

## TRABAJO PRÁCTICO NÚMERO 1

La **globalización** es un proceso de interconexión financiera, económica, social, política y cultural que se acelera por el abaratamiento de los transportes y la incorporación en algunas instituciones (empresas, grupos sociales, algunas familias...) de tecnologías de la información y de la comunicación (TIC).

### GLOBALIZACIÓN TECNOECONOMICA

Si analizamos los cambios producidos en la economía, veremos que ha sido importante y que ese lo que está marcando tendencias de futuro. Estos cambios son:

**La expansión de nuevas formas de producción:** existen dos grandes tipos, desmaterialización y desnacionalización. La **desmaterialización** significa que su valor añadido ha pasado a depender más de los elementos inmateriales que llevan incorporados (diseño del producto, imagen de marca, patentes...) que de la manipulación física de los elementos materiales que los integran. Por ejemplo, en el precio de una Coca Cola hoy pesa más la publicidad y la patente del invento que los componentes materiales de la bebida. En el precio de un programa de videojuegos o de informática pesan más las horas de creatividad y de programación que el coste del disquete que contiene este programa.

La desmaterialización de los productos también ha desmaterializado en gran medida a las propias empresas. Una empresa es la idea de un producto nuevo, un aparato material para su fabricación y un sistema de venta: tres fases que hay que organizar y financiar.

En segundo lugar, está la **desnacionalización**. Esto significa dos cosas: que cada vez consumimos más productos extranjeros; pero también que cada vez podemos creernos menos lo de "Made in..." porque los cambios recientes en las TIC y en los transportes han facilitado a las empresas la división internacional de los procesos productivos: existen muchos bienes para los cuales cada fase del proceso puede realizarse en el país que más beneficios genere para la empresa.

Cada vez consumimos más productos extranjeros porque el comercio internacional ha crecido. Gracias a la Organización Mundial del Comercio y a que los precios de transporte han bajado, las exportaciones e importaciones han crecido mucho.

**Cambios en el mundo del trabajo:** Los cambios productivos que acabamos de analizar han ocasionado la división de los trabajadores en dos categorías: los trabajadores auto-programables y los trabajadores genéricos. Los primeros son los que saben manejar las TIC y adaptarse a los cambios que estas imponen: generan la parte más importante del valor añadido de los procesos y son difíciles de sustituir. Los segundos realizan trabajos menos importantes y son prescindibles a nivel individual, si bien no como colectivo.

Esta división genera diferencias salariales: los trabajadores autoprogramables "no se pueden dejar escapar" y por lo tanto les permite obtener salarios mucho más elevados que los trabajadores genéricos. Además, el paro y la precariedad se están convirtiendo en problemas crónicos para las economías industriales: han afectado sobre todo a estos trabajadores genéricos (son individualmente prescindibles), y tienen consecuencias culturales: baja autoestima, reducción de las posibilidades de realizar proyectos de pareja, mayor inestabilidad de las formas de familia, aumento de la delincuencia, etc.

**Cambios en el mundo del capital:** la globalización no ha afectado únicamente al mundo del trabajo, también ha originado cambios en el capital. La propiedad del capital se ha hecho compleja: en primer lugar están los viejos ricos, cuya riqueza está ligada a la posesión de capital o de recursos naturales. Pero están también los nuevos ricos, que son nuevos empresarios como Bill Gates, que no tenían capital, pero que han podido crear empresas gracias a la desmaterialización de los productos. Y finalmente tenemos los fondos de inversión alimentados por los ahorros de los trabajadores, que se

convierten así en capitalistas (una modalidad nueva y compleja). En efecto, estos fondos son gestionados por equipos de financieros que mueven grandes cantidades de dinero buscando rentabilidades altas a corto plazo. El anonimato de estos capitales los hace más peligrosos. En este sentido, la integración a escala global de los mercados financieros (facilitada por las TIC) acentúa el anonimato y la deshumanización de las decisiones empresariales.

**Deterioro del medio ambiente:** es cierto que el crecimiento económico se ha recuperado, pero los diversos agentes económicos han tenido poco en cuenta las consecuencias ecológicas de la producción y el consumo. También se está produciendo un grave deterioro del medio ambiente (tierra, mar y aire). En particular, el incremento del comercio internacional y de la división internacional de los procesos productivos ha sido, al mismo tiempo, causa y efecto del aumento de los transportes.

