

El globalismo y el mainstream, sistemas globales de educación en las familias, una mirada a la pantalla de la cultura vulgar

Iván Rodríguez Sánchez*

Resumen

Este trabajo pretende ser un texto académico de investigación que plantea sus análisis dentro de una perspectiva sistémica, con la finalidad de poder estructurar argumentos que permitan comprender la alienación de la industria cultural global en la construcción de la realidad y las condiciones de desarrollo de las familias en ámbitos culturales. Enfocándome en las familias frente a la educación mediática que ofrece la globalización. Con la finalidad de ver a las familias como cúmulos informativos alimentados culturalmente por la televisión y la Internet y así, poder concluir en una crítica hacia el nivel cultural que impulsa el globalismo mediante la cultura mainstream que se emite a las familias consumidoras y receptoras para reproducir el estimado nivel de cultura vulgar.

Introducción

He de comentar inicialmente que el análisis de los temas aquí abordados derivan de investigaciones que han colocado a las familias

* Estudiante de la licenciatura en Sociología de la Universidad de Guadalajara.

en el terreno de la globalización y que ha servido, como escenario socio-contextual de estos grupos sociales, y así, entrelazar dicho contexto con el objetivo de esta investigación, que es el de proporcionar una perspectiva de análisis propia de los estudios de la cultura, que sirva, para abundar en la comprensión del tema de la familia como un fenómeno social.

El análisis que se emplea en este texto comprende su discurso en conceptos claves como, el “*globalismo*”, el “*mainstream*”, las “*familias*” y finalmente “*la cultura vulgar*”. Estructurando así, un marco contextual que permite crear una sistematización de enfoques temáticos que se plantearán con el fin de comprender y reflexionar algunos de los cambios que ha traído la globalización al ámbito familiar; en relación a esa seducción de contenidos que se han convertido culturales, y que consumimos ya sea consciente o inconscientemente en nuestros mundos de vida cotidianos, en gran medida, gracias a dos medios importantes de difusión, de información como la Internet y la televisión, que de alguna manera nos educan y nos permiten crear realidades bajo determinados códigos masivos informacionales, de los cuales, estos últimos, complementarán el análisis reflexivo final sobre la calidad de la información consumida ya desde una perspectiva de producto cultural, que más adelante se detallará y se conocerá como *la cultura vulgar*. Una cultura, que dentro de la visión de este texto vendrá a conformar un factor de riesgo para la solides de las familias.

El Globalismo mainstream, una ideología que perfila a la familia

La siguiente construcción conceptual me ha servido para formar un análisis, que me permite entender las condiciones contextuales

sobre las cuales la familia se educa, se comporta y se crean culturalmente.

Primeramente, el concepto de **globalismo** toma importancia porque según Safransk (2004), vendría siendo el aspecto intelectual o ideológico ante el fenómeno de las globalizaciones; una ideología que trata de colocar la imagen de una sociedad de carácter mundial dentro de una presentación unidimensional, caracterizándose además de no quererse dar cuenta de que los efectos de la globalización en las sociedades, están creando discordancias y diferencias en la senda evolutiva de cada grupo socio-cultural en el mundo.

Tomando en cuenta este referente como un contexto existente y latente en nuestro sistema neoliberal, entendemos que hay una “intención global” por reformar, paralizar y legitimar todas aquellas construcciones sociales que permitan orquestrar un mayor control de los principales sistemas, el económico, el político y el informativo.

¿Cómo se relacionan estas implicaciones con las familias?, no es difícil entenderlo, “Ya que la familia se encuentra en una posición en la que sus valores tradicionales y la soberanía ideológica que le son consustanciales se están debilitando en favor de los de la globalidad” (Quiroz, 2001:2).

