

EL IMPACTO DEL COMERCIO E INVERSIÓN EN LA CULTURA

ANÍBAL SIERRALTA RÍOS*

RESUMEN

El trabajo analiza el impacto y la forma en que el comercio y la inversión internacional afectan el comportamiento de las personas y su cultura. Asimismo detalla la manera de actuar e intervenir de las empresas transnacionales en su afán de conquistar y dominar los mercados, ocasionando, con sus estilos y prácticas fricciones en la población y los países receptores de inversión, los que con frecuencia reaccionan refugiándose en ámbitos de soberanía, religión y moral. Precisa los conceptos de inversión extranjera intrarregionales y de fuera de la región latinoamericana. Propone un enfoque integrador para preservar la cultura latinoamericana.

Fecha de recepción: 18 de abril de 2005

* Profesor de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Academia Diplomática del Perú, Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (Buenos Aires) y del Centro de Altos Estudios Nacionales (CAEN). Árbitro internacional. Notario de Lima. notasie@terra.com.pe

Palabras clave: estandarización internacional, proceso de internacionalización empresaria, proyecto nacional.

ABSTRACT

The work analyses the impact of international trade and investment and the way it affects the behaviour of people and their culture. It also describes how multinational companies act and intervene in their desire to conquer and dominate markets, and how their practices and styles cause friction within the population and in countries in which investment is made, who frequently take refuge in the fields of sovereignty, religion and morals. It details the concepts of foreign investment within and outside the Latin American region. It proposes an integrationist approach to preserve Latin American culture.

Key words: international standardisation, process of business internationalisation, national project.

SUMARIO

Introducción

1. **Ámbito de cultura e impacto del comercio**
 - 1.1 **Ámbito de cultura**
 - 1.2 **El impacto de la globalización económica**

2. **Inversión extranjera y exportaciones**
 - 2.1 **Concepto de inversión extranjera**
 - 2.2 **La inversión extranjera directa en la región**

3. **Un enfoque integrador**

Bibliografía

INTRODUCCIÓN

Una de las cuestiones más fascinantes de indagación académica en las relaciones entre los pueblos y la forma como el proceso de globalización ha impactado en el comportamiento de las personas es el de la cultura, ya que el proceso de estandarización internacional pretende homogenizar a todos los mercados para facilitar la acción de las grandes transnacionales que consideran al mundo como un solo mercado y en donde las técnicas de segmentación o diferenciación de los productos se convierten en un obstáculo o generan costos adicionales a la producción internacional. Este concepto de cultura es tanto en cuanto a la cultura de los pueblos o los mercados, como el de la cultura empresarial. Sin embargo, como nuestra investigación es en el campo internacional, nos desenvolveremos apreciando el tema en cuanto a la cultura de los pueblos o de los países de manera particular y la forma en que ésta es afectada por el crecimiento del comercio y la inversión extranjera.

1. ÁMBITO DE CULTURA E IMPACTO DEL COMERCIO

La cultura ha sido enfocada en diferentes sentidos: objetivamente, como la creación de valores y normas; en un sentido descriptivo, explicando cómo se manifiesta y precisando sus elementos; o, en un sentido objetivo—tradicional y frecuente—que la entiende como el cultivo espiritual del hombre agrupado en naciones, tribus u organizaciones empresariales.

La cultura por ello es estudiada tanto en lo que corresponde a los pueblos como en lo que se refiere a las organizaciones o a las empresas. Es decir la cultura de los países y la de las organizaciones. Ahora la abordamos en la primera área de interés.

La cultura de los pueblos conforma un ámbito integrado por un conjunto de elementos como son el idioma, la religión, los valores, las actitudes, los usos y las costumbres sociales; pero también interactúa en su formación lo histórico, la educación y las instituciones que crea la sociedad a través del tiempo.

Partimos de una comprensión sociológica de la cultura, más que de una referencia literaria o antropológica. De tal manera que podríamos decir simplemente, aunque no precisamente, que la cultura es esa especie de sentimiento que posee un pueblo en general.

Cuando una empresa se internacionaliza lo está haciendo hacia un mercado que tiene y posee una cultura específica, luego debe entenderla y comprenderla para que ese flujo financiero o radicación de inversión sea bien recibido por el país anfitrión receptor y pueda desarrollarse sin contratiempos. Pero a su vez el tamaño de la empresa, sobre todo cuando es transnacional, influye en su comportamiento pues el peso económico de sus operaciones buscará penetrar en el sentimiento y la cultura de los habitantes del país receptor para crear un mercado más estandarizado hacia sus objetivos y más asequible a su estilo empresario. En otros casos pretenderá ser rápidamente aceptada cuando se trata de radicar inversiones, ya que ello conlleva una protección adicional a sus estructuras y formas societarias. Esa aceptación es motivada por una serie de mecanismos de persuasión cuando no de franca imposición de estilos, prácticas y modelos contractuales.

Sin embargo, esos mecanismos encuentran algunas barreras, sobre todo sentimentales, pues todos los hombres, como señalan RUGMAN y HODGETTS¹, están orientados a su patria, como un ideal de convivencia y de orgullo. También actúan en razón de un referencial histórico que los impulsa hacia metas, aspiraciones y desconfianzas. De tal manera que estas orientaciones actúan como buenos receptores o también como limitantes de las inversiones. Y en sentido contrario cuando los estados y las empresas transnacionales quieren actuar en tales mercados intentarán bloquearlas, omitirlas u olvidarlas, si son un obstáculo; o resaltarlas, refrescarlas e invocarlas, si generan simpatía.

Esa situación es la que ocasiona fricciones entre el interés de las élites empresariales mundiales que buscan estandarizar toda la actuación del ser humano, sus gustos, aspiraciones e incluso sus sentimientos;

1 RUGMAN, ALAN M. y RICHARD M. HODGETTS, *Negocios internacionales*, pág. 140.

frente a la reacción de los ciudadanos, de los hombres de a pie, que se fortifican en ámbitos de soberanía, religión e étnicos.

Los procesos de inversión extranjera directa se esfuerzan en fijar minuciosas reglas internacionales para sectores antes considerados dentro de la jurisdicción de las soberanías nacionales y establecer vínculos entre esas reglas y un sistema de sanciones comerciales, principalmente en lo que se refiere a la inversión y a la propiedad intelectual. Ese afán de uniformizar las normas a nivel mundial se extienden a otras áreas y los más diferentes aspectos del comportamiento social, utilizando al efecto los mismos agentes y los mismos propósitos. Así, no deja de ser extraño, por ejemplo, que los mismos negociadores y funcionarios que obligan a los gobiernos a garantizar el libre mercado en sus territorios sean los mismos que rechazan la adopción de reglas a fin de evitar que las grandes empresas anulen la competencia por medio de las llamadas prácticas restrictivas del comercio y la inversión².

Así pues las operaciones comerciales y las corrientes de inversión ejecutadas por las grandes transnacionales y el aliento cuando no intervención de sus propios estados conlleva un conjunto de manifestaciones culturales que entran en fricción y en algunos casos en colisión con la cultura de las diferentes sociedades en las que actúan o se radican. Ese impacto cultural afecta los estilos y costumbres de los consumidores y ciudadanos como cuanto las formas organizacionales de sus unidades operativas.

El ámbito o los elementos de la cultura, entonces, debe merecer atención preferente para viabilizar una internacionalización empresarial. En tanto la orientación de los individuos y los pueblos deben ser resguardados para que esa recepción benéfica de las inversiones no altere la idiosincrasia de las naciones y sus más preciados valores. El flujo de las inversiones y el intercambio mundial de mercancías no debe ser llevado al nivel de dogma absoluto ya que ello se realiza entre diferentes pueblos y sociedades con culturas propias y diferentes

2 RICUPERO, RUBENS, *O ponto ótimo da crise*, págs. 68 y 69.

que tienen una percepción distinta de los intereses y los plazos en que deben ser logrados.

Luego, la inversión y el comercio internacional exige, por la diferencia de naciones y culturas que están de por medio, de un respeto por sus identidades y de la práctica de la solidaridad ya que no tiene ningún fundamento ni lógica que tanto la inversión como el comercio se desarrollen destruyendo la cohesión y la identidad nacional de los propios países que al soportarla propician justamente el crecimiento de los grandes negocios.

1.1. ÁMBITO DE CULTURA

La primera reflexión sobre la cultura de los pueblos la hace JUAN LUIS VIVAS quien en el siglo XVII publica su obra *De Tradendis disciplinis*, haciendo una referencia al sentido espiritual, anímico, vital del sentido cultural de un pueblo. Este pionero esfuerzo es seguido por FRANCIS BACON quien influenciado por los principios de la reforma protestante le añade al análisis un elemento ético, concluyendo que la ética era más bien un mecanismo o un instrumento para lograr la felicidad del hombre. En los dos autores hay la constante de lo espiritual que nosotros visualizamos como el elemento de la cultura y que llevó a VOLTAIRE y MONTESQUIEU en el siglo XVIII a considerar al espíritu de los pueblos o el espíritu de las leyes como ese impulso que organiza a los hombres hacia una vida orientada en el respeto de las reglas de la comunidad que posibilita una convivencia de las diferentes esferas de organización social y del Estado. De tal manera que la cultura no sólo es ese conjunto de valores y sentimientos sino, también, una expresión objetiva y tangible como son las actitudes y las costumbres que deben ser ordenadas y respetadas por los diferentes individuos en la sociedad.

Siendo un tema complejo la cultura está conformada por varios elementos como: estilo de vida, referencias históricas, sentido de trabajo y de la riqueza, percepción del tiempo, que marcan una dirección de las personas, los grupos sociales y las naciones. Todos los cuales atraviesan y están presentes en el proceso del comercio internacional y la radicación de las inversiones.

La cultura subyace en la confianza o desconfianza que tienen los operadores cuando actúan separados por grandes distancias y que los impulsa a buscar un intermediador que restablezca esas sospechas y dudas; también el sentido de patria y el nacionalismo; e incluso en la predisposición o no de realizar emprendimientos conjuntos con personas y sujetos pertenecientes a otros grupos y espacios. Las relaciones entre el proceso del comercio internacional, tal como lo hemos explicado, y la cultura son estrechas y abundantes. Y son resaltadas o potenciadas cuando el proceso se hace cada vez más intenso y frecuente por que como toda relación entre personas, la reiteración y la frecuencia propicia roces o exagera los comportamientos ya que las personas tienen formas distintas de entender o percibir las cosas: en definitiva tienen distinta cultura.

