

Globalizaciones múltiples. La diversidad cultural en el mundo contemporáneo

P. L. Berger y S. P. Huntington

Barcelona, Paidós, Estado y Sociedad 104, 2002,
421 páginas.

Como ya es habitual en el campo de las Ciencias Sociales, se publican en un solo tomo las contribuciones complementarias de varios autores, coordinados por dos figuras de prestigio internacional. En este caso, los autores han mantenido correspondencia asidua y reuniones periódicas con alguno de los dos editores. El resultado es una variada recopilación de estudios de las transformaciones locales en una era de cambio global, que nos revela que la globalización cultural es mucho más interesante y diversa de lo que se podría pensar a simple vista —pudiéndose hablar de sus múltiples variantes y de las subglobalizaciones que agrupan regiones enteras—. Los autores dan fe de la existencia de una cultura global incipiente, de marcado origen y contenido estadounidense, pero que no es una fuerza dirigida desde su centro, como en el caso del imperialismo clásico, en países como Chile, Japón, Sudáfrica, Alemania, Turquía, Hungría, China, Taiwán, India y Estados Unidos.

En el entorno mediático mundial ha surgido un movimiento en expansión, bien organizado, bien interconectado, que difunde **ideas alternativas sobre cómo optimizar el bien público dadas las condiciones de la globalización contemporánea**. Este movimiento aparece conducido por una serie de asociaciones

transnacionales, coaliciones, gabinetes estratégicos y organizaciones no gubernamentales internacionales (ONGI), como el International Forum on Globalization, el Turning Point Project, Public Citizen, Friends of the Hearth y Global Exchange. Según la tesis de Berger, las cuatro caras de la globalización cultural, que todos los autores sondean en sus respectivos dominios, son la **élite de los negocios** (o cultura de Davos), el *faculty club*, la **cultura popular** (Hollywood, Coca-Cola, McDonald's, MTV, NBA, World Cup, Nike, etc.) y los **movimientos sociales** (religiosos, seculares, etc.).

En la **China continental** post maoísta el Estado-partido ha hecho grandes esfuerzos por hacerse con el control de las cuatro fuerzas globalizadoras, aunque no haya tenido el éxito que esperaba, en todos los casos. Aún así, los autores del capítulo dedicado a este subcontinente, lo han subtítuloado "**La globalización gestionada**". Los intelectuales chinos se oponen al opresivo régimen político autoritario (lo cual implica aceptar el capitalismo y la economía de mercado), pero también quieren defender la cultura china del poder arrollador del capitalismo global, sin frenar la velocidad de las reformas que abran el país al exterior. Compaginar todos estos objetivos resulta, obviamente, poco menos que imposible. La globalización cultural no implica necesariamente la desaparición del nacionalismo político: bajo ciertas circunstancias, es muy probable que ambos coexistan. Los agentes más importantes de la globalización cultural en China son los intelectuales y el Estado, cuyas interacciones conforman un discurso con dos

décadas de historia acerca de las estrategias y los esfuerzos de China para acercarse al mundo.

En el **Japón** ha tenido lugar una intensa globalización de la cultura culinaria, que ha de ser considerada dentro del contexto del crecimiento económico, el cambio social, el desarrollo de productos de preparación rápida, el aumento de la clase media urbana, el papel social cambiante de las mujeres (incluida la reducción de la carga de trabajo doméstico, gracias a la mecanización y a una mayor participación de éstas en el mercado de trabajo), el desarrollo de una conciencia cultural común a través de los medios de comunicación de masas (especialmente, de la televisión), la propiedad de las viviendas y el arraigo de la costumbre de comer fuera. —La apertura de Japón a Europa y Estados Unidos. —La expansión de Suntory: el éxito del té oolong. —Shiseido: la globalización mediante la fusión cultural. En Japón, la globalización no ha provocado una homogeneización, sino que ha evolucionado de forma dinámica, dando pie a una diversidad y a una multipolaridad significativas.

