

## ¿Cuán neutral es el terreno de juego?

**P**ietra Rivoli, de la Universidad de Georgetown, elige un tema sobredimensionado —si la globalización es o no una fuerza positiva— y lo reduce a su tamaño real al relatar la trayectoria, en el mercado mundial, de un producto tan sencillo, como lo es una camiseta. En cada etapa de la producción, se intenta paliar los efectos adversos del libre mercado erigiendo barreras. Ello es cada día más difícil, sentencia Thomas L. Friedman, columnista del *New York Times*, porque fuerzas poderosas están derribando las barreras a la competencia internacional y el terreno de juego mundial es cada día más neutral.

Tres son las fuerzas que nivelan el terreno de juego, señala Friedman en *The World is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century*. La primera es la proliferación de la economía de mercado en todo el mundo tras el desplome del comunismo, la alternativa más importante frente a ella. Segundo, las nuevas tecnologías permiten a las empresas crear una línea de montaje virtual a nivel mundial: “Bangalore, Beijing y Bethesda son hoy en día vecinos”, dijo Friedman recientemente en el FMI. Y tercero, las empresas globalizadas tienen ahora acceso a una ingente oferta de mano de obra barata gracias a las reformas que han aplicado China e India en sus mercados.

¿Qué pueden hacer los gobiernos en una economía mundial neutral? Friedman aconseja a los gobiernos de las economías avanzadas, como Estados Unidos, que conserven su ventaja frente a la competencia invirtiendo en educación y en una constante actualización de las capacidades de sus trabajadores, en vez de erigir barreras proteccionistas. Asimismo, aboga por un seguro salarial, que proteja a los trabajadores desplazados por la competencia, y prestaciones, como el seguro médico universal, que hagan “más compasivo” al capitalismo. Según él, los mercados emergentes, como México, también deberían evitar el proteccionismo: obtendrían más beneficios con minirreformas que tienen la capacidad de dinamizar el crecimiento al eliminar las trabas jurídicas e institucionales a los negocios.

### Confrontación con la realidad

Claro está que no todos los gobiernos siguen los consejos de Friedman. En su libro *The Travels of a T-Shirt in the Global Economy: An Economist Examines the Markets, Power, and Politics of World Trade*, Rivoli demuestra que en casi cada etapa de la producción los fabricantes y vendedores de camisetas generalmente buscan la ayuda de los políticos para tratar de mitigar los efectos desfavorables de la apertura de mercados y del libre comercio. La ironía es que estas súplicas suelen tener eco

en los países más ricos, mientras que los productores de los países más pobres quedan a merced del mercado.

Considérese, por ejemplo, el dominio que durante 200 años han ejercido sobre el mercado mundial del algodón los productores norteamericanos. Según Rivoli, esto obedece no solo a la “creatividad empresarial” de los algodoneiros, sino también a la ayuda que les brinda el gobierno. Citando un informe de Oxfam, Rivoli afirma que “la ventaja comparativa de los algodoneiros radica en su habilidad para cosechar subsidios gubernamentales”, cuyo monto supera el ingreso de unos cuantos países algodoneiros de África.

### Rumbo a China

La saga de Rivoli se inicia en lugares como Lubbock, Texas, donde se produce el algodón que luego se despacha a antros de explotación en Shanghai y otros lugares de China para ser transformado en camisetas. A primera vista, poco tiene que ver Shanghai con Lubbock (salvo que Shanghai tiene cafeterías Starbucks y Lubbock no). Pero Rivoli observa que “los hilos de algodón vinculan a ambas ciudades desde hace casi un siglo”. En Shanghai la fábrica número 36 hila el algodón tejano y la fábrica número 3, Shanghai Brightness, lo transforma en camisetas.

Las condiciones de trabajo que reinan en ambas fábricas poco tienen de agradables, aunque los esfuerzos de generaciones de activistas (predecesores de los antiglobalistas de hoy) han contribuido a mejorarlas. Lan Jiang, empleada de la fábrica número 36, “repara los hilos rotos sentada en una silla metálica fijada a un surco en el piso. Al oprimir un pedal, Lan se desliza de izquierda a derecha, y se detiene cuando observa una luz roja que indica que el hilo se ha roto”. Lan trabaja 8 horas al día, 6 días a la semana, y gana unos US\$100 al mes —buena parte de los cuales ahorra—, y prefiere este trabajo a las arduas labores del campo.