Basta contemplar las relaciones individuales para observar que paradójicamente el contacto e intercambio frecuente puede ocasionar irritaciones. Los estudios médicos y psicológicos dicen por ejemplo que dos personas cuando conviven y participan activamente entre ellas más de cuatro horas terminan con desavenencias cuando no en situaciones de conflicto. Por eso, a veces, son recomendables los silencios y las ausencias para revalorar las relaciones. Entonces si al fin y al cabo la demanda según las leyes del mercado no es más que la suma de las demandas individuales debemos de concluir que la más estrecha relación comercial internacional y la inversión pueden llevarnos a áreas de controversia, mayores si los operadores no tienen la misma estrategia de respeto a las cosas, costumbres, historia y al comportamiento cívico de la comunidad a donde llegan o invierten.

En tal razón, los elementos culturales de una sociedad inciden fuertemente dentro del proceso del comercio internacional, sea que se actúe como exportador o inversor, o sea que se desenvuelva como importador o receptor del ahorro externo, ya que ella puede ser un factor limitante o generador de confianza.

Los empresarios, hombres al fin y al cabo, son producto de su herencia genética y de una visión de la vida. Sus códigos culturales y éticos, son parte de los recursos productivos de la sociedad y una

expresión de ella³. Cuando estos códigos coinciden con los operadores internacionales la relación tiene un resultado fructífero; caso contrario originará un malestar social que en el mediano plazo se descubrirá afectando al inversor del exterior.

El sistema educativo, los libros de historia, la prensa sobre todo televisiva, las universidades, influyen en la formación de patrones culturales y valores. Pueden estimular u obstruir el proceso del comercio internacional, el que a su vez tiene efectos de importancia sobre el desarrollo. Los valores y el sentido de patria, a su vez, establecerán canales de entendimiento o murallas de comunicación. Valores que tienen sus raíces en la cultura y que son fortalecidos o debilitados por ella, como el etnocentrismo, el altruismo, el dolor histórico y la esperanza, son esenciales para que el costo del desarrollo no esté representado, además por lo que se pierde o se afecta, ya que la cultura es un factor decisivo de cohesión social. En ellas las personas pueden reconocerse mutuamente, creer en conjunto y desarrollar la autoestima colectiva.

Esta fricción de patrones empresariales como competitividad, sentido de eficiencia y organización, han dado origen a diferentes explicaciones y respuestas desde los grupos cerrados que objetan todo aquello que es externo o moderno hasta aquellos que estiman que es inevitable y sólo resta esperar la llegada de la modernidad y la tecnología; pasando por aquellos que recrean sus propios iconos culturales inalterables no adaptables a cambios de tiempo y lugar; o las expresiones culturales del *marketing* televisivo.

La estandarización de la industria, las mercancías y los procesos de producción se ha extendido hacia aspectos estrictamente culturales como son las técnicas administrativas, de gestión, modelos contractuales, tamaño del Estado y sus fines, formas de gobierno, horarios de trabajo, hasta mecanismos de administración de justicia. Todo ellos a través del bombardeo de los medios de comunicación de masas que como explica MARSHALL MC LUHAN

3 SEN, A., "Economics, business principles and moral sentiment", en *The Journal of the Society for Business Ethics*, v. 7, n. 3, Loyola University, Chicago, Illinois.

se elevan a la categoría de principio apócrifo, en una incertidumbre mesiánica, que anuncia una nueva era y un nuevo hombre que vive en una aldea global en que los habitantes son dominados por los sentidos.

Hay una tendencia a imponer los patrones de una nueva cultura partiendo de la desaparición de ciertas ideologías políticas que dejan el paso a otras nuevas. Así desde las ideas de OSVALDO SPENGLER (*La decadencia de Occidente*), que afirmaba la declinación de la cultura occidental se ha llegado a proponer una nueva como es la obra de RICHARD RORTY (*Consequences of Pragmatism*). A la cual se ha añadido un enfoque ideológico con la obra de FRANCIS FUJUYAMA (*El fin de la historia y el último hombre*) según el cual un solo destino o camino le queda a la humanidad y en consecuencia una armonización cultural dentro de instituciones políticas de la democracia liberal.

El estrecho intercambio del comercio, la inversión y las corrientes financieras conlleva un flujo de aspectos culturales que se van imponiendo por los agentes económicos más poderosos y gravitantes en las negociaciones económicas internacionales que necesita de un tema que explique esa realidad, le de contenido y sustento. Lo que conlleva a la elaboración no sólo de nuevos esquemas y patrones culturales, sino categorías económicas y filosóficas que determinen las posibilidades de exportación de los países latinoamericanos, su presencia en los mercados internacionales y el fin del Estado en las áreas productivas y de comercio exterior.

El estudio de la cultura y el comercio internacional es una necesidad para entender la misión de los agentes sociales y el Estado que posibilite comprender el fenómeno a partir de la comprobación de la marginación que sufre la cultura latinoamericana, verificando cómo la discriminación imprime su carácter a la cultura de América Latina o de cómo son postergados los pueblos y su cultura⁴.

4 SOBREVIVA, DAVID, *Introducción a la filosofía de la cultura*, pág. 92.

De tal manera que entender y preservar la cultura tiene gran importancia para el desarrollo, por cuanto ella sirve como una fuerza cohesiva en una época en que muchas otras se están debilitando⁵. Esta energía se patentiza en la literatura, la historia y las costumbres de los pueblos.

El intento de ocultar la historia para facilitar el establecimiento de operaciones comerciales y de la inversión, como el cambio de los libros de historia por parte de Japón en las relaciones con Corea, ha dificultado y entorpecido el intercambio cultural. De la misma manera como el afán utilitario de las transnacionales que desborda y agrede los valores y los sentimientos de los pueblos puede trabar no sólo las relaciones comerciales o los flujos de inversión sino las relaciones meramente de convivencia. Tal vez por ello es que los flujos financieros y los llamados capitales golondrinos se han dispersado más rápida y dinámicamente en los países de América Latina, por que su ánimo de permanencia ha sido breve y corto y están desprovistos totalmente de referencias culturales. Son meramente especulativos. Caso distinto de lo que ocurre en el comercio de productos donde éstos van signados por marcas, nombres, denominaciones y certificados de origen. De igual manera que la inversión que se traslada de un país a otro con capital, bandera y funcionarios, cuando no con estilos de manejo gerencial y reminiscencias históricas.

Los valores y la ética son un aspecto cultural que está presente en cualquier grupo social o empresarial y en consecuencia en toda operación mercantil internacional. Las empresas y los empresarios tienen un referencial ético que puede ser diferente con el de los consumidores o los ciudadanos de los países receptores o importadores.

La ética empresarial usualmente se adecua a los fines y objetivos que la empresa persigue. Lo que se ha dado en llamar la ética de los negocios es en gran medida una ética utilitaria (*ethics is good*

5 KLIKSBERG, BERNARDO, "Capital social y cultural, claves esenciales del desarrollo", en *Revista de la CEPAL*, pág. 90.

business) es decir que la construcción de la imagen de la empresa no es para nada contradictoria con los negocios, por el contrario, es la elaboración a largo plazo del propio desarrollo de la empresa. Sin embargo, algunos autores como GILLES LIPOVETSKY, sostienen que ello no puede prolongarse por mucho tiempo

“no hay solamente utilitarismo hay también exigencias éticas de tipo absoluto ya que el respeto por la vida no es el resultado de un cálculo o el respeto por la seguridad de las personas no puede ser un cálculo por lo tanto, el respeto por el ser humano o la condena a la manipulación genética no son utilitarismos, son principios. Es sumamente complicada la evolución de las sociedades posmodernas. Por un lado asistimos al desarrollo de un mercado, del individualismo y del utilitarismo, al mismo tiempo que se producen reglas extremadamente estrictas las que parecerían que no se transigen, como por ejemplo, la actitud general frente a la venta de órganos. No hay un solo país que la acepte y, a pesar de ser algo muy utilitario, es una prohibición absoluta, al menos por ahora. La sociedad tal como se está desarrollando no es para nada simple y hay muchas fases de exigencias que se están produciendo simultáneamente”⁶.

Otras de las cuestiones que resiente la cultura ética de los pueblos es el de la corrupción y la forma como algunas de las empresas penetran en los mercados, comprando jueces, violando las reglas constitucionales con el fin de dominarlo o de ganar licitaciones. Pero las conductas empresarias monopólicas también afectan la propia cultura del mercado y es algo sumamente perjudicial para los ciudadanos porque ven un privilegio adicional de las estructuras organizacionales más poderosas.

La corrupción es condenada en países con una fuerte tradición cristiana como es el caso de Europa, los Estados Unidos de América y América Latina. Tal vez la mejor muestra de este rechazo absoluto la haya experimentado el Perú donde un gobierno institucionalizó la corrupción y las más grandes empresas, principalmente del sector financiero, también participaron de ella, y la fomentaron en todos los niveles. Sin embargo, esta cultura unida a la mentira no duró

6 LIPOVETSKY, PILLES, “La cultura posmoderna”, en *Archivos del presente*, pág. 15.

más que diez años ya que la sociedad en su conjunto inició la protesta y después el derrocamiento de los empresarios y los políticos corruptos, sin más armas que la grito pública pues el poder policial y militar estuvo totalmente comprometido a niveles de corrupción y de cinismos inimaginables ya que los propios corruptos negaban las evidencias de sus imágenes en los videos o afirmaban que el dinero sucio de la prebenda y las coimas no eran más que el resultado o el fruto de labores de préstamo almacenadas debajo del colchón. Esa protesta ciudadana, masiva, uniforme, decidida y ética, que acabó con el régimen inmoral más grande y explícito de América Latina, demuestra que la cultura del peruano rechaza la corrupción y que al fin y al cabo es inmensamente difícil que puedan convivir criterios de eficiencia, competitividad y calidad con cuestiones inmorales, de corrupción o códigos internos de grupos mafiosos.

Sin embargo, tal vez en otras culturas, como el Medio Oriente o en África, la coima es parte de la vida diaria. Es frecuente realizar operaciones en dichas regiones utilizando el *bakhshish* o sea la coima, de igual manera algunos grupos reducidos como la mafia siciliana juega con normas de comportamiento basadas en el aprovechamiento y abuso de toda persona ajena al núcleo familiar inmediato ya que de lo contrario ellos se aprovecharán. En otras realidades culturales, como el Japón, se acostumbra a intercambiar regalos, invitaciones a cenas carísimas, tomar unos tragos o ir al baño público, sin que ello signifique, necesariamente, una voluntad de dar prebendas o comprar a la otra parte, sino que es parte de los patrones culturales. En Italia está legislada las comisiones de venta para promover las exportaciones y motivar a los compradores corporativos o estatales.

La creación que hacen los pueblos en el arte, costumbres, sentimiento y percepciones son la expresión y el síntoma de la cultura. Todo ello define a una nación, a una sociedad en general, por ello ALAIN TOURAINE concluía diciendo:

“Las naciones se definen por una cultura más que por una acción económica”⁷.

