
LA IDENTIDAD NACIONAL EN EL MARCO DE UNA CULTURA DE DEFENSA NACIONAL DE NUESTROS VALORES¹

Gonzalo Paredes²

Se muestran los cambios principales que se dan en nuestra Identidad Nacional, indicando cómo la familia, la educación y los medios masivos de comunicación inciden en esa transformación.

El tema enunciado se desarrolla dentro de un contexto donde los tratados de libre comercio y la acelerada integración regional que está viviendo América Latina lleva a la transformación del concepto de Identidad Nacional, que ya no se centra en las tradiciones indígenas y campesinas, o en el folclore nacional que fija en ella la definición de lo propio. Las identidades se forman cada vez menos en relación con las tradiciones locales, sino que se están configurando con los mensajes producidos y circulados internacionalmente, donde las industrias culturales empiezan a jugar un rol importante. Señala Canclini que, *“después de más de un siglo, en que los actores principales, eran los estados nacionales, las últimas décadas muestran que la comunicación entre las sociedades, la construcción de las convergencias dentro de la región y la selección de lo que sabremos del mundo y de nuestros vecinos depende cada vez de las industrias culturales”*³. Las nuevas tecnologías han posibilitado el viejo sueño de lograr la transmisión de los contenidos sin ningún tipo de limitación geográfica. Las mismas han hecho cambiar el papel tradicional de los medios de comunicación que consiste en informar y educar, por otros, como influenciar o vender. El poder de la influencia de los medios masivos de comunicación en nuestra sociedad generó un proceso de transculturación entendido éste como *“un proceso gradual por el cual una cultura adopta rasgos de otra hasta culminar en una aculturación”*⁴.

Generalmente se ha supuesto que la enseñanza o intercambio de rasgos va desde una cultura más desarrollada (por ejemplo en cultura tecnológica) a otra menos desarrollada y que esto puede ocurrir sin conflicto, no obstante se observa que la mayoría de las transculturaciones son conflictivas, en especial para la cultura “receptora” máxime cuando los rasgos culturales son impuestos. Este proceso de transculturación determinó la formación

¹ El presente trabajo es un resumen de la tesis presentada por el Licenciado Gonzalo Paredes por la cual recibió el título de Magíster en Estrategia Nacional del C.A.L.E.N.

² Docente de Metodología de la Investigación del C.A.L.E.N. y de Sociología en la Escuela de Comando y Estado Mayor Aéreo de la Fuerza Aérea Uruguaya. Ex asesor de Educación de la Fuerza Aérea Uruguaya, Magíster en Estrategia Nacional, Licenciado en Sociología. Realizó un posgrado en investigación social aplicada en la UDELAR y es especialista en Metodología cuantitativa y análisis estadístico. socgonzaloparedes@hotmail.com
Fecha de presentación del artículo: julio de 2012.

³ CANCLINI GARCÍA, Néstor. “Las industrias culturales en la integración latinoamericana”. Pág. 12, Ed. Grijalbo, México, 1999.

⁴ ORTIZ, Fernando. “Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar”. La Habana, Consejo Nacional de Cultura, 1963.

de subculturas que deterioran nuestra Identidad Nacional, debido a que se emulan los valores de sociedades extranjeras, producto de una creciente globalización cultural. Los medios masivos de comunicación (MMC) estudiados separadamente nos pueden mostrar el papel fundamental que juegan en el desarrollo y preservación de nuestra cultura, ya que usan medios muy sofisticados para transmitir a la sociedad los valores culturales. Uruguay por supuesto que no escapa a esta realidad, por eso es que con respecto a los procesos culturales se vuelve más urgente la necesidad de definir políticas nacionales, de carácter estratégico que se ubiquen creativa y responsablemente en la globalización, defiendan el interés público y sobre todas las cosas discernan con mayor cuidado los desafíos y posibilidades de las culturas nacionales.

Por eso existe una necesidad inmediata de la construcción y defensa de la Identidad Nacional.

La sociedad uruguaya, como producto de la situación social que está viviendo con altos índices de pobreza, ha provocado que los niños de clase social baja empiecen de a poco a faltar a la escuela, para trabajar por ejemplo en los ómnibus para poder ganarse un plato de comida. Estos cambios que se empezaron a dar, derivaron en que los jóvenes empezaron a adquirir los valores que les enseña la calle (aparte de lo que aprenden a través de los medios de comunicación) y no los aprendieron ni de la escuela ni de la familia.

