

Ruth Helena Jaramillo

Actual candidata a magíster en comunicación
por la Universidad Javeriana de Colombia.
Especialista en gerencia y gestión cultural,
Universidad del Rosario.

Administradora de empresas turísticas y hoteleras,
Universidad Externado de Colombia.

Su formación la ha enriquecido con la realización de
diplomados y cursos libres en el campo de la filosofía, la
historia, la economía de la cultura y la apreciación artística.

En lo creativo, ha efectuado estudios de fotografía
en la Universidad Externado de Colombia.



**CAVILACIONES SOBRE
TERRITORIO,
GLOBALIZACIÓN E
IDENTIDAD**

**DELIBERATIONS
ON TERRITORY,
GLOBALISATION AND
IDENTITY**

La comprensión de un mundo desterritorializado requiere un punto de vista desterritorializado. Para entenderlo en su totalidad, la perspectiva analítica debe liberarse de las restricciones locales y nacionales. Sólo de esta forma puede ser comprendido el flujo de la modernidad-mundo.

RENATO ORTIZ

Resumen

Esta es una exposición sucinta de los planteamientos realizados por el sociólogo brasileño RENATO ORTIZ en su libro *Otro territorio* en lo referente a la denominada, por él, modernidad-mundo; momento en el que se evidencian profundas transformaciones sociales producto del desarrollo de redes informáticas y comunicacionales que han ocasionado una evidente reconfiguración del espacio. Mutación que necesariamente hace que la aparente estaticidad de conceptos como Estado-Nación, identidad y cultura popular sea revisada y repensada por todos. Para enriquecer la reflexión acude a otros autores como NÉSTOR GARCÍA CANCLINI, JESÚS MARTÍN-BARBERO y PAUL VIRILIO.

Palabras clave: espacio, territorio, viaje, modernidad-mundo, globalización, Estado-Nación, cultura popular, desterritorialización, identidad, mundialización.

Abstract

*This article is a concise examination of the issues dealt with in the book *Otro Territorio* by Brazilian sociologist, RENATO ORTIZ, with reference to his so-called world modernity. This concept refers to the moment in which deep-rooted social changes are experienced as a result of the development of information and communication networks, causing an evident reconfiguration of space. This mutation necessarily implies that the state-like quality of concepts such as nation state, identity and popular culture needs to be revised and rethought by all. In order to supplement this review, other authors, such as NÉSTOR GARCÍA CANCLINI, JESÚS MARTÍN-BARBERO and PAUL VIRILIO were also taken into consideration.*

Key Words: *Space, territory, journey, world modernity, globalisation, nation state, popular culture, de-territorialisation, identity.*

Habitamos un mundo en el que el cambio es la constante, en el que lo sólido se desvanece en el aire, en palabras de BAUMAN¹⁶, y el asombro es el que prima; vivimos profundas transformaciones sociales que no dejan de producirnos vértigo y desazón, pero que necesariamente nos hacen reflexionar sobre un escenario diferente de la vida, propio de una nueva modernidad, denominada por RENATO ORTIZ (1998) modernidad-mundo. Un proceso de glocalización, de acuerdo con la idea de GARCÍA CANCLINI:

Glocalización que implica transformaciones espaciotemporales que afectan los modos y estilos de vida de las personas, producto de los cambios de escala y de la aceleración de los cambios, en especial de aquellos producidos por las innovaciones tecnológicas y por los crecientes niveles de complejidad de la vida. Se reconfiguran los sistemas de percepción y representación del tiempo y el espacio, que constituyen el entramado básico de los mundos de la vida, de la historia concreta de los individuos y grupos sociales, de sus mitos y sus ritos¹⁷.

Así, estas mutaciones tienen que ver principalmente con una inminente transformación de la percepción del espacio, un espacio que en la primera modernidad estaba ligado a un territorio específico, y que como resultado de la revolución tecnológica ha experimentado profundas alteraciones; una revolución silenciosa de la que MARTÍN BARBERO diría ha trastocado todos los ámbitos de la vida: el tiempo, el cuerpo, el sentido de identidad y especialmente el espacio¹⁸.

