



LA GLOBALITZACIÓ

Josep F. Mària i Serrano

Introducció

1. La globalització tecnoeconòmica

2. La globalització sociopolítica

3. La globalització cultural

4. La globalització i el seu “govern”

Notes

Qüestionari per al debat

Josep F. Mària i Serrano, sj. (Barcelona 1965), és llicenciat en economia i en teologia, està preparant la seva tesi doctoral en economia. Professor a ESADE (Univ. Ramon Llull), és membre del Consell Directiu del *Centre d'Estudis Cristianisme i Justícia*.

INTRODUCCIÓ

“Ah, si, la globalització!
És una meravellosa excusa
per a moltes coses.”
(R.M. Solow Nobel d'Economia)

Els humans tendim a fabricar *paraules-ídol*: paraules a les quals atribuïm un contingut no del tot veritable, i que ens serveixen d'excusa per a mantenir els propis privilegis. Per exemple, els pares i mares que estan cansats de renyar els fills sense èxit, s'inventen *l'home del sac* perquè els nens els creguin. *L'home del sac* és una paraula-ídol amb una part de veritat (els nens han de fer cas de moltes coses que els manen els seus pares); però també serveix als pares per “controlar” els seus fills quan estan cansats.

Globalització s'ha convertit en una *paraula-ídol*: en part respon a la veritat d'un fenomen i d'un procés; però és també una arma que aixequen alguns per a mantenir o fer progressar situacions injustes. És aquesta manipulació el que denuncia la frase de Robert M. Solow.

Globalització és l'excusa d'alguns pensadors, homes de negocis o polítics per a retornar a situacions de capitalisme salvatge, ara que Occident i sobretot Europa han assolit algunes cotes de justícia per a tothom amb l'Estat del Benestar. És l'excusa d'alguns governs (de països tant rics com pobres) per amagar llurs errors de política interior o algunes inconfessables opcions (1).

Però, també com *l'home del sac*, *globalització* respon a diverses realitats. Avui podem comunicar-nos per correu electrònic amb l'altre costat del món; rebem moltes informacions a través de la televisió; comprem habitualment productes “Made in Taiwan”; el nostre cosí treballa en una multinacional japonesa; ens preocupen els drets humans conculcats en certs governs de països llunyans; i la Unió Europea està essent cada cop més present en les nostres vides. Totes aquestes són realitats relacionades amb la globalització.

També s'hi relacionen preguntes importants que ens podem fer: Quines conseqüències tindrà Internet en l'educació dels nostres fills? Què passarà amb les llengües parlades per pocs milions d'habitants, ara que l'anglès s'imposa com a vehicle de comunicació internacional? Com a assalariats, hem d'acceptar de perdre poder adquisitiu o prestacions socials, “perquè si no l'empresa serà poc competitiva i haurà de plegar”? Com he de relacionar-me amb els joves magrebins que treballen a l'edifici en construcció del meu carrer? Cal un Tribunal Internacional que jutgi els polítics que violen els drets humans?

Globalització: aquesta paraula-ídol té una forta ambigüitat; però ens permet apropar-nos als riscos i les oportunitats que ens esperen a l'inici del segle XXI. Val la pena, doncs, intentar clarificar-la: per a evitar-ne els riscos i potenciar-ne les oportunitats.

En una primera aproximació, entenem la globalització com un procés d'interconnexió financera, econòmica, social, política i cultural que s'accelera per causa de l'abaratiment dels transports i de la incorporació en algunes institucions (empreses, organitzacions socials, famílies...) de tecnologies de la informació i de la comunicació (TIC), en un context de crisi econòmica (1973), de victòria política del capitalisme (1989), i de qüestionament cultural dels grans ideals.

Aquesta interconnexió que certes institucions aprofiten indueix un canvi que revoluciona el funcionament de les societats industrials i que, de moment, ha accelerat l'exclusió de zones geogràfiques, de col·lectius humans o de cultures senceres. Però té un potencial considerable de foment del benestar econòmic i d'interrelació humanitzadora entre persones o entre grups humans.

En aquest quadern, analitzarem el fenomen de la globalització des de tres nivells d'anàlisi: el tecnoeconòmic, el sociopolític i el cultural.

— El nivell *tecnoeconòmic* es relaciona amb les necessitats de *supervivència* dels individus, i inclou el sorgiment de tecnologies i llur ús en els processos econòmics de producció i distribució.

— El nivell *sociopolític* es relaciona amb les necessitats humanes de *convivència*, i se centra en els grups socials i les formes de poder polític.

— Finalment, el nivell *cultural* té relació amb la necessitat de *sentit* per a la persona, i inclou les idees i els valors dels grups humans, traduïts en institucions que ordenen les vides de la gent.

Cada nivell d'anàlisi té una dinàmica pròpia, marcada per la lògica de funcionament de les institucions que hi operen. El fenomen de la globalització es manifesta amb un rostre concret en economia, perquè les empreses o els treballadors l'hi ha donat; amb un altre rostre al nivell sociopolític perquè els moviments socials, els partits polítics o els Estats l'hi estan donant; i amb un tercer rostre al nivell cultural perquè famílies, escola o institucions de lleure el configuren així. D'altra banda, aquests tres nivells estan relacionats i interaccionen en tots sentits: les accions empresarials tenen conseqüències culturals; i a la inversa, les cultures locals condicionen les accions empresarials, etc.

Creiem que no es pot atribuir, *a priori* a cap dels tres nivells la preponderància en l'explicació de les diverses realitats socials. En l'anàlisi de la globalització, comencem pel nivell tecnoeconòmic perquè creiem que la interconnexió i la facilitat de transport de persones i mercaderies són fets *tecnològics* que han estat sobretot aprofitats per les *institucions econòmiques*... encara que es tracta d'un procés molt poc lineal, i que no es pot explicar només per causes econòmiques (2).

Després d'analitzar la globalització a aquests tres nivells (capítol 1: globalització tecnoeconòmica; capítol 2: globalització sociopolítica; capítol 3: globalització cultural), intentarem una definició més rica de la globalització i farem propostes per al seu "govern" (capítol 4). En efecte, la naturalesa d'aquest fenomen el fa susceptible de ser governat: creiem que cal configurar-lo de manera que afavoreixi a tothom, i especialment els més pobres.

1. LA GLOBALITZACIÓ TECNOECONÒMICA

1. Revolució en les tecnologies de la informació i de la comunicació (TIC)

El tombant de mil·lenni és una època de canvis ràpids deguts en part a la introducció accelerada, des de mitjans dels anys 70, de les TIC en les formes de producció i de vida de molta gent, sobretot als països industrials.

Les dades següents, corresponents a 1995 (3), poden ajudar-nos a mesurar les dimensions d'aquest fenomen.

La primera columna del quadre mostra que la capacitat de la població mundial per a rebre missatges a través de la televisió és bastant important; la segona i la tercera fan palès que la comunicació telefònica i l'ús d'Internet han assolit proporcions considerables. Finalment, les diferències entre les xifres de la primera i la segona fila mostren que la incorporació d'aquestes TIC és molt desigual segons es tracti d'un país industrial o d'un país pobre.

D'altra banda, en xifres absolutes, l'any 1997 es calculava que hi havia 1260 milions de telespectadors, 690 milions d'abonats al telèfon i uns 200 milions d'ordinadors (4).

Respecte a l'evolució futura de les TIC afegim que el correu electrònic guanya al correu postal per 10 a 1; i que Internet ha aconseguit 50 milions de clients en 5 anys, la qual cosa va costar als ordenadors personals 16 anys, i a la televisió 13 anys.

La tendència de futur, doncs, és a l'augment de les dimensions de la comunicació informàtica i del negoci que genera la indústria de la comunicació.

<i>Bloc de països</i>	<i>N. de TV per 1000 hab.</i>	<i>Línies de telèfon principals per 1000 hab.</i>	<i>Usuaris d'internet per 1000 hab.</i>	<i>N. de PC per 1000 hab.</i>
Industrialitzats	524	414	17,9	156
En desenvolupament	145	39	0,5	7
<i>Total mundial</i>	228	122	4,8	44

En resum

Per tant, la incorporació de les TIC, a les empreses i a les famílies s'està produint de manera molt ràpida, i pot portar prosperitat a molta gent. Però de moment hi ha un accés desigual a aquestes tecnologies, depenent del grau de desenvolupament dels països.

2. Les TIC en l'economia: canvis en les grans magnituds

La crisi econòmica esclatada el 1973 va fer més forta la competència entre empreses. Les poc eficients van desaparèixer, i les supervivents van modificar les tècniques organitzatives i van incorporar les TIC a fi d'esdevenir competitives en els àmbits nacional i internacional. L'abaratiment dels costos de transport ha possibilitat a més empreses la internacionalització de les seves activitats.

A nivell de grans magnituds, podem afirmar que la introducció de les TIC, l'abaratiment dels transports i els canvis organitzatius han permès que les taxes de creixement de les economies als anys 80 superessin les xifres baixes dels anys 70. Però aquesta remuntada ha anat acompanyada d'un increment de la desigualtat i també de canvis en diversos àmbits del sistema econòmic (5).

Comencem analitzant els canvis de macromagnituds. En primer lloc, als països industrials, les taxes de creixement dels anys 80 es van recuperar respecte a les dels anys de crisi, els anys 70. Ho mostra el següent quadre.

Taxes de creixement econòmic anual (PIN) de 1960 a 1993					
	1960-73	1973-79	1979-82	1982-90	1990-93
<i>EUA</i>	4.0	2.4	-0.1	3.6	1.2
<i>Europa</i>	4.8	2.6	0.9	2.7	0.6
<i>Japó</i>	9.6	3.6	3.7	4.5	2.1
<i>OCDE</i>	4.9	2.7	0.8	3.5	1.1

En segon lloc, el PIB per càpita tant dels països industrialitzats com dels països "en desenvolupament" ha crescut després de la crisi de 1973. Les següents dades (6) ens ho mostren:

PIB per càpita (en dòlars de 1987)			
<i>Bloc de països</i>	1970	1980	1995
<i>Industrialitzats</i>	9.344	11.169	12.764
<i>En desenvolupament</i>	474	685	867
<i>Total mundial</i>	2.660	3.116	3.417

En tercer lloc, però, els canvis que han portat a aquesta recuperació del creixement han tingut conseqüències negatives en la distribució de la renda.

Observem les següents dades (7):

% del PIB mundial posseït			
<i>L'any</i>	<i>Pel 20% més pobre</i>	<i>Pel 60% mig</i>	<i>Pel 20% més ric</i>
1900	8,9	40,2	50,9
1950	5,1	35,4	59,5
1980	3,4	40,8	55,8
1994	4,1	31,7	64,2

Aquests quadre indica que, així com entre 1950 i 1980 les classes mitjanes varen millorar; entre 1980 i 1994 han perdut renda a favor del 20% més ric, que ha passat a controlar del 55,8% al 64,2% de la renda mundial.

En conjunt, doncs, la desigualtat ha crescut en aquests darrers anys.