Los tres agentes de socialización (familia, educación y medios de comunicación) están suscitando cambios en las pautas culturales, lo que genera el surgimiento de subculturas, como por ejemplo los denominados “planchas”, que se denominan así por la plancha que contiene el listado de presos de la cárcel; se identifican con la cumbia villera, tienen su propio lunfardo, se tiñen el pelo de rubio con agua oxigenada y además se visten con ropa Nike (falsificada). Esta subcultura está creciendo y tomando poder en nuestra sociedad.

Lo observado en este análisis del tema nos orientó hacia nuestros objetivos de investigación, distinguiendo como objetivos generales y específicos, los siguientes:

OBJETIVO GENERAL

- 1.- Explicar los procesos de transculturación generados en un contexto de globalización cultural, tomando en cuenta los diferentes agentes de socialización, sus efectos en la Identidad Nacional y en el rol estratégico del Estado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.- Describir los principales efectos generados por la globalización cultural en la construcción de nuestra Identidad Nacional.
- 2.- Establecer relaciones de causalidad entre los diferentes agentes de socialización como sujetos estratégicos y su influencia en los jóvenes.
- 3.- Analizar el rol estratégico del Estado en el mantenimiento de nuestra Identidad Nacional.

En base a todo lo planteado hasta ahora se formularon las siguientes preguntas que se pretenden responder, las mismas son:

¿Cómo se relacionan los diferentes agentes de socialización con el surgimiento de subculturas en un contexto de globalización cultural?

¿Los cambios en los diferentes agentes de socialización son los generadores del surgimiento de nuevas culturas entre los jóvenes?

¿El proceso creciente de globalización cultural es causa de los cambios que se generan en nuestra Identidad Nacional?

¿Cómo influyen los intereses particulares económicos de grupos trasnacionales en el mantenimiento de la Identidad Nacional en el Uruguay, dentro de un proceso de globalización cultural?

EL PREDOMINIO DE INTERESES ECONÓMICOS EN LA CONSTRUCCIÓN DE NUESTRA IDENTIDAD NACIONAL

A medida que fuimos reflexionando sobre el tema de la investigación detectamos diversos aspectos relacionados con intereses económicos principalmente, pertenecientes a sujetos extraterritoriales, que ejercen una incidencia significativa en nuestra nación y hacen difícil la construcción de nuestra Identidad Nacional, lo cual nos orientó sobre la formulación del problema concreto a investigar y sus causas, que ha sido redactado de la siguiente manera.

Existe predominio de intereses particularmente económicos, de grupos trasnacionales, que influyen en lo nacional y dificultan la construcción y defensa de la Identidad Nacional.

Y creemos que las principales causas que genera esta problemática se pueden resumir en las siguientes:

A) PROCESOS PROVENIENTES DEL EXTERIOR

Estos procesos aparecen como una de las causas principales que generan, fundamentalmente a brechas comunicacionales, lo que provoca que la televisión nacional tenga muy poca producción debido a los intereses económicos que generan las empresas trasnacionales, lo que lleva a crear un déficit en la reproducción de nuestra cultura, no existiendo una estrategia conjunta de defensa de la producción nacional, sino esfuerzos aislados, como el de canal 10, que no alcanzan para cambiar dicha situación.

B) FLUJOS MIGRATORIOS

Otra de las causas del problema tiene que ver con los indicadores demográficos, que también influyen notoriamente en nuestra cultura como lo son la tasa de matrimonios, tasa de divorcios, tasa de fecundidad, la esperanza de vida al nacer, entre otras, que juegan un papel relevante en el análisis del desarrollo de la cultura en el Uruguay, debido a que las mismas produjeron cambios importantes dentro de la sociedad que marcaron nuestra forma de vida.

Por otro lado, no nos tenemos que olvidar de otra variable demográfica importante como es la migración, fundamental para poder entender cómo se formó en el Uruguay el concepto de cultura nacional y de Identidad Nacional, ya que dicha variable modifica los códigos culturales de una Nación.