En este nuevo espacio marcado por la velocidad, la intensidad, la simultaneidad y hasta la ubicuidad, el trayecto, en términos de VIRILIO, empieza a desaparecer.

El trayecto tiene tres dimensiones [...] la partida, el viaje y la llegada. No se puede

privar al hombre de esas tres dimensiones, ya sea en relación con el tiempo o en relación con el trayecto, lo que hace que yo vaya hacia el otro, y hacia lo lejano. Sin embargo, la hiperconcentración del tiempo real reduce a nada todos los trayectos, los espacios: el trayecto temporal prima en pos de un presente permanente, y el trayecto del viaje –de un lugar a otro, de un ser a otro– en pos de un estar ahí¹⁹.

Acudiendo a la figura del viaje, la idea de trayecto estaría relacionada con la ausencia de ese espacio indeterminado entre un lugar de partida y uno de llegada, con la pérdida del recorrido. Hoy este espacio comienza a extraviarse, se llega sin partir, las nuevas tecnologías hacen que la experiencia sensorial del recorrido cambie.

Por tanto, la pérdida del trayecto hace necesariamente que la noción de viaje se reconfigure, así esa experiencia del viaje en el que a partir de lo cotidiano y extrañarnos de la diferencia, empieza a ser parte de la historia de una primera modernidad en la que las nociones de espacio y tiempo eran otras, unas que hoy se reconfiguran y hacen que los ritmos se aceleren y los ritos de pasaje sean parte de la nostalgia de una época en la que el encantarnos era una constante.

De tal manera que ese lugar desde el cual mirar y extrañar, que era de carácter existencial y que involucraba necesariamente la presencia de distanciamiento, comienza a desvanecerse, pues empieza a ser permeado por la totalidad, que poco a poco atraviesa los tejidos más pro-

¹⁶ ZYGMUNT BAUMAN. En busca de la política, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2001, p. 48

¹⁷ NÉSTOR GARCÍA CANCLINI. Consumidores y ciudadanos. Conflictos culturales de la globalización, México, Edit. Grijalbo, 1995, p. 87.

¹⁸ JESÚS MARTÍN-BARBERO. Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de comunicación en la cultura, Santiago de Chile, Fondo de Cultura Económica, 2002, p. 72.

¹⁹ PAUL VIRILIO. Cybermundo o la política de lo peor, Madrid, Cátedra, 1997, p. 58.

fundos del ser. Así, el nuevo espacio aparece como totalidad, una totalidad que se alimenta de redes y de sistemas de flujos informativos y comunicacionales que han hecho que el mundo, como lo entendíamos, se ensanche; el nuevo reto sería encontrar la forma de volver a encantarnos y encantar un espacio que se comprimió (ORTIZ, 1998).

El espacio de lo trayectivo ligado a un territorio físico, que implicaba la existencia de límites, de fronteras que se traspasaban para vivenciar el encuentro con la alteridad, con el otro diferente; en este nuevo espacio de la modernidad-mundo se transforma, lo que hace que las fronteras empiezan a desvanecerse y por tanto las identidades también.

RENATO ORTIZ, para develar las particularidades inherentes al espacio de la nueva modernidad, acude bellamente a la metáfora del viaje, como un fenómeno propio de la primera modernidad, él lo concibe como “un desplazamiento en el espacio, siempre en pasaje por algún lugar, en el que la duración se prolonga entre la hora de partida y el momento del regreso [...] el viajero es alguien que se encuentra suspendido entre esas dos referencias que balizan su recorrido”²⁰. Así, el viaje implica movimiento en el espacio desde un lugar ubicado en la morada, a uno de llegada, extraño, diferente, luego de la vivencia de un trayecto trascendente que genera transformaciones del ser ocasionadas por el asombro propio del encuentro con la otredad, por la vivencia del extrañamiento; experiencia que tiene que ver necesariamente con un proceso de distanciamiento de la realidad habitual, de lo que se constituye como lo verdadero, al descubrimiento y reconocimiento del otro diferente y real, “el viajero es ante todo un extranjero, un intruso, un marginal” en palabras de SIMMEL citado por ORTIZ²¹.