Sintetizando, tenemos una globalización que podemos ceñirla como una develación natural del sistema neoliberal en su expansión del capital, y que hasta este nivel, la globalización no tiene una mente por así decirlo, sino hasta que el mismo neoliberalismo en óptica de Safransk, utiliza a la globalización para deshacerse de las obligaciones sociales, tales como “los aspectos ecológicos”, “sindicales”, “sociales” e “impositivos”; que dan como resultado una mente que busca desequilibrar estructuras y sistemas que traben el movimiento del capital y las condiciones a la rentabilidad. Y ¿para qué sirve este análisis a



mi tema de la familia? Para hacer consciente esas fuerzas invisibles sistémicas y globales que tiene la intención de moldear de alguna manera nuestras instituciones, como por ejemplo “la familia”; debido a que la familia como institución, dice Covarrubias, citado de Quiroz, “se muestra como grupos concretos donde sus miembros individuales actúan, sienten y piensan, de acuerdo a pautas y normas culturales de la sociedad” (Quiroz, 2001:6); (por ello, es necesario reconocer el globalismo como un sistema que busca organizar la familia) y también para destacar el coincidir con Manuel Zatarain en cuanto a que “son erráticas todas estas opiniones que le conceden a la familia un papel de primer orden en el proceso educativo”.

En este sentido, de que “la globalización no es un proceso unitario, sino, más bien, múltiple” (Safransk, 2004), la educación también figura en este mismo haber del proceso multidimensional, y que con lo ya pautado anteriormente, es entendible mencionar que la educación también tiene su propio *globalismo*.

El termino educación no solamente está ligado a las instituciones escolares que forman parte de nuestro sistema educativo impulsado por el Estado, como bien sabemos; así que este concepto tendrá su entender en un ámbito cultural, ya que la educación vista fuera de la imagen de las escuelas, pero dentro de la imagen de la cultura de masas, muestran otros panoramas de realidad, y que señalan percepciones y representaciones sociales igualmente distintas del mundo social y de sus construcciones.

Identificando teóricamente y empíricamente este tipo de educación de masas producida por los medios de comunicación que consumimos como parte de nuestro ocio y tomando en cuenta lo que implica el globalismo, es de considerar entonces que mediante el mainstream, es en donde se vierten esas ideologías de dicho globalismo con el fin de influir en el comportamiento de las familias mediante un entretenimiento global.

Para entender mejor esta idea, el mainstream según Martel (2012), literalmente significa “dominante” o “gran público”, y es un fenómeno que se emplea para un medio o como un producto cultural destinado a una gran audiencia; y que se puede apreciar esta dominación en un medio como la televisión, ya que Quiroz menciona que:

A través de la televisión por cable se nos transmite una forma de vida diferente; en que las formas de construir la familia responde a otros patrones y valores, y en que, muchas veces las ideologías inherentes de las familias de otras culturas, entran en conflicto con las construcciones de familias de los Estados-nación (2001:3).

Así que este fenómeno que probablemente surge de una manera similar al globalismo, pero dentro de un enfoque más específico, como la globalización del entretenimiento; nos está diciendo en este sentido que los contenidos que vemos están seleccionados de manera que se distribuyan en la mayor parte de la geopolítica global, con un único mensaje representativo, el de “la realidad americanizada”.

Esto tiene un gran peso en las familias latinoamericanas, ya que estamos hablando de una educación alienada, que inducen el ver la realidad, el comportar y sobretodo, el reaccionar de las familias bajo una influencia de un *soft power* estadounidense, y digo estadounidense ya que la “cultura” mainstream, dice Frederic Martel (2012) se caracteriza por crear una interdependencia con E.U. y por cultura se entiende según Malinowsky y Mead, citados por Faundez, que es: “el conjunto de representaciones y de comportamientos adquiridos por el hombre en cuanto ser social”.

En este sentido, la cultura mainstream está produciendo representaciones y comportamientos que son transmitidos como entretenimiento a través de las pantallas televisivas y que son adquiridos por las familias.