También tener en cuenta que Uruguay es un país de inmigrantes, los valores que conformaron nuestra identidad provienen de culturas diversas: española, italiana, entre otras.

Sin embargo, la emigración permanente de jóvenes debido a las dificultades económicas lo hace un país envejecido.

C) FUGA DE CEREBROS

Como consecuencia de lo anteriormente mencionado, otras de las causas relevantes, es la gran emigración de jóvenes calificados, que se viene produciendo desde hace mucho tiempo en nuestro país.

D) ACTIVIDAD INTERNA DE ACTORES TRANSNACIONALES

Los conceptos señalados nos muestran también la existencia en nuestro país de una situación cultural generadora de subculturas, tales como la influencia de diversos aspectos de la globalización cultural, la cual cada vez más ocupa lugares de poder en nuestra sociedad, esto se fundamenta en todo lo analizado hasta ahora.

E) NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO (TIC), HAN PROVOCADO CAMBIOS EN EL PAPEL TRADICIONAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La transformación de los medios de comunicación acompañada de un incremento de la influencia de los medios extranjeros en la cultura nacional, ejercen una influencia manifiesta en los jóvenes uruguayos.

HIPÓTESIS PLANTEADAS

Como mencionamos anteriormente, el surgimiento de nuevas tecnologías de la información y comunicación han generado que las empresas transnacionales empiecen a actuar en nuestro medio teniendo una influencia importante sobre los medios masivos de comunicación en nuestra sociedad. Esto generó un proceso de transculturación que determinó la formación de subculturas que deterioran nuestra Identidad Nacional, debido a que se emulan los valores de sociedades extranjeras, producto de una creciente globalización cultural. Tomando esto en consideración es que surge la hipótesis principal que es la siguiente:

HIPÓTESIS PRINCIPAL

“Si para la construcción de nuestra identidad en el marco del proceso de globalización se determinan medidas que apunten a parecernos y diferenciarnos entonces la actitud de la Nación sería de madurez y adecuación en el mundo globalizado”.

HIPÓTESIS SECUNDARIAS

De la hipótesis principal que se planteó en el apartado anterior, se desprenden las siguientes hipótesis secundarias:

- 1.- “Los cambios que se producen en los diferentes agentes de socialización (familia, educación y medios masivos de comunicación) determinan cambios importantes en nuestra Identidad Nacional, y dicha relación se enmarca dentro de un proceso de globalización cultural.”
- 2.- “El nivel educativo de los padres y la estructura familiar del individuo determina el tipo de medios de comunicación y programas preferidos por los jóvenes.”
- 3.- “Un aumento del proceso de transculturación determina un cambio en nuestra Identidad Nacional.”

EFFECTOS DE LA TRANSCULTURACIÓN EN LOS JÓVENES, EN EL MARCO DE LA GLOBALIZACIÓN CULTURAL

Las industrias culturales tienen un poder de penetración importante en los jóvenes uruguayos, debido fundamentalmente al poder que ejercen los medios de comunicación mundiales para poder penetrar en el medio local, y así poder mostrar su producción.

Son las industrias culturales las que han entrado de lleno en la dinámica de la globalización ya que responden al criterio de supra territorialidad, y no son las culturas locales las que se globalizan, de esta manera es que el proceso de transculturación va creciendo muy rápidamente en el Uruguay afectando notoriamente a la Identidad Nacional.

Podemos afirmar que los agentes de socialización en sí mismos no influyen en las preferencias de los jóvenes, pero los cambios que se producen en los agentes de socialización, como por ejemplo los cambios en la constitución de la familia, los problemas que generan los cambios en el sistema educativo y los avances tecnológicos que se producen en los medios de comunicación son algunas de las causas que determinan el consumo cultural de los jóvenes en el Uruguay. La otra causa importante es la globalización cultural, que penetra a la sociedad uruguaya con mucha facilidad, importando nuevos códigos, símbolos, normas, que nuestra juventud va a ir absorbiendo.

Por otra parte, podemos decir que el Rol Estratégico que juega el Estado es, por un lado, a través de sus medios de comunicación. El mismo muestra una estrategia definida para la expansión de nuestra cultura, de nuestra Identidad Nacional, pero la Realidad Nacional nos muestra una situación diferente, los canales de televisión más vistos y las radios más escuchadas no son precisamente las del Estado, esto se debe fundamentalmente a que dichos medios privados tienen un poder económico diferente al del Estado.

