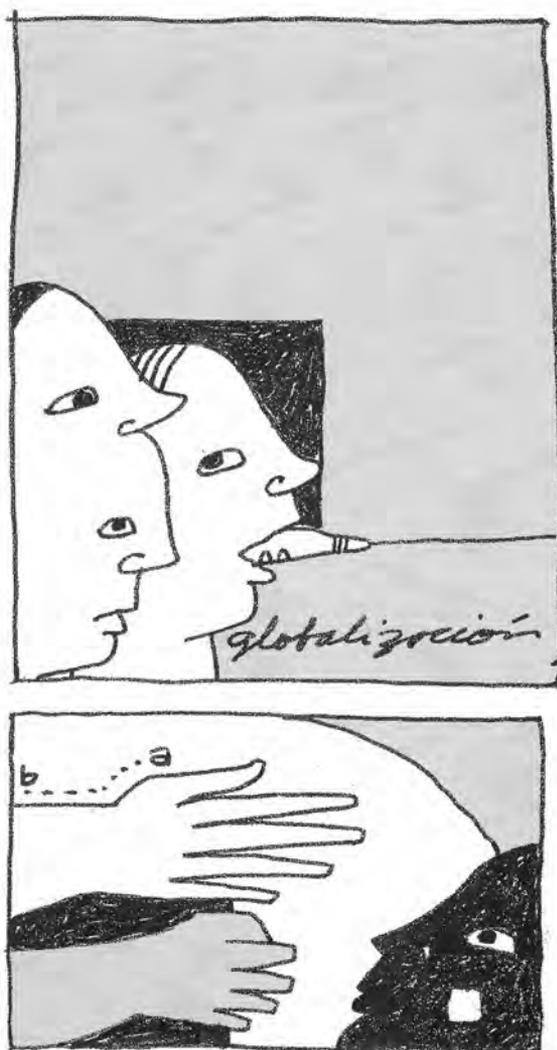


La globalización y los miedos

Un ensayo sobre espacios, mitos y desamparos



▼ José Guillermo Ángel Rendó*

*El comunicador social José Guillermo Ángel Rendó es doctor en Filosofía de la Universidad Pontificia Bolivariana, realizador radiofónico, caricaturista, conferenciante, columnista de periódico y docente de pregrado, posgrado y extensión académica, en las áreas de humanidades y ciencias sociales. Su obra literaria es prolífica y ha trascendido la ciudad y el país al ser publicada en países como Alemania y Suiza, y traducida al alemán y el inglés. Actualmente es profesor del Centro de Humanidades de la Escuela de Educación y Pedagogía de la Universidad Pontificia Bolivariana.



La globalización y los miedos

Un ensayo sobre espacios, mitos y desamparos

José Guillermo Ánjel Rendó

El dinero es una conveniencia muy antigua, pero la idea de que es un objeto digno de confianza y que puede aceptarse sin examinarlo o ponerlo en tela de juicio es, en todos los aspectos, una cosa muy ocasional, principalmente una circunstancia del siglo pasado (siglo XIX).

John Kenneth Galbraith. **El dinero.**

¿Cuál es el combustible de la globalización?

El dinero.

Alessandro Baricco. **Next.**

Entrar en el mundo como una bala en la batalla.

Peter Sloterdijk. **En el mundo interior del capital** (Para una teoría filosófica de la globalización).

Pequeña introducción

Es evidente que el dinero no trae la felicidad ni evita la muerte ni da conocimientos extras ni pone a D-s de nuestro lado. Pero igualmente, el más ignorante sabe que el dinero sirve para comprar comida, ropa, medicinas, ponerse dientes nuevos, viajar, etc. O sea que tener dinero, hasta cierto punto, es bueno. Como diría Giovanni Papini, el dinero es ese papel que dice cuán ricos somos o, al menos, qué reconocimiento económico y social tenemos. Un papel al que le creemos sin hacernos mayores cuestionamientos sobre su real respaldo. Como se define en economía, el dinero es una muestra de confianza entre los hombres.

La sociedad en que vivimos hoy (al menos en occidente), antes que un espacio de reconocimiento moral, es un lugar de intercambios económicos diversos. A más dinero y representación de éste, un lugar más destacado en los espacios sociales y en los medios de

comunicación, que antes que medios sociales son inversiones de capital. Zigmunt Baumann la llama *sociedad líquida*, pues todo en ella se diluye según sean los consumos y la dirección que tome el dinero (finanzas, producción, especulación, conocimiento, sometimiento de otros, consumismo desaforado, etc.). Peter Sloterdijk la nombra *sociedad de estar en un lugar determinado* del mundo, configurando espumas (conglomerados), burbujas (espacios de habitación) y atmósferas (representaciones) que, mediante el uso de la civilización, buscaría el bienestar (el estar bien), que es la ausencia del dolor. Alessandro Baricco define la sociedad como ese lugar que se da mientras *estáis huyendo*. Pero del que no se huye porque siempre se está debiendo (es el sitio del hombre endeudado) y se tiene miedo del espacio exterior.

Esta visión de la sociedad moderna, movida por la competencia y la necesidad de representarse en objetos, da pie a lo que se ha llamado la posmodernidad, tiempo que consistiría en haber pasado de la época moderna (que algunos inician con Colón y otros con la revolución francesa) a un espacio incierto y en estado de construcción. Pasar de una época a otra (los hombres del siglo XX somos los únicos que hemos sabido de esto, ya se reirán los historiadores del futuro) no frena nada y así el movimiento continúa. Esto quiere decir que la posmodernidad (sea ella lo que sea), por ahora es una realidad deforme: el hombre está solo, se preocupa por su cuerpo, ha perdido los valores, no sabe de su cultura, ha confundido el conocimiento con la aplicación de normas tecnológicas y permanece en el mundo en calidad de objeto para ver (cuida de sí mismo) pero no para interactuar.

Las sociedades primitivas, que se configuraron para evitar el miedo que generaba el estado de naturaleza (se mermó el egoísmo a cambio de seguridad), distan mucho de la sociedad moderna en las que ya, incluso, está desapareciendo el

burgués (el gran logro del liberalismo) para darle cabida al emergente que todo lo quiere consumir con el fin de ser visto y reconocido a partir de las cosas que lo rodean, como le ha dicho la publicidad. Y al diletante, que se vale de lo Light para insinuar que sabe algo de todo, tal como le interesa al sistema que sea el conocimiento: lo mínimo de cualquier cosa, lo que impide cualquier reflexión de fondo. Hablaríamos entonces de sociedades que se mueven a gran velocidad (pensando de manera fragmentada) y en las que el símbolo de progreso es la productividad traducida en dinero para consumir y generar más dinero mediante el movimiento de capitales, sea ya mediante inversiones sin compromiso social o la inversión en valores de bolsa.