En las relaciones comerciales y de inversión es posible distinguir cuatro personajes principales, tal como hemos venido explicando: el Estado, las empresas transnacionales, los consumidores y ese fenómeno aun no precisado de la sociedad civil y que nosotros preferimos seguir llamando, en tanto, como la nación en general. Los dos primeros ya han merecido comentarios específicos al tratar los capítulos I y II.

Los consumidores, que es más bien un tipo de persona dentro de una economía global, es aquella masa indefinida y anónima de personas que eligen diferentes bienes para satisfacer sus diversas necesidades y que actúan no siempre al impulso de factores racionales sino de los más diversos resortes de su personalidad, costumbres y reglas tradicionales. El narcisismo, el nacionalismo, el sentido utilitario y práctico son ciertamente fuerzas que definen el comportamiento del consumidor; como también lo son los mecanismos de influencia y seducción del *marketing*. De manera que no siempre la racionalidad es el impulso fundamental que mueve a los consumidores. Hay que apreciar su acción tanto desde el ángulo de su práctica económica como de las ideas y sentimientos.

En tanto que nación es el conjunto de individuos que manteniendo su singularidad muestran una unidad política y cultural. Los países para actuar en los variados y diferentes mercados requieren de esa unidad, de una cultura que trascienda por encima de los individualismos y las reservas a los cambios y a la relación con otras culturas. Luego el Estado cuando diseña sus políticas macroeconómicas debe apoyarse en la tradición, la costumbre y la historia para poder interactuar con otras potencias económicas. Tales políticas son las leyes que han de ser justas, confiables y solidarias. Cuando esas normas rebasan los espacios de soberanía y fijan

7 TOURAINE, ALAIN, *Crítica de la modernidad*, pág. 135.

critérios de relación internacional deberán tener, además, sentido de reciprocidad.

La nación y el nacionalismo es la movilización del pasado y de la tradición puesta al servicio de los objetivos de cada país.

“El nacionalismo expone la cultura o las culturas de su territorio a los vientos de la modernidad y de la racionalización, pero también construye un ser nacional más modernizador que moderno y tanto más apegado a sus orígenes y a sus tradiciones cuanto más amenazados se siente por un imperialismo extranjero”⁸.

La acción de las fuerzas comerciales y en especial de las transnacionales reducen el espacio que hay entre los objetivos nacionales y sus intereses particulares, entre su accionar económico y la cultura del medio ambiente en que se desenvuelven. Esa dinámica se cruza con los objetivos y sentimientos de las naciones y dentro de ella la de los individuos. En esa intersección, con frecuencia, el agente o país más poderoso económica o políticamente impone sus referentes sobre el otro, generándose una relación de dominio que deviene, con frecuencia, en conflicto. Sin embargo, la búsqueda natural e instintiva del equilibrio ha hecho a las sociedades esforzarse en buscar mecanismos de convivencia que las ha hecho intentar conciliar sus intereses y afán de participación en una economía de mercado junto con la defensa de su identidad cultural, como lo vienen haciendo, desde hace siglos, las diferentes naciones ibéricas, como los catalanes, gallegos y vascos; o la de los flamencos en Holanda; por no citar las más recordadas hoy en día como son los servios y croatas. Es más, recientemente el Reino Unido está devolviendo poderes estatales a diversas naciones, permitiendo así que Escocia tenga su propio parlamento autónomo. Todos ellos reivindican y defienden su autonomía y particularidad en un mundo de fluido intercambio comercial, tecnológico y financiero.

8 TOURAINE, ALAIN, *op. cit.*, p-ágs.137 y 138.

1.2. EL IMPACTO DE LA GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA

Después del período histórico de la crisis de la deuda, el Institut for International Economics, diseñó en 1989, lo que se conoce como el Consenso de Washington, elaborado por JOHN WILLIAMSON y que es un conjunto de diez reglas económicas y políticas aplicada a los países de América Latina y que se puede expresar en una frase: “Libre mercado y solvencia monetaria”. A partir de ellos las naciones latinoamericanas liberalizaron con más o menos entusiasmo sus mercados, privatizaron sus empresas públicas, crearon un marco incentivador de la inversión extranjera y el Estado dejó de ser promotor y actor de la economía. El Consenso propició que las reglas comerciales, financieras y tecnológicas se estandarizaran y las corrientes de inversión empezaron a circular libremente gracias al extraordinario desarrollo de la teleinformación dentro de un proceso llamado globalización o mundialización.

La globalización económica va acompañada de una doctrina redentora de la economía, que un conjunto de economistas, políticos y profesores universitarios, la ha llevado a nivel de una estructura política: el neoliberalismo, cuya tesis básica es basar el fin y meta del bienestar de la sociedad en el mercado y que, en consecuencia, cualquier interferencia del Estado y la sociedad es mala y a veces, se afirma, es contranatural al desarrollo del hombre.

Se ha expuesto la globalización como un modelo de validez universal aplicable uniformemente a todas las naciones y en consecuencia a todas las culturas de manera estandarizada y similar, que conlleva también una concepción política y más allá un tema filosófico.

A partir de esta idea, los trabajos de MILTON FRIEDMAN y el modelo de equilibrio diseñado por WALRAS, algunos gobiernos de América Latina, como Argentina, Chile, Perú y Guatemala, elaboraron sus políticas de gobierno bajo la influencia del neoliberalismo, a partir del decenio del noventa. Liberalización del comercio, apertura traumática de las importaciones, protección y aliento de la inversión extranjera, privatización de las empresas estatales, gobiernos

estables, fuertes y eficientes, estructura financiera poderosa, se convirtieron en las líneas fundamentales de muchos gobiernos latinoamericanos bajo el aliento y el estímulo del Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo y la Organización Mundial del Comercio (OMC). Es lo que podríamos llamar ahora la nueva libertad impuesta y no conquistada: la libertad absoluta del capital, que se impone por encima de los hombres y de los estados con el criterio de que lo eficiente es orientar la riqueza a quien pueda generarla de manera abundante.

La globalización económica tiene como sustento la llamada teoría del bienestar y del equilibrio general diseñada por MARÍA ESPRIT LEÓN WALRAS quien a partir de 1870 desarrolló la teoría según la cual el mercado es aquel lugar donde concurren los operadores para efectuar sus negocios, bajo la supervisión del subastador, quien representa la infraestructura pública que facilita tales pacíficas transacciones evitando el uso de información privilegiada, el monopolio, y los delitos contra la fe pública para que funcione plenamente dicho mercado. Sin embargo, la comprobación empírica demuestra todos los días que un mercado así de perfecto no existe, menos en el área internacional donde los países establecen medidas proteccionistas, entregan subsidios a sus empresas o establecen barreras técnicas.

Por otro lado, los mercados actúan como redes a través de la cual circulan flujos financieros, corrientes de inversión y tecnologías, por la acción de intermediarios financieros como los bancos, los agentes de bolsa, de mercados de futuros y *broilers* dentro de una estructura legal que los alienta y un Estado que resguarda los derechos de tales intermediarios. Por ello, hoy en día, se habla en el campo de la ciencia de la administración de redes de producción, de distribución y de proveedores. Así, en los mercados interactúan las empresas, los intermediarios y el Estado y se diferencian únicamente por el contexto histórico y cultural en el que ello tiene lugar. Lo que se tranza en dicho mercado —según WALRAS— son bienes físicos, quedando a un lado la tierra y la mano de obra.

Esta teoría neoclásica se tiende aplicar de manera global a todos los países, independientemente de su contexto cultural y su nivel de desarrollo económico y tecnológico articulando tres medidas específicas: la desregulación de todos los procesos productivos y comerciales de tal manera que cualquiera puede importar en una estructura arancelaria plana, sin escalas y sin prohibiciones; la privatización de las empresas públicas; y, finalmente, la eliminación de los controles de precio, incluyendo las diferencias de los tipos de cambio monetario a fin de fortalecer el dólar como medio de pago internacional.

La caída del muro de Berlín favoreció la idea beneficiosa y paradigmática de esta globalización económica. Libre de la amenaza de la dictadura del proletariado, el sistema financiero se empeñó en imponer la dictadura de la oferta y la demanda. Repentinamente, la participación de los trabajadores en la creación de riqueza es presentada como una concesión de los tiempos de la bipolaridad. En tanto el neoliberalismo económico empieza a destruir al propio Estado y la estabilidad democrática. La velocidad de la acumulación del poder político en manos de gobernantes que facilitan las decisiones del sistema financiero; así como la acumulación inextinguible de riqueza en pocas manos y el aliento de una cultura meramente especulativa, despreciando la cultura productiva ha empezado a corroer las instituciones sociales intermedias.

Lo paradójico es que esos mismos estados complacientes con este modelo neoliberal se encogen constantemente. Y si los gobiernos de América Latina sólo apuntan a los imperativos de una economía donde lo gravitante sea la competencia, la calidad y la competitividad, toda la estructura política se tornará en una farsa, en una demostración de impotencia. Así pues la globalización económica se convertirá en una emboscada para la libertad democrática.

Esta globalización económica va unida a una alteración en la cultura que pretende fijar la idea que la única felicidad terrenal es el estilo de vida del automóvil americano, la distracción de Disney, el alimento Mc. Donald y la imagen de la televisora MTV.

La creencia de que el mundo es un solo mercado, similar a cualquier otro y en el cual se intercambien pacíficamente los bienes y servicios; así como la frase de que los países industrializados están alentando el surgimiento comercial de los latinoamericanos, parecen ser sólo palabras huecas, sonoras, pero sin contenido.

Hoy el modelo neoliberal es cuestionado en el mundo académico, principalmente en la Universidad de Stanford donde un grupo de economistas dedicado al “análisis institucional competitivo” señalan que no existe un sistema económico atemporal y universal dotado de valores normativos y que su aplicación mecánica no resulta eficaz en todas las economías o países. Por el contrario, debe reconocer la existencia de múltiples sistemas económicos y proceder al análisis de sus orígenes, desarrollo histórico, el balance de sus éxitos y sus fracasos y la posibilidad de obtener beneficios económicos a partir de tal diversidad o ventajas comparativas.

La visión lanzada por el futurólogo canadiense MARSHALL MC. LUHAN de una “aldea global” y del mundo como un poblado homogéneo, no se ha cumplido de ninguna manera. Lo claro es ver cuán poco el mundo se ha integrado. Es cierto que la globalización de las comunicaciones funciona efectivamente y es posible que en tiempo real millones de personas estén prendidas de las redes de televisión viendo el mismo programa, con las mismas imágenes y los mismos conceptos. Sin embargo, no se puede esperar que ocurra un intercambio de mutuos intereses o un mejor entendimiento entre los pueblos. La proximidad y la simultaneidad creadas por los medios de comunicación masiva a los cuales se puede tener acceso a través del cable y la Internet, no han conseguido crear una comunicación cultural, y mucho menos una adaptación económica⁹. Por ello la fuerza representada por el sistema financiero y las empresas transnacionales buscan imponer sus modelos y prácticas a través del comercio internacional y las inversiones, afectando la cultura o buscando estandarizarla, deteriorando el medio ambiente y sumiendo

9 MARTIN, HANS PETER y HAROLD SCHUMANN, *A armadilla da globalização*. pág. 37.

en la miseria a millones de personas que miran, todavía sorprendidos, los bolsones de opulencia de las grandes ciudades.

