

CAPITULO III. LA CULTURA POP, CULTURA DE LA GLOBALIZACIÓN

3.1 La incorporación de diversos valores culturales en la Cultura Pop

Hace algunas décadas, hubiera parecido imposible exportar (al grado de hoy en día) rasgos característicos de una cultura local y sus valores a otra parte del mundo. Aún cuando el intercambio comercial de productos de tipo culturales tales como libros, periódicos o filmes no es nuevo, no parecía probable que todos los componentes culturales de una nación pasaran a otra por el simple hecho de consumir sus productos, y sin ser reorganizados por el colonialismo. Sin embargo, gracias a los adelantos tecnológicos y al gran flujo de estos productos alrededor del mundo, se propagó y globalizó todo un estilo de vida, el de la cultura de masas. Con ello nuevos valores han sido incluidos en sociedades que tradicionalmente habían sido consideradas conservadoras, y aparentemente esta tendencia va a seguir propagándose entre sus miembros más jóvenes quienes incluso la están adoptando como propia y no como “importada”.

Casi por definición, la Cultura Pop ha logrado un crecimiento global constante e intenso en los últimos años. Esto radica precisamente en que es popular; sin embargo, para muchas personas de naciones en vías de desarrollo, la toma de posesión cercana de su propia industria cultural, especialmente la que está dirigida para el mercado más joven, ha sido concebida como agresión a los valores tradicionales arraigados a través de los años. De acuerdo con el sociólogo Peter

Berger, la Cultura Pop lleva una carga significativa creencias y valores. Un claro ejemplo de ello es la música “rock”, la cual no es precisamente atractiva a una preferencia particular a lo que él llama un sonido ruidoso, rítmico y un baile atlético peligroso. La música “rock” también simboliza un racimo entero de valores culturales, los cuales pueden ser adaptados por uno mismo; y pueden ser expresiones de espontaneidad, sexualidad rebelde, y quizás lo más importantemente, el desafío a los paradigmas y los valores tradicionales establecidos.¹¹⁴

Dicho ejemplo, demuestra que en muchas expresiones culturales como la música “rock” contemporánea, existe una carga de valores implícitos, los cuales son acoplados por un grupo o por una persona dependiendo de la ideología y el entorno social en el que se desenvuelve. Los valores de la Cultura Pop han fomentado el crecimiento de la industria cultural, en razón de que los bienes culturales se vuelven más atractivos si tienen información implícita del modo de vida y costumbres de un lugar, lo que ha favorecido a la adopción de la cultura popular en muchas partes del mundo.

Mary Tétreault, afirma que muchos críticos sociales del siglo XX, aseguran que muchas de las técnicas de producción masivas del siglo, que comenzaron con el Modelo “T” de la compañía “Ford” y sus productos subsecuentes, han sido gradualmente aplicadas a la manufactura de productos de la industria cultural; sin embargo, dichos productos, como las películas, la música y los programas televisivos,

¹¹⁴ Berger, Peter & Samuel Huntington (2002) *Many Globalizations: Cultural Diversity in the Contemporary World*. London: Oxford University Press, p.p. 25-27

que son resultado de los medios masivos de comunicación, no son únicamente una forma de estandarización de los hábitos de consumo de las personas; sino que mas bien se amolda a que los individuos expresen sus valores y creencias hacia otras culturas. Igualmente, asevera que ideas tan complejas como los derechos humanos toman significados similares en las personas de culturas con diferencias notables; como puede ser el caso de la cultura occidental y la cultura del Islam. Es decir, que a pesar de que los valores de la Cultura Pop son diseminados por los medios masivos de comunicación, estos llevan consigo ciertas adiciones y reinterpretaciones que están constituidas por aportaciones de valores de otras culturas en el mundo.¹¹⁵

Las estructuras de la globalización son regímenes completos que incorporan tecnología, organización, establecimiento de normas y reglas que son codificadas y aplicadas por instituciones u organizaciones internacionales. Esto puede explicar que la información llevada por la globalización puede ser denotada de forma diferente por la diferencia entre las culturas. Mary Tétreault usa de ejemplo a la ocupación británica en la India, en donde afirma que los valores importados de la Gran Bretaña eran establecidos mediante un sistema de instituciones encargadas de esparcir dichos valores en el territorio, en donde el ejército jugó un papel importante.¹¹⁶ En la actualidad, el papel del ejército para la expansión de las culturas no es tan común, sin embargo, el mercado ha ocupado el primer lugar en cuanto a la exportación e importación de bienes culturales.

¹¹⁵ Tétreault, Mary Ann & Ronnie Lipschutz (2003) *Global Politics from the Planetary to the Personal: Because People Matter*, Lanham: Rowman and Littlefield, p. 158

¹¹⁶ Ibid, p. 160

En sociedades tradicionalistas la Cultura Pop ha generado un debate en lo que la aportación de valores a la sociedad se refiere, debido a que ciertos segmentos de la población, especialmente jóvenes, han encontrado una forma de expresión diferente a la establecida a lo largo del tiempo en sus lugares de origen. Los valores religiosos tradicionales en la actualidad, conviven con las nuevas contribuciones de las culturas importadas, debido a que la Cultura Pop trae consigo su propia espiritualidad y sus tradiciones religiosas, pero son caracterizadas por cuestiones pragmáticas; es decir, la Cultura Pop no respeta a los dogmas religiosos, pero puede dar a las tradiciones un aspecto “más fresco”¹¹⁷

Heinz Streib, afirma que la religión no ha pasado de moda para los adolescentes alemanes, sino que más bien se ha vuelto más pragmática, debido a la influencia de la Cultura Pop y la adopción de nuevos valores provenientes de Estados Unidos y de otros lugares de la Unión Europea, sobre todo de Gran Bretaña. El nuevo modo de vida de los alemanes, ocasionó lo que ahora se conoce como la religión invisible.¹¹⁸

Herbert Read nos ofrece otra explicación de este fenómeno desde otro punto de vista “Lo que ocurrió en los grandes estilos artísticos, también ocurre en todas las culturas. Toda conducta mezclada con otra, encaminada a conseguir la subsistencia, el comportamiento, la defensa y el culto de los dioses, se retira ante otros tipos de

¹¹⁷ Beaudoin, Tom (1998) *Virtual Faith. The Irreverent Spiritual Quest of Generation X*, San Francisco: Jossey-Bass, p. 19

¹¹⁸ Streib, Heinz “Research on Life Style, Spirituality and Religious Orientation of Adolescents in Germany” Research Center for Biographical Studies in Contemporary Religion University of Bielefeld July 28 - August 02, 2002 p. 18

conducta más coherente que se ajustan a los cánones inconscientes de elección que se desarrollan en el seno de la cultura.”¹¹⁹

Los valores en la expansión cultural transnacional tienen cuatro interrogantes principales. La primera se refiere a que no se conoce un término exacto de lo que es la cultura; es decir, no se sabe los límites del concepto, lo que puede ocasionar la mala interpretación de un valor, o que este cambie de significado. La segunda interrogante se basa en que los valores y las instituciones son considerados uno solo. La contrariedad radica en que los valores son intangibles, lo que genera que las instituciones no puedan cambiarlos con voluntad política, lo que puede traer consecuencias perjudiciales a corto y largo plazo. En este segundo aspecto también está incluida la diferencia en la estructura y formación misma de las instituciones, que varía dependiendo del tipo de cultura en la que fueron establecidas.¹²⁰

