la irreverencia. Lo mismo ocurre en Oaxaca, con su Guelaguetza de dieciséis lenguas originarias, textiles y artificios de madera y barro únicos en el mundo. O en Chiapas, donde, entre tantas iniciativas, las mujeres de Sna Jolobil siguen dando muestras de la excelencia de sus textiles mayas.

Los migrantes mexicanos: la identidad desde lejos

Los movimientos migratorios de los mexicanos han generado también una intensa interactividad cultural. Muchos salen de México a buscar empleo, a conocer otras experiencias o a realizar sus aspiraciones artísticas y profesionales. Llevan parte de su identidad nacional y la cultura mexicana; continúan enlazados a sus pueblos, familias y entorno donde crecieron. Quizá habría que cuestionarse si conforman una diáspora.

La fortaleza de la identidad mexicana se hace evidente de muchas maneras, entre ellas, en cómo se identifican los mexicanos en el censo de los Estados Unidos. En el censo del año 2010 de este país, los latinos aparecen ya como la segunda minoría, habiendo rebasado a la población afroamericana. Resulta muy interesante que, en el censo de 2000 sólo el 46.8% de los mexicanos se identificó como raza “blanca”; 0.7% como “negra”; 0.2% como “asiática” y 1.2% como “indio americano”. De los demás, 45.8% se reconocieron como de “otra raza” —muchos decían, aparte, que escogieron esa categoría porque se consideran de nacionalidad mexicana; unos cuantos dijeron que porque pertenecen a la “raza de bronce”— y 5.2% escogieron la categoría de “dos o más razas, es decir, mestizos”.²

La migración masiva de mexicanos a los Estados Unidos responde a en primera instancia a cuestiones económicas. Sin embargo, lleva aparejado el fenómeno de transculturalidad que mantiene vigentes los lazos afectivos y culturales entre los migrantes y las primeras generaciones de sus descendientes, con sus comunidades de origen.

Así, se han creado varios movimientos culturales mexicano/chicanos, originales, vehementes, en aquel país. Mientras allá este movimiento cultural echó chispas entre el brote de nuevos significados y representaciones —muralismo y artistas chicanos, *performance* “naftazteca” y la Virgen de Guadalupe plasmada en *shorts* y zapatos tenis, liberada—, en México más bien cundió la alarma por la posible pérdida de tradiciones culturales por este movimiento geográfico.

² Marta Tienda y Faith Mitchell, editoras, *Hispanics in America*, Academies of Science, Washington, 2000.

Pero más que pérdida, se trata de transculturalidades, fenómeno que será permanente en los años por venir y se reconoce como fuentes de creatividad. Varios aspectos de la “representación social” de la cultura mexicana en relación con los Estados Unidos se han hecho ya obsoletos; entre ellos el viejo esquema colonial que percibía a México como sociedad pasiva necesitada de murallas culturales para defender su cultura del exterior. Las experiencias ya descritas, muestran lo contrario.

También se ha venido abajo la idea de una cultura mexicana “hacia dentro” esto es, no se limita ni en fronteras geográficas, imaginarias o cibernéticas.

La cultura mexicana: “El don creativo, la templanza del pueblo y la alegría”

En 2004 se realizó una encuesta entre los migrantes mexicanos en Estados Unidos, sobre lo que les gusta e identifica con México, 40.2% se refirieron a aspectos de la cultura: historia, tradiciones, fiestas, patrimonio cultural y 10.4% a la gastronomía. Lo que resalta también por cierto es que 17.4% destacaron aspectos de la convivencia: la calidez, el trato y el apoyo entre la gente. El resto de las respuestas se repartieron entre temas tales como la belleza de los paisajes, el clima, las playas y hasta el tequila. Un joven migrante de Tlayacapan, Morelos, resumió así lo que sentía: “¿Qué extrañaba? La familia, que es lo más importante, las costumbres, la libertad...”. Varias mujeres, sin embargo, dijeron que extrañaban a sus familias, pero que apreciaban sobremanera que en Estados Unidos se sentían protegidas contra la violencia de sus esposos.

Por otra parte, si bien hay expresiones de identidad, la migración mexicana también se ve influida por el deseo por asimilar selectivamente muchos aspectos del estilo de vida del país a donde llegaron y encontrarles un acomodo sin perder sus referencias simbólicas mexicanas o latinas. Esto es válido para la primera generación y aun para la segunda generación de descendientes de mexicanos, aunque ya los nietos de los primeros migrantes tienden a integrarse a la sociedad norteamericana, muchos con un aprecio por una nueva filiación como latinos.

El arte y la cultura chicana y mexicano-norteamericana constituyen una aportación a la vida cultural y social de los Estados Unidos. Por ejemplo, se extiende cada vez más la gastronomía y la música de México, pero crea relaciones complejas con el arte y la cultura de nuestro país. Si bien los inmigrantes hispanos en los Estados Unidos están pasando por las mismas etapas de integración que los migrantes de otras nacionalidades —pérdida paulatina del idioma y del aislamiento social en cada nueva generación, incremento progresivo de niveles de estudio y acceso a empleos mejor remunerados y a niveles profesionales y directivos en las empresas, y matrimonio con personas pertenecientes a otros grupos blancos o étnicos—, los latinos tienen características que pueden obstaculizar su plena integración en el futuro.

De no lograrse aumentar las inversiones en la educación e integración de los latinos, esta categorización pasará de una denotación étnica a ser una categoría de clase subalterna permanente o *underclass* que agravará los problemas laborales, educativos y de salud de este grupo.

Los códigos identitarios de los mexicanos

En gran número de estudios y encuestas, se ha reiterado que existe entre los mexicanos una constelación de códigos identitarios. Entre ellos pueden mencionarse:

1. La tierra: los paisajes, las playas, las sierras, las selvas. La tierra cultivada, las flores, las calles empedradas o los edificios modernos también significan un elemento de identidad.
2. La historia: a través de monumentos y representaciones en los museos conforman el patrimonio cultural tangible; y el intangible, encuentra su expresión en las danzas, los rituales, representaciones de sucesos, las celebraciones y conmemoraciones, entre otras.
3. La convivencia: los infinitos festejos para celebrar los ritos de pasaje de la vida humana, las ferias y fiestas de pueblos y colonias, los desfiles y procesiones, la música compartida en los convivios. La expresión cálida y solidaria de sentimientos que representan la hospitalidad y sentido de pertenencia.

Las nuevas narrativas culturales de las ciudades mexicanas

Las ciudades de México son tesoros de la sucesión de los tiempos culturales de la historia. En los últimos lustros, en las principales ciudades de México, han surgido innumerables proyectos de conservación del patrimonio cultural, tanto edificado como intangible, así como la creación de museos y centros culturales.

En la Ciudad de México se destaca la conservación y la promoción de la cultura. Por una parte, dinamizar las actividades económicas para que inciten a la construcción de nuevas infraestructuras, así como de nuevos oficios, y nuevos centros de creación artística. Por otra parte, promover el patrimonio cultural inmaterial, al rescatar los oficios, las festividades, las actividades asociativas culturales. Con ello, se acompaña la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial con una nueva reinvención del patrimonio cultural vivo.

El dinamismo cultural del país se ha conservado en el mundo del arte y de los nuevos medios, apoyados por los gobiernos federal y estatales. Los jóvenes artistas han seguido con una creación abundante de nuevas formas de ambientar, instalar, acercar entornos cotidianos a los museos, hacer performance, explorar la biosimbiosis con el entorno natural, y cuanto les ha dictado la invención. En la Ciudad de México, además, las festividades y proyectos culturales se recrean como si aún se siguiera cumpliendo al día el calendario ritual tenochca.

Los conceptos de arte y patrimonio cultural se han extendido más allá de las definiciones y programas establecidos en territorios tradicionales; ya no hay exclusividad de espacios, lo que favorece el mestizaje, es decir, la libertad de reunir diversas maneras de ver, comunicar y expresar sentimientos para crear nuevas versiones de las culturas mexicanas. Aunque cabe reconocer que, si bien se comparte la diversidad cultural y social, es en los centros urbanos donde más se reconoce y asimila dicha diversidad.

Por otra parte, están las hibridaciones donde coexisten diversos aspectos de distintas culturas o estilos de vida, es decir, se fusionan y dan lugar a estas formas de ver y entender la cultura como comúnmente se le refería: mestizaje.

Ante la rapidez del cambio social, de las narrativas y signos de las nuevas culturas urbanas, es el patrimonio cultural intangible el que puede mantener la articulación de cómo se identificaban las generaciones sucesivas en la ciudad.

La persona y el patrimonio cultural primario

La memoria es el punto de partida de la cultura; pero es la vida privada la que da un sentido de persona al individuo. Y es la persona la que puede ejercer la libertad cultural en sus decisiones para construir un futuro, para seguir tejiendo los lazos que hacen posible que un conjunto de personas, hagan posible interactuar y apoyarse unas a otras para seguir viviendo en la convivencia en una sociedad y una nación.

Es importante el patrimonio cultural, ya que representa las conexiones entre los elementos de la memoria, las que nos dan el sentimiento unitario de ser uno mismo; el que sabe que sabe y puede responder de acuerdo con los valores y deseos que reflejan sus redes de memoria. Una especie de “ser autobiográfico” que puede elegir.

El patrimonio cultural inmaterial se encuentra en el contexto de cada persona. Desde las fiestas y ferias hasta el mundo más íntimo. Ese pequeño lugar construido con objetos y recuerdos culturales. Por ejemplo, los retratos empañados de los abuelos, el abanico traído de Veracruz por la tía, el cromó del Popocatepetl y el Ixtaccíhuatl cuyo calendario de hace diez años quedó fijado en el tiempo, igual que la leyenda de esos volcanes. Pequeños trazos del pasado que, al irse enlazando en su conjunto, marcan los linderos de un pequeño mundo de confianza.

En todo tipo de casa, ya sean campesina, cuarto de vecindad, departamento o casa citadina, cuenta con esta gama de “recuerdos”, puntos tangibles de un patrimonio intangible que le otorga sentido al sitio primario que construye el ser autobiográfico de los mexicanos. Este “sitio de cultura primaria” es el que protege, en muchos casos, de una vida pública cuando ésta es amenazante por alguna razón.

En las ciudades en cualquier país, los jóvenes buscan agruparse con base en nuevos códigos de su propia invención y que ahora, en muchos casos, son globales. Nacidos como signos de identidad joven desde los años ochenta, los grupos cholos, *dark*, góticos, *skatos*, relocalizados como “ciberpunkmazahuatlahuac”, organizan los símbolos para las nuevas generaciones de la sociedad mexicana. Los jóvenes pasan por estos grupos para después insertarse en otras identidades, según su oficio, su profesión, su preferencia política, su feligresía, su colonia urbana y/o su pertenencia a otros grupos culturales. Cuando los jóvenes no tienen acceso a estos otros escalones de la movilidad económica y social, tienden a perpetuarse en grupos que llegan a acentuar perfiles más radicales y, algunas veces llegan a ser son violentos y criminales.

Cuando ocurre esto último es importante destacar que incluso los grupos de criminalidad crean sus propios códigos simbólicos. Quizás el ejemplo más claro es el de los narcotraficantes que abrieron prácticamente el único camino de ascenso económico y social frente a una política que ha favorecido la desigualdad educativa y económica y dejó a la deriva a tantos jóvenes del bono demográfico de la primera década del siglo XXI.