“Este planeta está lejos de convertirse, con el actual modelo de globalización transnacional, en una “aldea global” que integre a todas las naciones en la prosperidad y en el respeto de la ecología; va, más bien, en el camino de ser una colección de *ghettos* planetarios de gente próspera que son consumidores de la economía global, que comparten el mismo estilo de vida y de destrucción ecológica”¹⁰.

Este es un fenómeno que no ha sido apreciado todavía en su exacta dimensión por el campo académico, a pesar que su manifestación es antigua y que para América Latina empezó desde que los colonizadores españoles y portugueses impusieron patrones culturales, comerciales y estilos de gestión, sobre los pueblos nativos y las organizaciones de los nacientes criollos. Basta recordar el primer encuentro de FRANCISCO PIZARRO, el cura VICENTE VALVERDE y ATAHUALPA en la tarde triste del sábado 16 de noviembre de 1532 en que los primeros impusieron al segundo y a su pueblo una nueva cultura.

“Sin la dimensión cultural es muy difícil impartirle coherencia a una lectura del mundo contemporáneo en el cual el nacionalismo, la religión y los conflictos interétnicos tienen una influencia equivalente a los aspectos internacionales y seculares”.

“Los modelos de economía política y de relaciones internacionales actualmente vigentes no pueden por sí solos explicar, dar sentido y proponer políticas orientadas a la solución de los problemas multidimensionales que hoy enfrentamos”.

“En el ámbito político, los cambios en la cultura inciden tanto en la política internacional como en la forma, valores, actores y mecanismos de la vida política interna de los países industrializados y en desarrollo. Así, por ejemplo, amplios flujos migratorios provenientes de otras culturas han

10 RIVERO OSWALDO DE, *El mito del desarrollo*, pág. 113.

modificado las situaciones socioculturales, políticas y económicas de muchos europeos y de los Estados Unidos”¹¹.

La idea clave, entonces, para entender el cambio cada vez más fluido y cercano de las operaciones de comercio internacional no es englobar todo el mercado a reglas únicas y uniformes sino en admitir, reconocer y respetar la diversidad, la interacción de los operadores en los diferentes mercados y la reciprocidad en el trato. Reconocer la existencia de otras culturas y distintos procesos así como etapas en el desarrollo de los países a fin de evitar la colisión de actitudes y sentimientos.

La globalización económica no ha logrado estandarizar la cultura, la religión, ni los sentimientos, y por ello el impacto que recibe del comercio y la inversión pueden suscitar, cuando ya no lo han hecho, serios conflictos o nuevas desavenencias entre los pueblos. Más bien la acción de los flujos de inversión y el comercio ha erosionado la unidad cultural de las naciones latinoamericanas y de otras naciones del mundo.

Ya en 1968 KINDLEBERGER decía que,

“La diferencia entre comercio interregional y el internacional consiste en que el comercio entre regiones es un comercio dentro del mismo grupo, en tanto que el comercio entre países tiene lugar entre diferentes unidades de cohesión”.

Entendiendo como tales a esa fuerza centrípeta que une a todos los ciudadanos de un mismo país y que usualmente es esa identidad u orgullo nacional de pertenecer a una sociedad.

“Esta cohesión del grupo nacional ayuda a explicar las diferencias nacionales en gustos y costumbres pues son como los divisores del mercado nacional”.

11 MONETA, CARLOS JUAN, “La dimensión cultural: el eslabón perdido de la globalización”, en *Revista CEPAL*, cap. 47, julio-septiembre, 1996, pág. 2.

Y que es una realidad palpable que busca defenderse y en ocasiones demuestra desconfianza a la acción externa¹². Hay pues una diferencia tangible cuando el comercio se extiende a otras áreas geográficas, precisamente porque transcurre dentro de espacios culturales bastantes diferenciados.

“Pese a su activa participación en la globalización de la economía, ni Corea ni Japón parecen vivir la cultura mundializada que anuncia occidente. Al contrario, el nacionalismo moderno en China, Corea, Japón y Vietnam tiende a invocar razones biológicas para sustentarse. Nutrida por el culto confucionista a los antepasados, la idea de linaje es proyectada a escala del país para definir la nacionalidad como una esencia lírica y superior. Obviamente esto da lugar a un “orgullo” racista y a un rechazo total a la unión y a la procreación con personas de otras nacionalidades, en aras de mantener la “pureza de sangre”, especialmente en Japón, Corea y Vietnam, países cultural y étnicamente homogéneos. Estas experiencias asiáticas de la modernidad concebidas simultáneamente como adopción de la técnica occidental y mantenimiento de la tradición se enrumbarían por un derrotero que combina avances económicos, integración regional y reciclamiento de identidades”¹³.

Paradójicamente en las naciones industrializadas y creadoras de la gran tecnología la tradición y el pasado se refresca continuamente a través de libros, películas y series de televisión que se renuevan anualmente a fin de perpetuar la línea viva de todas sus generaciones; en tanto que esos paquetes y enlatados televisivos se comercializan y se imponen a las naciones en desarrollo erosionando, cuando no fragmentando, sus líneas culturales y empujando a esos retazos divididos a refugiarse en el fundamentalismo religioso, el nacionalismo racista y algunos atavismos tribales.

Cuando los pueblos pierden ese sentimiento de pertenencia que les da precisamente identidad es que se les está empujando al

12 KINDLEBERGER, CHARLES, *Economía internacional*, p-10 y 11

13 PROTZEL JAVIER, “Secularización y fundamentalismo en la escena global”, en *Cultura y globalización*, pág. 46.

radicalismo y la agresión y rechazo de todo aquello que lo desnaturaliza. Y ello no hace bien ni al inversor ni al anfitrión.

De tal manera que la globalización económica y el intercambio tecnológico y de medios de información, como bien señala SAMUEL HUNTINGTON, están fragmentando a las sociedades y separando a las gentes de sus antiguas identidades locales, debilitando a la nación y por ende al Estado como un elemento de cohesión y de identidad cultural. El intercambio de los pueblos originado por el comercio y la telecomunicación intensifica la conciencia de civilización y en consecuencia, las diferencias entre los diferentes tipos de civilizaciones que concurren al mercado, así como también es posible apreciar o resaltar lo que hay en común dentro de cada una de ellas¹⁴. Tales diferencias plantean escenarios y situaciones nuevas que con frecuencia buscan imponerse rápidamente para facilitar el intercambio de mercancías, servicios o el establecimiento de empresas transnacionales.

Los países a su vez reaccionan frente a estas circunstancias, como son los reclamos recientes en Porto Alegre, aunque inicialmente se iniciaron, paradójicamente, en los países industrializados como fueron la protesta en las calles de Seattle, Praga y de Milán, precisamente porque en dichos países la toma de conocimiento del problema es más rápido debido a su nivel de desarrollo cultural y académico.

Como es natural, es posible distinguir dos visiones distintas de la globalización, sea por el lado de los países industrializados que la ven benéfica y hasta prodigiosa, a diferencia de la de los países latinoamericanos que recién han empezado a cuestionarla con el temor inicial de enfrentarse a muchos de sus gobiernos autoritarios pero eficaces en imponer sus modelos económicos. Lo cierto es que tanto unos como otros perciben que hay un desorden en el comercio internacional ya que el crecimiento se ha concentrado en los que ya eran más poderosos que trágicamente están siendo

14 HUNTINGTON SAMUEL, “*The clash of civilizations*”, en *Foreign Affairs*, pág. 25.

subsidiados por los que tienen menos, y tal vez lo están haciendo con su propia vida. La inversión extranjera directa, a su vez se ha orientado únicamente al sector primario y especulativo financiero, sin que la gran mayoría de los pueblos latinoamericanos hayan recibido algún beneficio, pues no se ha fortalecido el sector secundario, el de las manufacturas. Sin embargo, cuestionar la globalización económica o mostrar sus resultados negativos no significa oponerse, hasta por que al fin y al cabo América Latina vive en proceso de globalización desde la conquista en el siglo XVI hasta nuestros días, pasando por los intentos ingleses, holandeses y franceses de dominarla, como es la muestra palpable de las Guyanas.

Pero también en los países desarrollados la globalización económica ha ocasionado desocupación, crisis cambiarias y monetarias. Lo que demuestra su debilidad para resolver el problema del bienestar general. Tal vez, entonces, es necesario replantear el proceso admitiendo que al mercado concurren agentes desiguales lo que evitaría fricciones y desasosiego entre los pueblos. Es decir reconocer la coexistencia de la universalización o globalización. O lo que la doctrina social de la iglesia llamaba desde el siglo XIX: unidad dentro de la diversidad.

El Foro Social Mundial, surgido en Porto Alegre (Brasil) persigue explicar y canalizar el proceso de globalización a fin de construir alternativas económicas para intercambiar experiencias fortaleciendo el flujo comercial de la región con los países industrializados y en el que participen los trabajadores, los empresarios, la sociedad civil, los consumidores y los exportadores. Hay un nuevo interés que se centra en políticas que promuevan el desarrollo humano, la formulación de propuestas para democratizar organizaciones como la OMC, el FMI, el Banco Mundial y el BID; así como analizar la influencia de las transnacionales en las comunidades locales. Igualmente propuestas de desarrollo sostenible para erradicar la miseria, el analfabetismo y proteger el medio ambiente.

Este foro se estructura para hacer frente a ese proceso de estandarización de la cultura, las costumbres y los sistemas de valores. En el que una de las repercusiones más sensibles, la podemos encontrar en el imaginario social en donde subyace la idea de que

se han borrado las fronteras nacionales y por lo tanto perdido vigencia el derecho de los pueblos a ejercer soberanía sobre su patrimonio cultural entendido éste como bienes y recursos materiales, lengua, historia, formas de organización social, creencias y valores. Y cuyos defensores de características y líneas nacionales son condenados como retrógrados y contrarios al progreso¹⁵.

Todo país no sólo tiene sino que requiere de cultura para poder enfrentar el desarrollo y lograr metas compartidas. Se requiere una cultura construida por sus hombres y mujeres, por la nación en definitiva y para ella; una cultura que haga del esfuerzo y el sacrificio un elemento que conviva con el deseo de una vida terrena más justa y solidaria.