Esta idea de viaje se ha transformado, dado que pertenecía a un tipo de espacio caracte-

rizado por la discontinuidad, en donde las puertas y las fronteras delimitaban la diferencia, un territorio enmarcado en límites que permitían conservar la heterogeneidad; que permitían que se mantuviera la “autenticidad”. En este sentido el viajero resultaba ser “un intermediario que ponía en comunicación lugares separados por la distancia y los hábitos culturales [...] el viajero se comportaba como alguien que aproximaba unidades heterogéneas, su itinerario interligaba puntos desconexos”²².

Para enfatizar en el tema de las fronteras y de los límites resulta pertinente acudir a las palabras de ORTIZ con las que señala su importancia:

De aquí resulta el interés por la imagen de las puertas, al abrirse o cerrarse, favorecen o inhiben el movimiento del pasaje. De esta forma, una sociedad se asemeja a una casa con un conjunto de habitaciones y corredores. Cada célula encierra una expresión propia y una individualidad modal, y la comunicación entre ellas se realiza mediante un complejo de ceremonias y formalidades que permite el flujo de comunicación entre universos estancos²³.

El tema del viaje nos permite tomar conciencia de la otredad que se descubre y se enfrenta por el desplazamiento a lugares lejanos, diferentes al propio, que gracias al aislamiento y a los límites se mantienen auténticos, heterogéneos, y que desde esa diferencia se fortalecen y se pueden hacer visibles.

Esta autenticidad fue producto, por tanto, de la existencia y consecuente defensa de dichos límites, de esas fronteras, que eran las que

²⁰ R. ORTIZ. Otro territorio, Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1998, p. 2.

²¹ *Ibíd.*, p. 3.

²² *Ibíd.*, p. 4.

²³ *Ibíd.*, p. 3.

permitían que se preservara; una autenticidad necesariamente ligada a la primera idea de lo popular, de eso que se constituía en lo diferente desde las culturas subalternas, propio de universos herméticos, invulnerables, delimitados, que tenían que ser defendidos para hacer visible y respetable lo inherente al pueblo.

Así surgió en Alemania, a partir de los folkloristas, el concepto de “cultura popular”, que fue la base para que desde la periferia se buscara consolidar la construcción de la nación; por lo que en principio este concepto estuvo muy ligado a las culturas locales y después nacionales, que tenían como base original el pueblo, convertido en algo ideal, una dimensión pura frente a la cultura dominante que buscaba imponer sus cánones culturales, relacionados con un tipo de acervo cultural ajeno a las particularidades propias de esa diferencia inmanente a la periferia.

Pueblo no significa una categoría histórica concreta, atravesada por los conflictos y las contradicciones sociales, sino que se trata de un ideal, una dimensión olvidada, pero que se mantiene incólume al mundo de las letras y de la razón. Viajar por la cultura popular sería una forma de encantamiento del mundo, y no propiamente un conocimiento científico de la realidad²⁴.

Las culturas populares connotan, como el viaje, exterioridad, extrañamiento y por supuesto alteridad, ya que persisten en la lejanía, en el aislamiento que se da por el establecimiento de fronteras, de límites, que maneja como algo innato la segmentación. Estas culturas populares para arraigarse necesitan territorios específicos, separados de los otros, necesitan ser totalmente “otros” y defender la autenticidad que la distancia posibilita, cuanto más lejos mayor la integridad y la complejidad. R. ORTIZ pone en cuestión la idea de cultura popular enmarcada en la modernidad-mundo, dado que ésta pertenece a un tipo de espacio

delimitado que cambió, situación que hace necesario su prioritario replanteamiento.

Del arraigo territorial propio de las culturas populares parte el concepto de identidad, ligado posteriormente al concepto de nación, que se define como un espacio geográfico delimitado, principal productor de sentido, que contiene todas las identidades posibles del sujeto. Así, ORTIZ enfatiza en que la primera modernidad se realiza a través del Estado-Nación, un espacio que sería irreducible a otras culturas, poseedor de un tipo de identidad diferenciada y diferenciadora. Si pensamos que cada cultura es una y auténtica, por extensión la idea de Estado-Nación también lo es, nociones que son puestas en cuestión, dado que los límites que permitían mantener íntegra su identidad, en el espacio de la modernidad-mundo se han ido desvaneciendo y genera la reconfiguración de esas marcas identitarias de carácter nacional.

