

El estado desorientado ¿Quién manda aquí?

■ Mónica Daluz

La figura del Estado decrece. Hasta ahora mediador y controlador de los intercambios, el Estado pierde protagonismo ante el cambio de la estructura internacional; deja de ser interlocutor, de modo que toda institución u organismo que dirige al Estado sus peticiones, como los sindicatos, se encuentran desfasados.

En muchos casos ha ocurrido que por la identificación que se da entre lo que un país fabrica y los intereses del Estado, éste ha abierto fronteras para que las empresas puedan vender sus excedentes, lo que beneficia tanto a las empresas como a los trabajadores del sector. Cuando las empresas no son competitivas se cierran los mercados y el Estado del Bienestar se vuelve proteccionista, originando políticas de *dumping* social; situación que se vivió en las décadas de los 70 y los 80.

Hoy, en una situación internacional que aboga por la desregularización y la no intervención de los estados en los mercados, ha venido a darse una política de «dejar hacer». En este entorno, el fenómeno de la deslocalización conduce a una situación de intereses contrapuestos que desorienta al Estado, que no sabe qué intereses defender. Mientras, los estados receptores favorecen la instalación de empresas extranjeras, pero lo hacen a costa del coste social. El cese del proteccionismo se ha traducido en un incremento del poder de las empresas transnacionales, en detrimento de las empresas pequeñas y medianas de carácter nacional. La empresa transnacional no se halla solamente en el ámbito de la producción, sino que se extiende rápidamente a la comercialización y a los servicios.

Y llegó la nueva economía, pero, ¿en qué se diferencia de la economía mundial? La economía global es capaz de funcionar de forma unitaria en tiempo real o en un tiempo establecido, a escala planetaria; las fronteras se han esfumado pero también lo ha hecho el factor tiempo y

El cese del proteccionismo se ha traducido en un incremento del poder de las empresas transnacionales.

ello ha venido, sin duda, de la mano de las tecnologías de la información y la comunicación.

-Es la ley del mercado...-, sentencian los inmovilistas, pero las leyes que impone el mercado son consecuencia de decisiones más o menos prediseñadas. Los

agentes motores de las nuevas reglas del juego fueron, en su día, los gobiernos de los países más ricos, con la desregularización de la actividad económica interna, la liberalización del comercio y la inversión internacional, y la privatización de compañías controladas por el sector público; todo ello, al objeto de unificar las economías y dotarlas de un conjunto de normas homogéneas. Desde entonces, capital, bienes y servicios fluyen en todas direcciones a criterio de... ¿los mercados?

¿Quién está detrás de la nueva configuración de este sistema económico universal? Si hubo un tiempo en el que los flujos de la demanda y la oferta se equilibraban por las más elementales y ancestrales leyes del intercambio de bienes y servicios, si ese capitalismo era de pura lógica y hasta justo, hoy los intercambios han dejado de ser un fenómeno natural y, precisamente ahora, cuando más libres creemos ser, porque la primera regla de la libertad es la posibilidad de elección y esta sociedad se nos antoja excepcional y abrumadoramente plural, el tipo de interrelaciones establecidas obedece a intereses políticos y económicos particulares. El poder de las compañías multinacionales se acrecienta por momentos, y hasta los estados están, de algún modo, secuestrados por estos grupos de poder. Ahí va un dato: en números redondos, las



500 empresas multinacionales más grandes suman casi el 25% de la producción del mundo y casi la mitad del total del comercio mundial, además, poseen gran parte de la tecnología del mundo y reciben alrededor del 80% de los derechos y *royalties* tecnológicos. En esta economía globalizada que nos inunda, las nuevas tecnologías de la información han permitido a las multinacionales recoger y difundir conocimientos de modo más eficiente y veloz que en el pasado con la consecuente aceleración del ciclo de desarrollo de un producto nuevo y su introducción en diferentes mercados del mundo. Todo ello no es en sí mismo negativo; la irrupción de las multinacionales fue fruto del natural devenir de los intercambios, y son muchas las sociedades en las que la presencia de estas grandes compañías ha beneficiado a sus ciudadanos laboral y tecnológicamente hablando. Pero ojo a su frenética expansión. El poder de la industria farmacéutica ha provocado situaciones

de escándalo y constituye el más claro ejemplo de conocimiento al servicio de intereses particulares. La ingeniería genética aplicada a la producción de semillas destinadas a la alimentación empuja con fuerza, pese a sus detractores, amenazando con monopolizar un tema tan serio como la salud alimentaria o, incluso, la subsistencia de la humanidad, creando, amparados en el derecho de la propiedad intelectual, semillas de un solo uso, buscando, en realidad, la dependencia de los agricultores.