Ese contenido nacional de la cultura ha recibido fuertes objeciones, pues la modernidad comercial e industrial invoca ideas universalistas de producción, de racionalización y de mercado antes que la idea de nación, y numerosas élites dirigentes se han empeñado intensamente en insertar a sus países dentro del proceso de internacionalización y para hacerlo han combatido ciertas formas de vida social y cultural, rebelándose contra el nacionalismo¹⁶.

Para algunos autores como RICHARD H. BROWN, el concepto de identidad no tiene ninguna solidez,

“... se parece más a una pila de papas fritas en hojuelas sobre una mesa cercana a una ventana, que a una unidad sólida, inmovible. Una vez que la ventana se abre y la brisa de la posmodernidad entra, las hojuelas de la identidad vuelan por los aires y se rompen en pedazos”¹⁷.

Y al no existir una identidad es conveniente encontrar nuevas vías para estudiar la cultura y la globalización.

15 FOO KONG DEJO, HERMINIA C. , “La dimensión latinoamericana en el contexto de la globalización”, en *Ponencia del XXI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología*, pág. 1.

16 TOURAINE, ALAIN, *Critica de la modernidad*, pág. 137.

17 BROWN, RICHARD H., “El estudio de la cultura en la economía política global”, en *Cultura y globalización*, pág. 123.

“La globalización, convertida en el discurso dominante de esta época, ha sustituido el concepto de nación por el de mercado mundial, el cual es hoy el nuevo dogma sobre el que descansa una decimonónica racionalidad destinada a legitimar la iniciativa privada y la voraz competencia desatada al interior del capitalismo desarrollado en esta guerra comercial de fin de siglo por un nuevo reparto de mercado”¹⁸.

La mayor crítica que se puede hacer a la globalización económica es el intento de querer imponerla como un hecho incontrovertible, inevitable e inexorable de los tiempos, que deberá admitirse en toda su extensión y frente al cual sólo resta amoldar la cultura de nuestros pueblos a los estándares de gestión, estilos comerciales y los modelos contractuales de las grandes transnacionales que pretenden sustituir al Estado como administrador del bien común. Más aun se pretende hacer creer que este es un fenómeno nuevo, reciente y producto del desarrollo tecnológico y como tal un hecho de los tiempos que debe ser reconocido y admitido, pues resistirse a él es luchar contra la modernidad y las nuevas tecnologías, impidiendo un nuevo desarrollo.

Sin embargo, el intento de unificar el mundo bajo patrones estandarizados y únicos, al cual todas las culturas deben adherirse, no es nuevo ni moderno. Podríamos afirmar, sin temor a equivocarnos, que ello aparece desde que las civilizaciones intentaron vincularse y comunicarse.

Creiendo que los puentes de relación entre las culturas es el establecimiento de patrones y prácticas comunes entre ellos se han realizado esfuerzos para estandarizar no sólo los mecanismos de producción, comercialización y de administración, sino la cultura de los pueblos con resultados no siempre alentadores y por el contrario conflictuantes cuando no estériles.

Muchos de los nuevos y recientes conflictos, como tal vez los futuros, están ligados a las externalidades negativas que genera la solidez, fortaleza e irreductabilidad de los grupos de presión, sean

18 FOO KONG DEJO, HERMINIA C., *op. cit.*, pág. 1.

empresariales, políticos o económicos, que interactúan en el ámbito comercial ya que buscan imponer sus prácticas decisorias en cuanto a apertura de mercados, inversión directa o transferencia de tecnología; soslayando el sentido de cooperación que debe existir con los otros grupos como son los consumidores, las otras empresas o las entidades sociales; para no mencionar el espíritu de solidaridad o reciprocidad internacional. La posesión de las inversiones y la tecnología hacen a aquellos grupos, conglomerados de empresas o instituciones financieras internacionales, menos maleables o adaptables con los países en los que operan. Generalmente actúan aislados de toda influencia del medio ambiente nacional y el corto plazo los hace imponer rápidos esquemas de apertura de mercados, privatización o nuevos centros de explotación de recursos naturales, violentando costumbres y estilos de vida de miles de personas que han vivido cientos de años bajo determinados patrones.

La vertiginosa acción de tales grupos y esquemas no sólo se hace inflexible sino con muchísima frecuencia de manera intolerante pues se desenvuelven dentro de lo que llamamos la fase de la penetración cultural, precipitando la respuesta de otros grupos sociales que contrarrestan tales actitudes con similares expresiones de violencia cuando no de odio.

Tal imposición de prácticas, estilos y modelos de desarrollo ha circulado hoy en día velozmente por el vertiginoso camino que brindan las telecomunicaciones a todos los países sin excepción. Empero tal proceso de globalización no es reciente, ni novedoso.

El primer gran esfuerzo de globalizar la medida del tiempo a través de los calendarios anuales fue el trabajo del Papa GREGORIO VII quien diseñó el calendario que lleva su nombre, como un patrón de medida para todo el mundo. Empero y a pesar de los muchos siglos que tiene dicho calendario, éste sólo rige únicamente para la cultura occidental y cristiana, ya que dicho ordenamiento convive con el calendario judío, el árabe y el chino o asiático. Es decir cuatro calendarios en el mundo siendo que el gregoriano a pesar del tiempo es usado únicamente por un tercio de la humanidad. Otro intento de globalización fue el esperanto que se abrió paso como una lengua común y universal para toda la

humanidad y que fue un fracaso. Incluso el esfuerzo de universalizar el sistema métrico decimal, a pesar de los trabajos de la International Standard Organization (ISO), que ya tiene cerca de cincuenta años, es una tarea con muy limitados éxitos, pues el propio centro del poder industrial como es los Estados Unidos de América, se resiste a utilizarlo plenamente y por ello muchos de sus productos tienen medidas en yardas, pies o pulgadas y los pesos son expresados en *bushels*, libras o quintales. De tal manera que el fenómeno no es nuevo, ni es redentor, ni ecuménico.

Paradójicamente lo más universal que ha creado el hombre es el drama y la tragedia humana que siendo individual y concreta a una realidad geográfica específica puede ser entendida y comprendida en todas las latitudes y culturas. Por ello en la literatura universal las obras verdaderamente universales son aquellas del drama humano local. ¿Acaso no es local *El ingenioso hidalgo don Quijote de La Mancha*?, pero qué es una cosmovisión de las necesidades espirituales y materiales, de los ideales y los hechos prácticos. ¿Acaso no es local *Edipo rey*?, sin embargo, inmensamente humano y sin fronteras, como son los traumas de la infancia y la relación entre madre e hijo. ¿Acaso no es una historia de un reinado específico y temporal *Hamlet*?, empero, su drama y duda metafísica, es plenamente comprendida y entendida por todas las culturas y todos los hombres en todos los tiempos.

Hay más bien en América Latina, como señalan JUAN CARLOS MONETA, EISEKE SAKAKIBARA, HERMINIA C. FOO KONG DEJO y JAVIER PROTZEL, un intento claro de homogenización cultural a partir de las empresas transnacionales, las grandes cadenas de televisión y las referencias de marcas y nombres comerciales.

Ese propósito encuentra un punto de colisión con las civilizaciones, historia y cultura latinoamericana ya que presenta diferencias étnicas, tecnológicas, patrones de consumo y sentido de la vida y como tal reaccionan de manera diferente ante la actuación o imposición de marcas, modelos, sistemas de comercialización o radicación de inversiones.

Las grandes inversiones y las empresas transnacionales penetran en la cultura de los países importadores o receptores de inversiones a través de una serie de

“... instrumentos y prácticas que afectan de distinta manera y grado, los contextos político, económico y cultural nacionales y locales. Luego de su procesamiento, esos elementos son remitidos en un diálogo conflictivo de contenidos y acciones concretas relativas al mercado, la democracia, el libre desarrollo, la soberanía, los derechos humanos, el desarrollo, el fundamentalismo, etc.”¹⁹.

Hay pues una penetración cultural por parte del inversor extranjero sobre el país anfitrión y cuando ella se va extendiendo o alcanza altos niveles de aportación, es natural que se dé una interferencia política ya que esa influencia de prácticas y usos empresariales requiere de su acatamiento por parte de los funcionarios de las empresas y plena aceptación por parte del consumidor. Entonces ese diálogo conflictivo termina no siempre en un mutuo acuerdo sino en una supremacía del poder económico sobre el poder político utilizando al afecto, para culminar tal diálogo conflictivo, cuanto recurso sea posible ya que, en la mayoría de los casos, de la suerte de las inversiones en el exterior puede depender el resultado exitoso de la empresa matriz y la economía del país inversor.

Para contrarrestar y superar tal situación el Estado receptor o importador sólo tiene ante sí una política de modernización urgente de su aparato industrial, empresarial y académico, preservando sus lazos y vínculos culturales que le dan ese carácter peculiar de nación. Muchos países como Francia, Japón, Alemania e Italia han asociado la modernización con la restauración y revaloración de su cultura nacional.

“El nacionalismo es la movilización del pasado y de la tradición puesta al servicio del futuro y de la modernidad. El nacionalismo expone la

19 MONETA, CARLOS JUAN, *op. cit.* pág. 6.

cultura o las culturas de su territorio o los vientos de la modernidad y de la nacionalización, pero también construye un ser nacional más modernizador que moderno y tanto más apegado a sus orígenes y a sus tradiciones cuanto más alejado está el país de los centros de modernidad y cuanto más amenazados se siente por un imperialismo extranjero. La nación no es la figura política de la modernidad, la nación es el actor principal de la modernización, lo cual quiere decir que es el actor no moderno que crea una modernidad cuyo control tratará de conservar el tiempo que aceptará perderlo parcialmente en provecho de una producción y de un consumo internacionalizados”²⁰.

El nacionalismo puede describirse como “... una fusión de patriotismo con una conciencia común...” o como

“... la identificación del individuo con su grupo al cual le brinda su suprema lealtad”²¹.

Dicha lealtad es la que se resalta en las empresas para fortalecer la gestión de sus ejecutivos, y es la que se reconoce para fomentar la cooperación empresarial. Por ello muchos trabajos lo destacan como concluyen HYS, KORTH y ROUDIANI quienes señalan:

“El nacionalismo nos es una fuerza negativa..., por el contrario, es un sentimiento y un espíritu que puede ser útil a un país en particular y debe ser reconocido y adaptado para la empresa internacional. En muchos países desarrollados el espíritu nacionalista es particularmente elevado y puede estar acompañado por un sentimiento intenso de lealtad interna y a aversión a cualquier cosa fuera de las fronteras nacionales (verbigracia una empresa extranjera)”²².

