

## **Ciberculturales de la Globalización**

**Dr. Mario González Arencibia**

**Profesor de las Universidad de las Ciencias Informáticas, La Habana, Cuba.**

**mgarencibia@uci.cu**

**Grupo de Trabajo: Cibercultura y nuevas tecnologías de la información**

**IX Congreso IBERCOM**

**Sevilla-Cádiz, 2006.**

**Palabras clave: cibercultura, globalización, ciberespacio, cultura.**

De lo que trata el artículo Ciberculturales de la globalización, es de presentar un balance de los retos de la globalización digital para América Latina y el Caribe, observando los retos fundamentales por los que atraviesa la región, aspecto que es generalizable a otros países y regiones. Se le da un tratamiento especial a las profundas desigualdades que tiene la región, y a los desafíos estructurales que tiene que enfrentarse para navegar con éxito en la sociedad de la información.

## **Ciberculturales de la Globalización**

**Dr. Mario González Arencibia**

**Profesor de las Universidad de las Ciencias Informáticas, La Habana, Cuba.**

**mgarencibia@uci.cu**

**Grupo de Trabajo: Cibercultura y nuevas tecnologías de la información**

**IX Congreso IBERCOM**

**Sevilla-Cádiz, 2006.**

**Palabras clave: cibercultura, globalización, ciberespacio, cultura.**

### **Introducción**

La palabra ciberespacio se deriva de la cibernética, la ciencia de la computación y control, la cual nació cuando los hombres notaron la semejanza entre los seres humanos y las máquinas por su dependencia en la información para el control de sus sistemas respectivos. Por consiguiente, el ciberespacio describe la esfera de actividad en que los seres humanos extienden las funciones de sus mentes y de sus capacidades comunicativas al dominio de las máquinas.

El efecto es que el ciberespacio es el fenómeno en el que los seres humanos transfieren su espacio comunicativo y relaciones interpersonales desde el modo cara a cara al dominio de los flujos de datos electrónicos. En las palabras de Marshall McLuhan, es una "simulación tecnológica de la conciencia". En las

palabras de William Gibson, el gran autor de "Cyberpunk" y ficción de ciencia, es una "alucinación consensual, una representación gráfica de datos abstraída de los bancos de cada computadora en el sistema humano.

Como resultado de estas transformaciones han surgido calificativos para designar la novedosa dimensión cultural que tiende a generar el mayor acercamiento hombre-máquina, el cual en esta ocasión es denominado **Ciberculturales de la globalización**, cuyas particularidades observadas desde la Economía Política indican la existencia de crecientes cambios que implican la aparición de nuevas formas culturales en cada uno de los elementos de las relaciones de producción.

Ello se expresa en que a diferencia de los tiempos de la **internacionalización**, cuando se buscaba abrir las fronteras nacionales para incorporar bienes materiales y simbólicos de otros países, en la **globalización** interactúan simultáneamente actividades económicas y culturales dispersas, generadas por un sistema de múltiples centros donde no importa el punto geográfico desde donde se actúa, sino la velocidad e inmediatez con la cual se recorre el mundo.

El hecho es que el cambio tecnológico y las relaciones sociales de producción que lo acompañan se han convertido así, en un participante o conductor para la cultura, y en una razón de ser para el despliegue de prácticas ciberculturales o actividades que se despliegan bajo el impacto de las redes de telecomunicaciones.

Pensando en las modificaciones más trascendentes que se han producido en las relaciones de producción en los últimos 20 años del siglo XX y que predominaran una buena parte del siglo XXI, se podría colocar como ejemplo de velocidad e instantaneidad el impacto que tienen las avanzadas tecnologías en el plano de la informática y la computación, lo cual tiende a independizar con particular fuerza las variables producción, distribución, cambio, y consumo, *ya no sólo de bienes materiales de la sociedad*, sino de los llamados intangibles o *bienes inmateriales*.

