



El *subtil* poder de les transnacionals







contrasrguments



El *subtil* poder de les transnacionals

Lògica, funcionament i impacte
de les grans empreses en
un món globalitzat

Antoni Verger, ODG
Observatori del Deute en la Globalizació

Prefaci d'Albert Recio
Il·lustracions de Jordi Tolosa

Icaria  editorial



Editat per l'Observatori del Deute en la Globalització.
Càtedra UNESCO en tecnologia, desenvolupament sostenible, desequilibris i
canvi global de la Universitat Politècnica de Catalunya
www.observatoriodeuda.org

Autor: Antoni Verger (toni.verger@debtwatch.org)

Il·lustracions: Jordi Tolosa

Revisió de continguts: David Llistar (david.llistar@debtwatch.org) i Albert Recio

Revisió d'estil: Mar Valldeoriola

Coordinació: Iolanda Fresnillo (iolanda.fresnillo@debtwatch.org)



Disseny de la coberta: Muntsa Busquets

© D'aquesta edició
Icaria editorial, s.a.
Ausiàs March, 16, 3º 2º / 08010 Barcelona
www.icariaeditorial.com

Primera edició: març 2004
ISBN: 84-7426-
Depósito legal: B-

Imprès a Romanyà/Valls, s.a.
Verdaguer, 1, Capellades (Barcelona)

Imprès en paper reciclat.
Printed in Spain. Imprès a Espanya.
Autoritzada la còpia, reproducció i difusió dels continguts d'aquest llibre,
sempre i quan es citin les fonts.





Índice

Prefaci	7
1. Conceptes i contextos a tenir en compte.	8
Definicions clau	10
Orígens i evolució de les ETN.....	13
Expansió i transnacionalització empresarial. De les fusions a les subcontractacions.....	14
El naixement de les grans ETN espanyoles o la neocolonització d'Amèrica Llatina	19
Principales raons per invertir a l'estranger ..	21
Les regles del joc globals. Un context afavoridor	22
2. El poder de les ETN. Els nous imperis del segle XXI.....	32
L'estratègia tecnològica	36
La gestió empresarial. Com fer més amb menys	38
Irregularitats. Una pràctica regular	44
El capital financer... i impacient	50
Publicitat i mitjans de comunicació. La configuració de la societat de consum ..	54
Las Les empreses com actors polítics de primer ordre	65





3. Precarietat, desigualtat i violència.	
L'impacte de les ETN.	75
Violència i vulneració de drets humans	76
Increment de la desigualtat Nord-Sud	81
Precarització i explotació en el món laboral	89
Contaminació del planeta i depredació dels recursos naturals	100
4. Poder ciutadà vs poder empresarial	104
A mode de conclusió	106
Alternatives i resistències	107
Glossari d'acrònims	115






Prefaci

L'opuscle que us presento crida l'atenció sobre una de les qüestions crucials de la globalització econòmica. Sovint aquesta és presentada com un procés eteri menat pel «mercat» o per organismes burocràtics com el Fons Monetari Internacional o el Banc Mundial. Però fa temps que sabem que de mercats n'hi ha de moltes menes i que les polítiques tenen sempre al darrera grups d'interès i classes socials. Des de fa dos-cents anys la classe capitalista ha tingut el poder i l'hegemonia cultural de la societat i, si bé han estat un poder i una hegemonia contestades per les classes subalternes, l'han sabut retenir amb força eficàcia. Per fer-ho han tingut, però que transformar-se elles mateixes, adoptant noves formes d'organització i nous sistemes de creació d'hegemonia. Els canvis en l'estructura organitzativa de les empreses formen part d'aquest procés. I la gran empresa transnacional n'és, de moment, la forma més desenvolupada d'organització capitalista, de concentració privada de poder. No es doncs estrany que siguin aquestes empreses els actors principals a l'hora de promoure un marc institucional a escala planetària a la mida dels seus interessos. I per això resulta molt adequat que totes les persones que s'interessin per lluitar contra aquest poder excessiu, d'evitar els negatius efectes socials, polítics i ecològics que aquest genera, s'interessin per conèixer qui son, que fan, com actuen aquestes grans empreses.

El coneixement i la informació son la primera eina per transformar el món. I per això considero que el treball dels companys de l'*Observatori del Deute en la Globalització* és un instrument útil per iniciar aquesta tasca. Una invitació a seguir estudiant la qüestió i orientar millor la lluita que molta gent arreu del mon ha tornat a



endegar contra el vell i nou poder de les minories que controlen la nostra societat. És una tasca que cal fer amb el cap fred, entenent que la història i el món no es poden reduir a una narració de bons i dolents, sinó orientada a entendre els processos i mecanismes que han donat lloc a una determinada organització social, els efectes que aquesta comporta, els mecanismes específics que n'augmenten el seu poder i els que permeten reconduir la seva acció, reduir el seu impacte negatiu i oferir alternatives. Perquè no es tracta només d'una qüestió ètica, de condemnar els abusos de poder, si no d'entendre el seu funcionament i de començar a pensar com podem influir en les dinàmiques dominants, quines propostes podem fer per tal de que el canvi social ens porti cap a móns més desitjables que l'actual.

El material que se us posa a les vostres mans, limitat en extensió però dens en contingut, es tota una invitació a seguir estudiant i informant-se, a seguir analitzant les forces que dominen la nostra existència i seguir imaginant les vies per transformar-les, així com les propostes específiques que facin viable aquesta transformació. Perquè la denúncia dels abusos de poder que aquí s'expliquen reclama de tots nosaltres un esforç col·lectiu, compromès i intel·ligent per trobar fórmules més justes, democràtiques i sostenibles d'organitzar l'activitat econòmica de la societat. El treball de documentació i anàlisi endegat pel col·lectiu que ha elaborat aquesta obra és sens dubta una de les bones formes de contribuir a aquesta tasca col·lectiva de resposta a unes grans empreses que anteposen el lucre a les necessitats de la majoria de la població mundial. Una mostra de com cal anar lligant la reflexió rigorosa i freda, amb l'acció participativa, entusiasta en busca d'un altre món.

Albert Recio

1

Conceptes i contextos a tenir en compte



Definicions clau

Quan es considera que una empresa és transnacional?

El concepte d'empresa transnacional o multinacional no està estipulat jurídicament, ja que les empreses tenen la nacionalitat d'on s'ubica la seva casa matriu o seu central. Podem definir l'**empresa transnacional (ETN)** com una organització econòmica complexa en la que una empresa detenta la propietat —o part de la propietat— d'una o varies empreses a països estrangers, a les quals s'anomena **filials**.

Per a que una empresa sigui considerada multinacional no és necessari que cotitzi a Borsa o assoleixi un mínim de vendes o exportacions. Si ens basem en el que diu la *Conferència de les Nacions Unides per al Comerç i el Desenvolupament* (UNCTAD), el control d'una sola filial estrangera equivalent al 10% del seu capital ja li confereix el caràcter de «multinacional» o «transnacional» a una empresa.¹ En base a aquesta definició ens trobem amb que al món hi ha aproximadament unes 63.000 ETN que controlen unes 690.000 empreses filials.

Però la definició per la que ens regim, al ser molt ampla, comporta que calgui diferenciar entre petites i grans corporacions o considerar que hi ha grans empreses que sense ser transnacionals, com succeeix amb el Corte Inglés, comptin amb major poder econòmic i polític que d'altres que si ho són.

Posats a categoritzar el món de les grans empreses, és interessant fer-ho en base als sectors d'activitat econòmica als que es dediquen, tot i que una mateixa empresa pugui actuar en més d'un d'aquests sectors. A

«Les multinacionals actuem com un lubricant per a la integració econòmica mundial.»

Percy Barvenik,
president de ABB

1. Per a ser multinacional una empresa ha de tenir instal·lacions de fabricació o de gestió directa dels serveis al país estranger; no és condició suficient que distribueixi o exporti productes fora.

continuació especificuem els principals sectors d'activitat empresarial, juntament a les empreses més poderoses que s'hi dediquen:

- *Sector energètic*: Exxon Mobil (en el n. 2 en vendes al 2002), BP (4), Royal Dutch/Shell Group (8). En el n. 94 hi trobem Repsol-YPF.
- *Automoció*: General Motors (3), Ford Motor (5), Daimler Chrysler (7), Toyota Motor (10).
- *Finances (bancs i assegurances)*: Citigroup (11), Alliance (18), ING Group (20).
- *Alimentació*: Philip Morris (24), Nestlé (55), Unilever (68).
- *Telecomunicacions*: Nippon Telegraph&Telephon (16) o Telefónica (151), la segona ETN espanyola
- *Electrònica*: IBM (19), Siemens (23)
- *Venda al detall (grans superfícies)*: Wal Mart (1), Carrefour (35).

D'aquesta classificació destaca que les ETN més poderoses es dediquen al sector energètic, en concret al petroli, i que la majoria de les empreses més grans del món estan ubicades als EUA.

Inversió Directa a l'Estranger, la clau de la globalització

Per entendre què és una ETN, cal incidir en un concepte clau com és el d'**inversió directa a l'estranger (IED)**. La inversió a l'estranger consisteix en l'adquisició d'actius en un país estranger (dipòsits bancaris, bonus de deute públic, valors industrials,...) per part d'un govern, empreses, o els ciutadans d'un país. Diem que la inversió a l'estranger és directa quan s'assumeix la compra i control directe d'actius: terra, edificis, equips o plantes productives. Així, quan les empreses d'un país porten a terme IED poden convertir-se en empreses transnacionals, ja que amb la inversió pretenen o bé participar en la propietat d'una o més unitats empresarials localitzades

«La IED es el fil tallant de la globalització.»

The Economist,
2001

«La IED és important pel seu potencial per a transferir coneixement i tecnologia, crear llocs de treball, incrementar la competitivitat i esperit empresarial i per erradicar la pobresa a través del creixement i el desenvolupament econòmic.»

a l'estranger, o bé crear una planta de producció o de subministrament de serveis que no existia abans.

Cal destacar que la IED, juntament als fluxes de comerç internacional, és un dels elements clau en la configuració de l'actual procés de **globalització econòmica** i d'integració d'un mercat global. Si tenim en compte les empreses estan al darrera del 85% dels fluxos d'IED mundial i de dues tercers parts del comerç internacional, deduïm que les ETN són l'agent econòmic més important en la globalització de l'economia.

Per als economistes neoliberals la IED és un dels axiomes de desenvolupament i de creixement econòmic, tot i que com s'ha comprovat, sobretot als països del sud, la IED ha comportat la fallida d'empreses locals, la tendència al monopoli dels grans inversors o la reducció de llocs de treball. Aquesta idea la desenvoluparem en punts posteriors.

Consens de
Monterrey

SENSE FRONTERES

«El nostre objectiu és estar presents en tots i cada un dels països del món, fins i tot en els països del teló d'acer, Rússia o Xina. Nosaltres mirem el mapa del món com si no existissin fronteres. Nosaltres no ens considerem bàsicament una empresa nord-americana. Som una empresa multinacional. I quan abordem a qui no simpatitza amb els EUA, sempre li demanem: Amb qui simpatitza vostè? Amb Gran Bretanya? Amb Alemanya? Nosaltres tenim vàries banderes».

Dirigent històric de la Ford

Orígens i evolució de les ETN

Tot i que és complicat establir una data exacta de l'aparició de les ETN, es diu que la primera es remunta al s. XV. Fou el Banc dels Medici de Florència, tota una superpotència financera amb 18 sucursals repartides per tota Europa. En aquest apartat, pretenem mostrar com amb el temps, les ETN han evolucionat en funció del procés d'internacionalització de l'economia, que podem considerar consta de quatre etapes:

- 1. Capitalisme mercantilista o Mercantilisme** (de l'any 1600 al 1770 aprox.): les empreses que intervenien a l'estranger en aquell període eren companyies comercials que gaudien sovint d'una situació de monopoli concedit per l'Estat. Eren empreses dedicades a importar grans quantitats de metalls preciosos de les colònies, la qual cosa va permetre una important acumulació de capital a Europa.
- 2. Capitalisme industrial** (1770-1890): es caracteritza pel desenvolupament de la indústria manufacturera a Europa. En aquell període gairebé totes les empreses eren nacionals. Les empreses internacionals existents de l'època s'instal·laven a les colònies per tal d'extreure matèries primeres i importar-les per la producció en la metròpoli. També es dedicaven a exportar productes manufacturats, però no a fer inversions de capital com les hem definit.
- 3. Capitalisme financer** (1890-1945): es comencen a configurar les grans empreses, moltes d'elles transnacionals, tal i com les coneixem ara. Aquestes passen de la producció nacional i l'exportació a organitzar les activitats productives també a l'estranger. En aquell moment, les empreses filials venien a ser una còpia de l'empresa matriu i reproduïen el seu procés productiu.
- 4. Capitalisme globalitzat** (de 1945 fins a l'actualitat): les empreses avancen en la seva transnacionalització i estableixen xarxes de producció, comercialització i finances a nivell internacional. L'acumulació de capital i de poder polític s'accentua més que en cap altra

època. Les grans empreses es fan més complexes, organitzant-se algunes d'elles com una mena de federació de filials amb idiosincràsia pròpia (cada una de les filials pot encarregar-se de diferents etapes del procés de producció o de fabricar productes totalment diferents entre ells). A més, la propietat de l'empresa pot ser compartida per persones de diferents nacionalitats, gràcies sobretot a la participació de les ETN en els mercats financers.

Com podem veure, les ETN no solen ser empreses joves o de recent creació, més bé és al contrari ja que la majoria d'empreses hen necessitat molts anys de funcionament per a esdevenir grans multinacionals. És a dir, els hi ha calgut passar per un llarg procés de centralització de diners, de concentració de la producció, d'acumulació de tecnologia i coneixements, etc. A més, tot i que entri en contradicció amb les regles de lliure comerç i liberalització defensades actualment per la majoria d'empresaris, les grans empreses han aconseguit concentrar poder i diner gràcies al proteccionisme inercial dels seus estats-nació de procedència.

«Els productes de la nostra companyia podem ser trobats a 9 de cada 10 llars americanes, i inclouen noms com Altoids, Lifesaver, Marlboro, Nabisco, Oreo, Planters i Oscar Mayer.»

Jay S. Poole
Vice-president,
executiu de
Philip Morris

Expansió i transnacionalització empresarial. De les fusions a les subcontractacions

L'evolució del capitalisme ens fa veure com l'expansió de les empreses respon a inèrcies històriques, què s'han agreujat en l'actual context de competència en un mercat globalitzat. A continuació definim les dues fórmules predominants entre les empreses per actuar i estendre's a nivell global: les fusions i les subcontractacions. Entre elles, hi ha una diferència substancial. Mentre les fusions permeten a les empreses internacionalitzar-se i comptar amb més propietats, les subcontractacions trenquen precisament amb la dinàmica històrica de la internacionalització, ja que aquelles ETN que subcontracten deter-

minades activitats, poden evitar haver d'invertir directament a l'estranger.

La carrera de les fusions

Una de les fórmules d'expansió i internacionalització empresarial més habituals és la de les **fusions**. *Fusionar-se* vol dir que els actius i les operacions de dues empreses es combinen per establir una nova entitat el control de la qual resideix en un equip integrat per ambdues o únicament per una d'elles —en aquest darrer cas parlàrem d'una adquisició.²

Avui dia assistim a una carrera frenètica de les ETN per a adquirir o fusionar-se amb les seves rivals. Només al 1.999 es varen produir 109 fusions i adquisicions internacionals. Les fusions mouen així un bilió d'euros anuals aproximadament.

CINC EMPRESES AL SUPERMERCAT

Gelats Magnum i Miko, sabó Dove, cosmètics Pond's o Omo, mantegues i maioneses Flora, Calvé, Hellmann's, Artua, Tulipán i Ligeresa, refrescs Lipton, sopes Knorr, detergents i material de neteja com Persil, Skip, Lucil, Surf, Domestos o Mimosín, la Nocilla o el tomàquet fregit Starlux, els aliments congelats Frudesa; colònies Otelo, Calvin Klein i Atkinson, dentrífics Signal i Close-up, farina i llevat Maizena,... totes aquestes marques i moltes més pertanyen , després de tot un seguit de fusions i adquisicions, a una única empresa: **Unilever**. De fet, la majoria de productes que trobem al supermercat pertanyen únicament a cinc empreses: **Unilever, Nestlé, Phillip Morris, Sara Lee i Agrolimen..**

2. Una altra forma d'inter-relació empresarial seria l'*aliança estratègica*, és a dir, un acord entre dues o més empreses per a compartir recursos, tot i que sense arribar a fusionar-se, per tal d'incrementar la seva avantatge competitiva. Un dels tipus d'aliances estratègiques més habituals és la *joint-venture*, nova empresa creada i gestionada per les corporacions que s'alien amb l'objectiu de que assumeixi una activitat comuna.

La concentració i integració econòmica que implica que les empreses es fusionin es pot dur a terme per tres vies diferents:

- **Integració horitzontal:** Es produeix quan dues empreses similars i del mateix sector es fusionen, com en el cas de les fusions que donaren lloc al BBVA o a Repsol-YPF. Aquesta mena d'integració compleix l'objectiu d'assolir *economies d'escala*, és a dir, permet a les empreses compartir costos que són fixes com poden ser el marketing, la publicitat, la investigació, etc.
- **Integració vertical:** S'associen empreses que es dediquen a diferents etapes de producció d'un mateix tipus de producte de manera que l'empresa resultant compta amb major domini sobre la totalitat del procés productiu, que pot anar des de l'obtenció de matèries primeres fins a la comercialització del producte resultant. Es diu per això que aquesta mena de fusions permeten *economies d'assoliment*.
- **Integració diversificada.** Consisteix en l'associació entre empreses que treballen en camps que no tenen gaire a veure entre ells. Es coneix el resultat d'aquesta

DIVERSIFICACIÓ DE L'ACTIVITAT

El grup **Inditex (ZARA)**, integra 17 societats de fabricació i 17 de comercialització del camp tèxtil, a més de tot un conjunt d'empreses que no tenen res a veure amb el sector tèxtil: constructores, automoció i finances. El grup **Agbar (Aigües de Barcelona)** conta amb 110 filials a 11 països del món i amb una activitat diversificada en sectors com el de assegurances sanitàries, residus sòlids, serveis d'automoció, comerç electrònic, aprovisionament i logística corporatiu, construcció, enginyeria, manteniment, recaptació de tributs.

integració com a **conglomerats**. Es diu que els conglomerats permeten disminuir riscos i assolir solidesa financera per l'acumulació d'actius i pel control que exerceixen sobre diferents sectors de l'economia. Seria el cas de Sara Lee que produeix i comercialitza roba interior, carn, cafès, perfums,... Els conglomerats no són la fórmula més avançada d'empresa ja que no s'especialitzen en cap camp, però sí que són la fórmula més especulativa i la que pot resultar més lucrativa a curt termini.

Les fusions i adquisicions comporten acumulació de poder i diners en mans de les ETN i, en conseqüència, una tendència gairebé lineal al **monopoli**. Una sola ETN, tot i existir lleis antimonopoli, pot concentrar tal poder sobre un determinat sector que li permeti fixar els preus sense por a la competència, disminuir preus per tal d'acabar amb la competència o baixar la producció per tal d'augmentar els preus.

Al contrari del que pot semblar, les empreses que es fusionen s'expandeixen i creixen econòmicament, no tenen perquè fer-se més grans. De fet, les fusions permeten a les empreses reestructurar-se, evitar duplicar funcions, subcontractar activitats que no són estratègiques i, per tant, fer-se més lleugeres en concepte de mà d'obra, infraestructura o personal directiu. És prou paradigmàtic que existeixin programes informàtics, com el SIMS, que permeten calcular quants treballadors sobran en una empresa que s'acaba de fusionar.

«Durant anys creiem ser una empresa productora, i per això dedicàvem tot el nostre esforç a fabricar els productes. Però ara hem entès que el més importants es comercialitzar els nostres articles.»

P. Knight,
president de
NIKE

Subcontractacions o la radicalització de l'estalvi

La tendència global cap a la lleugeresa de les empreses que acabem d'enunciar respon en gran mesura al fet que les grans ETN, al reestructurar-se, es desfan de la gestió directa d'activitats que no consideren estratègiques i les **subcontracten** o externalitzen en altres empreses a preus

molt reduïts. Fins i tot, alguns autors denominen «empreses anorèxiques» a aquelles que han anat més lluny pel que respecta a aquesta tendència.

Moltes d'aquestes subcontractacions, sobretot en el sector tèxtil o de muntatges electrònics, es realitzen a països del sud la qual cosa permet a les empreses, entre d'altres coses, beneficiar-se de la desigualtat Nord-Sud, de la diferència salarial i, de pas, evitar la inversió directa a tercers països deixant així de responsabilitzar-se de la farragosa gestió d'una part del procés productiu.

Allò que les empreses estalvien amb la subcontractació acostuma a anar a parar, a més de a engrossir els beneficis, a la secció de publicitat i relacions públiques, des d'on s'ocupen de «produir la marca». Per això, podem afirmar que les ETN que triomfen en l'actualitat es dediquen a comprar productes que encarreguen a empreses anònimes i que després venen a un preu molt superior pel «valor» afegit de marca. Del que diem es dedueix que empreses com Nike, Adidas o Reebok, que subcontracten habitualment d'altres empreses, més que al sector del tèxtil sembla que es dediquin al sector de la compra-venda a l'engròs, o al de la publicitat.

LA FÓRMULA NIKE

Una de les empreses que més recorre a l'externalització és la nord-americana Nike, que subcontracta empreses en totes les etapes de la seva producció. Nike, en realitat, l'únic que fa es «produir» una marca. Les condicions per atorgar llicències d'aquesta firma són «la bona productivitat» i que «els seus treballadors i treballadores no vagin a la vaga». Això explica que el cost de mà d'obra del preu final del producte suposi menys d'un 1% per a la Nike, un percentatge infinitament inferior al que es gasta en concepte de publicitat.

El naixement de les grans ETN espanyoles o la neocolonització d'Amèrica Llatina

L'estat espanyol ha passat en les darreres dècades de ser una economia importadora d'inversió estrangera a ser una economia fortament exportadora. A 1996 la IED espanyola representava només el 0,9% del PIB i a l'any 2000 aquesta xifra pujava al 9,6%. Les empreses espanyoles han invertit fora més de 36 mil milions d'euros només en els anys 90.