Las redes sociales y la vida pública y privada

El siglo XXI inicia con redes culturales y sociales distintas a las que habían existido hasta ahora en la cultura mexicana. El auge en la comunicación mediada por computadora, con sus herramientas en Internet permiten navegar, conectarse, intercambiar, crear y recrear con amplia libertad para las personas, a través de un mundo que, por lo contrario, se ha hecho pequeño. Las redes de Internet han modificado los hábitos culturales de los mexicanos.

Los migrantes se comunican a través del sitio de su pueblo en la red; las familias entretejen correos por todo el territorio nacional; los jóvenes viven sus vidas de amores y amigos en el Facebook; los políticos de pronto tienen que atender a oleadas de ciudadanos ciberinvisibles en el Twitter. Esto lleva a cuestionarnos si la sociabilidad de la cultura mexicana será tratada en la mayoría a través de las redes cibernéticas; o si sólo nos estamos enfrentando a nuevas formas de comunicación, acelerada y trivial.

Niños y jóvenes crecen en el entorno mediático de comunicación donde reciben tal cantidad de mensajes e imágenes a través de los teléfonos móviles y las redes sociales que tiene implicaciones contradictorias, oscuras y hasta amenazantes. Pueden ser un instrumento vital para lograr la democracia, el respeto a los derechos humanos y la movilización hacia la libertad. Pero también pueden ser abusivas en su intromisión a la vida privada de las personas; rebasa la autoridad del propio usuario, de sus padres o maestros, o de las autoridades elegidas democráticamente. Y, por otra parte, los propios usuarios se vuelven esclavos de su subordinación a verdades a medias, provenientes del autoritarismo de comunidades virtuales las cuales tienen en muchos casos, intereses que nada tienen que ver con salvaguardar la dignidad de las personas.

Varios sucesos recientes muestran que las tecnologías pueden deslizarse a un lado frente a las capacidades de las instituciones educativas, legislativas y políticas nacionales o internacionales y que no puedan delimitarse sus impactos psicosociales, políticos y culturales.

Otro cuestionamiento que cabe considerar surge de esta orientación de la entrega de la vida privada a través de las redes sociales y sitios en Internet, si la hará volverse completamente pública: ¿quiénes y cómo tienen derecho a usarla? En una actualidad plena de amenazas, la circulación extendida de todos los datos sobre la vida de las personas, la noción misma de libertad cultural, la creación artística, la propiedad intelectual se encuentran en entredicho.

Los retos: las lealtades múltiples y las redes globales

El gran reto para México en ese siglo es si podrá sostener el nivel de expresión cultural que tuvo en el siglo pasado, en el contexto de la globalización. Defender los talentos y exigir la libertad de pensamiento y de creación que es nuestro principal patrimonio cultural.

En el siglo XX se dio un impulso, a través de sus actores -hombres y mujeres- al reconocimiento y libertad cultural, en su expresión y pensamiento, lo que permitió desarrollar, cuestionar, viajar, crear y reinventar, abrir su imaginación y desplegar sus talentos. Actualmente el panorama es desequilibrado y las preocupaciones están en otro

lado: que los mexicanos sigan teniendo las condiciones para poder crear, producir, innovar y comunicar en la cultura.

La oposición cultural en contra de lo que se percibe como tendencias culturales globales homogeneizadoras se ha acelerado de la misma manera en que los medios institucionales para remediar el acceso desigual a los recursos económicos se han debilitado o se les tacha de ineficaces. Las crecientes dislocaciones del poder han coincidido así con las crecientes presiones culturales.

Porque el mexicano vive la vida con la muerte, no deja de crear señales de vida. Esas señales son la pasión que, como en todo, se desborda. Se desborda en los amores y en sus crímenes pasionales; en la lucha por el poder que tanto daña a la democracia; en la ambición por acumular que llega a tal ceguera que se deja en el hambre a los demás. La violencia económica que se arroja en la arrogancia y la indiferencia lleva entonces a la violencia a secas, a los secuestros, a la brutalidad contra las mujeres, al tráfico de drogas, que en conjunto han salido de control.

Es por ello por lo que hoy en día hay que recuperar el desarrollo de la cultura en México dado que constituye:

- 1) un factor primordial de unidad nacional: lengua, valores compartidos e identidad,
- 2) un espacio para desarrollar una visión de futuro basada en el consenso y la negociación,
- 3) un sector económico en crecimiento,
- 4) un valor de presencia y prestigio para la conducción de interacciones económicas, políticas y culturales con otros países en el proceso de la globalización.

Para enfrentar estos retos se requiere:

- 1) la protección del patrimonio cultural en toda su gama,
- 2) promover la producción de bienes culturales para el mercado tanto nacional como de exportación promoviendo las industrias culturales, asegurando que su propiedad intelectual y los beneficios de sus ventas queden en manos de sus creadores y productores,
- 3) seguir manteniendo en alto la reflexión y las prácticas de la cultura en México como parte de nuestra identidad en el mundo global,
- 4) orientar actividades culturales hacia los grupos cuya pobreza destruye sus capacidades y habilidades culturales tradicionales, fomentando nuevas formas de producción de bienes culturales y de actividades culturales generadoras de ingreso.

El concepto de globalización³

Para entender el término *globalización* el preciso aproximarse a otros términos que designan otros aspectos del mismo proceso. Es necesario distinguir entre *globalismo*, *globalización* y *globalidad*.

Globalismo refiere a la imposición del mercado mundial sobre el quehacer político; es decir, la ideología del dominio del mercado mundial. El globalismo es unidimensional (no considera otras dimensiones de la globalización) y niega la distinción entre economía y política al afirmar el imperio de lo económico. Es la ideología de la globalización que sostiene que todos los problemas se resuelven con el mercado global, mejor conocido como neoliberalismo.

Globalización alude a los procesos en virtud de los cuales los Estados nacionales soberanos se entremezclan y superponen orientaciones, identidades y entramados varios, a través de actores transnacionales y sus respectivas probabilidades de poder. Es un fenómeno (empírico) que sucede en nuestro mundo en el plano económico, político, cultural y social.

Globalidad supone varias dimensiones que afectan a los planos social, político, cultural, económico, ecológico. Esto expresa que ya no hay fenómenos sociales aislados, locales; hay una sociedad mundial donde no existen espacios cerrados y es necesaria la interacción entre países, sociedades. Hay una interdependencia. No es un proceso unilateral; tiene avances y retrocesos.

El sentido fundamental de estas transformaciones sociales viene impuesto por tendencias intrínsecas al sistema económico capitalista; en su misma estructura está orientado hacia el crecimiento y hacia la expansión. El capitalismo globaliza los vínculos sociales de una forma que, a largo plazo, resulta inevitable mientras se mantengan las características fundamentales de este sistema económico”.⁴

En este proceso, las acciones cotidianas y las formas de vida de cada uno, anterior a la cultura y al universo simbólico de cada cual, están sobrecargadas y forman sistemas con acontecimientos que ocurren en el otro lado del planeta y con formas de vida absolutamente dispares. Hoy nadie escapa a la afectación de un solo sistema mundial. Incluso las pocas culturas indígenas autónomas existentes están ecológicamente afectadas. Y esta afectación del otro, es un hecho independientemente de la conciencia o del universo simbólico del afectado, o de los individuos y grupos humanos involucrados en dicha afectación.

Concebir la globalización como globalismo (construcción ideológica, neoliberalismo) implica una visión unidimensional y lineal de la globalización, pues la considera sólo desde el punto de vista económico y, además, basa su desarrollo en la continua expansión del mercado mundial libre. Considera que el mercado es el mejor instrumento para aumentar la riqueza mundial y disminuir las desigualdades, al extender la competencia y, por tanto, reducir costes, con lo que todos pueden beneficiarse.

³ El presente texto es una adaptación de Samour. H. (S.F.) Globalización, cultura e identidad. Consultado en: http://www.uca.edu.sv/facultad/chn/c1170/Globalizacion_cultura_e_identidad.Samour.pdf

⁴ Antonio González Fernández, “Desafíos presentes a la filosofía social y política”, en www.geocities.com/praxeologia

Consecuentemente, esta ideología “enaltece el fundamentalismo del mercado, exalta la libertad de comercio, impulsa el flujo libre de los factores de la producción (excepción hecha de la mano de obra, que continúa sometida a numerosas restricciones de diverso tipo), propugna el desmantelamiento del Estado, asume la monarquía del capital, promueve el uso de las nuevas tecnologías, favorece la homologación de las costumbres y la imitación de las pautas de consumo y fortalece la sociedad consumista”.⁵

Hay que diferenciar, por tanto, la globalización como un fenómeno que afecta todas las dimensiones de la vida social, y el globalismo como una ideología que busca legitimar el proyecto de dominación hegemónica a escala planetaria de determinados países y grupos particulares. O como dice Alain Touraine, “constatar el aumento de los intercambios mundiales, el papel de las nuevas tecnologías y la multipolarización del sistema de producción es una cosa; (pero) decir que la economía escapa y debe escapar a los controles políticos es otra muy distinta. Se sustituye (en este caso) una descripción exacta por una interpretación errónea”⁶ e ideológicamente interesada, cuando se afirma y se propaga normativamente, que nada ni nadie debe controlar el proceso global del capital y que se deben despolitizar las redes económicas y financieras.

En resumen, se puede definir más rigurosamente la globalización como “el proceso de desterritorialización de sectores muy importantes de las relaciones sociales a escala mundial o, lo que es lo mismo, la multiplicación e intensificación de relaciones supraterritoriales, es decir, de flujos, redes y transacciones disociados de toda lógica territorial y de la localización en espacios delimitados por fronteras. Así entendida, la globalización implica la reorganización (al menos parcial) de la geografía macrosocial, en el sentido de que el espacio de las relaciones sociales en esta escala ya no puede ser cartografiado solamente en términos de lugares, distancias y fronteras territoriales”.⁷

Tres dimensiones se observan sobre el fenómeno de la globalización.⁸

1. Ampliación de los efectos de las actividades económicas, políticas y culturales a lugares remotos.
2. Intensificación de los niveles de interacción e interconexión entre los estados y naciones.
3. Reordenamiento del espacio y el tiempo en la vida social.

El desarrollo de redes globales de comunicación y de complejos sistemas globales de producción e intercambio disminuye el poder de las circunstancias locales sobre la vida de la gente y ésta se ve crecientemente afectada por lo que ocurre en otros lados.

Los soportes que definen a la globalización son las llamadas *ciudades mundiales*, centros donde se concentran las corporaciones transnacionales más importantes, a la par con las mayores compañías de servicios especializados que les prestan apoyo (bancos, bufetes de abogados, compañías de seguros y de publicidad, entre otras), así como también las organizaciones internacionales de envergadura mundial, las corporaciones mediáticas más

⁵ SELA, “Globalización, inserción e integración: tres grandes desafíos para la región “ (SP / Di N° 8-2000). Secretaría Permanente. Junio. <http://lanic.utexas.edu/~sela/docs/spdi8-2000.htm>

⁶ Citado por María José Fariñas Dulce, “Las asimetrías de la globalización y los movimientos de resistencia global”, en www.convocados.net

⁷ Gilberto Giménez, “Cultura, identidad y metropolitismo global”, op.cit., p, 124.

⁸ Cf. J. Larraín, “Identidad latinoamericana y globalización”, www.franciscanos.net/teologos/sut/larrain.htm

poderosas e influyentes, los servicios internacionales de información y las industrias culturales.