En ocasiones, estos transportes tienen difícil explicación racional o elevados costes medioambientales: por ejemplo, se da el caso de que 1 Kg. de uva de California se transporta por avión a Alemania y en el viaje se emiten 20 Kg de CO<sub>2</sub>(22).

**Cambio del papel del Estado como agente económico:** las tendencias señaladas respecto de la expansión de nuevas formas de producción, de los cambios en el mundo del trabajo, en el del capital y del deterioro del medio ambiente, han transformado el papel del Estado como agente económico. Más concretamente, se está produciendo una pérdida de autoridad económica de los Estados.

Hoy la economía salta fronteras y los agentes estatales de política económica cuentan cada día con instrumentos más débiles para controlar las variables macroeconómicas básicas, para defender la libre competencia o para redistribuir rentas de los ricos a los pobres.

Es el momento de impulsar un conjunto de acuerdos, instituciones y reglas que permitan colocar a la globalización económica de nuevo bajo la autoridad política que vele por el bienestar de todos. Por el contrario, muchos gobiernos están fomentando la liberalización indiscriminada del comercio y de los movimientos de capital. Al mismo tiempo, trabajan por la consolidación de grandes empresas "nacionales" fuertes capaces de competir en el mercado mundial. Esta estrategia de impulso de "multinacionales de base nacional propia", ha tenido no obstante consecuencias nocivas: las grandes empresas (tanto de base "nacional" como "extranjera") consiguen de los gobiernos y de los bancos tratos fiscales, financieros, laborales o ecológicos privilegiados. Son los consumidores, las pequeñas y medianas empresas o los ciudadanos más pobres los que acaban pagando estos privilegios y ven reducidos los programas de lucha contra la pobreza por incapacidad presupuestaria del Estado.

## GLOBALIZACIÓN SOCIOPOLÍTICA

### **El lado sociopolítico de la globalización.**

La globalización empieza a tomar auge luego de la caída del muro de Berlín en 89, a partir de ese momento, las personas pueden ver lo que había detrás del telón de acero.

La victoria de los planes de Reagan hacen caer en cuenta a Gorbachov sobre lo demorada que estaba la sociedad con el comunismo.

#### *Estado-Nación & Estado-Red:*

Por un lado se plantea que un país solo no puede con algunos temas por sí mismo por eso lleva a la asociación de dichos países (Mercosur, NAFTA, UE), estas asociaciones pueden abarcar temas medioambientales, crimen organizado, etc.

Se plantea la idea de un Estado-Contenedor, es decir, las ideologías, culturas, idioma, etc. quedan muy marcados dentro de la frontera del país pero luego de la época de la globalización nos encontramos con que esas culturas, ideologías y más se expanden entre los países gracias a los inmigrantes y el internet, esta última permitiendo unir gente en distintos puntos geográficos.

*Globalización en países subdesarrollados:*

Al momento de la caída del muro de Berlín y el avance de la ideología ganadora sobre las demás fue buena y mala dependiendo de la situación del país.

El choque de la democracia liberal en países en vías de desarrollo resultó ser perjudicial y generó conflictos debido a la falta de educación y costumbre.

Luego de adoptar estas nuevas ideas políticas y económicas los sindicatos perdieron poder frente a las grandes empresas ya que la escasez de trabajo no daba margen a la negociación, a raíz de esto se generan los nuevos movimientos sociales:

- Están preocupados por los problemas concretos (derechos humanos, ecología, etc.)
- Poseen organizaciones internas más democráticas.
- Actúan con dinámicas protestantes recreativas.

Se plantean dos divisiones sociales con la globalización, aquellas que lograron dominar las TIC, entenderlas, manejarlas, etc. y aquellos que no.

Los dominantes logran enriquecerse, viajar al extranjero, hablan varios idiomas, entender otras culturas.

A la otra parte la llaman agujero negro del capitalismo, es decir que la sociedad tecnológica los pasó por al lado y no lograron adaptarse a los cambios en las formas de trabajo, generando así una exclusión.

### GLOBALIZACIÓN CULTURAL

Cultura es la manera en que un **grupo humano** vive, piensa, siente, se organiza, celebra y comparte la vida.