Así, la primera modernidad, se podría decir, fue la sumatoria de diversas culturas nacionales, concebidas como subtotalidades, que contenían idiosincrasias, pautas culturales y tejidos simbólicos diferenciados, poseedoras de identidades abarcadoras e irrepetibles. La Nación, en palabras de MARCEL MAUSS, citado por ORTIZ, es “una sociedad material y moralmente integrada en un poder central estable y permanente, con fronteras determinadas y una relativa unidad moral, mental y cultural de los habitantes, que se adhieren conscientemente al Estado y a sus leyes”²⁵. Pero para que desde la periferia se construyera la idea de nación independiente fue necesario visibilizar y defender esa unidad moral, mental y cultural que nos hacía un “otro”, mediante el fortalecimiento de lo popular, que era realmente lo diferente, lo que no había sido influenciado por la cultura dominante.

²⁴ *Ibid.*, p. 10.

²⁵ *Ibid.*, p. 23.

Ahora bien, el avance de redes y flujos comunicativos va a articular los espacios inconexos y, por tanto, a las culturas locales, y posteriormente a las culturas nacionales, ligándolas entre sí de tal manera que la parte (nación) se empieza a integrar a un todo global, desterritorializándose lo local y, por ende, adquiriendo otro significado lo nacional. Por lo tanto, los Estados nacionales pierden su centralidad como productores de sentido y empieza a cuestionarse su legitimidad por el fenómeno globalizante, apareciendo nuevos referentes de identidades que sobrepasan y desbordan sus límites, produciéndose su reconfiguración. “La globalización supone una interacción funcional de actividades económicas y culturales dispersas, bienes y servicios generados por un sistema con muchos centros, que trascienden los Estados nacionales, en el que importa más la velocidad para recorrer el mundo que las posiciones geográficas desde las cuales se actúa”²⁶.

A pesar de lo anterior, el fortalecimiento de las culturas populares en América Latina sigue siendo una estrategia de consolidación de la nación, por lo que la concreción de las naciones es aún un reto para nuestros países que buscan ser reconocidos como diferentes y ser visibles de esta manera en el concierto mundial; en consecuencia, la construcción de nación no ha dejado de ser una utopía, una entidad incompleta.

Frente a los sinsabores del presente: los impasses, las dificultades (pobreza, subdesarrollo, atraso tecnológico), la nación cristaliza un sueño aun materializado. Cada país busca, entonces, los elementos de autenticidad ansiada en las raíces de sus expresiones populares. La cultura popular actúa como sustancia simbólica que articula una alteridad posible, encierra en la mente de los hombres las potencialidades de un mundo diferente²⁷.

Lo realmente problemático es que a pesar de que la construcción de nación sigue siendo el

proyecto político latinoamericano, el espacio del Estado-Nación se transformó. Entonces, ese espacio discontinuo y delimitado, que manejaba una autonomía en términos culturales, de carácter heterogéneo, propio de la primera modernidad, se transmuta debido a los avances tecnológicos generados en la modernidad-mundo, experimenta un quiebre de fronteras sufriendo, como decíamos, un proceso de desterritorialización, y por tanto de desarraigo.

En este sentido, el viaje y el concepto de cultura popular se transforman y son reconceptualizados debido a que el espacio en el que podían ser, en esta modernidad-mundo, sufre un proceso de reconfiguración. Tanto es así que el viaje ya no implica necesariamente desplazamiento, pues se puede acceder sin necesidad de moverse del lugar de origen, antes el viajero debía desplazarse, ahora se desplaza el lugar, por lo que el viaje no necesariamente connota separación. La distancia se relativiza y el trayecto se disuelve, el sentido de proximidad cambia, se experimenta la simultaneidad, lo que era antes desconocido y hacía parte del mundo de la diferencia se vuelve habitual. El sentido de extrañamiento propios del viaje y de la cultura popular se transforman en familiaridad; así, se produce un proceso de mutación de las identidades nacionales.