També ha crescut la pobresa. El juliol de 1999, el Secretari General de l'ONU Kofi Annan anunciava a Ginebra que el nombre de pobres al món s'havia duplicat des de 1974. I així, dels 6.000 milions d'habitants del món de 1999, la meitat havien de sobreviure amb 3 dòlars per dia; i un de cada dos d'aquests pobres no guanyava més d'1 dòlar per dia (8).

3. Canvis en els diversos àmbits econòmics

Si passem a analitzar els canvis en àmbits concrets de l'economia, veurem que han estat importants; i que segurament estan marcant tendències de futur, de manera que es traduiran en canvis quantitius encara més importants. Aquests canvis consisteixen en:

- l'expansió de noves formes de producció;
- els canvis en el món del treball;
- els canvis en el capital;
- el deteriorament del medi ambient;
- i l'evolució del paper de l'Estat com a agent econòmic.

3.1. Noves formes de producció: desmaterialització i desnacionalització

Als darrers anys s'està donant una forta expansió de noves formes de producció consistents en la *desmaterialització* i la *desnacionalització* de molts productes i processos productius.

a) *Desmaterialització*

La desmaterialització dels productes significa que el seu valor afegit ha passat a dependre més dels elements immaterials que porten incorporats (disseny del producte, imatge de marca, patents...) que no pas de la manipulació física dels elements materials de què es componen. Per dir-ho amb exemples: en el preu d'una Coca-Cola avui pesa més la publicitat i la patent de l'invent que hi ha incorporades, que no pas els components materials de la beguda. I en el preu d'un programa de vídeo-jocs o d'informàtica pesen més les hores de creativitat i de programació que no pas el cost del disquet que conté aquest programa.

De fet, la imatge del producte ha guanyat pes en el valor afegit perquè consumir s'està convertint en una forma central de buscar sentit a la vida. Quan els ideals (antics com les religions, o moderns com les ideologies) perden influència, els supleixen les empreses, tot conferint sentit a l'acte de consum d'un producte, especialment per mitjà de la publicitat.

La desmaterialització dels productes també ha desmaterialitzat en gran mesura les pròpies empreses. Avui una empresa ja no és necessàriament una nau industrial plena de màquines i de treballadors, per al funcionament de la qual cal posseir molts diners. De fet, una empresa és la idea d'un nou producte, un aparell material per a la seva fabricació, i un sistema de venda: tres fases que cal organitzar i finançar.

Però la desmaterialització de molts productes n'ha abaratit la *fabricació*. Això és especialment veritat per a un sector que està liderant el creixement dels països rics: la indústria de la comunicació. A més, per a productes més "materials", un empresari pot encarregar a altres empreses part de les tasques empresarials (*outsourcing*), o bé concedir l'explotació de la seva imatge de marca en règim de franquícia, com en el cas paradigmàtic de McDonalds. Aquesta empresa concedeix en exclusiva llicències de la pròpia marca, la forma d'organitzar-se i alguns ingredients, a milers de comerciants particulars (9). Al final, l'empresa ven, més que menjars concrets i materials, sobretot la seva marca i la seva forma d'organització.

Pel que fa al *sistema de venda*, el desenvolupament del comerç electrònic l'està simplificant des del punt de vista material: de manera que l'estructura de certes empreses es pot reduir encara més.

I finalment, respecte al *finançament*, els mercats de capitals estan prou desenvolupats als països industrialitzats per a deixar diners a un empresari que tingui les idees i les relacions adequades.

La desmaterialització dels productes i de les empreses constitueix una gran oportunitat: permet crear una empresa a tothom qui tingui una idea vendible, coneixements organitzatius i relacions per a tirar-la endavant.

b) Desnacionalització

En segon lloc, s'està donant en proporcions creixents una desnacionalització dels productes. Això vol dir dues coses: que cada cop consumim més productes estrangers; però també que cada cop podem creure menys allò del "Made in...".

Cada cop consumim més productes estrangers perquè el comerç internacional ha crescut. En efecte, impulsades per institucions com l'Organització Mundial de Comerç i per uns preus de transport molt baixos, les exportacions i importacions han crescut de manera important. I així, la quota de les exportacions en la producció mundial (en valor real i a preus constants) ha evolucionat des del 9.1% l'any 1965 al 15.0% el 1995 (10).

Cada cop podem creure menys allò del "Made in..." perquè els canvis recents en les TIC i en els transports han facilitat a les empreses la divisió internacional dels processos productius: per a molts béns, cada fase del procés es pot realitzar al país que més beneficis generi per a l'empresa. No totes les empreses poden dividir llurs processos productius. Les que produeixen béns intensius en capital i tecnologia ho tenen fàcil. Però també poden fer-ho les que produeixen béns intensius en treball no qualificat, que traslladen als països amb mà d'obra barata les fases del procés més treball-intensives. Aquest és el cas de les *maquiles*, zones lliures d'aranzels on empresaris connectats internacionalment fan treballar molt durament la població local perquè realitzi fases intensives en treball del procés de producció de certes manufactures. L'extensió d'aquesta desnacionalització dels productes és difícil de mesurar, però sembla que va creixent. Si ens cenyim a les grans empreses, resulta que des de mitjans dels anys 1980, la divisió internacional del treball creix *per mitjà d' inversions* de forma tres vegades més ràpida que per mitjà del comerç (11).

I tanmateix, de moment només una petita part de les economies dels països està oberta a la competència internacional: per exemple, a Alemanya no més del 10% dels llocs de treball no qualificats són afectats per la competència internacional (12).

En resum

La incorporació de les TIC i d'altres tècniques als processos productius ha accelerat la desmaterialització i la desnacionalització de molts productes i de moltes empreses. Aquestes tendències han creat oportunitats per a fundar empreses a gent amb idees, coneixements organitzatius i relacions; i han facilitat la divisió internacional del treball i l'expansió del comerç internacional en diversos graus.

3.2. Canvis en el món del treball

Els canvis productius que acabem d'analitzar, han ocasionat la divisió dels treballadors en dues categories: els *treballadors autoprogramables* i els *treballadors genèrics* (13). Els primers són els qui saben manejar les TIC i adaptar-se als canvis que elles imposen: generen la part més important del valor afegit dels processos, i són difícilment substituïbles. Els segons fan feines menys importants, i són prescindibles a nivell individual, encara que no com a col·lectiu.

Aquesta divisió està comportant un increment de les diferències salarials: els treballadors autoprogramables "no es poden deixar perdre", i per tant llur *fidelització* en una empresa els permet obtenir salaris (o altres incentius econòmics) molt més alts que els treballadors genèrics. A més, l'atur i la precarietat estan esdevenint problemes *crònics* per a les economies industrials, i han afectat sobretot aquests treballadors genèrics en tant que són individualment prescindibles. De fet, l'atur i el treball precari són problemes *econòmics*, però tenen conseqüències *culturals*: baixa autoestima, reducció de les possibilitats de realitzar projectes de parella, precarització de les formes de família, augment de la delinqüència, etc.

Notem que actualment la competència internacional per llocs de treball de baixa qualificació

és molt limitada. Però la tendència de futur és que les TIC i el desenvolupament dels transports vagin fent possible una competència abans insospitada. Per exemple, l'any 1997 la megafonia de l'aeroport de Berlin era gestionada, a partir de certa hora del vespre, des dels EUA: des de Califòrnia, una treballadora d'origen alemany donava el avisos als passatgers berlinesos. I és que el seu treball californià no implicava horaris "de nit", i a més tenia un contracte menys protegit socialment que a Alemanya (14).

I, fugint de la pobresa i de l'opressió, estan arribant treballadors dels països pobres als països rics. Aleshores es dona el cas que en un país poden conuiu taxes d'atur considerables, i entrada d'immigrants que troben ocupació. De fet, aquests immigrants accepten, o bé feines sense qualificació que la població nativa no vol fer, o bé feines professionals per a les quals certs segments d'aquesta població nativa no estan preparats (professions de grau mig, com per exemple informàtics).

Aprofundim una mica més en l'anàlisi del mercat de treball

La globalització no sols ha *dualitzat* el mercat laboral entre treballadors autoprogramables i genèrics. De fet, ha *atomitzat* els interessos dels treballadors, perquè s'han superposat *dualitats a molts nivells*: entre ocupats i aturats, entre treballadors temporals i permanents, entre treballadors a temps complert i a temps parcial, entre homes i dones, entre treballadors nadius i immigrants, entre legals i *submergits*, etc. El resultat ha estat l'afebliment del poder dels treballadors a l'hora de reclamar llur participació en la riquesa que els increments de productivitat genera.

Però si, a més a més, els treballadors comencen a tenir horaris diferents o a treballar des de casa seva, resulta que el contacte físic entre ells és cada vegada menor: d'aquesta manera una organització sindical efectiva esdevé quasi impossible. I encara més difícil és organitzar-se internacionalment, perquè el *xantatge* (amb base més o menys real) de les multinacionals converteix els treballadors de certs sectors d'un país en competidors dels de qualsevol altre...

L'atomització dels interessos dels treballadors ha tingut una conseqüència quantitativa: la pèrdua de rendes per part dels assalariats (no directius), a favor dels beneficis empresarials i de les retribucions dels directius. Per exemple, el salari mitjà d'un treballador nordamericà sense estudis universitaris era d'11,23 \$ per hora el 1979, i de 9,92 \$ (ajustats a la inflació) per hora el 1993. L'empleat amb estudis universitaris no està molt millor: ha passat de 15,52 \$ a 15,73\$ entre els mateixos anys de referència (15).

En resum

Els resultats palpables de la globalització en el món del treball han estat, doncs, una cronificació de l'atur, l'avenç de la precarietat laboral i social als països industrialitzats i també un increment de la desigualtat de rendes (16)

3.3. Canvis al món del capital

La globalització, però, no ha afectat només el món del treball: també ha originat canvis en el capital. La propietat del capital s'ha fet complexa.

Hi ha, en primer lloc, els *vells rics*, la riquesa dels quals està lligada a la possessió de capital o de recursos naturals. Però hi ha també els *nous rics*, que són nous empresaris, com Bill Gates, que no tenien capitals però han pogut crear empreses gràcies a la desmaterialització dels productes.

I finalment tenim els *fons d'inversions* alimentats pels estalvis dels treballadors, que així esdevenen *capitalistes*... en una modalitat nova i complexa. En efecte, aquests fons són gestionats per equips de financers que mouen grans quantitats de diners buscant rendibilitats altes a curt termini. Avui les borses més importants (Londres, Nova York i Tòquio) estan connectades les 24h. del dia; i s'hi mouen unes quantitats de diners que cap govern no pot

controlar. L'any 1995 es van moure al mercat de capitals 1,5 bilions de dòlars cada dia, quan els pagaments del comerç internacional només necessita diàriament 10.000 milions de dòlars (17). Així, doncs, els capitals corren a una velocitat 150 vegades més gran del que necessita l'economia real.

El relatiu anonim i la propietat d'aquests capitals els fa més cecs i més perillosos. En aquest sentit, la integració a escala global dels mercats financers (facilitada per les TIC) accentua l'anomí i la deshumanització de les decisions empresarials.