Las ciudades mundiales funcionan también como superficie de contacto (interfase) entre lo global y lo local. Disponen del equipamiento requerido para canalizar los recursos nacionales y provinciales hacia la economía global, pero también para retransmitir los impulsos de la globalización a los centros nacionales y provinciales que constituyen su retaguardia local”.⁹

Esto significa que la globalización tiene fundamentalmente una dimensión urbana, y se nos manifiesta en primera instancia como una gigantesca red virtual entre las grandes metrópolis de los países industrializados avanzados, debido a la supresión o a la radical reducción de las distancias.

Una consecuencia inmediata de lo anterior son dos situaciones:

- a) la aceleración de los ritmos de vida provocada por las nuevas tecnologías, como las telecomunicaciones y los transportes aéreos continentales e intercontinentales, que han modificado la topología de la comunicación humana comprimiendo el tiempo y el espacio como resultado de la supresión de las distancias;
- b) la alteración que todo esto ha provocado en nuestra percepción del tiempo y del espacio.

Esta consecuencia se visualiza en la polarización entre un mundo acelerado, el mundo de los sistemas flexibles de producción y de sofisticadas pautas de consumo, y el mundo lento de las regiones rurales aisladas, de las manufactureras en declinación y de los barrios suburbanos social y económicamente desfavorecidos, todos ellos muy alejados de la cultura y de los estilos de vida de las ciudades mundiales.¹⁰

Así comprendida, la globalización tiene múltiples dimensiones, aunque la mayoría de los autores admite que la dimensión económico-financiera es el motor real del proceso en su conjunto.¹¹ Se pueden así distinguir, por lo menos, tres dimensiones básicas:

- La *globalización económica*, que se asocia con la expansión de los mercados financieros mundiales y de las zonas de libre comercio, con el intercambio global de bienes y servicios y con el rápido crecimiento y predominio de las corporaciones transnacionales. En este contexto, el capital transnacional productivo y, en concreto, el financiero especulativo son los nuevos señores que operan, íntimamente relacionados y casi sin restricciones, en todo el planeta.
- La *globalización política*, que se relaciona con la cesión de soberanía de los estados nacionales a organizaciones supraestatales, regionales o globales, que son las que toman en la actualidad muchas de las grandes decisiones antes reservadas a dichos estados. El papel del Estado se reestructura y se supedita a las nuevas lógicas del capital, perdiendo soberanía para definir autónomamente su actividad.

⁹ Gilberto Giménez, “Cultura, identidad y metropolitanismo global”, op.cit., p. 125.

¹⁰ Ibídem.

¹¹ Cf. I. Wallerstein, “A cultura como campo ideológico do sistema mundial moderno”, en M. Featherstone, *Cultura global*, Petrópolis, 1994, pp. 59-67.

- La *globalización cultural*, que se relaciona, por una parte, con la interconexión creciente entre todas las culturas (particulares o mediáticas) y por otra, con el flujo de informaciones, signos y símbolos a escala global. La televisión por cable y por satélite son la avanzada. Su idioma universal es el inglés, que sin desplazar a las otras lenguas las hegemoniza y las usa. Las formas de entretenimiento y ocio en todo el mundo están crecientemente dominadas por imágenes electrónicas que son capaces de cruzar con facilidad fronteras lingüísticas y culturales y que son absorbidas en forma más rápida que otras formas culturales escritas. Las artes gráficas y visuales, especialmente a través de las computadoras, televisores y juegos electrónicos, reconstituyen la vida cotidiana y sus entretenimientos en todas partes.

Una característica central de la globalización es su carácter polarizado y desigual¹²; y la consideración de esta característica es fundamental para cualquier acercamiento crítico a este fenómeno. La asimetría de la desigualdad genera cada vez más e intensamente, desigualdad económica, empobrecimiento e injusticia social entre las personas y los diferentes países. Estas desigualdades globales son cada vez más evidentes y alarmantes, tanto en los ámbitos domésticos de cada país como en las escalas internacionales.

A partir de datos del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) la disparidad en la distribución de la riqueza es cada día más extrema, tanto en el Centro como, fundamentalmente, en las periferias Sur y Este. Y el creciente endeudamiento de personas, de grupos de pequeña actividad productiva e incluso de sociedades en su conjunto, conforma un mecanismo perverso que bombea la riqueza de abajo arriba, lo que beneficia a una minoría cada vez más pequeña en el ámbito mundial.¹³

Esta desigualdad hace que sólo un pequeño porcentaje de la población mundial forme parte de la sociedad de red, en la cual de manera contradictoria no todos tienen acceso ni están conectados por internet, ni viajan por el mundo. El mundo de la gran mayoría sigue siendo el *mundo lento* de los todavía territorializados, y no el mundo hiperactivo y acelerado de los ejecutivos de negocios, de los funcionarios internacionales o de la nueva "clase transnacional de productores de servicios".¹⁴

Manuel Castells sostiene que las tecnologías de la información han penetrado hasta tal punto las sociedades y la vida de las personas que han llegado a convertirse en "parte integral de toda actividad humana" y, por ende, de la vida cotidiana.¹⁵ Lo que parece exagerado si se considera que un buen número de personas no tienen acceso a estos insumos.

Z. Einsenstein demuestra hasta qué punto dicho acceso está condicionado cultural, racial y demográficamente, e incluso en términos de clase y de género, además de la carencia de infraestructura adecuada para las telecomunicaciones.

¹² Cf. Gilberto Giménez, "Cultura, identidad y metropolitano global", op.cit., p.126.

¹³ Datos recientes de Naciones Unidas señalan que más de 1000 millones de personas intentan sobrevivir en el mundo con menos de un dólar al día, 2700 millones lo hacen con dos dólares y 840 millones se van a la cama con hambre, de los que 300 millones son niños. Por no dejar de mencionar los 1000 millones que no tienen acceso a agua potable, los 11 millones de niños que mueren cada año por malaria, diarrea o neumonía, o los seis millones que fallecen por malnutrición.

¹⁴ Gilberto Giménez, "Cultura, identidad y metropolitano global", op.cit., p, 126.

¹⁵ Manuel Castells, *The Information Age: Economy, Society and Culture*, vol. I: *The Rise of the Network Society*, Blackwell, Oxford, 2000, pp. 61-62.

A menudo, cuando se utiliza el término “global” en relación con los medios o la industria de la comunicación, éste se refiere primordialmente a la extensión de la cobertura, y así la popularidad de la televisión por satélite y las redes de computación sirven como evidencia para demostrar la globalización de la comunicación. Efectivamente, nunca en el curso de la historia había sido posible sintonizar el mismo canal de televisión en más de 150 países, y tampoco había habido un medio de comunicación que lograra atraer a centenas de millones de usuarios.

Aunque habrá que señalar el hecho de que un producto esté presente en todos lados no garantiza que logre el mismo nivel de popularidad, ni tampoco adquiera la misma importancia, significación o respuesta. Por ejemplo la cadena de noticias CNN sólo incluye a un fragmento pequeño de la población nacional.

Globalización y cultura

Como primer punto para esclarecer el estatuto de la cultura dentro de la globalización es necesario precisar previamente lo que se entiende por cultura. Según G. Giménez, la cultura es “la organización social de significados interiorizados por los sujetos y los grupos sociales, y encarnados en formas simbólicas, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados”.¹⁶

Esta definición nos permite distinguir, por una parte, entre formas objetivadas (“bienes culturales”, “artefactos”, “cultura material”) y formas subjetivadas de la cultura (disposiciones, actitudes, estructuras mentales, esquemas cognitivos, etc.); pero por otra parte nos hace entender que las formas objetivadas de cultura no son una mera colección de cosas que tienen sentido en sí mismas y por sí mismas, sino en relación con la experiencia de los sujetos que se las apropian, sea para consumirlas, sea para convertirlas en su entorno simbólico inmediato. “Con otras palabras, no existe cultura sin sujeto ni sujeto sin cultura”.¹⁷

Uno de los defectos de muchos estudios dedicados a la globalización de la cultura radica precisamente en la tendencia a privilegiar sus formas objetivadas –productos, imágenes, artefactos, informaciones-, sin hacer la más mínima referencia al significado que les confieren sus productores, usuarios o consumidores en un determinado contexto de recepción.

Así, al referirse a las manifestaciones de la cultura globalizada¹⁸, dichos estudios¹⁹ elaboran una enorme lista de los llamados iconos de la globalización (Mac Donald’s, Coca-Cola, Disney, Kodak, Sony, Gillette, Mercedes-Benz, Levi’s, Microsoft y Marlboro), pero sin referir a los significados que revisten estos productos para las personas que se los apropian o consumen dejando de lado el hecho de que el mero consumo de bienes “desterritorializados” de circulación mundial no convierte a nadie en partícipe de una supuesta cultura global de masas.

¹⁶ Gilberto Giménez, “Globalización y cultura”. *Estudios Sociológicos del Colegio de México*, vol. XX, No. 58, enero-abril, 2002, pp. 18-19.

¹⁷ Gilberto Giménez, “Cultura, identidad y metropolitanismo global”, op.cit., p, 130.

¹⁸ Cf. Renato Ortiz, *Mundialización y cultura*, Brasiliense, Sao Paulo, 1994.

¹⁹ John Street, "Across the universe: The limits of global popular culture", in Alan Scott (ed.), *The limits of globalization*, Routledge, London, 1997, p. 77.¹⁹

En el proceso de globalización se pueden observar dos tendencias aparentemente contradictorias: por una parte, la tendencia a la convergencia u homogeneización cultural, ligada a la cultura mediática, al mercantilismo generalizado y al consumismo; y por otra la tendencia a la proliferación y a la heterogeneidad cultural.

Con la globalización el vínculo entre cultura y territorio se ha ido gradualmente rompiendo y se ha creado un espacio cultural electrónico sin un lugar geográfico preciso. La transmisión de la cultura occidental, crecientemente mediatizada por los medios de comunicación, ha ido superando las formas personales y locales de comunicación y ha introducido un quiebre entre los productores y los receptores de formas simbólicas. La existencia de conglomerados internacionales de comunicaciones que monopolizan la producción de noticias, series de televisión y películas es un aspecto relevante de este quiebre.²⁰

En virtud de todo esto algunos interpretan esta tendencia como un proceso convergente hacia la conformación de una única cultura global capitalista o como expresión de un imperialismo cultural.²¹

Como crítica a esta interpretación hay que señalar que la supuesta existencia y hegemonía de una cultura capitalista global no deben extrapolarse a partir de la mera localización urbana o suburbana de bienes de consumo global introducidos mediante el libre comercio, las franquicias, la publicidad y la inmigración internacional. La omnipresencia de la Pizza Hutt o el Burger King en el ámbito urbano no implica por sí misma la norteamericanización o la globalización cultural capitalista, y mucho menos cambios en la identidad cultural. Como ya se destacó antes, “los productos culturales no tienen significado en sí mismos y por sí mismos, al margen de su apropiación subjetiva; y nuestra cultura / identidad no se reduce a nuestros consumos circunstanciales”.²²

Sin embargo, el capitalismo transnacional puede inducir, mediante el concurso convergente de los medios de comunicación, de la publicidad y del marketing incesante, una actitud cultural ampliamente difundida y estandarizada que puede llamarse mercantilista o consumista. En este caso ya se puede hablar de un proceso de homogeneización cultural orientado a la conformación de lo que algunos llaman una cultura del mercado, entendida como “un determinado conjunto de modos de pensar, de comportamientos y de estilos de vida, de valores sociales, patrones estéticos y símbolos que contribuyen a reforzar y consolidar en las personas la hegemonía de la economía de mercado”.²³

La cultura de mercado atribuye a las mercancías un valor simbólico y no sólo la inmediata finalidad de satisfacer una necesidad humana. Se trata de consumir marcas a las cuales se

²⁰ Según datos de la UNESCO, en 1990 de las 300 empresas más importantes de información y comunicación, 144 eran norteamericanas, 80 de la Unión Europea y 49 japonesas, es decir, la inmensa mayoría. De las 75 primeras empresas de prensa, 39 eran norteamericanas, 25 europeas y 8 japonesas. De las 88 primeras firmas de informática, 39 eran norteamericanas, 19 europeas y 7 japonesas. De las 158 primeras empresas fabricantes de material de comunicación, 75 eran de Estados Unidos, 36 europeas y 33 japonesas. Datos tomados de J.A. Zamora, “Globalización y cooperación al desarrollo: desafíos éticos”, op.cit., p. 168.