En la posmodernidad o como se llame (o sea llamada dentro de un siglo), habitamos sociedades del dinero. Los modelos que proponen la publicidad y los espacios que se brindan, están cifrados en el consumo. Y para consumir al ritmo de las propuestas mediáticas (que generan un gran sentimiento de pobreza, pues lo que ganamos no alcanza para comprar lo que se ofrece), hay que ganar dinero y tener dinero dispuesto para las nuevas oportunidades. Ahora, ¿qué tan buenas son estas sociedades? ¿Han creado un hombre mejor, menos crédulo, más seguro de sí mismo, más libre? La respuesta es no. A los miedos ancestrales del hombre (miedo a la muerte, a la enfermedad, a la soledad, etc.) se le ha añadido un nuevo miedo: el temor a no tener dinero.

La globalización

Después de la caída del muro de Berlín (que dio fin a la guerra fría) y del descalabro de las economías comunistas, el capitalismo quedó como única teoría económica para entender las estructuras de intercambio de bienes y servicios en la tierra. La economía occidental, que antes funcionaba con base en políticas defensivas (había que detener al oso ruso y al peligro amarillo), se impuso



como única alternativa de uso del capital. Y, quizá tomando el modelo del ser de Parménides, se hizo una, entera e inamovible y ya no estuvo regida por las leyes de un Estado nación sino que comenzó a funcionar de manera supranacional. Con base en lo anterior, el concepto del Uno (que había nacido con la O.N.U, aunque más nominalmente que otra cosa)



comenzó a cobrar forma: la unión europea, la red de Internet, los capitales y empresas mundiales, las normas I.S.O, los ahora sí campeonatos del mundo, etc. Y en esta idea del Uno, que creó la propuesta de la globalización, sobrevivieron dos divisas: el Euro y el Dólar. En otras palabras, las mentalidades económicas de Europa y los Estados Unidos. Y aclaro: no menciono ni a Japón ni a China porque las actividades económicas de estos dos países son meras extensiones del capital europeo y norteamericano.

La globalización nació entonces como una propuesta, no como un hecho. Si fuera un hecho, se tomaría primero a los globalizados y después, como consecuencia, a la globalización. Pero fue al revés, como dice Alessandro Baricco en *Next*, y primero apareció la globalización y por ahí van apareciendo los globalizados, que serían las élites y no las bases poblacionales. Y en esa propuesta los Estados nacionales, que configuraban granjas autosuficientes con excedentes para el intercambio de lo que fuera necesario para ellas, deberían unirse para conformar una gran granja en el mundo. Así que a partir de la propuesta de globalización (los hombres ya no estarían en sus países de origen sino en un espacio único económico: la producción dirigida), se incentivarían los monocultivos, las monotecnologías, las competencias normatizadas para el manejo de capitales y la idea de estar en el mundo (trabajando y consumiendo) de acuerdo con lo más moderno. Esta propuesta le habría gustado mucho a Francis Bacon, el autor de la utopía de *La nueva Atlantis*. Incluso a Paul Lafargé, el yerno de Karl Marx, autor del libro de *El derecho*

a la pereza, en el que teoriza sobre cómo las máquinas harán el trabajo por los hombres para que éstos se dediquen a filosofar sobre la vida. Si la globalización nos hacía terrícolas en lugar de hombres con fronteras, encerrados en Estados-nación agresivos, la propuesta no estaba mal. Pero la globalización no se perfilaba (ni se había diseñado para ello) como una

teoría humanística sino económica. Su objetivo es mover dinero y no formas mejores de vida, algo muy en contravía a lo que los renacentistas entendían como humanismo. Claro que los renacentistas caen bien en la globalización: hacen parte del mercado del arte y de las copias aplicadas a distintos objetos. Hay chinos que usan camisetas con la *Monalisa* estampada sin tener la más mínima idea de lo que esta figura representa.

En globalizaciones anteriores (las de los sumerios, los latinos, los españoles y portugueses católicos, los ingleses victorianos), se justificaba la *Jus Belli* (la guerra justa), pues se trataba de llevar mejores condiciones morales y de vida a aquellos lugares que carecían de ellas. Y si bien se discutió el porqué venían a enseñar o no a aprender (como dice Okakuro Kakuso en *El libro del té*), lo cierto es que hubo un intercambio que terminó siendo más beneficioso que malo, con perdón de los idealistas. De esta manera se globalizaron lenguas, creencias, sistemas educativos, conocimiento, etc. Y la gente se globalizaba en la medida en que, a través de la colonia, asimilaba más las normas del poder gobernante. Estas globalizaciones hicieron conocer símbolos gráficos, lenguas como el latín, el español y el inglés, creencias como el catolicismo, literatura, filosofía, historia, matemáticas y ciencia que interesaban a todos los hombres en general. Con estas globalizaciones (o intentos de globalización), la civilización occidental se hizo importante. Y así se discuta el más o el menos de estos hechos, el hombre creció como ser humano, como sucede cuando diversas culturas se unen: hay más información sobre lo existente y las maneras de afrontarlo.

Pero la globalización posmoderna no se propuso para que el hombre mejorara como hombre (para que fuera más moral, más sabio) sino para que fuera más productivo y los capitales empresariales e individuales crecieran como nunca antes. Y en la lógica del capitalismo, logrando lo mejor (trabajo, productos, servicios, conocimiento) por el menor precio. Esto obedece al principio de experiencia de producción: a saber hacer algo sin errores, mejor aprovechamiento de los recursos, más velocidad en la producción, mayor número de resultados efectivos y, como consecuencia (debido al ahorro que nace de no cometer errores y aprovechar mejor el tiempo), menor inversión de capital. Este es uno de los secretos del desarrollo capitalista.

Esta globalización, entonces, se propuso para las élites que ya tenían un conocimiento del mundo económico, más o menos homogéneo (la mayoría ex alumnos de Harvard) y acceso al dinero, ya como bien para prestar o prestable o en calidad de asesores y consultores. Y es claro que en una sociedad mediada por el dinero y el deseo de ascenso rápido, la propuesta no cayó mal. Como el dinero es el único bien que se reproduce a sí mismo si es movido en bolsa y usura, la globalización posmoderna se inicia en el mercado de capitales y, por extensión, en el de las inversiones en empresas del oriente y de la Europa ex socialista. En la década de los 90t, debido a la inyección de capital, se occidentalizaron miles de empresas anacrónicas (muchas en condiciones del siglo XIX) a la vez que se capacitó en competencias efectivas a trabajadores y empleados ineficientes debido a que en el Estado comunista nadie tomaba decisiones y la iniciativa personal sólo era cuestión de los jefes del partido. Y con estas empresas en funcionamiento (rediseñadas), entraron marcas occidentales a esos países que nunca habían visto crecer una demanda agregada como la planteada por ese renacer económico. Comenzó entonces la mundialización (¡tome Coca-Cola!) de las empresas y el

consumo permanente de recursos, ya nacieran de las ventajas comparativas de cada país, ya de su capacidad de abastimiento. Y paralela a esta productividad (calidad total, justo a tiempo, reciclaje), ingresó también el concepto de estilo de vida. Si se trataba de una globalización económica, el estilo de vida era importante: las ciudades deberían ser iguales y la gente comportarse igual a lo moderno a fin de que sus gastos y apetencias fueran similares en todo ese mundo globalizado. En la medida en que todos se parecieran, se extendería el mercado de las marcas y la tecnología y la experiencia de producción tendría un sentido. Si vamos a producir más y en serie, se necesitan más consumidores y éstos aparecen motivador por los mensajes publicitarios, fue el axioma. El deseo, como dice Jacques Lacan, nunca logra satisfacerse si se logra seccionarlo. Trocitos de deseo (planteados por lo cada vez nuevo, por el último modelo) llevan a buscar más satisfacción. Y la búsqueda de satisfacción es lo que más dinero circula.