A més, les empreses s'han concentrat i les grans multinacionals han anat guanyant quotes de mercat: a finals dels anys 1980, entre el 20% i el 25% del valor afegit mundial no agrícola (excloent-ne els països socialistes) era produït per 600 empreses multinacionals (18). I sembla que en els primers anys del nou mil·lenni, les fusions empresarials s'acceleraran, de manera que les quotes de mercat de poques empreses encara creixeran més.

D'altra banda, la competència entre empreses s'ha fet més dura cada dia. En aquest sentit, el financer hongarès Georges Soros no creu que Bill Gates exageri quan afirma que està sempre "lluïtant per la seva supervivència" (19).

Les conseqüències d'aquesta nova organització del capital estan essent, de moment, negatives per als treballadors. En efecte, si la propietat dels capitals està cada vegada més allunyada dels processos productius, dels països i dels problemes reals d'aquests treballadors, aleshores les decisions dels directius i dels Consells d'Administració seran cada menys humanes. Seran guiades només per xifres de beneficis, tot deixant de banda els drames ecològics o humans que aquestes decisions desencadenin. Els relats de guerra expliquen que es fa molt difícil a un soldat de matar el seu enemic si li ha arribat a veure el rostre... En altres paraules: si els guanyadors i els perdedors de la globalització ja no s'asseuen a la mateixa taula (20), és més fàcil per als guanyadors de prendre decisions que perjudiquin seriosament els perdedors.

En resum

Els canvis en el capital es concreten en un desplaçament del poder econòmic cap als "nous rics"; la desconexió dels mercats financers respecte a l'economia real; la tendència a la concentració empresarial; una accentuació de la competència; i l'allunyament i la progressiva anonimització del capital.

3.4. Deteriorament del medi ambient

Com vèiem a l'apartat 2 del present capítol, el creixement econòmic s'ha recuperat, certament. Però els diversos agents econòmics han tingut poc en compte les conseqüències ecològiques de la producció i el consum. Així, s'està donant un greu deteriorament del medi ambient, tant a la terra, com al mar, com a l'aire (21). En particular, l'increment del comerç internacional i de la divisió internacional dels processos productius ha estat alhora causa i efecte de l'augment dels transports.

De vegades aquests transports tenen difícil explicació racional o alts costos ambientals: per exemple, es dona el cas que 1 Kg. de raïm californià es transporta per avió a Alemanya, i en el viatge s'emeten 20 Kg. de CO₂ (22). O bé passa que hi ha crancs pescats al Mar del Nord que es traslladen al Marroc per a ser pelats i a Polònia per a ser empaquetats... abans d'arribar als mercats d'Hamburg (23).

El model occidental de creixement, doncs, no és sostenible. Però resulta que els mitjans de comunicació l'estan transmetent tal qual als països pobres. I així, molts ciutadans d'aquests països desitgen tenir els nivells de vida i de consum que Occident els mostra a la televisió o al cinema. L'extensió d'aquest model seria desastrosa per a la supervivència del planeta. I tanmateix, tampoc no és *sostenible* la desigualtat entre rics i pobres, ara que la televisió l'ha posada en evidència als ulls de tots!

3.5. Canvi del paper de l'Estat com a agent econòmic

Les tendències assenyalades respecte a l'expansió de noves formes de producció, als canvis en el món del treball, als canvis en el capital, i al deteriorament del medi ambient, han fet canviar el paper de l'Estat com a agent econòmic. Més concretament, s'està donant una pèrdua d'autoritat econòmica dels Estats.

Efectivament: fins ara, l'activitat econòmica era "domesticada" pels Estats, que imposaven les condicions marc del mercat i vetllaven pel benestar general. Avui l'economia salta fronteres, i els agents estatals de política econòmica es veuen cada dia amb instruments més febles per a controlar les variables macroeconòmiques bàsiques, per a defensar la lliure competència, o per a redistribuir rendes des dels rics als pobres.

És el moment d'impulsar un conjunt d'acords, institucions i regles que permetin posar la globalització econòmica de nou sota l'autoritat política que vetlli pel benestar de tots. En canvi, molts governs estan fomentant la liberalització indiscriminada del comerç i dels moviments de capitals. Alhora, treballen per la consolidació de grans empreses "nacionals" fortes capaces de competir al mercat mundial. Aquesta estratègia d'impuls de "multinacionals de base nacional pròpia", però, ha tingut conseqüències nocives: les grans empreses (tant de base "nacional" com "estrangera") aconsegueixen dels governs i dels bancs tractes fiscals, financers, laborals o ecològics privilegiats. Aquests privilegis els acaben pagant els consumidors, les petites i mitjanes empreses o els ciutadans més pobres, que veuen reduïts els programes de lluita contra la pobresa per incapacitat fiscal de l'Estat.

D'altra banda, el poder de regulació econòmica dels Estats s'ha reduït també per causa dels moviments de capitals. L'ur liberalització va ser una decisió política, impulsada internacionalment pel FMI; però ara els Bancs Centrals dels països ja no poden domesticar aquests moviments. Els desajustaments que se'n deriven porten a distorsions en el funcionament de l'economia productiva.

Als països subdesenvolupats, aquesta onada liberalitzadora ha estat especialment cruel. A través del mecanisme de la renegociació del *deute extern*, el FMI i el Banc Mundial han obligat els governs de molts països, no sols a posar ordre en la inflació i el deute públic, sinó també a privatitzar empreses i liberalitzar l'entrada de capitals o d'empreses multinacionals. El pagament del deute extern ha desviat recursos que haurien hagut d'anar a reforçar la despesa en educació o salut; la reducció del deute públic ha portat a vendre empreses públiques nacionals a capitals estrangers, i ha accentuat la pobresa i la desprotecció dels grups més necessitats. I la liberalització de l'entrada de capitals o d'inversions estrangeres ha accentuat la inestabilitat monetària i la dependència exterior d'aquestes economies. Certament, cal posar ordre econòmic en alguns països pobres; però les mesures han d'evitar l'accentuació de la pobresa i de la dependència exterior.

En resum

La globalització econòmica, tal com s'ha configurat políticament des de molts governs, ha portat a una pèrdua de marge de maniobra dels Estats a l'hora d'establir polítiques econòmiques que afavoreixin a tots els ciutadans. I el FMI i el Banc Mundial, tot intentant posar ordre en certes economies subdesenvolupades, n'han accentuat la pobresa i la dependència exterior.

Després de revisar els canvis que la globalització ha ocasionat en el funcionament de les economies, passem a analitzar ara la dimensió sociopolítica de la globalització.

2. LA GLOBALITZACIÓ SOCIOPOLÍTICA

Tal com hem assenyalat al capítol 1r, la globalització es potencia durant la crisi econòmica dels anys 1970, que va accelerar la introducció de les TIC en les empreses.

Però aquestes tendències econòmiques s'han reforçat amb la victòria política del capitalisme, escenificada l'any 1989 amb l'enderrocament del mur de Berlín.

Es tracta d'una victòria *política*: amb idees, polítics i moviments socials de protagonistes: llibertat, drets humans, democràcia; M.Gorbatxov, B.Ieltsin, L.Walesa, V. Havel; Solidarnosc, "Carta 77", etc.

Però a aquesta victòria hi han col·laborat també factors tecnològics, econòmics i culturals. En efecte, des del punt de vista *tecnològic*, la caiguda dels règims de l'Est és deguda en part a la derrota tecnologicomilitar de la URSS. Concretament, la Iniciativa de Defensa Estratègica de Reagan va fer adonar a Gorbatxov que la URSS no havia aconseguit incorporar les noves tecnologies de la informació al sistema soviètic de defensa (24).

A més, *les economies socialistes* tampoc no funcionaven: la planificació centralitzada havia esdevingut massa complexa per als nivells de desenvolupament a què havien arribat els països; i les tecnologies i els tècnics de punta eren destinats, no a l'economia sinó a l'aparell militar (25). D'altra banda, les televisions occidentals havien fet imaginar als ciutadans dels països socialistes una forma de vida diferent de la que portaven: en aquest sentit, la caiguda del teló d'acer va ser també fruit de la *globalització cultural* (26).

1. De dos blocs polítics a tres blocs econòmics

Sigui com sigui, la guerra freda acaba el 1989, i ara els EUA imposen la seva victòria tot acceptant dins l'OTAN els antics membres del Pacte de Varsòvia, i tot impulsant (per mitjà del FMI) una ràpida transició al capitalisme de la Federació Russa. Cal, però, esperar i treballar perquè la derrota russa no es torni ressentiment i desig d'un nou imperialisme.

En tot cas...

De moment la política internacional ja no està liderada per la confrontació de blocs "polítics"; sinó que enfronta tres centres econòmics amb algunes diferències polítiques i culturals: EUA, Unió Europea i Japó-SE asiàtic. Hi ha un seguit de corones concèntriques de països que pretenen aconseguir més prosperitat relacionant-se amb aquests tres centres. Finalment, queden àrees al marge de tota prosperitat, i dins les quals es desenvolupen conflictes seriosos.

2. Crisi de l'Estat-Nació modern: l'Estat-xarxa

En relació amb els Estats-Nació desenvolupats, a més, la globalització ha originat un moviment en dues direccions: la *regionalització* i la *revalorització* de les unitats polítiques subestatsals.

Efectivament: per una banda, ens hem adonat que certs problemes (ambientals, de mercat, de

drets humans, de crim organitzat...) s'escapen de la dimensió de l'Estat-Nació, la qual cosa porta els Estats a associar-se a nivell regional (Unió Europea, NAFTA, OUA...).

Però per l'altra banda, la necessitat d'identitat, de relacions properes, i de proximitat dels governs als problemes ciutadans, s'intenta satisfer a nivell subestatal (Espanya de les Autonomies, Europa de les Regions i dels Municipis, implosió de l'antic Imperi Soviètic...).

En el mateix sentit, Ulrich Beck defineix l'època actual com una *segona modernitat*. La *primera modernitat* es va donar en la consolidació de l'Estat-Nació, que va configurar fortament la societat inclosa sota el territori corresponent. Era un "Estat-contenedor", perquè dins de les seves fronteres, i per contraposició al que hi havia més enllà d'elles, els diversos aspectes de la vida dels súbdits o ciutadans quedaven ben definits: llengua oficial, religió, sistema econòmic i polític, sistema educatiu... Amb la globalització de les relacions econòmiques, polítiques i culturals, però, ens trobem en el trànsit cap a la *segona modernitat*, en què es trenca el contenidor: perquè els immigrants formen grups culturals o religiosos homogenis dins dels Estats; perquè es constitueixen comunitats "virtuals" gràcies a Internet que uneixen els qui estan lluny i separen els veïns en l'espai; o perquè hi ha ciutadans que, per tenir una biografia globalitzada, se senten pertanyents a diversos països alhora (27).