Esto se refiere básicamente al ejemplo de Internet, cuya producción y distribución de alcance global, exige de trabajar en nuevas formas culturales que sustentan la dinámica de la globalización, al requerir no solo competencias informáticas sino al involucrar amplias redes globales que aceleran el proceso de socialización y que implican asumir nuevos códigos y valores con relación a la dinámica **global-local**. El resultado es una modificación en el plano cultural, que está haciendo posible la comunicación entre sujetos diseminados en todo el mundo.

### **Conectividad, mercancía y mercado en la era digital**

En este marco los "productos del saber" que se ponen en circulación estremecen las leyes del mercado, bajo la influencia de la **ley de la conectividad** basada en una economía en red que se retroalimenta de un universo de conexiones telemáticas y un universo de microprocesadores electrónicos miniaturizados. Con ello se acaba la era de los ordenadores aislados y se pasa a su comunicación. Cada vez más el valor de los productos producidos y comercializados por la vía de Internet adquiere una forma independiente de su aspecto físico.

El efecto de lo anterior es que el concepto clásico de mercancía caracterizada como objeto externo que en su uso y consumo se destruye se modifica, debido a la capacidad que tienen las redes digitales de reproducirlo a lo largo y ancho de todo el mundo. Esto está determinado por el hecho de que para almacenar una idea no se requiere necesariamente de un objeto físico, la manera en que se almacenan los datos en un medio electrónico es mediante impulsos magnéticos que representan información.

En este contexto también se modifica la definición de mercado entendida como el lugar donde se compran y se venden productos. En el ámbito de la economía digital, el mercado asume un carácter más transparente y de mayor alcance geográfico que en el mercado de productos físicos o tangibles. Los actores de la economía en redes participan ahora en un mercado digital, así la red de datos deja de ser un espacio físico concreto para convertirse en un mercado ideal teniendo como resultado una economía abierta y transparente.

### **Servicios bancarios y dinero electrónico**

En el ángulo de la producción e intercambio de productos la globalización de bienes y servicios es también impactante en el caso de los servicios bancarios donde ya se requiere de una nueva percepción cultural dada la aparición de nuevos códigos comunes o cierta estandarización en los signos, valores y ritmos.

El resultado es una producción en que el consumo avanza sobre la cultura atravesándola, y cada nuevo producto, se apodera de un espacio semiológico, es decir, gana en legitimidad en un mundo en tránsito hacia nuevos sentidos y signos.<sup>1</sup> Algunas de las preguntas que se podrían plantear en este sentido podrían ser: ¿los nuevos servicios bancarios podrían cambiar el contenido de las funciones del dinero, con el despliegue de su forma electrónica?, ¿Cómo se expresan los cambios que acompañan al comercio electrónico en las relaciones de producción?.

Pensemos en el hecho de que la publicidad de una tarjeta de crédito, pone de manifiesto de manera muy nítida la combinación de signos globales con los códigos de una cultura globalizadora. La tarjeta de crédito introducida en los más variados contextos sociales requiere aspectos culturales de una naturaleza de interpretaciones y experiencias comunes que tienden a construir un espacio global a partir de las manifestaciones de lo local y viceversa.

En los espacios de la cultura electrónica globalizadora las cajas de pensiones son administradas por cajeros automáticos, empleados sin rostros, *anónimos asalariados*. El efecto de este impacto de la globalización en la cultura, es la construcción de un nuevo espacio que penetra y tiende a cambiar costumbres, hábitos, gustos, valores, que requieren de un acervo cultural para su empleo, proliferando una cadena de nuevos lenguajes, símbolos y códigos para enfrentar la nueva realidad cultural.