²¹ Cf. H.I. Schiller, *Mass Communications and American Empire* (2ª ed.), Westview Press, Boulder, 1992.

²² Gilberto Giménez, “Cultura, identidad y metropolitano global”, op.cit., p. 133.

²³ Alberto da Silva Moreira, “Globalización: retos a la teología de la liberación”, en Foro Ignacio Ellacuría. Solidaridad y Cristianismo, *La globalización y sus excluidos*, Editorial Verbo Divino, Navarra, 2002, p. 138.

les atribuye un predicado simbólico, "una cualidad inmaterial (más elevada), que no está presente en la cosa misma, pero que constituye su imagen, y que la reviste de un valor económico superior a las demás mercancías".²⁴ Se crean necesidades artificiales que estimulan a las personas a desear más de lo que necesitan para su vida, pues se crea una confusión entre *deseo* (siempre abierto e insaciable) y *necesidades* (necesidades humanas básicas, impostergables), y les exacerba una especie de *impulso mimético* que las lleva "a buscar sistemáticamente la identificación con los patrones de vida, comportamientos, gustos y valores de las clases más ricas".²⁵

Como consecuencia de la extensión e influjo de esta cultura, se puede observar en importantes segmentos de población de las sociedades occidentales el avance de lo que algunos llaman la "corrosión del carácter"²⁶, el sálvese quien pueda y el consumismo más alienante, mientras que, paralelamente, proliferan las crisis personales y la infelicidad colectiva. En la "sociedad del espectáculo"²⁷, los individuos se relacionan entre sí a través del espectáculo, y en función de éste, configurándose una sociedad de masas, crecientemente atomizada y pasiva. La banalidad y el hedonismo nada solidario de la sociedad del "entretenimiento" se consolidan, al mismo tiempo que progresa la decrepitud moral individual y colectiva. Lo cual crea el caldo de cultivo idóneo para la proliferación de toda suerte de comportamientos asociales, individuales y colectivos.²⁸

Ignacio Ellacuría ya había señalado sobre esta condición de "malicia intrínseca" del capitalismo, inserta en su propia dinámica del sistema: "modos abusivos y/o superficiales y alienantes de buscar la propia seguridad y felicidad por la vía de la acumulación privada, del consumismo y del entretenimiento; sometimiento a las leyes del mercado consumista, promovido propagandísticamente en todo tipo de actividades, incluso en el terreno cultural; insolidaridad manifiesta del individuo, de la familia, del Estado en contra de otros individuos, familias o Estados... La dinámica fundamental de venderle al otro lo propio al precio más alto posible y de comprarle lo suyo al precio más bajo posible, junto con la dinámica de imponer las pautas culturales propias para tener dependientes a los demás, muestra a las claras lo inhumano del sistema, construido más sobre el principio del hombre lobo para el hombre que sobre el principio de una posible y deseable solidaridad universal".²⁹

Por esta razón fundamental, para Ellacuría el problema de la universalización de la forma de vida occidental no es sólo ecológico, sino principalmente un problema cultural e ideológico, que tiene que ver con el mismo modelo de ser humano que promueve el capitalismo y la oferta de humanización y de libertad que hacen los países ricos a los países pobres: "[...] el estilo de vida propuesto en y por la mecánica de su desarrollo no humaniza, no plenifica ni hace feliz, como lo demuestra, entre otros índices, el creciente consumo de drogas, constituido en uno de los principales problemas del mundo desarrollado. Ese estilo de vida está movido por el miedo y la inseguridad, por la vaciedad interior, por la necesidad

²⁴ *Ibidem*.

²⁵ *Ibidem*, 139.

²⁶ Cf. Richard Sennet; *La corrosión del carácter*, Anagrama, Barcelona, 1999.

²⁷ Cf. Guy Debord, *Comentarios sobre la Sociedad del Espectáculo*, Anagrama, Barcelona, 1990.

²⁸ Cf. Ramón Fernández Durán, "Capitalismo global, resistencias sociales y estrategias de poder", en J. A. Zamora (coordinador), *Radicalizar la democracia*, Foro Ignacio Ellacuría, Editorial Verbo Divino, Navarra, España, 2001, p.180.

²⁹ I. Ellacuría, "Utopía y profetismo", *Revista Latinoamericana de Teología*, No. 17, 1989. pp. 151-152.

de dominar para no ser dominado, por la urgencia de exhibir lo que se tiene, ya que no se puede comunicar lo que se es”.³⁰

Sin duda hay elementos de verdad en la interpretación de la globalización cultural como una tendencia hacia la conformación de una monocultura capitalista a escala global, pero es necesario matizarlos, porque la idea de una cultura mundial capitalista, desterritorializada y convergente no considera suficientemente el hecho de que las culturas de los países periféricos no han sido ajenas a los conflictos, las imposiciones, las “colonizaciones”, las disoluciones coercitivas, etc., ya antes de su contacto con la cultura occidental. Todas las culturas tienen un carácter híbrido y están sometidas a imposiciones exteriores, lo que no excluye la existencia de formas propias de recepción, adaptación y resistencia, por lo que se no se puede afirmar que la globalización conlleve necesariamente una integración homogeneizadora, ni un proceso de nivelación mundial.³¹

En consecuencia, hay que afirmar que la globalización va siempre acompañada de localización y heterogeneidad; lo global conectado a lo local. Roland Robertson expresa esto mismo con su neologismo “glocalización”, una mezcla de globalización y localización, dos fenómenos que no son mutuamente excluyentes. Si bien es cierto existen algunas formas de homogenización cultural en el mundo, ellas nunca reducen las culturas locales a lo “norteamericano” o a lo “internacional”. Robertson critica así las nociones comunes del imperialismo cultural. Estas asocian, en síntesis, globalización con homogeneización en cuanto occidentalización o americanización del planeta. Sin negar las relaciones asimétricas de poder entre culturas, Robertson enfatiza cuatro aspectos:

- 1) la capacidad de los individuos y grupos locales de procesar de muy distintas formas la comunicación que reciben desde el Centro;
- 2) la forma en que los mayores productores de cultura global adaptan sus productos a los mercados locales;
- 3) la conversión de símbolos nacionales en objeto de interpretación y consumo globales, perdiendo así su "esencia nacional";
- 4) la importancia de los flujos de ideas y prácticas provenientes de la Periferia.³²

La cultura consumista sólo afecta a una franja reducida de la población urbana, y ni siquiera agota la totalidad de sus manifestaciones culturales. La ciudad latinoamericana es también el lugar de la diferenciación, de la fragmentación y de la heterogeneidad cultural, donde se yuxtaponen las culturas más diversas: la cultura cosmopolita de la elite transnacional, la cultura consumista de la clase media adinerada y de los receptores de remesas, la cultura-pop de amplios sectores juveniles, las culturas religiosas mayoritarias o minoritarias, la cultura de masas inducida por complejos sistemas mediáticos nacionales y transnacionales, la cultura artística de las clases cultivadas, las culturas étnicas de los enclaves indígenas, la cultura obrera de las zonas industriales, las culturas populares de las comunidades de origen campesino, las culturas barriales y municipales de antigua sedimentación, etc.

Aunque esta proliferación de culturas urbanas aparentemente dispersas, segmentadas y descentradas se encuentra implícita o explícitamente jerarquizada por poderosos actores culturales (el Estado, las Iglesias, los medios de comunicación, las industrias culturales,

³⁰ *Ibíd.*, p. 153.

³¹ Cf. J.A. Zamora, “Globalización y cooperación al desarrollo: desafíos éticos”, *op.cit.*, pp. 170 ss.

³² Cf. Roland Robertson, “Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity”. In Mike Featherstone, Scott Lash y Roland Robertson (eds.). *Global Modernities*, Sage, London: 1997, p. 25-44.

etc.), se hace muy difícil postular la existencia en nuestras ciudades de una masa culturalmente homogénea y con una sola identidad colectiva.³³

Hay que entender que la globalización cultural es un proceso contingente y dialéctico que avanza engendrando dinámicas contradictorias. Al mismo tiempo que universaliza algunos aspectos de las sociedades occidentales, fomenta la intensificación de diferencias. Por una parte se dan prácticas parecidas pero lo local las diferencia; por un lado se producen ideas, valores y conocimientos pero persisten prejuicios y estereotipos que dividen.

Las identidades culturales se encuentran en permanente transformación y contacto; pero no se niegan las consecuencias de las formas hegemónicas de contacto cultural. La consecuencia es evidente en la actualidad: la rápida extinción de muchas lenguas, la destrucción total o parcial de los mecanismos materiales y sociales tradicionales de reproducción, el ocultamiento de las culturas étnicas y campesinas, la imposición desde posiciones de poder de los patrones culturales de los “invasores” o de los “conquistadores”.

Habrá que matizar un poco las tesis de Beck y Robertson sobre la relación entre lo global y lo local. Dada la asimetría evidente en el plano cultural, lo que se puede afirmar es que lo global restringe lo local.

Lo local puede efectivamente determinar lo global, pero es más fuertemente determinado por éste, lo que no quiere decir que lo global lo asimile y lo homogenice; lo global establece el espacio (im)posible de conformarse y expresarse lo local. Las diferencias espacio-temporales no desaparecen, pero son modificadas con arreglo a la racionalidad propia de la actividad globalizada correspondiente.

Globalización e identidad

Cuando hablamos de identidad nos referimos, a un proceso de construcción en la que los individuos y grupos se van definiendo a sí mismos en estrecha relación con otras personas y grupos.³⁴

La construcción de identidad es así un proceso social en un doble sentido:

- Primero, los individuos se definen a sí mismos en términos de ciertas categorías sociales compartidas, culturalmente definidas, tales como familia, religión, género, clase, etnia, sexualidad, nacionalidad que contribuyen a especificar al sujeto y a su

³³ En este sentido, G. Giménez señala “que nuestras ciudades modernas se parecen un poco a la ciudad antigua oriental descrita por Max Weber como un agregado de pobladores de origen externo, procedentes de las periferias rurales, cargando cada cual con sus respectivos dioses y cultos familiares. Estos pobladores podían habitar el uno junto al otro y mantener entre sí relaciones funcionales y utilitarias relacionadas con el mercado y la administración citadina, pero desde el punto de vista cultural constituían una masa heterogénea, carente de identidad colectiva. Según Max Weber, sólo en la ciudad medieval se produce una fusión cultural significativa, conducente a un profundo sentido de identidad colectiva, gracias a la acción del cristianismo que le aporta sus catedrales, sus obispos, sus ritos festivos y sus santos patronos... En resumen: la ciudad moderna, como la ciudad antigua oriental, es el lugar de las memorias débiles y fragmentadas y, por eso mismo, de la evaporación lenta de las identidades colectivas. Por eso la sentimos cada vez menos como “place”, es decir, como lugar existencialmente apropiado, y cada vez más como espacio abstracto, como jungla, como “no lugar”. G. Giménez, op.cit., p. 136.