En el capítulo dedicado a la globalización en la **Alemania** reunificada, se subrayan los aspectos empresariales de la cultura global y la controversia provocada por la difusión masiva de anglicismos. Aunque existan opiniones encontradas, que se definen a lo largo de la variable generacional, los autores llegan a la conclusión de que los individuos más jóvenes se incorporan a la dinámica global de corte norteamericano, apartándose de los moldes más rígidos de la cultura alemana del XIX y primera mitad del XX.

Pero en un mundo que supuestamente se está haciendo cada vez más pequeño por obra y gracia de la globalización, las culturas individuales “resisten” y hallan los medios de continuar adelante. En el capítulo dedicado a la globalización en Hungría, su autor reconoce que la enorme turbulencia de los efectos culturales y la rivalidad suscitada entre tentaciones externas han impedido detectar tendencias inequívocas de una supuesta globalización irresistible en **Hungría**. En su lugar, lo que se puede apreciar es un amplio repertorio de respuestas a esas tentaciones, que reflejan tanto resistencia espontánea, como simulación o equilibrio, en un continuo que se extiende desde el aislacionismo provinciano hasta la imitación neófita de todo aquello que proceda del otro lado del antiguo Telón de Acero. El mercado internacional de las culturas puede estar caracterizado por costes de transacción elevados, operaciones que requieren mucho tiempo, productos interrelacionados y otras rigideces. Por ejemplo ¿podría Hungría importar de Suecia, sin más, la cultura de la solidaridad sin copiar al mismo tiempo el intervencionismo estatal de corte sueco?

En la **India**, **Narayan Murthy**, fundador y director ejecutivo de **Infosys Technologies**, es considerado por la gente de Bangalore como “héroe local”. Educado en Mysore y afincado en **Bangalore**, se siente orgulloso de sus raíces regionales, y siente un interés específico por los asuntos locales. A pesar de estar continuamente viajando por todo el mundo, hace poco se ha convertido en alcalde de Electronics City y asesora a los gobiernos de

Karnataka y de la India en lo que se refiere a la creación de políticas efectivas de desarrollo tecnológico. Repetidas veces millonario, vive como un individuo de clase media, conservando su casa de dos habitaciones en un suburbio brahmán de la ciudad. Se dice que es abstemio y vegetariano y que trabaja muchas horas al lado de sus empleados, lo cual hace aumentar su estatura mítica, aunque los valores de la gratificación diferida, el trabajo duro y el ahorro, combinados con el espíritu emprendedor, no dejen de estar habitualmente asociados al protestantismo en Occidente. El hecho de que su identidad esté tan arraigada en la India y en Bangalore lo convierte en un icono del éxito indio. El mantenimiento cuidadoso de una identidad local le permite actuar como **portavoz de lo local**, a pesar de formar también **parte de una industria global**.

A pesar de la retórica socialista, del militantismo y del simbolismo del movimiento de liberación, la cultura popular estadounidense es fervientemente admirada en la Sudáfrica del postapartheid. La globalización cultural va más allá de la mera indigenización de la cultura popular estadounidense en Sudáfrica: también incluye la creciente influencia de Sudáfrica en el resto de África y la adición de un tono sudafricano a la cultura popular occidental/estadounidense. Una predicción que parece razonable es la de que Sudáfrica se convertirá en una fuente creciente de influencias globalizadoras únicamente si es un éxito económico. La mezcla sudafricana tiene potencial para triunfar: es la combinación de una cultura podero-

sa, predominantemente occidental y anglófona, con el liderazgo africano y con lo mejor de los valores y la cultura que han surgido de nuestra compleja historia y que pueden surgir todavía de la dinámica de una democracia multicultural próspera. Está claro que Sudáfrica puede convertirse en un agente de mayor relieve en lo que se refiere a su contribución a la cultura y acontecimientos globales.