La Unió Europea està essent bressol de molts experiments de regionalització i revalorització d'unitats polítiques subestatal. La seva complexitat obliga a establir un conjunt d'aliances temporals i variables a diversos nivells, en funció de noves necessitats o de projectes concrets. Per exemple, l'organització dels Jocs Olímpics de Barcelona el 1992 va portar l'Ajuntament de Barcelona, la Generalitat de Catalunya, el govern espanyol i el govern de la Unió Europea a establir una col·laboració intensa per a fer front als reptes que l'ocasió demanava. O l'existència d'una eürorregió econòmica al nord-oest del Mediterrani (des de la Comunitat Valenciana a la Provença, passant per Aragó, Catalunya i el Rosselló) ha impulsat projectes d'infraestructura (túnels de carretera, línies de tren d'alta velocitat) i de col·laboració política entre regions pertanyents a Estats diferents, però que es reconeixen amb interessos coincidents.

Sigui com sigui, la Unió Europea camina cap a una nova concepció del poder polític, en què les relacions entre municipis, entre regions o entre Estats poden ser variables en funció dels interessos concrets que agrupin els nous actors en cada moment. Aquesta configuració és el que Manuel Castells anomena *Estat-xarxa* (28).

El problema és que la variabilitat de l'*Estat-xarxa* pot posar en perill les conquestes històriques de l'*Estat social i democràtic de Dret*, que es concretà econòmicament en l'Estat del Benestar. Aquesta forma política, nascuda a Europa dins de l'Estat-Nació, garanteix certs drets cívics, polítics, i socials que ara queden amenaçats. En efecte, la globalització i les "aliances variables" deixen de banda els territoris menys capaços de connectar-se i operar en les xarxes globals. En aquests territoris, la capacitat fiscal és més reduïda a l'hora de fomentar la garantia efectiva de drets socials i d'oposar-se al creixement de l'economia delictiva (29).

En resum

L'Estat-Nació està evolucionant cap a forma més flexibles d'organització –Estat-xarxa– que estableixen aliances variables entre diversos nivells de poder (regional, estatal, subestatal). Però aquesta flexibilitat posa en perill les conquestes de l'Estat del Benestar.

3. L'Estat als països subdesenvolupats

En caure el mur de Berlín, el filòsof Francis Fukuyama va proclamar "el final de la història": les democràcies liberals havien guanyat la "guerra freda" contra l'URSS, i ara només quedava la feina d'anar estenent pacíficament el model vencedor per tot el planeta (30). I, de fet, a la darrera dècada del segle XX la democràcia s'ha estès per molts països i regions. Però el

funcionament pràctic d'aquestes democràcies té molts problemes: per causa de la pobresa i el baix grau de desenvolupament, però també per l'acció de certes empreses multinacionals que estan interessades en mantenir les poblacions sotmeses a llurs interessos. Hi ha finalment problemes d'herència cultural que topen amb la concepció de fons de la democràcia.

El deficient funcionament de les democràcies liberals i el xoc que la cultura occidental de mercat ha significat per a les formes de vida d'aquests països hi ha originat conflictes seriosos: la globalització política no sempre els ha portat un augment del benestar. De vegades, aquests conflictes han estat culturalment compresos a partir d'ideologies anti-occidentals.

Són els *fonamentalismes*, que reaccionen a l'exclusió dels beneficis de la globalitat tot "excloent els exclusors". I així, utilitzant les ideologies o religions tradicionals que tenen a mà, en fan lectures que converteixen Occident en l'enemic a combatre. La fragilitat que confereix a les societats desenvolupades llur organització complexa, especialment a les grans ciutats, és una ocasió perquè grups terroristes d'arrel fonamentalista posin seriosos problemes a la seguretat d'aquestes societats. Per exemple, grups islàmics furiosos amb la política russa al Caucas han posat bombes a Moscú, causant desenes de morts.

Tal vegada, però, els fonamentalismes desenvolupats pels exclosos de la globalització responen a un més subtil fonamentalisme, tant econòmic com polític, dels exclusors. La solució a aquest "xoc de fonamentalismes" és, segons Johannes Müller, posar fi a l'arrogància occidental de plantejaments com els de Fukuyama, i fer que les cultures d'arrel europea es converteixin de cultures indoctrinadores a cultures capaces de deixar-se interrogar i d'aprendre de les altres (31).

La globalització política, però, no s'ha reduït a la imposició arrogant de la democràcia liberal en altres contextos polítics. A finals del segle XX, el cas Pinochet i la constitució d'un Tribunal Penal Internacional han estat oportunitats per avançar en la garantia efectiva i universal dels drets humans.

En síntesi

Les democràcies liberals occidentals s'han imposat sense diàleg ni voluntat d'adaptació. Aquest fonamentalisme occidental ha desvetllat fonamentalismes anti-occidentals als països on s'ha imposat. De tota manera, l'inici d'un sistema penal internacional està ajudant a la protecció efectiva dels drets humans.

4. Nous moviments socials

Els canvis de tot ordre dels darrers anys han portat els ciutadans a una creixent desconfiança respecte als agents polítics tradicionals: els partits polítics i els sindicats. Els *partits*, desorientats pels canvis econòmics i polítics, atrapats per la lògica mediàtica, i perplexos davant del final de les ideologies modernes, han perdut afiliació. Els *sindicats*, com hem vist al capítol 2n, han perdut capacitat de negociació davant les grans empreses a causa de l'atomització d'interessos dels treballadors i de l'escassetat de treball a nivells de qualificació professional molt proclius a la sindicació.

Tot i que cal una renovació de la vida política i sindical, hem de constatar que una part de les inquietuds socials és ara canalitzada pels *nous moviments socials* (NMS). Aquests NMS tenen unes característiques particulars:

— Estan preocupats per problemes concrets però *de dimensió global* (ecologia, pacifisme, feminisme, drets humans, cooperació amb el Tercer Món, assistència al Quart Món, explotació infantil).

— Tenen organitzacions internes més democràtiques i participatives que els agents tradicionals; i utilitzen les TIC per a estendre llur influència o fer sentir la seva veu davant dels governs o dels organismes internacionals. En aquest sentit, *les TIC han esdevingut un*

instrument per a la solidaritat. Per exemple, sense el correu electrònic certes reivindicacions com la protesta de Seattle a la Ronda del Mil·leni haurien estat impossibles d'articular.

— Actuen amb dinàmiques mig festives, mig reivindicatives, que incorporen alts graus de creativitat: concerts; ocupació d'edificis; acampades urbanes; campanyes de recollida física o informàtica de signatures... i fins i tot penjar-se durant dues setmanes de la torre de la Seu de Lleida per demanar el 0,7% per a l'Ajut Oficial al Desenvolupament!

— Actuen sovint amb una lògica que se salta els “conductes diplomàtics oficials” i que pot portar a conflictes entre Estats. Per exemple, si un ciutadà europeu membre d'una ONG per al desenvolupament denuncia sobre el terreny les violacions dels drets humans en algun país i és detingut o desapareix, el conflicte diplomàtic entre l'Estat d'origen i l'Estat on ha desaparegut queda assegurat.

En aquest sentit, els NMS actuen de forma anàloga a les empreses multinacionals o les xarxes d'activitats il·legals: tots tres nous agents de l'escena mundial estableixen relacions *al marge dels Estats*. És per això que podem distingir entre *globalització* i *internacionalització*. El segon terme ens suggereix relacions “entre nacions” (o “entre Estats”). La globalització, en canvi, ha despertat relacions entre persones o grups de diversos països sense passar per la mediació dels Estats.

Recalquem, finalment, que *nou moviment social* no és sempre sinònim de *progressisme* o de *millora indiscutible*. De fet, com a formes de participació en els afers polítics, els NMS s'alien, segons llur naturalesa, amb les dretes o esquerres polítiques tradicionals, i generen aliances que fa uns anys haurien escandalitzat els militants d'un o altre costat. Per exemple, a la França de final de segle XX el moviment anti-europeu acollia militants comunistes i militants de la dreta nacionalista.

Resumint

Els sindicats i els partits polítics estan en crisi. Han emergit, en canvi, els nous moviments socials, sovint amb forta preocupació per problemes mundials, però no sempre amb interessos universals.

5. Una nova divisió social

A nivell social, la globalització, tal com s'ha configurat en els darrers anys, ha creat una divisió entre els grups que han aconseguit dominar les TIC i enriquir-se; i els grups que n'han quedat exclosos i s'estan empobrint. Els triomfadors tenen nivells de vida molt més alts que abans, fan viatges de turisme o de negocis, parlen anglès, dominen la informàtica i poden entendre els productes culturals (música, cinema...) globals.

L'altra cara d'aquest procés és l'exclusió. M.Castells bateja les exclusions a partir d'una imatge còsmica: les anomena *forats negres del capitalisme informacional* (32). Són àrees grogràfiques senceres (Sahel, illes del Pacífic), certs barris de ciutats del Primer Món (el Raval o la Mina de Barcelona, el Casc antic de Lleida, etc.), o grups socials sencres (joves amb poca formació, avis sense suport familiar) dins dels quals és impossible estadísticament d'escapar-se del sofriment o de la degradació progressiva de la condició humana.

El nombre de gent que cau (o està en risc de caure) en aquests forats negres és creixent. Les biografies dels caiguts acostumen a incloure manca de qualificació o d'hàbits per a les noves formes de treball; feblesa psicològica derivada de contextos familiars negatius; desconeixement de la llengua o dels costums del país on s'ha emigrat; i incapacitat d'assumir personalitzadament els productes culturals globals. Una escapatòria possible a aquesta situació vital és la participació en *xarxes d'activitats il·legals*: xarxes de tràfec de drogues, d'armament, d'infants i dones, d'immigrants il·legals, de tràfec intercontinental de residus tòxics... Es busca el triomf i la riquesa al marge del respecte a la legalitat i als drets humans més bàsics.

Els forats negres tenen una *força d'atracció* molt important, justament perquè hi van caient tots aquells que, per diverses circumstàncies, han vist les seves seguretats econòmiques, socials o culturals trencades. Però un cop hom ha entrat en un forat negre, és difícil de sortir-ne, perquè hi actua una potent i tenebrosa *connexió interna*: la que, per exemple als països rics, lliga pobresa amb mals hàbits alimentaris o de conducta, mals hàbits amb fracàs escolar, fracàs escolar amb atur, atur amb addiccions, addiccions amb prostitució o delinqüència, prostitució o delinqüència amb presons, presons amb SIDA, i SIDA amb mort.

A l'anomenat *Tercer món* també hi ha *forats negres*: hi ha regions senceres del planeta que han quedat al marge del protagonisme en la connexió global. Aquestes regions, però, reben sobretot negativament la influència de la cultura o l'economia globals.

A nivell econòmic, per exemple, la incorporació de l'Índia a l'Organització Mundial del Comerç ha obligat l'Estat a acceptar la legislació de patents. Automàticament, l'ús medicinal de moltes plantes que els metges rurals utilitzen des de fa segles per a guarir, ha quedat prohibit. El poble ha estat desposseït d'un *bé comunal* que li pertanyia i que l'ajudava a sobreviure.