³⁴ Cf. Jorge Larraín, *Identity and Modernity in Latin America*, Polity Press, Cambridge, 2000.

sentido de identidad. Estas categorías podríamos llamarlas identidades culturales o colectivas, y constituyen verdaderas “comunidades imaginadas”.³⁵

- Segundo, la identidad implica una referencia a los “otros” en dos sentidos. 1) los otros son aquellos cuyas opiniones acerca de nosotros internalizamos, cuyas expectativas se transforman en nuestras propias autoexpectativas. 2) También son aquellos con respecto a los cuales queremos diferenciarnos.

La identidad de los individuos es así multidimensional. De aquí la necesidad de precisar, cuando se habla del impacto de la globalización sobre las identidades, si se está hablando desde la perspectiva de los sujetos individuales, o se está enfocando directamente a sujetos colectivos tales como grupos étnicos, movimientos sociales, comunidades religiosas, organizaciones políticas o colectivos nacionales.

Si se asume el punto de vista de los individuos, se pueden reconocer, por ejemplo, la presencia de identidades cosmopolitas, que correspondería a aquellos individuos pertenecientes a una elite urbana sumamente abierta a los cambios de escala global, que habla inglés y comparte modos de consumo, estilos de vida, empleos del tiempo y hasta expectativas biográficas similares. Aquí se ubicarían las identidades de los individuos pertenecientes a la nueva clase transnacional productora de servicios y las identidades de los integrantes de la elite internacional integrada por altos diplomáticos, jefes de Estado, funcionarios de organismos humanitarios mundiales y representantes de organizaciones internacionales.³⁶

Se pueden observar también identidades de individuos que combinan sin mayores conflictos su inserción funcional en redes desterritorializadas con otras dimensiones más tradicionales y territorializadas de su identidad personal.

Finalmente, se puede observar el impacto que produce en la subjetividad y la identidad personal de nuestros emigrantes legales e ilegales el tipo de trabajo que realizan en las empresas norteamericanas con las que entran en contacto. Según datos aportados por Giménez, los trabajadores experimentan su inserción en dichas empresas “como la entrada a una prisión donde se los discrimina social y racialmente, se les obliga a someterse a la dura e inhumana disciplina de trabajo impuesta por los patrones, y se los mantiene bajo control y vigilancia permanente”.³⁷ Como consecuencia de esto, los trabajadores se adaptan exteriormente a las exigencias del trabajo, pero mantienen íntimamente las dimensiones más profundas de su identidad, como su pertenencia familiar, étnica o religiosa. Así estos trabajadores piensan frecuentemente en su lugar de origen, y se lo representan como un espacio de libertad que contrasta con su actual situación, pero también como un espacio donde la supervivencia resulta problemática.

Respecto a las identidades colectivas, hay que desechar la idea de una identidad global. El obstáculo mayor para poder hablar de “identidad global” o de “identidades globales” radica en la dificultad de detectar un repertorio cultural propiamente global, cuya apropiación subjetiva y distintiva por parte de los actores sociales pudiera dar lugar a un sentimiento de

³⁵ Así define a la nación Benedict Anderson, pero esta definición puede extenderse a otras identidades culturales. Estas comunidades son imaginadas en el sentido de que los sentimientos de lealtad y compromiso nunca implican un conocimiento real de todos sus miembros. Véase *Imagined Communities*, Verso, London, 1983, p. 15.

³⁶ Gilberto Giménez, “Identidades en globalización”, en www.gimenez.com.mx.

³⁷ *Ibidem*, p. 147.

pertenencia también global *ad intra*, y de diferenciación *ad extra*, con respecto a un “afuera”. Toda identidad implica no sólo compartir una memoria y un repertorio de símbolos comunes, sino también establecer fronteras con respecto a un “afuera”, a un espacio exterior.

Ya hemos señalado que no existe una cultura global, sino sólo una cultura globalizada en el sentido de la interconexión creciente entre todas las culturas en virtud de las tecnologías de comunicación.

En el ámbito global, el panorama de la cultura se presenta más bien como una inmensa pluralidad de culturas locales crecientemente interconectadas entre sí, aunque siempre jerarquizadas por la estructura del poder³⁸, a las que se añaden, también en forma creciente, numerosos y variados flujos culturales desprovistos de una clara vinculación con un determinado territorio. El prototipo de estas culturas desterritorializadas sería el intercambio de bienes, informaciones, imágenes y conocimientos, sustentado por redes globales de comunicación y dotado de cierta autonomía al nivel mundial. Aquí se ubicarían tanto la cultura que corresponde a la cultura de los bienes de consumo de circulación mundial como la que corresponde a la “cultura popular” norteamericana y europea, es decir, la cultura transmitida por los medios de comunicación masiva.

El espacio donde aparentemente se manifiesta con mayor nitidez la globalización es en este último tipo de cultura, es decir, el espacio de los flujos de imágenes, narrativas, dramaturgias, espectáculos, programas musicales, entretenimientos e informaciones transmitidas por las redes mundiales de los *media* (periódicos, revistas, televisión, cine, etc.). Los mismos artistas, la misma música, las mismas películas y los mismos programas de televisión son difundidos por un grupo reducido de corporaciones trasnacionales³⁹ y consumidos en prácticamente todos los países del mundo.

Así como no se puede afirmar la existencia de identidades globales, tampoco se puede afirmar la existencia de supuestas identidades macro-regionales, como la Unión Europea, el Caribe o la América Latina. Se trata de identidades colectivas frágiles y más bien metafóricas, incapaces de ser movilizadas como actores colectivos en función de algún proyecto o ideal común. En lo que respecta particularmente a América Latina, el “sueño de Bolívar” nunca pudo concretarse debido a la heterogeneidad extrema y a la fragmentación temprana de la región.

Lo anterior significa que, pese a la globalización, la mayor parte de la población mundial sigue identificándose por referencia a una comunidad nacional, aunque hayan cambiado o se hayan debilitado las funciones del Estado-nación.

³⁸ Cf. Renato Ortiz, “Diversidad cultural y cosmopolitismo”, en Jesús Martín Barbero y otros (eds.), *Cultura y globalización*, Universidad Nacional de Colombia / Centro de Estudios Sociales, 1999, pp. 47-48.

³⁹ Cf. G. Giménez, “identidades en globalización”, op.cit. News Corporation, de Rupert Murdoch, controla la televisión terrestre y satelital, así como también la producción de películas, libros y periódicos en los EE.UU., el Reino Unido, Australia y Japón. Sony Corporation, por su parte, es propietaria de Columbia Records, Tri-Star y Columbia Pictures, y en cuanto tal no sólo tiene derechos sobre un vasto sector de la industria de la grabación de sonidos y de películas, sino también en el de la producción de música de películas y de las bandas de sonido de estas películas. Y no sólo eso: Sony es el mayor productor de equipos de reproducción de sus propios productos (CD's, videocaseteras). Consideraciones semejantes pueden hacerse en torno a Disney Corporation. Cable News Network, de Ted Turner, tiene audiencia no sólo en el Kremlin, sino también en las Repúblicas islámicas; y CNN es ahora parte del conglomerado Time Warner, cuyo vicepresidente es Ted Turner.

En lo que respecta a identidades colectivas, el fenómeno más relevante es la formación de lo que Manuel Castells llama "identidades de resistencia", que serían aquellas identidades formadas en reacción directa contra los efectos excluyentes y polarizantes de la globalización. Castells parte de una concepción de la identidad como construcción de sentido y experiencia para el actor social dentro de un contexto marcado por relaciones de poder.⁴⁰ A partir de esto Castells propone una distinción crucial entre identidades legitimadoras e identidades de resistencia. Las primeras son promovidas por las instituciones dominantes de la sociedad para sustentar y expandir su dominación. Las segundas se generan por actores que están en posiciones devaluadas y estigmatizadas por la lógica de la dominación y surgen como una forma comunitaria de resistencia contra la opresión.⁴¹

La revolución tecnológica y la globalización económica son los rasgos más destacados de la sociedad emergente, que Castells denomina sociedad-red. Pero, al mismo tiempo, afirma que ha habido "una marejada de vigorosas expresiones de identidad colectiva que desafían la globalización y el cosmopolitismo en nombre de la singularidad cultural y del control de la gente sobre sus vidas y entornos".⁴² Es el caso de los movimientos progresistas, como el feminismo o el ecologismo, pero también de "movimientos reactivos que construyen trincheras de resistencia en nombre de Dios, la nación, la etnia, la familia, la localidad, esto es, las categorías fundamentales de la existencia milenaria, ahora amenazadas bajo el asalto combinado y contradictorio de las fuerzas tecnoeconómicas y los movimientos sociales transformadores"⁴³

De esta forma han ido surgiendo movimientos como los Zapatistas en México, los ecologistas, feministas, gay, entre otros. Todos ellos expresan identidades de resistencia de colectivos que resienten la pérdida de control sobre sus vidas, sus trabajos y sus países. Estas identidades son múltiples y muy diversificadas; además, pueden ser progresistas o reaccionarias, y utilizan cada vez más las tecnologías de la comunicación. En todas partes estas nuevas identidades desafían la globalización y al cosmopolitismo, reivindicando el particularismo cultural y el control de los pueblos sobre su vida y su entorno ecológico.

En suma, para Castells, la globalización y la lógica dominante de la sociedad de redes ha engendrado sus propios desafíos que han tomado la forma de identidades colectivas de resistencia, o, lo que es lo mismo, ha determinado el paso de las identidades de legitimación a las identidades de resistencia. En este contexto, Castells apuesta a la formación de identidades progresistas y prospectivas bajo la forma de movimientos sociales de resistencia a la globalización capitalista.

⁴⁰ Manuel Castells, *The Information Age: Economy, Society and Culture*, vol. II: *The power of identity*, Blackwell, Oxford, 2000, p. 7

⁴¹ *ibídem*, pp. 8-11.

⁴² *Ibídem*, p. 23.

⁴³ *ibídem*, p. 24.



Actividades

DE APRENDIZAJE

A continuación, se presentan actividades que deberás desarrollar para lograr los aprendizajes esperados. Para evaluarte estas producciones considera que además se tomará en cuenta la redacción y la ortografía.

Actividad 1. Manifestaciones culturales en el contexto de la globalización.

1.1 Registra diversos eventos que formen parte de la oferta cultural de tu entorno.

1.2 Describe uno solo que sea manifestación popular. Considera los siguientes criterios: contexto sociocultural; recursos (humanos, materiales y financieros, etc.); significado cultural; conceptualizaciones; tradición, normas y valores (históricos, culturales, simbólicos, religiosos, etc.); mensaje.

1.3 Describe cómo se expresan en el evento cultural antes descrito, los siguientes conceptos:

Cultura

Arte

Identidad

Patrimonio cultural

Actividad 2.

2.1 Elabora un texto argumentativo con los siguientes elementos:

- Inferencias sobre la permanencia de rasgos de identidad local o nacional.
- Explicación por qué forman parte del patrimonio cultural local.
- Crítica considerando, según sea el caso, expresa las implicaciones de la globalización.

Continúa Texto argumentativo.



¿QUIERES

CONOCER MÁS?

