

## LA EDUCACIÓN EN ÉPOCA DE GLOBALIZACIÓN

Aunque provenga en parte de un proceso histórico (una pequeña muestra del mismo en las páginas que siguen) y signifique una acentuación de la situación de dependencia de los países de la periferia como el nuestro, de los centrales, debemos aceptar que lo que se ha desencadenado en las últimas tres décadas y que ha recibido el nombre de globalización, es un fenómeno histórico de características propias, que se venía insinuando desde el fin de la Segunda Guerra, con la creación de diferentes instituciones internacionales, como la Unión de Naciones, el Fondo Monetario Internacional o el Banco Mundial.

Pero es la irrupción de importantes innovaciones tecnológicas y científicas, que con mucha rapidez (quizá demasiada) para nuestra capacidad de sorpresa, generaron nuevas formas de producción, de definir la distribución, y finalmente y más trascendente, una nueva manera de ver el mundo, denominada algo cínicamente “interdependencia”, jugada en los vaivenes de la estructura económica globalizadora por excelencia: “el mercado” (libre comercio indiscriminado, libre inversión en la producción manufacturera, de servicios, en innovación tecnológica y explotación de recursos naturales, libre transmisión del conocimiento por el adelanto en las comunicaciones)<sup>1</sup>.

Nuevas formas internacionalizadas de inversión han quitado a los Estados nacionales alguna parte de su poder regulador de las relaciones sociales. La integración política planetaria está reduciendo el alcance de la acción reguladora de los Estados<sup>2</sup>.

Las naciones centrales han forzado la situación hacia una apertura sin límites de los mercados, sin ofrecer nada a cambio<sup>1</sup>. La cooperación internacional estaba congelada a fines de la década pasada, demostrando que al menos en economía, las barreras a la cooperación internacional son fuertes.

No se ha reconocido la distinta capacidad de las diversas sociedades para adaptarse a los cambios tecnológicos, cambiar sus estructuras sociales y organizarse equitativamente en la participación de los aparentes beneficios que se ofrecían<sup>1</sup>.

La globalización ha operado en beneficio de los que lideran la vanguardia tecnológica y explotan los desniveles de desarrollo entre los países<sup>2</sup>.

Ha tenido muchas consecuencias negativas: aumento de la brecha entre naciones ricas y pobres; aumento de la deuda externa en proporciones inaudi-

tas; aumento de la brecha entre ricos y pobres y de la exclusión social dentro de nuestros países; consumo desaprensivo de los recursos energéticos no renovables; contaminación y destrucción o puesta en peligro de múltiples ecosistemas; grandes migraciones con sentido hacia los países centrales; marcada disminución de la población rural; marcada improductividad de las sociedades, por un aumento significativo del empleo en servicios y la desocupación masiva.

Junto a éstos, algunos cambios sociales han sido muy perjudiciales moralmente, como el estímulo del consumo de productos suntuarios, imitativo del nivel de vida y costumbres de países centrales, una de las causas de la disminución de nuestro ahorro interno y de la necesidad de endeudamiento externo<sup>2</sup>.

El éxito en el mercado tiene dos pilares: **la innovación**, que permite discriminar entre consumidores, y **la difusión**, que conduce a la homogeneización de ciertas formas de consumo<sup>2</sup>.

El consumidor asume un papel pasivo. Su racionalidad consiste en responder “correctamente” a cada estímulo al que se ve sometido<sup>2</sup>. Para ello debe ser “preparado” por un sistema adecuado de comunicaciones como el que se encuentra desarrollado actualmente en las redes informáticas y las telecomunicaciones (**uniformización de los patrones de comportamiento**).

Las innovaciones apuntan a un nivel más alto de gastos, que es la marca distintiva del “consumidor privilegiado”. Pero ese patrón deberá ser más tarde difundido a fin de que el mercado crezca en todas sus dimensiones<sup>2</sup>.

La producción de bienes culturales se transforma así, en un negocio universal. Como una de las leyes que rigen ese negocio es la uniformización de los patrones de comportamiento, (base de la creación de los grandes mercados y causa de la creciente exclusión social) el problema se encuentra presente en todos los ambientes en grados diversos<sup>2</sup>.

Ni la filosofía, como productora de conceptos, se ha visto excluida de la fiebre de la mercadotecnia: “Así, de prueba en prueba, la filosofía iba a tener que enfrentarse con unos rivales cada vez más insolentes, cada vez más desastrosos, que ni el mismo Platón habría podido imaginar en sus momentos de mayor comicidad. Por último se llegó al colmo de la vergüenza cuando la informática, la mercadotecnia, el diseño, la publicidad, todas las disciplinas de la comunicación se apoderaron

de la propia palabra concepto y dijeron: ¡es asunto nuestro, somos nosotros los creativos, nosotros somos los *conceptores*! (...)El movimiento general que ha sustituido a la Crítica por la promoción comercial no ha dejado de afectar a la filosofía(...)Ciertamente resulta doloroso enterarse de que “Concepto” designa una sociedad de servicios y de ingeniería informática”<sup>3</sup>.

Con un pequeño esfuerzo de imaginación, podremos vernos involucrados como consumidores de tecnología en nuestra práctica cotidiana, “respondiendo racionalmente” a los estímulos a que nos someten los padecimientos de nuestros pacientes. Esta aparente “racionalidad” está basada en un concepto (sostenido por un punto de vista único) que se nos impone desde la bibliografía para que hagamos uso de una tecnología, producto frecuente de un gasto en investigación bélica, adaptado más tarde a las condiciones de uso médico.

No podemos negar que estamos inmersos en este

proceso de globalización, que ha llegado para quedarse, y que signará el ambiente general de nuestra existencia por lo menos en un futuro de corto y mediano plazo. Parece inútil resistirse. Lo mejor es adquirir conciencia de nuestra posición dentro del proceso, y desarrollar estrategias para aprovechar las ventajas que ofrece y amortiguar sus desventajas, para bien de la sociedad en general y de nuestros pacientes en particular.

*Horacio Fontana*

1. Urquidí, VL. La globalización de la economía: límites, contradicciones y oportunidades. En: La globalización y las opciones nacionales. Memoria. Fondo de Cultura Económica, México, 2000.
2. Furtado, C. En busca de un nuevo modelo. Reflexiones sobre la crisis contemporánea. Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2003.
3. Deleuze, G, Guattari, F. ¿Qué es la filosofía?. Anagrama. Barcelona, 1993.