La tercera interrogante consiste en hasta qué punto los nuevos valores afectan o no, dependiendo el grado de maleabilidad de la cultura. De acuerdo con el autor, desde una perspectiva no económica, la cultura no reconoce cuánto ha cambiado a través de los años, lo que favorece a la adopción gradual de nuevos valores; sin embargo, desde un punto de vista económico, la cultura cambia fácilmente si existe un incentivo. Un ejemplo de ello es la adopción del idioma inglés como segundo idioma en algunos países asiáticos. El cuarto problema relativo a la inserción de

¹¹⁹ Read, Herbert (1977) *Arte y Sociedad*, Barcelona: Ediciones Península, p. 171

¹²⁰ Jones, Eric (2002) *The Record of Global Economic Development*. Northampton: Edward Elgar Publishing, p.p. 132-134

nuevos valores en la cultura, consiste en que las diferencias pueden ser explotadas con fines políticos.¹²¹

Estas cuatro interrogantes, bases principales del debate de la aportación de valores de Cultura Pop a la sociedad, pueden emplearse en el caso de China. En principio, la cultura china es muy extensa, diversa, tradicionalista y ha observado desde su apertura un incremento constante y progresivo de influencia occidental. La segunda interrogante, explica el porqué del descontento chino en lo referente al cuidado de los valores tradicionales por medio de las instituciones, donde por un lado promueven la modernidad del Estado Chino, y en otra parte promueven el seguimiento de los valores de la China ex comunista en sociedades agrícolas.

El tercer punto de debate, en el mismo ejemplo, puede ser el más representativo del país asiático. Para los chinos residentes en las provincias marítimas, con más influencia de la cultura popular occidental y una economía basada en el libre mercado. La adopción de nuevos valores se ha visto favorecida por el incremento en el poder adquisitivo y el empleo; sin embargo, para las provincias centrales, existe un descontento con la importación de valores debido a que es una sociedad más tradicionalista.

Por último, la cuarta interrogante queda demostrada en los grupos radicales chinos. Estos grupos en su discurso político, aseguran que la influencia occidental contrapone a los valores chinos establecidos desde milenios atrás; sin embargo, de acuerdo con Lawrence Harrison, son esos valores, mezclados con la apertura

¹²¹ Ibid, p.p. 132-134

económica y la influencia de occidente lo que ha traído a China, a la República de Corea y a otros países asiáticos la estabilidad y crecimiento que han observado desde la década de 1980.¹²²

Otro ejemplo del caso anterior es lo que sucede en la Rusia post-soviética. Después de la caída del comunismo, Rusia se encuentra en un periodo de ajuste, de las políticas comunistas, a las políticas del intento de adaptación del modelo de libre mercado y al renacimiento de la Iglesia Ortodoxa. Este periodo, ha ocasionado una mayor disparidad del ingreso entre la población, sobre todo en las grandes ciudades como Moscú o San Petersburgo. Una fracción de la población, como políticos de alto rango, cuerpos de elite del ejército, empresarios, entre otros grupos, gozan de una calidad de vida que les ha permitido viajar y en algunos casos estudiar en el extranjero. Lo anterior favoreció la entrada de la Cultura Pop occidental al mercado ruso; sin embargo, ha sido mejor recibida entre las clases altas que en las clases bajas, con anhelos aún más comunistas. En ciudades de menor población, sobre todo en otras repúblicas que fueron parte de la Unión Soviética, la cultura pop occidental está aún en su fase inicial, pero se está observando resistencia de las minorías étnicas.

En las ex repúblicas de la parte Europea como Bielorrusia, Lituania, Ucrania, entre otras, y en países que resintieron la influencia del socialismo en el viejo continente; la cultura pop avanza a pasos lentos pero constantes, donde reluce un ejemplo de éxito en la transición: la República Checa. En las ex repúblicas asiáticas

¹²² Harrison, Lawrence (1992) *Who Prospers? How Cultural Values Shape Economic and Political Success*. New York: Basic Books, p. 27

de la URSS, el caso ha sido diferente, debido a los movimientos fundamentalistas tras la desaparición de la Unión Soviética y a la resistencia de la población rusa ante estos grupos

Japón es otro caso interesante. Este país es una potencia en lo que ha exportación de cultura pop se refiere; sin embargo existe un cisma entre los valores de la cultura occidental y los valores tradicionales sintoístas japoneses. Igualmente existe una batalla entre la mercadotecnia de la cultura pop occidental estadounidense y la cultura pop japonesa. Otro dato interesante de la cultura y los valores japoneses, son la exportación de éstos a países asiáticos, como Corea del Sur y a China, en los que existe un recelo aún por las acciones de la milicia Japonesa a lo largo de la historia, sobre todo en el periodo de la Segunda Guerra Mundial; por tal, existe un repudio por la adaptación de la cultura pop japonesa.

3.2 Afianzamiento de la Cultura Pop como cultura dominante

Evidentemente, la expansión de la Cultura Pop gracias a la globalización, no ha alcanzado aún todas las características incluidas en la cultura; sin embargo, sí lo ha hecho con varias de ellas. Estas son fundamentales en toda sociedad. Aún cuando la introducción de la cultura de masas en otras culturas haya “respetado” algunos de sus rasgos característicos, es importante mencionar que las nuevas generaciones perciben en la actualidad diversos aspectos de la cultura popular como propios, situación que hasta hace apenas algunos años no ocurría.

La globalización ha facilitado la propagación de la Cultura Pop alrededor del mundo debido a que gran parte de los medios de difusión de esta cultura, son alcanzados por dicho proceso. A continuación mencionaremos algunos ejemplos en los que se propaga la cultura popular y entenderemos mejor el papel de la globalización en su difusión: las revistas musicales, las revistas de clubes de fans, la prensa amarillista para los adolescentes., los periódicos “alternativos”, las emisiones de TV y de radio con un mercado objetivo la juventud, las radio – piratas, el crecimiento del graffiti como medio de expresión, la música pop, las manifestaciones, los lugares públicos y privados frecuentados por jóvenes, la moda, la literatura y en general la mercadotecnia del cine, teatro y música populares, y por supuesto, Internet.¹²³ El fenómeno de retroalimentación que se lleva a cabo entre la globalización y la Cultura Pop, es posiblemente el principal motivo por lo que la Cultura Pop es considerada una cultura alternativa, ya que sus características propias, como se ha visto anteriormente, la han hecho la opción más viable como la cultura de la globalización.

A pesar de que, en efecto, el proceso de globalización ha preferentemente recorrido una línea vertical que va de Norte a Sur, de países desarrollados a países en vías de desarrollo, en las últimas décadas el proceso ha recorrido también el camino opuesto. Gracias a la rápida industrialización que han vivido países en Asia, África y

¹²³ Sin autor, “La “culture pop” des années 60 en Angleterre: méthodes et enjeux historiques.” en : <http://perso.club-internet.fr/bmflemon/vingtiemesiecle.htm>

América Latina, se han generado importantes industrias que han influenciado estilos de vida de sociedades establecidas fuera de estas regiones.