- FUDSA. (2011, julio-diciembre). El arte popular mexicano. Revista Nueva Visión Socialdemócrata. (No.25-26). Consultado en: <http://www.fusda.org/Revista25-26/Revista2526EL%20ARTE%20POPULAR%20MEXICANO.pdf>
- Blanco O., C. M. (2014,11,3). Breve historia del grafiti en México. Ciberperiodismo. [Archivo de video] Consultado en: https://www.youtube.com/watch?v=D7D1Zllys_g
- Media Art en México. (2012,01,23). Videoarte del cine experimental al arte total. [Archivo de video]. Consultado en: <https://www.youtube.com/watch?v=S9-LH9u6Blk>
- Secretaría de Cultura. (2018). Museo Nacional de Culturas Populares. Consultado en: <http://museoculturaspopulares.gob.mx/>
- Arriarán, S. (Coord.) (2007). La hermenéutica en América Latina. Analogía y Barroco. México: ITACA. pp.167-176.
- Escobedo, C. T. I. (2015). "5. El final del video y principio de la era digital". En Historiografía del videoarte mexicano a través de un recorrido de tres décadas de producción. México: Universidad de León. (pp.132-136) Consultado en: <https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/5897/Tesis%20de%20Teolinda%20Escobedo.pdf?sequence=1>



Fuentes

CONSULTADAS

- Arizpe. L. (2011, octubre). "Cultura e identidad de los mexicanos en la era global". En Revista de la Universidad de México. Consultado en: <http://www.revistadelauniversidad.unam.mx/9211/pdf/92arizpe.pdf>
- Samour. H. (S.F.) Globalización, cultura e identidad. Consultado en: http://www.uca.edu.sv/facultad/chn/c1170/Globalizacion_cultura_e_identidad.Samour.pdf
- MACHUCA, R. J. A. (1998). Percepciones de la cultura en la posmodernidad. En Revista Alteridades. (No. 8) Págs. 27-41. Consultado en: <http://alteridades.izt.uam.mx/index.php/Alte/article/view/472/471>



Corte de aprendizaje

CORTE

3

Proyecto cultural

Propósito

Al finalizar el corte serás capaz de elaborar una propuesta de un proyecto cultural que permita valorar y conservar el patrimonio cultural de tu entorno para contribuir a reforzar la identidad nacional en el contexto de la globalización.

Contenido específico	Aprendizajes esperados
<ul style="list-style-type: none">• Arte popular: concepto, características y principales manifestaciones• Artes visuales y escénicas en México: concepto, características y principales manifestaciones• Proyecto cultural: características y metodología	<ul style="list-style-type: none">❖ Diseñarás un proyecto cultural que permita valorar, proteger, conservar o promover el patrimonio cultural de su entorno inmediato.



Conocimientos

PREVIOS

Para que logres desarrollar los aprendizajes esperados correspondientes al corte 3 es importante que reactives los siguientes conocimientos:

- Identifiques las manifestaciones culturales y artísticas de tu entorno y su relación en el contexto cultural global.
- Definas diferentes expresiones de la identidad nacional en el contexto de globalización.



Contenidos

Formulación de proyectos culturales⁴⁴

¿Cómo hago de mi idea un proyecto social y/o cultural?

Para llevar a cabo procesos de gestión cultural y facilitar el desarrollo cultural, se recurre a distintas herramientas y actividades que permiten realizar los objetivos propuestos: conservación del patrimonio cultural, creación y/o edición de bienes culturales, representación de obras culturales, difusión o promoción cultural.

Para realizar acciones de gestión cultural, siempre se requiere considerar a los distintos actores culturales. Es desde esa interacción con ellos, con su identidad cultural y con sus formas de agrupación que vamos construyendo ideas que nos permitan influir en el medio y generar mejoras y transformaciones.

Las ideas de un proyecto se construyen y reorganizan en todo momento. Nuestras ideas muchas veces no logran llegar a un lugar seguro donde pueden crecer y desarrollarse. Pasan, se olvidan, nos justificamos o nos desmotivamos. Pero cuando a esas ideas las intencionamos y le damos la energía necesaria, se arman y crecen en ese lugar inmediato, como también en aquellos que nunca hubiésemos pensado o imaginado.

Siempre se requiere tener un objetivo que impulse las ideas. En la formulación de proyectos, deberemos definir claramente cuál será nuestro objetivo y cuáles las estrategias que utilizaremos para lograrlo, estableciendo ordenadamente las actividades necesarias para ello, las personas con quienes trabajaremos, sus tareas, los tiempos y los recursos necesarios para realizarlas.

Sin embargo se pueden presentar dificultades para convertir las ideas en proyecto:

- No se conoce claramente el ambiente externo al proyecto o no se lo toma debidamente en cuenta.
- El diseño del proyecto se lleva a cabo con poca participación de los niveles operativos.
- No se les da consideración debida a las soluciones alternativas.
- El proyecto es interminable, dura demasiado.
- La programación y los procedimientos de ejecución tienen muy poca flexibilidad.
- Los objetivos están mal definidos, son abstractos y no están cuantificados.
- Las actividades programadas no responden a los objetivos del proyecto.
- Los criterios de evaluación no se fijan con claridad.
- Los presupuestos no se calculan adecuadamente ni se refieren a las actividades programadas.
- Las unidades ejecutoras no están identificadas con claridad.

⁴⁴ Texto adaptado de Ministerio de Turismo y cultura. Gobierno de Mendoza, Argentina. Universidad Nacional de Cuyo. https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/1098/fproyectos.pdf

A todo es ¿qué es un proyecto? Un proyecto es:

- un conjunto de actividades que se propone realizar,
- en función de una necesidad sentida y un objetivo claramente definido,
- con el fin de producir determinados bienes, servicios u objetos,
- capaces de satisfacer esa necesidad o resolver problemas,
- dentro de los límites de un presupuesto, de un período de tiempo y espacio dado y según condicionantes socio-políticos y culturales propios del contexto.

Una forma de comenzar es preguntarse una y otra vez lo que queremos hacer. No existe un lugar donde se encuentren todas las respuestas y eso es positivo, ya que nuestra imaginación y creatividad tiene un espacio propio. Un proyecto cultural involucra factores que muchas veces se creen intangibles pero que, por el contrario, los podemos identificar, planificar, diseñar, organizar, implementar, ejecutar y evaluar, según los objetivos y actividades establecidas en un comienzo. Una ayuda importante será ejercitarnos en el diseño de proyectos, como una herramienta válida y facilitadora para concretar nuestras ideas y objetivos. Los pasos que podamos dar en este sentido son de continuo aprendizaje, lo que implica una constancia en el trabajo y una entrega permanente en la actividad que desarrollaremos.

Etapas y componentes de un proyecto

Los proyectos constituyen la concreción directa de líneas programáticas que involucran un diagnóstico, una planificación y una ejecución de determinadas ideas, que generarán un impacto en una población y lugar determinado. En un proyecto podemos distinguir tres etapas de desarrollo con componentes específicos en cada una de ellas:

1. Delimitación conceptual ¿Qué voy a hacer?

- a. Diagnóstico ¿cuál es el problema o necesidad?
- b. Justificación ¿por qué es importante resolverlo?
- c. Población beneficiaria y localización ¿a quiénes se beneficiará? ¿dónde están ubicados los destinatarios?
- d. Objetivos ¿para qué?
- e. Metas ¿qué lograremos concretamente?

2. Descripción metodológica ¿Cómo lo voy a hacer?

- a. Actividades ¿cómo lo haremos?
- b. Cronograma ¿cómo organizar las actividades en el tiempo?
- c. Roles y funciones ¿qué haremos cada uno?

3. Determinación de recursos ¿Con qué lo voy a hacer? ¿Qué pasos tenemos que seguir para elaborar nuestro proyecto?

Todo lo que ha pensado e imaginado hasta ahora, lo iremos ajustando de modo que el proyecto sea coherente, es decir, que haya relación interna entre los distintos componentes de este y viable, es decir, que pueda implementarse.

1. Delimitación conceptual

DIAGNÓSTICO El diagnóstico sistematiza aquella información que permite:

- caracterizar en términos de su ubicación social y cultural a los beneficiarios o sujetos de un proyecto;
- determinar con claridad el problema a superar y las causas que lo han originado o que lo mantienen en la situación en que se encuentra;
- identificar el contexto global en el que se inscriben los beneficiarios y los problemas que los afectan.

Para conocer la situación global en la que se inscriben los sujetos beneficiarios del proyecto y los problemas identificados, debemos obtener información sobre:

- Factores demográficos (población total, distribución por grupos de edades y sexo, densidad demográfica, distribución geográfica, situación socio-laboral).
- Factores económicos (actividad económica fundamental, nivel de vida media, nivel de ingresos, estructura de la fuerza laboral).
- Factores sociales (nivel sanitario, nivel educativo, nivel habitacional, nivel de información, organizaciones existentes, capacidad de intervención participativa de la comunidad, niveles de motivación en relación con las actividades culturales).
- Factores políticos (organizaciones políticas existentes con influencia en lo cultural).
- Factores culturales: Vida cultural (cómo se informa a la gente sobre actividades culturales, tipo de actividades que se realizan con mayor arraigo, tradiciones más significativas, preferencia de la gente) Potencial cultural (organizaciones que promueven actividades culturales, infraestructura y equipamiento cultural).

JUSTIFICACIÓN. Este componente tiene como objetivo presentar la argumentación o las razones que sustentan su realización. A la hora de elaborar esta parte del proyecto, se deberá:

- explicar la prioridad de atención del problema para el que se busca solución;
- argumentar por qué este proyecto que se formula es la propuesta de solución más adecuada o posible para resolver ese problema.

La justificación del proyecto debe basarse en razones lógicas que den cuenta del diagnóstico y de los condicionantes externos. Lo principal dentro de la justificación es explicitar el por qué se hace y que sucedería con la situación si no hubiera intervención. El justificar o fundamentar nuestro proyecto tiene que ver con el sentido en el que orientemos los esfuerzos conjuntos, y la relación entre lo propuesto y la realidad en la que nos situemos.

POBLACIÓN BENEFICIARIA Y LOCALIZACIÓN. Al diseñar un proyecto surge la pregunta ¿a quiénes está dirigido? La respuesta nos presentará el “grupo objetivo” con el cual desarrollaremos la propuesta, es decir, sus beneficiarios.

Al determinar esta población diferenciaremos a los Beneficiarios Directos, como aquellos a los que va dirigido específicamente nuestro proyecto y a los Beneficiarios Indirectos, que son a los que el proyecto se dirige en segunda instancia. También es necesario caracterizar la población objetivo.

No se trata de un estudio exhaustivo, pero sí de obtener un conocimiento que evite el riesgo de inventar actividades desconectadas con la realidad. Para esto debemos caracterizar la

percepción que los sujetos afectados tienen del problema detectado, de las formas de solucionarlo y de las consecuencias que traería no solucionarlo.

Finalmente debemos localizar el proyecto, es decir, determinar el emplazamiento o área donde se ubicará. Esta localización puede hacerse a un doble nivel:

- a) Macro - localización: esto es la ubicación geográfica del proyecto dentro del área.
- b) Micro - localización: identificando dentro de un conjunto menor, el lugar o zona en que se desarrollará el proyecto.

OBJETIVOS. Una vez observada la realidad más inmediata, debemos definir el objetivo que proyectamos a futuro, es decir, el sentido de nuestra acción. Junto a él sumaremos los contenidos del proyecto, que determinaremos para alcanzar el propósito que nos hemos planteado como logro (imagen futura). Es el objetivo y sus contenidos los que movilizan y dan sentido a nuestras acciones conjuntas.