Por otro lado el Estado no regula a través de sus instituciones los contenidos de los programas que se emiten a través de dichos medios, debido fundamentalmente a que no existe ninguna regulación legal al respecto.

ANÁLISIS DE LOS CONCEPTOS Y SOLUCIONES

En términos generales podemos concluir que frente a la globalización cultural las identidades nacionales no están destinadas a desaparecer, pero sí se ven afectadas por ella.

Con respecto al objetivo 1 planteado en este trabajo, que propuso describir los principales efectos generados por la globalización cultural en la construcción de nuestra Identidad Nacional y además para poder responder a la pregunta: **¿Cómo influyen los intereses particulares económicos de grupos transnacionales en el mantenimiento de la Identidad Nacional en el Uruguay, dentro de un proceso de globalización cultural?**

Podemos decir que la globalización cultural afecta a la identidad, debido a que pone a individuos, grupos y naciones en contacto con una serie de nuevos “otros” en relación con los cuales las personas pueden definirse a sí mismas. La globalización de los medios masivos de comunicación a través de las señales de radio y televisión ha permitido la separación de las relaciones sociales de los contextos locales donde interactúan.

Esto significa no sólo que en relación con cada persona el número de “otros significativos” y de diferenciación ha crecido sustancialmente, sino que también esos otros son conocidos no por medio de su presencia física sino que a través de los medios de comunicación, especialmente las imágenes que se transmiten por televisión. De esta forma es que surge la subcultura de los planchas en el Uruguay.

Ni siquiera el lenguaje extranjero del cable o de la televisión satelital es un gran obstáculo para los jóvenes, porque la televisión penetra a través de imágenes, fantasías y emociones.

Atrae a la gente más como un espectáculo entretenido que como un argumento lógico. Los jóvenes aprenden de ellos de una manera muy diferente y mucho más directa que como se aprende en la escuela o el liceo.

Sin embargo, la manera como los medios masivos de comunicación, especialmente la televisión, está influyendo en la construcción de identidades no se debe minimizar. La televisión pone a la gente en contacto con mundos lejanos y muestra otras culturas y otros modos de vida que los jóvenes uruguayos van absorbiendo.

De este modo ayuda a contextualizar y relativizar el absolutismo del modo de vida propio o nacional. Pero por otro lado los medios de comunicación pueden también ayudar a la creación y recreación de nuestras tradiciones nacionales.

Así sucede, por ejemplo, con programas como “Americando” que se transmite por canal 12 o “En Foco” que se transmite por canal 4. Estos programas intentan recrear nuestra cultura nacional.

Las identidades nacionales dependen en parte de que los diarios, la radio y la televisión creen vínculos imaginarios entre los miembros de un país, nacionalicen ciertas prácticas sociales y creen tradiciones.

La televisión es un medio muy propicio para mediar entre identidades culturales e individuales en la medida que permite crear la ficción de una interacción cara a cara, de una proximidad especial, al presentar al otro en imágenes y sonido en la intimidad de las casas,

pero por otro lado también no hay que olvidar que la radio sigue siendo un medio muy poderoso para llegarle a la gente.

Además, hay que ser consciente de que las imágenes que llegan a través de los medios de comunicación no tienen necesariamente un tipo de impacto específico y se reinterpretan activamente en los contextos locales.

Por otro lado, la globalización ha afectado la construcción de identidades en la medida que ha acelerado el ritmo de cambio de las sociedades en toda clase de relaciones existentes y eso ha provocado que sea más difícil para el sujeto hacer sentido de lo que está pasando, ver la continuidad entre el pasado y el presente y, por lo tanto, formarse una visión unitaria de sí mismo y saber cómo actuar.

Además el avance de las comunicaciones, de las imágenes, entre otros, hace más difícil concebir una realidad unificada. Esto lleva a que la construcción de identidades personales sea un proceso muy complejo y difícil, sujeto a muchas transformaciones.

Esto no significa que las identidades se hayan disuelto o desaparecido, como lo mantienen algunos autores posmodernistas, sino que más bien ellas se reconstruyen y redefinen en contextos culturales nuevos, debido a que en todo la identidad no es algo estático, sino que se construye con el paso del tiempo.