En este marco el dinero es un producto no sólo económico y financiero, ***sino cultural***, que se instala con particular celeridad en el mundo entero con significados homogeneizantes, volviéndose más abstracto y menos ligado a su naturaleza material, en lo que tiende cada vez más a dejar de ser la materialidad del oro y del papel moneda, ***mercancías privilegiada bajo la tónica de equivalentes, “por lo que la fuerza de la costumbre social a la forma natural específica de la mercancía oro” y del papel moneda después,***<sup>2</sup> se ve *cuestionada* por la ***cultura electrónica***. En este marco el dinero se tiende a convertir en un símbolo cada vez más cultural, es el principal producto global aligerado de su forma material que puede reproducirse y circular en el seno de las computadoras. El resultado es el ***dinero electrónico*** expresado en un conjunto de técnicas computacionales, magnéticas, electrónicas, y telemáticas que ofrecen la posibilidad de un intercambio de fondos sin un soporte de papel. Ante estos cambios estamos en presencia de un nuevo instrumento de circulación de la moneda escritural que genera un nuevo reto cultural de naturaleza global-local.

---

1 Ver: Mario Margulis. Globalización y cultura. Sociedad No. 9 Buenos Aires 1996 pp.5-17.

2 Carlos Marx. El capital tomo 1 Editorial de Ciencias Sociales, La Habana 1980 p. 37.

### **La marca de “Made in Word” y el comercio electrónico**

En lo que respecta al efecto cultural de la globalización sobre el consumo, el tema es que se observa una nueva geografía de producciones y comercialización que superan el marco de lo nacional con más fuerza. Esto tiende a modificar la cultura local, la cual incorpora nuevas formas de interpretación y acción, donde la gente decodifica productos y mensajes de acuerdo a sus condiciones de vida o del llamado factor histórico moral.

El reto cultural de la globalización aquí está en que estamos frente a empresas con una dinámica desterritorializada produciendo productos que asumen la marca de “Made in Word” cuyos resultados se dirigen a los más diversos ámbitos sociales influyendo en las tradiciones, hábitos y valores, donde tales producciones exigen experiencia cultural para su empleo debido a que están acompañadas de una nueva cadena de saberes para su puesta en práctica y consumo.

Para el caso referido a los impactos del comercio electrónico -entendido como la venta y compra directa o indirecta de cualquier tipo de información, productos y servicios por medio de redes de computadoras o estructura digital- el desafío cultural básicamente se comporta en la exigencia del uso de una infraestructura vinculada a las redes de computación que modifica las formas de pago y acorta las distancias.

Tal forma de comercio permite crear una tienda virtual abierta los 365 días del año, las 24 horas del día en cualquier parte del mundo, siendo trascendente el hecho de que el cliente no necesariamente tiene que estar personificado en los grandes almacenes, *su presencia es virtual*. El resultado es que el despliegue del comercio electrónico a través de Internet permite una comunicación de alcance global a muy bajo costo.

El impacto de esta modalidad comercial que introduce la globalización en las relaciones sociales de producción es trascendente: permite acrecentar el acceso a nuevos mercados mediante la información que ofrecen los mecanismos de comunicación electrónica. Esto permite que el cliente se involucre en el diseño del producto o servicio, por lo que el producto no se produce para el libre juego de la oferta y la demanda adquiriendo personalidad directa en el consumidor. Ello de hecho reduce las mercancías en inventarios siendo una posibilidad de atenuar las crisis de superproducción. De otra parte, al verse reducidos los intermediarios tiende a "favorecer" a los consumidores.

No obstante, en este marco de la cultura electrónica todo no es color de rosa, también el comercio electrónico esta acompañado de dilemas, como la falta de seguridad en las transacciones comerciales. Esto se debe a la tendencia de fraude que se produce en este espacio cibernético, donde según cálculos el fraude es doce veces mayor en las líneas On line que en las adquisiciones realizada en una tienda.<sup>3</sup>

### **Efecto socio-clasista de la cultura digital**

No es posible observar los desafíos ciberculturales de la globalización desde la Economía Política sin remitirse al profundo carácter socio-clasista que lo caracteriza, debido a las desigualdades de poder que en ese contexto se manejan lo cual se expresa en los ejemplos siguientes: *En su dimensión cultural el proceso de globalización ha conducido a cuatro grandes transformaciones que impactan cada uno de los aspectos de las relaciones sociales de producción.*<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Liliam Riera. El tren indetenible del comercio electrónico. El ECONOMISTA de Cuba Año 3 No. 15, La Habana julio-agosto del 2000 p. 12.