Les grans multinacionals espanyoles provenen de les empreses públiques de serveis que es privatitzaren als anys noranta. Seria el cas de les tres amb més vendes actualment: *Repsol*, *Telefònica* i *Endesa*. La forta expansió de les empreses espanyoles a l'exterior s'ha produït doncs des del sector serveis: banca, assegurances, energia, telecomunicacions, transports i hosteleria.




Cal destacar que més del 60% de la inversió directa de les empreses espanyoles s'ha fet a **Amèrica Llatina**.³ Entre els motius per a invertir en aquesta regió els empresaris espanyols parlen d'un «context socio-històric favorable». O com deia Villalonga, ex-president de Telefònica, en declaracions a *The Economist* «Iberoamèrica és per Telefónica (...) la nostra llar, la nostra cultura i la nostra llengua».

Actualment, entre les 20 primeres empreses del món presents a Amèrica Llatina destaquen Telefònica de Espanya (en el lloc nº1 en quan a vendes consolidades), Repsol YPF (en el 7è) i Endesa Espanya (en el 12é). En quan a bancs estrangers també presents a la regió, el SCH es troba en el primer lloc (en quan a actius consolidats) i el BBVA en el tercer.

«Espanya s'ha convertit al llarg dels anys 90 en el país de la UE que més ha invertit a Llatinoamèrica.»

Rodolfo Martín Villa

3. Cal matisar que la «crisi financera» que viu aquesta regió fa que la tendència del 2003 sigui la d'invertir en mercats més estables com l'europeu.

			 <i>repsolypf.com</i>
Argentina	Telefónica Argentina (29%)	Edenor (38%) Edesur (41,7%) Central Dock Sud (39,9%) Central Costanera (20%) Central El Chocón (15%) Yacylec (22,2%) Proyecto CIEN (72,2%)	YPF (98%) Astra (67,9%) Refinería S. Lorenzo (28,8%) Refinor (14,3%) EG3 (100%) Metrogas (31,7%) GasNatural BAN(31,5)
Brasil	CRT (45%) Telesp (29%) Telesp celular (19%) Tele sudeste celular (48) Tele Leste celular (20%)	CERJ (41,3%) COELCE (34,6%) Cachoeira Dourada (23%)	CEG (4%) Riogás S.A.
Xile	Cía. De Telec. De Chile (44%)	Enersis (63,9%) Chilectra (47,3%) Cía Rio Maipo (53,7%) Endesa Chile (38,3%)	
Colòmbia		Codensa (39%) Emgesa (49%) CHB (29%)	Gas Natural Bogotá (25%) Transcogas S.A.
Perú	Telefónica de Perú (35%)	Edelnor (36,57%) Etevensa (43,5%) Empresa eléctrica de Piura (29,4%) EDEGEL (10%)	Refinería La Pampilla (100%) Repsol Perú (91,9%)
R. Dominicana		CEPM (40%)	
Veneçuela	Cía Anónima Nacional de Telec. De Venezuela (6%)	Elecar (7,9%)	(reserves de cru i producció)
El Salvador	Telefónica de El Salvador (26%)		
Guatemala	Telefónica de Guatemala (100%)		
Puerto Rico	TLD (79%)		

Font: elaboració pròpia amb dades de Justícia i Pau (2001).

Principals raons per invertir a l'estranger

Entre l'ample ventall de motius de les empreses per invertir a l'estranger destaquen els següents:

- La presència a nous mercats permet seguir creixent quan el mercat nacional ja s'ha saturat o viu un període de recessió
- La dificultat de competir en mercats que s'abasteixen únicament mitjançant exportacions.
- La disposició de matèries primeres properes al lloc on es produeix.
- Els baixos costos salarials, la menor conflictivitat laboral i la feble regulació laboral o mediambiental existents a molts països del sud.
- Les ajudes, tracte fiscal i altres facilitats ofertes pels governs «amfitrions» als inversors.
- L'imperatiu de la divisió del treball i de l'especialització que predomina en l'actual model de producció.

Però per sobre de qualsevol d'aquests factors, l'existència de firmes multinacionals és inherent a la necessitat d'expansió mundial del sistema capitalista. La concentració d'empreses i de diners, així com la transnacionalització de la seva activitat és un **imperatiu derivat de la competència existent en un mercat mundialitzat**, que a la vegada permet a les empreses obtenir majors beneficis que si romanen en l'àmbit nacional. Així, el concepte de competència és clau per al que volem explicar.

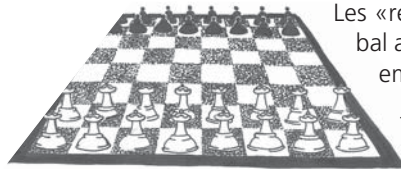
Podem considerar doncs que la transnacionalització i creixement de les empreses respon a un doble mecanisme o a una doble lògica, que es retro-alimenta. En primer lloc, respon a les ambicions d'expansió i creixement de tota empresa que pretengui ser competitiva en el mercat actual (mecanisme ofensiu). I, en segon lloc, a la necessitat i obligació de creixement de tota empresa que no vulgui fer fallida o ser absorbida per una altra en un mercat altament competitiu (mecanisme defensiu). Sigui quin sigui el mecanisme o la lògica que regeixi l'estratè-

gia de les diferents grans empreses, la seva actuació, impactes o formes de funcionament acaben essent semblants.

L'ESTRATÈGIA DE LES EMPRESES ESPANYOLES

Les empreses espanyoles s'han anat internacionalitzant, en alguns casos per estratègies defensives, com *Cortefiel*, *Lois*, *Feber*, *Famosa*, *Gesmar* o *supermercados Alonso*, i en d'altres per estratègies ofensives, com *Telefònica*, *Sol-Melià*, *Banco Santander*, *BBV*, *Aigües de Barcelona*, *Gas Natural*, *Iberia*, *Campofrío*, *Chupa-chups*, *Freixenet*, *Mapfre*, *Derbi* o el grup *Inditex*.

Les regles del joc globals. Un context afavoridor



Les «regles de joc» en el capitalisme global afavoreixen clarament que les grans empreses puguin assolir els seus objectius de creixement i acumulació.

Sense dubte, quelcom hi té a veure el fet que les ETN siguin, a l'hora que beneficiaris, agents actius en la configuració d'aquestes regles, tal i com tindrem oportunitat de comprovar més endavant. A continuació analitzem algunes d'aquestes regles, així com les principals institucions que les sustenten.

OMC i la liberalització de l'economia

L'Organització Mundial del Comerç (OMC) neix l'any 1994 a partir de les neociacions de l'*Acord General sobre Arancels Aduaners i Comerç* (GATT) que existia des de 1947. L'OMC és actualment un dels organismes

multilaterals més actius i amb més poder en el marc internacional, gràcies a la potestat en la resolució de conflictes comercials que li atorguen els països membres. La finalitat primera de l'OMC és la **liberalització econòmica**, és a dir, la supressió de les barreres al comerç i d'interferències públiques en els mercats, tant de mercaderies com en els financers o de serveis, i fins i tot en l'àmbit de les idees —drets d'autor, patents, marques, etc.).

A més de lo devastadora que ha demostrat ser la política liberalitzadora per a la sobirania econòmica dels països més empobrits, es critica a l'OMC perquè concedeix a les empreses del nord un major i fàcil accés als mercats del sud, però permet tancar els mercats del nord a les exportacions del sud. Finalment, dir que tot i que en l'OMC les decisions es prenen per consens, a la pràctica els que tenen més poder són els països més rics. Els delegats a l'OMC, tot i ser càrrecs públics, acaben sovint representant els interessos de les ETN del seu país.

El Consens de Washington o el triomf del neoliberalisme

S'entén per **Consens de Washington (CW)** un paquet de mesures, caracteritzades per ser amplament liberalitzadores i restrictives amb la intervenció estatal. El CW sorgeix en el marc del complex polític-econòmic-intel·lectual ubicat a Washington (Fons Monetari Internacional —FMI—, Banc Mundial —BM—, el Congrés dels EUA, la Reserva Federal, grups d'experts, etc.). En el consens de Washington cristal·litzen les pretensions d'expansió d'una determinada política econòmica com a paradigma únic per a la triomfadora economia capitalista, un cop caigut el Mur de Berlí.

Les mesures que el CW estipula que apliquin els Estats són:

- Promoció de la privatització del sector públic, disciplina pressupostària i fiscal, així com austeritat en la

- despesa pública, reduint sobretot els costos en polítiques socials: sanitat, educació, pensions,...)
- Atracció de IED i liberalització financera i comercial, recerca i manteniment de tipus de canvi competitius o promoció de desrregulacions vàries (com en l'àmbit laboral).
 - Retirada d'àmbits d'intervenció per part de l'Estat, sobretot en matèria econòmica. En canvi, promoure l'expansió del sector privat.
 - Garantir, per sobre cap altre, el dret de propietat.

EL NOU PAPER DE L'ESTAT EN EL NEOLIBERALISME

Com es defineix als darrers Informes del Banc Mundial, l'Estat ha de «procurar crear les condicions per al creixement econòmic». En temps de neoliberalisme, l'Estat no es fa més feble, sinó que canvia de funcions. En el model d'Estat al què ens dirigim, les funcions socials, de no ser responsabilitat privada, són un obstacle pel desenvolupament: l'Estat no pot seguir garantint el benestar dels seus ciutadans i ciutadanes. La seva funció principal, com diu el mateix Banc Mundial, «ha de ser la de garantir l'ordre públic, protegir la propietat privada i aplicar les normes i polítiques en forma previsible».

Des dels vuitanta, als països del sud les mesures del CW orienten, gairebé a la força, les polítiques dels seus governs, ja que la seva aplicació és per a aquests països condició necessària per a obtenir nous crèdits o cancel·lar part del seu deute extern. L'instrument concret en que cristal·litzen aquestes mesures són els **Plans d'Ajustament Estructural (PAEs)**, dissenyats pels economistes del BM i del FMI. S'han criticat els PAEs per ser excessivament dogmàtics, intervencionistes i de no distingir la idiosincràsia dels llocs allà on s'apliquen. Sigui Àfrica, Àsia o

Amèrica Llatina, les mesures del CW sempre són les mateixes. El CW també ha incidit en contextos com els de la Rússia post-comunista o en el marc de la Unió Europea.

La darrera onada privatitzadora

Les **privatitzacions**, és a dir, la conversió d'empreses públiques en privades, han estat el motor facilitador de les inversions a l'estranger per a moltes empreses i, per tant, de l'homogeneïtzació del mercat mundial. Aquestes operacions, tal i com es porten a terme normalment, afavoreixen l'**acumulació d'accions i de poder de les noves empreses privades ens mans de pocs actors**. A l'estat espanyol els principals beneficiaris de les privatitzacions han estat, a part de capital estranger, el BBVA, La Caixa i, en menor mesura, el BSCH.

En el **marc dels països del sud** la decisió de privatitzar les seves empreses no sempre ha residit en mans dels seus governants ni molt menys dels seus pobles. Els PAEs del FMI i del BM han obligat a que es privatitzessin empreses estatals d'aquests països, a canvi de seguir beneficiant-se dels crèdits d'aquests organismes financers. De fet, les privatitzacions són una mesura present al 70% dels préstecs del BM condicionats per PAEs. Arrel d'aquestes mesures a Àsia i Amèrica Llatina més de 10.000 empreses públiques foren privatitzades entre 1988 i 1998.

L'onada de privatitzacions de les darreres dècades s'ha caracteritzat per fer-se de manera molt ràpida i amb una acusada manca de transparència i de debat públic. Això ha comportat que aquest procés de privatització s'hagi envoltat de nombrosos casos de corrupció. Finalment, voldríem destacar que moltes privatitzacions han comportat acomiadaments massius, els cost dels quals ha assumit posteriorment l'Estat en concepte d'indemnitzacions, prejubilacions, atur, etc.

PRIVATIZACIONES EN EL ESTADO ESPAÑOL

El període de privatitzacions en el context espanyol s'engega a l'any 1985 amb un govern conceptualment «socialista». EL PSOE argumentava les privatitzacions dient que permetrien la «popularització del capitalisme», és a dir, «els petits estalviadors poden accedir a la propietat de les empreses». En la **dècada dels vuitanta** es varen vendre empreses públiques sobretot del **sector industrial**, com Seat (a Volkswagen), Grupo Royal Brands (a Nabisco), Enfersa i Pamesa (a KIO), Secoinsa (a Fujitsu), Enasa (a Iveco-Fiat), Interhorce (a Benetton). En canvi, la dècada de **privatitzacions dels noranta** es centrà en les **empreses de serveis**: *Iberia, Telefonica, Repsol, Argentaria, Enagas, Trasmediterránea, Endesa,...* Aquesta segona dècada de privatitzacions ha estat continuada i accelerada pel Govern del Partit Popular a partir de 1996..

L'AMI, o el llibertinatge empresarial

L'**AMI** (Acord Multilateral d'Inversions) és un acord que pretenia afavorir la IED i garantir a les empreses estrangeres una sèrie de drets i tractes de favor per part dels governs «amfitrions». Aquest acord es va començar a negociar en secret l'any 1995 en el marc de l'OCDE, organisme integrat únicament pels països més desenvolupats.

L'AMI contemplava una sèrie de mesures com:

- a) *Eliminació de requisits d'actuació per als inversors.* A les empreses no se'ls pot obligar a contractar treballadors locals, a usar materials de producció nacionals o a mantenir les inversions un període mínim de temps, de manera que els governs no poden regular l'entrada i sortida de capitals, ni l'especulació financera.
- b) *Limitació del poder dels estats sobre les empreses.* S'estableix que el govern no pot expropiar a l'inversionista, ni directament ni indirectament. Segons l'AMI

una llei per reduir les emissions de gasos o per protegir els treballadors es consideraria com una expropiació ja que afectaria als guanys projectats de l'empresa estrangera instal·lada en el país.

- c) *Responsabilització pública*. Les empreses poden demanar als Estats per pèrdues derivades en casos com talls elèctrics o la manca de control (o repressió) davant d'una hipotètica vaga o protesta de treballadors.

S'ha dit de l'AMI que suposaria **la major pèrdua de control i de sobirania dels pobles** de la història. Es va intentar aprovar en secret, però una denúncia de Public-Citizen, i un article publicat a *Le Monde Diplomatique* (febrer de 1998) desencadenaren una forta campanya de la societat civil, arran de la qual s'aturà el procés de negociació. Actualment, tot i que públicament les negociacions s'han suspès, moltes de les seves clàusules s'intenten aprovar a través d'altres acords, sovint en el marc de l'OMC, o de negociacions bilaterals.

La ONU i el Global Compact. Rentant la cara a les grans empreses

L'anterior secretari general de la ONU, Butros Galhi, al Fòrum Econòmic Mundial de 1995 cridava a associar en major mesura les ETN a les decisions internacionals, i a reconèixer al seva supremacia sobre l'esfera estatal. Kofi Annan recollí aquesta proposta i el 25 de juliol de 2000 llença oficialment un programa anomenat **Global Compact (GC)**, amb l'objectiu de, segons Annan, «donar als mercats globals un rostre humà».

El GC no pretén ser un instrument regulador o un codi de conducta més, es defineix com una «plataforma per promoure el coneixement institucional i les aliances entre l'Estat, el Mercat i la societat civil». El GC, tot i no ser més que una declaració de principis —no compromet a res—, té una gran impacte en el terreny de lo simbòlic: permet a les ETN mostrar al públic el seu compromís amb

els grans principis universals i el seu interès per la humanitat o la sostenibilitat. El GC equivaldria a una mena de pacte simbiòtic entre Nacions Unides i les ETN: algunes multinacionals, que poden estar implicades en violacions de drets humans, poden mesclar la seva imatge amb la de la ONU, mentre que la ONU es beneficia de les aportacions econòmiques d'aquestes empreses.

EL GLOBAL COMPACT

Al GC es poden adscriure governs, empreses i organitzacions de la societat civil. Entre les societats que participen en aquesta mena de mega-campanya de marketing social de l'ONU es troba British Petroleum, Nike, Shell, Novartis, totes elles amb complets currículums en matèria de violació de drets humans i mediambientals.

Però no sempre la ONU ha tingut aquesta actitud tant poc crítica amb les ETN. En els anys setanta impulsà el *Centre de les Nacions Unides per a les empreses transnacionals* (CET) que s'encarregava d'estudiar els efectes de les ETN i pretenia elaborar un codi de conducta per tal de controlar determinades pràctiques d'aquestes empreses. Però el CET fou desmantellat l'any 1991 pels desacords entre els membres de la comissió —sobretot per les diferències entre els països del nord i del sud. En el seu lloc hi trobem actualment a la **UNCTAD** (Conferència de les Nacions Unides per al Comerç i el Desenvolupament). La UNCTAD defineix la seva missió en aquests termes: «ajudar a entendre millor la naturalesa de les empreses multinacionals i la seva contribució al desenvolupament i crear un clima favorable a la inversió internacional i al desenvolupament de l'empresa».

SENSE ESCRÚPOLS

«Jo no tinc escrúpols. Quan passin les eleccions traurem la policia contra els que van a la vaga». Aquestes són les paraules que se li varen escapar a l'ex ministre d'Hisenda de Brasil, Rubens Ricupero, abans de que li fessin una entrevista a O'Globo en plena campanya electoral (1994). El ministre no sabia que ja estava en l'aire. Tot i la impopularitat de les seves paraules i tot i el fet que les sentís tot el país, Ricupero no fou apartat de l'esfera pública, ben al contrari, es convertí més endavant en secretari general de la UNCTAD, càrrec que encara avui detenta.

Proteccions legals i buit jurídic en el dret internacional

A més de per les regles globals, les ETN es poden veure beneficiades per les **no-regles**. No existeix una jurisdicció internacional amb competències per jutjar a les persones jurídiques privades, entre elles, les empreses transnacionales. Però és més, no existeix un organisme que pugui atribuir una personalitat jurídica internacional a una persona privada —actualment, les ETN són persones privades amb personalitat jurídica nacional, de manera que només han de rendir comptes en el país en el que tenen l'empresa matriu-.

En el millor dels casos les ETN es sotmeten a una sèrie de codis i acords ètics d'adscripció voluntària. Seria el cas de les «Línies-guia per a les empreses multinacionals» de la OCDE, o del «Codi de conducta europeu per a les empreses europees operant en països en vies de desenvolupament» de FOEI. Cap d'aquests codis atorga mecanismes per a controlar o penalitzar efectivament a les empreses.

En canvi, a l'hora d'afavorir la liberalització econòmica, els acords jurisdiccionals no són tant eteris o poc vinculants: al llarg de la dècada dels 90 s'han produït més

de 1.000 canvis en la legislació financera dels països per afavorir la inversió estrangera, s'han firmat gairebé 2.000 acords bilaterals de protecció d'inversions i més de 2.000 acords per evitar la **doble imposició**, és a dir, el pagament d'imposts al país d'origen i al país on s'inverteix.

Arran d'aquestes desigualtats i buits jurídics, alguns autors han parlat de que sembla que estem en un sistema neo-feudal ja que renunciem de forma explícita a la màxima jurídica fundada en la igualtat de totes i tots davant la llei.

Els estats, al servei de les empreses

En un context de competència global i en el que la majoria dels governants de cada país —tinguin la ideologia que tinguin— custodien els interessos de les empreses nacionals, cada estat nació impulsa mecanismes per afavorir la inversió directa a l'estranger de les «seves» empreses. El govern dels EUA és el que majors avantatges estratègiques ofereix a les seves empreses. Entre elles destaquen mesures com la d'oferir a les empreses nacionals la taxa de fiscalització més baixa possible, o que des del Departament del Tresor o serveis d'intel·ligència (Pentagon i CIA) s'oferixi tot el suport a la causa de l'expansió empresarial. Per la seva banda, el govern espanyol desenvolupa també mecanismes per afavorir l'expansió empresarial. Destaquem els següents:

- a) **Els Fons d'Ajuda al Desenvolupament (FAD)**, en el marc de l'Ajuda Oficial al Desenvolupament espanyola, són principalment crèdits concedits a països del sud en condicions millors a les dels mercats, i amb els quals hauran d'adquirir bens i serveis espanyols.
- b) **Les Assegurances de Crèdit a l'Exportació** proporcionades per la Companyia Espanyola de Seguro de Crédito de la Exportación (CESCE), permeten cobrir les pèrdues que les entitats financeres podrien sofrir pels crèdits concedits per a finançar operacions d'ex-

portació. És a dir, que es protegeix amb diners dels contribuents la possible fallida en les operacions comercials de les ETN espanyoles, algunes de les quals es realitzen en tal situació de risc que no les cobriria cap asseguradora privada. Tant els crèdits FAD com les pòlisses CESCE són el principal instrument de generació de deute extern per part del govern espanyol.

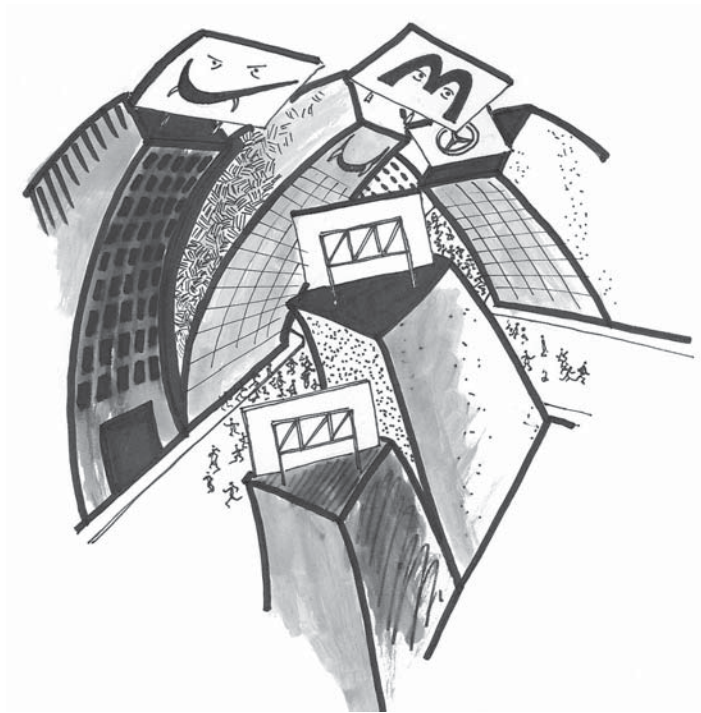
- c) **Línia per al finançament d'estudis de viabilitat**, que permet finançar estudis de viabilitat realitzats per empreses consultores espanyoles amb l'objectiu d'incrementar l'exportació de bens i serveis als països del sud.
- d) **Línia de crèdits de l'Institut de Crèdit Oficial**. L'ICO ofereix crèdits en condicions preferents a aquelles empreses espanyoles que vulguin invertir a l'estranger.