Las dificultades producidas por el cambio vertiginoso que se están produciendo en el mundo y por la compresión del espacio-tiempo, justifican el surgimiento de nuevos sentimientos, generando una sensación personal de desintegración, que no justifica necesariamente la idea de que el sujeto esté totalmente dislocado de la realidad en que vive.

Por último, la globalización cultural afecta la identidad porque los grandes cambios sociales traídos por ella tienden a desarraigar identidades culturales ampliamente compartidas y, por lo tanto, alteran las categorías en términos de las cuales los sujetos construyen su identidad.

En base a todo lo analizado hasta este momento, se puede afirmar que la hipótesis principal de este trabajo que mencionaba: *“Si para la construcción de nuestra identidad en el marco del proceso de globalización se determinan medidas que apunten a parecernos y diferenciarnos entonces la actitud de la Nación sería de madurez y adecuación en el mundo globalizado”*, se comprueba.

Con respecto a la pregunta que nos formulábamos al principio de este trabajo y que se refería a: ***¿El proceso creciente de globalización cultural, es causa de los cambios que se generan en nuestra Identidad Nacional?***, podemos decir que ocurren procesos de desarticulación y dislocación por medio de los cuales mucha gente deja de verse a sí misma en términos de los contextos colectivos tradicionales que le daban un sentido de identidad: por ejemplo, profesión, clase, nacionalidad, entre otros y comienzan a verse en términos de otros contextos colectivos, por ejemplo, chetos, planchas, etc.

La Identidad Nacional ha sido especialmente afectada debido a la erosión de la autonomía de las naciones-estados, el proceso de globalización empezó expandiendo a las naciones-estados por todo el mundo, pero terminó por destruir su independencia.

Esto se debe en parte a la creciente internacionalización de la economía y al surgimiento de bloques comerciales y políticos como la Comunidad Europea, MERCOSUR, etc., lo que provoca que cada vez sea más difícil para las naciones seguir políticas diferenciadoras del resto del mundo o de su grupo. Es importante subrayar también que una concepción adecuada de Identidad Nacional no sólo mira al pasado como una reserva privilegiada donde están guardados los elementos principales de nuestra identidad; también mira hacia el futuro y concibe la identidad como un proyecto.

Si se concibe la Identidad Nacional como una esencia inmutable y constituida en un pasado remoto, de una vez y para siempre, como una herencia intocable, todo cambio o alteración posterior de sus constituyentes básicos implica necesariamente no sólo la pérdida de esa identidad sino que además una alienación.

Por el contrario, como se deja claro en este trabajo, la Identidad Nacional no se define como una esencia incambiable, sino más bien como un proceso histórico permanente de construcción y reconstrucción de la “comunidad imaginada” que es la nación, entonces las alteraciones ocurridas por la globalización cultural y los diferentes agentes de socialización en sus elementos constituyentes, no implican necesariamente que la Identidad Nacional se ha perdido, sino más bien que ha cambiado, que se va construyendo a lo largo del tiempo. Por lo tanto podemos afirmar que el proceso de globalización cultural es una causa muy importante en el cambio de nuestra Identidad Nacional.

Con respecto al objetivo 2 planteado en este trabajo que propuso establecer relaciones de causalidad entre los diferentes agentes de socialización como sujetos estratégicos y su influencia en los jóvenes, del cual se derivó la siguiente pregunta que se formuló al inicio de esta tesis: ***¿Los cambios en los diferentes agentes de socialización son los generadores del surgimiento de nuevas culturas entre los jóvenes?***, y para poder ver claramente cuál es la relevancia estratégica de este trabajo y ver cómo los intereses nacionales se ven afectados por los cambios en los diferentes agentes de socialización, lo podemos explicar de la siguiente manera: por un lado la familia como célula básica de la sociedad, está viviendo cambios relevantes en los últimos años, la pobreza, la falta del padre, los cambios culturales dentro de la familia nos permiten imaginarnos una segunda transición demográfica, que consta con algunas de las siguientes características:

- Incremento de los divorcios.
- Disminución de la duración de los matrimonios.
- Incremento de la fecundidad adolescente.
- Aparición de la cohabitación prematrimonial.
- Incremento de los nacimientos fuera del matrimonio.
- Estabilización de las tasas de divorcio.