A nivell cultural, certes formes de vida rurals i amarades de tradicions religioses són violentades pels estils de vida occidentals, tan seductors com impossibles d'abastar. La irrupció d'aquests patrons culturals estrangers té tres tipus d'efectes negatius:

— Desbarata iniciatives de solidaritat econòmica i política en fomentar l'individualisme. Per exemple, a Amèrica Llatina o a l'Índia s'estan implantant diversos *grups religiosos* (en realitat, sectes directament subvencionades) que frenen les iniciatives comunes per a millorar la situació de la gent (cooperatives, moviments camperols...).

— Desvetlla les reaccions fonamentalistes de què hem parlat més amunt.

— Empeny la gent a l'emigració: cap a les ciutats dels propis països, on hi ha esperances de progressar; o bé (tot burlant les policies frontereres de terra, riu o mar) cap a països rics. És a les ciutats d'aquests països on es reproduïxen els forats negres i l'exclusió; i on es plantegen els reptes de la convivència i la mútua valoració entre cultures diverses.

Hi ha, tanmateix, la possibilitat que els patrons culturals globals siguin adaptats a les cultures locals i ajudin a la humanització dels grups humans receptors. En parlarem al proper capítol: el que tracta dels aspectes *culturals* de la globalització.

Abans, però, concloquem

Notem, primerament, que en aquest escrit hem usat el terme *globalització* i no el de *mundialització* perquè no tot el món ha quedat afavorit per aquest procés. I en canvi, la globalització ha connectat zones geogràficament distants del globus.

I en segon lloc, resumim. La globalització, tal com fins ara s'ha configurat, ha creat una divisió entre els qui la comprenen i l'aprofiten, i els qui la sofreixen. Aquests darrers estan essent atrets pels forats negres del capitalisme informacional, dins dels quals és impossible estadísticament d'escapar-se del dolor o de la degradació progressiva de la condició humana.

3. LA GLOBALITZACIÓ CULTURAL

Estudiarem ara com la globalització està modificant la necessitat de *sentit* de la persona.

“Cultura és la manera com un grup humà viu, pensa, sent, s’organitza, celebra i comparteix la vida” (33).

Aquesta definició ens mostra dues dimensions de la cultura: una d’*invisible* (“viure, pensar, sentir”), constituïda per idees i valors; i una de *visible* (“organitzar-se, celebrar, compartir”) que concreta i retroalimenta la primera, per mitjà de diverses experiències que la persona té: festes, cerimònies religioses, pel·lícules, llibres, activitats en associacions, treball, convivència en parella, convivència social, relació amb el poder...

1. La cultura

La definició proposada parla del *grup humà* com a subjecte de la cultura. En efecte, tota persona neix en un grup humà, que li va fent viure experiències relatives a la *supervivència*, a la *convivència* i al *sentit* (àmbits tecnoeconòmic, sociopolític i cultural). Aquestes experiències (dimensió visible de la cultura) són elaborades internament per la persona, tot construint així les seves idees i els seus valors (dimensió *invisible* de la cultura). Amb les idees i els valors, emprendre accions en el propi grup humà en què viu, convertint-se així en “constructor de cultura”.

Aquí anomenarem *inputs* a les experiències que la persona viu, tot rebent-les del grup humà en què està inserit. Als capítols anteriors hem analitzat com els inputs tecnoeconòmics i sociopolítics influeixen en les idees i els valors de les persones. Per exemple, constàvem al capítol 1r com la globalització econòmica atomitzava els interessos dels treballadors, tot erosionant així un valor important com és el de la solidaritat. O al capítol 2n, en parlar de la nova divisió social, ens adonàvem que les persones que creixen als forats negres del capitalisme informacional ho tenen difícil per a trobar un sentit de la vida que els allunyi del sofriment, les addiccions i la mort prematura.

En aquest capítol parlarem específicament de la naturalesa i la forma d’elaboració interna dels inputs culturals, que són les experiències de sentit viscudes per les persones en l’àmbit cultural. En aquest àmbit, l’experiència està mediada per institucions com la família, l’escola, el cinema, la televisió, els llibres, el turisme, l’esplai, el grup religiós, i altres institucions relatives a l’educació i a l’ús del temps lliure.

Ens preguntem, doncs: ¿què té a veure el fenomen de la globalització amb la recerca i la construcció del sentit (idees i valors) de les persones?

En una primera resposta, afirmem que la interconnexió i la facilitat de transport que constitueixen la base de globalització permeten que les persones rebin inputs culturals amb tres característiques noves. En primer lloc, aquests inputs són mediats per la televisió o per Internet. En segon lloc, la majoria d’aquests inputs culturals globals són *productes* culturals: han estat elaborats per empreses que esperen treure beneficis de llur venda. I en tercer lloc, són provinents de persones o cultures llunyanes, o d’una suposada cultura global reforçada als

darrers anys. Aquestes tres novetats poden tenir conseqüències inesperades en les persones, però molt particularment en els infants i joves, que estan en procés de construcció dels sistemes d'idees i valors que els hauran de guiar en la vida adulta.

En el present capítol desenvoluparem els problemes que acabem de presentar.

— A l'apartat 2 analitzarem la influència dels inputs culturals mediat per la televisió i Internet en la vida dels ciutadans.

— A l'apartat 3 considerarem les conseqüències del fet que molts inputs culturals globals siguin productes: elaborats per empreses, que fomenten un consumisme global.

— A l'apartat 4 ens aturarem en el fet que els nous inputs vinguin de cultures llunyanes o d'una suposada cultura global.

— I finalment, a l'apartat 5 analitzarem les conseqüències de la nova situació cultural en els grups més vulnerables de la societat: els infants i joves.

2. La mediació de la televisió i d'Internet

La irrupció dels inputs culturals mediat per la televisió i per Internet en la vida dels individus ha tingut dues conseqüències: ha ampliat l'horitzó conceptual i de valors del ciutadà; i ha augmentat les possibilitats pràctiques de l'ús del temps lliure.

a) *L'ampliació de l'horitzó conceptual i de valors del ciutadà* s'ha donat perquè Internet ha permès d'accedir a una quantitat immensa d'informació provinent de tot arreu sobre infinitat de temes; i també a xarxes de relació virtual d'abast planetari sobre aspectes molt especialitzats. Per exemple, els amants de la poesia surrealista de tot el món que tinguin connexió amb la xarxa poden intercanviar-se poemes per mitjà de la xarxa.

D'altra banda, aquesta ampliació de punts de vista arriba en una època en què, a causa de la caiguda del mur de Berlín, les ideologies com a grans relats donadors de sentit han perdut força. Els grans relats polítics o religiosos que impulsaven diàriament l'ideal de molts (religions, socialismes, liberalismes, nacionalismes) han estat considerats estèrils, o fins i tot nocius: de fet, la història recent mostra el rostre més obscur d'aquests ideals amb guerres “de religió”; pobresa i desigualtat en nom de la llibertat; i opressions a compte de certs socialismes o de certs nacionalismes. El mite del progrés ha desembocat també en el desequilibri ecològic. Així, sembla com si els ideals i el progrés no puguin aportar res de veritablement nou a les societats i a les persones. La conseqüència d'aquesta actitud és una combinació de relativisme (“En aquest món tan variat, no hi ha veritats absolutes: està bé el que faci cadascú”) i de passivitat (“Res de nou pel qual valgui la pena de lluitar”).

b) En tot cas, però, *s'han ampliat les possibilitats d'ús del temps lliure amb inputs culturals virtuals*. El temps lliure ha guanyat en opcions gràcies a les TIC que arriben a casa meua. Sense moure'm de la ciutat d'origen i *amb diners a la butxaca*, puc passar una tarda passejant amb els amics, visitant un malalt, fent silenci, escrivint una carta, sortint d'excursió a la muntanya, anant al centre de la ciutat a mirar aparadors o a comprar, anant al bar (*inputs reals*)... o bé mirant pel·lícules de TV o vídeo, mirant les notícies de la CNN, anant al cinema, escrivint missatges de correu electrònic, participant en un *chat*, o escollint una ruta original i pròpia tot navegant per Internet (*inputs virtuals*).

Els *inputs virtuals* enceten una nova modalitat de relació humana: la *relació virtual*. En ella, ens relacionem amb persones que no tenim físicament davant, o amb personatges de pel·lícules amb els quals mai no parlarem... però que ens transmeten patrons de conducta i orientacions pràctiques. La relació virtual genera el que Manuel Castells anomena la *cultura de la virtualitat real* (34). És cultura de la virtualitat perquè els inputs culturals que hom rep vénen per via informàtica, via jocs d'ordinador, via TV o cinema... És real perquè influeix

realment en la cultura (idees, valors i actuacions concretes) dels qui hi accedeixen. De fet, la frontera entre el que és real i el que és virtual s'arriba a desdibuixar en aquest tipus de cultura: l'incessant bombardeig televisiu sobre les ments, i la quantitat creixent d'hores d'exposició davant de la TV porten a la confusió de la ficció i la realitat. Així, si les imatges d'un drama real són seguides per les d'una pel·lícula, de fet les primeres poden ser finalment "registrades" com a mig irreal i les segones com a mig reals.

En resum

La irrupció dels inputs virtuals en un moment de crisi de grans ideals ha provocat alhora un augment de les ofertes de lleure, i tal vegada el reforç del relativisme i de la passivitat. Les relacions humanes virtuals han guanyat importància, i indueixen de vegades la confusió entre realitat i ficció.

3. La cultura del consumisme global

Al capítol 2n constatarem com les empreses podien vendre productes incorporant-hi "històries" per mitjà de la publicitat, perquè l'acte de consum s'estava convertint també en un acte *donador de sentit* a l'individu que viu en la crisi d'ideals. En aquest apartat ens aturarem en les conseqüències que pot tenir el fet que molts dels inputs culturals globals siguin *productes culturals*: produïts per a l'obtenció de beneficis per part de les empreses.

En efecte, les empreses, en llur afany per vendre en un context de competència global, usen tècniques comercials variades que molt sovint es dirigeixen, més que a *informar* de les característiques dels productes, a *seduir* el consumidor perquè senti l'impuls irresistible de comprar-los. La seducció passa per transmetre missatges publicitaris cada cop més en forma d'aventures apassionants, al desenllaç feliç de les quals s'arriba gràcies la possessió de l'objecte anunciat. Es generen així canvis d'idees i de valors en els ciutadans... i de vegades també comportaments addictius (35). De fet, la publicitat sempre ha tingut aquesta influència; la novetat és que avui les empreses que hi ha a darrera operen a escala global.

La seducció de les empreses es fa més fàcil, no sols per mitjà de la publicitat, sinó també a través dels productes de la *indústria de la diversió (Entertainment industry)*, que inclou productores de cinema, de vídeo, de televisió, de revistes, de jocs d'ordinador o d'altres béns per a l'oci com els parcs temàtics.