Lan aspira —infructuosamente— a que los políticos le ofrezcan protección laboral. Las fábricas de Shanghai están cerrando a medida que los fabricantes surcan el planeta en busca de mano de obra más barata. De las hilanderías de Shanghai, otrora 40, quedan solo 6. En el último decenio China perdió diez veces más empleos en el sector textil que Estados Unidos, y “es este sector el que más se ha visto afectado por la pérdida de empleos en China”.

### De vuelta en Estados Unidos

No obstante, China conserva su importancia en el mercado textil, y Rivoli sigue el recorrido de la camiseta fabricada en

**En su habilidad para cosechar subsidios gubernamentales radica la ventaja comparativa de los algodoneiros.**

—Pietra Rivoli

Shanghai cuando esta vuelve a Estados Unidos. “En este punto, se inicia la etapa más compleja y difícil de su vida: el acceso al mercado norteamericano”, indica la autora. La reglamentación que determina cuáles países pueden vender en Estados Unidos camisetas y otros productos textiles, y cuántas unidades de cada uno, es compleja, por no decir “desatinada”, como lo afirman incluso responsables de su formulación.

Pero el reglamento cumple un doble objetivo: por un lado, brindar trabajo a los ejércitos de burócratas y cabilderos de Washington y del mundo entero que interpretan las normas o intentan influir en su aplicación de manera que favorezcan a sus clientes, y por otro, permitir que ingresen en el mercado norteamericano muchos pequeños países fabricantes de productos textiles, gracias a la limitación de las importaciones provenientes de gigantes como China. “El régimen de cuotas poco ha hecho para proteger los empleos norteamericanos”, constata Rivoli, “pero ha funcionado como ayuda exterior... ya que los cupos que se les asignaron a Mauricio o Bangladesh, además de propiciar la creación de talleres de confección, fomentaron indirectamente la construcción de carreteras, puertos y sistemas de comunicación. . .”

### Última etapa: África

La última etapa de la saga de la camiseta empieza en lugares como el Centro Comercial Sumner de Bethesda, Maryland, donde las damas regalan la ropa que sacaron de sus armarios “para hacerle lugar a nuevas prendas”. La ropa regalada termina en las arcas de empresas como Trans-America, que opera desde hace medio siglo la familia Stubins, en Brooklyn, Nueva York. En sus bodegas, la ropa se coloca en una cinta transportadora donde, al mejor estilo de “El Show de Lucy”, trabajadores a lado y lado la seleccionan y colocan en cajas o tolvas. En otra cinta, los trabajadores las clasifican de acuerdo a su calidad.

Al final, Trans-America envía las camisetas a África, por ejemplo, donde terminan en mercados que venden artículos de segunda mano. En Dar-es-Salaam, Tanzania, las camisetas de mayor valor son exhibidas

en las ramas de los árboles del distrito comercial y celosamente custodiadas hasta que encuentran un comprador.

### Consejos para los antiglobalistas

La historia de la camiseta ilustra “cómo se enfrentan las fuerzas del mercado a las exigencias de protección”, concluye Rivoli. Algunos participantes —como los algodoneros o los obreros textiles de Estados Unidos— reciben protección; otros, como los obreros de la confección en China, no. Entre ambos, abandonados a la vera, se encuentran millones de pequeños productores, como los algodoneros de África, que no obtienen “ni protección política ni oportunidades de penetrar en el mercado”.

Rivoli insta a los antiglobalistas a “que reconozcan los beneficios que el mercado y el comercio han aportado” a los pobres que consiguieron acceso a ellos. El esfuerzo de los antiglobalistas sería más provechoso, considera la autora, si estos lucharan por abrir los mercados y brindar participación política a los que no la tienen en la actualidad.

Friedman es menos indulgente con los antiglobalistas. En su charla en el FMI, los acusó de especialistas en encontrarles fallas a instituciones como el FMI y el Banco Mundial que pregonan la globalización. “Si los populistas en realidad quisieran ayudar a los pobres del medio rural de los países en desarrollo”, señala, “no lo conseguirán incendiando restaurantes McDonald’s ni clausurando al FMI, ni tratando de erigir barreras proteccionistas que hacen menos rentable la economía. Todo eso en nada ayudará a los pobres del medio rural”.

Pero Friedman también plantea que instituciones como el FMI perderán importancia. “En el futuro, la globalización será impulsada cada vez más por *individuos*, familiarizados con el funcionamiento de una economía mundial neutral, que se adaptan rápidamente a sus procesos y sus tecnologías, y que se lanzan a él, sin esperar acuerdos ni asesoramiento del FMI.” ■



Prakash Loungani  
FMI, Departamento de Relaciones Externas