Julio Verne y H. G. Wells

La globalización posmoderna no apareció por generación espontánea ni sólo a consecuencia de la caída del muro de Berlín. La idea ya se venía gestando desde que Julio Verne escribió *La vuelta al mundo en ochenta días*. Y no porque el escritor francés se lo imaginara sino porque, como consecuencia de la revolución industrial (la máquina de vapor y la dinamo) habían nacido las ciudades industriales (regidas por la producción y el consumo), los métodos de trabajo en serie, los obreros especializados, los trenes y el concepto de tiempo en la administración. Y ya estaba claro que el concepto de espacio es igual a velocidad sobre tiempo. Los ingleses victorianos, que necesitaban abastecer sus colonias y al reino, descubren que el efecto económico (la ganancia) está en llevar algo (lo más posible) en el mínimo de tiempo que se requiere para ir de un lugar a otro. Y que un objeto, mientras conserve su espacio (sus virtudes racionales y emocionales), tiene su



sentido y lugar en el mundo. Newtonianos estos ingleses, que no sólo necesitaban abastecer las redes en India sino controlar a China desde Hong-Kong, Manchester necesitaba vender, Liverpool también. Y los traficantes de opio, ni se diga.

La historia de Phileas Fogg, no es la de un loco ni la de alguien que delira por la fiebre. Phileas Fogg es un *parvenu* que cuenta con exactitud los pasos que da, los metros que recorre, el tiempo que se gasta. Y que antecede a los modernos administradores en buscar un acierto y con él el éxito. Si el mundo se puede administrar como es debido, necesariamente genera dinero y reconocimiento. No se trata ya del árbol del conocimiento al que accedió Adán. El conocimiento se empolva en las enciclopedias y a él sólo acceden hombres misteriosos, que por lo pocos son suficientes. Se trata ahora del árbol de la administración, de buscar rutas sin obstáculos que sean usadas por transportes veloces, en capacidad de arrastrar muchos contenedores. El árbol de la administración contiene movimiento, exactitud, tiempo. De esto no se habla mal en la Biblia, así que acceder a él no debe ser pecado. El pregonero de este sistema, que además de cubrimiento en espacio tiene mucho que ver con el retorno de la inversión (a más rápido retorno del capital invertido precios más atractivos), es Phileas Fogg, que busca darle la vuelta al mundo en un tiempo exacto y para ello sólo depende de rutas y de un reloj. Picaporte, su sirviente, sería un testigo de cómo el mundo sería otro.

Verne sabía que el mundo iba a cambiar. La ciencia del siglo XIX (que fue la que se usó en el XX, ya en forma de aplicaciones tecnológicas y creación de tecnologías más eficientes) lo había puesto en guardia. Habría una utilización más rápida de los recursos naturales (materias primas transformadas por la energía o extraídas por la hidráulica), los hombres se multiplicaban de manera geométrica (como decía Malthus, más rápido que la producción de alimentos), las máquinas no se cansaban (con el mantenimiento lograban sobrepasar su vida útil) y el precio del trabajo

(debido a la oferta) sería cada vez más barato. La química hacía milagros para la industria, la balística tranquilizaba a los pueblos bárbaros y el telégrafo traía el conocimiento de algo, no importa de dónde, en cuestión de horas. Métodos simplificados con nuevos lenguajes. Así que si a esto se le agregaba tiempo exacto y distribución en grandes cantidades, el mundo sería otro necesariamente. Y debía ser otro porque ya había poco que descubrir en la tierra, salvo algunas tribus nómades en el Amazonas, de las que ya se encargarían los caucheros.

En Inglaterra, H.G Wells también daba a conocer historias sobre alimentos transgénicos (*El alimento de los dioses*), cambios genéticos (*La isla del doctor Moreau*), mutaciones extrañas (*El hombre invisible*) y proponía una máquina para atravesar el tiempo en todas direcciones, en el pasado y el futuro. Y además (en esto coincidió con Verne), colocaba hombres en la luna. Y así, si la tierra se veía completa desde lejos, ya podía ser dominada. Por fuera de la cosa, ya se sabe qué es la cosa (se tiene una imagen más verosímil de ella). No sé si H. G. Wells gustaba de la fenomenología, supongo que sí. Hoy los científicos examinan lo que pueden ver del universo (igual que lo hacen los microbiólogos) con métodos fenomenológicos y preguntas kantianas.

¿Para quién es la globalización?

El progreso no es progreso hasta que el último de los hombres pueda hacer uso de él. El progreso no es un logro de unos pocos, así como la globalización no existe por unas cuantas minorías globalizadas, que son las que le han sacado partido a este nuevo estado de cosas propiciado por la tecnología. Y digo que unas minorías que no sólo tienen dinero para mover sino los bienes de capital suficientes y modernos para controlar la producción, la servucción y el transporte. Porque nada de poco que los productos de un país (por ejemplo Colombia) se requieran en otros mercados si se carece de trenes rápidos, de flotas mercantes grandes, de investigaciones novedosas y de credibilidad financiera. La globalización no es un asunto de sentarse en la computadora y

conectarse a Internet. El asunto toca con producción de bienes de capital, control de tecnologías, bodegaje, logística de transportes, apropiación de recursos, poder político, creación de conocimiento, dominio regional, etc. Lo que es claro, entonces, es que la globalización no beneficia a los pobres (aunque a algunos les toca algo) y esto crea unas brechas más grandes entre países desarrollados y subdesarrollados, ya que el sistema propuesto se basa en la competitividad (de acuerdo con las mejores normas y técnicas) y para ello se requiere una gran estructura educativa (en especial a nivel terciario: técnicos) y una gran infraestructura en inputs (agregados a la producción) que permita no sólo transformar sino competir en el espacio global y en lo que se ha llamado el sexto continente (el ciberespacio).