Per a saber més sobre els temes d'aquest capítol

- BARNET, R. y CAVANAGH, J. (1995), *Sueños globales: Multinacionales y nuevo orden mundial*, Flor del Viento, Barcelona.
- CABELLO, A. (1977), *¿Qué son las empresas multinacionales?*, La Gaya ciencia, Barcelona.
- HYMER, S. (1982), *La compañía multinacional. Un enfoque radical*, Blume, Madrid.
- RAMOS, L. (coord.) (2003), *El fracaso del Consenso de Washington. La caída de su mejor alumno: Argentina*, editorial Icaria, Barcelona.
- SANCHIS LLOPIS et al. (1995), «Fusiones y adquisiciones en la economía española durante el período 1986-91», en *Economía industrial*, nº 306.
- TEICHOVA, LEVI-LEBOYER y NUSSBAUM (1990), *Empresas multinacionales, finanzas, mercados y gobiernos en el siglo XX*, Centro de Publicaciones Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid.
- Informes anuals de la UNCTAD y de la CEPAL.



El poder de les ETN. Els nous imperis del segle XXI



Introducció

Les «regles de joc globals» que acabem de descriure han permès que les grans empreses es converteixin en agents econòmics crucials en l'actual procés de globalització econòmica. Les ETN, a més de disposar de gran quantitat de capital per a operar, posseeixen les tecnologies més dinàmiques, uns sistemes de producció cada cop més integrats i major capacitat d'influència en decisions que afecten a gran part de la població.

ALGUNES DADES CLAU

- El 51% de les 100 economies més fortes del món són empreses transnacionals: En termes econòmics, les vendes de Shell equivalen al PIB de Veneçuela i les vendes de General Motors a la suma dels PIB de Irlanda, Nova Zelanda i Hongria. En els mateixos termes, la Sony seria més gran que tot Pakistan.
- Arreu del món hi ha 63.000 ETN amb 690.000 filials. Aquestes estan presents a tots els països de la terra i cobreixen totes les activitats econòmiques possibles.
- Les ETN controlen avui dia dos terços del comerç mundial i el 85% de les inversions a l'estranger.
- El benefici de les 200 ETN més grans creix a una mitjana major que la de l'activitat econòmica global.
- El total de les vendes de les ETN augmentà en un 10'8% a l'any 2001 i els seus beneficis nets arribaren al 20'4% de l'invertit en el mateix any.
- Els actius totals de les 100 principals ETN augmentà entre 1980 i 1995 en un 697%.

Avui dia, gairebé ningú resta indemne davant el poder de les empreses multinacionals. Com veurem en els següents capítols, el poder econòmic, polític, social i cultural que concentren fa que siguin capaces de, entre d'altres: fixar preus, orientar la innovació tecnològica i la recerca, condicionar la capacitat dels estats per recaptar impostos, regular les condicions laborals, desvirtuar el sistema monetari internacional, alterar els patrons i les necessitats de consum, desestabilitzar governs, esgotar grans quantitats de recursos, produir tensions internacionals, decidir a qui s'ofereixen crèdits, controlar l'accés a la informació i als recursos naturals, etc.

Davant d'això no és d'estranyar que es parli de les empreses multinacionals com *els imperis del S. XXI*. En el seu moment, el mateix Adam Smith, considerat un dels apòstols del liberalisme econòmic, a la seva obra més coneguda, *La Riquesa de les Nacions*, ja es mostrava molt crític amb els perills de l'acumulació de capital i de propietats per part dels empresaris. Posteriorment, un altra personatge influent com Abraham Lincoln faria la següent reflexió: «Veig en el futur pròxim un crisi que s'aproxima i em fa patir per la seguretat del meu país. Les empreses han estat entronitzades (...) i el poder del diner del país s'esforçarà per prolongar aquest regnat, treballant per sobre els perjudicis del poble fins que tota la riquesa sigui acumulada en unes poques mans i la República sigui destruïda».

Però el poder de les ETN destaca sovint per la seva subtilesa, de manera que no sempre és perceptible. El poder de les ETN, en tant que *capacitat per influir en les accions dels demás i imposar les seves preferències*, respon a lògiques poc visibles i es reproduïx de forma estructural. L'objectiu principal d'aquest capítol és el de visualitzar allò no tant evident, és a dir, **intentarem explicar alguns dels principals mecanismes i procediments a través dels quals les ETN reproduïxen i aprofundeixen en el poder que detenten.**

Una enquesta publicada l'any 2000, entre el 72 i el 82% de la societat nord-americana manifestava que les empreses tenien massa poder sobre massa aspectes de la vida i afers als EUA.

L'estratègia tecnològica

«Sabem quines són les tecnologies que hem de dominar i fem ús de la recerca dels laboratoris de tota Europa i del món.»

Percy Barvenik,
president de ABB

A partir de la dècada dels vuitanta la reorganització tecnològica permet a les empreses efectuar una important crescuda econòmica. Els avanços tecnològics i el coneixement permeten a les ETN optimitzar la seva producció i accentuar l'acumulació de beneficis. La robotització, informatització i automatització del procés productiu i de la seva gestió ha possibilitat reduir costos laborals directes i produir a ritmes més accelerats.

Un dels avantatges competitius que permet la tecnologia s'aconsegueix gràcies a la segmentació i descentralització del procés productiu. Segmentar el procés productiu implica que un producte concret es fabriqui en diferents llocs, els quals poden estar ubicats a gran distància. Això permet reduir costos, no només pels salaris més baixos que es paguen a països del sud, sinó perquè es pot fabricar cada peça o producte allà on hi ha més fàcil accés a la matèria primera necessària.

SEGMENTANT LA PRODUCCIÓ

«Al comprar un *Pontiac LeMans* a General Motors, dels 12.000 euros que pagues pel cotxe, aproximadament 3.500 van a Corea del Sud per la força de treball i les operacions de muntatge, 2.000 a Japó pels components avançats, 800 a Alemanya per l'enginyeria de disseny i estil, 500 a l'est asiàtic pels petits components, 300 a Gran Bretanya pels serveis de marketing i publicitat i aproximadament 60 a Irlanda i Barbaos pel procés d'informació. La resta es distribueix entre directius de Detroit, advocats i banquers de Nova York, grups de pressió de Washington, l'assegurança i sanitat dels treballadors de tot el país i els accionistes de GM de tot el món».

Barnet i Cavanagh, 1995

Poder comptar amb la tecnologia més avançada és vital per a la competitivitat de les empreses. Així, la

tecnologia i l'assumpció dels canvis que comporta impregna tota l'activitat de l'empresa, condicionant, entre d'altres, els canvis organitzatius o la formació continuada del personal. Per als gestors, invertir en tecnologia i innovació és invertir en eficàcia, si no es fa, es corre el risc de «quedar-se fora». Per això podem dir que la tecnològica és una **inversió de caire estratègic**. Per exemple, la indústria farmacèutica dedica entre l'11% i el 19% del percentatge de les vendes en concepte de R+D (Recerca més Desenvolupament).

Les grans empreses solen comptar amb centres d'investigació propis. Però, a banda de la R+D que generen, destaca la capacitat de les grans ETN d'absorbir i donar sortida a la innovació tecnològica generada des de petites empreses o des de centres de recerca públics com la universitat. Així, una tàctica habitual de les empreses consisteix en condicionar i aprofitar la recerca que es porta a terme des de la universitat. D'aquesta manera les ETN poden concentrar capital intel·lectual i tecnològic a baix cost i amb subvenció pública.

«La clau del nostre creixement ha consistit en augmentar molt la inversió en innovació (...) i fugir de les fusions només per a tenir tamany.»

S. Tauler,
president de la
farmacèutica Lilly

¿PÚBLIC O PRIVAT?

A la doctora Betty Dong —investigadora de medicina de la universitat de Califòrnia a San Francisco— l'empresa farmacèutica Boots li encarrega comparar una medicina per a les tiroides de la seva marca amb el genèric. El resultat de l'estudi demostrava que el genèric, tot i el menor preu, oferia millors resultats. L'empresa boicotejà la publicació dels resultats amb la complicitat de la mateixa universitat.

Apropiant la innovació. L'acord TRIPS

Com veiem, les grans empreses dediquen molts recursos a captar, comprar i reinventar un coneixement i unes eines que els hi permetin mantenir la seva posició en el mercat. És tal la importància estratègica dels avenços intel·lectuals en l'actualitat, que les empreses necessiten

instruments amb els que protegir-se de «pirates i falsificadors». Una de les millors aliances, la troben en l'acord TRIPS (Acord sobre els Aspectes dels Drets de Propietat Intel·lectual Relacionats amb el Comerç), signat pels 144 països membres de l'OMC.

Gràcies al TRIPS la propietat privada s'estén cap allò immaterial ja que es pot patentar, controlar i protegir l'activitat intel·lectual i tot allò que es consideri innovador. D'aquesta manera, el món de les idees i del coneixement es posa al servei del poder econòmic i es prioritza l'interès empresarial per sobre del col·lectiu. La prevalència de l'interès privat sobre el bé comú es constata, per exemple, quan les empreses farmacèutiques es neguen a que es venguin genèrics dels productes que han patentat, fins i tot en situacions d'emergència o en contextos d'extrema pobresa. Seria el cas que protagonitzà la Associació de Fabricants de Productes Farmacèutics de Sud Àfrica (lobby integrat per 39 firmes multinacionals) quan demandà al govern sud-africà per importar versions més barates de drogues patentades per a malalts de SIDA. La pressió internacional i la reacció de la societat civil varen permetre, en aquesta ocasió, que aquest *lobby* empresarial retirés la seva demanda.

La gestió empresarial. Com fer més amb menys

A més de comptar amb els recursos necessaris (tecnologia, diners, mà d'obra, matèries primeres, energia,...), en un context competitiu aquests recursos han de ser gestionats de manera eficient i òptima. Els gestors i directius es troben immersos en un procés de constant recerca d'eines per a millorar l'eficàcia i l'eficiència de les organitzacions empresarials. Busquen bàsicament optimitzar la producció i esdevenir més competitiu, és a dir, poder «fer més amb menys». Així, flexibilitat, participació, treball en xarxa i creativitat són alguns dels conceptes que es manegen i que impregnen el llenguatge

de la gestió i el *management* a les empreses de la darrera onada.

Flexibilitat, per ser competitius

En les darreres dècades s'han viscut canvis estructurals en el model de producció i d'organització de les empreses. Del que era un model fordista —producció en massa, en sèrie i de forma estandaritzada— hem passat a un model post-fordista, és a dir, de producció flexible, en sèries curtes i diversificades. En aquesta nova realitat, **la flexibilitat resulta un imperatiu** que regeix les empreses que pretenen triomfar (o sobreviure) en un mercat global, canviant i competitiu. Com deia el director general de General Electric, el repte es troba en comptar, simultàniament, amb el poder de l'empresa global i amb la flexibilitat necessària per a respondre als canvis del mercat de la petita empresa.

«Nokia acomiadarà a 900 treballadors més. L'empresa sueca ho justificà per la necessitat d'ajustar-se a la caiguda de la demanda mundial d'equips de xarxes inalàmbric.»

El Periódico,
8-08-02

L'IMPERATIU DE LA FLEXIBILITAT

Els gestors de Mapfre diuen concebre gairebé com a llei la flexibilitat empresarial: «la flexibilitat és un atribut necessari per a cometre amb èxit els reptes que el desenvolupament de la nostra activitat comporta. Possibilita la nostra adaptació ràpida a noves situacions de mercat o, el que encara és més important, permet la nostra anticipació a les mateixes». Per la seva banda, la directiva del Banc de Santander atribueix la seva avantatge competitiva a la capacitat d'innovació i flexibilitat, a l'aprenentatge organitzatiu, a la millora contínua en productes i processos, l'aprofitament d'oportunitats i l'esperit competitiu. Així ho sostenen en una de les seves darreres memòries anuals: «Per al Santander, la competència és un element positiu, el mercat és un escenari en el que es desenvolupen diàriament uns grans jocs olímpics, però a diferència d'en aquests, no basta amb participar, sinó que s'ha de guanyar medalla».

La flexibilitat podria ser entesa com l'element més definitori del nou model de producció, de la nova organització del treball i, en general, de la nova cultura empresarial. Al model de producció post-fordista se l'ha qualificat doncs com un model **d'especialització flexible**, és a dir, un model regit per la capacitat de les empreses d'adaptar la seva producció a la fluctuant demanda del mercat, tant pel que fa a la quantitat com a la varietat de l'oferta.

«Es pot anar a qualsevol empresa tradicionalment centralitzada i reduir la plantilla de la seu central en un 90% en un any. Quan vam absorbir Stamford hi havia 880 persones a la seu central. Avui n'hi ha 25.»

Percy Barvenik,
president de ABB

Però per assolir aquest repte, cal una reorganització total del treball. Així, des de la nova gestió empresarial es treballa per una reinvençió contínua de les empreses i per implementar processos de re-enginyeria, re-estructuració o canvi organitzacional. Així, per adaptar-se al canvi continu i assolir la flexibilitat productiva moltes empreses adopten una organització descentralitzada, una estructura en xarxa o en forma de «constel·lació d'empreses». La gran empresa deixa doncs de respondre a un organigrama únic i vertical per a passar a constituir-se com un complex entramat d'unitats empresarials amb un ample grau d'autonomia, de manera que es permet optimitzar la producció i afavorir la implicació dels treballadors en l'empresa.

Cal advertir que tot i que des del nou discurs directiu es parli repetidament de descentralització i canvis organitzatius, aquests canvis no són tant substantius com podria semblar. En realitat, el que s'està configurant és un procés de **concentració sense centralització**: la concentració de poder i diners necessària en les empreses per a accedir als mercats es manté invariable, mentre que la producció o les altres activitats es porten a terme de forma descentralitzada i en petites unitats.

La gestió de recursos humans: creant una gran família

En la nova empresa flexible i descentralitzada, el personal laboral es parcel·la en un cúmul de grups de treballadors amb categories laborals, salaris, funcions i

nivells d'implicació amb l'empresa molt diferents i que, a més, estan exposats a una forta mobilitat interna i a canvis de tasques i funcions permanents. Els treballadors flexibles esdevenen actors econòmics i recursos a gestionar.

En aquest context, emergeix la **gestió de recursos humans** (RRHH) com una de les principals eines en mans dels directius per implicar i identificar als treballadors amb els objectius de l'empresa. Tot i que alguns gestors de RRHH diguin voler potenciar la participació dels treballadors i, així, la dimensió humana de l'empresa, els mateixos manuals de gestió empresarial parlen de la implicació dels treballadors, sobretot, com una eina per augmentar la productivitat, l'eficàcia, la qualitat del producte final i, per tant, els guanys. Segons la retòrica del *management* empresarial, l'organització horitzontal i participativa, per contra de les alienants cadenes de producció i més enllà de les clàssiques relacions d'autoritat, pretén potenciar la creativitat, la confiança, la capacitat de treball i la «implicació emotiva» de la plantilla en el destí de l'empresa. En realitat, les relacions de control d'anys enrera segueixen vigents, tot i que reformulades: els membres de l'equip s'autocontrolen entre ells, ells mateixos avaluen la qualitat del producte final, se'ls incentiva en funció de la producció, es carrega d'emotivitat la seva vida laboral i es contemplen les seves aportacions creatives en l'assumpció d'un hipotètic «destí col·lectiu» de l'empresa.

Es busca així la mobilització del treballador en el conjunt de l'empresa, però com a individu, —al marge d'organitzacions sindicals—, com si tots els membres de l'empresa (directius, accionistes, treballadors i clients) tinguessin el mateix projecte en comú. En aquesta avidesa per a la integració algunes empreses incorporen a clients a l'equip de gestió o qualifiquen als seus treballadors com a «associats de vendes», «copropietaris» o «socis». Però la integració que es diu promoure des de les noves relacions laborals és virtual i, fins i tot, contradictòria ja que, per una banda, no es tradueix en una distribució

«La fabricació exigeix gent disciplinada, les seues gent creativa.»

Mas Colell,
economista

real de beneficis i, per l'altra, va en paral·lel d'una tendència generalitzada a la precarització de les condicions laborals dels treballadors, com veurem amb detall en el capítol tercer.

EL TEAM BUILDING

Les tècniques de *Team Building* pretenen promoure la cohesió de grup. A partir d'elles, els gestors de recursos humans estan introduint l'esport a l'empresa, les dinàmiques de desenvolupament personal, jornades per intensificar la confiança i les relacions en l'equip de treball, així com exercicis per alliberar emocions. Fins i tot s'organitzen activitats de risc com el rafting, el paint-ball o la supervivència en un bosc. Amb elles s'ensenya als equips a arriscar-se a superar els propis límits i a confiar en si mateixos.

Amb l'objectiu de millorar la productivitat de les treballadores, els responsables de recursos humans fan ús de tècniques com els «cercles de qualitat», la «rotació de tasques» o el «team building», es crea un sentiment d'urgència en el treballador, produir *just in time*, optimitzar competències a través de la formació continuada, fer del client (i de la seva satisfacció) una obsessió, optimitzar la producció i vendes atorgant incentius i primes de productivitat en funció dels beneficis, etc.

No ens ha d'estranyar que de totes aquestes presses, canvis i estímuls en resulti un augment de l'estrès, de les perturbacions de la son i de les malalties cardiovasculars entre treballadors i directius. En l'actualitat el 90% de les firmes nord-americanes més grans ja han hagut d'implantar programes anti-estrès, tot i que també els casos d'estrès augmenten en contextos com el nostre. Per exemple, el 38% dels treballadors i treballadores d'una empresa com Ibèria han la baixa per estrès en els darrers anys.

Fidelització del personal. El cas de les *stock options*

La idea de les *stock options* es comença a implementar als EUA als anys cinquanta. Des de llavors s'ha constituït com una de les fórmules més conegudes per a la motivació de la directiva de l'empresa. Es tracta d'una política de distribució de beneficis entre els directius pe tal de fidelitzar-los a l'empresa i incentivar-los a buscar major eficiència, tot i que sigui a través de l'adopció de mesures més agressives. En concret, aquesta política consisteix en que l'empresa reserva un nombre d'accions determinat per l'equip directiu (les *stock options*) i, en un moment donat, els hi atorga el dret a comprar-les a un preu pactat. L'empresa també estipula a partir de quin període de temps els directius podran vendre les accions i, així, obtenir els beneficis que els hi corresponguin.

La inversió en *stock options* és del tot rentable, ja que l'empresa contracta una asseguradora que cobreix les possibles pèrdues. A més, cotitzen com a rendes irregulars de manera que els beneficiaris paguen molts pocs impostos.

«Faci rics als seus executius i ells el faran ric a vostè.»

Robert W. Johnson, president de Johnson&Johnson

TELFÒNICA I LES *STOCK-OPTIONS*

A febrer de 1997 es va donar a conèixer a la Junta d'accionistes de Telefónica un pla de stock options a tres anys per a 100 directius de l'empresa. Les 307.000 accions que contemplava el pla es venien a preus entre 3.300 i 4.900 pta. Al cap de tres anys aquestes es varen revaloritzar un 375%!!!, de manera que els directius es repartiren la suma de 81.000 milions de pta.

Darrerament, empreses com Intel, Microsoft, Telepizza, IBM, HP estan estenent la pràctica de les *stock options* als seus treballadors i treballadores, a més de al personal directiu. Es suposa que així els treballadors, com a «petits propietaris» de l'empresa, produiran més i millor.

Irregularitats. Una pràctica regular

Corrupció i suborns

«Mentre el delinqüent contra la propietat sol ser considerat un individu marginat, el delinqüent econòmic ni és marginat ni s'enfronta individualment amb el sistema.»

López-Rey y Arrojo

La corrupció és un fenomen internacionalment conegut: sobres vermells a Xina, *bakchich* en els països àrabs, *matabiche* a Àfrica Central, *payola* a Filipinas, *mordida* i *coima* a Amèrica Llatina, *pots-de-vin* a França o simplement suborns. Precisament, en l'acte de **suborn** sol materialitzar-se la corrupció. El suborn consisteix en prometre o oferir una remuneració a un agent públic, funcionari, ministre o dirigent d'una empresa pública, de tal manera que aquest hagi de violar els deures que té amb la col·lectivitat pública a la que representa. El corruptor actiu és aquell que promet o ofereix la remuneració; el corrupte és l'agent públic que traïx els seus deures acceptant el suborn. Segons valoracions del BM la corrupció anual al món estaria sobre els 80 mil milions de dòlars.

PER A BALLAR LA SAMBA...

Els governs dels països centrals estableixen recomanacions i reclamen reformes institucionals en els Estats dels països del sud, arran de la corrupció i la manca de transparència dels seus governs. De vegades, sembla que els governants del sud són corruptes per una qüestió cultural o, gairebé, genètica, mentre que gairebé ningú para esment al rol corruptor de les multinacionals dels països del nord. Així, són objecte de crítica sobretot els corruptes, els que cobren el suborns, però gairebé mai s'anomena als corruptors, que són els que inicien l'acte. Com advertia un antic ministre del Txad, «se'n necessiten dos per a ballar la *samba*».

Arribà un punt en què la corrupció de les empreses era tant forta i evident, que al desembre de 1997 ministres de economia de 22 països de l'OCDE firmaren un acord per a reprimir la corrupció en la inversió estran-

gera. Però la pràctica del suborn no sempre transgredeix la legalitat. Al 1997, precisament per a compensar la falta de competitivitat de les seves empreses, el govern francès autoritzà el suborn, mesura que fou adoptada a continuació per la resta de països europeus. Arran d'això, eufemísticament —i en termes legals—, al suborn se l'anomena avui dia «comissió» o «despeses comercials excepcionals».