Para la elaboración de objetivos tomaremos como punto de referencia la clasificación de “objetivos generales y objetivos específicos”.

- **Objetivo General:** Responder el ¿qué? permite la definición de nuestro objetivo, con él podremos ordenar nuestra idea y darle sentido a lo que buscamos con nuestra acción. Este objetivo debe relacionarse directamente con el problema detectado e intenta solucionarse a través del proyecto.
- **Objetivos Específicos:** una vez determinado el ¿qué?, mediante la definición del objetivo, intentaremos responder el ¿cómo?, que nos ayudará a conformar los objetivos específicos de nuestro proyecto. Los objetivos específicos serán aquellos que nos darán las pautas de desarrollo, mediante las cuales guiaremos nuestro objetivo general.

Determinar un objetivo no es tarea fácil, debemos formularlo y reformularlo antes de establecerlo. Recordemos que es un orientador de nuestras acciones, por lo que un objetivo mal formulado puede convertirse en un condicionante previo que desde el comienzo del proyecto nos limitará. Un objetivo mal definido nos alejará de lo que intentamos realmente lograr.

Para que los objetivos no queden en simples declaraciones de intenciones sin que se pueda entender cuáles son los logros específicos que se pretende alcanzar con el proyecto, es necesario concretarlos, es decir, traducirlos a METAS. Las metas son la cuantificación de los objetivos, estableciendo cuánto, cuándo y dónde se realizarán éstos, de modo de poder definir claramente las actividades e insumos necesarios para lograrlos (Ander Egg, Aguilar 1996). Por lo tanto, las metas incluyen datos concretos sobre:

- La cantidad ¿cuánto se realizará?
- La calidad ¿en qué grado y forma se alcanzará?
- El tiempo ¿en qué plazo se alcanzará?
- El lugar ¿dónde se realizará?

Para definir metas realistas debemos estar atentos a:

- La correspondencia con el objetivo específico.
- La coherencia con los recursos y el tiempo disponibles.
- La adecuación de los objetivos específicos con los objetivos generales.

- La adecuación de los objetivos generales con el problema diagnosticado.

Es fundamental ir cuidando, en la elaboración del proyecto, la coherencia interna entre el problema diagnosticado, los objetivos generales, los específicos y las metas definidas.

2. Descripción metodológica planificación: secuencia de actividades y tareas

La planificación del proyecto es el conjunto de procedimientos que usamos para alcanzar el objetivo que queremos lograr, en forma organizada, flexible, propositiva, creativa, participativa y dinámica, dándole viabilidad y sustentabilidad a nuestro proyecto.

Lo que materializa la realización de un proyecto es la ejecución secuencial e integrada de diversas actividades. Esto implica que en el diseño del proyecto se ha de indicar de manera precisa y concreta cuáles son las actividades que hay que ejecutar para alcanzar las metas y objetivos propuestos.

A su vez, para cada actividad deberán definirse una serie de tareas concretas que involucran su realización. Debe explicitarse entonces, la forma en que se organizan, suceden, complementan y coordinan las diferentes tareas.

CRONOGRAMA. Al definir las diferentes actividades y tareas de nuestros objetivos, para acercarnos aún más al proyecto nos preguntamos ¿cuándo? De esta forma podremos ordenarlas en el tiempo, nos será de utilidad en la implementación del proyecto, evaluando su cumplimiento o la necesidad de establecer posibles ajustes.

El diseño del cronograma permitirá estar en permanente interacción con las actividades como un conjunto, es decir, nos permitirá realizar un seguimiento de cada una de ellas en sí misma y en su relación con todas las actividades propuestas.

Distinguimos en el tiempo ciertos plazos que pueden ser de Corto, Mediano y Largo alcance. Esto se hace necesario para poder ver cómo estamos llevando a cabo nuestras tareas, cuál es el logro y grado de cumplimiento del objetivo y, por ende, de nuestro proyecto en el tiempo presente, y cuáles serán los ajustes que deberemos realizar hoy para el cumplimiento de mañana.

Pueden surgir algunos imprevistos que afecten las actividades que teníamos planificadas. Por ello, es necesario entender que lo principal será nuestro objetivo y que las actividades que planifiquemos ayudarán a lograrlo, pero éstas pueden tener modificaciones que intentaremos siempre poner en positivo, buscando las oportunidades y tomando las dificultades como nuevos caminos a recorrer y no como finales anticipados.

ROLES Y FUNCIONES. Después de definir las actividades y las tareas, debemos preguntarnos ¿quiénes? serán los encargados de cada una de ellas, es decir, definiremos los responsables y las funciones que tendrá cada integrante en nuestro equipo de trabajo.

PRESUPUESTO. Se entiende como la organización y valoración de los recursos necesarios en cada una de las etapas/actividades, desagregados en rubros (tipos de gastos) para la ejecución de nuestro proyecto. Esto le da concreción al proyecto toda vez que se han completado el cronograma, donde desarrollamos la formulación y diseño de objetivos, actividades y responsables. Se utiliza la técnica del presupuesto por rubro.

Preguntas que nos ayudan a presupuestar

- ¿QUÉ? Hay que determinar cuáles son las necesidades de bienes y servicios (recursos en general), dentro de cada una de las tareas a cumplir para cada Actividad del proyecto. Dentro de esta etapa es importante profundizar el análisis de gastos, detectando todas y cada una de las necesidades en cada tarea.
- ¿CUÁNTO NECESITO? Significa determinar la cantidad necesaria de cada bien y servicio a lo largo del proyecto y para cada tarea. En esta etapa debemos colocarle unidad de medición a los bienes y servicios que voy a necesitar, teniendo en cuenta el tiempo en el que voy a desarrollar cada una de las tareas.
- ¿CUÁNTO VALEN LOS BIENES Y SERVICIOS? Debo asignarle valor a cada uno de los bienes y servicios que necesito para poder llegar al total de recursos para el proyecto. Es importante asegurarse de que la valoración asignada a cada gasto sea vigente (precio actual) y este de acuerdo con los valores de mercado (precio en los comercios del rubro).
- ¿CÓMO OBTENGO LOS RECURSOS? Se deben considerar los recursos propios y los conseguidos de terceros particulares o instituciones del gobierno, completando con ello el monto total de recursos del proyecto.
 - a) Recursos Propios. Se refieren a todos aquellos que aporta la institución o el grupo responsable del proyecto. Aquí es importante poder asignarles valor a todos los recursos existentes y que generalmente no significan erogación de dinero. ¿Cómo se valoran? Hay que valorarlos de acuerdo con el precio de mercado. Por ejemplo, un local propio, por su valor de alquiler; las máquinas, por su alquiler o precio de venta; las horas de trabajo, por el precio que se paga en otras instituciones.
 - b) Recursos de Terceros. Se refieren a aquellos recursos en efectivo, materiales, implementos, etc., que son obtenidos a través de personas o instituciones terceras que aporta y/o apoyan el proyecto. Para asignarles valor, en caso de que no sea dinero, se determina de la misma manera que los recursos propios.

3. Presupuesto por rubro o tipo de gastos

A través de esta técnica se desagregan todos los gastos necesarios para la elaboración y ejecución de un proyecto atendiendo a las características particulares de cada gasto. A continuación, presentamos una breve descripción de la clasificación de gastos sugerida en el formulario para el presupuesto.

Rubros o tipos de gastos

- **RECURSOS HUMANOS.** Son todos los gastos relacionados con los servicios personales que requiera el proyecto. Para asignarles valor, este tipo de gasto se debe medir en horas hombre, significa calcular la cantidad de tiempo necesario para cada una de las actividades a desarrollar por cada una de las personas que intervengan en el desarrollo del proyecto. Ejemplo: Coordinador general del proyecto, Operador, Productor, Técnicos como Ingeniero, Profesor, Arquitecto, Escenógrafo, etc.
- **EQUIPAMIENTO / INFRAESTRUCTURA / INDUMENTARIA / INSTRUMENTOS** (Sólo para ong's o grupos con representante). Son todos los gastos para la adquisición acondicionamiento y mantenimiento de maquinarias, herramientas, equipamiento técnico, indumentaria, instrumentos e inmuebles necesarios para el objetivo principal del proyecto. En este tipo de gasto es muy importante averiguar el valor de mercado del bien (precio actual en los negocios del rubro) en el caso de tener que comprarlo. En caso de tener que acondicionar y/o para el mantenimiento, hay que hacer un detalle de todos los insumos

necesarios para luego averiguar su precio de mercado. Ejemplo: Compra o alquiler de retroproyector o acondicionamiento de este, compra de equipos de sonido, compra o acondicionamiento de instrumentos, etc.

- **INSUMOS / MATERIALES O GASTOS DE PRODUCCIÓN.** Son todos los gastos periódicos relacionados con cada una de las tareas del proyecto. En este tipo de gastos es importante poder calcular con la mayor exactitud posible las cantidades necesarias y luego asignarles el valor un mercado actualizado. Ejemplo: adquisición de materiales que se consumen en cada espectáculo, evento o presentación como maquillaje, bebidas, entrada, etc.

- **TRANSPORTE / COMUNICACIÓN.** Por transporte entendemos todos los gastos necesarios para el traslado de las personas, equipamientos y materiales en cada una de las actividades del proyecto. Se deben contemplar todos los gastos de la comunicación interna (entre los integrantes del proyecto) y la comunicación externa (aquella vinculada con los gastos de promoción y difusión). Para el transporte es importante tener en cuenta las distancias, cantidad de viajes, precios de mercado, etc. Y para la comunicación interna determinar las necesidades y asignarles valor para las distintas tareas del proyecto y en el caso de la comunicación externa tener en cuenta gastos de impresión, diseño, distribución del material para la difusión del proyecto. Ejemplo: (combustible para un auto, mendobus, tarjetas telefónicas, internet, diseño de afiche, etc.)

- **DERECHOS Y SERVICIOS.** Son aquellos gastos en derechos y servicios necesarios para las distintas tareas del proyecto como derechos de autor, propiedad intelectual y servicios corrientes. En este tipo de gasto generalmente los valores están determinados por las entidades que los cobra, por ejemplo, luz, gas, combustibles, etc.

- **GASTOS VARIOS Y DE ADMINISTRACIÓN.** Son aquellos gastos que ayudan a la organización y registro del proyecto y aquellos que no han sido contemplados en la tipificación anterior. En este caso la valoración depende del tipo de gasto a realizar, siempre teniendo en cuenta las cantidades y los precios actualizados. Ejemplo: insumos de limpieza, gastos de librería general para distintas tareas, etc.

INSTRUMENTOS PARA LA CONFECCIÓN DEL PRESUPUESTO POR RUBROS.

PLANILLA OPTATIVA DE ACTIVIDADES / TAREAS Y RUBROS

Para facilitar la confección del presupuesto presentamos una planilla de ayuda a la elaboración del formulario del presupuesto, que facilita vincular el proceso lógico a través del cual determinamos las actividades y tareas necesarias relacionadas con los rubros o tipos de gastos.

La idea de esta planilla es tomar las actividades identificadas dentro del cronograma, desagregarlas en las tareas / necesidades para ejecutarlas y vincularlas con una cruz en cada tipo de gasto o rubro del presupuesto.

a) Actividades / Etapas: colocar la misma denominación asignada en el cronograma.

b) Tareas / Necesidades: colocar el nombre de las tareas que involucran a cada actividad / etapa.

c) Rubros (Tipos de Gastos): identificar a través de una cruz los distintos tipos de gastos necesario para llevar a cabo cada tarea o necesidad.