En esta modernidad-mundo priman las fuerzas de descentramiento e individualización, los límites propios del espacio de la modernidad se vuelven nimios, la globalización se presenta como un fenómeno integrador, así esa unidad moral, mental y cultural explosiva y traspasa las fronteras de lo nacional, ubicándose en otro tipo de categorías transversales de talla mundial.

²⁶ NÉSTOR GARCÍA CANCLINI. Consumidores y ciudadanos. Conflictos culturales de la globalización, México, Edit. Grijalbo, 1995.

²⁷ R. ORTIZ. Otro territorio, Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1998. p. 11.

De esta manera, la identidad nacional deja de ser la principal productora de sentido, apareciendo y posicionándose otros referentes identitarios que cuestionan su legitimidad, y que asumen ese privilegiado lugar. Las matrices de la cultura popular empiezan a ceder paso a realidades más abarcadoras que tienen que ver con el proceso que ORTIZ denomina mundialización de la cultura, pues las unidades de talla moral y cultural se tejen ya no desde lo popular local o nacional sino en estructuras mundiales.

Dentro del análisis de esta modernidad-mundo resulta interesante considerar la diferenciación de procesos que hace R. ORTIZ, ya que él trabaja dos conceptos: globalización de la sociedad y mundialización de la cultura. La globalización la relaciona con los fenómenos económicos, sociales y culturales que trascienden las naciones y los pueblos, aunque este término prefiere circunscribirlo principalmente a los niveles económicos y tecnológicos de la sociedad, dado que se constituyen en dimensiones sociales que brindan un tipo de unicidad a la vida. Por su parte, la mundialización de la cultura tendría que ver con la mundialización de los sistemas simbólicos y de sentidos, con la deslocalización geocultural. Es así como los espacios de antes, delimitados y poseedores de sistemas de sentidos particulares, son hoy descentrados por nuevos imaginarios y sensibilidades.

El espacio mundo aparece como totalidad, pasándose, como afirmara ORTIZ, de relaciones sociales “inter” a relaciones “intra”²⁸, debido a que éstas asumen pedazos de un territorio que hoy es fragmentado, y se constituyen en la forma de articular el movimiento globalizador. Los límites ya no determinan categorías como adentro o afuera, centro o periferia, ya que se desdibujan y la totalidad los abarca, “la parte no es más una unidad autónoma, se articula, o, mejor, es atravesada por el todo”²⁹.

De tal manera que la mundialización atraviesa los límites de lo nacional y por tanto reconfigura el sentido de lo popular que deja de ser una unidad autónoma y de connotar estaticidad, distinguiéndose hoy por su capacidad de movilidad y especialmente de transformación de sus imaginarios.

Según ORTIZ, el proceso de mundialización de la cultura es el producto principalmente de las industrias culturales, y en particular de los medios de comunicación que desde centros especializados de poder empiezan a definir un tipo de cultura popular de carácter internacional, motivando la vivencia de universos simbólicos construidos, que a pesar de su sentido unificador deben convivir con las diferentes formas de comprensión y aprehensión propias de los diversos países.

Por consiguiente, estas industrias logran desplazar la centralidad que en su momento tuvieron las culturas populares de carácter nacional y local, generándose un tipo de imaginario colectivo internacional popular, desterritorializado, y por ende distanciado de las identidades nacionales, que empieza a absorberlas a otro nivel. En este sentido, el mercado, las multinacionales, los medios de comunicación son instancias en las que se legitima lo cultural, pero desde una racionalidad de tipo económico, que pueden universalizar gustos, inclinaciones estéticas y formas de ser, como lo había hecho en la primera modernidad el Estado desde la cultura popular nacional.

La modernidad-mundo trae con ella otro tipo de civilización. La desterritorialización de los signos, imágenes y objetos echan raíces de una cultura internacional-popular. Mc Donald's [...] telenovelas brasileñas,

²⁸ *Ibid.*, p. 23.

²⁹ *Ibid.*, p. 8.

westerns, al lado de todo un paisaje de mercancías y cosas, son trazos constitutivos de una memoria compartida en escala planetaria. Con esto la noción de cultura popular se amplía. Pasa a comprender un conjunto de prácticas desarraigadas, cuya presencia es simultánea en los diferentes rincones de la sociedad global³⁰.