Todo ello sintetiza los términos culturales de una nación frente a los desafíos de la globalización, según los cuales no se trata de impedir el flujo beneficioso de los intercambios sino el de adecuar un país y

20 TOURAINE, ALAN, *op. cit.*, págs. 137 y 138.

21 HAYES, CARLTAN J.H., *The dynamics of natimalism*, pág. 2.

22 HAYS, RICHARD D.; CHRISTOPHER M. KIITH y MANUCHER ROUDIANI, *op. cit.*, pág. 103.

un Estado a todo lo que significa modernidad y tecnología para, manteniendo sus características individuales pueda enfrentar, con entendimiento, los embates de una globalización económica, la influencia de la inversión y la acción de las transnacionales que pretenden estandarizar y homogenizar ciudades, naciones y cultura. Tal intercambio debe ser dentro del principio de solidaridad internacional y bajo criterios de justicia y equidad entre las naciones que participan del comercio internacional. Recomendando aquel viejo axioma de respetar la diversidad para conseguir la unidad de un intercambio pacífico y beneficios para los pueblos que buscan su legítimo desarrollo nacional.

2. INVERSIÓN EXTRANJERA Y EXPORTACIONES

Las exportaciones de servicios, después de las exportaciones de manufacturas, es el paso previo y anterior a la inversión. De tal manera que cuando un país ha logrado consolidar en la exportación de servicios, sin que ello excluya las exportaciones de manufacturas, es que necesariamente empieza a realizar las primeras inversiones en el país que inicialmente fue importador o comprador de sus mercaderías.

El decenio del noventa se caracterizó por un incremento significativo de los flujos de inversión en y hacia América Latina, que se concentró particularmente en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela aprovechando las ventajas que estos países han dado con ocasión de las privatizaciones y siguiendo las pautas de aquello que se conoce como el Consenso de Washington y que más académicamente es el manifiesto de política publicado por el Institut for International Economics, denominado “Hacia un nuevo crecimiento económico en América Latina” (1986). A causa de ello las inversiones extranjeras directas (IED) llegaron a cuadruplicarse en relación con los datos de 1985 (véase gráfico 1).

GRÁFICO 1
INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN AMÉRICA LATINA
(En millones de dólares)

	1990-1994	1995-1999	2 000	2001	2002
	Promedio anual	Promedio anual			
Argentina	3027	10599	10418	2166	775
Bolivia	85	711	736	706	677
Brasil	1703	19240	32779	22457	16566
Chile	1207	5401	4860	4200	1888
Colombia	818	2796	2299	2500	1974
Ecuador	303	639	720	1330	1275
México	5430	11398	16449	26569	14435
Paraguay	99	185	119	95	-22
Perú	801	2350	810	1070	2391
Uruguay	51	164	179	320	177
Venezuela	836	3449	4701	3683	779
Total	14 360	56932	74070	65096	40915

Fuente: CEPAL, *La inversión extranjera en América Latina y el Caribe*, Santiago de Chile, mayo de 2004, págs. 30-32.

Pero, paradójicamente, ese significativo flujo de inversiones ha crecido sin orden, ni prioridades, ni orientación específico, para el país receptor que, sacrificando expectativas, concedió beneficios, liberaciones y facilidades para la inversión extranjera directa. Y así, por falta de un plan de desarrollo tales inversiones se han orientado hacia la extracción de materias primas y la explotación de servicios, principalmente financieros y de telecomunicaciones, en desmedro de la fabricación de manufacturas, que es lo más conveniente dentro de una cultura productiva. En toda América Latina

“...una parte sustancial y creciente de la IED se orientó en toda la década a los sectores de los servicios, aprovechando procesos de liberalización, privatización y desregulación”²³.

23 CEPAL. *La inversión extranjera. En América Latina y el Caribe*, pág. 18.

Siendo que las unidades operativas o activas de dicho proceso han sido fundamentalmente las grandes empresas transnacionales que incrementaron su participación en las ventas totales de las 500 empresas más grandes de América Latina pasando de un 27% en el período 1990-1992 a frisar un 43% en sólo los dos últimos años del decenio del noventa.

2.1. CONCEPTO DE INVERSIÓN EXTRANJERA

No existe un concepto preciso y unánime de inversión extranjera directa. Algunos países la definen en su legislación interna, otros sólo la regulan sin precisarla; y, finalmente, algunos remiten su definición a las normas contenidas en los tratados internacionales como es el caso de la Comunidad Andina de Naciones o el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, por ejemplo.

En el Perú, el decreto legislativo 662 define este fenómeno como el conjunto de inversiones del exterior que se orientan hacia actividades económicas generadoras de renta y que pueden adoptar varias modalidades como aportes de capital; aplicaciones en moneda nacional provenientes de recursos con derecho a ser remitidos al exterior; conversión de obligaciones privadas con el exterior en acciones; contribuciones tecnológicas; títulos financieros o derechos de participación contractual.

La explicación teórica de inversión extranjera también muestra varios conceptos: así algunos autores acentúan la idea de aportes o transferencias desde el exterior; otro grupo la define como aporte proveniente del exterior de propiedad de personas naturales o jurídicas extranjeras.

Para efectos de este trabajo entendemos por inversión extranjera directa cualquier desarrollo de proyectos que involucren recursos que efectúa un país, usualmente llamado inversor, en otro país, usualmente llamado receptor o anfitrión; considerando que estos aportes pueden ser directos y nuevos (*greenfield investment*) o mediante la compra de empresas nacionales ya existentes a través de una adquisición directa, privatización, consorcios u operaciones conjuntas (*joint ventures*).

Las inversiones pueden ser estudiadas desde el lado de su acción como radicaciones en América Latina, la misma que adquiere diferentes formas y que se ha acentuado con el proceso de privatizaciones; y desde el lado de acciones dinámicas o internacionalización de las empresas de la región hacia otros mercados, sean latinoamericanos o de otras latitudes. En el caso de las inversiones dentro de la propia región se denominan inversiones intrarregionales, confluyendo como tales la acción de las empresas y la de los gobiernos.

2.2. LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN LA REGIÓN

Las inversiones extranjeras directas (IED) se han concentrado en pocos países, como se ha señalado, en razón de su estabilidad política, económica y social, así como por la liberalización de los mercados y una legislación alentadora para su captación. Ello explica porqué Brasil, por ejemplo, no ha mantenido una captación de inversiones significativas en relación al tamaño de su economía ya que ha sido el país más reticente en liberalizar su economía y ha sufrido el proceso inflacionario más agudo y prolongado de la región. Es importante anotar que hasta fines de los setenta, Brasil era el principal receptor de inversiones extranjeras de fuera de la región. Parece, entonces, que las reformas económicas en general y las perspectivas que ofrece el país, desde el punto de vista político, con un gobierno estable sólido y que pueda imponer sus decisiones, es el escenario propicio para atraer las IED, que la captación de flujos extranjeros puramente financieros²⁴.

Todos los cambios en las legislaciones de América Latina para captar inversiones se han hecho dentro del espíritu de liberalización de los mercados más que en la orientación benéfica de la inversión hacia determinados sectores productivos o manufactureros necesarios

24 AGOSIN, MANUEL R., *op. cit.*, pág. 6.

para una región en proceso de industrialización hacia los mercados externos. Así, 106 de las 112 modificaciones legislativas, en el campo económico, ocurridas hacia 1995 en América Latina y otros países del mundo han sido leyes únicamente de liberalización. De igual manera se ha dado más importancia a los acuerdos bilaterales de inversión que a los multilaterales. Todo lo cual lleva a concluir que debería buscarse una orientación y armonización de las reglas de IED lo cual exige de los países en desarrollo evaluar los objetivos nacionales y sus expectativas de desarrollo frente al interés de los inversores²⁵.

Como se ha dicho, el proceso de globalización ha impulsado las IED por parte de las empresas transnacionales. Así, durante el decenio del noventa las ventas de las filiales de dichas empresas crecieron mucho más aceleradamente que las exportaciones globales, y sus niveles de producción se expandieron de un 5% del PIB global en 1982 a un 10% en 1999. Los flujos de IED hacia América Latina se expandieron significativamente, particularmente hacia Brasil y México al finalizar dicho decenio, habiendo disminuido para los países de la Comunidad Andina de Naciones (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela) quienes disminuyeron su participación dentro de los flujos totales a la ALADI, pasando de un 18%, en promedio, en la segunda mitad de los noventa a alrededor de un 12% en el 2000. El resto de países de Sudamérica (Argentina, Chile, Paraguay y Uruguay) también vieron reducida su participación en el total de flujos de IED a los países de ALADI, de un 28% en promedio en el período 1995-1999 a cerca del 25% en el 2000 (gráfico 2).

25 RICUPERO, RUBENS, *O punto ótimo da crise*. pág. 221.

GRÁFICO 2
INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN AMÉRICA LATINA
(En millones de dólares)
Año 2000

País Origen /de la inversión	Estados Unidos	Europa	América Latina y el Caribe	Sudeste asiático	Otros	Montos de inversión intrarregional	
						1990	1995
Argentina	1,991.55	2,143.02	875.16	0.00	600.27	364.00	5,610.00
Bolivia	233.84	35.37	86.85	1.57	35.37	132.00	393.00
Brasil	1,781.05	2,135.32	300.89	373.68	262.06	1,786.00	4,853.00
Chile	1,182.80	730.38	218.82	115.32	709.68	602.00	2,957.00
Colombia	539.18	178.11	210.06	18.39	22.26	36.00	968.00
Ecuador	314.43	101.52	43.24	1.41	9.40	0.00	470.00
México	5,667.97	2,229.08	571.56	485.83	571.56	0.00	9,526.00
Paraguay	10.09	40.07	47.69	0.93	4.22	75.00	103.00
Perú	298.12	1,418.64	230.27	14.39	94.58	289.00	2,056.00
Uruguay	55.74	59.97	24.49	3.14	13.66	0.00	157.00
Venezuela	524.02	276.79	101.46	37.43	45.31	300.00	985.00
Costa Rica	253.09	31.34	39.77	12.13	0.67	22.00	337.00
El Salvador	13.68	9.42	7.45	0.72	6.73	1.00	38.00
Guatemala	41.40	4.20	6.75	3.90	18.75	0.00	75.00
Panamá	198.92	9.35	16.02	10.15	32.57	1,729.00	267.00
República Dominicana	120.89	41.40	13.25	1.24	237.22	14.00	414.00
Totales						5,350.00	29,209.00

Fuente: CEPAL, Centro de Información de la Unidad de Inversiones y Estrategias Empresariales de la División de Desarrollo Productivo y Empresarial, sobre la base de cifras de la UNCTAD, *World Investment Report*. 2001, Nueva York, 2001, págs. 291 y 296.

Los flujos de IED que llegan hacia América Latina responden a las fuerzas globales que vienen impulsando el comercio a nivel mundial. A esta determinación se adicionan los procesos propios de la región, por acción de algunos países latinoamericanos que están en esta etapa, luego de una década de crecimiento sin precedentes como fueron los noventa.