A los pobres (países cuyas élites se colonizaron pero no las mayorías, que siguieron en estado de exclusión) les llegaron las maquilas, esos espacios de producción y ensamblaje casi robotizados donde una persona queda por fuera del trabajo al cumplir los 35 años (al mostrar los primeros signos de fatiga), ya que allí el trabajo es físico y no intelectual, de agilidad en un hacer previamente programado y medido en resultados óptimos. Es de anotar que en la maquila (donde se fabrican productos que luego se venden en otros mercados con el plus de la marca) se lucha entre los operarios por no perder el trabajo, constantemente amenazado por los desempleados jóvenes que estarían dispuestos a trabajar más tiempo por menos dinero.

A los países pobres (anexados al mundo de la globalización) les dieron también las zonas de libre comercio, creadas más como paraísos fiscales y centros de contrabando (para rotar rápidamente electrodomésticos, vestuario, productos de aseo y tecnologías caseras y de oficina) y les propusieron (cosa que los latifundistas pusieron inmediatamente en marcha sin ningún escrúpulo moral) la siembra de grandes extensiones en monocultivos (maíz, palma africana, caña de azúcar), materia prima eficiente

para la producción de biocombustibles. Estos enormes monocultivos dañaron (además de Ph de la tierra permeado por agroquímicos de gran potencia) el equilibrio de abastecimiento de esos países, anteriormente casi auto-abastecidos en cuestión alimentaria, propiciando importaciones de alimentos (encareciendo la vida) y una nueva guerra por la tierra propicia para el nuevo negocio. Las ciudades de los países pobres se fueron llenando de desplazados en busca de trabajo (crecieron en miseria). Y los países desarrollados (los más beneficiados por la globalización), recibieron una carga enorme de inmigrantes dispuestos a realizar el trabajo negro despreciado por los locales. Pero la ola migratoria fue mayor de la prevista y permitida, lo que crea en la actualidad enormes problemas de exclusión, ilegalidad y delincuencia. Y algo peor, la aparición de la pobreza en los centros de riqueza.

Es claro que la globalización beneficia a las empresas multinacionales y a las economías proteccionistas de los países desarrollados que, permitiendo la entrada de materias primas e insumos necesarios a su producción o administración, frenan la entrada de productos terminados provenientes de otros países con el fin de proteger los propios. En este punto, la globalización presenta su primera incoherencia (o el primer engaño). El mundo se globaliza en el movimiento de recursos y dinero, pero no de productos y servicios. O sea que los países pobres ingresan en la globalización como centros de explotación y exportación de materias primas y oferta de mano de obra barata al servicio de las multinacionales. Y a la vez como tecnodependientes, cuidadores de recursos básicos esenciales (el agua, por ejemplo) y consumidores de producción (o servucción) mediana y elemental. Pero el problema es más complejo.

Mientras las multinacionales (protegidas por sus economías de origen), amplían sus mercados sin riesgo de perder los propios y naturales, destruyendo a su paso las empresas de los países pobres incapacitadas de competir (lo que genera

un gran desempleo local), la única reserva económica que queda en estos países poco competitivos es la naturaleza, que se explota de manera desmedida con el fin de consumir lo publicitado como estilo de vida moderno, que es el agregado emocional de lo que venden, publicitan y mercadean las multinacionales (es lo que se conoce como concepto de marca), multiplicando en utilidades el monto de la inversión. Así, en un análisis económico simple, las personas de los países pobres no sólo terminan trabajando gratis sino endeudados, ya que consumen más de lo que sus salarios les permiten. Pero el problema se agudiza más.

La tierra para ser tierra, requiere de un equilibrio natural. Necesita humus para las siembras, árboles para la producción equilibrada de CO2, especies vivas (animales, vegetales, plasmas) que equilibren el ecosistema, etc. La tierra es un ser vivo, orgánico, que al igual que un cuerpo humano requiere de miles de acciones permanentes ejecutadas por microorganismos para que la vida exista ordenadamente dentro en unos parámetros establecidos por la misma naturaleza, muchos de ellos todavía desconocidos por la ciencia. De esta manera, la realidad de la tierra es la que es y no otra. Y si esa realidad se deforma, si el equilibrio se afecta, las posibilidades de vida en la tierra se reducen. La lógica es elemental: si la tierra no resiste el empuje del hombre, el hombre desaparece, ya que todo lo que éste se ha logrado en bienes tangibles lo ha dado la tierra. Por fuera de la tierra (de su contenido y estructura de sistema) no somos posibles en términos económicos. Y éste ya sí es un problema ineludible: la globalización está acabando con la tierra y el futuro humano se compromete seriamente. Y esta no es ninguna cantaleta ecológica o romántica. Es algo tan evidente como los niveles de ruido que en este momento nos afectan. O como las deudas que tenemos por haber adquirido bienes no necesarios (no éramos modernos para usarlos como es debido), que ahora están quietos y de los que sólo usamos



el diez o quince por ciento de su capacidad instalada, es decir, están funcionando a pérdida y, debido a la celeridad de producción, están obsoletos (o en proceso de obsolescencia) debido a que ya no son último modelo. En el concepto de lo nuevo a corto plazo está la trampa de la globalización.

La globalización comienza a quebrarse en el momento en que la propuesta (que haría de la tierra un planeta económicamente activo que involucraría a todos los países) termina siendo un asunto de minorías codiciosas de poder. Es un juego financiero y especulativo (control sobre productos y recursos, como pasa en la industria farmacéutica y en la explotación de petróleo), para que, en lugar de mejorar las condiciones mundiales (en especial las que tocan con la vida), el poder económico legitime guerras preventivas y la creación de nuevos enemigos. A falta de comunistas, islámicos son buenos. Y donde no hay islámicos, fantasmas de la guerra fría los reemplazan.

La globalización, que teóricamente apuntaba a rebajar la pobreza, por el contrario, la ha incrementado. Antes de finalizar el siglo XX, nadie pensaba en escasez mundial de alimentos; pero hoy los alimentos escasean porque se los está usando como biocombustibles, provocando desabastecimiento alimentario y hambrunas con la excusa cínica de abastecer necesidades secundarias de movimiento. Supongo que los automovilistas, con el tanque de su coche abastecido, pasarán muy rápido por las zonas de hambre y así nunca se darán cuenta de tanta gente flaca y seca. Y hay del que pare.

Pero la globalización no es sólo un asunto (aunque sí es el primario) económico. También es un criadero de mentiras y delirios. Y en ello colaboran los medios de comunicación y el marketing científico (lucha de los científicos por hacerse un lugar en el mercado). Una de estas mentiras tiene

que ver con los biocombustibles, que contaminan igual que el petróleo y no lo sustituyen. El petróleo es un recurso natural del que se extraen miles de derivados (plásticos, saborizantes, moléculas agroquímicas, aceites, suspensiones, etc.) y de los biocombustibles sólo se extraen sucedáneos de la gasolina y de los aceites minerales y, quizás, algún bagazo para la producción de papel de mala calidad. Otra gran mentira, que es un incentivador del consumo, es la de los poderes que le proclaman a la tecnología, que a partir del ídolo de cilicio (como se nombró a la computadora) se ha convertido en una tecnolatría delirante en la que pocos logran una aplicación completa ya que, antes de dominarla, aparece otra que obsoletiza la anterior. O sea que hay un juego de presunta innovación, debidamente planeado a partir de los métodos de marketing, que vuelve viejo en poco tiempo lo que se acaba de comprar. Y esto incentiva el deseo por lo nuevo, obligando a consumir sin aprender a usar bien lo que se había comprado antes y sin medir consecuencias en el conocimiento (ya que se vuelve más empírico que objetivo) ni en la contaminación del medio ambiente que, debido a esos cambios tecnológicos acelerados, va llenando de basura radioactiva (de biodegradación muy lenta) al planeta.