<sup>4</sup> García Canclini .Consumidores y Ciudadanos, Conflictos Multiculturales de la Globalización, Grijalbo, México 1995 p. 12-24.

- ⇒ El predominio de las industrias electrónicas de comunicación sobre las formas tradicionales de producción y circulación de la cultura, tanto de elite como popular.
- ⇒ El incremento del consumo cultural privado y a domicilio (radio, disco, televisión, video, Internet) que desplaza el consumo de los equipamientos públicos (teatros, cines, bibliotecas, casas de cultura y salas de conciertos).
- ⇒ Disminución del papel de las culturas locales, regionales y nacionales vinculadas a territorios e historias particulares, en beneficio del aumento de los mensajes generados y distribuidos a través de los circuitos transnacionales.
- ⇒ Redistribución de responsabilidades entre Estado e iniciativa privada respecto a la producción, financiamiento y difusión de los bienes culturales, que generan transformaciones en el contenido y los mensajes produciendo un cambio en los patrones de consumo masivo.
- \* *A principios de la década del 90, en el plano de las tecnologías de información y reestructuración de mercados Asia, Africa y América Latina, apenas contaban con el 2% de los satélites, el 5% de las computadoras y el 15% de medios de difusión. Ninguna de las 3000 redes interactivas que transmiten el grueso de la información mundial sobre datos y servicios ha sido creada o es operada por un país subdesarrollado.*<sup>5</sup>
- \* *El quinto por ciento más rico de la población mundial, tiene el 74% de todas las líneas telefónicas, en tanto que el quinto más pobre sólo tiene el 1,5%; Suecia, EEUU y Suiza tiene más de 600 líneas telefónicas por mil habitantes. Camboya, el Chad y el Afganistán tiene un teléfono por cada mil habitantes.*<sup>6</sup> *A este panorama se añade la existencia en los países subdesarrollados de 1 200 millones de analfabetos de los cuales 965 son mayores de 15 años, y 130 de ellos son niños entre 6 y 11 años que carecen de escuela, sin contar con una cifra de más de 2 000 millones de subescolarizados todos los cuales no tendrán nada que hacer en un mundo interconectado.*<sup>7</sup>
- \* La mayoría de los bienes y mensajes que se reciben en cada nación no se han producido en su propio territorio, no surgen de relaciones peculiares de producción, ni llevan en ellos códigos que los vinculen con regiones delimitadas. Estos proceden de un sistema transnacional de producción y difusión de la información de bienes y servicios desterritorializado.
- \* Por ejemplo, se calcula que aproximadamente el 70 % de las películas difundidas por la televisión, las salas de cine y los videoclubes en Argentina, Brasil, México y Venezuela, provienen de *Estados Unidos*.
- \* En el resto de los países de latinoamericanos, la presencia de las culturas nacionales en las propias pantallas es aún más baja, se ve muy poco de otros países latinoamericanos, y es mínima la capacidad de comunicar a los demás la propia cultura, lo cual está determinado por la existencia de problemas financieros que impiden crear una infraestructura cultural para el desarrollo.
- \* En el plano editorial esto se expresa en que no hay un mercado común editorial

---

<sup>5</sup> Enrique González Manet. "Recolonización y nuevas tecnologías". Series de Comunicación No. 2 1990, Editorial Pablo de la Torriente. La Habana p.13.

<sup>6</sup> Informe sobre Desarrollo Humano 1998. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Washintong DC. p. s-1-3.