Una de les qüestions més preocupants de la corrupció és que afecta sobretot a la població més empobrida, en concret a aquella que viu als països del sud. Això és així perquè els diners que podrien haver estat invertits en serveis per al benestar de la població es gasten en lucratives comissions o en projectes que beneficien sobretot als governants d'aquests països i als inversors estrangers. Hugh Valey, parlamentari britànic, feia la següent anàlisi sobre aquesta qüestió: «Quan un inversor corruptor d'algun país ric paga un 15% en suborns, ho afegeix al preu del contracte de la inversió. Aquesta inversió doncs costarà més, i la població humil, aquella que paga els contractes de l'electricitat o l'aigua, pagarà a la fi el suborn. Els suborns suposen una transferència de diners dels pobres als rics». A més, si tenim en compte que aquests projectes d'inversió són pagats sovint amb diners que provenen de crèdits internacionals, **els suborns incrementen el deute extern d'aquests països.**¹ Com deia recentment un ministre del tresor filipí, Leonor Briones referint-se als suborns, «estem parlant de diners que haurien d'anar destinats a serveis bàsics com escoles o hospitals».

«Sempre hi ha algú que paga, i els negocis internacionals són la principal font de corrupció.»

George Soros

4. El cas de Nicaragua reflecteix bastant això que diem. En els primers quatre anys del govern liberal de Violeta Chamorro (1990-1994) es varen vendre 341 de les 351 empreses estatals —tot i que no existia cap llei que ho permetés—. Els suborns envoltaren aquest procés i algunes companyies es varen vendre per un valor inferior al 75% del seu preu en el mercat.

Pel que veiem, el suborn comporta la subordinació del poder polític als interessos privats i, així, que prevaleixi la «lleï del més fort». El suborn és doncs el primer d'un paquet de mecanismes en mans de les grans empreses (que aniran apareixent al llarg d'aquest llibre) que els hi permet interferir al seu favor en els afers públics i, conseqüentment, desvirtuar i desacreditar les democràcies actuals.

Evasió fiscal. Evadint la responsabilitat social

«La corrupció és un càncer, una ofensa pels pobres que desvia el diner als més rics, augmenta el cost de les activitats, provoca greus distorsions en l'ús dels recursos col·lectius i fa fugir als inversors estrangers.»

J. Wolfensohn,
president
del BM.

L'evasió fiscal és un mecanisme més que es pot emmarcar en la màxima de reduir costos de les ETN per a continuar creixent. Però també denota que moltes de les grans empreses es desenten de la seva responsabilitat social i que la seva acció respon sobretot a la recerca de l'interès privat.

No resulta senzill obtenir dades fiables en relació a l'evasió fiscal de les empreses, tot i que cal destacar la investigació feta en aquesta temàtica des d'observatoris com «Transnationale», «Open Secrets» o «Follow the money» (v. el darrer capítol). D'aquesta recerca es desprenen dades com que als EUA cap de les grans multinacionals va pagar els impostos que li pertocava en el període 1996-1998. És més, fins i tot, set d'aquestes empreses es varen beneficiar de devolucions que excedien els impostos que varen pagar. Fou el cas de Texaco, Chevron, PepsiCo, Enron, Worldcom, McKersson i General Motors. La transnacionalitat de les empreses els facilita evadir-se de determinades responsabilitats a través de, per exemple, els següents mecanismes:

a) Els paradisos fiscals. Són moltes les ETN que transfereixen la major proporció possible dels seus beneficis al que es coneix com a **paradisos fiscals**. Un paradís fiscal és un país en el que la reglamentació monetària i la fiscalitat és més flexible i favorable que en la resta del món, de forma que s'atreuen els capitals estrangers.

Els paradisos bancaris i fiscals es caracteritzen per: la falta de penalitat contra el blanqueig del diners; la falta d'impost sobre el benefici, les donacions i les herències; el secret bancari, la permissivitat de comptes anònims i la no obligació del banc de conèixer el client; la prohibició al banquer de revelar a les autoritats judicials o fiscals el nom del beneficiari d'una transacció o del titular d'un compte; la falta de control de les transaccions financeres; la no obligació del banquer de dur un llibre financer o d'informar les autoritats sobre les transaccions dubtoses; l'escassetat dels mitjans d'investigació sobre les activitats criminals o de corrupció; la falta de llei sobre embargament d'actius; la falta de control sobre subsidiàries de grups multinacionals.

ILLES CAIMAN

Un dels paradisos fiscals més coneguts el formen les Illes Caiman. En les illes Caiman hi viuen unes 35.000 persones i hi estan inscrites més de 20.000 societats (bancs, holdings, filials, empreses,...). Hi ha 507 bancs, dels quals només 106 es troben físicament presents. Aquests gestionen 500 mil milions d'euros, —xifra equivalent gairebé al PIB espanyol—, donant lloc en l'arxipèlag a una teòrica renda per càpita de 1,4 milions d'euros. Altres paradisos coneguts són les Bahames, les Bermudes, les Barbados, Belice, Islas Vírgenes, Chipre, Liechtenstein, Luxemburg o dos que ens cauen ben a la vora: Andorra i Gibraltar.

b) Blanqueig de diners. Els paradisos fiscals permeten a les empreses portar a terme operacions de blanqueig de diners. Aquestes operacions es realitzen normalment en tres etapes:

«Jo creia que estàvem davant una criminalitat superficial, marginal, accidental, una espècie de falta de moral individual. Avui tinc la certesa de que la criminalitat financera està incrustada en l'economia i entenebreix el nostre provenir.»

Eva Joly,
jutge francesa

- 1) *El pre-rentat*, que consisteix en introduir el diners líquids en el circuit econòmic i financer normal, mitjançant la intervenció de societats intermitges, radicades en els paradisos fiscals.
- 2) *El rentat*, que serveix per a esborrar les pistes sobre l'origen dels fons, mitjançant operacions diverses.
- 3) *El reciclat*, que consisteix en extreure les sumes blanquejades com a beneficis d'activitats varies (consum, immobiliàries, inversions productives), per a poder utilitzar-les sense risc, després d'haver-los donat l'aparença d'un origen lícit.

Cal destacar que la meitat de les exportacions nord-americanes transiten per territoris al marge de cap mena de control. Això permet a les empreses exportadores estalviar un conjunt de més de 2,6 bilions d'euros per any. A l'Estat espanyol, el darrer gran cas d'evasió fiscal i blanqueig de capitals imputava a Emilio Ibarra i a altres 23 ex directius del BBVA, entre els que es trobava l'actual secretari d'Hisenda, E. Rodríguez Ponga, a la vegada autor d'un «manual de productes fiduciaris» dissenyat per captar clients adinerats i fomentar l'evasió fiscal.

c) Preus de transferència. Una altra possibilitat en mans de les empreses que operen internacionalment és la de reduir la visualització dels beneficis obtinguts per una filial en cas de que estiguin domiciliades a països on es paguin impostos elevats. Això es pot fer, per exemple, **manipulant els preus de transferència**, és a dir, posant els preus dels intercanvis que es realitzen entre les filials d'una ETN o d'aquestes amb la matriu (els quals es poden diferenciar considerablement dels preus reals), de forma arbitrària i segons convingui. Les conseqüències d'aquesta pràctica poden anar més enllà del simple estalvi de recursos i derivar en: agudització dels conflictes entre les empreses i els

governos nacionals; distorsió de la informació dels preus en el comerç internacional; aprofundiment en la dependència dels països en desenvolupament respecte les empreses matriu.

d) Maquillatge de resultats. Algunes empreses maquillen o exageren els seus resultats econòmics per tal de semblar competitives davant els accionistes i per a que aquests no retirin la seva inversió. Enron o World.com són dues de les darreres grans empreses a les que s'ha descobert practicant aquest tipus de frau, també anomenat pels mateixos executius com «comptabilitat creativa». En el cas d'Enron, cal fer constar que quan els executius de l'empresa eren conscients de que aquesta ja estava en números vermells van llençar una «interessant» oferta d'accions dirigida als seus propis treballadors. La majoria d'aquests varen comprar, de manera que quan es va fer pública la fallida de l'empresa, a més de perdre la feina, van perdre els seus estalvis. Barton Biggs, de la banca Morgan Stanley, va afirmar davant d'aquests dos darrers escàndols que «sabíem que estàvem en un casino de joc, però creïem que no es feien trampes».

FORTUNE, POC AFORTUNADA

A la revista *Fortune* es lloava Enron, la companyia que havia assolit el nº 25 del top'500 a l'any 2001, dient: «cap empresa il·lustra el transformatiu poder d'innovació més clarament que Enron». A l'any següent, en ple destapament de l'escàndol, la mateixa revista *Fortune* es demanava «Algú va dir Enron? L'estrella de l'any passat desapareix de la llista de les top 500».

El capital financer... i impacient

Las Les fusions i les adquisicions, l'organització flexible i les reestructuracions laborals o l'incompliment de normes mediambientals i laborals són mecanismes que aporten guanys a les ETN. Però avui dia, **els inversors no només busquen guanys, sinó també que aquests es donin en el termini més curt possible**. En aquesta avidesa pel benefici immediat juguen un paper central els mercats financers, on les ETN participen activament, encara que sigui en detriment de la centralitat de la seva activitat productiva. Amb el temps ha anat augmentant la importància de les operacions financeres com a instrument bàsic de la política de les ETN.

Perquè participar en el mercat financer

«S'ha de comprar quan pels carrers corre la sang, tot i que la sang sigui meva.»

Mark Mobius,
especulador
financer

La política financer de les ETN és un sistema complex que comprèn diferents processos i objectius. La participació de les empreses en el mercat financer es materialitza en la seva presència en els mercats bursatils, on venen part de les seves accions. Cotitzar a Borsa permet **la capitalització de l'empresa**, és a dir, atreure inversors per tal que l'empresa pugui disposar de grans quantitats de diner líquid amb el que poder operar. Per exemple, Telefónica, prèviament a la seva internacionalització «física», portà a terme un pla per a internacionalitzar el seu accionariat. Així, a l'any 1995 Telefónica va cotitzar a les Borses de Londres, Frankfurt, Paris, Tokio i New York de manera que a l'any següent una quarta part del seu accionariat ja era estranger.

Disposar dels diners que els hi aporta la participació en el mercat financer o bursàtil permet a les ETN poder seguir expandint-se, finançar les filials estrangeres o, fins i tot, realitzar **operacions de caire especulatiu**. Sovint les ETN obtenen gran part dels seus beneficis, més que en la producció de béns i subministrament de serveis (economia real), en operacions únicament financeres com, per exemple, especulant amb les fluctuacions dels tipus de canvi, amb les tendències inflacionàries en els

UNA BONA INVERSIÓ

Corrections Corporations of America (creada al 1983) és una de les empreses que més alt cotitza a la borsa de New York. La seva activitat principal és la gestió de serveis penitenciaris. Diane Mc Clure, una de les executives animava als accionistes a octubre del 97 amb aquestes paraules: «Nuestros análisis de mercado muestran que el crimen juvenil continuará creciendo». En la seva pàgina web s'informa a l'inversor de l'expansió de la seva activitat i del creixent nombre de «clients» al que atenen. Visitar-la és molt «il·lustratiu»: www.correctionscorp.com

diferents països o endeutant-se amb les monedes més depreciades. D'aquí que es qualifiqui a les operacions en Borsa d'*economia fictícia* o *economia de casino*. Així, cada dia es mouen en els mercats financers mundials més de 2.000.000.000.000 d'euros. A més, de cada 100 euros negociats en divises, només 2,5 tenen a veure amb transaccions comercials o inversions productives.

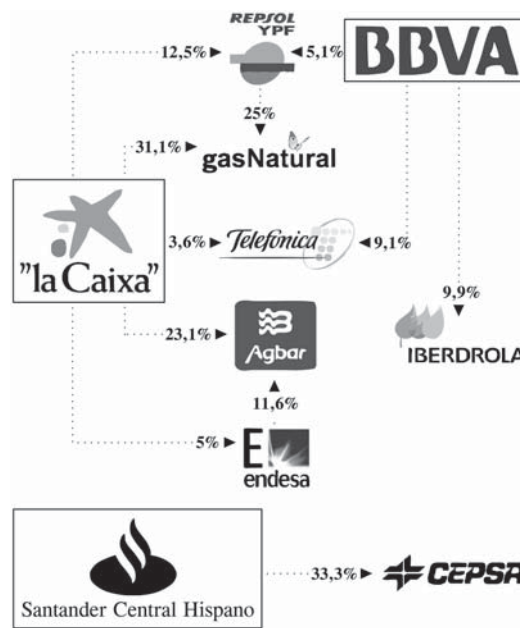
«Els meus clients es burlen dels criteris ètics. Ells volen que multipliquem els seus guanys.»

Mark Mobius

QUÈ ÉS L'ECONOMIA DE CASINO?

Quan diem que l'economia real perd centralitat en les empreses volem dir que el circuit clàssic de l'economia (*diner* → *béns* → *diner*) passa a ser substituït per un circuit més breu i en el que no es produeix cap bé o servei (circuit *diner* → *diner*). Segons l'establert per l'economia real, primer s'inverteixen diners en l'elaboració de béns (mercaderies o serveis), els quals es venen en el mercat, obtenint més diners que els invertits inicialment. Però en el mercat financer **el diner produeix més diner directament**, a través d'operacions en les que es mouen grans quantitats de capital a la velocitat de la llum per una xarxa integrada per les Borses de tot el món.

Mitjançant les inversions financeres les grans empreses estan fortament interconnexonades, de manera que es fa més complex entendre la seva propietat. En el quadre següent incloem les principals interrelacions empresarials entre les majors ETN espanyoles:



Font: *Justícia i Pau* (2002), actualitzat a partir de dades de 5Días (maig 2003)

Com veiem, el mercat financer facilita la relació entre empreses que, a priori, es dediquen a sectors empresarials poc relacionats. A més, al fer-se més complexa la propietat de l'empresa, també es fan més complexes les lluites dels treballadors i les relacions laborals en general. El paper de l'antic propietari fabril és assumit en el

capitalisme avançat per una anònima i difusa xarxa d'accionistes de la qual, per a més inri, els mateixos treballadors hi poden formar part.

Els costos socials del mercat financer

Actualment, el capital financer, a més de permetre capitalitzar les empreses, és qui **dirigeix la seva activitat**. Els aspectes financers forcen una visió a curt termini de l'èxit empresarial i alimenten en gran mesura els canvis organitzatius i la nova gestió empresarial. Un dels objectius primordials dels directius serà així el de fer tot el possible per a fidelitzar la inversió dels accionistes i atreure nous inversors. Per tant, el capital financer i l'imperatiu de la seva rendibilitat esdevé una mena de brúixola que fixa les orientacions estratègiques de l'empresa.

En una economia regida des del món financer les decisions a les empreses vindran marcades per la prerrogativa d'oferir guanys al més breu termini possible. Del «capital impacient», aquell que busca el rendiment ràpid, es deriven polítiques empresarials caracteritzades per la seva agressivitat. L'imperatiu de la rendibilitat supedita, no sols l'economia real, sinó que també els drets humans, les condicions laborals dels treballadors o el respecte mediambiental a interessos purament econòmics. S'arriba a extrems com que davant dels acomiadaments massius realitzats per una empresa, els seus actius bursàtils es revaloritzen. Així succeí, per exemple, quan Marks&Spencer anuncià que tancava les seves botigues a Barcelona i a altres ciutats europees. La Borsa també premia a la indústria militar davant la imminència d'una guerra. Així, succeí després dels atemptats de l'11S quan, durant la primera setmana de la reobertura de la borsa, les accions de Raytheon Co. —tercera companyia de defensa del món— creixeren un 37%.

«Com més multitudinaris siguin els acomiadaments, més contenta està la borsa.»

Newsweek,
febrer 1996

Publicitat i mitjans de comunicació. La configuració de la societat de consum

La publicitat o l'art de persuadir

El L'auge de la publicitat es produí després de la segona guerra mundial. Era l'època de la producció de masses, quan calia promoure un consum també de masses. La publicitat s'erigeix en aquest context com el principal mecanisme per a donar forma a la demanda i construir un societat fonamentada en el consum massiu.

«Els consumidors són com les cuques: els ruixes un i un altre cop fins que amb el temps es tornen immunes.»

D. Lubars, Grup Omnicom

La publicitat ja demostrà en aquell moment la seva efectivitat com a constructora d'imaginari, forjadora d'identitats o per a presentar productes de consum com a «referents vitals». Arrel de la repetició constant dels missatges publicitaris, el discurs dominant i un conjunt de necessitats se'ns presenten com una obvietat, sense alternativa. La publicitat ha permès també que les ETN i les seves marques naturalitzin la seva presència en la nostra vida quotidiana. Tinguem en compte que la publicitat aconseguix més de 1.500 impactes per persona i dia.

La constància dels missatges publicitaris fa que es percebi el consum gairebé com una mena d'acte universalista d'alliberació. Diàriament ens envaeix un lèxic que absorbim des de que obrim un diari, mirem la televisió, encenem la ràdio o anem pel carrer. El lèxic publicitari està construït, essencialment, en base a eufemismes, però manifesta de manera més o menys explícita tota una ideologia i un repertori de valors (hedonisme, culte al cos, individualisme, autorealització, èxit, etc.). Segons el sociòleg P. Kende, els missatges publicitaris «es dirigeixen a l'individu en el seu aspecte més íntim, menys confessable, treuen partit als seus desigs, les seves vanitats, les seves esperances més boges. Parlen el llenguatge de l'èxit, prometen alliberar-los de les seves petites misèries, els absolen de les seves culpes més vergonyoses».

Així doncs, s'associen els productes anunciats a quelcom més que el mateix producte: a valors, a un

determinat estil de vida o a altres referents simbòlics. Com diu una prestigiosa publicista: «si s'associa a Kellog's la imatge de vitalitat i energia i, a la vegada, aquests atributs formen part del que se suposa que és un infant sa i ben criat, no és d'estranyar que siguin les pròpies mares les primeres prescriptores d'aquest tipus de desdijuni per als seus fills: d'aquesta manera aconsegueixen, com a valor afegit, complir amb l'obligació de mares responsables».

En definitiva, la publicitat s'erigeix com un mecanisme d'educació pel qual l'ésser humà esdevé sobretot consumidor en un entorn natural que apareix mercantilitzat. La cultura del consum es fonamenta en una sèrie de creences, lògiques, símbols, identitats i representacions de la realitat per les quals l'individu adquireix «consciència» de que la veritable realitat, i fins i tot la seva identitat, es fonamenta en la compra i venda de productes.

«La publicitat pot aconseguir-ho tot. Una gota d'aigua acabarà per foradar la roca. Si vostè copeja amb precisió i sense interrupcions, el clau s'enfonçarà en el cap.»

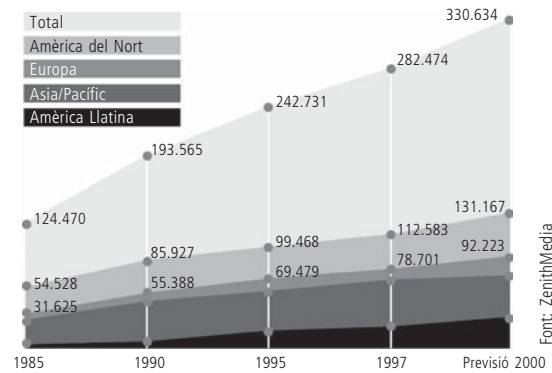
Directiu de la Coca-Cola a principis del segle XX

La publicitat, una rentable inversió

Per qüestions estratègiques, la inversió en marketing i publicitat és cada cop major entre les ETN. Només a l'Estat espanyol, les empreses inverteixen en publicitat més de 1,7 bilions de pessetes. Cal recordar que invertir en publicitat, a banda de rendibilitat econòmica, comporta rendibilitat ideològica, ja que l'assimilació del màxim de persones en el sistema econòmic permet la pervivència al llarg termini dels beneficis de les empreses.

Naomi Klein, en la seva coneguda obra *No Logo*, descriu com a partir dels anys vuitanta són moltes les ETN que donen menys importància a la producció de bens i es centren més en la producció de *valor de marca*. El paradigma d'aquesta lògica el trobem a l'empresa Nike, la qual ven un calçat que no ha produït mai, mentre es dedica sobretot a produir la marca i fer-la desitjable. Aquesta companyia nord-americana passa de gastar 25 milions de dòlars en publicitat al 1987 a gastar-ne 500 milions al 1997. Només el que guanya el futbolista Ronaldo amb Nike en concepte de publicitat durant un

Gastos publicitaris (en milions de dòlars)



any equival a 21 segles de treball d'una obrera subcontractada per Nike a Indonèsia.

En l'actualitat, la producció de marques es sofisticada i la publicitat obre nous camins i invaeix nous espais: ens poden posar anuncis al mig de les nostres trucades telefòniques si volem que ens surtin més barates; trobem anuncis en el transport públic, en els lavabos de les universitats i dels bars, en els bancs del parc, aferrats a la fruita o a les safates del menjar ràpid; Pepsi pretenia projectar un anunci a la Lluna i Mattel i Levi's han arribat a pintar i decorar carrers sencers per a publicitar els seus productes; empreses de roba contracten a adolescents per a que mitjançant el boca a orella facin saber a altres adolescents lo «guais» que són les seves marques; etc.

Els infants i la joventut componen una població especialment influenciable per la publicitat i pel món de les marques. Això es té molt en compte entre els que pretenen publicitar els seus productes ja que els infants influeixen de manera considerable en la despesa familiar. Estudis fets als EUA als anys seixanta constaten que els infants influeixen en 5 bilions de dòlars en les compres dels pares; l'any 1997 el grau d'influència ja havia assolit els 188 bilions de dòlars. I és que els nins i nines veuen més

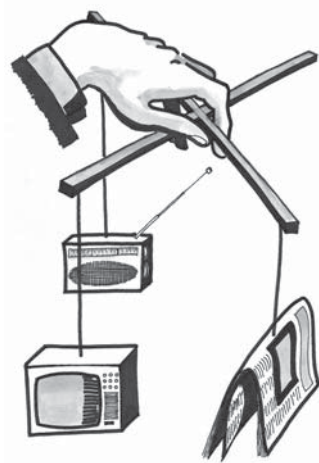
de 1.000 hores de televisió a l'any, on s'emeten anuncis aproximadament cada 17 minuts. Un estudi recent de la OCU demostra les grans diferències en les peticions de joguines dels infants en dates nadalenques abans i després de que es porti a terme l'allau publicitària d'aquestes dades.