La Cultura Pop no únicamente ha aportado nuevos rasgos culturales de Norte Sur o de países subdesarrollados a desarrollados y viceversa, sino que también ha hecho aportaciones de minorías étnicas a la cultura global en conjunto. Un ejemplo en el que esto se ve muy claro es la música “rap”.

Steven Best afirma que el “rap” surgió como una expresión política y cultural donde se narra la situación marginal de la mayoría de los afroamericanos en Estados Unidos. Alcanzó su auge en el periodo Reagan- Bush. En la actualidad, es parte esencial de la identidad cultural de esa minoría, y ha sido adaptada y aceptada en muchos países y lugares del mundo. Esta adaptación, ha enriquecido este movimiento cultural, al cual se le han agregado rasgos musicales de otros géneros como el “rock”, pop, jazz, etc; sin embargo ha dejado de ser solamente música, y se ha transformado también en un estilo, ideas, imágenes y sonidos; lo que lo hace cada vez más atractivo para los medios masivos de comunicación. A lo largo de su evolución, ha tratado temas diferentes como nacionalismo africano, feminismo, radicalismo político, entre otros y ha creado en Estados Unidos una rivalidad entre los “raperos” de la costa este y los de la costa oeste, lo que prueba que la cultura popular sufre una adaptación diferente de acuerdo a la localidad en la que se adopta.¹²⁴

¹²⁴ Best, Steven & Douglas Kellner “Rap, Black Rage, and Racial Difference” *Enculturation*, Vol. 2, No. 2, Primavera 1999. p.p. 13-15

Otro dato interesante del “rap”, es que en el aspecto de la mercadotecnia, los afroamericanos no son el mercado principal, sino que son los adolescentes blanco suburbanos, conocidos como “white negros”, que se sienten identificados con la música, el lenguaje, la ropa y el estilo del “rap”. El autor afirma, que esto se debe en parte a una falta de identidad cultural. Así mismo, afirma que el “rap” es un fenómeno cultural contradictorio, ya que por una parte se avivan los valores de los afro americanos, la inteligencia, la creatividad, pero por otro lado se trata el racismo opuesto u odio a los blancos, el sexismo y la promoción de la forma de vida de los “gangsters”; sin embargo, es la principal arma para la difusión de la oposición sub cultural para la lucha contra la discriminación.¹²⁵

El factor principal para que sobreviva este tipo de culturas, es su característica entusiasta rebelde y transgresora. Esto a su vez ha hecho que sus participantes se hayan convertido en parte permanente de la escena pop estadounidense. A pesar de que muchos de los movimientos contraculturales en ese país se opongan al imperialismo, la globalización y las grandes corporaciones; muchas empresas han visto estos movimientos culturales como un nuevo nicho de mercado, es decir, como una oportunidad de negocio.¹²⁶ Lo anterior, explica que el hecho de que se adopte la Cultura Pop en la globalización, atrae ventajas para dos grupos antagonistas, como pueden ser anarquistas y grandes corporaciones. Este tipo de relaciones interdependientes, favorecen a la consolidación de la Cultura Pop y de la

¹²⁵ Ibid, p. 16

¹²⁶ Frank, Thomas (1997) *The Conquest of Cool: Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism*, Chicago: University of Chicago Press. p.p. 26-29

globalización, en donde el enlace más fuerte entre ambos es la industria cultural transnacional.

Armand Mattelart, define a la expansión transnacional de la cultura por medio de las grandes corporaciones como la “fase superior del monopolismo cultural”. Donde todo tipo de mensajes culturales son considerados instrumentos de agresión.¹²⁷ El pluralismo cultural no es necesariamente un sinónimo de diversidad étnica. Pero si contribuye a la inequidad social, debido a que se favorece la división del trabajo. También significa que el estado tiene un papel más importante en lo que a conservación de valores se refiere.¹²⁸

A pesar de que la Cultura Pop atrae ventajas al ser usada como la cultura de la globalización, existen diferentes puntos de vista que aportan diversas desventajas en su uso. Por citar un ejemplo, Ulrich Beck afirma que “En los ojos de aquellos que diseñan los bailes y las máscaras del carnaval africano en Notting Hill, África ha perdido su locación geográfica. Para ellos, Africa es una visión, una idea, de aquellos modelos que pueden derivar de una estética negra. No posee el mínimo apunte de crear o renovar una identidad nacional africana para los negros en Gran Bretaña. Esta África o “counter-Africa”, es de forma estricta una “comunidad imaginada”.¹²⁹

De acuerdo con Armand Mattelart, lo anterior puede deberse a que la cultura de masas opera en base a la estructura económica e ideológica de los países con

¹²⁷ Mattelart, Armand (1989) *La cultura como empresa multinacional*, México: Era, p. 58

¹²⁸ Halcli, Abigail, et al (2000) *Understanding Contemporary Society*. Thousand Oaks: SAGE, p. 278

¹²⁹ Beck, Ulrich (2000) Op. Cit., p. 27

mayor capacidad de exportación cultural y su proyecto expansionista, donde las expresiones culturales determinan los modelos de la comunicación. Dicho modelo, debe ser acoplado de acuerdo a las aspiraciones y de relaciones sociales de la vida cotidiana.¹³⁰

Don Slater nos ofrece una visión similar de estos fenómenos, al argumentar que “las nuevas políticas o cambios en el consumo y en la adaptación cultural son debidas primeramente a los valores de razón, libertad y progreso social, los cuales han sido encaminados por las políticas económicas liberales de la industria cultural. Sin embargo, muchos analistas han visto este fenómeno como un materialismo trivial y es atribuido directamente a la modernidad”.¹³¹ Esto quiere decir, que la industria cultural está dirigida principalmente a la explotación económica de la cultura, y no a la promoción de ésta como tal.