		Recursos humanos	Equipamiento/ Infraestructura Indumentaria	Insumos/ Materiales	Transporte Comunicación	Derechos Servicios	Varios Administración
Actividad 1							
Tareas o necesidades	A.						
	B.						
	C.						
	D.						
Actividad 2							
Tareas o necesidades	A.						
	B.						
	C.						

Luego de haber identificado cuales son los tipos de gastos por actividad, hay que determinar las cantidades y luego valorarlas, de esta manera vamos completando el formulario para determinar el presupuesto final del proyecto.

El formulario esta subdividido en un cuadro por tipo de gasto, seis en total y uno final que resume y totaliza el presupuesto. Dentro de cada cuadro debemos colocar:

- a) Detalle del Gasto: es una breve denominación del gasto o necesidad.
- b) Cantidad: indica cuánto es lo que necesitamos de ese gasto es decir cuantificarlo. Es importante tener en cuenta los tiempos de ejecución.
- c) Costo Unitario: es el valor asignado o precio por unidad.
- d) Total Fondos Solicitados: es la multiplicación de la cantidad necesaria por el precio o valor unitario.
- e) Descripción Conceptual del Gasto: indica con mayor grado de detalle el gasto indicado.
- f) Subtotal por Rubro: es la sumatoria de la columna d).

Ejemplo para el rubro Recursos Humanos:

1. RECURSOS HUMANOS. Son todos los gastos generados por servicios personales requeridos en cada una de las etapas del proyecto. Ejemplo: Coordinador del proyecto, Operador, Productor, Técnicos (ingeniero de sonido, profesores, etc.)				
Detalle del gasto	Cantidad	Costo unitario	Total fondos solicitados	Descripción conceptual del gasto
1			\$ 0.00	
2			\$ 0.00	
3			\$ 0.00	
4			\$ 0.00	
SUBTOTAL EN RECURSOS HUMANOS			\$ 0.00	

CUADRO RESUMEN DE LO PRESUPUESTADO POR RUBROS		
Rubro		Total fondos solicitados
1	Subtotal en Recursos Humanos	
2	Subtotal en Equipamiento o Infraestructura	
3	Subtotal en Insumos materiales / Gastos producción	
4	Subtotal en Transporte / Comunicación	
5	Subtotal en Derechos y Servicios	
6	Subtotal en Gastos Administrativos / Varios	
	TOTAL DE GASTOS DEL PROYECTO	

Sugerencias para tener en cuenta a la hora de presupuestar:

- Debemos tratar de pensar en todos los detalles para detectar cada una de las necesidades dentro de cada actividad, tratando de minimizar los gastos no previstos a la hora de llevar a cabo el proyecto.
- Hacer el cálculo lo más aproximado posible sobre las cantidades necesarias, teniendo en cuenta los tiempos de cada actividad.
- Tratar de averiguar el precio de mercado vigente de los bienes y servicios y no hacer estimaciones.
- Tener la precaución de saber si donde voy a adquirir los bienes o servicios tienen comprobantes para luego poder rendir el gasto.

Rendición de cuentas por inversión fondos otorgados

Debe incluir un detalle de la documentación que respalda y acompaña el desarrollo del proyecto.

La documentación que ampara los gastos (comprobantes) se recomienda se presente de la siguiente manera:

- Los comprobantes deben ser originales, no fotocopias.
- Obtener facturas, recibos, ticket acompañado de la correspondiente factura, con rubros discriminados, extendidos a nombre del beneficiario.
- Deben estar extendidos a nombre de la entidad o persona beneficiaria (representante de grupo o persona física).
- Deben contener el domicilio de la entidad o persona beneficiaria o representante del grupo.
- Deben indicar la fecha de la compra o pago en caso de prestación del servicio.
- No deben contener enmiendas ni raspaduras.
- Deben contener claro detalle de los elementos adquiridos o servicios prestados, precio unitario y precio total.
- Es necesario que cada uno de los comprobantes se encuentre debidamente conformado por el beneficiario (firma en conformidad de recepción de bienes /servicios adquirido / prestado).
- Gastos de transporte (vía terrestre / aérea): solo se pueden rendir aquellos por los que se pueda conseguir comprobantes.

Documentación que debe adjuntar a la rendición

- Se deberá acompañar documentación en cualquier soporte (prensa, fotografía, video, soportes analógicos y/o digitales, etc.) que demuestre el alcance de los objetivos planteados y lo certifiquen fehacientemente, y en caso de corresponder, certificación que acredite el cumplimiento emitido por alguna autoridad competente.



Actividades

DE APRENDIZAJE

A continuación, se presentan actividades que deberás desarrollar para lograr los aprendizajes esperados. Para evaluarte estas producciones considera que además se tomará en cuenta la redacción y la ortografía.

Actividad 1. Para comenzar el Proyecto.

1.1 Registra cinco ideas que podrían convertirse en proyectos culturales.

- a).
- b).
- c).
- d).
- e).

1.2 Identifica en cada idea expresada el problema o la necesidad que intenta resolverse.

Idea	Problema o necesidad
a).	
b).	
c).	
d).	
e).	

1.2 Jerarquiza en orden de importancia estas ideas para definir prioridades. Registra la idea/Problema que atenderás como proyecto cultural. Considera los siguientes aspectos:

- La carencia de algo que se considera fundamental
- La cantidad de población que será beneficiada
- La compensación de desigualdades
- La existencia de recursos para esas demandas puntuales
- La articulación y movilización de recursos materiales y humanos existentes.

Actividad 2. Desarrollar el proyecto.

2.1 Responde brevemente las siguientes preguntas, que te permitirán contar con una visualización general del proyecto.

a) ¿Qué es lo que quieres hacer?

.....

.....

.....

b) ¿Por qué lo quieres hacer?

.....

.....

.....

c) ¿Quiénes son los destinatarios?

.....

.....

.....

d) ¿Cómo lo vas a hacer?

.....

.....

.....

2.3. De acuerdo con el conocimiento que tienes de la población objetivo del proyecto, caracteriza: a) la percepción que ellos tienen del problema detectado, b) de las formas de solucionarlo y c) de las consecuencias que traería no solucionarlo.

- a)
- b)
- c)

2.4 Localiza tu proyecto.

.....

.....

.....

.....

.....

2.5 Indica quiénes serán los beneficiarios directos y quiénes los indirectos.

.....

.....

.....

.....

2.6 Elabora un esquema gráfico que describa la relación entre “diagnóstico, objetivos generales, objetivos específicos y metas”.

2.7 Elabora tu cronograma de actividades considerando lo siguiente:

- a) El o los objetivos específicos y sus respectivas metas.
- b) Las actividades que involucra cada uno de ellos con sus respectivas tareas necesarias a fin de concretarla.
- c) Estimación del tiempo en el que se realizará cada una de las tareas.
- d) Designa para cada tarea un responsable de realizarla.



¿QUIERES

CONOCER MÁS?

- FUDSA. (2011, julio-diciembre). El arte popular mexicano. Revista Nueva Visión Socialdemócrata. (No.25-26). Consultado en: <http://www.fusda.org/Revista25-26/Revista25-26EL%20ARTE%20POPULAR%20MEXICANO.pdf>
- Blanco O., C. M. (2014,11,3). Breve historia del grafiti en México. Ciberperiodismo. [Archivo de video] Consultado en: https://www.youtube.com/watch?v=D7D1Zlyts_g
- Media Art en México. (2012,01,23). Videoarte del cine experimental al arte total. [Archivo de video]. Consultado en: <https://www.youtube.com/watch?v=S9-LH9u6Blk>
- Secretaría de Cultura. (2018). Museo Nacional de Culturas Populares. Consultado en: <http://museoculturaspopulares.gob.mx/>
- Gerez, M. (2013) Industria cultural. Conceptos básicos. [Archivo de video] Consultado en: <https://www.youtube.com/watch?v=2wQMtb8JFMM>
- Mexcartel, P. (2016). ABC para la creación de proyectos culturales 1\12. [Archivo de video] Consultado en: <https://www.youtube.com/watch?v=S4ahofJuq7s>
- OEI. (S/F). Legislación cultural. En Sistema Nacional de Cultura. Informe de México. Consultado en: www.oei.es/historico/cultura2/mexico/c4.htm



Fuentes

CONSULTADAS

- Diseño integral de proyectos culturales. Por: David Roselló Cerezuela. Consultado en: <http://atalayagestioncultural.es/pdf/07.1.pdf>
- Formulación de proyectos culturales. Consultado en: https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/1098/fproyectos.pdf



Autoevaluación

Como parte del proceso de aprendizaje, a continuación, se presenta un ejercicio que te permitirá identificar tus avances y aquellos aspectos que pueden requerir un repaso.

Señala con una X la respuesta que consideres es la correcta en el inciso correspondiente.

1. Rasgo que mejor define la cultura.

- a. Relación entre naciones, etnias, religiones y sectas.
- b. Acto de libre decisión entre las personas.
- c. Serie de acciones para imponer un orden ultraconservador.
- d. Convivencia de ideologías y doctrinas de gran diversidad.

2. Característica fundamental de la identidad.

- a. Ser hospitalario y generoso.
- b. Escuchar la misma música.
- c. Es relacional y múltiple.
- d. Desarrollo de artesanías.

3. Fecha de creación de la Convención Internacional de Patrimonio Inmaterial en la UNESCO.

- a. 1972
- b. 1954
- c. 1995
- d. 1965

4. Es un código identitario.

- a. Explorar la biosimbiosis con el entorno natural.
- b. Viajar en el metro.
- c. Usar ropa ligera cuando hace calor.
- d. Celebrar ritos de pasaje de la vida humana.

5. La globalización sucede...

- a. En el plano ideológico.
- b. En el plano económico, político, social y cultural.
- c. En el plano político y social.
- d. En el mercado global.

6. Alude a la globalización cultural.

- a. El Estado se reestructura y se supedita a las nuevas lógicas del capital.
- b. Capital transversal, productivo y financiero especulativo sin restricciones en el mundo.
- c. Espacio donde se concentra el poder económico y financiero desde donde se proyecta su dominio.
- d. Interconexión creciente entre todas las culturas y flujo de informaciones, signos y símbolos a escala global.

7. Etapas de un proyecto.

- a. ___ Delimitación conceptual, descripción metodológica, determinación de recursos.
- b. ___ Delimitación conceptual, diagnóstico, justificación, retroalimentación.
- c. ___ Diagnóstico, actividades, cronograma.
- d. ___ Objetivos, metas, determinación de recursos.

8. La Justificación del proyecto consiste en:

- a. ___ Caracterizar en términos de su ubicación social y cultural a los beneficiarios del proyecto.
- b. ___ Cuantificar los objetivos, estableciendo cuánto, cuándo y dónde se realizarán éstos.
- c. ___ Explicitar el por qué se hace y que sucedería con la situación si no hubiera intervención.
- d. ___ Determinar los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

9. Constituye el conjunto de procedimientos que se usan para alcanzar el objetivo que se quiere lograr.

- a. ___ Planificación.
- b. ___ Justificación.
- c. ___ Determinación de recursos.
- d. ___ Evaluación.

10. Se le asigna valor calculando la cantidad de tiempo necesario para cada actividad a desarrollar por cada una de las personas que intervengan en el desarrollo del proyecto.

- a. ___ Gastos de administración.
- b. ___ Recursos humanos.
- c. ___ Derechos y servicios.
- d. ___ Recursos materiales.