Todos estos cambios que se producen en la familia, generaron las siguientes incidencias negativas en el Uruguay:

- La familia está perdiendo su lugar principal como agente socializador en la sociedad.

- Los cambios en las pautas culturales y el surgimiento de nuevos valores hacen que la familia nuclear esté desapareciendo.

Por otro lado, otro actor importante es la educación, que también está pasando por un momento de cambio. Los más pobres como vimos son los más afectados, son los que desertan del sistema educativo, y adquieren los valores y las normas fuera del contexto escolar.

El sistema educativo se ve desbordado y no puede cumplir fácilmente con su cometido que es el de transmitir los valores y normas de conducta que serían destinadas a crear determinados vínculos sociales que se basaban en el respeto a las leyes y a la lealtad por encima de las pertenencias culturales.

Estas transformaciones en la educación también generan determinadas incidencias negativas que afectan a la población uruguaya. Las mismas se pueden resumir en las siguientes:

- a.- La aplicación de programas que no están acorde con la necesidad real laboral genera frustración en los estudiantes.
- b.- No existe una educación adecuada en valores.
- c.- Alto índice de deserción en la educación pública tanto primaria como secundaria.

Por último tenemos los medios de comunicación masiva, otros actores muy importantes, ya que influyen sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logran modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea.

La importancia de la televisión, por ejemplo en el proceso de socialización de los chicos, jóvenes y de todos los integrantes de la sociedad está relacionada con la calidad de los contenidos de los programas educativos, informativos y de entretenimientos que se transmiten por ese medio y también de las publicidades que influyen en los hábitos de consumo de la población.

Los MCM suelen ser vehículos de transculturación, empiezan introduciéndose en una sociedad como objetos curiosos y terminan siendo una necesidad.

El régimen industrial con que operan estos medios les hace acuñar signos y símbolos estandarizados y fomentan el consumo pasivo de estos por la masa.

El cambio que estos medios producen en la gente se da a través de un proceso de etapas graduales, cuya mayor o menor lentitud depende de complejos factores, que no nos interesa evaluar en este trabajo. En este proceso de cambio se pueden mencionar las siguientes etapas:

- a.- La persona percibe alguna información acerca de lo nuevo.
- b.- Se interesa, busca más datos, pregunta, discute.
- c.- Hace un balance y acepta o rechaza la novedad.
- d.- Efectúa una prueba, investiga, trata de encontrar los ajustes personales.

e.- Cambia su conducta e incorpora lo nuevo.

La televisión, por su presencia masiva, su lenguaje, especialmente motivado en lo cotidiano y por el modo espectacular en que presenta, produce y reproduce cada acontecimiento social, se ha tornado un punto fundamental en nuestra cultura.

El auge de los medios de comunicación ha hecho posible el acortamiento de las distancias, manteniéndonos vinculados al resto del mundo, proceso fundamental de la globalización cultural.

Actualmente los medios masivos de comunicación deciden y dictan modas, consumos, modelos de vida.

Establecen qué es lo correcto y qué es lo incorrecto, e influyen en la educación de nuestros niños y jóvenes. Por otro lado también determinan la formación de la opinión pública.

Estas transformaciones en los medios de comunicación generan las siguientes incidencias negativas:

- Al sesgar sus informaciones, afectan sus contenidos pudiendo repercutir en aspectos de la Identidad Nacional y los valores de nuestra cultura.
- Influyen en la opinión pública mediante la comunicación parcial de la información o desinformando, en la medida que tergiversan la realidad o informan tendenciosamente a favor de sus intereses.
- Algunos medios de comunicación ilícitos influyen en todos los aspectos antes mencionados, al no estar controlados por la organización reguladora.
- Convierte a nuestros medios de comunicación en simples repetidores de las cadenas internacionales.
- Inciden en nuestros valores y pautas culturales.
- Introducen hábitos de consumo favorables a los intereses de su país de origen.