Tiene 2 dimensiones:

- **invisible** ("vivir, pensar, sentir"), integrada por ideas y valores
- **visible** ("organizarse, celebrar, compartir") que concreta y retroalimenta a la invisible, por medio de diversas experiencias de la persona: fiestas, ceremonias religiosas, películas, libros, etc.

**Los inputs culturales** → que son las experiencias de sentido vividas por las personas en el ámbito cultural. En dicho ámbito, la experiencia está mediatizada por instituciones como la familia, la escuela, el cine, la televisión, los libros, el turismo, el grupo de tiempo libre, el grupo religioso y otras instituciones relativas a la educación y a la utilización del tiempo libre.

La interconexión y la facilidad del transporte que constituyen la base de la globalización permiten que las **personas reciban inputs culturales** con tres características nuevas:

1. En primer lugar, estos inputs son **mediados por la televisión o por Internet**:
2. En segundo lugar, la mayoría de estos inputs culturales globales son productos culturales: han sido **elaborados por empresas que esperan sacar beneficios de su venta**.
3. Y en tercer lugar, proceden de **personas o culturas lejanas, o de una supuesta cultura global reforzada en los últimos años**.

**1. La mediación de la televisión y de Internet:** La irrupción de los inputs culturales a través de la televisión y de Internet en la vida de los individuos ha tenido dos consecuencias:

- Ha ampliado el horizonte conceptual y de valores del ciudadano: gracias a Internet que permite acceder a mucha información de todo el mundo. Por otro lado, esta ampliación de puntos de vista llega en una época en la que las ideologías han perdido fuerza. Los grandes relatos políticos o religiosos que impulsaban diariamente el ideal de muchos (religiones, socialismos, liberalismos, nacionalismos) se han considerado estériles o hasta perjudiciales.
- ha aumentado las posibilidades prácticas de utilización del tiempo libre: se han ampliado las posibilidades de utilización del tiempo libre con inputs culturales virtuales. El tiempo libre ha ganado en opciones gracias a las TIC que llegan a casa.

- Inputs reales: pasar la tarde paseando con los amigos, visitando a un enfermo, saliendo de excursión a la montaña, etc
- Inputs virtuales: viendo películas de TV o vídeo, escribiendo mensajes por correo electrónico, participando en un chat, etc.
- **Los inputs virtuales** inauguran una nueva modalidad de relación humana: **la relación virtual. Generando la cultura de la virtualidad real. Se denomina así porque los inputs culturales que recibe son por vía informática, vía juegos de ordenador, vía TV o cine.** Es real porque influye realmente en la cultura (ideas, valores y actuaciones concretas) de aquellos que acceden a ella.

**2. La cultura del consumismo global:** las consecuencias que puede tener el hecho de que muchos de los **inputs culturales globales sean productos culturales**, es decir, **producidos para la obtención de beneficios por parte de las empresas.**

- Las empresas vendiendo en un contexto de competencia global, utilizan técnicas comerciales para convencer al consumidor de que compre, en vez de informar sobre las características de los productos que ofrecen. Generando así cambios de ideas y de valores en los ciudadanos y también generando adicciones.

**3. Cultura Global:** los nuevos inputs culturales es que proceden de personas o culturas lejanas e incluso de una posible cultura global. Esta cultura global necesita "aterrizar" en lugares concretos y conectar con el público que tiene que consumirla o se ha de relacionar con ella.

Por ejemplo, en la televisión latinoamericana se presentan ambientes en los que no existen las diferencias económicas (no salen pobres) o culturales (no salen miembros de pueblos indígenas). Es una cultura de la indiferencia. Dejando fuera de la pantalla las diferencias del mundo. Porque presentar estos problemas de conciencia a los televidentes no vende mucho.

- Una buena adaptación de productos "globales" puede ayudar, a liberar de la opresión al adaptar una cultura a una situación social o política concreta.
- La condición es que la actitud de los agentes locales receptores sea activa y reconfigure el input global "importado" de acuerdo donde ellos se ubican.