Entonces esto agudiza aún más la idea que ya Quiroz tenía de la familia ante la globalización; esto como vemos ya supone una gama de posibles cambios desde la representación, la concepción y la dinámica familiar en la sociedad, pero lo que se desea destacar aquí, es que se deja oprimido ese sentido autónomo y consciente de elegir o construir culturalmente las condiciones de desarrollo para las familias, vistas desde la perspectiva de los jefes de familia en la educación desde el hogar; y digo autónomo en el sentido de que gracias a la diversidad cultural que idealiza la globalización; la familia, según Quiroz (2001), también se ha vuelto diversa, a tal medida que ya no estamos hablando de la “familia” sino de las “familias”, las cuales propone perfilarlas bajo un modelo de *responsabilidad individual*, la cual consiste en:

traer mayor democratización y equidad de género a los miembros de la familia, y que tratara de “modernizar” y liberar a sus miembros de la opresión institucionalizada de la familia patriarcal.

Sin duda esto nos está hablando de la existencia de una autonomía en las familias, visto como un efecto que se gesta ante la producción de esas imágenes y sueños alternativos a modelos familiares que ya se han citado anteriormente. Y como afirmo Jacques Lesourne:

La sociedad evoluciona hacia una sociedad de la información, en donde las nuevas tecnologías, en especial la informática, desde ahora y, sin duda, todavía más en las formas que adaptaran más adelante, puede también ser un medio de producir más “autonomía” (Lesourne Jacques, 1993).

Ante todo lo ya mencionado hasta el momento, podemos darnos cuenta de una contradicción algo sutil de ideas, ya que por un lado, está el planteamiento de que las familias viven dentro de este glo-

balismo enfocado a la educación mediática en relación a la cultura mainstream, como una tendencia a la construcción de modelos familiares que obedecen a los intereses del primer fenómeno global y que reflejan a su vez una dependencia inconsciente a la industria cultural, y por el otro lado, tenemos el planteamiento y las referencias que nos hablan de que las familias son cada vez más diversas y autónomas debido a la globalización; Así que, estamos ante otro ejemplo de que la globalización no es un fenómeno unívoco y desprotegido de contradicciones (Falquet, 2011); de ser familias autónomas, y a la vez, ser familias oprimidas (teóricamente hablando) en el sentido cultural e informacionalmente. Y esto es interesante reflexionarlo, porque no podemos pensar en las familias sin dejar de lado la carga informacional que se contiene en ellas, ni del cómo y qué medios, son los que tienen las familias para acceder a una información que les darán los elementos culturales para relacionarse e intercambiar significados compartidos dentro de las dinámicas de una determinada sociedad.

Sin embargo, este doble discurso en torno a las familias (de familias autónomas y de opresión a la autonomía familiar) me remite a Milton Freadma, en su texto "El Poder de Elegir", aunque dicho texto no habla de las familias, el sentido de su tesis dada a mi interpretación, ejemplifica de manera analógica una explicación a esta coyuntura de autonomía, ya que la idea que él presenta, si la transportamos hasta este punto del tema a desarrollar, nos diría que como familias, somos "libres de elegir" en cuanto lo que podamos escoger de lo que el sistema neoliberal nos ofrece, poniendo sus condiciones y orillando a las familias a que limiten sus necesidades y condiciones culturales, si es que no desean estar desprotegidas del mismo sistema que las ha visto nacer.

Así que la autonomía existente que Quiroz connota, en este sentido sombrío, queda como una ilusión materializada y vivificada, y, a su vez, a una implicación sobre la educación mediática para las familias.

Pues ya Zatarain mencionó que “en los asuntos de la educación esa libertad se encuentra condicionada por los valores que entraña la modernidad (2010: 242).

Sin duda los cambios que se han develado en la actualidad con respecto a todo este juego de sistemas globales, siguen superando en cierta medida, lo que se ha escrito anteriormente acerca de la globalización y las familias, y actualmente siguen siendo temas cada vez más polémicos y complejos que cuando los tratamos a su relación con las familias, se teje un mapa conceptual tan diverso que cargan aún más de significados a estas familias; pero estos contextos de la industria cultural, que son los que la cultura mainstream ha inducido para ser reconocidos, aceptados e interiorizados por las familias en su mayoría, forman parte de la realidad que construye a las familias de nuestra época, pues es lo que el sistema ofrece y es lo que conocemos.