En este mundo de la globalización, el conocimiento se ha vuelto superficial, fundamentado más en la credulidad que en el raciocinio. Y esa superficialidad nace de la gran cantidad de datos (los científicos y tecnócratas sujetos al marketing y a la imagen, los multiplican) que aparecen a diario sobre los distintos tópicos de la vida: esto es lo más moderno, aquello es lo más preciso, tal alimento es cancerígeno, hay que beber agua tantas veces al día, la inteligencia es emocional, los animales son más salvajes de la cuenta, cómo hacer el amor a los 80, el agua está contaminada, métodos para hablar con D-s, ganamos la guerra, el terrorismo... Es evidente, como decía Francois Lyotard, que a más datos permanentes y desbocados más ignorancia, porque no hay tiempo de comprobar lo que se ha dicho o mostrado. Hoy se dice una cosa, mañana

otra, al tercer día se contradicen varias pero no hay memoria, pues aparece otra que cubre las anteriores, etc. Y se cumple el dicho aquel de que quien traga entero nunca sabe qué se come. Así, el conocimiento, que como dice Bertrand Russell, es lento (pues necesita de comprobaciones y comparaciones) o, en los textos de Karl Popper, requiere del ensayo-error hasta que el error no se presente, se ha convertido en una información sin fundamentos, en una especie de venta de ilusiones que supuestamente nos vuelve globales cuando la realidad es que volvemos al estado primitivo de los hombres que, al no saber qué tenían en frente, le daban carácter mágico a las cosas y, en lugar de usarlas adecuadamente, las adoraban.

La información global

Nos globalizamos porque la información es global y esto nos permite «saber» sobre todo lo que queramos sobre espacios y criterios para estar en la tierra. Este mito, al que se le han dedicado muchas horas de conferencias y cientos de libros (y que hace parte del proyecto Marte), ha creado un ambiente enrarecido en el que todos aprovechan para dar a conocer lo que piensan, lo que saben, lo que odian, dan por cierto o necesitan mentir. Porque la red de Internet, antes que aquella enorme biblioteca de Babel con la que soñaba Borges, es un algo que fluye en un espacio (ciberespacio) repleto de delirios, pasiones bajas y conversaciones entre gente que no sabe escribir ni hablar y no un lugar donde se encuentre un real espacio de sabiduría (que lo hay, pero es muy pequeño). Cuando se encuentra un espacio serio (sea ciencia, información profunda o datos para la vida), la mitad o más de ella tiene tintes políticos, es decir, obedece a otros intereses. No hay una visión objetiva de los hechos sino que, como en la televisión de cable y en las bibliotecas de la guerra fría, aparece un enorme subjetivismo que antes que ampliar un concepto lo reduce al interés de quien lo publica. Claro que el hecho de que haya información, buena o mala, seduce a millones de personas que buscan datos curiosos, que copian de ahí sus trabajos de colegio y universidad (sin revisar), que entran en el mundo de la virtualidad

para dar solución a sus problemas de comunicación, timidez y hasta de perversión, etc. Lo que sí queda claro es que logramos comunicarnos muy rápidamente, pero esta comunicación no nos globaliza sino que crece el caos y reduce el tiempo para estar en contacto con el mundo real, ya que la dependencia de esa ciber-información abundante rompe con la información necesaria del entorno y el contexto entre seres humanos que viven juntos.

En nombre de esta comunicación global (que teóricamente reduciría costos y tiempos de estar al día) se atiborra al individuo de información (antes había una semana para leer una revista, un día para el periódico) reduciendo sus horas efectivas de trabajo, quitándole atención sobre lo real e importante y reduciendo sus criterios sobre la realidad que vive y con la que tiene unos deberes que cumplir. Así el padre atiende poco a los hijos, los hijos no pertenecen al hogar sino a la red, la empresa confunde a sus consumidores y empleados y las barreras comunicacionales entre seres que viven juntos se amplían. Ya lo importante no es el aquí sino el allá, esa arcadia que se tiene en la pantalla y que, antes que una realidad real, es más una propaganda, una publicidad, un deseo que se crea y que la red, en último término, no satisface ya que, como dice Martin Buber, no se trata de ver y oír el mar sino de entrar en él para saber cuál es la verdadera relación que ese mar tiene conmigo. En la red se ve y se oye, pero nunca se toca. O sea que se imagina más que lo que se comprueba. Y en la imaginación está el deseo, que siempre conduce a una insatisfacción, ya que el deseo siempre es más amplio que la realidad.

Ahora, y en esto han contribuido mucho los medios de comunicación (los que están en la red global y fuera de ella), la información profunda y detallada, los análisis serios, la confrontación de datos, el seguimiento de eso que se informa, ha sido reemplazado por lo light (lo liviano, lo que puede ser imaginado por todos). En lo light se

dice qué pasa pero no por qué pasa y qué consecuencias tiene eso que pasa. Lo light llega descontextualizado, sin circunstancias y, para tener audiencia, recurre a aquello que no le impone obstáculos a la capacidad mental de la masa (porque la globalización, para serlo, debe ser masiva): el escándalo, el show. De esta manera, obedeciendo a la premisa de información fácil (que diga qué es moderno) para mentes que no quieren complicarse y reclaman pensamiento débil, que piden más imagen que texto para que la imaginación haga la tarea que antes le tocaba al intelecto, lo light recurre a lo más fácil: lo que tiene que ver con el miedo y las pasiones. Y al triunfo fácil, logrado a través del cuerpo. No es de



extrañar entonces que la globalización informática se plague de insultos, de noticias que recurren a la espectacularidad, de cuerpos objeto, de espiritualidades que proclaman el ensimismamiento del individuo, de burlas a lo intelectual etc., acabando así con valores comunitarios, con la moral (el ejercicio de aquellas buenas costumbres que no producen dolor), con la cultura y la gran estética, con la civilización y el pensamiento académico, con las tradiciones y las creencias. Así, la información es el fetiche.