La indústria de la diversió es compon d'empreses que en la majoria dels casos tenen la seu als EUA. Una gran part de les pel·lícules que es projecten als cinemes mundials prové dels EUA (36); i moltes d'aquestes pel·lícules, pensades per al públic massiu que busca distraccions "que no facin pensar", reproduïxen determinats valors: divisió maniquea entre bons i dolents (que de vegades coincideix amb la divisió americans/estrangers); resolució dels conflictes per la força de voluntat o per la simple força; simplisme en les relacions de parella; i recerca de l'èxit com a motivació principal. Els parcs temàtics versen sobre els personatges de Disney, o poden incloure una "varietat de cultures"... entre les quals no acostuma a faltar el "Far West". I les cadenes de televisió globals com la CNN transmeten "en directe" per a tot el món les notícies que els semblen "més interessants", tot convertint-se així en els creadors d'*actualitat*.

En resum

La cultura del consumisme global indueix, per mitjà de la publicitat, canvis de valors i fins i tot comportaments addictius. Els productes de la indústria de la diversió transmeten valors massa simples, d'acord amb les exigències dels productes destinats a les masses.

4. Cultura global?

Una tercera característica dels nous inputs culturals és que provenen de persones o cultures llunyanes, i fins i tot d'una possible cultura global. Benjamin Barber opina que existeix una cultura global, i la bateja amb el nom de *cultura McWorld*, en referència a marques comercials com McDonalds o McIntosh, i a l'abast mundial que aquesta cultura està tenint. Barber creu que la cultura McWorld acabarà d'homogeneïtzar un món ja econòmicament i políticament homogeni. La profecia de Barber completa "el final de la història econòmica i política" de Francis Fukuyama, amb "el final de la història cultural". Els agents institucionals d'aquest "final cultural" serien les empreses en general; però principalment la indústria de la diversió nordamericana (37).

Tanmateix, aquesta cultura global necessita "aterrar" en llocs concrets i connectar amb el públic que l'ha de consumir o s'hi ha de relacionar. No a tot arreu el gran públic entén l'anglès, de manera que calen doblatges de les pel·lícules. Als diferents països hi ha interès per notícies locals, i per tant hi ha d'haver redaccions nacionals de les notícies de la CNN. Al parc temàtic "Port Aventura" de Tarragona, al costat de les zones més "globals" del Far West, de Mèxic, de la Xina i de la Polinèsia, hi ha una àrea temàtica del "Mediterrani"...

Certament, la cultura global, de matriu sobretot anglosaxona, *es diferencia* quan aterra. Però fins a quin punt aquesta diferenciació és *substancial*? Tal vegada és només *accidental*: una estratègia per amagar les veritables diferències. Per exemple, els culebrons llatinoamericans, que són vistos pel públic de tots els continents, presenten ambients en què són completament absents les diferències econòmiques (no hi surten pobres) o culturals (no hi ha membres de pobles indígenes).

Ens trobem, doncs, davant d'una *cultura de la indiferència* (38) aquesta cultura deixa fora de la pantalla les diferències *fortes* en un món desigual i divers. Però "posar problemes de consciència" als espectadors ven poc: per això les empreses ens tranquil·litzen i ens ofereixen productes "relaxants"...

Tanmateix, no sempre la cultura global és alienadora o ignora les diferències culturals. En un suburbi de Johannesburg, anomenat Sophiatown, la penetració d'elements de la cultura popular nordamericana (cinema negre, jazz, cultura afroamericana) va ajudar a la població oprimida a articular un llenguatge de protesta i a organitzar un moviment anti-*apartheid* que va contribuir a la democratització de Sudàfrica (39). I un producte de la indústria cinematogràfica nordamericana, *Dead Man Walking* ("Pena de mort") del director Tim Robbins, ha transmès al món la força i els ideals d'una dona, la germana Helen Prejean, que al sud dels EUA lluita pel dret a la vida de tota persona.

Una bona adaptació de productes "globals", doncs, pot ajudar a l'alliberament de l'opressió mitjançant l'adaptació d'una cultura a una situació social o política concreta. La condició, però, és que l'actitud dels agents locals receptors sigui *activa* i reconfiguri segons les coordenades locals *l'input* global "importat".

En conclusió

La cultura del consumisme global ha d'aterrar als diferents països, tot provocant una certa diferenciació. És discutible, però, si aquesta diferenciació és realment substancial, o si finalment els productes globals constitueixen una *cultura de la indiferència*. En tot cas, cal una adaptació activa d'aquests productes, perquè esdevinguin factors d'humanització per a les persones i els grups humans que els reben.

5. Influència de la situació cultural en els infants i joves

Hem vist al principi del present capítol com la cultura es compon d'un conjunt d'idees i valors referits als *grups humans*. El procés pel qual un infant té experiències ("rep inputs"), les elabora internament i passa a l'acció esdevenint "constructor de cultura" en un grup

humà, s'anomena *socialització*.

Els nous inputs culturals globals influeixen en la socialització de formes diferents, i potser contradictòries. Per una banda, en donar informacions als infants i joves sobre la varietat de cultures i formes de viure, amplien llurs horitzons i els permeten d'assumir les cultures pròpies de forma més humana. A més, viatjar i comunicar-se amb gent d'altres països per Internet permet als joves de sentir-se part d'un sol món amb un destí comú.

Malgrat tot, l'ús abusiu dels mitjans virtuals pot debilitar els processos de socialització. Tenir informacions és important per a socialitzar-se; però cal també elaborar-les en temps de silenci, de maduració de les pròpies idees i dels propis projectes. És bàsic igualment escoltar cançons amb lletres comprensibles, i emmirallar-se en personatges literaris o cinematogràfics culturalment propers a la pròpia experiència vital. Cal així mateix la comunicació amb amics de carn i ossos; i la participació en institucions en què el contacte humà ens ajuda a comprendre i interioritzar les relacions *reals* d'amistat, de solidaritat o d'autoritat ben entesa. Tanmateix, si la televisió consumeix el temps d'escriure o pensar; els referents musicals, literaris, o cinematogràfics són llunyans o vénen sempre amb un patró cultural "de masses"; i si no podem interrogar o ser interrogats pels personatges que influeixen en la pròpia conducta (perquè, o bé són virtuals, o estan fora del nostre abast)... aleshores la nostra socialització es pot fer deficient.

L'estratègia correcta davant d'aquests fenòmens no deu consistir a prohibir als infants i joves l'accés a Internet o a la televisió; sinó a capacitar-los perquè jutgin i escullin *activament* els temes que volen aprofundir a través d'Internet, o els programes que volen veure a la televisió. També és important que captin la bellesa i profunditat de formes de lleure inicialment menys atractives com la lectura, el silenci, la pregària o la participació en activitats grupals que permeten desenvolupar l'amistat i la solidaritat (*inputs reals, no virtuals*).

Però per a ajudar els infants i joves a aprofitar activament les possibilitats ampliades que se'ls ofereixen, cal temps i paciència. I en les societats desenvolupades d'avui el model tradicional de família està reformulant-se per causa de la incorporació progressiva de la dona al mercat laboral. Sense posar en qüestió aquest pas endavant en l'alliberament de la dona, alguns sociòlegs constaten que en capes significatives de població manca l'atenció als infants per part dels seus pares; i assenyalen la *renegociació dels pactes de la parella*, entre altres factors, com a clau per a la superació d'aquest nou repte (40).

En resum

Els inputs culturals virtuals poden tenir una influència positiva en els processos de socialització dels joves, a condició que aquests mantinguin la capacitat de criticar-les i orientar-s'hi. La facilitat d'accés als productes televisius o d'Internet, però, estableix una competència amb altres formes de fruit del lleure (inputs reals), com el silenci, les relacions d'amistat i la solidaritat amb gent de carn i ossos.

Els joves haurien de comptar amb l'ajut d'agents o institucions que els ajudin a formar-se personalitats capaces d'emprendre projectes al servei de la col·lectivitat.

6. Conclusió

Dèiem al principi d'aquest capítol que "cultura és la manera com un grup humà viu, pensa, sent, s'organitza, celebra i comparteix la vida". Cada grup humà genera una cultura, composta d'un conjunt de "vivències, pensaments i sentiments" invisibles que es concreten en "organitzacions, celebracions..." visibles.

Les tecnologies de la televisió i d'Internet han permès posar a l'abast de joves i grans una gran quantitat d'inputs culturals, que de vegades venen de cultures llunyanes, són virtuals, o són produïts per empreses amb afany de beneficis.

Però perquè un input cultural (un llibre, una pel·lícula, un espectacle ofert en un parc temàtic, un videojoc, un anunci, una discussió amb els amics o una excursió) ajudi a la socialització d'un jove o a la humanització d'un adult, cal que sigui rebut havent estat escollit i sigui elaborat activament, a fi d'adaptar-lo a la història personal o col·lectiva del propi grup humà. Quan no hi ha adaptació (i al dèficit d'adaptació contribueix la cultura del consumisme compulsiu i l'estratègia comercial de la indústria de la diversió), els inputs culturals fomenten addiccions o fan passius els ciutadans-consumidors. Quan hi ha adaptació, com a Sophiatown, els inputs culturals aterren adequadament en una persona o en un grup humà concret, i en transformen la cultura en un sentit humanitzador.

En el procés d'aterratge adequat dels inputs culturals globals, tenen un paper important persones concretes que catalitzin amb paciència i saviesa els processos d'adaptació i personalització. Els educadors, els pares o els líders d'institucions i de lleure han de ser capaços d'estimular la recerca activa dels infants o dels adults, a fi que cada individu o cada grup elaborin el propi projecte de vida dirigit a la humanització del grup humà concret.

Els problemes culturals que hem presentat inviten a l'acció de persones i institucions, a fi de posar el rostre cultural de la globalització al servei de formes de vida més humanes. Als capítols anteriors hem presentat, anàlogament, reptes tecnoeconòmics i sociopolítics. Tots aquests reptes ens han permès d'aprofundir en el significat de la *paraula-ídol* que ens ocupa: *globalització*. És hora de recapitular el seu significat, i d'apuntar propostes d'acció humana que permetin aprofitar-ne les oportunitats i evitar-ne els riscos.

4. LA GLOBALITZACIÓ I EL SEU "GOVERN"

1. El concepte de *globalització*

Després de l'excursió pels tres nivells en què el fenomen de la globalització va prenent rostres, retornem a la *paraula-ídol* que ens ocupa, per intentar determinar-ne més exactament el significat. Precisarem el contingut de *globalització* amb una terna de conceptes que hem apuntat als apartats anteriors: *internacionalització*, *mundialització* i *globalització*.

Internacionalització és el procés pel qual els diversos Estats-Nació es relacionen entre ells. En aquest sentit, la globalització demana una internacionalització més intensa, perquè els Estats-Nació s'haurien de relacionar més entre ells. Però, com hem vist, també s'han desenvolupat relacions entre persones i organitzacions de diversos països *al marge dels Estats-Nació*: per exemple, en les empreses multinacionals, en les ONG d'abast mundial, en les xarxes d'economia il·legal, en les visites dels usuaris d'Internet de diversos països a una Web determinada, o en la visió via satèl·lit d'un programa televisiu nordamericà des de països allunyats dels EUA. La globalització, per tant, va més enllà de la internacionalització.