Ya que se ha planteado toda una construcción de análisis de sistemas que se desglosan hasta este momento para enarbolar las condiciones socio-culturales de una educación mediática dirigida a las familias, y que son impulsadas por las tecnologías informáticas que transmiten un tipo de información del entretenimiento; sigue ahora, analizar brevemente dos grandes emisores de estos contenidos mainstream que son consumidos por las familias, (pertenecientes a la cultura de masas) y que vendrían siendo el mensaje semiótico recibido (si se desea ver de esta manera) que caracteriza a un determinado tipo de nivel cultural.

Televisión e Internet, medios de difusión del mensaje

Las “familias”, actualmente viven expuestas a este mainstream americanizado que presta interés en las actividades que tenemos fuera de las escuelas y el trabajo, para entregarnos ocio y entretenimiento.

Estos a su vez se convierten en productos que se valoran en marketings y audiencia, (si nos referimos exclusivamente a los contenidos que figuran en los productos audio-visuales), como por ejemplo la televisión y algunos otros aparatos con sistema multimedia-interactiva que su principal uso es el Internet, (computadoras, celulares inteligentes, tablets, etc.) estos se vuelven los medios emisores de este mensaje codificado en entretenimiento, cargado de significados y de subjetividades, esto, si lo vemos como un producto cultural.

Este mensaje, del cual se ha estado tratando a lo largo del texto, necesita de un método igualmente masivo como la televisión, que le permita transmitir dicho mensaje a la mayor gente posible, pero más específicamente a las familias, ya que según Jesús Martínez (1997), hace mención a que "si la televisión en América Latina tiene aún a la familia como unidad básica de audiencia es porque ella representa para las mayorías la situación primordial de reconocimiento (1997: 233)".

Y es este reconocimiento por parte de las familias que el mensaje del globalismo emitido por la televisión así como por el Internet, hacen de la cultura mainstream un mundo más representativo para las familias, pues los contenidos que se consumen de estos medios, principalmente los de la televisión, transmiten esa inmediatez de lo que la imagen denota y connota como un mensaje simbólico hacia las familias. Puesto que la imagen como el lenguaje principal de la televisión, es mayormente asimilada por las familias, esto según a que "en la evolución es más inmediato y primario sentir que pensar. Pues las células organizadas para sentir requieren menos complicaciones que las células organizadas para pensar: imagen/animidad igual a idea/racionalidad (López José A. (1998:19)".

Así mismo, la televisión ya implica un factor de riesgo para las familias, en la medida que esta limita la comunicación en los integrantes de ella, así como su interacción; y es algo que se refleja también en

el consumo de contenidos de internet por parte de las familias, de acuerdo a lo que Igarza (2009) dice en cuanto a que “el sistema de consumo de la familia se ha visto derrotado por la T.V. de habitación y la explosión de las unidades de conectividad a la internet por doquier (2009:153)”.

Ahora, la televisión es un medio que tiene que estar controlado por el mismo sistema cultural global, pues de lo contrario, no se mandarían estos mensajes mainstream a las familias; además, de que estos contextos en donde existe un consumo individuado entre los integrantes de la familia en torno a diferentes medios de emisión, parecen realmente estar cumpliendo con las expectativas que desea el globalismo, cuando se mencionó que este, alteraría las instituciones para garantizar la estabilidad del sistema mismo.

En cuanto a consumo de contenidos por medio de Internet, el panorama referente a las familias toma un ligero cambio, pues de acuerdo a Castells (2011), existe una lucha por hacer de este lugar virtual llamado Internet más libre y menos controlado por los corporativos, de manera que *la cultura de Internet*:

Es una cultura construida sobre la creencia tecnocrática en el proceso humano a través de la tecnología, practicada por comunidades que prosperan en un entorno de creatividad tecnológico libre y abierto, asentada en redes virtuales dedicadas a reinventar la sociedad y materializada por emprendedores capitalistas en el quehacer de la nueva economía (2001:77).

Con esto quiero decir que la diferencia de estos dos medios de difusión, televisión e Internet, juegan un papel importante para las familias, porque nos habla primeramente, de que estas familias receptoras del mensaje, se construyen culturalmente con la información que obtienen de este mensaje abstracto y subjetivo, ya con una intensidad diferida.