En lo global, antes que una gran comunidad de seres humanos, la comunicación mediática se circunscribe al individuo de actualidad que antes que mostrar su inteligencia o grandes logros para la historia recurre a lo grotesco, sin más ética que su estado de naturaleza: se desnuda, se enoja, grita, se vuelve objeto para estar en vitrina y dispuesto al mejor postor, haciendo para ello lo que sea y mintiendo de la manera más descarada. Ese individuo de actualidad tiene un corto espacio de tiempo para aparecer y de inmediato ser reemplazado en el espacio mediático, así que necesita de un gran impacto en la audiencia para mantenerse vigente por un tiempo más. Y en esta celeridad (las agendas flash), las palabras pierden contenido y se vuelven ruido. Y así se cree que el mundo lo construyen los famosos y que su

comportamiento es el ideal porque ellos son los que han triunfado imponiendo sus propias miserias y haciendo de lo íntimo un hecho público, lo que alienta la morbosidad del auditorio. Si antes los profesores de historia mostraban como símbolo de decadencia al circo romano, hoy esa decadencia es propiciada por los medios globales que logran su rating mostrando individuos que más parecen animales que humanos. Claro que en esta era de la globalización (la de las sociedades (¿?) posmodernas), el hombre ha venido perdiendo humanidad aceleradamente. Su interés es su propio yo (sin confrontaciones) y así, negado al afuera (a ser un sujeto en relación), admite como estilo de vida su condición de objeto y narciso. Si habláramos de la especie de más rápida extinción, tendríamos que hablar del ser humano, que cada día es más ente y menos humano. Los pocos seres humanos que quedan, lindan todos con la herejía. Los medios globalizados, donde el debate serio ya no existe, propician un pensamiento único y débil en el que los deseos y el mesianismo desplazan todo aquello logrado en cuatro mil años de historia escrita. Perdida la memoria de lo colectivo (enraizada en el debate y la presencia del otro), el hombre aparece de nuevo solo en la tierra. Y en ese estado de soledad trata de globalizar sus egoísmos haciendo caso al mito de que él es el mundo. Y ante esta arremetida de lo existente frente a él y sus deseos, grita. Y en el grito busca más divertimento, asuntos que lo olviden de él y le hagan creer que es otro. Realidad deforme y fragmentada, eso le dan los medios de la globalización.

Globalización y codicia

El mundo es estrecho porque unos quieren estar en el lugar de otros, dicen los rabinos. Los judíos religiosos utilizan un pequeño sombrero que se llama quipá. Este sombrero, conocido en el catolicismo como solideo, significa que sólo hasta donde llega la quipá llega el hombre como ser orgánico. No es más de esa medida. El más alto, medido a lo largo y ancho, no es más grande que un león mediano (a menos de que sufra un caso grave de obesidad y acromegalia). Y su estómago

no es capaz con la mitad de lo que ese león mediano come cuando necesita. Creer entonces que se es más, que se necesita más comida o espacio, es un asunto de soberbia y de bajo nivel intelectual.

El espacio mínimo vital (allí donde el hombre crea su hábitat y atmósfera sin tener necesidad de más) es suficiente con 40 metros². Ya, en el espacio público, diez metros² por individuo es un lugar donde puede hacer acrobacias. Lo anterior, desde el punto de vista racional (que utilizan bien las abejas, las hormigas, los gusanos). Desde la óptica de la codicia, el hombre no se satisface y, en su soberbia, necesita más espacio del que es capaz de usar y muchas más cosas de las que su cuerpo está en capacidad de entender y utilizar. Como dice Erich Fromm en *Ser y tener*, antes que ser nosotros (lo que implica cuestionarnos con relación a los demás) preferimos estar entre cosas que medianamente sabemos qué son y que al no usarlas debidamente, propician más pérdidas que aciertos. Pero las cosas (como las mascotas) nos gustan porque no nos cuestionan, porque están bajo nuestro dominio, porque cobran vida si las enchufamos, porque nos dicen que son nuestras ya que las hemos adquirido eligiéndolas de entre muchas otras. Ya, en el caso de los envidiosos (los que se saben miserables porque lo mejor lo tienen otros y así nada de lo que poseen vale mayor cosa), lo por lograr es lo ajeno y hay que lograrlo (sufriendo) a como dé lugar.

La globalización, cuyo combustible es el dinero (Baricco), funciona con base en la codicia. O sea que recurre a uno de los instintos más bajos del ser humano moderno: el poder ser único porque se tiene más dinero con qué comprar. Es decir, el que puede mostrar más cosas, sean objetos u hombres y mujeres objetos (adquiridos con el dinero). En el mundo del intercambio, el dinero lo significa todo. Quien tiene dinero, dice la teoría posmoderna (alentada por los medios de comunicación), tiene las oportunidades. Y las oportunidades globales son las que más dinero producen. Y si bien en esto hay muchos riesgos que correr, el mucho dinero (el que está por fuera

del necesario para que yo viva con dignidad) se convierte en un elemento de azar. Los capitales globalizados, como los tahúres, juegan a las posibilidades, pero no en el vacío (ese ha sido el logro de la publicidad y el marketing) sino creando una compleja red de acciones previas de comunicación que juegan con los instintos básicos de seducción y reconocimiento primario entre la gente: ideas de juventud, confort, salud, admiración, poder etc. Usando como modelo el cuerpo (debidamente publicitado) que si se rige por unos parámetros de triunfo (sanitarios y de confort) se demorará mucho en morir (en los negocios de la globalización la palabra muerte no existe), lo global es una enorme mesa de juego. Y en ese juego de hombres y mujeres exitosos, el planeta se divide en espacios de bolsa (bursátiles) y se lo explota inmisericordemente, porque no es un planeta real sino que aparece en indicadores económicos regidos por la ganancia y la pérdida, los indicadores de gestión y el valor de cambio de las divisas. En la globalización el mundo real, con yerba y con vacas, con casas y seres que van a la escuela o el trabajo, es una realidad virtual susceptible de cambio a través de estadísticas y percentiles. Es un mundo estadístico atravesado por medias que nada tienen que ver con las distintas realidades. Y lo que es más delirante, dirigido a un hombre clonado (siempre igual y que piensa igual).

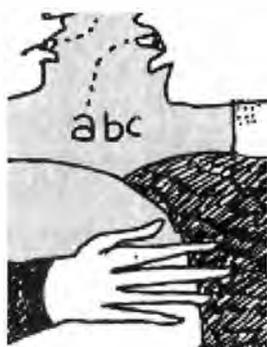
Como los altos militares frente a un mapa de cartón paja, que señalan los acontecimientos con banderitas y soldados de plomo, el mundo de la globalización es dirigido por estrategias, asesores y consultores que todos los días van a la guerra. Y en esa guerra no hay treguas ni pactos sino ganancias o pérdidas. O sea codicia donde gana el más hábil (el que más poderoso se muestre) y pierde el aprendiz que, en su codicia no fracasa sino que no alcanza un logro. O sea que, desconociendo el error, vuelve y juega en la mesa que le proponen.