<sup>7</sup> Enrique González Manet. "Cuba y la era de la informática". En: Habanera No. 3 octubre 1996, La Habana p. 66..

latinoamericano, lo que se produce en un país es absolutamente desconocido en los demás. La mayoría de las editoriales latinoamericanas se limitan a sobrevivir y apenas alcanzan el territorio nacional.

### **Factores determinantes de la dicotomía**

Esta dicotomía entre la distribución, el consumo y la pobre producción propia de los países subdesarrollados en general es el **resultado de varios factores**. En **primer lugar**, el carácter subordinado de los gobiernos identificados con concepciones de las fuerzas hegemónicas, que subestiman la importancia de las *políticas culturales en el plano nacional*.

**Segundo**, las tendencias hacia la **focalización de los objetivos** de la "alta cultura occidental" en detrimento de la cultura de masas. **Tercero**, la privatización de las radios, canales de televisión y otros circuitos de difusión masiva, que perecieron frente al empuje privatizador, con el resultado de que ello tiende a implicar un rediseño de sus programaciones, en no pocos casos con una fuerza importadora acentuada. El resultado es el desempeño de mecanismos que responden a las estructuras de **producción de plusvalía** en todos sus niveles.

**Cuarto**, las grandes empresas privadas transnacionales (de Estados Unidos fundamentalmente, pero también TELEVISA y REDE GLOBO), se dedican desde hace décadas a los medios de comunicación más rentables y de mayor influencia. Estos han logrado así una intensa penetración en la vida familiar y se convierten en los principales organizadores del entretenimiento y la información masiva.

Por otra parte, las acciones culturales de los organismos internacionales y las impulsadas por foros de cooperación gubernamentales, reproducen a escala latinoamericana la concepción de los Estados, que priorizan la "alta cultura occidental", el patrimonio monumental y folclórico. El resultado es que tiende a proliferar una falsa cultura universal contraria a la memoria histórica acumulada por la región.

**Quinto**, los esfuerzos desplegados por Organizaciones No Gubernamentales, artistas y comunicadores independientes, que movilizan recursos culturales y desarrollan festivales, exposiciones y talleres, redes de programas audiovisuales alternativos, revistas y libros en los que se documenta y fomenta el desarrollo cultural; no pueden actuar como sustitutos de lo que los Estados no hacen. Estos grupos independientes casi nunca llegan a los escenarios "massmediáticos" para influir sobre los hábitos culturales y el pensamiento de las mayorías.

**Sexto**, la situación es aún más dramática en el campo de las tecnologías avanzadas y las "autopistas de la comunicación y la información": satélites, computadoras, fax, Internet, etc. La subordinación de los países latinoamericanos se agudiza en la misma medida que se reducen los mecanismos e instrumentos de protección a la producción doméstica de bienes y servicios frente a la competencia extranjera, así como también por la eliminación de los reducidos subsidios que existen para apoyar el desarrollo tecnológico local.

El reto cultural de la globalización es que una **mayor dependencia cultural y científica en las tecnologías comunicacionales de punta**, hace más vulnerable a las naciones latinoamericanas y caribeñas frente a los capitales transnacionales y las orientaciones culturales generadas fuera de la región.

### **Generalidades:**

Los aspectos planteados dejan ver variadas acotaciones: **Primero**: los retos ciberculturales que plantea la globalización involucran la intersección de lo global con lo local implicando nuevas circunstancias manifestadas en rupturas e hibridación de las distintas facetas de la sociedad, de lo que se deriva que el

análisis de la dimensión cultural de la globalización, está entrelazada con aspectos de naturaleza económica, política, tecnológica, étnica y financiera. Por lo que la *polifuncionalidad* de la categoría globalización cultural es resultado directo del carácter *polifacético* del fenómeno que la misma expresa.