**4. Influencia de la situación cultural en los niños y jóvenes:** La cultura se construye de ideas y valores de los grupos de humanos. La **socialización** es el proceso en el cual un niño recibe inputs (tiene experiencias), las elabora internamente y pasa a la acción convirtiéndose en constructor de la cultura en un grupo humano. Los nuevos inputs culturales globales influyen en la socialización de formas distintas y, a veces, contradictorias:

- Por un lado, al facilitar información a niños y jóvenes sobre la variedad de culturas y formas de vivir, amplían sus horizontes y les permiten asumir sus propias culturas de forma más humana. Además, el hecho de viajar y comunicarse con personas de otros países por Internet permite a los jóvenes sentirse parte de un solo mundo y con un destino común.
- A pesar de todo, el uso abusivo de los medios virtuales puede debilitar los procesos de socialización. Tener información es importante para realizar el proceso de socialización; pero también es preciso elaborarla en tiempos de silencio, de maduración de las propias ideas y de los propios proyectos. Es necesaria la comunicación con amigos de carne y hueso; y la participación en instituciones en las que el contacto humano nos ayuda a comprender e interiorizar las relaciones reales de amistad, de solidaridad o de autoridad bien entendida.
- La estrategia correcta ante estos fenómenos no tiene que consistir en prohibir a niños y jóvenes el acceso a Internet o a la televisión: sino en **capacitarlos para que juzguen y elijan activamente los temas en los que desean profundizar a través de Internet o los programas de televisión que desean ver.**

## **6) Internacionalización, Mundialización y Globalización**

**Internacionalización** es el proceso donde los Estados-Nación se relacionan entre ellos. La globalización requiere una internacionalización más intensa porque los Estados-Nación tendrían que apoyarse más entre sí frente a ciertos agentes globales nocivos.

También se han establecido relaciones entre personas y organizaciones de diversos países al margen de los Estados-Nación: por ejemplo, en las empresas multinacionales, en las ONGs de ámbito mundial.

**Mundialización** es el proceso donde los ciudadanos del mundo comparten una determinada experiencia, un determinado valor o un determinado bien. La globalización no ha repartido sus beneficios a todo el mundo: se queda corta respecto de lo que podría ser la mundialización. Por ejemplo cambios climáticos que afectan a cualquier parte de la población (de distintas áreas o países).

A diferencia de los términos internacionalización y mundialización, la globalización es el proceso de interconexión financiera, económica, política, social y cultural posibilitada por las TIC, que relaciona a determinadas personas y organizaciones gubernamentales o no, creando dinámicas complejas de relación y de exclusión.

7) Existen tres vías para situarse frente al fenómeno de la globalización: rechazarla; aceptarla incondicionalmente; o aceptarla e intentar gobernarla

**La primera vía** (del rechazo) hace referencia en excluir a los que excluyen. Esta opción reactiva no podrá frenar la fuerza de penetración TIC y suele construir proyectos económicos, políticos y culturales que se van deshumanizando a las sociedades en las que se implantan. Ciertas revoluciones fundamentalistas islámicas, por ejemplo, han perpetuado la pobreza y han agravado la degradación psicológica de las mujeres provocando la muerte de muchas de ellas.

**La segunda vía (la aceptación incondicional)** hace referencia al neoliberalismo, quienes ha servido a los agentes económicos más poderosos para llevar adelante el capitalismo liberal feroz. Al aceptar la globalización tal como ha surgido históricamente (liderada por determinados agentes económicos de determinados países, que se escapan del gobierno político), los neoliberales defienden que hay que dejarla como está, sin someterse a la autoridad de una organización política mundial... aunque ello provoque desequilibrios ecológicos, desigualdades económicas, exclusiones sociales y destrucción de formas culturales humanizadoras.

**La tercera vía** dice que hay que aceptar que hoy en día vivimos más interconectados y con más posibilidades de relaciones, por lo tanto, hay más riesgos y oportunidades. El problema es que en el aumento de la productividad o el crecimiento económico no llevan al incremento del bienestar de todo el mundo. Avanzar por esta tercera vía implica incidir en el fenómeno y las consecuencias de la globalización en toda su complejidad, es decir, a todos los niveles: tecno económico, sociopolítico y cultural. Como ya hemos constatado, los tres niveles están interconectados y cada nivel nos muestra un rostro peculiar e irreducible de la globalización. Por lo tanto no es suficiente trabajar solo en el aspecto cultural, político, tecnoeconómico de un fenómeno que se manifiesta y genera consecuencias en los 3 niveles.