Ya que las familias que tienen al Internet como su consumo cultural, posiblemente no sólo reciben el mensaje mainstream en menor intensidad, sino que al ser un medio de difusión menos controlado por el globalismo, tienen la oportunidad de convertirse en familias más creativas ante este sistema construido, y digo creativas, en el sentido de desarrollo humano, pues de acuerdo a Rodríguez y Palacios (2001), una de las principales funciones de la familia es procurar un contexto de desarrollo, socialización y de realización personal ligado a la adultez humana .

Aunque claro, como se está reflexionando el tema de las familias dentro de una cultura de masas, es prudente tener en cuenta cuál es el nivel o tipo de cultura que se devela de todas estas relaciones sistémicas y teóricas que hasta este momento se han agrupado en torno a los medios y sus correspondientes implicaciones con respecto a qué tipo de desarrollo se está logrando en las familias. Debido a que, ya sea, televisión o Internet, son medios puestos en una escena de industria cultural global que construyen diferencias como ya se ha puntualizado, pero aunque, exista esta diferencia en cuanto a la intensidad del mensaje, la televisión parece mantener un lugar primordial de emisiones de entretenimiento mainstream en México, ya que grupos televisivos como Televisa, quien es el líder mundial en la producción de programas de televisión en español en México y Americana Latina con 53,000 horas de programación como las que se produjo en 2003 ,esto según Joan Costa (2011), ejemplifica la masividad y la intensidad del mensaje que consumen las familias. Ahora esto no significa que “la diversidad de canales y programas supongan necesariamente diversidad de contenidos (Castells, 2009: 181)”.

Por lo que se sigue comprobando que este mensaje mainstream es la constante de lo que se transmite en estos medios de difusión masivos. Cuando vemos a las familias como las receptoras o consumidoras de este mensaje, se percibe el reflejo de una apropiación

que tilda hacia la reproducción de un nivel cultural que converge con toda esta historicidad planteada, por lo que se podría traducir finalmente a una producción y reproducción de la cultura vulgar.

Tratar el tema de la cultura vulgar es algo nebuloso, y aún más, si lo referimos a las familias que de alguna manera forman parte de la cultura de masas, pero como mencionó Chesterton: “la vulgaridad, precisamente por indefinible, la palabra es indispensable”, en la revista *Nuestro Tiempo*, número 674, año 2012.

Ya que mediante a lo que se estructura, se entiende que el mensaje mainstream lleva sus contenidos a la vulgaridad a través de los medios, los cual es como ya se ha mencionado, son aceptados por la mayoría de las familias que constituyen los altos niveles de audiencia y de conectividad.

Pero es importante considerar la cultura vulgar y su simbiosis con las familias, debido a que “la vulgaridad se ha deslizado en la televisión, el cine, la publicidad, el lenguaje... y se ha convertido en un fenómeno transcultural y transnacional” (Azuelo D., Navas A., Arrieta A., Pagala F. 2012: 1).

Por lo tanto se puede interpretar que este mensaje mainstream, estaría cargado de contenidos vulgares en su mayoría; esbozando de esta manera, que si las familias son la unidad básica de audiencia, es porque han seleccionado esta información como valor de carácter cultural altamente representativo. Distinguiéndose, según Busquet (2008), a la cultura vulgar de entro otros niveles de cultura por su calidad, al ser una cultura que:

Elabora productos culturales que se caracterizan por la escasa profundidad y el grado elemental de elaboración formal y simbólica. La cultura vulgar no tiene pretensiones y explota géneros que, en determinados casos, son idénticos a los de la cultura mediocre o refinada, pero también incluye espectáculos, jugos, etcé-