**Segundo:** el mundo cultural está fuertemente influenciado por los procesos económicos a escala global dirigidos por mercados que responden a acuerdos políticos y financieros de orden supranacional. El resultado de esto es la imposición de signos "universales" y de sistemas de comunicación instantáneos que llevan al interior de cada espacio habitacional las más diversas modalidades de consumo provocando toda una multiplicidad de lenguajes con una visión del tiempo el espacio y del universo mucho más plural.

**Tercero:** en este ámbito el rasgo fundamental que distingue la época contemporánea es la implantación de una nueva cultura, de formas de pensar y actuar en el tiempo, dando como sumatoria, novedosas maneras de concebir los espacios culturales y los valores que los acompañan. El efecto es que el desenvolvimiento del nuevo milenio está siendo forjado por un cúmulo de nuevas tecnologías asociadas a la comunicación y la información, por ello es importante tratar de entender las interrelaciones entre las tecnologías de la información y las comunicaciones y la vida personal, profesional y espiritual.

**Cuarto:** el punto central de las diferencias con respecto a otras épocas es como y con qué se producen cualitativamente y cuantitativamente los cambios culturales, lo que es conmensurable a partir de la inmediatez de los mensajes culturales que se producen ligados a su velocidad y alcance. Ello es trascendente en medio de los actuales canales del ciberespacio de la información y la televisión por satélites.

El resultado es la producción de formas inéditas de difusión y distribución de componentes que aceleran la renovación de las culturas tradicionales en el plano tecnológico, y que contienen una profunda transformación social, e impactan los valores que orientan la conducta humana.

En esto es relevante la ruptura que producen los cambios tecnológicos, repercutiendo incluso en las diferencias horarias locales, las que se ven sometidas a un nuevo paso del tiempo, al crearse actividades que funcionan las 24 horas del día y cuyo alcance global desdibuja las fronteras continentales. En suma, los cambios tecnológicos ligados a la globalización abren espacios a nuevas formas culturales, basadas en el conocimiento y la transmisión instantánea.

**Quinto:** como resultado de los aspectos planteados se retroalimenta una "**multiculturalidad infraestructural**" que procede no tanto de tradiciones históricas diversas, sino de la estratificación engendrada por el desigual acceso de los países y de los diferentes sectores sociales a los medios avanzados de comunicación.

El reto cultural de la globalización aquí está en que la esfera de las comunicaciones han permitido por un lado descubrir los valores actitudes, conocimientos y cosmovisiones de culturas pertenecientes a otras civilizaciones, junto a un proceso de internacionalización de la cultura imperial, que ha redundado en el desplazamiento de valores culturales autóctonos por valores foráneos, que dan como sumatoria un profundo proceso de **contracultura**, y donde el hombre es solo importante en calidad de consumidor.

**Sexto:** los **retos ciberculturales de la globalización**, no pueden ser examinados al margen de la correlación de clases existentes en el mundo actual; estos **retos** al llevar el imperativo de los intereses socio-clasistas existentes expresan su contenido. *Para el caso que se observa*, estamos en presencia de un profundo antagonismo entre las fuerzas productivas del contexto histórico actual determinado por las relaciones capitalistas de producción, cuyo despliegue se presenta como **base de creación de la cultura contemporánea**, lo cual como es propio de su carácter contradictorio, conduce a un movimiento de

**creación y de destrucción** que hace emerger con particular fuerza un profundo proceso de **alienación de la especie humana**.

## **Bibliografía y webgrafía**

Bendezú, Raúl. Comunicación publicitaria, eficacia y lógica cultural. Disponible en: <http://www.felafacs.org/dialogos/pdf27/2.%20Ra%C3%BAI.pdf>.

Canglini, García. Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. Grijalbo, México 1995.

Córdoba, Lidia. "Educación para la no violencia: Hacia un desarrollo sostenible sustentable y sostenido con perspectiva de género". Ciencias Sociales No. 71 Costa rica, marzo de 1996.

Dumoulin, John. "Cultura, sociedad y desarrollo". Editorial Ciencias Sociales. Instituto Cubano del Libro, La Habana 1973.