Es conveniente, entonces, determinar de qué manera y con qué resultado los países latinoamericanos han dado el paso hacia la inversión dentro de esa secuencia del proceso del comercio internacional que va desde la exportación de *commodities* y llega hasta la interferencia política. Vale decir, estudiar las inversiones que los países latinoamericanos han hecho en otros mercados, siguiendo ese proceso según el cual quienes consolidan sus exportaciones de manufacturas y de servicios pasan a ser posteriormente inversores.

Hay una relación causal entre el comercio total (bienes y servicios) y la inversión, aunque la CEPAL señala que no es clara, es decir, no se sabe si el comercio ha inducido a la radicación de inversiones o viceversa.

“Lo más probable es que ambos procesos actúen simultáneamente, con distinta intensidad, según las condiciones objetivas que imperan en un determinado momento”²⁶.

Sin embargo, reconoce que es probable que la liberalización comercial, es decir, la consolidación de la etapa de la exportación total (manufacturas y servicios), haya dado paso a las inversiones que apuntaban a racionalizar los procesos de producción y comercialización en un mercado determinado y ya conocido.

Tal circunstancia puede haber incidido en un incremento de la inversión intrarregional, aunque existen dificultades para mostrar un panorama claro de dicha inversión, pues no existen registros sistemáticos, ni se han compatibilizado los métodos de recolección y presentación de los datos.

El dato inicial para ubicar el tema, es la determinación de la importancia relativa de las inversiones intrarregionales, frente a las procedentes del resto del mundo. En el gráfico 2 figura el porcentaje de capital extranjero por países de destino, pero es importante resaltar la inversión intrarregional, que aunque en pocos montos resulta

26 CEPAL, *Panorama de la inserción internacional*, pág.197.

notable por su dinamismo y la demostración de la relación y paso secuencial del comercio total (manufacturas y servicios) a la IED neta.

Durante el año 2000, en quince países latinoamericanos, la inversión extranjera intrarregional alcanzó al 7,04% del total. Este porcentaje aumentaría significativamente si se incluyeran las cifras de los paraísos fiscales del Caribe; pero en tal caso, se le habría “perdido la pista” al origen de los capitales. En 1997, de acuerdo con el *Directorio* elaborado por la CEPAL, las inversiones intrarregionales frisaban el 9,1% de un total mucho menor. En ese lapso, las inversiones intrarregionales se multiplicaron por tres, mientras las globales se duplicaron. Cabe señalar que estas cifras constituyen estimaciones conjeturales, para cuya construcción se combina el acervo de inversión extranjera total calculado por la UNCTAD para cada país, con el porcentaje de inversión intrarregional por países que realizó la CEPAL; las metodologías utilizadas no se hacen explícitas en ninguno de los dos estudios. Con todo, sirven para fijar un orden de magnitud.

Las inversiones directas efectuadas por países latinoamericanos y caribeños en la región durante el período 1990-1999 consistieron sobre todo en compra de activos existentes (51%). De acuerdo con estimaciones de la CEPAL, basadas en informaciones de la prensa financiera, los países inversores latinoamericanos que tuvieron mayor presencia fueron Argentina, Brasil, Chile y México, particularmente en lo que se refiere a las privatizaciones y en la compra de empresas privadas locales por parte, principalmente de Chile con una participación del 45% del total, seguido de Argentina, México y Venezuela que en conjunto suman el 41%. (Véase gráfico 3).

GRÁFICO 3
INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA INTRARREGIONAL
PERÍODO 1990-1999
(En millones de dólares)

Origen / Destino	Argentina	Bolivia	Brasil	Chile	Colombia	Perú	Venezuela	Otros	Total
Argentina	534	1 097	400	263	1 129	113	3 535
Bolivia	6	6
Brasil	985	48	151	151	165	32	1 533
Chile	1 513	176	1 791	1 333	1 426	209	279	6 727
Colombia	18	922	940
Costa Rica	2	2
Ecuador	115	7	45	2	169
México	702	206	111	700	19	2 152	897	4 786
Perú	6	100	30	136
Venezuela	118	15	967	480	1 580
Otros	17	31	737	785
América Latina y el Caribe	3 335	764	3 093	532	3 265	1 915	4 721	2 573	20 198

Fuente: CEPAL. Panorama de la inserción internacional, pág. 200.

Chile resulta ser el país inversor más importante, cuando se consideran las inversiones por origen y destino, pues llega al 50% del total de la inversión intrarregional, particularmente como país de origen seguido de Argentina y Brasil.

En la actualidad, en América Latina se acepta el principio de la no discriminación entre inversionistas extranjeros y nacionales; se ha suprimido el requisito de la autorización previa de la inversión, excepto en Chile y Uruguay. Se han reducido los sectores reservados al Estado o a los empresarios nacionales; se permite la remisión inmediata de las utilidades, sin límites de monto. Es posible la conversión de deuda externa en capital, la creación de zonas de procesamiento de exportaciones y de zonas francas industriales. Además, se aplica una amplia gama de incentivos fiscales,

financieros, arancelarios, canje de deuda por capital social, apoyo para infraestructura, contratos de estabilidad tributaria y provisión de algunos servicios.

En el ámbito de la solución de controversias, se está abandonando la “doctrina Calvo”, tesis tradicional de los países de América Latina, que se mantuvo durante algunos decenios con la referencia a su autor, y según la cual un extranjero debe recurrir exclusivamente a los tribunales de justicia del país receptor de la inversión y acatar su legislación. Actualmente, en muchos casos se está aceptando el arbitraje internacional o la jurisdicción de los países de origen de la inversión, cuando no se someten a acuerdos multilaterales como el Convenio MIGA (Multilateral Investment Guaranty Agreement) o el convenio OPIC, o se diseñan los API (Acuerdos de Protección de Inversiones) de carácter bilateral.

Esta nivelación del tratamiento a la inversión extranjera hace que la promoción de la integración regional y subregional deba recurrir a preferencias específicas, tales como medidas fiscales, de acceso al mercado, de subsidios, crediticias y de compras estatales.

Desde principios del decenio de los noventa los países latinoamericanos y caribeños han suscrito un elevado número de tratados bilaterales de inversión, que la promueven y protegen, así como regulan el establecimiento de empresas binacionales. Su texto se ajusta al Código de Conducta de Empresas Transnacionales propuesto por el Centro de Empresas Transnacionales de las Naciones Unidas, e incorpora el trato nacional y la cláusula de la nación más favorecida, establece el derecho a la repatriación de los capitales, la subrogación con respecto al pago de seguros contra riesgos no comerciales (tales como nacionalización y expropiación) y normas para la solución de controversias. Asimismo, se reservan la facultad de conceder tratos más favorables que los otorgados en los acuerdos extrarregionales.

Además de estos acuerdos bilaterales, los procesos de integración subregional han diseñado normas para unificar el tratamiento de la inversión extranjera. En la Comunidad Andina de Naciones rige la Decisión 291 del año 1991, que si bien distingue entre inversores

nacionales, subregionales y extranjeros, no otorga privilegios al inversor de la Comunidad Andina con respecto al que aporta capitales desde terceros países y, en general, sigue normas de liberalización de la inversión. También se aplica el régimen de Empresas Multilaterales Andinas, modificada por la Decisión 292 del año 1991, que tiende a igualar su tratamiento con el de las empresas nacionales de los países miembros de la Comunidad Andina.

En el MERCOSUR, el Protocolo de Colonia (Decisión 11 de 1993) promueve y protege las inversiones de los países miembros, estableciendo para los inversores del MERCOSUR un tratamiento no menos favorable que el concedido a los inversionistas nacionales o a las inversiones provenientes de terceros países. Las controversias entre un inversor y una parte contratante se pueden llevar ante los tribunales competentes del país que recibe la inversión, o a un arbitraje internacional, a elección del inversor. Además, se establecen algunas excepciones transitorias al tratamiento nacional; también se regulan las inversiones originadas en terceros países.

El Acuerdo de Complementación Económica entre Colombia, México y Venezuela (Grupo de los tres) establece normas análogas a las de los acuerdos bilaterales de promoción y protección a la inversión, acerca del trato nacional y a la nación más favorecida, la no exigencia de requisitos de desempeño, sectores reservados, expropiación y compensación, transferencias y solución de controversias.

Algunos acuerdos de alcance parcial de complementación económica suscritos en el marco de ALADI, incluyen cláusulas sobre el tratamiento de las inversiones, pero en general se limitan a enunciar el principio de promoción y facilitación de las inversiones recíprocas y, en ocasiones, a establecer convenios sobre doble tributación.

3. UN ENFOQUE INTEGRADOR

El comercio internacional como la inversión no puede ser apreciado como un mecanismo autónomo y aislado ya que ambos juegan un

papel decisivo en la vida de los pueblos, su cultura, el desarrollo económico de los países y finalmente en el bienestar de sus habitantes.

Ello implica reconocer que el comercio internacional como la inversión no pueden agotar lo real, ni encerrar su objeto en paradigmas de librecambismo o proteccionismo. No se puede apreciar sólo como una actividad independiente o autárquica ya que sus posibilidades y limitaciones están dadas por la cultura y posibilidades de cada pueblo. Ha de apreciarse en una dimensión mayor y dentro de una teoría de carácter interdisciplinario. Se requiere una concepción integradora más allá de la consideración de parcelas, desde que es un proceso dinámico que involucra elementos sociales, medio ambiente (ecología), usos y prácticas de los operadores, historia y patrones institucionales, así como reglas y normas internacionales en medio de sistemas culturales distintos.

La constatación de estos elementos nos permite afirmar que hay una real expresión de la ecuación comercio internacional-inversión-cultura cuyos elementos interactúan entre sí y que debe ser estudiada tanto por los países inversores como cuanto por los receptores a fin de que el costo de los incentivos a la inversión no perjudiquen la identidad cultural de los pueblos ni su soberanía.

La presencia de los conglomerados empresariales y la multiplicidad de los componentes que conlleva la inversión—aspectos tecnológicos, corrientes financieras, centros de entrenamiento y de educación, asociaciones gremiales— cada uno con sus intereses, su dinámica propia y sus términos de eficiencia, crean formas culturales concretas o propician alterar las existentes a fin de constituir, modelar y orientar las situaciones en miras a su propio fortalecimiento.

El derrumbe de las ideologías políticas y el unipolarismo ha dado origen al fortalecimiento de las teologías y del nacionalismo, que aparecen como una necesidad de los hombres y los pueblos que buscan llenar el vacío de sus inquietudes por el bienestar, la libertad y el sentimiento de solidaridad.