PUBLICITAT I INFÀNCIA

Channel 1 oferí als col·legis nordamericans equips audiovisuals a canvi de que els alumnes veiessin la seva programació una hora al dia. Tot i tenir contingut «didàctic», els programes de Channel 1 intercalen 2 minuts de publicitat cada 12 minuts de programació. Durant l'emissió, els professors no tenen possibilitat de canviar el programa ni de regular el volum de la televisió. Channel 1 és present a 12.000 escoles nordamericanes i arriba a uns 8 milions d'estudiants.

Empreses i mitjans de comunicació. La fi de la llibertat d'expressió

La vinculació de les empreses i els mitjans de comunicació és cada cop més forta, evident i inter-depenent. La relació de les ETN amb els mitjans de comunicació pot ser **indirecta**, mitjançant la publicitat i els patrocinis (per la via dels anuncis les empreses financen més del 50% del cost total d'una cadena de TV privada). Però cal tenir en compte que molts dels mitjans de comunicació són també empreses privades i existeix la possibilitat de que altres empreses participin **directament** de la seva propietat.



«Els mitjans de comunicació de masses no sofreixen una crisi tan greu com l'educació. Això es deu al major control que s'exerceix sobre ells els responsables del sistema.»

Informe I de
la C. Trilateral

Actualment trobem grans conglomerats transnacionals que abarquen la producció i difusió d'editorials, diaris, ràdios, pel·lícules, televisió, internet, vídeos, satèl·lits,... Aquests conglomerats són el resultat de la fusió d'empreses del sector informació amb d'altres de sectors que sovint no tenen res a veure amb la informació. La major empresa de mitjans de comunicació del món és AOL-Time Warner, resultat de la fusió entre Amèrica Online (AOL) i Time Warner Inc., en la que AOL adquirí per 106.200 milions de dòlars el control de Time Warner.

UN IMPERI MEDIÀTIC

Bertelsmann és el segon conglomerat de mitjans de comunicació i oci del món. És el resultat de 165 anys d'expansió econòmica en els que ha arribat a agrupar a 365 companyies. Té editorials i cadenes de llibreries a 7 països, a 27 països intervén discogràficament sota segells diferents, té més de 100 revistes i diaris a tota Europa, gestiona emissores de ràdio, agències de notícies, cadenes de televisió, produeix pel·lícules, fabrica cintes, vídeos i CDs, imprimeix premsa escrita com Fortune, Time o Business Week International

«La majoria del que tu veus a TV és, en realitat, un producte de les Relacions Públiques. La majoria del que llegeixes al diari i veus a televisió no són notícies.»

Vice-president de
Gray&Company RP

Si assistim a una exponencial participació en el sector de la informació des de grups empresarials aliens al món de les comunicacions és perquè les élites econòmiques són conscients de que influir en els mitjans de comunicació és necessari per a l'exercici del poder. El control sobre els mitjans permet a les ETN informar a la ciutadania del que passa al seu entorn segons els convingui o poder engegar mecanismes per a incidir sobre determinades decisions polítiques o econòmiques. Sens dubte, la colonització de la informació per part del mercat suposa la vulneració del dret a una informació objectiva i imparcial. L'opinió, el coneixement i la informació esdevenen construccions que les empreses dissenyen, pro-

dueixen i ens venen, com si es tractés de cotxes o sabates esportives.

A l'Estat espanyol la concentració empresarial en el sector de la comunicació no arriba a l'extrem del cas italià (on Silvio Berlusconi és el propietari de les tres principals cadenes de TV privades i, com a president del país, controla les cadenes públiques), però és també molt gran. Ja a 1992 cinc persones: Polanco (El País, As, Cinco Dias, Canal +, Canal Satélite Digital, Cadena Ser), Asensio (El Periodico, Sport, Interviú), Durán (ONCE, Onda Cero), Godó (La Vanguardia, Mundo Deportivo) i Echevarría (Marca, Expansión, El Correo Español), controlaven el 50% de la premsa diària, el 65% de les ràdios i el 100% dels canals privats de TV. Actualment, el 66% de la informació que ens arriba té al darrera la inversió del BBVA i del SCH.

ADMIRANT TELEFÒNICA

A través de la seva empresa Admira (que abans es deia Telefónica Media), Telefónica és propietària dels següents mitjans: Antena 3 (47,52%); Onda Cero (que depèn al 100% d'Antena 3); Cadena Voz (50%); Lola Films, que produeix cine que recapta la meitat de la taquilla del cinema espanyol (70%), Via Digital, que ofereix 70 canals de televisió (48,62%); Endemol, major productora de continguts del món amb èxits d'audiència com Operación Triunfo i Gran Hermano (99,47%); Telefe, principal cadena de TV Argentina (100%); Movie Record (100%); Admira Sport, que gestiona drets esportius i la seva explotació (100%); Audiovisual Sport, propietària dels drets d'emissió del futbol espanyol (40%); Hispasat (13,93%), etc.

Relacions públiques: qui paga, té la «veritat»

Una de les vies freqüentades per les grans empreses per a incidir en l'opinió pública i en els mitjans de comu-

«Els nostres dos majors clients són Philip Morris i la National Rifle Association. Es pot aprendre molt sobre aquestes organitzacions i sobre el que fan. Són molt eficients organitzant moviments populars.»

nicació la trobem en l'emergent indústria de les relacions públiques. Les relacions públiques (RP) es diferencien del control directe dels media o del seu finançament via publicitat, per comportar una estratègia més subtil i encoberta a l'hora d'influir en la informació que ens arriba. Així, la principal diferència amb el món de la publicitat és que les RP busquen la màxima discreció i anonimat, així com la invisibilitat de la seva tasca. Gairebé cap ciutadà sap res de la seva existència.

La tasca de relacions públiques generalment es porta a terme des d'empreses especialitzades que són contractades per les ETN. Alguns dels serveis que ofereixen les empreses de RP consisteixen en: espionatge industrial, infiltració en moviments socials, creació i infiltració de notícies, promoció i invenció de campanyes populars i de mobilització social, etc.

És especialment preocupant l'especialització creixent d'aquestes empreses en el context anglosaxó en la desarticulació o minimització dels impactes dels moviments socials. Per exemple, davant una campanya de la societat civil que pretengui informar a la població del poc saludables que són els productes de la indústria de l'alimentació, les empreses que es vegin perjudicades poden contractar una empresa de RP per a que contingui els efectes de la campanya i els hi netegi la imatge. Els RP ho poden fer infiltrant-se en el moviment social per a dividir-lo, pressionant o subornant a periodistes per tal de que no publiquin informació de la campanya o generant gran quantitat de contra-informació. Un tríptic promocional de l'empresa de RP MBD ho diu així de clar: «El propòsit de la nostra tasca és gestionar extensos arxius sobre organitzacions i els seus líders, en particular grups ecologistes i de consumidors, esglésies i altres organitzacions que pretenen canvis en polítiques públiques».

Però mentre empreses de RP desarticulen moviments populars, d'altres s'especialitzen en generar mobilitzacions falses, per buscar efectes favorables entre la seva clientela. Així, les empreses de RP aprofiten la legitimitat de la societat civil per a crear mobilitzacions que, com

Mike Malik,
Optima Direct
(empresa de RP)

elles mateixes asseguruen, «semblen reals». Aquesta és una altra forma d'incidir en decisions polítiques, com fan els llobbistes, ja que es transmet a la classe política que determinades decisions compten amb el suport de la població. Segons, M. Dunn de la RP *Michael E. Dunn and Associates* «el propòsit d'un programa de mobilització popular és influir en les polítiques legislatives. La veritat és que estaràs implicat en aquest procés polític vulguis o no vulguis. L'únic important és guanyar sigui com sigui. I si no comptes amb un programa de mobilització popular les teves possibilitats de guanyar minvaran seriosament».

ESPIONATGE, MENTIDES I INVENCIÓ DE NOTÍCIES

- Els relacions públiques que treballaven per Monsanto aconseguiren impedir la publicació d'un número de la revista *The Ecologist* en el que es parlava dels aliments transgènics i de la relació del conglomerat nord-americà amb la seva producció i distribució. Monsanto, juntament a altres empreses com Dupont, Philip Morris i Shell són clientes d'*MBD*, una empresa de RP especialitzada en serveis d'intel·ligència i espionatge.
- David Steinman publicà als EUA un documentat treball anomenat «Alimentació en un planeta enverinat» en el que es denunciava una sèrie de productes alimentaris de causar càncer a qui els consumís. Empreses com Oscar Mayer, Heinz o Wendy's contractaren els serveis de l'empresa de RP Ketchum. Aquesta generà una campanya de contrapublicitat amb la que aconseguiren desacreditar Steinman i fer que la seva obra no tingués cobertura mediàtica.
- En ple auge de desacreditació del tabac pels seus efectes cancerígens, Philip Morris contractà a l'empresa de RP Burson-Marsteller. Aquesta creà un «moviment popular» anomenat National Smokers Alliance per lluitar pels drets dels fumadors i manipular en el possible a l'opinió pública.

Les empreses de RP, amb activitats com les descrites, agreugen determinats drets com la llibertat d'opinió i d'expressió, així com la lliure circulació de la informació i el coneixement. Assabentar-se del treball de les RP (a l'igual que dels *lobbies* empresarials) ens permet entendre una mica millor que volen dir els economistes liberals quan parlen de la «mà invisible» del mercat.

Marketing social: l'Ètica al servei de l'Economia

«Recentment férem una desfilada de models amb famoses, que vestien dissenys de Levi's. Els texans foren venuts després per a obres de caritat, el què va atraure l'atenció de tots els mitjans.»

Peter Shilland,
Shilland&Co

Les relacions públiques, el control dels mitjans de comunicació i la publicitat són tres àmbits en els que les ETN hi inverteixen per a configurar la imatge que pretenen projectar a l'exterior. Aquesta imatge no es centra únicament en la qualitat dels productes o serveis que ofereixen sinó que tendeix a orientar-se cada cop més a l'esfera dels valors. Sorgeix així una nova vessant en el camp del marketing, el **marketing social**. El marketing social neix del convenciment de que a igualtat de preu i qualitat entre els productes els consumidors estaran influïts en la seva decisió de compra per decisions com la imatge de la companyia i de la marca, i pel seu grau de responsabilitat social. Veiem doncs com en un mercat de cada cop més competitiu, l'ètica, la solidaritat i els valors esdevenen mecanismes de diferenciació de l'empresa.

Resultat d'això gairebé totes les grans ETN compten amb un departament de filantropia, de mediambient o de solidaritat; proliferen els codis ètics a les empreses (al 1987 el 75% de les majors empreses dels EUA en tenien); les empreses ofereixen els seus treballadors a les ONG per a fer treball comunitari (voluntariat corporatiu); augmenten les accions de mecenatge i de patrocini per a *bones causes*; es creen fundacions amb fins socials o culturals, etc. Totes elles són iniciatives amb les què les ETN pretenen visualitzar la seva bona voluntat en recerca de notorietat i de reconeixement públic. I són precisament les empreses amb una imatge

més malmesa les que més s'aferren a aquesta manera de fer marketing.

QUI INVERTEIX MÉS EN CONCEPTE D'IMATGE?

- *Empreses que han sofert boicots de consumidors pels abusos comesos en països del sud, com seria el cas de Nike o Nestlé.* Nike, arrel de les denúncies d'explotació laboral i de subcontractació de sweatshops (tallers de suor o maquiles), pertany a la «Aliança global a favor dels treballadors i les comunitats», promoguda pel BM, i a «l'Associació per al treball just» promoguda per Bill Clinton per ajudar a les empreses Nord-americanes a desfer-se dels seus *sweatshops*. Nestlé, per la seva banda, aconseguí (en gran mesura) netejar la seva imatge amb una inversió milionària en la indústria de les relacions públiques.
- *Empreses implicades en escàndols financers.* Per exemple, el BBVA, després de l'escàndol pel que s'inclupà a 24 dels seus ex directius anuncià públicament la seva aposta per la transparència. La revista dels accionistes de BBVA publicada després d'aquell afer titulava la seva portada dient: «BBVA. La transparència, pilar de la nova etapa».
- *Empreses qüestionades pels problemes que generen en la salut pública, com les tabacaleres.* Resultat d'això ens trobem amb campanyes de marketing social com la del *Fons solidari de Fortuna* o el departament de filantropia de Marlboro
- *Empreses implicades en problemes ambientals, com gairebé totes les que es dediquen al sector energètic.* D'aquí sorgeix l'estratègia qualificada com a **greenwashing**, és a dir, projectar cap a l'opinió pública una imatge d'empresa ecològica, sostenible, verda i compromesa mediambientalment.

Resulta paradoxal que a l'hora de publicitar les seves iniciatives solidàries les empreses gastin més diners que en la mateixa implementació d'aquestes iniciatives. És més, amb els donatius o obres socials, les ETN aconsegueixen molt sovint beneficis, no només d'imatge, sinó traduïbles en termes econòmics:

- *Desgravació fiscal.* Les empreses que fan donatius o creen fundacions amb fins socials gaudeixen d'importants descomptes fiscals. La fundació resultant porta normalment el nom de l'empresa de manera que de la filantropia en fan publicitat.
- *Introducció de productes en nous mercats.* Seria el que va fer Nestlé amb la llet infantil introduïda a Àfrica. El que es plantejava com una acció solidària era en realitat una estratègia per a obrir mercat i crear dependència en les famílies africanes vers la llet infantil que, tot i ser donada inicialment, llavors passà a ser venuda a preu de mercat.
- *Creació d'una infraestructura de la que poder-se beneficiar,* com quan la Fundació Barceló finançà un dispensari de salut a Costa Rica, just en la zona on l'empresa hi tenia un Hotel.

PROJECTE EMPRESES

«A través del projecte Empreses, el comitè espanyol d'UNICEF ofereix a l'empresa no sols la possibilitat d'ajudar als més necessitats, sinó també un retorn social i d'imatge, així com la possibilitat d'acollir-se a importants beneficis fiscals (...) El projecte constitueix una excel·lent oportunitat per a que les empreses facin una mostra pública de la seva solidaritat amb la infància i els més necessitats (...) les bases aportades a UNICEF poden deduir-se de la base imponible de la companyia, el que suposa un donatiu real de menys del 35%» UNICEF-España.»

UNICEF-España

Les empreses com actors polítics de primer ordre

L'actual fase del capitalisme és pot qualificar de desorganitzada, entre d'altres factors, per la manca de control democràtic i popular sobre els processos econòmics, o per la inexistència d'un centre polític. Un indicador del que diem és que els governs estatals es troben cada vegada amb més límits en la seva capacitat d'incidència sobre els seus territoris o a l'hora de centralitzar recursos. Però, per altra banda, sembla també que l'actual procés de globalització està ben fermat i controlat per agents concrets, entre els que destaquen les grans empreses. I és que les ETN ni van a remolc de la globalització, ni són institucions que arbitràriament és beneficien d'una sèrie d'acords polítics i econòmics. Més bé al contrari, el seu rol és sobretot actiu en la configuració de les noves regles del joc i en la influència en el sistema polític actual. Podem considerar doncs que, com diu el sociòleg U. Beck, el món està en mans de poders invisibilitzats —per la seva dimensió centrífuga— i irresponsables en termes democràtics.

«Els polítics estaran a partir d'ara sota el control dels mercats financers.»

Hans Tietmeyer.
President del
Bundesbank

La «crisi» de la democràcia davant el poder empresarial

Més enllà de la seva activitat econòmica, les ETN participen en els diferents sistemes polítics actuals de manera molt activa. Alguns autors adverteixen que la concentració de poder polític en mans de les ETN ha arribat a un nivell tal que posa en greu perill a la democràcia. De fet, per sobre dels Estats o els organismes internacionals, les ETN són avui dia el principal actor polític de l'aldea global. Això és així per diversos motius, relacionats sobretot amb el seu potencial econòmic:

- El gran control que les ETN exerceixen sobre sectors econòmics estratègics i la seva capacitat de transferir recursos a partir d'una estratègia global que escapa

dels mecanismes teòricament auto-reguladors del mercat.

«Els inversors castiguen Brasil davant la possible victòria electoral de Lula: Bancs d'inversió han rebaixat la seva recomanació sobre el deute brasiler davant el constant ascens del líder del Partit Treballadors en las enquestes per a les eleccions.»

– La possibilitat que tenen de manipular recursos financers superiors als de les reserves de la majoria de bancs centrals nacionals.

– Les relacions de pressió directa que exerceixen sobre els diferents espais de presa de decisió del sistema polític, sigui a nivell local, estatal, o internacional.

La influència de l'Economia en la Política resulta avui dia tal que podem parlar de la unió, cada cop més evident, entre l'Estat i el Mercat. Si amb la revolució francesa i la Il·lustració el gran guany per a la democràcia fou assolir la separació de poders entre l'Estat i l'Església, en temps de globalització capitalista assistim a la que podem considerar una involució en la democràcia: l'estreta relació entre l'Estat i el Mercat.

Qui escull als «representants» del poble?

El poder de les ETN i la forma com l'exerceixen està deslegitimant la democràcia representativa i els seus principis. El sufragi universal, com a mecanisme de participació principal de les democràcies representatives, és el primer en veure's afectat pel rol de les grans empreses, ja que aquestes **cada cop tenen un paper més significatiu en els processos electorals** dels països en els què es troben.

La manera més habitual de fer-ho consisteix en injectar grans quantitats de diners al partit polític que els hi interessa que governi. Per exemple, George Bush Jr. guanyà les darreres eleccions als EUA gràcies al suport econòmic de les grans corporacions del seu país, moltes d'elles pertanyen al sector del petroli. De fet, a les eleccions dels EUA del 2000, les 82 ETN més grans varen contribuir a través de *comitès d'acció política* amb 33 milions de dòlars, al marge de les grans donacions habituals. Només una ETN, la malparada Enron, ha contribuït en els darrers 12 anys amb 5,8 milions de dòlars a pro-

mocionar candidats electorals. L'ajut d'aquestes empreses no és altruista, de manera que el governant de torn ha de correspondre a les empreses que li han donat suport amb polítiques que els hi resultin favorables. En el cas de G. Bush, un dels primers tractes de favor que va fer a les empreses del seu país un cop fou president dels EUA fou no signar l'acord de Kyoto.

A més de respallar al «seu candidat», les grans empreses, a través dels mitjans de comunicació, tenen gran capacitat d'influir en la decisió de vot de la població, per exemple, donant la seva versió de les conseqüències que poden patir de pujar al poder el candidat adversari. En el cas dels països del sud són moltes les empreses multinacionals que anuncien la retirada de la seva inversió de guanyar un partit que pugui aplicar unes polítiques que no siguin de la seva conveniència.

Algunes empreses han arribat a usar estratègies més contundents per tal d'influir en el sistema polític. Entre els casos més coneguts destaca l'acció militar que a 1954 va obligar a J. Arbenz a abdicar de la presidència de Guatemala. Arbenz havia iniciat un procés de reforma agrària per tal de distribuir millor la terra. Les promotores i finançadores de l'acció militar foren la CIA i *United Fruit Company* (actualment Chiquita Brands). Més recent fou l'acció militar a Xile que derrocà el govern constitucional de Salvador Allende (1973). En la promoció i finançament del cop s'hi trobava de nou la CIA i *International Telephone and Telegraph* (ITT), la qual s'havia vist afectada per la nacionalització de la companyia de telèfons per part d'Allende.

Els *lobbies* empresarials com a moldejadors de la política

Una altra de les formes d'incidència política per part de les grans corporacions és el *lobbying* o la pressió política. Els *lobbies* són grups o associacions empresarials que treballen activament per a modelar les polítiques nacionals i internacionals en funció dels seus interessos. Per

«Nosaltres no som un grup de pressió, però sí se'ns convida a aconsellar. El TABD ha triomfat a l'hora de donar impuls a moltes de les nostres prioritats i que aquestes esdevinguin polítiques reals.»

Michael Treschow,
codirector del
TABD

a assolir tal fita, els *lobbies* s'ubiquen físicament prop dels espais de presa de decisions com poden ser Washington DC, Ginebra, Madrid o Brussel·les. Només a Washington DC, de les 200 majors ETN del món, 94 hi tenen oficines amb l'objectiu «d'establir relacions governamentals». Alguns dels *lobbies* empresarials dels EUA més coneguts i alguns exemples de la seva capacitat d'influència són:

- *Comité de Propiedad Intelectual*. Es va crear explícitament per posar els drets de Propietat Intel·lectual en l'agenda de l'OMC. Resultat de la seva pressió neix el TRIPS que concedeix a les empreses el dret a protegir la propietat intel·lectual.
- *TABD (Transatlantic Business Dialogue)*. Fou establert l'any 1995 i està integrat per 150 grans ETN europees i nord-americanes. Actualment estan treballant meticulosament per tal d'identificar les barreres per al comerç transatlàntic, aconseguir el lliure comerç per als organismes genèticament modificats i per a que l'OMC impulsi una nova ronda de negociacions per a la desregulació de les inversions i el comerç.
- *USA Engage*. Pressiona al govern dels EUA per tal que acabin les sancions cap a Birmània (país en règim dictatorial on milers d'esclaus treballen per la iniciativa privada) i poder així invertir-hi. Dick Cheney, vice-president dels EUA, ha convençut a la Cort Suprema de que s'anul·li la «Llei de Massachusetts contra Birmània» que permetia als governs locals fer boicot comercial als productes provinents d'empreses que inverteixen en aquest país.

Per citar algun *lobby* espanyol, podem parlar del *Club de Exportadores*, integrat per un conjunt d'empreses que treballen en diferents sectors de l'economia i que pressiona al govern espanyol per a que fomenti les exportacions, per exemple, concedint major nombre de crèdits FAD als països del sud.

ELS LOBBIES I LA OMC

La OMC és una de les institucions on els *lobbies* hi juguen un paper més actiu, però paradoxalment, des d'aquesta organització s'emeten fortes crítiques cap els lobbies empresarials que «tracten d'influir al seu govern per tal de que se'ls consideri un cas especial que requereix protecció» (www.wto.org). En canvi ni anomena ni emet cap crítica vers els nombrosos *lobbies* que pressionen pels avanços en la liberalització de mercats i del lliure comerç.

En **el marc de la UE** els *lobbies* empresarials també juguen un paper ben actiu. Així, Brussel·les està molt concorreguda pels llobbistes. Més de 10.000 *cabilders* professionals circulen pels vestíbuls de la Comissió, del Consell i del Parlament Europeus. Més de 200 ETN tenen oficines «d'assumptes administratius» a Brussel·les i només al Parlament hi ha una mitjana de 5 llobbistes per parlamentari.