Como señala David Rothkopf, la globalización lejos de alentar la fertilización cruzada de diversas sociedades, impone una visión particular que pasa de una a otra, especialmente a partir de las de Occidente y aún más, la de América del Norte: “Para los Estados Unidos, el objetivo central de una política extranjera de la era de la información debe ser de ganar la batalla de flujos de información mundial, dominando las ondas, como la Gran Bretaña reinaba alguna vez sobre los mares”.¹³²

Para Ulrich Beck, el significado que se encontraba antiguamente en las fronteras, respecto a variadas dimensiones de economía, información, ecología,

¹³⁰ Mattelart, Armand (1989) Op. Cit., p. 18

¹³¹ Slater, Don (1997) *Consumer Culture And Modernity*, Londres: Polity Press p.p. 45-46

¹³² Rothkopf, David, (1997) *In praise of cultural Imperialism?*, Washington: Foreign Policy, p. 17

tecnología, intercambio cultural, conflictos y sociedad civil, han desaparecido. Para él, las personas no necesitan aceptar estos tipos de vida, sino que considera que prácticamente son arrojados hacia ella. Sobre esto hace referencia a la idea de Anthony Giddens, de que en el nuevo sistema se busca actuar y vivir sin distancias, tratando de atravesar los antiguamente mundos separados de los estados nacionales, religiones, regiones y continentes.¹³³

Como podemos observar, la tendencia es de una aceptación a lo que podríamos llamar un destino inevitable. Que a pesar de no ser del desagrado de todos, sí lo es de quienes pretenden mantener los valores culturales tradicionales. El paso de la globalización sobre y con las culturas, ayudará en todos sentidos a que lo anteriormente conocido como lleno de valor continúe, pero que además adquiera nuevos significados. En algunos casos, inclusive ayudará a desechar lo que ya no puede ser considerado como cultura por los efectos colaterales que ocasiona, en las personas que realizan este tipo de prácticas. Como un ejemplo de esto podemos ver situaciones como los vía crucis en México, que ocasionan un daño serio en las personas que participan como deshidratación, o daños en la piel. Otro ejemplo de esto sería la reducción de pies en China. Se originó por un supuesto esteticismo, pero que derivaba en problemas posteriores en las mujeres que era realizado. Esto es claro y sobre todo inobjetable, si vemos los problemas que se pueden ocasionar en base a esto, que son como la pérdida de equilibrio e inclusive el tener una gran deformación en los huesos de los pies que pueden generar anomalías genéticas. Este tipo de

¹³³ Beck, Ulrich (2000) Op. Cit., p.20

situaciones comienzan a ser consideradas como perjudiciales para la salud, y dejan de ser un factor meramente cultural para pasar a ser el no hacerlas como una práctica de bienestar para las personas miembros de estas naciones.

La industria cultural no solamente es el principal eslabón para que la Cultura Pop sea el eje rector cultural de la globalización. También es el principal detonante para que esa misma cultura crezca y sea cada vez más accesible y adaptable para la mayoría de los lugares del mundo. Es decir, la misma industria cultural ha ampliado su mercado retomando cada vez más importancia en el sistema económico internacional. La mercadotecnia y la publicidad de los medios masivos de información, ha jugado un papel relevante en el crecimiento de la Cultura Pop en la globalización. Esto gracias a que transmite mensajes acerca de necesidades, como lo puede ser la comida en un gran almacén, o la imitación de una actividad social occidental. Estos mensajes son incorporados sin un formato específico, lo que favorece a una mejor denotación dependiendo la cultura a la que se exporte. Todo este proceso termina en lo que lo se conoce como la presente imagen del “lifestyle”.¹³⁴

Para William Liss, este “lifestyle” se originó durante el tiempo de la colonia en Norteamérica, ya que se consideraba que el tradicionalismo y la religión eran un obstáculo para la libertad. Esto generó una amalgamación de los grupos que ahí habitaban, y que esto ayudara a un rápido desarrollo, en el que comenzaron a aparecer

¹³⁴ Leiss, William et al (1999) en: Crowley, David & Paul Heyer (1999) *Communication in History*. New York: Longman, p.206

las grandes familias y la creación de un “leisure time” sumamente individualizado, es decir que no necesitaba seguir reglas, sino comprender lo que individualmente se quería y necesitaba. Con esto, se dejó fuera al entretenimiento con la población y bajó la rutina doméstica.¹³⁵

William Leiss nos dice que desde los tiempos en que se hizo el cambio de una cultura encaminada a la producción rudimentaria, hacia una enfocada al consumo masivo y el aprovechamiento del mercado popular, el crecimiento de la industria cultural, fue de la mano con el crecimiento de la Cultura Pop. De esta manera surge el incremento de los bienes de consumo baratos y se comenzó a hablar de un “levelling the tastes”, que se refiere a eliminar la distinción de los bienes de los pobres y los de los ricos, haciendo copias baratas de esos bienes que no podía adquirir la gente de menor poder adquisitivo.¹³⁶

La Cultura Pop favorece el crecimiento de otras industrias, pero a su vez, estas industrias amplían y fomentan la adopción de la Cultura Pop. Como afirma Armand Mattelart, la penetración de mercados basado en el modelo de felicidad del imperialismo y de la cultura popular en los países desarrollados, ha fomentado el turismo hacia esos países, sobre todo a Estados Unidos.¹³⁷

Estados Unidos ha encontrado en la Cultura Pop una forma de expansión para su industria turística. De acuerdo con Harry Shattuck, se ha iniciado una campaña internacional basada en la Cultura Pop para promover el turismo a los Estados

¹³⁵ Ibid, p.207

¹³⁶ Ibid, p.p.207-208

¹³⁷ Mattelart, Armand (1989) Op. Cit., p. 118

Unidos. Con el lema “Usted ya vio la película, ahora visite el lugar”, se espera ampliar el número de visitantes de la Gran Bretaña. Ya que después de México y Canadá, es el país que envía más afluencia turística a Norteamérica. Afirma que es redituable explotar la afinidad de la Cultura Pop británica, con la Cultura Pop estadounidense. El cine no es el único medio que será utilizado para este propósito, sino que también se tiene pensado utilizar la música, la literatura y al arte como representantes de la Cultura Pop estadounidense para la promoción turística al país.¹³⁸

La Cultura Pop no solamente ha incursionado en la industria turística internacional. La política es otro ejemplo del crecimiento de la Cultura Pop en un mundo globalizado por los medios. La campaña presidencial de William Clinton fue la primera en estar enfocada directamente en el electorado por medio de la Cultura Pop, vía “talk shows”, MTV y otros canales de televisión por cable.¹³⁹

En las recientes elecciones en Estados Unidos, dos fenómenos de la Cultura Pop se hicieron presentes, primeramente la película de Michael Moore, titulada “Fahrenheit 9/11”, donde critica el primer periodo presidencial de George Bush, vista por más de seis millones de personas tras cinco días de su estreno, y la presentación del libro del ex presidente Clinton, titulado “My Life”, que había vendido casi un millón de copias tras su lanzamiento. De acuerdo con Paul Farhi, estos fenómenos hacen pensar en si la Cultura Pop puede influenciar en los resultados electorales,

¹³⁸ Shattuck, Harry “Pitching pop culture an international draw” en: Houston Chronicle <http://www.chron.com/cs/CDA/ssistory.mpl/travel/shattuck/2870040>

¹³⁹ Wooten, Jim “Clinton Conquers In College” en: Tyndall Report <http://www.tyndallreport.com/cc9245.html>

debido a la cantidad de gente que tiene acceso a los medios masivos de comunicación.¹⁴⁰

Por otra parte, la emigración de grandes grupos de personas provenientes de países en vías de desarrollo hacia economías industrializadas, ha logrado que la cultura y el estilo de vida de las naciones desarrolladas se haya enriquecido con nuevos valores de “la nueva ola”. Como ejemplo tenemos el caso de la fascinación que se vive en Estados Unidos y gran parte de Europa sobre la cultura latina y africana, representada con música, bailes, vestimentas, etc. Finalmente, la misma cultura de masas ha promovido que el uso de ciertos rasgos culturales y estilos de vida de otras sociedades como la tailandesa, la latino americana, las asiáticas, entre otras. Para ejemplificar, esto ha provocado que en estos años exista un repentino interés por las religiones del sudeste asiático como el budismo o el hinduismo. La gente ha tomado tiempo para aprender nuevas técnicas de meditación que han estado ahí prácticamente desde el inicio mismo de las culturas y que, sin embargo, no habían atraído la atención de la civilización occidental. El “feng shui” por ejemplo, es cada vez más utilizado como herramienta para buscar la paz y tranquilidad tanto en el hogar como en el trabajo. Los bailes y la música latina invaden los centros nocturnos alrededor del mundo y los lugares de este tipo han experimentado gran apogeo en la década de los noventa.