En **Chile**, la familia es la cuestión crucial. La familia filtra las tendencias globales. La pertenencia religiosa desempeña un papel importante al proporcionar una sensación de continuidad en medio del cambio y, en general, al tratar de fortalecer la familia. Esta preocupación por la familia es nueva, es moderna; no se trata simplemente de la inercia que acompaña a una perspectiva tradicional. Los seres humanos no quieren transmitir sólo genes, sino un cierto modo (implícito en su mayor parte) de habitar este mundo.

En **Estados Unidos**, las élites globalizadas se comportan de manera muy semejante. Hacen gala de todo lo que implica ser cosmopolita. Son sofisticados, urbanos y universalistas en su perspectiva y en sus compromisos éticos. Se diría que viven en una burbuja, una burbuja sociocultural que, por lo general, está aislada de las diferencias, más abruptas, que existen entre las culturas nacionales. Estos ejecutivos viajan tanto y a tantos sitios que no es de extrañar que los destinos empiezan ya a parecerse unos a otros. Hay un curioso sentido del tiempo y del espacio relacionado con todo esto: la sensación de que pueden estar literalmente en cualquier lugar del mundo y en

ninguno en particular. El entorno físico que habitan es, en su mayor parte, uniforme, aséptico, homogéneo y artificial. A pesar de ser tan "de mundo", nunca se van realmente de "casa". No es que destruyan la "localidad" y el "lugar", sino que se transforman en realidades abstractas, fluidas y provisionales. La naturaleza provinciana de este cosmopolitismo tiene también su reflejo normativo. No se atreverían a decir que la globalización en sí es un bien absoluto, pero no dudan de que el modo particular con el que enfocan la globalización es bueno.

Si la autoridad epistemológica de estas élites está fundamentada en el lenguaje de las ciencias sociales, la autoridad moral hunde sus raíces en el lenguaje de los derechos y las necesidades individuales universales. Detrás de sus convicciones acerca de la universalidad de los derechos y las necesidades humanas, y de la libertad de autodeterminación individual, se encuentra una antropología común que entiende al individuo como una persona autónoma, racional, hábil y codiciosa. Para reforzar dicha antropología está también el lenguaje del mercado. De primordial importancia en este proceso es la creencia en la existencia de una idea más amplia sobre la que se sustenta su trabajo y el de las organizaciones que representan. Ya sea comercial, de entretenimiento, religiosa o educativa, la misión organizativa de su trabajo es la de satisfacer una necesidad humana fundamental y universal, incluso aunque sean ellos mismos los creadores de esa necesidad. Así, siguiendo pautas de las que no son siempre conscientes, quieren creer que tanto ellos como su trabajo contribu-

yen a un bien moral. De este modo, la vanguardia de la globalización mantiene un sentido de inocencia moral respecto al mundo que están ayudando a crear. El cinismo es sencillamente inexistente. En su lugar, la candidez —a propósito de quiénes son y a qué están contribuyendo— es la sensación omnipresente.

El deseo de globalizar una marca, un mensaje o un servicio apelando a una necesidad o a un derecho universal sólo puede realizarse de manera matizada. Las élites de la vanguardia de la globalización son conscientes de la torpeza histórica de las organizaciones estadounidenses u occidentales deseosas de atenuar la imagen (real) de imperialismo blando que tiene su trabajo. De ahí que equilibren el llamamiento moral a los derechos y necesidades universales con cierta tendencia a indigenizar sus marcas, sus identidades organizativas y sus clientelas. Aquí es donde la vanguardia de la globalización emplea un lenguaje arraigado en el multiculturalismo, centrado en mostrar sensibilidad por las culturas locales.

Ante la cultura global emergente lo que interesa es buscar posiciones intermedias entre el relativismo interminable y el fanatismo reactivo, entre la aceptación y la resistencia militante, entre la homogeneidad global y el aislamiento parroquial. Esta búsqueda tiene sus dificultades, pero, como los datos del proyecto que ha dado lugar a esta publicación muestran de un modo persuasivo, no es imposible.