Un dels organismes de la UE que més sinèrgies té amb les empreses és **la Comissió Europea**. És habitual que la comissió europea abans de participar en les rondes de negociació de la OMC sigui assessorada prèviament per diverses organitzacions empresarials. En el seu moment, la comissió incentivà la creació de la *Xarxa Europea de Serveis* davant la qüestió de la liberalització internacional de nous mercats per tal d'«assessorar als negociadors de la UE sobre els obstacles clau i els països en els que haurien de centrar-se en les negociacions».

«La Comissió europea es com un gos amb una corretja molt llarga.»

Michael Hindley, parlamentari europeu sobre la submissió de la Comissió respecte a les grans empreses.

L'AMI VIST PER LA COMISSIÓ EUROPEA

Des de la comissió, mentre es parlava amb diferents ONG i se'ls hi donava la raó vers la crítica que feien a l'Acord Multilateral d'Inversions (AMI), es filtrà un document amb la posició oficial de la comissió en la que es manifestava un elevat grau d'acord amb les mesures de l'AMI. En la redacció d'aquest document es descobrí que la comissió havia estat influïda per la Xarxa d'Inversions, *lobby* que representava a 50 de les majors ETN europees.

El cap del dep. fiscal de Bayer va ser assignat com a responsable de la reforma fiscal alemanya. El cap executiu de Bayer, davant aquest fet, afirmà: «hem enviat al nostre millor home i li hem donat instruccions, així que tot anirà bé».

El *lobby* europeu més poderós es diu **European Round Table (ERT)**. L'ERT ha influït en l'agenda de la UE de forma evident a través de les seves «recomanacions», les quals van en la línia de desregulació i liberalització econòmica. Cal destacar que l'ERT va incidir de manera clau en la qüestió de la moneda única europea, ja que aquesta mesura permetia fer més competitiva a la indústria europea en el mercat mundial. Darrerament està presionant a la UE per expandir-se cap a l'Europa de l'Est, on es troba tot un nou mercat en el que poder invertir. L'ERT està integrada per 43 ETN europees entre les que trobem les espanyoles Iberdrola SA i Repsol YPF.

Les portes giratòries: els llaços entre lo públic i lo privat

Com hem dit abans, en un context com l'actual amb l'economia mundial globalitzada, la línia entre el poder públic (Estat) i el poder econòmic privat (Mercat) és cada cop més difusa i permeable. Es coneix com a **portes giratòries** el fenomen pel qual algunes persones influents passen a treballar de l'esfera pública a la privada i viceversa. S'aprofiten així les empreses dels coneixements i l'estatus adquirits per persones que han ocupat un càrrec

públic, o les empreses col·loquen a càrrecs d'influència en institucions públiques claus.

El moviment ecologista dels EUA ha engegat una campanya per denunciar que ex-directius de *Monsanto* tenen càrrecs a l'Administració, sobretot en la *Food and Drug Administration* (FDA). S'ha donat fins i tot el cas de que funcionaris independents de la FDA, com el veterinari Richard Burroughs, qui qüestionava l'aprovació de la comercialització d'hormones de creixement boví de la Monsanto per les conseqüències que podia tenir per a la salut, foren acomiadats alegant-se motius com el de la seva «incompetència».

L'ADMINISTRACIÓ BUSH I LES PORTES GIRATÒRIES

La família de **G.W. Bush** (president) era la propietària de Bush Exploration/ Arbusto que fou adquirida per Harken Energy. Actualment, Bush forma part del seu Consell d'Administració; **D. Cheney** (vicepresident) fou president de Halliburton Co. fins a 1995 (val a dir que Halliburton ha estat la primera contratista de la reconstrucció d'Iraq); **C. Powell** (secretari d'estat) fou membre del Consell d'Administració de Gulfstream Aerospace (actual filial de General Dynamics, empresa armamentística) i AOL (fusionada actualment amb Time Warner); **D. Rumsfeld** (secretari de defensa) fou director general de Searle (actualment filial de Pharmacia) i de General Instrument (actual filial de Motorola); **Condolezza Rice** (Consellera de seguretat nacional) fou vocal del Consell d'Administració de Chevron, directora de Charles Schwab (agència d'inversió a borsa) i de Transamerica corp (assegurances); **Donal Evans** (secretari de comerç) fou president i director general de la companyia de petroli i gas Tom Brown Inc.; **Gale Norton** (Secretària de l'Interior) exercí d'advocada d'empreses contaminants i fou presidenta de la Coalició d'Advocats Republicans del medi ambient, lobby finançat, entre d'altres, per Ford i BP.

«Ha arribat el moment d'aixecar l'assedi al que estan sotmeses les ETN per a permetre'ls continuar la seva inacabada tasca de desenvolupar l'economia mundial.»

D. Rockefeller

En el nostre context, podríem citar el cas de Martin Banegmann, un dels actuals homes forts de Telefónica qui prèviament fou comissari europeu de telecomunicacions. Cal destacar com, en el cas de l'estat espanyol, les portes giratòries han sigut traspassades per persones relacionades directament amb el règim dictatorial franquista. Els casos més coneguts són els de Rodolfo Martín Villa, ex-governador civil franquista de Catalunya, i qui fins fa pocs mesos fou president d'Endesa; i el d'Alfonso Cortina, fill de ministre franquista d'Afers Estrangers i actual president de Repsol-YPF.

Plataformes on fer política

A banda d'espais poc formalitzats o d'escassa dimensió pública com els descrits fins ara, les relacions estat-mercat es poden institucionalitzar en esdeveniments periòdics i estructurar en organitzacions concretes. És el cas dels dos espais que definim a continuació i que permeten a les élites econòmiques incidir directament en les polítiques actuals:

a) El Fòrum Econòmic Mundial (FEM)

El **FEM** és una institució privada d'origen suís que està integrada actualment per les 1.000 empreses més grans del món. Es va fundar al 1971 per tal de «promoure l'Economia neoliberal». En aquest Fòrum es defineix el destí de l'economia mundial i es concerten negocis de gran importància. Per exemple, de les trobades del FEM s'han impulsat negociacions tant importants com la del NAFTA o la Ronda d'Uruguai de l'OMC. A les reunions hi participen unes 3.000 persones i la quota d'inscripció ronda els 171 mil euros. Però aquesta quantitat és vista per als assistents com una inversió rentable ja que els hi permet no quedar-se «exclosos del sistema».

Del FEM s'ha dit que funciona més com una cort medieval que com un congrés: els seus monarques equivalen als directors dels grans bancs i de les majors

ETN; la cort la integrarien els caps d'estat de governs nacionals, els presidents del BM i del FMI, el director general de l'OMC i el secretari general de la ONU.

b) La Comissió Trilateral (CT)

La CT fou fundada l'any 1973 per David Rockefeller, en plena crisi del petroli, i s'autodefineix com un grup no governamental de debat polític que pretén promoure l'enteniment i la cooperació entre la triada conformada per Nord-amèrica, Europa i Japó. El seu primer president fou Z. Brzezinski, un conegut geoestratega i investigador d'Afers Comunistes de la Universitat de Colúmbia.

Des de la CT es convoca una trobada anual que es centra en el contingut d'un informe d'anàlisi conjuntural elaborat per un equip d'experts. En les trobades hi participen membres de quatre sectors socials: propietaris i executius dels grups empresarials més influents, alts càrrecs polítics i de l'Administració, periodistes i intel·lectuals orgànics —com Huntington, Friedman o el mateix Brzezinski— i, finalment, dirigents dels grans sindicats.

La presència espanyola en la CT començà al 1.979, quan tretze espanyols foren investits a la trobada, realitzada aquell any a Tokio, com a membres de ple dret. Entre els investits s'hi trobava Luis Maria Anson (diari ABC), Carlos Ferrer Salat (fundador de la CEOE), Carles March (fill del llegendari financer Joan March), Jaime Carvajal, Pedro Schwartz i Ramon Trias Fargas (president en aquell moment de CDC).

De la capacitat d'incidència de la CT s'ha dit de tot: des de que és «el govern del món a l'ombra», passant per representar una mena de «coordinadora de mulltinacionals» fins a que només és un think tank o tanc de pensament més.

«Europa és un lloc on la disciplina social no és tan respectada com a Japó, i un lloc on no s'han desenvolupat formes més directes de control social com a Nord-amèrica.»

Informe de la CT

Per a saber més sobre els temes d'aquest capítol

- BALANYÀ et al. (2002), *Europa SA*, Icaria, Barcelona.
- BRUNET y BELZUNEGUI (1999), *Estrategias de empleo y multinacionales*, Icaria, Barcelona.
- FERRERA, J. (1998), «Puertas giratorias: Monsanto y la administración», *The Ecologist*, juliol de 1998.
- HAMMER, M. (1991), «Rediseño del trabajo: no automaticamente, elimine», *Harvard-Deusto Business Review*, 3r trimestre de 1991.
- HARRISON, B. (1997), *La empresa que viene*, Paidós, Barcelona.
- KLEIN, N. (2001), *No logo. El poder de las marcas*, Paidós, Barcelona.
- LE MONDE DIPLOMATIQUE, «En el archipiélago planetario de la criminalidad financiera», dossier de l'edició espanyola, abril de 2000.
- RAMPTON, S. y STAUBER, J. (1995), *Toxic Sludge is good for you!*, Maine, Common Courage Press (es pot comanar a www.prwatch.org).

3

Precarietat,
desigualtat i violència.
L'impacte de les
empreses transnacionals



Violència i vulneració de drets humans

El que volem emfatitzar en aquest apartat és com les empreses es beneficien econòmicament de determinades situacions de conflicte així com la relació directa d'algunes multinacionals amb tot un seguit de conflictes que s'han produït o s'estan produint en el nostre planeta. Aquesta és una informació, la incidència de les empreses en els conflictes, que acostuma a ser obviada pels mitjans de comunicació de masses quan ens informen de determinades massacres, guerres o altres conflictes llunyans que, en canvi, no dubten sovint en simplificar com el resultat de pugnes tribals o del fanatisme religiós o ideològic de la població.

La violència com a activitat econòmica

No ens volem estendre en casos, recurrentment denunciats, en que la violència impregna l'activitat econòmica empresarial com succeeix amb les empreses armamentístiques. Tot i això, voldríem incidir en que hi ha una sèrie d'empreses que hom relaciona amb l'esfera civil, però que ofereixen serveis o produeixen material i components de doble ús, és a dir, per a ús civil i militar. Ens referim a empreses, sobretot vinculades als sectors de l'electrònica i de les telecomunicacions, com IBM, Siemens, Ericsson, Alcatel o Telefonica. Aquestes ETN responen a encàrrecs de diferents ministeris de defensa o d'empreses armamentístiques.

Sierra Leona
destina
pràcticament
la totalitat
del
pressupost
públic a
pagar els
serveis d'EMP

A continuació, ens centrarem en el paper d'un actor econòmic emergent i més desconegut en l'economia bèl·lica, les **empreses militars privades** (EMP), que han trobat en l'exercici de la guerra tot un nou «mercat» a explotar. Les EMP són empreses de mercenaris que es publiciten per internet i ofereixen als seus clients serveis com: entrenament i assessorament militar, plans de combat, subministrament d'armes, informació i espionatge, propaganda, suport logístic o la participació directa dels seus empleats en el combat. Entre la seva clientela es troben: governs, grups enfrontats als governs, empre-

ses multinacionals (sobretot les dedicades a l'extracció de minerals o les energètiques —BP a Colòmbia, Shell a Nigèria, Branch Energy i Diamond Works a Angola i Sierra Leona,...) o organismes internacionals i algunes ONG que demanden protecció en operacions d'ajuda humanitària. Tot i que els governs que requereixen els serveis d'aquesta mena d'empreses solen ser de països del sud, entre la seva clientela habitual trobem el mateix govern dels EUA. Les forces militars que aporta el govern d'aquest país a les missions de verificació de la KFOR estan compostades per mercenaris contractats de la EMP Dyn Corp.

ELS NEOMERCENARIS

Tot i que siguin més sofisticades, la lògica de funcionament de les EMPs no es diferencia gaire de la dels mercenaris, és a dir, «qui paga mana». S'han donat casos extrems com el d'Executive Outcomes a Angola en els que l'empresa va abastir de soldats a les dues parts en conflicte.

La violència com a mitjà. Les empreses donen guerra

En alguns països, les ETN esdevenen agents actius en la generació de conflictes els quals, molt sovint, els hi resulten «funcionals» en termes de rendiments econòmics. El paper de les ETN en la generació d'aquests conflictes pot variar; de menor a major intensitat, podem identificar tres possibilitats:

a) Posició passiva en el conflicte. Seria el nivell de participació més baix. Es donaria, per exemple, quan les empreses paguen impostos de guerra, de forma més o menys coaccionada, per protegir-se de conflictes locals. Aquests impostos es poden pagar a grups guerrillers, a grups paramilitars i, fins i tot, als exèrcits nacionals. Per aquesta via, tot i que no té perquè haver-hi intencionalitat, s'alimenten conflictes armats i es perpetuen guerres.

«The International Labor Rights Fund ha interposat una demanda (...) que acusa la petrolera Exxon de donar suport material i logístic a l'exèrcit indonesi per violar, torturar i assassinar a civils sospitosos d'estar vinculats amb els separatistes d'ACEH.»

El País,
juliol de 2002

b) Interès en el conflicte. En aquest segon nivell, l'empresa es posiciona més activament davant del conflicte. Potser perquè l'hi interessi que es resolgui a favor d'una de les parts —a la que sol donar suport econòmic— o perquè el conflicte en si mateix li resulta funcional per al desenvolupament de la seva activitat econòmica —i li interessa doncs que aquest es perpetui. Un escenari de conflicte pot suposar per a les ETN major facilitat per extreure matèries primeres, recursos energètics o minerals. Seria aquest el cas de la majoria d'empreses d'extracció de diamants a Angola, les quals alimenten una guerra entre la població des de fa més de trenta anys. Estratègies d'aquesta mena permeten a empreses com De Beers a assolir els seus objectius econòmics.

ELS MERCENARIS DE LA BP

El juny de 1997 la televisió britànica revelava que BP empleava a una firma mercenària britànica (Defence Limited Systems) per a entrenar i armar a l'exèrcit colombià, o convertir personal de la policia governamental en soldats anti-guerrilles. Un article del NY Times (agost, 1997) revelava que BP havia firmat un acord trienal de 60 milions de dòlars amb el ministeri de defensa colombià per a que l'exèrcit protegís les seves instal·lacions. El novembre de 1998 una carta del relator especial de NNUU al govern de Colòmbia atestava que BP havia contractat a mercenaris per a protegir les seves instal·lacions de l'Exèrcit de Liberació Nacional (ELN).

Fent un repàs a la història ens trobem com algunes empreses han fet negoci en contextos socials i polítics de violència i, aparentment, desfavorables per a invertir-hi. Ford, General Motors, Volkswagen o Siemens, entre d'altres, no tingueren cap problema en emprar esclaus jueus gràcies al govern de Hitler a Alemanya. Però encara a l'actualitat, són moltes les empreses que no tenen cap problema en invertir a països on hi ha

règims dictatorials. El context polític d'aquests països afavoreix als negocis de les empreses, en part, per la capacitat dels dictadors per reprimir i controlar el seu poble. Un dels casos més coneguts al respecte és el de les petroleres Total-Fina-Elf i Unocal que gràcies a la dictadura birmana poden forçar a milers de joves a treballar en la construcció d'oleoductes. Segons la Confederació Internacional dels Sindicats Lliures, més d'un milió de persones estarien sotmeses a treballs forçats en aquest país.

Les ETN també han trobat oportunitats de negoci en l'enfonsament del sistema polític de l'Est, en la descomposició dels moviments nacionalistes als països del sud o en els escassos recursos jurídics de la majoria de pobles indígenes per a defensar les seves terres.

COMITÈ PER L'ALLIBERAMENT DE L'IRAQ

Recentement, en l'escenari de la darrera guerra del Golf diferents empreses varen fer públic el seu interès en el conflicte. Entre d'elles destaquen Lockheed Martin (empresa armamentística) i Bechtel Group (constructura), que lideraren el *lobby* pro-bèlic *Comitè per l'Alliberament de l'Iraq*, amb l'objectiu de participar dels «beneficis» de la guerra. Es configurà així un nou tipus de negoci, que podríem qualificar de redó: la destrucció d'un país per un fabricant d'armes i la seva posterior reconstrucció per una empresa constructora.

- c) **L'empresa esdevé una de les parts en conflicte armat.** En aquest cas, la posició de l'empresa en el conflicte és encara més activa, ja que esdevé directament una de les parts enfrontades. Un dels exemples més coneguts de generació de conflicte el protagonitzà Royal Dutch-Shell a Nigèria quan extreia petroli i gas a terres del poble ogoni. La multinacional britànico-holandesa subministrava armes a les forces de seguretat de Nigèria per a que les utilitzessin contra els ogonis que es rebel·laven contra l'espoli de les

«EEUU
compartirà el
petroli iraqià
amb els
països que
recolzin la
guerra.»

El País, 16-09-02

«S'ha d'anar
al Golf Pèrsic.
Si volem
seguir
creixent hem
de ser-hi. És
allà on hi ha
el 75% de les
reserves
petroleres del
món.»

Repsol-YPF
en declaracions a
El País, 23-02-03

seves terres per part de la petrolera. Un dels punts àlgids del conflicte es produí quan el règim militar nigerià executà en la força a un grup d'activistes ogoni, inclòs el seu conegut líder, Ken Saro-Wiwa. Segons la querrela que portà a la multinacional francesa als tribunals, «les condemnes a mort es portaren a terme amb el coneixement, el consentiment i el suport de Royal Dutch-Shell». Però la violència exercida per les empreses pot dirigir-se també contra els seus treballadors. Gràcies a diferents organitzacions de drets humans hem pogut conèixer l'ofensiva de Coca-Cola contra els sindicalistes de les seves plantes embotelladores a Colòmbia, a causa de la qual varis líders sindicals han estat assassinats.

Al referir-nos al mòbil econòmic que s'amaga darrera de molts conflictes bèl·lics, cal dedicar especial atenció al **cas del petroli**. El petroli és un recurs central en l'actual fase del capitalisme ja que l'hegemonia mundial resideix en qui controla les seves reserves. Tinguem en compte que l'activitat econòmica de les majors empreses del món es relaciona estretament amb el sector del petroli. Les 15 empreses més poderoses, exceptuant Wal Mart i Citigroup, estan relacionades amb el sectors de combustibles, energia i automoció. És més, de cada 100 euros que es mouen pel planeta en intercanvis comercials, 30 estan directament vinculats al negoci del petroli.

Actualment, Actualment, EUA és el país que menys dubta en usar la força per a controlar reserves energètiques i consolidar així la seva hegemonia mundial. Els darrers conflictes bèl·lics en els què s'ha involucrat tenen a veure amb la seva excessiva dependència vers la importació de cru.⁵ La qüestió energètica regeix en gran mesura la política exterior d'aquest país, tot i que

5. Abans de la segona guerra del Golf Pèrsic EUA ja estava important el 54% del petroli que consumeix, mentre que a 1.950 només importava un 2%

sovint encobreixi determinades actuacions de raons d'estat com poden ser la preocupació per la seguretat internacional o el terrorisme islàmic. És una política que conta amb la complicitat de les grans petroleres nord-americanes (Shell, Texaco, Chevron, Hallyburton, etc.) que, com hem vist en el capítol anterior, estan directament vinculades a persones que ocupen llocs estratègics a l'actual Administració Bush.

GUERRA GLOBAL PERMANENT

Després de l'11S, finalitzada la guerra a Afganistan, —l'inici del que s'espera sigui una llarga «creuada contra el terrorisme islàmic»—, la primera mesura per a reconstruir aquest país presa per l'Administració Bush fou acordar la construcció d'un gaseoducte (a càrrec de l'empresa UNOCAL). Mesos més tard, davant l'imminent atac a Iraq, James Wolsey, exdirector de la CIA, oferí obertament (en declaracions al *Washington Post*) als països que s'aliessin amb els EUA repartir-se el pastís d'or negre que s'obtindria un cop guanyada la guerra. En aquesta ocasió, els primers contractes per a la reconstrucció beneficiaren a les també nord-americanes Bechtel i Hallyburton. Aquesta guerra, segons la versió oficial, estava motivada per a «prevenir» del perill que suposava la possessió d'armes de destrucció massiva per part del règim Iraquià, així com pels vincles del govern de Hussein amb Al Qaeda.

Increment de la desigualtat Nord-Sud

En temps de globalització econòmica, assistim a un augment espectacular de les desigualtats econòmiques. L'any 1965 la renda mitjana als països del G7 era 20 cops majors que la dels set països més pobres, ara aquest rati és de 90. En aquest capítol veurem com sovint l'actuació de les ETN reproduceix i agreuja determinades diferències Nord-Sud.

Nord-Sud, dominació i submissió

«Els països haurien de ser escèptics davant les proclames que diuen que promouent inversió directa estrangera s'incrementarà la seva riquesa.»

Conclusió de Gordon Hanson (2001) en un article publicat per la UNCTAD

La lògica del lliure mercat comporta greus problemes en la distribució de la riquesa. En un context caracteritzat per una clara fractura econòmica entre els països del nord i del sud, no és causal que la inversió de les ETN a l'estranger i, sobretot, les operacions de subcontractació es focalitzin en aquests darrers.

A l'any 1998 el percentatge de IED als països del sud arribava ja al 42% del total. Però mentrestant el sentit cap el què circulen els beneficis és l'invers. Les dades constaten que les empreses matrius al nord obtenen grans beneficis de les filials al sud, superiors als diners que hi inverteixen. En molts països del sud les ETN dominen el mercat interior i controlen sectors claus com la banca, l'energia i les comunicacions. Així, les importants sortides de capital decanten la balança comercial, de manera tal que podem parlar en algunes ocasions de «descapitalització» de les economies receptores. La UNCTAD, a través dels seus informes, adverteix que l'adquisició d'empreses nacionals per part d'ETN no augmenta la capacitat productiva del país, sinó que simplement suposa una transferència de propietat i control de mans nacionals a mans estrangeres.