¹⁴⁰ Farhi, Paul “Pop Culture and the 2004 Election: Movies and Books Could Help Choose a President” en: Washington Post <http://www.washingtonpost.com/ac2/wp-dyn/A21980-2004Jul1?language=printer>

La Cultura Pop estadounidense, se ha convertido en el motor de la globalización cultural contemporánea. Los investigadores internacionalistas Neal Rosendorf y Joseph Nye observaron que “así como era el atardecer del siglo en Singapur una estrella pop local con cabello totalmente amarillo y ropa negra de moda, bailaba a lo largo de un gran escenario lujuriosamente “living la vida loca” a una multitud que la vitoreaba que llevó a un periodista PBS a comentar que ¡ningún rincón del mundo estaba a salvo de Ricky Martín!”. Michael Jackson, Sylvester Stalone y Chuck Norris se han vuelto también heroes internacionales. Niños en cualquier parte quieren ser como Michael Jordan, cantar como Madonna o comer en McDonald’s.”¹⁴¹ Lo anterior indica que el mayor aporte para el crecimiento de la Cultura Pop internacional lo da Estados Unidos.

La cultura popular ha generado nuevos mercados en el globo, y estos a su vez han descubierto la Cultura Pop. Así, las compañías transnacionales compiten para poder crear nuevos estilos, significados, y experiencias producidas en la cultura popular; sin embargo, esto ha ocasionado un consumo masivo, perjudicial desde el aspecto social, sobre todo considerando la disminución del ingreso, la escasez de productos altamente demandados, el incremento de la población y la disminución del estado de bienestar. El mercado dejará de promover la cultura postmoderna del consumidor solamente cuando este “lyfestyle” llegue a ser más difícil en su acceso y

¹⁴¹ Tardieu, Jerry "Fear of US Pop Culture Dominance Drives Anti-Globalization Sentiment" en: <http://www.ksg.harvard.edu/citizen/07feb00/tard0207.html>

menos provechoso. También asevera que en la misma cultura popular puede estar la solución al problema, ya que esta contribuye a la falta de información del mercado¹⁴²

Los cismas entre las diversas culturas populares también han sido características desde la expansión de la globalización. El caso de Francia en particular reluce, ya que ha estado a la vanguardia del movimiento internacional en lo referente a la contención de la expansión de la Cultura Pop de Estados Unidos, con el fin de promover su cultura, especialmente en sus antiguas zonas de influencia, como lo son las ex colonias en el Caribe, Asia y África. El activista francés José Bové, goza de fama internacional alrededor de estos movimientos, y es invitado en muchos países a compartir su visión acerca de la preponderancia cultural de Estados Unidos, y la necesidad de proponerse el detener este crecimiento a cualquier costo.¹⁴³ De esta manera observamos, que no necesariamente el querer aportar valores a la Cultura Pop internacional, es lo que ocasiona que se expanda este intercambio de valores, sino que también puede ser provocado por el rescatar y expandir la cultura regional o local. Esto es con la finalidad de protegerla íntegramente.

3.3 Perspectivas de la Cultura Pop como cultura global

La importancia de la Cultura Pop y la globalización se hace notar cada vez más, por tal motivo, es imprescindible hacer hincapié en lo que se espera de ambos y la relación de estas expectativas con la comunidad internacional. El acercamiento,

¹⁴² Schor, Juliet "Why Americans want so much more than they need" Verano 1999 No. 24 Boston Review p. 22

¹⁴³ Tardieu, Jerry "Fear of US Pop Culture Dominance Drives Anti-Globalization Sentiment" en: <http://www.ksg.harvard.edu/citizen/07feb00/tard0207.html>

pero sobre todo la interacción de la Cultura Pop global, con la más fuerte que es la de Estados Unidos, nos esta dando una gran ayuda para comprender y sobre todo establecer una comprensión real de la situación en que vivimos.

El incremento en la cosmopolitización en EEUU, proviene de los llamados Yuppies (young urban profesional) Las viejas distinciones entre “highbrow”/”middlebrow”/”lowbrow” y las de cultura popular/cultura de masas deben de volver a ser revisadas, como resultado del incremento en la calidad en algunos productos de la cultura comercial. Como las películas de Hollywood y la más ingeniosa música popular de la década de 1960, con un incremento concomitante en apreciación de estas formas por parte de los críticos “highbrow”. El alto arte ha incrementado la incorporación de cultura popular y viceversa, usualmente con efectos revitalizantes para los dos. La clase media de EEUU ha descubierto a grandes artistas, mientras elogian “Hill Street Blues” y a Larry Bird. En Los Ángeles, un gran sinónimo de todo lo “lowbrow”, los Juegos Olímpicos de 1984 estuvieron acompañados con un predecible “hucksterims” vulgar, pero también con un “first rate” festival internacional de música clásica, ballet, teatro, folklore y pintura.¹⁴⁴

En lo que se refiere a expectativas de la influencia de la Cultura Pop sobre las culturas tradicionales se refiere, para Hamelink es cuidadoso el aceptar que las culturas siempre se han influenciado una a la otra, y que esta influencia usualmente ha

¹⁴⁴ Lazere, Donald (1987) *American Media and Mass Culture: left perspectives*. Berkeley: University of California Press, p. 2

enriquecido a las comunidades que interactúan.¹⁴⁵ Incluso donde la interacción cultural ha estado en el contexto de dominación política y económica, argumenta que han sido en muchos casos un “two-way exchange” o al menos una tolerancia a la diversidad cultural. Ahí hay una diferencia para él entre estos modelos y la “sincronización cultural” moderna.”¹⁴⁶

Como lo hemos visto ahora, parece poco probable que la Cultura Pop se expanda a tal grado que lleguen a hacer desaparecer u opacar por completo a alguna cultura, aunque sea de algún país en vía de desarrollo. Por el contrario, se espera que la Cultura Pop se vea enriquecida cada vez más por otras culturas en su proceso de retroalimentación al ser llevada por la globalización. “La globalización ha llevado tanto a países como a civilizaciones cada vez más cerca entre ellas. Más similitudes y un sinnúmero de valores fundamentales comunes, son descubiertos en el transcurso de la convergencia de civilizaciones. Igualmente, el desarrollo de la globalización creará un extenso espacio para el desarrollo de las civilizaciones, cada una con sus características únicas.”¹⁴⁷