Engels, Federico. Antidhuring. Editorial Pueblo y Educación, La Habana 1979 pp. 340-344.

García Canclini .Consumidores y Ciudadanos, Conflictos Multiculturales de la Globalización, Grijalbo, México 1995.

Garizábal Carmona, Camilo. La globalización neoliberal y el concepto de desarrollo sustentable. Disponible en: [http://www.monografias.com/trabajos16/globalizacion\\_neoliberal/globalizacion-neoliberal.shtml](http://www.monografias.com/trabajos16/globalizacion_neoliberal/globalizacion-neoliberal.shtml).

Gates, Bill. Los negocios en la era digital. Como adaptar la tecnología informática para obtener el mayor beneficio. (Traducción de J. A. Bravo). Plaza & Janés Editores, S. A. (1999).

Gates, Bill. Apuesta por un futuro de libros sin papel distribuidos por Internet pero con propiedad intelectual protegida. Ver: Ciberculturales en: SISTEMA NACIONAL DE INFORMACION CULTURAL NOTICIAS DE INTERNET Martes 01 de agosto, 2000. Internet.

González Arencibia, Mario. "La globalización y sus implicaciones para los países subdesarrollados". En: Debatir la cultura: un pasaporte para no globalizar. Memorias III Taller Cultura, III Mundo, III Milenio. Compilador José Luis de la Tejera Galí (Colección Pensamiento Cubano No.2). Ediciones Atenea. Santiago de Cuba 1999.

González Arencibia, Mario. Ciberculturales de la globalización: Una mirada desde la economía política. La telemática y su aplicación a la educación a distancia y en la informática de la sociedad. (Editores Caridad Anias Calderón-Yoel Ledo Mezquita). Editorial Félix Varela. Tomo II, ISBN 959-261-025-8, Tomo II La Habana 2002.

González Arencibia, Mario. Globalización cultural una aproximación conceptual. Monografía.com en: <http://www.monografias.com/trabajos11/revcult/revcult.shtml>.

González Arencibia, Mario. Frente a los desafíos culturales de la globalización. Monografía.com en: <http://www.monografias.com/trabajos11/comenfr/comenfr.shtml>.

González Arencibia, Mario, Cultura del teletrabajo: sus efectos sociales. Revista del Empresario cubano BWT, SIME, Editada por casa Consultora DISAIC, Julio-agosto No.4, La Habana (2003).

González Manet, Enrique. "Cuba y la era de la informática". En: Habanera No. 3 octubre 1996, La Habana.

González Manet, Enrique. "Recolonización y nuevas tecnologías". En: Series de Comunicación No. 2 1990, Editorial Pablo de la Torriente. La Habana.

González Ordosgoiti, Alí. "La prensa de la comunidad bicultural nacional colombo-venezolana y la globalización". En: América Latina en tiempos de globalización. En: América Latina en tiempos de globalización: procesos culturales y transformaciones socio-políticas. (Editor Daniel Mato) Caracas, 1995.

Guadarrama, Pablo y N. Peregrin. Lo universal y lo específico en la cultura. Editorial de Ciencias Sociales, La Habana 1990.

Hart Dávalos, Armando. Cultura para el desarrollo. El desafío del siglo XXI. Universidad de Antioquia, enero del 2004.

Hart Dávalos, Armando. Cultura para el desarrollo. El desafío del siglo XXI. Universidad de Antioquia, enero del 2004.

Hart Dávalos, Armando. Cultura para el desarrollo. El desafío del siglo XXI. Universidad de Antioquia, enero del 2004.

Hegel, W.F. "Fenomenología del espíritu". Editorial Ciencias Sociales, 1972, p. 12.

Hegel, W.F. Enciclopedia de las Ciencias Filosóficas. Instituto Cubano del Libro, 1968, p. 57.

Ilienkov, E.V.. Lógica Dialéctica, parte 7, Editorial Progreso. Moscú, 1977.