Estos notorios cambios que se producen en estos diferentes elementos (la familia, la educación y los medios de comunicación masivos) son en última instancia los que van generando cambios en la juventud uruguaya, provocando el surgimiento de nuevas subculturas como los planchas, chetos o emos, entre otras, que traen consigo nuevos valores y normas de conducta que a través de los cambios en los diferentes agentes de socialización, los jóvenes los van adquiriendo. De esta manera y con este análisis también queda respondida la pregunta de investigación que decía: ***¿Cómo se relacionan los diferentes agentes de socialización con el surgimiento de subculturas en un contexto de globalización cultural?***

Con respecto al tercer objetivo planteado, que intenta analizar el rol estratégico del Estado en el mantenimiento de nuestra Identidad Nacional podemos concluir que el Estado como otro de los sujetos estratégicos importantes, muestra una estrategia definida para la expansión de nuestra cultura tratando de resaltar los valores más relevantes de nuestra Identidad Nacional, pero la Realidad Nacional nos muestra una situación diferente, ya que los canales de televisión más vistos y las radios más escuchadas no son precisamente las del

Estado. Esto se debe fundamentalmente a que dichos medios privados tienen un poder económico diferente al del Estado por lo tanto más facilidad de llegar a la gente.

Otras de las conclusiones que se pueden realizar con respecto al Estado es que el mismo no regula a través de sus instituciones los contenidos de los programas que se emiten a través de dichos medios, debido fundamentalmente a que no existe ninguna regulación legal al respecto. En este sentido, se está discutiendo entre todos los actores participantes una ley de medios que intenta regular el contenido fundamentalmente de la televisión privada.

Con respecto a la hipótesis secundaria planteada en este trabajo que decía: *“Los cambios que se producen en los diferentes agentes de socialización determinan cambios importantes en nuestra Identidad Nacional, y dicha relación se enmarca dentro de un proceso de globalización cultural”*, se comprueba, debido a que los agentes de socialización se fueron transformando con el pasar de los años debido al gran proceso de globalización cultural que se da en América Latina, esta transformación pega directamente en los jóvenes que van perdiendo los valores primordiales de nuestra Identidad Nacional y la van modelando con nuevos valores que han adquirido a través de la globalización cultural y van formando una nueva Identidad Nacional.

En base a esta afirmación también podemos afirmar la hipótesis: *“Un aumento del proceso de transculturación determina un cambio en nuestra Identidad Nacional”*. También se comprueba que la Identidad Nacional, como ya se vio, no es estable, continuamente se está transformando y el proceso de transculturación que llega a la sociedad uruguaya a través del proceso de globalización cultural va transformando esa identidad, llenándola de valores, conductas y normas nuevas, que la juventud uruguaya la va asumiendo como propia y la va reproduciendo en la sociedad. De esta forma es que la transculturación se relaciona directamente con los jóvenes y nuestra Identidad Nacional.

Con respecto a las hipótesis secundarias, podemos decir, en base a lo que se analizó hasta ahora, que se comprueban parcialmente.

Significa esto que la hipótesis que afirma que: *“El nivel educativo de los padres y la estructura familiar del individuo determina el tipo de medios de comunicación y programas preferidos por los jóvenes”*, no se está comprobando debido a que no existe una relación muy fuerte entre los diferentes agentes de socialización y las preferencias de los jóvenes. No son éstos en sí los que están determinando los gustos de los jóvenes, sino que el proceso de cambio que se da en los agentes de socialización lo que van a determinar los gustos de los jóvenes uruguayos.

SOLUCIONES

Las soluciones planteadas para el problema pueden llegar a ser muy complejas, pero en nuestra opinión estas son las fundamentales:

- Crear una ley que habilite tanto al Ministerio de Educación y Cultura como a la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicación (U.R.S.E.C.), y a otros organismos estatales, para que puedan controlar los contenidos de los programas

que se emiten por los canales de televisión, sin influir en las decisiones de programación de dichos canales.