DESIGUALTAT NORD-SUD I EMPRESES MULTINACIONALS

- El 75% de les ETN són nord-americanes, japoneses o europees, i el 70% de les top 50 són nord-americanes.
- La cinquena part de la població més rica gaudeix del 68% de les exportacions mentre la cinquena part més pobre només ho fa de l'1%.
- De 60.000 empreses multinacionals, 50.000 tenen la matriu a una país desenvolupat. En canvi, de 820.000 filials, només 100.000 es troben en els països desenvolupats.

Tot i dades com les esmentades, els governants dels països del sud tendeixen a relacionar inversió estrange-

ra amb progrés i modernitat o a associar empreses transnacionals amb desenvolupament, transferència de tecnologia i creació de llocs de treball.

Per això, des dels governs del sud, amb l'objectiu d'atreure a les ETN —o per a que aquestes no abandonin el país— els ofereixen subsidis, exempcions i incentius fiscals, disminucions del sou base, deduïbilitat immediata davant noves inversions, simplificació de tràmits, seguretat i estabilitat, i disposició a eliminar obstacles regulatoris. Arran d'això s'instauren en aquests països i adquireixen major presència les conegudes com a **zones franques**, és a dir, zones, eminentment industrials, exemptes d'imposts d'importació i exportació, on les empreses estrangeres no paguen res o un lloguer molt baix per les naus on instal·len les seves fàbriques. S'estima que en els països del sud hi ha unes mil zones franques que ocupen a uns 27 milions d'obrers.

A un altre nivell, des de les institucions financeres internacionals es posen totes les facilitats per tal de que les ETN puguin realitzar la seva activitat en aquests països. El BM i els bancs regionals de desenvolupament⁶ financen a través dels seus crèdits la infraestructura productiva i de comunicacions necessària per a tal fita: parcs industrials, autopistes, accés a recursos energètics, ports, etc.

«Països en vías de desarrollo: dícese de aquellos países arrollados por el desarrollo ajeno.»

E. Galeano

Vulneració dels drets econòmics i culturals. El cas dels pobles indígenes

«Una mentida s'ha perpetuat durant anys i anys. La mentida és que la gent és diferent. Sí, existeixen diferències entre les cultures, però un mal de cap és un mal de cap». Aquestes eren les paraules de Norman Vale, director de l'Agència de publicitat Grey durant la preparació d'un anunci d'aspirines. Són molts els empresaris com Vale,

6. Els bancs regionals de desenvolupament més importants són el Banc Interamericà de Desenvolupament (BID), el Banc Africà de Desenvolupament (BafD) i el Banc Asiàtic de Desenvolupament (BAD). Podeu trobar més informació a <http://www.observatorideute.org/cat/observatoris/ifis/>

Des del principi, la nostra visió fou que aquest món tindria una xarxa mundial de rock'n'roll.»

Tom Freston,
president de
MTV

«Això ja sembla Miami!», exclamava orgullós el cardenal de Nicaragua, el Monseñor Obando, en la inauguració d'una benzinera Texaco a Managua.

per als qui els pobles de qualsevol banda del planeta, sigui quina sigui la seva història i idiosincràsia, són per sobre de tot potencials consumidors dels seus productes.

Les firmes multinacionals tenen gran capacitat per a llençar nous productes i fer-los desitjables i «necessaris» arreu del món. La publicitat és el vehicle per imposar a societats històricament diferenciades un comportament consumidor estandaritzat. Per exemple, iniciatives empresarials en el món de la cultura-oci com l'MTV o la indústria cinematogràfica de Hollywood arriben a tots els racons del planeta. El món de les marques s'estén també a través de l'exportació de productes i de l'establiment de cadenes comercials i franquícies idèntiques arreu del planeta. A molts països del món podem comprar roba de marca Zara, productes per a la pell a un Body Shop, menjar ràpid al Burger King, llogar vídeos al Blockbuster, beure Coca-Cola o comprar mobles a Ikea. L'expansió i difusió de marques i productes incideix en el que podríem definir com una tendència a l'homogeneïtzació cultural. Els adolescents són, sense dubte, els millors conductors d'aquesta tendència i, en concret, el sector que més es miralla en *l'americana way of life*. En paraules de l'economista Joseph Quinlan al Wall Street Journal, «els adolescents d'arreu del món prefereixen la Coca-cola al tè, les Nike a les sandàlies, els Chicken Mc Nuggets a l'arròs i les targes de crèdit al diner».

Segons la UNCTAD (1988) la presència de les ETN en els països del sud i la «subcultura» que introdueixen pot ser devastadora, especialment per als grups indígenes. Aquest organisme considera que la població indígena és «més vulnerable socialment i biològicament a la influència d'estrangers».

Malgrat tot, les ETN que s'instal·len a territoris indígenes parlen dels beneficis de la seva presència. Per sobre de tot destaquen el fet de donar feina als indígenes i en conseqüència d'ensenyar habilitats, hàbits i transferir-los coneixements. En canvi, els empresaris no esmenten els impactes de la seva presència, com els canvis en l'organització social d'aquests pobles, transformacions en les relacions laborals i en la relació amb la propietat, intro-

ducció de la monetarització en els intercanvis, en el treball i en les relacions personals, creació de pobles ficticis on hi viu la població desplaçada per l'activitat de l'empresa, generació de conflictes interns i divisió de la població, foment d'una cultura de l'assistit quan es regala menjar, roba, medicaments als indígenes per acallar les seves protestes o al «comprar-los» la terra, etc.

ELS POBLES INDÍGENES DAVANT LA INVERSIÓ EXTRANGERA

- 1) Els Maputxes de l'estat de Xile estan en conflicte amb **Endesa** arrel de la construcció de la central hidroelèctrica Ralco, a l'Alt Bio Bio. Tot i les denúncies realitzades a organismes internacionals o els intents de boicotejar les obres, aquestes s'han realitzat degut a la forta presència de l'exèrcit de Xile. L'exèrcit xilè enlloc de defensar als ciutadans xilens i pobladors ancestrals de la regió, els reprimeix durament en favor dels interessos dels inversors estrangers.
- 2) Esgotades les vies jurídiques, els U'wa de Llanos Basin —a la frontera entre Colòmbia i Veneçuela— amenacen amb fer un suïcidi col·lectiu degut per la impotència que els causa una extracció petrolífera que en un cementiri sagrat pretén realitzar **Occidental Petroleum**. L'empresa diu no entendre perquè els U'wa no accepten la quantiosa compensació econòmica que estan disposats a pagar; tampoc entén que els indígenes parlin de la perforació d'un tros de terra com «la violació del cos sagrat de la nostra mare terra» o del petroli com a «la sang de la mare terra, les venes del sòl».
- 3) **Repsol-YPF** s'ha instal·lat en territoris indígenes com el TCO Charagua Norte, el Chimán, el multiètnic i el PN Isiboro Secure (tots ells a Bolívia), Loma de la Lata a Neuquén a Argentina, el Territori Indígena Huaorani a Perú i el Resguardo Único U'wa a Colòmbia. Els pobles afectats per les operacions de Repsol-ypf a Amèrica llatina són diversos: mapuches, weenhayek, guaraní, quechuas, moxeños, trinitarios, chimanes, ayoreos, chiquitanos, aymaras, yanishas, ashanikas, shuar, achuar, sionas, secoyas, shiwar, tagaeri, záparos, shipibos, huaorani i u'wa.

Pel que veiem, la inversió directa de determinades empreses pot vulnerar els **drets econòmics** de diferents pobles impedit que puguin explotar els recursos naturals del seu territori o interferint en la seva organització social y econòmica.

El que succeeix en el sector de l'alimentació reflecteix clarament aquesta idea. Les grans corporacions de l'alimentació han minat sistemàticament la sobirania alimentària dels països més pobres. En primer lloc, la inversió agroindustrial de grans conglomerats (resultants de la fusió d'empreses de transports, farmacèutiques, químiques i/o alimentàries) com Monsanto, Du-Pont, Novartis o Cargill ha promogut el monocultiu de productes agrícoles i de matèries primeres per a satisfer les necessitats del mercat mundial. A la seva vegada, això ha suposat que s'agregui la dominació y dependència econòmica vers els països més rics ja que, paradoxalment, des del nord se marquen els preus del què se produeix en el sud. Paradoxal resulta també que el control de les llavors estigui en mans de las grans empreses dels països desenvolupats: a 1980 existien 7.000 empreses de llavors que cobrien l'1% del mercat mundial i des de l'any 2000 només 10 ETN controlen el 35% de totes les llavors del planeta —la majoria transgèniques—, i el 84% dels agroquímics. Això, a la seva vegada, ha implicat la desaparició de milers d'espècies de llavors autòctones.

Per una altra banda, la inversió directa d'empreses alimentàries a països del sud ha fet desaparèixer moltes empreses locals, sigui perquè han anat a la fallida al no poder competir o perquè han estat adquirides per la mateixa competència. Com conclou un estudi patrocinat per Nacions Unides a Filipines: «Coca-Cola i Pepsi han esborrat del mapa qualsevol indici de les begudes indígenes com el suc de kalamansi, buko i guluman».

En altres casos, empreses estrangeres han introduït nous aliments, molts d'ells innecessaris, excessivament cars o, fins i tot, contraproductes per a la salut de la població.

«Governos i transnacionals estan pugnans per la desaparició del Grup de Treball sobre Poblacions Indígenes (de la ONU), degut a que s'ha convertit en el principal fòrum Internacional de denúncia de les violacions dels drets humans dels pobles indígenes.»

Alai-amlatina,
4-8-02

NESTLÉ I LA LLET MATERNA

L'abús més conegut d'una empresa alimentícia en el Tercer Món l'ha protagonitzat Nestlé. Aquesta empresa ha estat denunciada repetides vegades per la seva manca d'ètica a l'hora d'obrir-se mercat en alguns països del sud, ja que el consum dels seus productes ha comportat problemes d'higiene i malnutrició entre la població infantil. Com ha ocasionat aquesta multinacional tot això? Doncs, en un principi, Nestlé regalava la seva llet materna en pols a les famílies. El seu ús habitual interrompia la lactància materna i creava dependència. Posteriorment el producte deixava de regalar-se i es posava a la venda. A més del problema econòmic que això generava en famílies humils, es creava un problema de salut, ja que l'accés a l'aigua potable, necessària per elaborar la llet en pols, no és fàcil a molts països. En conseqüència, augmentaren els casos de diarrea, deshidratació i, també, de mortalitat infantil.

Al mateix nivell que les empreses alimentàries, en quant a la vulneració de drets econòmics, podríem situar a les empreses mineres o energètiques. Entre aquestes destaca l'actitud neocolonial i la impunitat amb la que moltes d'elles actuen en els països del sud. Aquestes empreses extreuen les riqueses naturals del sud (aigua, petroli, metalls, etc.) per a portar-les a las zones més desenvolupades sense que pràcticament reverteixi en beneficis per a la població autòctona; com si encara es canviés or per miralls. A més de vulnerar-se els drets econòmics de la població, s'hipoteca el futur del país quan aquesta explotació dels recursos naturals és insostenible en el temps. Una cançó popular del Ruf (Sierra Leona) transmet la impotència de la seva població davant aquesta situació. Diu així: «On estan els nostres diamants? Sr. President, on està el nostre or? Ruf està afamat per saber on estan».

La conversió de deute per inversions: una nova eina de submissió

Des de finals dels setenta el deute extern dels països més pobres està agreujant i perpetuant les desigualtats i la dependència econòmica nord-sud. La cancel·lació d'aquest deute per part dels països rics, que sovint es planteja com un acte de solidaritat o de cooperació, pot ser una altre mecanisme per afavorir la IED privada des dels països rics cap aquells més empobrits. Un d'aquests mecanismes concrets es diu **conversió de deute**.

La conversió de deute és una cancel·lació de deute condicionada. Una de les condicions pot ser que el país creditor hagi de portar a terme operacions d'inversió o de subministrament de bens i serveis al país deutor a través d'empreses nacionals. En les operacions de conversió de deute per inversions privades hi intervenen tres actors: el govern endeutat, el govern creditor i un inversor, normalment una empresa privada del país del govern creditor. El govern del país ric ven a alguna de les seves empreses el deute d'un país a un preu inferior al que toca. Llavors, el país endeutat paga a l'empresa una quantitat superior a la que aquesta ha pagat pel deute, però inferior al deute que tenia contret amb el país ric. L'empresa, que obté un marge de benefici en l'operació, es compromet a invertir el total d'aquest darrer import en el país deutor.

El deute extern de totes les nacions empobrides amb l'estat espanyol és d'aproximadament 1,86 bilions de pessetes.

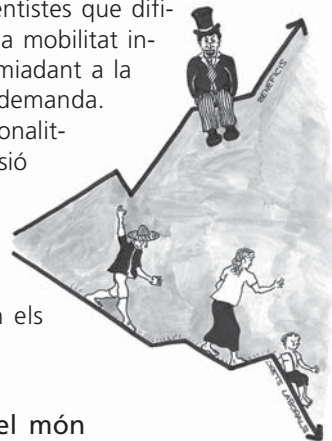
CONVERSIÓ DE DEUTE A L'ESTAT ESPANYOL

Un dels governs que precisament posa més sovint en pràctica aquesta modalitat de cancel·lació de deute és l'espanyol. Des de 1997, el govern espanyol ha substatat deute per valor d'uns 104 milions d'Euros que les ETN espanyoles han comprat per aproximadament 53 milions d'Euros (gairebé la meitat del preu real).

Sembla que en una operació d'aquesta mena les tres parts surten beneficiades, ja que el país creditor cobra uns diners que dubtosament hagués cobrat de forma íntegra. El país deutor es lliura d'una part del seu deute i el paga a preu inferior. I l'empresa es guanya els diners de la diferència entre la compra i la venda i a més té totes les facilitats per obrir-se mercat en un país del sud. Però de nou, qui surt més perjudicada és la població dels països del sud, ja que veu com els seus diners públics marxen del país sense revertir en la societat i a canvi reben una inversió privada que barra les possibilitats a les iniciatives econòmiques locals.

Precarització i explotació en el món laboral

Els directius de les grans empreses veuen en els drets laborals una jungla d'obstacles reglamentistes que dificulten la gestió de la força del treball, la mobilitat interna o poder d'anar contractant i acomiadant a la gent en funció de les variacions de la demanda. Afortunadament per a ells, la transnacionalització de les empreses i la consegüent divisió internacional del treball ha permès a les empreses que inverteixen a l'estranger reduir costos laborals. Paral·lelament s'han beneficiat de la tendència a la desregulació i flexibilització laboral en els països amb més tradició industrial.



La desregulació i flexibilització del món laboral

Els drets laborals són un conjunt de garanties en el treball que foren assolides per la lluita obrera dels segles XIX i XX als països industrialitzats. Els drets laborals que es consolidaren durant l'època keynessiana-fordista foren els següents: plena ocupació relativament garantida per

«Utilitzem als temporers per aconseguir flexibilitat i afrontar les incerteses.»

D. McKenna,
Recursos
Humans de
Microsoft

l'Estat; seguretat en la renda i establiment d'un Salari Mínim Interprofessional; seguretat en la feina a través de normes de contractació i acomiadament; seguretat en les condicions de feina; drets socials per mitjà de la seguretat social a través de mesures com l'assegurança d'atur, les pensions per accident, invalidesa o jubilació, etc.

Però en temps de globalització econòmica, les empreses estan invertint o subcontractant amb més intensitat que mai a països del sud, en els quals hi ha poca o gens tradició industrial i, per tant, no existeix un marc laboral excessivament regulat ni tradició sindical. Aquests factors, juntament amb l'entrada en una etapa productiva caracteritzada per una producció flexible i adaptada a la fluctuant demanda, fa que els drets dels treballadors als països industrialitzats es vegin més qüestionats que mai per la classe empresarial.

Els partidaris de mesures econòmiques liberals no solen plantejar que la solució per a mantenir la competitivitat de la indústria instal·lada als països més desenvolupats sigui la de regular les condicions laborals al sud, sinó que, ben al contrari, la solució que plantegen passa per la desregulació laboral als països del nord. Des d'aquesta lògica es considera que el model de relacions laborals europeu s'hauria d'aproximar a un model molt més flexible i competitiu com l'anglosaxó si es vol que l'economia del vell continent sigui més competitiva. Algunes mesures per a la flexibilització que es plantegen, i que ja s'estan portant a terme, com per exemple amb el conegut «decretazo» del govern del Partit Popular —que desencadenà una vaga general—, són:

- Eliminar la protecció del treball.
- Reduir els costos laborals no-salarials.
- Desmantellar la maquinaria del salari-mínim.
- Descentralitzar la negociació dels convenis a nivell d'empresa.
- Ampliar les diferències salarials.
- Reduir el poder de negociació dels sindicats, etc.

EUROESCLEROSI VS MCDONALITZACIÓ DEL MERCAT LABORAL

Els defensors de la flexibilitat laboral parlen d'una mena d'esclerosi en el mercat de treball europeu. El concepte d'*euroesclerosi* fa referència precisament a la manca de flexibilitat laboral per l'«excés» de garanties amb les que contenen els seus treballadors. Per la seva banda, els defensors dels drets laborals fan referència a la *McDonalització* del treball i a les *McFeines* en relació als perills de models laborals excessivament flexibles i canviants, que no generen continuïtat i es realitzen en condicions de precarietat.

Les noves relacions laborals: inestabilitat i precarietat

El sistema de producció actual, conegut com a post-fordista, es caracteritza, entre altres coses, per la configuració de la feina-mercaderia, és a dir, el treball com un factor més de producció i com un element més a gestionar, a l'igual que la tecnologia, les matèries primeres o els diners.

Amb l'objectiu d'adaptar-se als temps de competència i flexibilitat que corren, una mesura habitual que prenen les ETN és la de reduir plantilla i ocupació estable a través de les conegudes com a re-estructuracions empresarials. La reducció de plantilla és una pràctica habitual ja que permet sanejar comptes i tranquil·litzar als accionistes en moments d'incertesa, almenys a curt termini. Aquesta pot ser portada a terme per diferents vies: acomiadaments massius, pre-jubilacions, baixes incentivades, excedències laborals, traspàs de treballadors a altres empreses —als que posteriori es subcontracta o acomiada (com succeí en el cas de Sintel)—, etc. Així, mitjançant processos de re-enginyeria són nombroses les persones

«L'empresa és també considerada (pels treballadors acomiadats) com una víctima atrapada en la competència global que l'obliga a reduir costos i a realitzar acomiadaments.»

New York Times,
20-11-94

acomiadades per les grans corporacions. Només als EUA s'eliminen un milió de llocs de treball del sector industrial cada any. En el nostre context, bancs com el BSCH i el BBVA, a l'any 2.000, varen eliminar 33.000 llocs de treball, gairebé sense indemnitzacions, tot i haver obtingut beneficis previ als acomiadaments per valor de 2.290 i 2.264 milions d'Euros respectivament. Telefònica i Endesa també han portat a terme «reestructuracions» semblants en els darrers anys.

Mentre que minva l'ocupació estable, s'imposa la **flexibilitat** en la lògica de contractació. Entre d'altres mesures es subcontracten empreses, es creen filials per a contractar mà d'obra flexible o es contracta —o lloga— al personal a través d'empreses de treball temporal (ETT). Les ETT són empreses que monopolitzen la informació del mercat laboral, es queden amb una part del salari dels treballadors i obstaculitzen el conflicte laboral. L'expansió d'aquest nou sector és tal que algunes ETT són també grans transnacionals. Només l'ETT nord-americana Manpower va aconseguir a l'any 1996 augmentar els seus ingressos en un 719% a l'Estat Espanyol.

«El bon comportament de les despeses de personal de Telefònica de España, —que han disminuït un 11% en l'exercici— és el resultat de la reducció de plantilla: 11.580 empleats menys respecte a desembre de 1998.»

Balanç de 1999 de Telefònica

A més dels *contractes temporals*, també augmenten els *a temps parcial*, de manera que cada cop son més les persones que treballen amb horaris indefinits i en funció de les necessitats de l'empresa. Es produeix la paradoxa de que moltes d'aquestes persones que, en teoria, treballen a temps parcial ho fan en jornades de gairebé 40 hores setmanals i romanen durant anys en la mateixa empresa. L'únic que els diferencia dels treballadors fitxes és la mal entesa flexibilitat horària i, sobretot, els salaris que perceben.

La tendència a la precarització s'aguditza quan les empreses externalitzen activitats econòmiques mitjançant la **subcontractació**. La subcontractació és un dels trets claus del model d'empresa actual, on una de les principals funcions dels gestors empresarials és buscar quines activitats no són crucials per a la companyia per tal d'externalitzar-les.

La subcontractació es fa teòricament amb una empresa aliena a la principal (la que subcontracta), que així evadeix tota mena responsabilitats amb els treballadors. Però a la pràctica, l'empresa principal és sovint la propietària de la infraestructura, la que dirigeix i planifica l'activitat o la formació del personal subcontractat. Els subcontractats solen treballar en condicions de precarietat i amb una jornada variable en funció de la demanda. Se'ls hi poden alternar els torns d'una setmana a l'altra, cobren per hores, no tenen vacances o en tenen menys de les que els hi correspondria i han de comptar amb màxima disponibilitat horària.

TELFÒNICA I LES RELACIONS LABORALS

- 1) Estratel, empresa del grup Telefónica, paga tres vegades menys als seus treballadors que Telefónica de España —l'empresa matriu— per feines de la mateixa categoria. Un ample percentatge de les trucades que fem al 1003 es reben des del Marroc on a través de la filial Atento es paga el 50% menys als treballadors marroquins que als espanyols.
- 2) Telefónica elaborà a 1998 un pla de reducció de plantilla de 10.000 llocs de treball. Aquest acomiadament costà a l'Estat 185.150 milions de pta. (en concepte de prestacions d'atur i el que no s'ingressaria de la seguretat social), mentre que a l'empresa li suposaria un estalvi de 150.000 milions en els pròxims vuit anys. D'aquesta manera al 1993 els salaris suposaven un 34,6% de les despeses totals de Telefónica i al 1.999 només un 19,2%.

En un context on predominen aquesta mena de condicions laborals, no ens ha d'estranyar que els joves que actualment treballen en precari desconeguin els seus drets laborals, no hagin assistit mai a una assemblea de treballadors o no estiguin afiliats als sindicats. Ben al

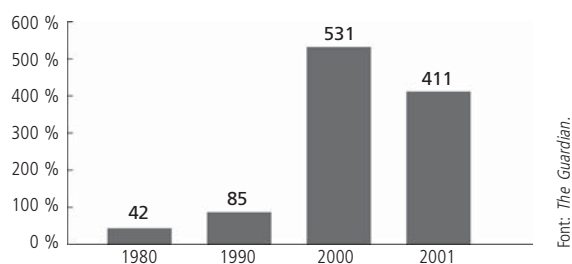
«En la indústria automobilística, la subcontractació ha anat tant lluny que alguns preveuen que la companyia d'automòbils pot convertir-se en breu en una espècie de casa de disseny i agència de marketing de nivell superior.»