Informe sobre Desarrollo Humano 1998. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Washintong DC. p. s-1-3.

Kristova, Ana. Dirección Científica de la Cultura. Editora Política, La Habana 1984.

Lenin, Vladimir Ilich. El desarrollo del capitalismo en Rusia. Publicado por primera vez en marzo de 1899. Editorial Progreso. Moscú, 1975.

Margulis, Mario. Globalización y cultura. Disponible en: <http://www.fsoc.uba.ar/Publicaciones/Sociedad/Soci09/marculis.html>.

Margulis, Mario. Globalización y cultura. Sociedad No. 9 Buenos Aires 1996.

Martí, José. Informe presentado en la Comisión Monetaria Internacional Americana celebrada en Washington, 30 de marzo de 1891. En Obras Completas, tomo 6. Editora Nacional de Cuba, La Habana, 1963.

Martí, José. Nuestra América. Obras Completas, tomo 6 Editora Nacional de Cuba, la Habana 1963.

Marx, Carlos y Federico Engels. El Manifiesto Comunista. Publicado en marzo de 1848 en Londres. Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 1979.

Marx, Carlos y Federico Engels. Manifiesto del Partido Comunista. Obras Escogidas en dos tomos, Editorial progreso, Moscú 1971 T I .

Marx, Carlos. "Futuros resultados de la dominación británica en la India". Londres julio de 1853. En: Marx y Engels. Acerca del colonialismo (Artículos y Cartas). Editorial Progreso, Moscú 1983.

Marx, Carlos. El capital tomo 1 Editorial de Ciencias Sociales, La Habana 1980.

Mato, Daniel. "Procesos culturales y transformaciones socio-políticas en América Latina en tiempos de globalización". En: América Latina en tiempos de globalización: procesos culturales y transformaciones socio-políticas. (Editor Daniel Mato) Caracas, 1995.

Moneta, Carlos Juan. "Espacios económicos e inserción externa: nuevos parámetros". En: SELA Capítulos No. 50 abril-junio, Caracas 1997.

Naisbitt, John. The Global Paradox, Avon Books, New York, 1995.

Nuestra Diversidad Creativa. Versión resumida del Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo. CLT-96/WS/6, Ediciones UNESCO, París septiembre de 1996.

Pérez Prado, Luz Nereida. "Sueños globales, oportunidades locales: conmoción de identidades de género en la tierra caliente de Michuacan, México". En: América Latina en tiempos de globalización: procesos culturales y transformaciones sociopolíticas. Venezuela 1995.

Petras, James. "Modernidad Versus comunidad". En: Interrogantes de la modernidad. Ediciones Tempo, La Habana 1991.

Rodríguez, Carlos Rafael. "Ahí está el verdadero reto del siglo que ahora comienza". Intervención en Inauguración del Congreso Latinoamericano de Sociología, del 28 al 31 de mayo de 1991. En: Interrogantes de la modernidad. Ediciones Tempo, La Habana, 1991.

Rodríguez, José Luis. Ministro de Finanzas y Economía de Cuba. En inauguración del I Encuentro Iberoamericano "Cultura y Desarrollo: retos y estrategias" convocado por el Centro de Superación para la Cultura del Ministerio de Cultura de Cuba. La Habana, noviembre de 1995.

Rosenthal, M. Principios de Lógica Dialéctica. Editorial Política. La Habana, 1964.

Savranski, I.. "La cultura y sus funciones". Editorial Progreso, Moscú 1983.

Serbin Andrés. "Globalización y Sociedad Civil en los Procesos de Integración" Nueva Sociedad No. 147; Caracas, Venezuela; enero-febrero 1997.

Sin autor: ¿Qué es Internet?: Disponible en: <http://itmorelia.galeon.com/concepto.htm>(Junio - 2005).

Telesur. <http://www.causapopular.com.ar/article317.html>.

The World Commission on Environment and Development. Our Common Future, 1987 Oxford University Press.