Los medios masivos de comunicación están enfocados en un sentido global, caracterizado por un mercado individualizado, donde la era de la información ha ocasionado que la cultura pierda terreno táctil, es decir, se ha vuelto más digitalizada. De igual manera, Andrew Tyndall afirma que el setenta y cinco por ciento de las artes

¹⁴⁵ Hamelink, Cees J. (1983) *Cultural Autonomy in Global Communications: Planning National Information Policy*. New York: Longman, p.312

¹⁴⁶ *Ibid*, p. 315

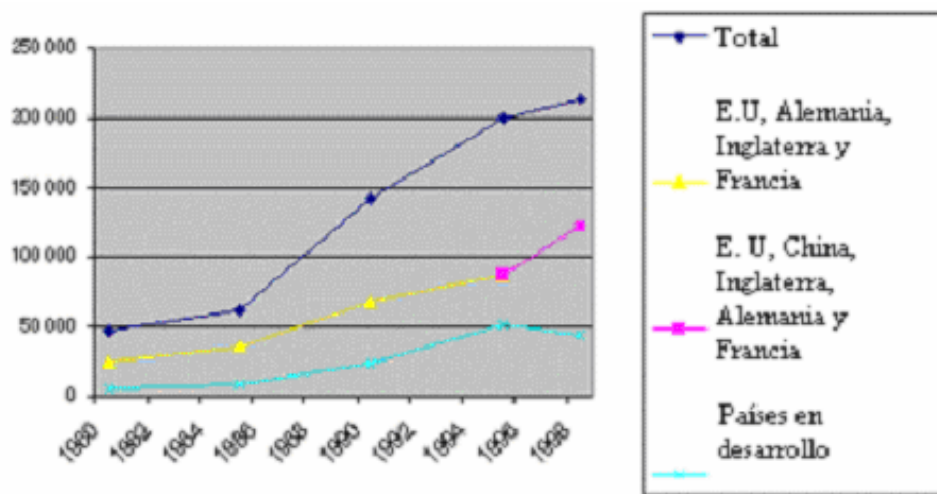
¹⁴⁷ Aboulmagd, A. Kamal et al.(2001) *Crossing the Divide: Dialog among Civilizations*. New Jersey: School of Diplomacy and International Relations Seton Hall University, p. 62

y la cultura consiste en la Cultura Pop; sin embargo, eso no significa que la cultura se convertirá en grandes campañas publicitarias ni en Internet.¹⁴⁸ Bajo esta idea es que se ha seguido invirtiendo en la cultura, ya que a pesar de ser bajo la insignia del arte, lo es también bajo el poder de la economía, tal y como lo muestra las siguiente gráfica, donde podemos observar las exportaciones e importaciones de bienes culturales. Este tipo de estudios, nos dan una idea clara de lo que debemos ver, una aceptación por la gran población mundial de estos bienes de Cultura Pop. Esta forma de comprensión y de adquisición de valores, nos da también una visión de que es lo que el mundo espera de la globalización. No solo una referencia económica del como encontramos muchos productos extranjeros en todas partes del mundo, y este tipo de “democracia” que vendría siendo la libertad de expresión y elección. A través de este tipo de valores característicos tanto de la globalización, como de la Cultura Pop, es que podemos observar que poseen una mayor similitud de la que se le ha otorgado a ambas como una unión de conceptos. Este poder entre ambas, es visible en la aceptación que se tiene de ellas a nivel global, esto es a través de la incorporación de bienes culturales como vemos en las gráficas siguientes.

¹⁴⁸ Tyndall, Andrew (2003) *Reinventing Established Media For The Digital World: National Arts Journalism Program*. New York: University of Columbia, p. 28

GRÁFICA 2: Importaciones mundiales de bienes culturales

Importaciones mundiales de bienes culturales 1980-1988 en millones de USD

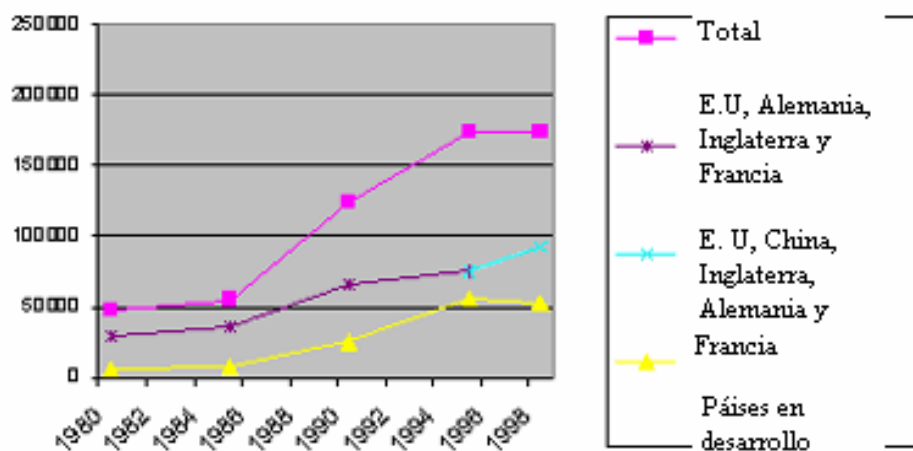


Fuente : UNESCO (2000) *Study on international flows of cultural goods between 1980-1998*, Paris:

UNESCO, p. 17

GRÁFICA 3: Exportaciones mundiales de bienes culturales

Exportaciones mundiales de bienes culturales 1980-1988 en millones de USD



Fuente: UNESCO (2000) *Study on international flows of cultural goods between 1980-*

1998, Paris: UNESCO, p. 17

En lo que respecta al estudio de la Cultura Pop, cada vez ha tomado más relevancia, y por tal en el futuro se observará una mayor comprensión de éste fenómeno. En la actualidad, existen departamentos dentro de las universidades que utilizan el estudio de la cultura de masas para la educación en carreras como historia, filosofía y estudios sobre Estados Unidos. Las letras de las canciones pop, son usadas para estudios de poesía, mientras que películas, ciencia ficción, comics, y otras expresiones han sido utilizadas para estudiar drama, semiótica o significados socio-sicológicos.

La aceptación de la Cultura Pop ha sido grande y por eso se han creado instituciones como, “Popular Culture Association” o “Journal of Popular Culture” fundadas en 1969. Estas instituciones ignoran las diferencias de “highbrow”, “middlebrow” y “lowbrow”. Algunos de los autores que aceptan la Cultura Pop como parte de sí mismos son: Marshall McLuhan, Susan Sontag, Tom Wolfe y Hunter Thompson.¹⁴⁹

El no estar de acuerdo con lo que es la Cultura Pop, es encontrarse en contra de la libertad, tanto de expresión, como de decisión. La oposición a la Cultura Pop se basa únicamente en un recuerdo nostálgico antropológico, y con la ayuda de las tecnologías modernas de los medios de comunicación, la cultura popular permanecerá

¹⁴⁹ Lazere, Donald (1987) Op. Cit., p.p. 1-2

omnipresente, debido a su simplicidad, su facilidad de adaptación y su reflejo de la sociedad contemporánea.¹⁵⁰

En esta tabla podemos ver claramente, que no se hace una absorción de los mercados extranjeros por parte de Estados Unidos, porque a pesar de ser bajos, los aportes que se dan de parte del resto del mundo al gigante económico, pueden ser no tan evaluados. Lo que se trata de decir con esto, es que en muchas ocasiones artistas internacionales recurren a grandes empresas para producir su arte, y con esto no necesariamente debe salir producida como un producto de tal o cual país.