La codicia, al igual que la avaricia, consiste en amontonar (como

amontona el estómago estreñado que le sirve al psicoanálisis como metáfora de esta desviación de la personalidad). Y en este amontonar (guardar para sí) la realidad se deforma llegando al punto que no importa lo amontonado sino el riesgo que se corre en conservarlo. El codicioso, que hoy veríamos en los presidentes y en las juntas de las multinacionales, son personas que, sin logros intelectuales que les dignifiquen el estar vivos, demuestran su poder venciendo a otros económicamente. No comen más ni visten más ni conocen más ni viven mejor que cualquier persona de clase media (incluso llegan a vivir peor), pero sí amontonan poder y con él ejercen miedo. Y sus medios son fines: quieren más dinero, quieren más placeres, quieren más honores. Y si bien estos son medios y no fines, como explica Baruj Spinoza en *El tratado de la reforma del entendimiento*, la confusión les proporciona un lugar en el mundo pero no les gratifica ser en el mundo (nunca llegan al estado de quietud). El codicioso desea permanentemente y en el deseo se frustra, pues a una satisfacción nace una insatisfacción y de esta manera su mundo nunca está completo y por ello, a pesar del dinero, siempre se sienten pobres. Es decir, nunca llegan.

Este modelo de codicia (muy bien detallado por la literatura, la filosofía y la psicología), es el que impera en la globalización y el que invita a competir. El codicioso necesita a quién ganarle, a quién cobrarle la derrota, a quién tener que le sirva y lo adore. Este modelo lo ha creado la soledad y el desamparo, el miedo a la vida y al otro. No es de extrañar entonces que el individuo exitoso que propone la globalización sea un hombre solo que canaliza sus delirios en la codicia. Y, al ser modelo, involucra a muchos otros en su carrera sin fin (que se parece mucho al del hombre que monta una bicicleta estática, que avanza y no llega a ninguna parte).

Los nazis perdieron la guerra pero impusieron su ideología. La globalización (que estaba en los planes de Adolfo Hitler), necesita más espacio vital y sobrealimentar a los



suyos con todo aquello que quitan a los demás. Los alemanes, durante la Segunda Guerra Mundial, sólo supieron que estaban en guerra al final: la propaganda les mostraba una vida bella y en los mercados abundaban las verduras, las carnes, los vinos y los quesos; las fábricas producían sin parar y los líderes eran dioses obedecidos sin restricción alguna. Pocos alemanes supieron que eso que compraban en los mercados, que los productos que salían de las fábricas, que el bienestar que vivían, provenía de países invadidos y saqueados, y del trabajo esclavo. Y que la vida bella era más un deseo que una realidad. En esos alemanes ciegos, se probó la codicia. Y enceguecidos se dieron a los delirios de sus gobernantes. El resto de la historia ya se sabe.

En la carrera de competencias a que nos tiene abocada la globalización, el trabajo se convierte en un fin único y la humanidad pierde humanidad. Lo importante es producir (actuar como un hámster en su círculo de alambre) y mantenerse dentro del programa y las cifras de pérdidas y ganancias, trabajando más para resarcir las primeras (en las pérdidas el hombre deja de ser competitivo y eso lo angustia) o estimulando fuerzas para la prospectiva, donde habrá más ganancias debido al crecimiento de la producción de acuerdo con los planes de abastecimiento para un mercado creciente. Lo interesante (o denigrante) de todo esto es que el hombre se globaliza trabajando y emulando a la máquina en tanto que pierde su cultura, sus valores, las costumbres y las creencias tradicionales. En síntesis, pierde humanidad y queda en estado de soledad y de cansancio. Y ante esto de no ser sujeto en relación (alguien que conversa, opina, participa y aprende), ingresa al mundo de las ideas y el reconocimiento fácil. Se clona con la masa, con los modelos masivos (los estereotipos y el pensamiento único), y solo en la masa, se encierra en sí mismo y apela al goce de sí, de lo que ve en el espejo, reduciéndose a alguien con miedo de no ser ese que cree que es, que no es él mismo sino su deseo insatisfecho. Ese miedo lo esconde detrás de la codicia.

La acumulación absurda de capital

¿Cuánto capital necesita una corporación para ser exitosa? ¿Cuánto necesita un hombre para vivir con dignidad? En el mundo de la globalización estas preguntas carecen de respuesta. Las empresas sólo piensan en crecer y los hombres y mujeres hacen hasta lo imposible por ganar más dinero. La noción del límite se ha roto y siempre se necesita más. En los mercados globales ningún salario, por alto que sea, sirve. Como anota Peter Singer, siempre habrá algo que con lo que gano no podré comprar, lo que produce sentimiento de pobreza. Por eso, la esperanza de más dinero se mantiene vigente. Existe un miedo terrible a no poder acceder a algo, por absurdo que esto sea. E igual le pasa a las empresas, que son importantes no con base en lo que hacen sino en lo que tienen. Se busca la cantidad, cubrir todo el mercado, tener abiertos todos los frentes. Y a más cantidad, más apoyo de la banca y del Estado, que a fin de cuentas es lo que las empresas quieren dominar (al Estado) para que el estado de cosas se mantenga igual, es decir, permitiendo la acumulación de capital a los grandes, la evasión de impuestos (a los grandes) y el ejercicio sin trabas del capitalismo, que pone precios al mercado y a la oferta laboral. En la globalización, la economía de intereses y el Estado son la misma cosa. Y en este juego del dinero y de los papeles-valor, nadie cae en cuenta de que esto (las cifras y sus correspondencias en papel) no se come ni sirve para cubrir el cuerpo y menos para comprar la vida si el planeta se vuelve un desierto.

Es evidente que la globalización es un producto del fracaso del proyecto ilustrado. La razón, que nos serviría para entender mejor la vida y la condición de ésta en el mundo, se ha convertido en una mera racionalidad instrumental. Nos movemos sin parar mientras la vida desaparece; hacemos gala de una gran competitividad en tanto la condición humana se reduce a lo más primario, casi a una condición de hombres de las cavernas, interesados sólo en mirarse el sexo y tener un garrote al alcance de la mano. Peter Sloterdijk, al

hablar de *erotopo* (de la seducción a través de lo económico), se refiere a un simio rijoso que amontona bananas para atraer a las simias, que en la modernidad ya no son las mejores de la especie sino las más instrumentalizadas y conservadas con injertos de silicona. Es decir, poco propicias para conservar la especie.