De este modo se generan prácticas culturales desarraigadas, simultáneas, a escala global, que nos empiezan a definir como ciudadanos mundiales, ya que el mundo penetra cada vez más de forma más contundente en nuestra cotidianidad. La cultura popular deja de distanciar y se convierte en un mecanismo de acercamiento; sin embargo, resulta fundamental entender que la mundialización implica manifestaciones desiguales, en la medida en que se presenta en espacios diferentes, en realidades territoriales que a pesar de un posible fenómeno homogenizante necesariamente siguen manejando características heterogéneas, por lo que esta mundialización, aunque tiende a igualar, no lo logra en su totalidad.

En este sentido la memoria se fragmenta, pero no sólo hacia afuera sino también hacia adentro; ya no se construye sólo desde lo nacional, sino que empieza a estructurarse desde nuevas identidades transversales, de grupos que también, desde su subalternidad, comienzan a reclamar su propia historia y su legitimación (mujeres, jóvenes, homosexuales, por ejemplo).

Resulta importante matizar las afirmaciones hechas señalando que en este “otro territorio” (ORTIZ, 1998) inmerso en la modernidad-mundo, a pesar de que se despliega un variado y prolífico conjunto de referentes, lo nacional, lo local y lo étnico, siguen determinando aún elementos identitarios, hoy abarcados dentro de nuevos referentes de carácter global.

La globalización, que exagera la com-

petencia internacional y desestructura la producción cultural endógena, favorece la expansión de industrias culturales con capacidad a la vez de homogeneizar y atender en forma articulada las diversidades sectoriales y regionales [...] y concede a las culturas periféricas la posibilidad de encapsularse en sus tradiciones locales³¹.

Por otro lado, a pesar de que la sociedad global incentiva la unificación cultural, las realidades son diversas y se construyen dependiendo de las diferencias que en términos sociales se mantienen y se profundizan, dado que esa aparente igualdad en términos de equidad no es posible, ya que sus forjadores, las instancias de dominio encargadas de construirla, manejan diferentes intereses y posiciones de poder, y a pesar de su interés unificante, en lo cultural, tiende a profundizar las brechas y diferencias que motivan que las luchas y las razones que las respaldan prevalezcan.

La globalización que aparentemente interconecta y tiende a la unificación no logra la uniformidad, pues se presenta del todo contradictoria y ambigua, y aunque aparentemente es una fuerza homogenizante y fragmentadora, no sólo une sino también, y principalmente, separa, porque socava las distancias y las diferencias, ya que profundiza las desigualdades utilizando como estrategia la ubicación de un imaginario colectivo universal en cada cultura, pero desde el tipo de racionalidad económica e instrumental propia del capitalismo.

Lo realmente importante es buscar la combinación de esa fuerza desterritorializadora con su antípoda reterritorializadora para enfrentar ese proceso de mundialización, formando

³⁰ *Ibíd.*, p. 18.

³¹ NÉSTOR GARCÍA CANCLINI. *La globalización imaginada*, Buenos Aires, Edit. Paidós, 1999, p. 22.

nuevos espacios en los que las fronteras se reconfiguren sin desaparecer del todo, pero fronteras de tipo transversal que partan, como afirmara R. ORTIZ, “de nuestros hábitos más prosaicos, aceptando que la utopía de la nación y la búsqueda y defensa de la autenticidad no son las metáforas que hoy permiten construir futuro, “ni la nación incompleta, ni lo popular ‘auténtico’ o ‘radical’ tienen fuerza para constituirse en signos de alteridad. No son más las metáforas privilegiadas para imaginar el futuro”³².

Bibliografía

ORTIZ, RENATO. *Otro territorio*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1998.

VIRILIO, PAUL. *Cybermundo o la política de lo peor*, Madrid, Cátedra, 1997.

MARTÍN-BARBERO, JESÚS. *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de comunicación en la cultura*, Chile, Fondo de Cultura Económica, 2002.

GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR. *La globalización imaginada*, Barcelona, Paidós, 2000.

GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos culturales de la globalización*, México, Edit. Grijalbo, 1995.

BAUMAN, ZYGMUNT. *En busca de la política*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2001.

³²R. ORTIZ. *Otro territorio...* cit., p. 19.