TABLA 3: Ventas de productos musicales

País	Ventas de productos musicales (2002)		
	%		
	Pop Local	Pop Internacional	Música Clásica
Estados Unidos	92	5	3
Canadá	12	82	6
Brasil	75	24	1
México	46	52	2
Francia	51	42	7
Alemania	40	52	8
Inglaterra	51	41	8
China	47	53	
Japón	78	22	
Indonesia	53	47	
Australia	28	68	4
Sudáfrica	23	74	3
Mundo	68	28	4

Fuente: Letts, Richard (2003) *The Effects of Globalisation on Music in Five Contrasting Countries: Australia, Germany, Nigeria, the Philippines and Uruguay*, Paris: UNESCO, p. 47

¹⁵⁰Bell, Philip & Kari Hanet “Film, TV and the Popular The Australian Journal of Media & Culture” vol. 1 no 2 (1987) p. 25

Aquí tenemos otra constante pero ahora presentada en el cine, este tipo de ejemplos podríamos encontrarlos en cualquier artículo o producto que queramos, mencioné en especial los que considero más importantes por el papel que juegan dentro de la explosión de la Cultura Pop en el mundo. El cine como ya hemos mencionado, siendo uno de los mayores generadores de dinero, además de ser gran expositor de valores, ha buscado el filmar sus producciones en otros países. Este fenómeno se debe a que buscan bajar costos, diversidad de ambientes, e incluso unas leyes laborales que los ayuden a cumplir esta finalidad.

TABLA 4: Las 20 películas más taquilleras alrededor del mundo

Las 20 películas más taquilleras alrededor del mundo			
Año de realización	Nombre	Ganancia total	
1	1997	<u>Titanic</u>	\$1,835,400,000
2	2003	<u>Lord of the Rings: The Return of the King</u>	\$1,117,602,779
3	2001	<u>Harry Potter and the Sorcerer's Stone</u>	\$975,800,000
4	1999	<u>Star Wars: Phantom Menace</u>	\$925,600,000
5	2002	<u>Lord of the Rings: The Two Towers</u>	\$922,986,073
6	1993	<u>Jurassic Park</u>	\$920,100,000
7	2002	<u>Harry Potter and the Chamber of Secrets</u>	\$869,400,000
8	2001	<u>Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring</u>	\$867,683,093
9	2003	<u>Finding Nemo</u>	\$844,400,000
10	2004	<u>Shrek 2</u>	\$840,581,107
11	2002	<u>Spider-Man</u>	\$821,700,000
12	1996	<u>Independence Day</u>	\$813,200,000
13	1977	<u>Star Wars</u>	\$797,900,000
14	2004	<u>Harry Potter and the Prisoner of Azkaban</u>	\$781,767,207
15	1982	<u>ET: The Extra-Terrestrial</u>	\$775,913,554
16	1994	<u>Lion King, The</u>	\$767,900,000
17	2004	<u>Spider-Man 2</u>	\$750,795,119
18	2003	<u>Matrix Reloaded, The</u>	\$727,400,000
19	1994	<u>Forrest Gump</u>	\$679,400,000
20	1999	<u>Sixth Sense, The</u>	\$672,800,000

Fuente: Nash, Bruce “The numbers: Box Office Date, Movie Stars, Idle Speculation”, en:

<http://www.the-numbers.com/movies/records/index.html>

Existe otro medio por el cual podemos constatar esta idea. La venta de libros es un claro reflejo del como la Cultura Pop, esta integrándose a la sociedad de una manera sencilla, pero sobre todo contundente. El ingreso de esta cultura a lo que llaman el “highbrow”, se ha intensificado como habíamos mencionado anteriormente por el incremento de calidad en sus obras. Esto ha llegado a tal grado en el aspecto de la venta de libros, que podemos ver como las novelas, poseen una mayoría en cuanto a ventas se refiere. De esta manera, los “best-sellers” como son denominados, son generalmente novelas, y este tipo de lecturas son del tipo de la Cultura Pop. Con esto podemos ver de una manera más evidente, del como la comercialización hace su trabajo, pero además el público ha cambiado de una forma radical a la que tenía antes de la posguerra. Este desarrollo en la apreciación y comprensión de cualquier tipo de cultura.

La siguiente tabla, que toma sus datos de un análisis computarizado, por parte de “USA Today”, nos arroja que nos encontramos en la razón. Dado que las ventas de libros, se incrementan con la aparición de nuevas novelas, más de lo que lo hacen con la edición de libros especializados. Este fenómeno además de lo ya mencionado nos puede demostrar también, el hecho de que las personas están utilizando más la literatura como un medio de entretenimiento de lo que era utilizada anteriormente. Esta misma situación, nos dice también que a pesar de que el entretenimiento ha variado sus manifestaciones por medio de televisión, radio o films, la lectura sigue estando dentro de las preferencias de la población.

TABLA 5: Libros más vendidos de USA Today

LIBROS MÁS VENDIDOS DE USA TODAY	
1.	"The South Beach Diet" de Arthur Agatston (Rodale) (NF-H)
2.	"The Da Vinci Code" de Dan Brown (Doubleday) (F-H)
3.	"The South Beach Diet Good Fats Good Carbs Guide" de Arthur Agatston (Rodale) (NF-P)
4.	"Angels & Demons" de Dan Brown (Pocket Star) (F-P)
5.	"The Ultimate Weight Solution Food Guide" de Phillip C. McGraw (Pocket) (P-NF)
6.	"Chesapeake Blue" de Nora Roberts (Jove) (P-F)
7.	"The Five People You Meet in Heaven" de Mitch Albom (Hyperion) (F-H)
8.	"One Hundred Years of Solitude" de Gabriel Garcia Marquez (Perennial) (F-P)
9.	"The Proper Care & Feeding of Husbands" de Laura Schlessinger (HarperCollins) (NF-H)
10.	"The King of Torts" de John Grisham (Dell) (F-P)

Fuente: CNN "Entertainment/Books: TOP 10: BESTSELLERS", en:
<http://www.cnn.com/books/bestsellers/>

Con todo lo que se ha dicho aquí, podemos constatar que la Cultura Pop está comenzando a ser aceptada por gran cantidad de personas. Esto es en base no sólo a

un consumismo, si no a la necesidad de una identificación personal. Esta identificación, no es adquirida necesariamente por un nacionalismo como antes se hacía. Sino que ahora esta representación se busca en formas muy variadas, este fenómeno ha llegado a tal nivel, que incluso personas del otro lado del mundo, estuvieron atentos a quién ganó el “Super Bowl” o a cual fue la mejor película en la entrega anual de “Academy of Motion Picture Arts and Sciences”. La integración a la Cultura Pop, se está dando cada vez más, y claro que esto genera nuevos problemas como el que se irrumpa de manera insensible en los valores de los pueblos, pero esto solo puede ser decidido por los gobiernos, pero más que nada por los propios individuos. El que se destruyan lugares sagrados para algunas culturas, por el hecho de talar madera, no es culpa de la globalización, sino lo es de los gobiernos, quienes en su afán de un bienestar social, en realidad no escuchan a sus habitantes. El culpar a la actual globalización de ser destructora de culturas, debe ser evaluado no solo por lo que se cree, sino por lo visto, en la colonización de África se rompieron muchas barreras y tradiciones tribales con el afán de incorporarlos a un sistema, debe de tratarse que esto no ocurra de nuevo, sino crear programas para una mejor integración gradual.