En el mundo de la globalización (que se refiere a la economía desmesurada y no a mejores condiciones de vida), el arquetipo del seductor se ha tomado las primeras planas. Ese seductor es un guerrero, un acaparador, alguien que decide con y sobre el dinero. Es un sicótico que ha perdido la noción de la realidad y quiere convertir lo que siente en lo que deben sentir los demás. Y como el sicótico es de realidad corta y única, usa el dinero como igualador. Si hay dinero hay vida, piensa, y muchos le hacen la corte. Si hay dinero hay espacio, si hay dinero hay un mundo como quiero que sea y no como es. Freud y Lacan verían horrorizados esta legitimación de la sicosis. Sicosis que en la globalización ya existe porque con el dinero se han roto los principios culturales que ataban al yo, obligándolo a ser social. Sin un yo comprometido con otro sino con un objeto (el dinero), volvemos al estado de naturaleza, al egoísmo, a la acumulación de bienes y riqueza sin más objetivo que darle seguridad a un yo que se manifiesta dentro de una realidad deformada: creer que no habrá muerte porque se tiene la capacidad de esconderse entre las cosas. Los hombres primitivos acumulaban palos, huesos, piedras, se maquillaban brutalmente. Creían que de esta manera no podrían ser atacados por otros. Y usaban toda clase de talismanes para defenderse de los hechos naturales. El hombre de hoy hace más o menos lo mismo y siente el mismo miedo. Por esta razón, como está pasando entre jóvenes y viejos, quien no se ve en el futuro (en la acumulación) se suicida. Porque el futuro lo estamos viendo como un enorme cultivo de cosas y no como realizaciones personales que nos permitan estar mejor en la vida, entendiéndola.

En la globalización nos vemos tan pobres que el futuro sólo se piensa en términos de consumo.

Así que tendrá futuro quien pueda consumir más y no quien pueda vivir más en condiciones acordes con la vida. Despreciamos al que piensa, al que hace arte, a quien quiere gozar más del paisaje, al que tiene el arte de contar historias, etc. Si en esas tareas no ha podido acumular, no es nadie, así viva en mejores condiciones que los grandes acumuladores. Si alguien aprovecha el tiempo para sentirse vivo, si ama para reconocerse en el otro, si entra en la naturaleza para sentir la presencia divina, es excluido. En la globalización tenemos que ser productivos (esclavizarnos de actos repetitivos), acumuladores, gente de poco riesgo porque ya todas las preguntas están resueltas. Y muy obedientes, para no ser expulsados del sistema. Y según la globalización, por fuera del sistema no hay posibilidad de sobrevivir, ya que quien no acumula no está vivo. Es decir, no existe quien no está en la base de datos, quien no se clona, quien no admite que lo mejor que puede pasarnos es adquirir el último modelo. Sería bueno explicarle esto a un beduino, que si bien no tiene la tecnología que nos rodea, vive el mundo considerándose un rey. Recuerdo un libro de Jean Larteguy llamado *Los reyes mendigos*. En ese texto se siente uno humillado por esos hombres del desierto que sólo tienen para ellos todo el cielo.

El hombre acumula porque es el único animal que tiene conciencia del futuro. ¿Pero cuánto futuro asegurado tenemos para acumular al ritmo que lo hacemos? Según la constante de Planck, de la que se dice que es la medida más acertada para medir el presente, lo que vivimos realmente no da tiempo ni para decir soy. Y lo que viene es una mera casualidad. Y estar en el presente tiene sentido si gozamos de lo que hacemos y tenemos, no si sólo producimos para gozar después (después que es una incertidumbre). El placer del avaro consiste en almacenar lo que después tendrá que expulsar (el avaro en patología es la metáfora del estreñido), con dolor. Así el placer se convierte en displacer, etc.

Es evidente que hemos acumulado ciencia y conocimiento, pero no sé hasta dónde entendimiento de todo lo que nos rodea. De poco

vale tener algo si lo usamos de manera empírica, quizá destruyéndonos. Por esto, el fenómeno de la globalización (del mero tener) es peligroso. ¿Sí entendemos lo que nos rodea? ¿Debatimos el movimiento acelerado? ¿Nos auto-criticamos? ¿Tenemos conciencia de ese tú que es necesario a la formación del yo?

La economía de la globalización, que debido a la fuerza de lo local está perdiendo ritmo, ya que el hombre se acoge lo más cercano para resolver sus necesidades vitales (*en caso de crisis recurra a la cultura y a la tradición*, decía el grafiti), se manifiesta en la avaricia, en la acumulación y en la rapiña. Hoy las grandes compañías quieren apoderarse del agua, no para servirla (como es lo éticamente posible) sino para venderla. Esta acción, que es propia de un psicópata, la legitiman Estados ídem. ¿Cómo adueñarse de algo que nadie es capaz de fabricar? ¿Qué le podrán añadir al agua que ésta por naturaleza no tenga? ¿Nos venderán mañana también el aire? Bueno, a esto ha llegado el afán de acumular. La ignorancia de cuatro mil años de historia escrita (despreciada), en la globalización, nos sirven para regresar a los tiempos más oscuros: los del hombre dándole garrotazos a su sombra. Claro que algunos grupos de hombres dignos, en algún lugar, libres de virus informáticos y bajo estructuras morales rígidas, estarán escribiendo en cuadernos las mejores formas de vivir. Estas morales serán adoptadas por sociedades secretas. Y si bien estas sociedades serán perseguidas y casi exterminadas (pasó con las misiones jesuíticas), algunas sobrevivirán y quizá se pueda hablar del la post-globalización. Es que todavía quedan hombres que siguen siendo humanos.

Fin

La globalización (en los términos de Hitler en *Mein Kampf*), se podría considerar como la extensión del espacio vital de unos grupos humanos que se han considerado elegidos para mantenerse sobre los demás. Esos grupos dan las pautas, crean, y los demás obedecen haciéndose competitivos en lo que el programa les dice. De esta manera, los auto-elegidos crean un universo concentracionario

(muy bien explicado por Primo Levi) en la que la ciencia está al servicio de sus criterios de producción, inclusión y exclusión y de desarrollo sostenible (lo que se quiere acumular). Así mismo, la ciencia y la creatividad trabajan para servir conceptos rápidos de último modelo que permitan envejecer y obsoletizar lo adquirido para que así el deseo de los millones de hombres solos y productivos no sea nunca satisfecho. Es claro que el liderazgo de los elegidos está en el negocio de lo nuevo, en ser dueños de la información y de los recursos vitales. Y en fomentar la industria del miedo (ejerciendo la vigilancia), para que los demás obedezcan. Y entre esos que obedecen se harán algunas concesiones, para que se mantenga viva la esperanza. Es evidente que la lección inmoral de Auschwitz fue aprendida al detalle. La globalización, como sucedió en el universo concentracionario, elogia el *Arbeit macht frei* (el trabajo libera), destruye el medio ambiente (la conferencia de Kioto pierde eco), convierte al hombre en un objeto (es un ID en una base de datos) y hace una realidad ese Big Brother del que habla George Orwell en 1984. O ese Jardín de las Delicias que tan magistralmente pintó Jerónimo Bosco. Es increíble que a uno le digan en cualquier institución que el sistema está caído y por eso no se puede dar razón de nada. Es una burla a la inteligencia. La globalización ha creado la era de la tecnolotría. No en vano se escribió el segundo mandamiento.

Escrito en Medellín, donde mucha gente habla sola aparentando que habla por teléfono celular.