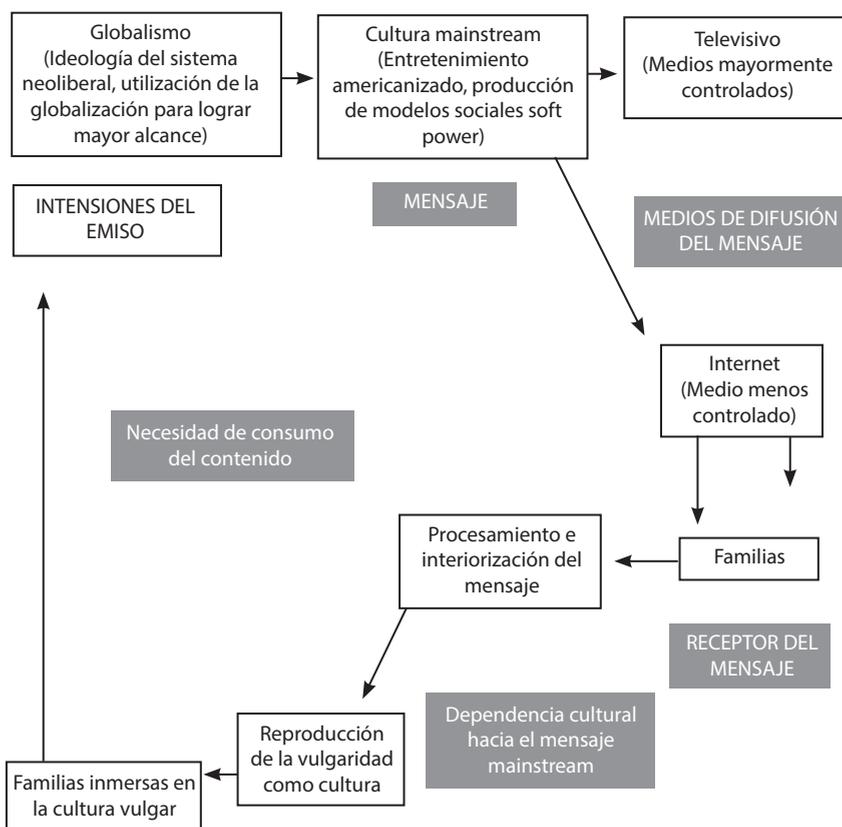
tera. Todos los productos de la cultura vulgar, como por ejemplo la pornografía, se caracterizan por su rudeza y por una absoluta falta de sensibilidad (2008:96-97).

Expresando que esta medida cultural, que va desde el globalismo, el mainstream y los medios, entrelaza el mensaje de institucionalizar la vulgaridad desde el núcleo de las sociedades, para que las familias sigan la reproducción de estos contenidos ya como una cultura, pero de carácter vulgar, la cual se interioriza y puede llegar a percibirse en las formas de expresión familiar, en su comportamiento, en el consumo y la manera en la que le dan sentido a su realidad. Y para ilustrar aún más esta ventana a la cultura vulgar en conjunto con las variables que lo complementan ante este análisis y hacer su entender; quiero relacionar la siguiente cita a Horkheimer, en su crítica a la modernidad y la sociedad de masa, haciendo mención a que el progreso de la industria de la cultura tiene sus bases en las propias leyes generales del capitalismo, y el resultado es que las masas se cultivan según un mito del éxito que en realidad nunca llegan a alcanzar.

Pero no sólo se trata de señalar estas relaciones, sino también de permitir ver que las familias están inmersas en un sistema de comunicación cultural aglomerado, que alimenta al propio sistema a que perdure y se consolide por la educación mediática que ofrecen las tecnologías de la informática.

Esta comunicación, tiene una fuerte injerencia con lo que según Chomsky alude a las estrategias de manipulación mediática, ya que señala que:

1. Mantener al público en la ignorancia y la mediocridad. Hacer que el público sea incapaz de comprender las tecnologías y los métodos utilizados para su control y su esclavitud. "La calidad de la educación dada a las clases sociales inferiores debe ser la más pobre y mediocre posible, de forma que la distancia de la ignorancia que planea entre las clases inferiores y las clases



Fuente: Elaboración propia.

sociales superiores sea y permanezca imposible de alcanzar para las clases inferiores.