El peso de la Cultura Pop como pudimos observar, ha ido en aumento conforme al crecimiento de la globalización, que como pudimos ver, no solamente mueve bienes materiales, sino también culturales. La importancia de las llamadas “counter-cultures” altamente criticadas por ser consideradas de baja calidad, ha

pasado a poseer un papel sumamente importante por su moral, que ha cambiado con el desarrollo de la globalización. Como un ejemplo de esto tenemos al grupo “Green Day”(Ver anexo 5), quienes en sus inicios como la banda punk “rock” que son, buscaban reflejar el sentir de una minoría que no era muy aceptada socialmente. Con el devenir de su primer disco, y con una casa disquera independiente, lograron llegar a todas las personas que se encontraban dentro de esa “contracultura”, y es ahí donde surge el dilema. Ya con un éxito, y con la oportunidad de firmar con una disquera, la forma de hacerlo era exactamente aceptando lo que ellos rechazaban, esas producciones masivas y el seguir un sistema. Después de considerarlo, aceptaron la oferta sobre todo porque con la comercialización observaron el acercamiento que podían tener con personas que aún fuera de los Estados Unidos pensaban de la misma manera. Esta situación no fue aceptada por los fanáticos quienes se resistieron a comprar música con el sello de una gran compañía, pero al escuchar las composiciones reconocieron el valor de lo que el grupo quería dar a entender, que era el continuar con su ideología.¹⁵¹

En este caso lo que podemos observar, es que ese pensamiento considerado pop, cambió hacia lo que muchos podrían delimitar como cultura de masas, esto de acuerdo a la idea de que son dirigidos a las masas. Algo sumamente notable, es que a pesar de ser una producción masiva de parte de la disquera, la música lleva un mensaje de sub cultura muy contradictorio a quienes compran los discos. Ya que en

¹⁵¹ VH1 “Behind the Music: Green Day” en:
http://www.vh1.com/shows/dyn/behind_the_music/51439/episode_about.jhtml

ella encontramos el revelarse al sistema, pero que se debe contribuir con él para poder adquirir los “albums”, y para poder asistir a los conciertos. De esta forma vemos, que sin importar el medio, el mensaje es pop, y que a pesar de parecer que no va dirigido a las minorías, en realidad va dirigido a un grupo de personas que no necesariamente son una minoría, pero sí que tienen valores muy similares. Las personas que escuchan este tipo de música, no se encuentran forzosamente dentro de esta corriente, ya que gracias a la globalización, es fácil de conseguir, con lo cual puede infiltrarse en sectores ya sea de otras culturas, “contraculturas” o de la “alta cultura”. La apreciación de este tipo de música, no necesariamente va ligada al gusto de estos valores, pero lo que sí podemos ver es que mucha gente los adquiere parcialmente, es decir que absorben los que les parecen bien y que no se contradicen con sus propias creencias.

Un caso similar es el de la música clásica, ya que gracias a la globalización, es posible encontrar camisetas, discos, posters o inclusive pinturas de Ludwig Van Beethoven, quien es considerado dentro de la “highbrow”. Este tipo de situaciones hace que inclusive esta “alta cultura”, comience a incorporarse a la Cultura Pop, ya que podemos ver que fue creado por la sociedad, es de calidad, y es accesible a todo tipo de personas. Entendamos primeramente, que la comercialización no es en lo absoluto la Cultura Pop, pero sí es una forma en la que se ha distribuido durante muchos años, ya que al ser considerada como accesible y fácil de entender, es altamente aceptada y vendible. El acercamiento de esta “élite” a la cultura popular,

se ha dado en demasía por el alto nivel de calidad que esta adquiriendo, además de la gran representación que se está obteniendo. Podemos verlo de una forma más clara con la aceptación que se hizo a la música Jazz. En un principio esta corriente era considerada de bajo nivel y enfocada a una minoría afro-americana. Y que con el paso del tiempo, ha llegado a ser aceptada y considerada como de una alta calidad, incluso en algunos casos se ha llegado a ponerle una etiqueta de exclusiva. Otro caso en el que podemos observar esta situación, es en la industria textil. En un principio se consideraba a la forma de vestir como de bajo nivel por el uso de minifaldas, botas o gorras. En la actualidad, podemos observar como jóvenes de las llamadas alta cultura y elite social, portan este tipo de indumentaria sin que sean considerados como de bajo nivel, es justo aquí donde vemos como los “jeans” (de origen popular) han llegado a conquistar al mundo.

Esta forma en que la Cultura Pop vía la globalización llega a todos los países del planeta, está basada en lo que podríamos llamar el convencimiento. Ya que por medio de la globalización llegan estos productos y bienes culturales al mundo, pero gracias a su propio pensamiento, pueden determinar si son aceptados o no. En lugares donde estos valores son aceptados del todo, podemos observar que son países con un conocimiento más basto. Esto es sumamente visible en los países asiáticos. Gracias al nivel de educación de su población, estos países han comprendido y adoptado algunas de las costumbres populares de otros países que llegan vía Cultura Pop. Un ejemplo de esto es Japón, donde a pesar de tener redes tradicionales muy

fuertes, se llegó a entender los valores occidentales de libertad, por los cuales se ha logrado que mucha de la Cultura Pop sea incluso creada por este país. La pasada situación, es una ejemplificación de lo que genera la Cultura Pop, que es una asimilación de valores culturales provenientes de cualquier sociedad del mundo, y que al ser incorporados a la gran “masa” de la Cultura Pop, se transfieren a otra sociedad donde aportarán y recibirán lo que sea necesario.

Bajo esta idea, es que encontramos como la Cultura Pop logra llegar a las diferentes sociedades y culturas del mundo. De la misma manera, al incorporarse la Cultura Pop a un mínimo de la población, esta minoría sin importar lo pequeña que sea, buscará la forma de encontrar un acceso por el cual se pueda acercar a la parte de la Cultura Pop que conoció. Esto es comprobable por la teoría de la “característica principal del hombre” de Sócrates, a través de la cual observamos lo que es la inquietud del hombre por conocer lo que le rodea, y en este caso el conocer más sobre lo que se ha interesado. De esta forma podemos ver de que manera la Cultura Pop, dada su gran inmensidad llega a incorporarse de una manera fácil en las sociedades y promueve esa búsqueda de valores y representatividad que nos dan una mayor globalización.