- Con respecto a los canales de televisión y a las radios difusoras, deberían tener una política de carácter estratégico en defensa de la cultura nacional, promoviendo la producción nacional y a los actores nacionales.
- Generar políticas educativas, culturales y científicas que no se acoten al plano local, tomando en cuenta los efectos de la globalización, dándole participación en su elaboración a profesionales del tema, gerentes de los canales de televisión, integrantes del estado, gente común, etc., que nos permita sacar soluciones para lograr cumplir el objetivo del Uruguay cultural 2015 que se propuso en el Gobierno del Doctor Tabaré Vázquez en el año 2005.
- Seguir investigando y ampliando conocimiento en esta área, debido a que este trabajo estudia algunas de las tantas variables que se presentan al analizar la Globalización Cultural y la Identidad Nacional.-

BIBLIOGRAFÍA

- ACHUGAR, Hugo; CAETANO, Gerardo (Compiladores), "Identidad uruguaya: ¿mito, crisis o afirmación?", Montevideo, Trilce, 1993, tercera edición.
- BARDESIO, Miguel, "Polémica por nuevo calendario patrio", en El País, 1º de octubre de 2006.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas; "La construcción social de la realidad"; Amorrortu Editores, Buenos Aires, 1991.
- BIONDI Shaw, Juan J., 2000 "Globalidad y diversidad cultural", Parlante (Cuzco), N° 70: páginas 27-28.
- BOHANNAN Paul. Y GLAZER M. "Antropología - Lecturas. Mc Graw - Hill", Madrid, 1993. Página 284.
- BOHANNAN, Paul. "Para raros, nosotros. Introducción a la antropología cultural", Akal Ediciones, Madrid, 1992.
- CAETANO, Gerardo, "Identidad nacional e imaginario colectivo en Uruguay. La síntesis perdurable del Centenario", en ACHUGAR, Hugo; CAETANO, Gerardo. "Identidad uruguaya: ¿mito, crisis o afirmación?", Montevideo, Trilce, 1992.
- CALEN, Estrategia. Apreciación de situación. Material de apoyo tentativo para el año 2004.
- CANCLINI GARCÍA, Néstor. "Globalizarnos o defender la identidad".
- CANCLINI GARCÍA, Néstor. "Culturas Híbridas, Estrategias para entrar y salir de la modernidad", Consejo nacional para la Cultura y las Artes. México D.F.
- CANCLINI GARCÍA, Néstor; "Culturas en Globalización". Editorial Nueva Sociedad, Venezuela.

- CANCLINI GARCÍA, Néstor; MONETA, Carlos Juan. "Las industrias culturales en la integración latinoamericana". Editorial Grijaldo, Argentina, 1999.
- CAPRA, Fritjof. "La trama de la vida. Una nueva perspectiva de los sistemas vivos", Barcelona, Anagrama, 1998.
- CAPRA, Fritjof. "Globalidad y diversidad cultural", Parlante (Cuzco), N° 70, 2000.
- CASTELLS, Manuel. "La era de la información", páginas 1-3, Madrid, Alianza, 1998.
- CASTELLS, Manuel. "La trama de la vida. Una nueva perspectiva de los sistemas vivos". Barcelona, Anagrama, 1998.
- GÓMEZ GARCÍA, Pedro. Catedrático de Filosofía. Departamento de Filosofía, Universidad de Granada. 18071 Granada.
- PAREDES, Mariana. "Los cambios en la familia en Uruguay. ¿Hacia una segunda transición demográfica?" en: Nuevas Formas de Familia. Perspectivas nacionales e internacionales, UDELAR-UNICEF, Montevideo, 2003.
- PAREDES, Gonzalo; "La influencia cultural de los medios masivos de comunicación, en la construcción de imaginarios colectivos en un proceso de integración regional", Montevideo. Octubre 2005. Sin editar.
- REVISTA "BROADCASTER", Diciembre de 2004, N° 98.
- SAMPIERI HERNÁNDEZ, Roberto "Metodología de la Investigación". Editorial Mc Graw-Hill, 1994.
- SCHOLTÉ, Jan. Art. Globalización, A Critical Introduction, Palgrave, New York, 2000.
- STOLOVICH, Luis; "Diversidad creativa y restricciones económicas. Las perspectivas de un pequeño país"; www.campus-oei.org.
- STOLOVICH, Luis; LESCANO, Graciela. "La industria audiovisual uruguaya".
- TOURINE, Alain. "Crítica de la Modernidad", Fondo de cultura Económica.
- VARGAS LLOSA, Mario. "Las culturas y la globalización", El País (Madrid), 16 abril de 2000. Páginas 13-14.