Sin embargo, estas apreciaciones no parecen preocupar a casi nadie, ni siquiera se sobrelleva como daño colateral de la economía global, es más bien como si, en general, la sociedad apartase de sí pensamientos, digamos, ásperos...

En la nueva era del capitalismo, éste, que ha salido airoso de la guerra de las ideologías y hoy, sin rival, se aposenta relajado, cambia su juego, para venir a mostrarse amable y servicial; una nueva era en la que el consumo lo es todo y en la que todo está dispuesto para convencernos de la imprescindibilidad de los objetos que proporciona. Tan sofisticado es el sistema que para mayor rentabilidad crea necesidades globales y nos hace creer, verdaderamente, que somos únicos, a través de la personalización aparente de experiencias de consumo de ocio y productos. Todos -cuantos nos hallamos a este lado de la barrera-, deseamos las mismas cosas, tenemos las mismas cosas y, de algún modo, las vemos distintas a las del

vecino. Un sistema que trata de evitar a toda costa la frustración y aparta de sí cuanto enturbie una felicidad permanente, que raya en lo pueril -¡existen empresas en EE.UU. donde el repartidor del correo interno va vestido de Pato Donald!-, y disfraza cuanto la turbe dotando hasta a la sinrazón de una nueva apariencia, una apariencia, eso sí, encantadora. El empeño y la urgencia por controlar cada detalle de nuestras vidas lleva, también en USA, a situaciones que, seguramente, desde Europa nos parecen casi de chiste; allí no son nuevas las CID, urbanizaciones de interés común, es decir, que es posible rodearte de vecinos hechos a tu imagen y semejanza: todos divorciados, todos vegetarianos o todos *gays*. No tengo conocimiento de agrupaciones de convivencia por criterios de ideología o de personalidad, pero seguro que pronto aparecerán barrios sólo para optimistas.

En la era de la gratificación inmediata, del compromiso político casi nulo y de la trivialidad como telón de fondo, corremos el peligro de no reflexionar sobre cuestiones de las que depende nuestra propia supervivencia. Emborrachados de distracción y adictos al acopio de cualquier cosa, el sistema nos proporciona el «soma» que vaticinó Aldous Huxley ya en 1932. Llevar el «no te preocupes; sé feliz» hasta el extremo, puede conducirnos, a su vez, al no ser como sociedad. En algunos círculos intelectuales se habla de un cierto atoramiento de la creatividad, con industrias encalladas en el *revival*, con reversiones de lo ya reversionado, en fin, con el pasado en permanente reedición. En la industria de la electrónica de consumo, aparentemente, en las antípodas de esta situación, el fantasma está por venir y llega de oriente, ofreciendo copias tiradas de precio... ¿Crear, para qué?

¿Quién buscará la última utopía?, aquella en la que la felicidad proceda de la satisfacción de participar y contribuir a los intereses de la colectividad. Si se impone el reino del individualismo y absorbemos la sociedad hasta tragárnosla, si agotamos los recursos como el que dilapida una herencia cuando, en realidad, sólo es suya en calidad de préstamo, pronto no quedará nada de lo que gozar...

vecino. Un sistema que trata de evitar a toda costa la frustración y aparta de sí cuanto enturbie una felicidad permanente, que raya en lo pueril -¡existen empresas en EE.UU. donde el repartidor del correo interno va vestido de Pato Donald!-, y disfraza cuanto la turbe dotando hasta a la sinrazón de una nueva apariencia, una apariencia, eso sí, encantadora. El empeño y la urgencia por controlar cada detalle de nuestras vidas lleva, también en USA, a situaciones que, seguramente, desde Europa nos parecen casi de chiste; allí no son nuevas las CID, urbanizaciones de interés común, es decir, que es posible rodearte de vecinos hechos a tu imagen y semejanza: todos divorciados, todos vegetarianos o todos *gays*. No tengo conocimiento de agrupaciones de convivencia por criterios de ideología o de personalidad, pero seguro que pronto aparecerán barrios sólo para optimistas.

