

**Viernes
08
de julio**

3° de Secundaria Historia

Globalización cultural

Aprendizaje esperado: *analiza la influencia de la globalización en la cultura nacional y la resistencia por medio de la identidad pluricultural.*

Énfasis: *analizar en qué consiste la estandarización de la cultura y la influencia de la globalización.*

¿Qué vamos a aprender?

Es importante que participes en las actividades planteadas a lo largo de la sesión. También ten a la mano tu libro de texto, cuaderno u hojas blancas, pegamento, lápiz o bolígrafo, y colores para registrar las ideas principales, dudas y reflexiones que surjan durante la sesión, para que posteriormente puedas compartir tus avances con tu familia.

¿Qué hacemos?

En la sección “Leer para conocer”, revisarás un fragmento del artículo: “La identidad a través de la moda”, de la experta en publicidad Amaya Sánchez-Contador.

“La moda utiliza iconos, ya sea de épocas históricas, de personajes relevantes o celebrities, como las conocemos hoy en día, para asociar las prendas y los estilos a los valores que subyacen en esos personajes dotando a las prendas de mensajes

complejos y elaborados. Es precisamente nuestra tendencia a la imitación y a buscar referentes externos la fuerza que impulsa la industria del vestir. Asimismo, el contexto y la realidad influyen y condicionan nuestra identidad, tal y como hacen los tiempos de la moda, es decir, las temporadas o periodos en los que las prendas están en boga.

En la actualidad la moda ha propiciado un sistema de multidentidades que hace a las personas debatirse entre el afán de integración, que nos permita fundirnos en el grupo social y el de diferenciación, que protejan nuestra identidad y nos distinga.

Nuestra indumentaria constituye nuestra identidad, pero nos vemos obligados a comprar cada prenda que nos ponemos [...] de manera que nuestra libertad no es tal. La moda juega con el sentimiento de insatisfacción y nos empuja a tener una serie de aspiraciones artificiales que nos esclavizan, pero cuyo fundamento está en nuestro deseo de distinción y diferenciación.

Con ese sentimiento de insatisfacción, la moda se ha colado en los deseos y aspiraciones humanos modificando intereses, identidades y conductas, y ejerciendo un notable control de unos sobre otros. Este control ejercido por la industria unas veces conduce a la desinformación y a una ruptura de los canales de socialización, pero otras muchas cala en la identidad de las personas, especialmente en aquellos colectivos o grupos más vulnerables, haciendo que el proceso natural de configuración de identidad resulte en trastornos y problemas, como consecuencia, la errónea percepción de uno mismo, de la belleza, del entorno y del lugar que se ocupa en él.

Otro gran problema de la moda es fruto de los modelos de belleza promocionados, que han llegado a calar en la población de forma notable y a influir directamente en su conducta, derivando en numerosos problemas. Quizás los más extendidos son los trastornos psicológicos [...] En el afán de sustituir las relaciones sociales y la afectividad, la moda ha provocado otro gran problema que afecta la vida de las personas tanto en lo psicológico como lo económico, el consumo compulsivo. [...] Su extensión tanto en Estados Unidos de América como en el resto del mundo es consecuencia de la combinación de los bajos precios y un consumismo exagerado que lleva a creer que la compra de ropa es el camino a la verdadera felicidad."

Como te habrás dado cuenta, uno de los conceptos más empleados por la autora es *consumo*. Por ello, estudiarás cómo se relaciona con el tema de la sesión: la estandarización de la cultura.

Según la Secretaría de Economía el concepto de estandarización es el "proceso de *ajustar o adaptar características en un producto, servicio o procedimiento, con el objetivo de que éstos se asemejen a un tipo, modelo o norma en común*".

En otras palabras, la estandarización establece las características comunes que deben de cumplir los productos que se comercializan en diferentes partes del mundo. Esto quiere decir que la forma de fabricar un producto es la misma ya sea en México,

Estados Unidos o China. Esto permite que las empresas puedan acceder a los mercados internacionales y reducir los costos de producción. Por ejemplo, las entradas y los audífonos alámbricos están estandarizados para que sean “universales”.