Los consumidores, que son seres humanos, a los cuales se les ha querido aislar como si existiera una especie que debe ser observada

como un subtipo en la economía de mercado, actúa en función de categorías teleológicas que deben tenerse en cuenta cuando un grueso volumen de las inversiones foráneas se radican en un país ya que los seres humanos determinan en considerable medida su propia evolución —a pesar de las influencias del *marketing* y de la publicidad— a partir de su capacidad natural de crear su propio medio sociocultural pues el hombre es por esencia un creador de espacios y de imágenes.

El mayor o el menor volumen de las exportaciones o las inversiones nos puede indicar el grado de crecimiento económico de un país, pero también nos indica el rasgo de las relaciones culturales, así como también —en un nivel mayor de su desarrollo— de las estructuras políticas ya que operan como factor influyente de la vida social. Suscitan también cambios en las fuerzas productivas, en el volumen del excedente económico, en los centros de capacitación y de educación, en suma en el proceso cultural y político, afectando la forma de organización y el funcionamiento de la propia economía.

La cultura es pues un universo complejo y sus elementos constitutivos no son reflejos sino situaciones específicas que alcanzan a tener autonomía. La cultura da una explicación de la experiencia pero no se impone a la realidad, se va reajustando en la medida que se perciben nuevas situaciones y exigencias de las instituciones sociales intermedias y los propios individuos. Éstos actúan en uso de su libertad, discriminando y optando en razón de los intereses, los prejuicios y los objetivos que se tracen. Ello los puede llevar a rechazar su propia herencia cultural, pero también a admitir o invalidar innovaciones, incluso a remodelar las normas de conducta; asimismo ignorar algunos elementos básicos de su referencia histórica o reafirmarlos y crear otros.

Esa dinámica cultural puede ser variada por las corrientes de inversión si es que ello obstaculiza su crecimiento, estabilidad o mejores niveles de retorno, ya que es posible que se creen los condicionantes para revalorizar el significado de determinado sistema cultural según su adecuación al fin del desarrollo comercial o de la inversión. Pero por otro lado, también es posible que la radicación

de inversión propicie cierto rechazo en razón de alguna regresión histórica o de fortalecimiento cuando hay corrientes de simpatía.

La cultura pues es modificable y de hecho se altera cuando se desarrolla o cuando se autorreproduce en razón de la presión de las corrientes de inversión y de los flujos comerciales. Ello es más entendible si admitimos y tenemos en cuenta la diversificación de sus elementos y la acción de diferentes grupos de presión como las empresas, las universidades, los centros culturales e incluso los simposios y las revistas.

Hoy el mundo vive nuevos planteamientos religiosos. La desaparición de las ideologías básicas que caracterizaron los últimos cinco años parece coincidir con el retorno de las teologías. El racionalismo que se impuso durante la mitad del siglo XX, incluso en lo que atañe a la organización de las sociedades, dejó a un lado la sensibilidad religiosa. Sin embargo, el final de la guerra fría nos permite ver que el aspecto ideológico, como lugar donde se articulan las convicciones y los conflictos, ha sido ocupado por la teología y el nacionalismo.

En consecuencia, hay una interacción entre las cuestiones culturales, las presiones económicas del proceso de globalización y los intereses de las grandes empresas transnacionales, que debe ser enfrentado desde una óptica integradora que posibilite el desarrollo de los países sin que éstos pierdan su identidad y sea causa de conflictos. Como señaló KINDIEBERGER, hace 35 años atrás:

“La tarea de la economía internacional consiste en encontrar, si ello es posible, una base para las relaciones internacionales que resulte satisfactoria para los diversos componentes de un mundo de paz”²⁷.

Para ello sería necesario establecer algunos criterios básicos como:

- a) Diseño de un proyecto nacional que establezca las líneas básicas del desarrollo, apreciando su oferta exportable, su dimensión histórica, sus aspectos culturales y étnicos.

27 KINDLEBERGER CHARLES, *op. cit.*, pág. 11.

Dicho proyecto deberá incluir una preferencia por la integración regional y subregional que posibilite el comercio intraindustrial, orientando la inversión extranjera a sectores productivos a fin de que coadyuve a los fines de la sociedad receptora.

- b) Un organismo encargado de ejecutar dicho proyecto y que efectúe una planeación estratégica y le dé a ésta su real importancia diseñando un esquema integral de su comercio exterior. Dicho ente deberá coordinar los esfuerzos del sector público, el sector privado (empresas y gremios), las asociaciones sindicales y empresariales, así como las universidades.

Hoy las grandes empresas transnacionales, sin excepción, hacen planeamiento estratégico. Japón y todos los países del sudeste asiático tienen un ministerio de planificación que los proyecta hacia el futuro y que se convierte en el pivot de los ministerios de la producción y de infraestructura, para desarrollar su comercio internacional y sus inversiones en el exterior.

Este plan nacional deberá orientar las inversiones hacia el sector manufacturero, a fin de propiciar las exportaciones y el desarrollo de alianzas con empresarios nacionales.

- c) Un sistema educativo que restablezca a plenitud los cursos de historia del Perú, las tradiciones nacionales, así como la historia de América Latina y sus características culturales tendientes a fortalecer un área de integración que posibilite formar grupos más sólidos y hacia los megamercados internacionales.
- d) Un sistema subregional o regional sobre protección a la libre competencia que proteja a las empresas latinoamericanas frente al inmenso poder de las empresas transnacionales que dominan el mercado.

Los efectos benéficos de la IED conllevan también, cuando no existen reglas de juego claras y protectoras del interés nacional,

el desborde de su accionar que afecta la economía y la cultura de los países receptores, rompiendo el equilibrio de un libre mercado.

Esta es, también, una preocupación del UNCTAD. Su secretario general RUBENS RICUPERO, señaló recientemente:

“La liberación de los regímenes de IED debe, a partir de ahora, ir acompañado de la puesta en marcha de un derecho a la libre competencia que permita luchar contra las prácticas anticompetencia”.

Igualmente expresó en la presentación del Informe Anual, en setiembre de este año, que “La cooperación de las autoridades de la competencia, y las acciones internacionales en este sentido, son, aunque difíciles, particularmente necesarias”.

- e) Mecanismos diplomáticos y comerciales que posibiliten una verdadera reciprocidad entre las inversiones que se receptionan de aquellas que ocasionalmente efectúan las empresas nacionales en los otros países receptores. Esta reciprocidad exige una simetría en las legislaciones internas tanto en la especialidad mercantil como procesal.
- f) Fortalecimiento de las instituciones y de las universidades en el estudio y análisis de las corrientes de inversión, la geopolítica y las negociaciones comerciales internacionales.
- g) Extender los beneficios que se otorgan a los inversionistas extranjeros (contratos de estabilidad tributaria, privilegios monopólicos, depreciaciones aceleradas, ingreso de mano de obra no calificada) hacia los nacionales que tengan capacidad exportable y experiencia internacional.
- h) Diseñar una política cultural nacional para cada país latinoamericano que supere el interés particular de resaltar y preservar el patrimonio histórico y monumental, admitiendo la modernidad en los aspectos tecnológicos o comerciales a fin de

crear fortalezas al avance cultural y penetración de las transnacionales.

- i) Fortalecer los procesos de integración regional de América Latina que a pesar de tres decenios de creación no han establecido lazos reales y efectivos de integración cultural. Lo cual significará incorporar el estudio y divulgación de los factores benéficos, tanto comerciales como tecnológicos y económicos de la internacionalización de cada uno de los países y la recepción de las inversiones.
- j) Conciliar los criterios de competencia y libre mercado con el principio de solidaridad a fin de que el desarrollo del comercio y la inversión se logre no por la destrucción de la identidad nacional de los pueblos que facilitan la importación de las mercaderías o que reciben las inversiones, sino por la interrelación dentro de criterios de justicia y de equidad, necesarios por que son distintos y diferentes los países y las culturas de los pueblos que participan de estos intercambios y flujos materiales.
- k) Un mecanismo latinoamericano y nacional de promoción y consolidación de marcas, nombres y denominaciones de origen para sus productos que posibilite articular una estrategia de internacionalización en base a la diferenciación de los productos.
- l) Un temporal equilibrio estratégico de toda América Latina en lo económico, comercial y militar a través de acuerdos subregionales.

BIBLIOGRAFÍA

- AGOSIN, MANUEL R., “Cambios estructurales y nueva dinámica del comercio mundial”, en: *Pensamiento iberoamericano*, n° 18, CEPAL, julio-diciembre 1990.
- SEN, A., “*Economics, business principles and moral sentiment*”, en *The Journal of the Society for Business Ethics*, v. 7, n° 3, Chicago, Loyola University, Illinois.
- BROWN, RICHARD H., “El estudio de la cultura en la economía política global”, en: *Cultura y globalización*, Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad del Pacífico, Instituto de Estudios Peruanos, Lima, 1999.
- CEPAL, *La inversión extranjera en América Latina y el Caribe*, Santiago de Chile, Naciones Unidas, 2001.
- CEPAL, *Panorama de la inserción internacional 1999-2000*, Naciones Unidas, Santiago de Chile, 2001.
- DE RIVERO, OSWALDO, *El mito del desarrollo*, Fondo de Cultura Económica, 2ª ed., Lima, 2001.
- FOO KONG DEJO, HERMINIA C., “La dimensión latinoamericana en el contexto de la globalización”, en: *Ponencia del XXI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología*, São Paulo, 1997.
- HAYES, CARLTON. J.H., *The dynamics of nationalism*, Princenton N.J., D. Van Nostrand Co. Inc., 1964.
- HUNTINGTON, SAMUEL, “*The clash of civilizations?*”, en: *Foreign Affairs*, v. 72, n° 3, verano, 1993.
- KINDLEBERGER, CHARLES, *Economía internacional*, Madrid, Aguilar, 1979.
- KLIKSBERG, BERNARDO, “Capital social y cultura, claves esenciales del desarrollo”, en *Revista de la CEPAL*, n° 69, diciembre, 1999.
- LIPOVETSKY, PILLES, “La cultura posmoderna”, en *Archivos del presente*, a. 4, n° 14, Buenos Aires.
- MARTIN, HANS PETER y SCHUMANN, *A armadilla da globalização*, Globo, São Paulo, 1999.
- MONETA, CARLOS JUAN, “La dimensión cultural: el eslabón perdido de la globalización”, en *Revista CEPAL*, cap. 47, julio-septiembre, 1996.

- RICUPERO, RUBENS, *O ponto ótimo da crise*, Editora Revan Ltda., Río de Janeiro, 1998.
- RUGMAN, ALAN M. Y HODGETTS, RICHARD M., *Negocios internacionales. Un enfoque de administración estratégica*, McGraw-Hill.
- SOBREVILLA, DAVID, *Introducción a la filosofía de la cultura*, Banco Central de Reserva, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, 1996.
- TOURAINE, ALAIN, *Critica de la modernidad*, Fondo Cultura Económica, Buenos Aires, 1998.