Mundialització és el procés pel qual tots els ciutadans del món comparteixen una determinada experiència, un determinat valor o un determinat bé. Però, com hem vist, la globalització no ha arribat a tots els ciutadans del món. Hi ha àrees geogràfiques o grups socials que han sofert passivament la globalització perquè han quedat *desconnectats* de les xarxes de comunicació, dels moviments de capital, dels destins de les inversions empresarials, de les reivindicacions dels drets humans. Són àrees geogràfiques o grups socials que estan al marge de la llum (*forats negres del capitalisme*) i del moviment que injecta la globalització per allà on passa. La globalització, doncs, *tal com s'ha concretat fins avui* no ha distribuït els seus beneficis a tot el món: es queda curta respecte al que podria ser la mundialització.

En aquest sentit, observem que hi ha persones, grups humans i regions més globalitzats que altres. La globalització és una qüestió de *grau*. Un ciutadà connectat a Internet, que té una feina relacionada amb l'economia global, que parla anglès, que viatja, i que té amics en països allunyats està *molt globalitzat*. Un país que comença a connectar-se amb els seus veïns pel comerç de certs productes està *una mica globalitzat*. Un grup humà que viu en una cultura tancada en sí mateixa, sense rebre inputs econòmics, polítics o culturals de fora del propi grup, no està *gens globalitzat*. D'aquest darrer cas, cada vegada queden menys exemples, perquè la globalització avança molt en els nostres temps. Notem, però, que *estar molt globalitzat no és necessàriament bo o dolent*: el que és bo és portar una vida humana lliure d'esclavatges o d'addiccions, i actuar amb justícia i solidaritat respecte als altres habitants del món.

Per tant

En contrast amb els termes *internacionalització* i *mundialització*, *globalització* significa el procés d'interconnexió financera, econòmica, política social i cultural, possibilitada per les TIC, que relaciona *determinades* persones i organitzacions *governamentals o no*, tot creant dinàmiques complexes de relació i d'exclusió. Hi ha persones i grups *més o menys globalitzats*, i no podem afirmar que estar globalitzat sigui bo o dolent.

2. Situar-se correctament davant de la globalització

Hi ha tres camins per situar-se davant del fenomen de la globalització: refusar-la; acceptar-la incondicionalment; o acceptar-la i intentar governar-la tot posant-la al servei de cotes més altes de benestar per a tothom, especialment per als qui més sofreixen.

El **primer camí**, el del refús, és el que han pres els *fonamentalismes* en les zones excloses de la globalització. Consisteix a “excloure els exclusors”. Però aquesta opció reactiva no podrà frenar la força de penetració de les TIC; i a més sol construir projectes econòmics, polítics i culturals que acaben deshumanitzant les societats en què s’implanten. La revolucions fonamentalistes islàmiques, per exemple, han perpetuat la pobresa i han agreujat la degradació psicològica i la mort de moltes dones. També a Occident hi ha *grups anti-globalització*. Tenen una força utòpica i de denúncia considerable; i són positius en tant que desvetllen les consciències davant de les conseqüències negatives i dels riscos de la globalització. Però no poden quedar com a purs moviments *reactius*, sota l’amenaça de ser utilitzats per forces o grups socials amb interessos egoistes.

Per exemple, a la Ronda del Mil·lenni de l’Organització Mundial del Comerç (Seattle, EUA, finals de 1999) es van aliar estranyament certes ONG contràries a la globalització i els grups d’agricultors europeus que volen impedir l’entrada al seu continent dels productes agrícoles provinents del Tercer Món. Els moviments solidaris anti-globalització haurien d’evolucionar cap a estratègies *proactives*: és a dir, a dissenyar propostes positives per a posar la globalització al servei de tots.

El **segon camí**, el de l’acceptació incondicional, és el del *neoliberalisme*. El neoliberalisme ha servit als agents econòmics més poderosos per fer avançar el capitalisme liberal salvatge, tot utilitzant interessadament la derrota del socialisme real i les dificultats de l’Estat del Benestar occidental. Ha generalitzat tres o quatre *mitges veritats*, tot elevant-les a categories universals (41). Així, acceptant la globalització tal com ha sorgit històricament (liderada per certs agents econòmics de certs països, que s’escapen del govern polític), els neoliberals defensen que cal deixar-la tal com està, sense sotmetre-la a l’autoritat d’una organització política mundial... encara que això provoqui desequilibris ecològics, desigualtats econòmiques, exclusions socials, i destrucció de formes culturals humanitzadores.

En tant que imposa projectes econòmics, polítics i culturals als diversos països, sense dialogar-hi i sense adaptar-s’hi, el neoliberalisme també és un *fonamentalisme*, però propi de la zona victoriosa del capitalisme.

El **tercer camí** consisteix a acceptar que avui vivim més interconnectats, i amb més possibilitats de relació; però que aquestes noves possibilitats suposen alhora *riscos i oportunitats*. I consisteix també a entendre la globalització com un procés susceptible de ser governat o “civilitzat”, tot posant-lo al servei de l’augment del benestar de tothom, especialment dels qui més sofreixen (42). Com hem dit al primer apartat, la introducció de les TIC en les empreses ha fet augmentar la productivitat i el PIB dels països que les han adoptat. Girar-se d’esquena a aquesta possibilitat (opció fonamentalista) és pretendre frenar l’augment necessari del benestar per a la gran majoria de la humanitat. El problema és que l’augment de la productivitat o el creixement econòmic no porten automàticament a l’increment del benestar *de tothom*. A més, la globalització de les formes polítiques o de la cultura s’ha realitzat sense les adaptacions o els diàlegs necessaris perquè el resultat sigui humanitzador per als diversos països i per als seus ciutadans.

Avançar per aquest tercer camí, implica incidir en el fenomen i les conseqüències de la globalització en tota llur complexitat, és a dir, *a tots els nivells: tecnoeconòmic, sociopolític i cultural*. Tal com hem constatat, tots tres nivells estan interconnectats, i cada nivell ens mostra un rostre peculiar i irreductible de la globalització. No és suficient, doncs, treballar

només a nivell cultural, o només a nivell polític, o només a nivell tecnoeconòmic, davant d'un fenomen que es manifesta i genera conseqüències als tres nivells.

3. Propostes per al govern de la globalització

En base a les coordenades del tercer camí que acabem de presentar, avancem alguns objectius que la humanitat s'ha de proposar i perseguir si és que vol governar la globalització i no ser governada per ella.

3.1. Iniciatives tecnoeconòmiques

a) Reforçar i democratitzar els organismes econòmics internacionals (FMI, Banc Mundial, Organització Mundial del Comerç...) a fi que puguin governar la globalització financera i econòmica, tot fent-la ecològicament sostenible i lluitant contra l'exclusió, la pobresa i la desigualtat que avui està generant.

Així es recuperarà parcialment la llibertat dels Estats per a gestionar les polítiques econòmiques, per a mantenir la viabilitat fiscal, i per a conservar o augmentar nivells de protecció social que difonguin el benestar i la riquesa entre tots els ciutadans.

b) Promoure les unions econòmiques regionals, que permeten alhora aprofitar els avantatges del comerç internacional i tenir un poder polític prou fort per a dialogar amb les multinacionals amb garanties d'èxit.

c) Regular ecològicament i fiscalment els transports, per eliminar les irracionalitats existents (vegeu els exemples del raïm californià o dels crancs del Mar del Nord al capítol 1r) i evitar la degradació ecològica.

d) Condonar d'una vegada l'injust deute extern dels països del Tercer Món, que ja està prou pagat i que hipoteca de manera inhumana als seus habitants. En el procés de condonació, cal aprofitar l'ocasió perquè els recursos alliberats acabin revertint en benefici de tota la població i especialment dels més pobres.

e) Introduir la responsabilitat social de l'empresa, per mitjà de la convicció dels directius i de la pressió dels nous moviments socials. En efecte, les TIC permeten transmetre a capes significatives de la ciutadania informacions i iniciatives que pressionin les empreses a canviar... si no volen perdre el prestigi i els clients. Per exemple, hi ha ONG que proposen per correu electrònic accions al servei de campanyes per a l'eliminació de treball infantil.

f) Aprofitant que és més fàcil per als qui tenen coneixements, fomentar la creació de petites i mitjanes empreses (crèdits a micro-empreses, cooperatives de producció o distribució). Aquestes empreses creen més llocs de treball que la gran empresa; estan més directament implicades en el benestar de les comunitats en què s'insereixen; i no destrueixen tan fàcilment els valors autèntics que les cultures locals contenen.

g) Crear i alimentar fons d'inversions ètics, per a discriminar les empreses que inverteixen en activitats il·legals o destructives de les que respecten normes socials, ecològiques o ètiques de diversa naturalesa. Si els ciutadans són també *capitalistes* en tant que participen en fons d'inversió, cal aprofitar aquest poder per dirigir les inversions cap a empreses i activitats que no generin conseqüències socialment o ecològicament negatives.

h) Aprofitant l'activitat del consum per a exercir i fomentar la solidaritat: per mitjà de la compra de productes de *comerç just* o de béns d'empreses que dediquen part dels beneficis a la solidaritat (*marketing amb causa*).

3.2. Iniciatives sociopolítiques

a) Treballar per la governació política de la globalització: defensa dels drets humans, polítiques de redistribució de rendes, lluita contra les xarxes globals il·legals i criminals. En aquest sentit, les democràcies permeten mecanismes de participació política que orienten les decisions en determinades direccions: eleccions i referendums, militància política o sindical,

participació en col·legis professionals, suport actiu a determinades ONG, etc.

b) Aprofitar la dimensió internacional dels partits polítics i dels sindicats, per a establir una cultura del diàleg entre actors polítics i actors socials de diversos països respecte a problemes que tenen un abast mundial.

c) Fomentar les institucions internacionals de defensa dels drets humans, com el Tribunal Penal Internacional, tot posant fi als abusos del principi de no ingerència que en fan coartada per a violar aquests drets.

d) Reforçar els moviments socials (nous o antics) de solidaritat amb els exclosos o amb els grups en risc d'exclusió, des d'una actitud de diàleg i d'escolta: els habitants dels forats negres del capitalisme han de trobar camins propis per a evolucionar cap a formes de vida més humanes (43).

3.3. Iniciatives culturals

a) Treballar per a posar *la persona, i tota persona*, al centre de les preocupacions i al primer lloc de l'ordre del dia de totes les reunions. En un món tan complex i ple d'institucions i forces que es contraposen, no hem de perdre el nord: el treball pel benestar i la humanització de les persones i especialment dels més pobres.

b) Aprofitar l'emergència de nous moviments socials i ONG per a fomentar una *consciència ètica universal*, que es tradueixi en la lluita pel reconeixement efectiu de la ciutadania (drets humans fonamentals) a tots els habitants del planeta.

c) Reforçar *les institucions i els agents socialitzadors* (famílies, escoles, ONG, esglésies) a fi que orientin, en un context global, virtual i comercial, els valors i les idees dels joves. Es tracta que tothom arribi a tenir personalitats prou integrades com per a prendre iniciatives econòmiques, polítiques i culturals al servei dels ciutadans, i especialment dels més pobres.

d) En els *sistemes educatius*, fomentar *curricula* que alhora capacitin els alumnes per al treball tecnològicament qualificat, i els donin instruments humanístics per a créixer com a persones. En la formació humanística cal capacitar-los per ser *actius* en l'ús de les TIC i en l'adaptació personal dels productes que ofereix la indústria cultural.

e) Els grups religiosos han de trobar en les pròpies tradicions, i en el diàleg interreligiós, els valors i les actituds que els permetin assumir creativament i de manera humanitzadora les noves condicions econòmiques, socials i culturals globals. Així contribuiran a impulsar, en els diversos àmbits de la vida col·lectiva, la centralitat de la persona i la ciutadania universal.