Después de la Segunda Guerra Mundial, el desarrollo de los países industrializados se basó en la producción de mercancías a gran escala, y los adelantos tecnológicos permitieron la elaboración de productos en serie cada vez más baratos.

La publicidad logró que la gente los comprara, poniendo en marcha el mecanismo de producción de artículos y servicios que se lanzan al mercado y que son adquiridos y desechados en poco tiempo por los consumidores, los cuales, a su vez, son inducidos a comprar nuevos modelos de los productos a los que ya se han acostumbrado.

La publicidad ha hecho que la población entre en esta fiebre consumista en la que no importa la calidad y el precio de los productos, sino su apariencia y su marca, asimilando los estereotipos, la imagen y el prestigio con los cuales se anuncian.

Con la expansión del mercado y de los medios de comunicación masiva, no sólo los productos de los principales países, sino también su cultura, sus valores y su visión del mundo se han universalizado. La música, las series de televisión, el cine y la literatura han ido extendiendo y homogeneizando la cultura americana a nivel mundial bajo la influencia del país más poderoso del mundo, los Estados Unidos de América.

México no ha estado al margen de este proceso. En nuestro país ha crecido el consumo de bienes suntuarios. Los hábitos de los consumidores también han cambiado, adaptándose a las transformaciones predominantes en las sociedades más industrializadas.

También la cultura se ha hecho más homogénea debido, entre otros factores, a la gran influencia de los medios de comunicación; a través de ellos se transmiten valores, visiones del mundo y estereotipos de la cultura y su adaptación al contexto nacional que, por lo general, pondera la vida y los hábitos de las grandes ciudades, la visión del mundo y los estereotipos de la cultura dominante en el país, una cultura predominantemente urbana, que se ha impuesto a las distintas manifestaciones culturales de las regiones.

Pero también, a través de los medios y de internet, la homogeneización de la cultura ya no se limita a lo nacional, sino que recibe una gran influencia de la cultura estadounidense, que es la que predomina a nivel internacional.

Sobre cómo la estandarización de la cultura impacta en la identidad y vida cotidiana en México, observa y escucha el siguiente video del minuto 02:20 a 07:13.

1. Globalización e identidad nacional

<https://www.youtube.com/watch?v=IE8s1wltm4&t=404s>

Como se mencionó en el video, la globalización influye en la homogenización y estandarización de la cultura americana. En el mundo globalizado en el que vives, las mercancías atraviesan sin problemas las fronteras de los países, aunque las personas no puedan hacerlo.

Con la globalización, cada vez más individuos tienen acceso a medios de comunicación, como la televisión o el internet, para enterarse de lo que pasa en cualquier parte del mundo. Estas redes de comunicación sin duda fueron posibilitadas por el pilar económico de la globalización: el comercio.

Desde la última década del siglo XX, el comercio se expandió a todos los confines del planeta. Con la caída de la Unión Soviética y la apertura comercial en los países socialistas, se obtuvieron nuevos mercados para las industrias; nuevos mercados se abrieron en una parte importante del mundo. Es innegable que en la actualidad se efectúan más intercambios que los que hacíamos en otros momentos de la humanidad.

Aunque es común pensar que gracias a la globalización cualquier persona puede adquirir productos de cualquier parte del mundo, el comercio internacional depende en buena medida de unas cuantas de empresas, cuyos capitales provienen de países altamente desarrollados como Estados Unidos, Francia, Inglaterra, Alemania, Japón y China, dejando a países menos desarrollados como productores de materias primas y sus derivados, afectando la balanza comercial y el desarrollo de la industria nacional, la cual está al servicio de las grandes transnacionales.

Esta situación tiene su origen en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, el cual entró en vigor el 1 de diciembre de 1994. Dicho documento planteaba eliminar cualquier obstáculo al comercio, facilitando la circulación de bienes y servicios entre los tres países. Desde aquel momento, el mercado mexicano ha sufrido una transformación muy importante. Si estudias tan sólo el mercado alimenticio en el país, te darás cuenta cómo los patrones de consumo de alimentos se han transformado radicalmente gracias a la oferta de productos.