2. Estimular al público a ser complaciente con la mediocridad. Promover al público a creer que es moda el hecho de ser estúpido, vulgar e inculto...(Chomsky, 2013)

Destacando que esta problemática va más allá, de lo que la simple frase; *de que la televisión es dañina; en cuanto a que las mismas familias lo refieran o crean.*

A manera de conclusión, la mayoría de las familias parecen estar volviéndose mainstreams, con la capacidad de institucionalizar la vulgaridad como un valor cultural agregado a esta misma diversidad familiar, donde la reproducción de la vulgaridad que se ha cristalizado como una construcción cultural para las familias por medio de las diferentes formas de lenguaje que son emanadas principalmente de la televisión; para que sean las mismas familias las que pasen de consumidores pasivos a activos, pero con este mismo protocolo de comunicación mediática y alienada, que lo único que hacen es estar demandando cada vez más este tipo de mensajes.

Ahora bien, si es errático colocar a las familias aquel papel de primer orden en ese proceso educativo, considero que al menos sí tienen la responsabilidad de evaluar críticamente el tipo de contenido con el cual se están desarrollando para lograr una mejor calidad social, pues en esto radicaría una autonomía cultural. Ya que las familias, más que un concepto, son principalmente la esencia humana de la sociedad.

Bibliografía

- AZUERO D., NAVAS A., ARRIETA A. y PAGALA F. (2012). La Vulgaridad se Viste de Seda, *Nuestro Tiempo Revista cultural y de cuestiones actuales de la Universidad de Navarra*, Número 674, mayo-junio 2012, recuperado en <http://www.unav.es/nuestrotiempo/es/temas/vulgaridad-viste-seda>.
- CHOMSKY, N. (2013). Las 10 Estrategias de Manipulación Mediática, recuperado en <http://www.youtube.com/watch?v=q0XKWY8Ni7Y>, canal de YouTube: Asociación Democracia Real Ya.
- BUSQUET, Jordi (2008). *Lo sublime y lo vulgar: La "cultura de masas" o la pervivencia de un mito*, Barcelona: UOC.

- CASTELLS, Manuel (2001). *La Cultura de Internet, en La Galaxia Internet*, Barcelona: PLAZA & JANES.
- (2009). *La Comunicación en la Era digital en Comunicación y Poder*, Barcelona: Alianza.
- COSTA, Joan (2011). *Identidad Televisiva en 4D*, Bolivia: Desing.
- FRIEDMAN, M. (1992). *El Poder de Elegir: hacia un nuevo liberalismo económico*. Grijalbo.
- IGARZA, Roberto (2009). *Burbujas de Ocio: Nuevas formas de consumo cultural*, Argentina: La Crujia.
- JULES, Falquet (2011). *Por las buenas o por las malas. Las mujeres en la globalización*, Bogotá: Facultad de Ciencias Humanas (Universidad Nacional) & Instituto Pensar (Universidad Javeriana).
- LESOURNE, Jacques (1993). *Educación y sociedad, los desafíos del año 2000*, traducción: Rubén Núñez, Gedisa.
- LÓPEZ, José A. (1998). *Como librarse de la tele y sus semejantes: Ayudas para educar con el análisis de contenidos*, Madrid: CCS.
- MARTEL, Frederic (2012). *Cultura Mainstream, como nacen los fenómenos de masas*, Madrid: Santillana.
- MARTIN, Jesús (1997) *De Los Medios a Las Mediaciones: comunicación. Cultura y hegemonía*, Barcelona: Gustavo Gili, pp. 233-236.
- QUIROZ, M. (2001). La Matriz Familiar en la Era de la “Mundialización”, Chile, *Revista Análisis de coyuntura*, Chile: Universidad de Concepción.
- RODRIGUEZ, M. y PALACIOS, J. (2001). *Familia y Desarrollo Humano*, Madrid: Alianza.
- SAFRANSK, Rudiger (2004). *¿Cuanta globalización podemos soportar?*, traducción del alemán de Raúl Gabas, Barcelona: Tusquets.
- ZATARAIN, Manuel (2010). *Educación y familia: de la utopía a la realidad, en Miradas divergentes sobre mujeres, género y familia: imaginarios, conceptos, presencias y haceres*, Cuevas Aurora y Salcido Rocío del Carmen coordinadoras, Guadalajara: U de G.