Notes

1. “Abans de tot, als països del Tercer Món aquest concepte [“globalització”] ha substituït el de “dependència” i avui ha de pagar com a causa de tot problema i de tot mal”. MÜLLER, J. “Weltkirche als Lerngemeinschaft. Modell einer menschengerechten Globalisierung? *Stimmen der Zeit* 1999 (5), 317.
2. Cf. MÜLLER, J., *Op.cit.* 318.
3. PNUD: *Informe sobre el Desenvolupament Humà*, 1998.
4. Cf. RAMONET, I., *Le monde diplomatique 11-IV- 1997*. Citat a BECK, U. *¿Qué es la globalización?* Paidós, Barcelona 1998, 73.
5. Cf. NAVARRO, V., *Neoliberalismo y Estado del Bienestar*, Ariel, Barcelona, 1998 (2ª), 78 (Cuadro 2.1).
6. PNUD, *Informe sobre el Desenvolupament Humà*, 1998, 142.
7. Cf. COMAS, C., *Sociedad, Economía, Cultura: una aproximación histórica*, Publicacions ESADE, Barcelona, 1999.
8. Cf. VAZQUEZ, L., “La ONU denuncia que el número de pobres se ha duplicado desde 1974”, *El País*, 6-VII-1999.
9. Cf. BECK, U. *Op.cit.* 207-208.
10. LAFONTAINE, O. MÜLLER, Ch. *No hay que tener miedo a la globalización*, Biblioteca Nueva, Madrid, 1998, 35. De totes maneres, tal com senyalen aquests autors, el comerç és més interregional que internacional. En resum, podríem dir que els capitals es mouen a nivell mundial; els béns i serveis a nivell interregional, i els treballadors a nivell de l’interior dels estats.
11. Cf. LAFONTAINE, O., MÜLLER, Ch. *Op.cit.* 37.
12. Cf. BECK, U., *op.cit.* 40-41.
13. Cf. CASTELLS, M., “Entender nuestro mundo”, *Revista de Occidente* 205, Madrid, mayo 1998, 120-121.
14. Cf. BECK, U., *Op.cit.* 38-39.
15. Cf. PFAFF, W., “Un desafío a la ortodoxia”, *Política exterior* 53, X, septiembre-octubre 1996, 16.
16. Als EUA l’any 1968 el 5% de la població amb ingressos mitjos més alts tenia 16 vegades més ingressos que el 20% més pobre. L’any 1998 aquesta proporció havia pujat a 24 vegades (Cf. COMAS, C. *Op.cit.*, 3).
17. Cf. LAFONTAINE, O. MÜLLER, C. *Op.cit.* 74.
18. Cf. UNITED NATIONS CENTER ON TRANSNATIONAL CORPORATIONS, *Transnational Corporations in World Development. Trends and Prospects*. New York, United Nations, 1988, 16.
19. Cf. MADRICK, J. SOROS, G., “La crisis financiera mundial”, *Política exterior* 68, Marzo-Abril 1999, 49.
20. Cf. BECK, U., *Op.cit.* 23.
21. Per a una presentació ben extensa dels perills ecològics del planeta, vegeu MENACHO, J., *El repte de la terra: ecologia i justícia en el s.XXI*, Cristianisme i Justícia, Barcelona 1999, Quadern n. 89.
22. Cf. LAFONTAINE, O. MÜLLER, C. *Op.cit.* O. 52,73.
23. Cf. BECK, U., *Op.cit.* 175.
24. Cf. CASTELLS, M., “La nueva revolución rusa”, *Claves*, (1991), 2-14.
25. “... La URSS va arribar a invertir un 37% del seu pressupost en la fabricació d’armes, mentre que l’esforç suposava a penes el 7% del dels EUA”. BARRANCO, J., “Walters expone en Santander el acoso final de EEUU a la URSS”, *La Vanguardia* 10-8-99.

26. "... El col·lapse del bloc oriental va ser també fruit de la globalització cultural. El "teló d'acer" i el blindatge militar es van volatilitzar, per dir-ho així, a l'era de la televisió." BECK, U., *Op.cit.* 101.
27. Cf. BECK, U., *Op.cit. Passim*. Vegeu especialment el capítol VI "En torno a la sociedad mundial: perspectivas concurrentes".
28. Cf. "Entender nuestro mundo", *Revista de Occidente*, n. 205, Madrid, Mayo 1998, 142.
29. Pensem especialment en petites regions europees "perifèriques" com Galícia (Nord-oest d'Espanya) o Sicília (Sud d'Itàlia).
30. Cf. FUKUYAMA, F., "¿The End of History?", *National Interest*, 1989.
31. Cf. MÜLLER, J., *op.cit.* 320-321.
32. Cf. CASTELLS, M., *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol. 3: Fin de milenio*. Alianza, Madrid, 1997, 188-191
33. Congregació General XXXIV de la Companyia de Jesús, Decret IV, n. 1.
34. Cf. "Entender nuestro mundo", 131-133.
35. Les addiccions, no només de base química (tabac, alcohol o drogues), sinó també de base social (aliments, sexe, joc, compra, televisió, Internet, treball) estan creixent de forma alarmant. Vegeu ALONSO-FERNANDEZ, F., "La plaga de las adicciones sociales", *El País*, 2-5-2000.
36. A finals de 1999, la quota de mercat del cine d'EUA a la Unió Europea (UE) era d'entre el 54 i el 92%; mentre que la quota de la UE als EUA era només del 3%. El pressupost d'una pel·lícula als EUA era 4 vegades el d'una de la UE; i el pressupost de promoció als EUA era 15 vegades el d'una pel·lícula europea. Cf. MARTÍ, O., "Europa reivindica su propia imagen", *El País*, 5-12-1999.
37. Cf. BARBER, B., "Cultura McWorld contra democracia", *Le Monde Diplomatique*, agosto/septiembre 1998, 28.
38. Cf. MARTÍN, J., "La globalización desde una perspectiva cultural", *Letra* 58, 1998, 16.
39. SARRÓ, R., "Cultura y metacultura: más allá de la diversidad y de la homogeneización", *Revista de libros*, Madrid, marzo 1999, 14.
40. "Estic cridant l'atenció sobre un tema fonamental de la nostra societat que s'ha d'abordar sense prejudicis ideològics: s'està descuidant massivament els nens, tal com documenten els científics socials i els periodistes." CASTELLS, M., *La era de la información...*, 262.
41. "El neoliberalisme sorgeix i creix a partir del contrast entre el projecte històric de l'Estat Social i l'experiència tant dels seus efectes perversos com de la dificultat de mantenir –sota la crisi– les seves condicions de possibilitat econòmiques i financeres. Ara bé, el vessant ideològic del neoliberalisme es manifesta en l'extrapolació que fa d'uns efectes perversos limitats a una crítica global de l'Estat Social". MIRALLES, J., "El mito de las grandes ideologías históricas", *Cristianisme i Justícia*, *La sociedad del desempleo. Por un trabajo diferente*, Centro de Estudios "Cristianisme i Justícia", 86.
42. "...Seria ser curt de mires optar per una (improbable) contra-globalització arrelada en la por, igualment és ser curt de mires radicalitzar i enfortir els reflexos de competència bel·ligerant que podrien esdevenir devastadores. En canvi, la globalització ha de ser "civilitzada". Només civilitzant-la pot esdevenir sostenible...". INTERNATIONAL JACQUES MARITAIN INSTITUTE "Globalisation: a challenge for peace: solidarity or exclusion". *Notes et Documents* 49-50, mai-décembre 1997, 2.
43. J. Müller defensa el principi de subsidiarietat, i el concreta afirmant que la solidaritat ha de començar per l'auto-ajuda, seguir per l'ajut mutu entre les víctimes, i només en darrer terme l'ajut dels forts als febles. "Si l'home és el punt de partida i l'objectiu de tot desenvolupament, això demana primer de tot un desenvolupament des de baix." *Op.cit.* 323.

QÜESTIONARI PER AL DEBAT

1. Quins símptomes de globalització (econòmics, socials, polítics, culturals, religiosos, etc.) descobriu en el vostre, lloc de treball, vida de família... vida associativa...

— *Feu-ne llista una mica ampla.*

2. Sindicats i partits estan minvant la seva influència a favor dels *nous moviments socials* (pàg. 20-21).

— *Avantatges i desavantatges. Significació d'aquest fet.*

3. Algunes ONG defensores dels drets humans promouen la intervenció de les institucions internacionals (ONU, Tribunal Penal Internacional...) en problemes concrets dels països. (Recordeu el debat sobre el cas Pinochet):

— *Valoreu les oportunitats i riscos d'aquesta "ingerència en assumptes interns dels estats".*

— *Té sentit una organització tan particular com l'OTAN en un món definit com a "aldea global".*

4. La humanitat té les institucions necessàries per a governar la globalització? Està preparada l'ONU? Com es podria treballar vers una "Constitució Mundial", no imposada per la força de l'imperi, sinó aprovada pel món.

5. En el procés de socialització de les noves generacions hi pesen molt els inputs "virtuals" (els dels MCS, TV, navegació per Internet, Chats...)

— *Analitzeu com poden fer confondre realitat i ficció: crear personatges de ficció que a cops esdevenen amics molt "reals"...*

— *Valoreu el fet dels companys virtuals... amb els quals hom es pot aïllar i crear un entorn personal que és "virtual".*

6. Valoreu les "oportunitats" de la globalització: la seva capacitat d'humanitzar, crear harmonia, fraternitat, solidaritat... fer créixer les potencialitats de la persona i fer-la més lliure...

— *Quines "esquerdes" obre la globalització que puguin ésser aprofitades per lluitar per la justícia?*

7. Feu conscients els riscos, els efectes negatius que produeix la globalització tant al primer com al tercer món.

— *Feu especial atenció als efectes en les migracions, atomització dels interessos dels treballadors, treball precari, etc.*

— *Identifiqueu els "forats negres del capitalisme informacional" (pàg. 22-23) que tingueu a prop i els que coneixeu pels MCS.*

© *Cristianisme i Justícia*, Roger de Llúria 13, 08010 Barcelona
Telf: 93 317 23 38; Fax: 93 317 10 94; correu-e: espinal@redestb.es;
<http://www.fespinal.com>
desembre 2000