Los mexicanos en la actualidad consumen alimentos que antes no estaban disponibles en el país. Y aunque eso puede hacer lugar para que lleguen alimentos de alta calidad para nuestra salud, la realidad es que los alimentos congelados, súper procesados y modificados genéticamente son los que hoy dominan los estantes en los supermercados, creando una grave crisis de salud pública y siendo una de las principales causas de los índices de sobrepeso infantil y la epidemia de enfermedades como la hipertensión y la diabetes.

Algunas empresas son las que dominan ese mercado. El modo en que estas empresas producen sus mercancías y sus bajos contenidos nutrimentales han contribuido, por ejemplo, a determinar el tipo de proteínas, grasas y contenido calórico que consume la población mexicana.

Si bien es cierto que en las últimas décadas ha disminuido la escasez alimentaria a nivel global, esto no significa que se hayan resuelto los problemas relacionados con el hambre a escala mundial. Además, el problema que padecen las sociedades como la mexicana es el cambio de los hábitos alimenticios que van desde el tiempo que uno emplea para preparar y comer hasta la calidad de los productos que se adquieren en los mercados locales y en los grandes centros comerciales.

Algunos estudiosos creen que, gracias al comercio internacional, las poblaciones alejadas de los grandes centros productivos pueden tener acceso a las mercancías globales. A ello le llaman estandarización cultural. Aseguran que la oferta de estos productos iguales hace más homogéneas algunas costumbres de la vida cotidiana, como los objetos de la casa y la forma de vestir, a lo cual se suma el fenómeno en que el internet y la televisión son capaces de transmitir un mismo mensaje simultáneamente en lugares distantes, por lo cual, aseguran, se van moldeando gustos, valores y preceptos morales.

Ya desde los años sesenta del siglo XX, teóricos de la comunicación como Armand Mattelart habían señalado que lo que llaman *“opinión pública”* tiene detrás de sí intereses económicos muy específicos. Y por ello, estos medios contribuyen a imponer verticalmente preocupaciones y temas particulares *“de las clases dominantes como si fueran universales y omnipresentes”*.

Lo cierto es que, sobre todo en países con grandes índices de desigualdad económica como el nuestro, el acceso a los productos y su consumo también es desigual. No todas las personas adquieren las mismas mercancías porque no todas pueden pagar los mismos costos.

Adicionalmente, con una diversidad cultural tan amplia como la de México, las opiniones, los gustos, valores y preceptos morales también son distintos y diversos entre las personas y los grupos sociales. Y es importante reconocer esta realidad y admitirla como un valor para la construcción de nuestro país.

Observa el siguiente video del minuto 01:05 a 05:29.

2. La cultura de la globalización: distintas miradas

<https://www.youtube.com/watch?v=bzqtDdGRUKE&t=149s>

El reto de hoy:

Seguramente habrás escuchado o leído en las noticias o redes sociales que los bordados en la ropa de muchas comunidades indígenas de nuestro país estaban siendo plagiados por industrias del vestido, es decir, que están plagiando los diseños para usarlos en ropa de moda.

Entre 2008 y 2019, más de treinta marcas de ropa nacionales e internacionales se han apropiado de estos diseños para sus colecciones, convirtiendo este trabajo artesanal y de gran valor cultural en productos elaborados en serie.

En la actualidad muchas comunidades se están defendiendo de estos plagios. El problema es que estos textiles son parte de la identidad cultural de los diferentes pueblos indígenas y tienen un significado, es por esta razón que es muy importante valorarlos. Algunos casos son los bordados de Santa María Tlahuitoltepec, Oaxaca, y Tenango de Doria, Hidalgo.

En tu cuaderno responde: el caso comentado anteriormente sobre la apropiación cultural para convertirla en un objeto de moda, ¿cómo se relaciona con el tema de esta sesión? Es decir, con la estandarización de la cultura.

¿Las denuncias de las poblaciones indígenas ante el robo de sus diseños pueden ser consideradas una resistencia de identidad ante la globalización? ¿Por qué?

En tu cuaderno redacta tus argumentos y agrega otro ejemplo, de preferencia de tu vida cotidiana, donde puedas identificar la influencia de la globalización.

Este tema lo podrán encontrar en tu libro de texto. También puedes consultar otras fuentes bibliográficas, digitales y audiovisuales que tengas a la mano.

¡Buen trabajo!

Gracias por tu esfuerzo.