Lazerson, 1990

contrari, els treballadors i treballadores del mercat laboral flexible de cada cop estan més desconnectats entre ells, se'ls fa competir per un lloc en un mercat laboral amb atur estructural, i on els canvis continus i la mobilitat els impedeixen comptar amb una estabilitat suficient com per a poder-se conèixer i organitzar. Davant d'això, alguns empresaris encara s'escandalitzen de la manca de lleialtat entre els joves treballadors cap a l'empresa.

Per altra banda, algunes grans ETN no reconeixen el dret dels seus treballadors a sindicar-se, com és el cas de Mc Donald's a la majoria de països on es troba, de FNAC o Wal-Mart. Així justifica Wal Mart, empresa amb un milió d'empleats, la seva opció per evitar els sindicats: «A Wal-Mart, respectem els drets individuals dels nostres treballadors i els animem a que expressin les seves idees, comentaris i preocupacions. Perquè creiem en mantenir un ambient de comunicacions obertes, no creiem en la necessitat de la representació a través de terceres parts».

Però no pensem que tothom que treballa a les grans ETN ho fa en condicions tant precàries i als mateixos nivells de desprotecció. Al 2001, el salari mig dels executius de les majors ETN rondava els 15,5 milions de dòlars anuals. Per a fer-nos una idea de la desigualtat salarial en el sí de les empreses només cal dir que els executius tenen, de mitjana, un sou 411 vegades més alt que els treballadors. A 1980 aquest rati «només» era de 42 i a 1990 de 85.



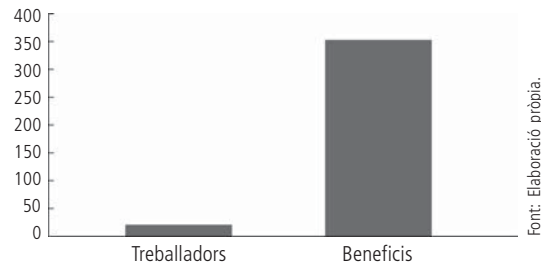
Com ja deia Adam Smith, «els nostres mercaders es queixen molt dels efectes negatius dels alts salaris al augmentar el preu, motiu pel qual baixen les vendes dels seus bens aquí i a l'estranger. Però ells no diuen res respecte als mals efectes dels grans beneficis. Ells romanen silenciosos vers els perniciosos efectes dels seus propis guanys. Ells es queixen només d'aquells de l'altra gent».

Internacionalització del treball: l'exploració laboral s'estén al sud

La transnacionalització empresarial ha comportat la coneguda com a divisió internacional del treball, és a dir, la descentralització del procés productiu en diferents països i, consegüentment, la industrialització de zones del planeta que, com la majoria dels països del sud, fins ara no ho estaven. La internacionalització del treball, a l'igual que altres processos empresarials, respon també a criteris d'optimització de la producció i del treball. Així, són moltes les empreses que han tancat les seves fàbriques instal·lades als països del nord i les han portades o subcontractat a països del sud per les «avantatges competitives» que aquests ofereixen, és a dir, perquè poden minimitzar el costos de producció. Així, els llocs de treball en el sector del tèxtil varen baixar a l'Estat Espanyol entre 1980 i 1993 en un 35,3%. En canvi, al Marroc en el mateix període els llocs de treball en les fàbriques tèxtils (instal·lades, en part, per les mateixes empreses espanyoles) augmentaren un 166,5%.

Però aquest traspàs de fàbriques no equival a un joc de suma zero, ja que si fem un recompte a nivell mundial ens trobem com des de que el treball s'internacionalitza s'han eliminat milions de llocs de treball. De fet, entre 1983 i 1999 el nombre de persones contractades per les 200 ETN més grans augmentà només un 14,4%, mentre que els beneficis, de forma totalment desproporcionada, ho feren en un 362,4%.

Tot i que les ETN mouen dos terços del comerç del món, només empleen el 3% de la força de treball mundial.

Percentatge de creixement del nombre de treballadors en relació als beneficis a les 200 ETN més grans (1983 – 1999)

La reducció de mà d'obra no es déu únicament, com afirmen algunes fonts, a la «robotització del procés productiu» ja que, per sobre d'altres factors, destaca com s'ha agreujat l'explotació (o optimització, segons els gestors) de la mà d'obra als països del sud. La no-regulació o feble regulació laboral existent en aquests països i les facilitats que posen els governants per a que els inversors estrangers s'hi instal·lin permeten entendre la centralitat del factor explotació a l'hora de que les ETN puguin fer «més amb menys» en termes de mà d'obra. Ens trobem com, per una banda, la internacionalització del treball ha permès reduir costos en concepte de salaris: per exemple, empreses com Wal Mart, Nike, Adidas o Ralph Lauren no paguen més de 20 cèntims d'euro l'hora a les seves treballadores de les zones franques xineses.

Per altra banda, la jornada laboral en aquests països és molt més llarga que al nord: aquesta no baixa de les 12 hores diàries i en zones com el sud de Xina la mitjana és de 16 h. S'arriba a extrems en que, com succeeix a algunes zones franques de Centreamèrica, per a que les treballadores responguin a un encàrrec urgent són dopades amb amfetamines; així poden treballar fins a 48 hores seguides. Tal i com afirma Tim Connor, coordinador de l'Observatori Nike d'Oxfam Austràlia, «la pràctica de contractació externa de la producció seguida per com-

panyies com Nike, Adidas i Levis força als propietaris de les factories subcontractades a una competència ferotge que es tradueix en una reducció de costos, un increment de la flexibilitat i una acceleració del procés productiu».

EXPLOTACIÓ DE MA D'OBRA AL MARROC

Després d'un any d'investigacions a desenes de tallers tèxtils a Tànger (Marroc), l'ONG Setem ha demostrat que determinades empreses espanyoles subcontracten tallers que violen greument importants drets humans i laborals. Segons Setem, el 60 % dels tallers de Tànger que contracten treballadores en condicions totalment inacceptables, produeixen per a empreses espanyoles com Inditex (Zara, Berska, Massimo Dutti, etc.), Mayoral o El Corte Inglés.

Malgrat que no falten motius als obrers i obreres del sud per a reivindicar més dignitat en el seu treball, la transnacionalització empresarial comporta les següents dificultats per a fer efectives aquestes reivindicacions:

- a) Els directius que prenen les decisions a l'empresa estan distants físicament del lloc on es realitza la reivindicació. A més, com hem vist en l'anterior apartat, la propietat de les empreses esdevé més difusa i complexa en cas de que aquestes cotitzin en borsa.
- b) La capacitat financera de l'ETN possibilita una resistència prolongada a la vaga. A més, si a un país es fa vaga, només cal que s'intensifiqui la producció en la filial d'un altre país per tal de que la protesta no repercuteixi en els resultats econòmics de l'empresa.
- c) A nombroses zones franques la sindicació i les vagues són il·legals. En algunes regions, fins i tot, els sindicalistes són víctimes de la repressió amb la que les seves empreses pretenen silenciar les seves reivindicacions.

d) I sovint, quan els obrers i obreres de les zones franques aconsegueixen organitzar-se i assolir mínims de dignitat laboral, les fàbriques emigren a llocs on aquestes condicions encara no es donen. Seria aquest el motiu pel què Reebok, a 1.995, ja havia substituït el 60% dels seus contractes amb Corea i Taiwan i optà per fer les seves comandes a les recent creades fàbriques de Xina i Indonèsia. A les fàbriques de les zones franques de Guatemala se les anomena «Golondrinas» perquè, com a tants altres països de la regió, d'un dia per l'altre poden volar i desaparèixer emportant-se la tecnologia, les mercaderies i els sous de les treballadores.

Informació d'aquesta mena refuta l'axioma del capitalisme global segons el qual la IED als països del sud és una font de desenvolupament, de generació de nous llocs de treball o equival a una transferència des dels països més rics de benestar, tecnologia, capital i coneixement.

«La destresa manual de la dona oriental és famosa en tot el món. Les seves mans són petites i treballen ràpid i amb suma cura ¿Qui podrà estar doncs millor qualificada per a contribuir a l'eficàcia d'una cadena de producció que una dona oriental?»

Ho Kown Ping,
empresari

Dona i treball: l'explotació portada l'extrem

Les dones componen el 70% dels 1.300 milions de persones que es troben en condicions d'absoluta pobresa al món. En l'actual context de desigualtat les dones són les que paguen el preu més alt: majors taxes d'atur, feines de pitjor qualitat, sous més baixos i drets socials més precaris.

La incorporació de la dona al mercat laboral ha sigut possible no només per una major centralitat de valors feministes o el triomf de demandes d'igualtat d'oportunitats entre sexes. L'interès del mercat en que això fos així ha sigut clau en aquest recent canvi en l'estructura social. Tinguem en compte els grans beneficis que reporta la incorporació de la dona al mercat laboral a les empreses per la disminució de costos laborals. A l'estat espanyol les dones cobren un 30% menys que els homes per treballs de la mateixa categoria laboral. Però de nou,

aquest eix de desigualtat es manifesta més clarament als països del sud.

A banda del factor salarial, les ETN ocupen gairebé exclusivament a dones a les zones franques, sovint per la convicció de que són més eficients, submises i tolerants a les tasques repetitives. A més, els empresaris valoren que les dones siguin més flexibles en l'àmbit laboral degut a estar acostumades al treball domèstic no remunerat de manera que, com reconeix la UNCTAD, acomiadar-les «els hi resulta menys traumàtic».

SUBMISSIÓ

«Pot contractar a Rosa Martínez per 57 cèntims l'hora. Rosa és molt més que colorista. Ella i les seves companyes són conegudes per ser aplicades, fiables i aprendre ràpid». Aquest era el contingut d'un anunci que apareixia a la revista Bobbin posat per un grup empresarial de El Salvador. Juntament al rètol apareixia la fotografia d'una suposada Rosa Martínez treballant amb una màquina de cosir. El 90% d'aquest anunci fou finançat per USAID, l'agència de desenvolupament internacional de EUA.

Las Les dones treballadores pateixen més abusos en l'àmbit laboral que els homes. Un estudi del «Movimiento de Mujeres Trabajadoras y Desempleadas Maria Elena Cuadra» fet sobre una mostra de 2.562 treballadores de zones franques de Nicaragua, on el 70% del personal que treballa a zones franques són dones menors de 25 anys, reflecteix les següents conclusions: el 44% de treballadores no disposa d'àrea de menjador; el 35% requereix permís per anar al bany; el 34% afirma que només a vegades els hi donen permís per anar al metge, i el 47% de les que tenen permís reben retallades en el sou per aquest fet. Després de la maternitat, el 46% de les dones no conservaven el mateix lloc de feina. Al 33%,

al haver de dur el fill al metge, l'empresa els hi dedueix part del salari. El 29% han sofert malalties o lesions arrel del treball en la zona franca. El 5% ha sofert violència física i el 18% violència verbal o pressió psicològica als llocs de treball.

Altres recerques han demostrat com moltes dones són acomiadades o no contractades quan tenen més de vint-i-cinc anys o quan es queden embarassades. S'arriba a extrems en els que es controla a les dones treballadores si tenen la menstruació quan pertoca per a assabentar-se de si estan embarassades.

Contaminació del planeta i depredació dels recursos naturals



Es necessitarien deu planetes com la Terra per a que els països pobres poguessin consumir tant com consumeixen els països rics.

Durant els anys noranta l'emissió de CO₂, la principal causa d'escalfament del planeta, va augmentar un 9% (un 18% a EUA). 30.000 persones moren cada dia per ingerir aigua contaminada. 17 milions d'hectàrees de boscos desapareixen cada any i 6.000 espècies animals són exterminades. Davant aquesta realitat són poques les ETN que reaccionen per a paliar-la, i moltes les que l'agreugen. És aquest un factor més que reflecteix com **mentre les ETN privatitzen els guanys,**

socialitzen els costos i les externalitats negatives de la seva activitat amb la resta de la societat i amb el mediambient.

Juntament al *dumping* laboral, un dels principals motius de les empreses per a invertir a l'estranger és la permissibilitat dels països amfitrions, sobretot del sud, en afers mediambientals. El *dumping* mediambiental és una pràctica conscient i que fins i tot s'ha promogut des

d'institucions multilaterals com el Banc Mundial. A desembre de 1991, l'economista en cap del BM, Lawrence Summers, va escriure un document intern sobre la idoneïtat d'internacionalitzar les «empreses brutes», el qual va sortir a la llum aixecant una gran polèmica. En aquest document, Summers proposava que les empreses contaminants s'instal·lessin als països en desenvolupament per diferents motius entre els que destaquen que són països que encara tenen molt d'espai per contaminar («països *under-polluted*», com els qualifica) i l'escassa incidència del càncer sobre els seus habitants (ja que «els pobres es moren abans i per altres motius»).

Les empreses de major impacte mediambiental són les que es dediquen a extreure recursos naturals. Aquestes empreses, a banda de generar l'activitat més depredadora, fonamenten la seva activitat en una apropiació abusiva i, en molts casos, il·legítima de recursos naturals. Matèries primeres, metalls, recursos energètics, ... esdevenen objectes de processos de privatització i mercantilització. És el que està passant, per exemple, amb les reserves d'aigua potable, concebudes pels inversors com una «mercaderia» cada cop més valuosa i vers, com asseguren alguns inversors, la que existeix una «exponencial demanda».

El projecte Ralco d'Endesa a l'alto Bío Bío (Xile) consisteix en construir una presa que inundarà 3.500 ha. De terra fèrtil i desplaçarà 1.500 indígenes de les seves comunitats

EL SERVEI DE L'AIGUA

L'exploració comercial dels serveis relacionats amb el control d'un recurs natural com l'aigua, reporta anualment guanys de 200.000 milions de dòlars. Dues ETN franceses, Vivendi-Generales des Eaux i Suez Lyonnaise des Eaux, dominen aquest mercat, tot i que cal destacar la creixent expansió de la multinacional catalana Aigües de Barcelona (AGBAR). Així, les grans empreses mediatitzen cada cop més l'accés a l'aigua potable i a altres recursos naturals.

La Confederació Nacional Indígena de l'Equador ha iniciat una multimilionària demanda judicial contra la Texaco per haver abocat 11.300 litres de petroli cru a la selva amazònica equatoriana durant 20 anys.

L'acord TRIPS, del que parlàvem en el capítol 2, legalitza aquesta mena de privatització de la Natura, en concret, la concessió de patents sobre éssers vius per a ser explotats amb fins comercials i lucratiu. Tot un reflex de la concepció materialista i reduccionista del món que es pot arribar a tenir des del sector empresarial. Entre d'altres implicacions, les patents relacionades amb els éssers vius solen comportar un espoli de la riquesa natural existent als països del sud per part de les grans ETN. Recentment, Costa Rica ha concedit a la farmacèutica Merk, a canvi d'un milió de dòlars, l'accés a tots els seus recursos genètics, equivalents a un 5% de totes les espècies d'éssers vius de la Terra.

En termes d'impacte ambiental, entre les empreses extractores de recursos naturals destaca l'acció de les dedicades al sector petrolier. Aquest tipus d'empreses són les que supediten més clarament els interessos ambientals al seu propi benefici. En quan als impactes de la seva activitat, diversos informes d'impacte mediambiental descriuen nombrosos casos de: contaminació d'aigües; desforestació per a fer oleoductes, camps, carreteres i heliports; pèrdua de biodiversitat; trencament de compromisos de reforestació o de recondicionament de terres; danys als cultius dels pobladors, etc.

Per altra banda, aquests informes demostren també l'impacte negatiu de l'activitat d'extracció petrolera en la salut pública. En molts casos el dany ecològic i a la salut tenen relació directa: els vessaments de petroli i d'olis al terra i als rius, o l'oxidació de tubs i desguassos provoquen malalties com mal d'oïda, infeccions a la pell, diarrea, mals de cap, canvis de pigmentació, berrugues i èczemes. També s'ha vist com en àrees contaminades augmenta el percentatge d'avortaments, de morts per causes desconegudes, d'esterilitat i de càncer.

Tot i que les energètiques són les empreses més agressives amb el mediambient, entre les empreses més poderoses de l'Estat Espanyol hem de fer referència a l'impacte ambiental de les hoteleres, algunes de les quals

REPSOL A AMÈRICA LLATINA

Repsol-YPF realitza la seva activitat en àrees protegides com: la Reserva Llançanelo d'Argentina; el Parque Nacional Kaaya Gran Chaco, Parque Nacional Amboró, Parque Nacional Apolobamba, Parque Nacional Madidi, Reserva de la biosfera Pilon Lajas i Parque Nacional Isiboro Secure de Bolívia; i, a Equador, al Bosque Protector Mindo-Nambillo i a la Reserva de la Biosfera Cayambe Coca.

han portat a terme importants processos d'internacionalització. Seria el cas del **Grup Barceló** que compta amb complexos hotelers de luxe a Mèxic, Tunísia, República Dominicana, Guatemala, Costa Rica i EUA. Per exemple, a Tambor (Costa Rica), un dels hotels Barceló, de 400 habitacions, està situat a 50 metres de la mar. Per a la seva construcció es va acabar amb la vegetació de tota la vessant d'una muntanya, es va tapar un pantà, es va extreure arena d'un riu i es va destruir una muntanya per fer-ne una pedrera. Tot això sense els permisos de les administracions del país. Més tard es va agafar arena blanca d'una platja propera per tal de tapar l'arena negra que hi havia a la platja privada del complex, ja que l'arena negra no era prou estètica per les fotos dels catàlegs publicitaris. Un altre gegant hotelier mallorquí, **Sol Melià**, ha aixecat recentment una onada de mobilitzacions i ha estat denunciat per la societat civil de la zona Costera de Santa Cruz (Costa Rica) per pretendre aconseguir la concessió d'un nou aqüífer, que es sumaria als quatre que ja explotava, per a regar el nou camp de golf de l'Hotel Melià Conchal- Paradisus.

«Con el agua que necesita el Hotel Melià se podría abastecer una ciudad de 200 mil hab. Imagínense el montón de agua que es eso.»

Tríptic del
Comité de Lucha
en Defensa de
las Aguas
Costeras de
Sta. Cruz



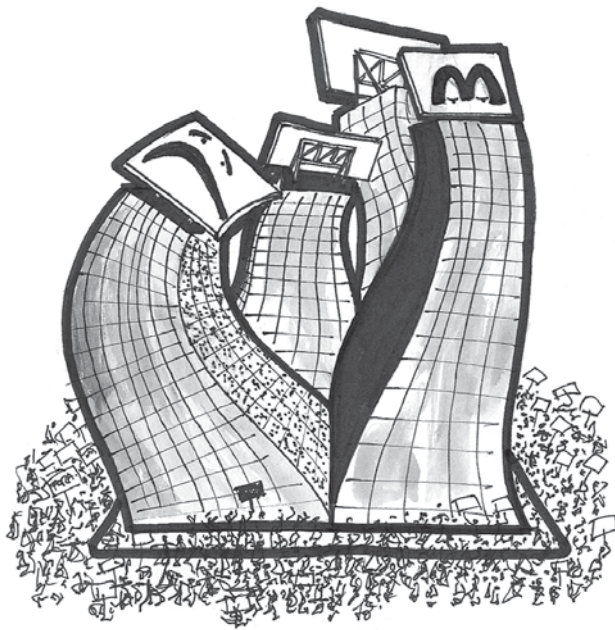
Per a saber més sobre els temes tractats en aquest capítol

- BRUNET, I. y BELZUNEGUI, Á. (2003), *Flexibilidad y formación*, Icaria, Barcelona.
- CANAL, C. (2001), *Las empresas militares privadas*, Cátedra Unesco per la Pau de la UAB, inèdit.
- COLECTIVO DE DIFUSIÓN DE LA DEUDA ECOLÓGICA (2003), *Deuda ecológica. ¿Quién debe a quién?*, Icaria, Barcelona.
- DUBOIS, MILLÁN y ROCA (2001), *Capitalismo, desigualdades y degradación medioambiental*, Icaria, Barcelona.
- GAVALDA, M. (1998), «Repsol en Bolivia: una transnacional en el trópico latinoamericano», *Ecología Política*, nº 15.
- (2003), *La recolonización*, Icaria, Barcelona.
- GIORDANO, E. (2002), *Las guerras del petróleo*, Icaria, Barcelona.
- KANOUI, V. (2001), «Globalización, multinacionales y poblaciones en peligro», Cuadernos para el debate nº 2, *Metges sense fronteres*, Barcelona.
- MADELEY, J. (1999), *Big business, poor peoples: the impact of transnational corporations on the world's poor*, Zed Books.
- INFORMES DE LA ORGANITZACIÓ INTERNACIONAL DEL TREBALL (OIT).

NOTA: En aquest capítol dedicat als impactes de l'expansió empresarial no hem fet referència a la **privatització dels serveis públics** degut a que el proper número de la col·lecció *ContraArguments*, està dedicat exclusivament a aquest tema. En ell, exposarem l'impacte de les empreses pel que fa a la mercantilització d'aquests serveis el qual es pot mesurar, per exemple, en termes de vulneració de drets socials i de les condicions dels serveis, de barreres i dificultats per al control públic del seu subministrament o pel que respecta a l'estratificació social de la ciutadania.

4

Poder ciutadà vs poder empresarial



A mode de conclusió

L'imperatiu de l'expansió econòmica i de l'acumulació s'ha revestit i intentat legitimar a través d'una sèrie d'axiomes (com, per exemple, que la inversió estrangera i la liberalització econòmica són la millor manera de créixer econòmicament i d'estendre benestar entre la població mundial) que s'han desmoronat i han perdut credibilitat un cop s'han fet realitat. Al llarg d'aquest treball hem vist com en l'actual fase del capitalisme, caracteritzada per una competència global cada cop més accentuada, l'acció de les grans empreses comporta la vulneració de molts dels aspectes que tenen a veure amb l'interès general de la població: la solidaritat entre pobles i persones, la sostenibilitat ambiental, els drets humans fonamentals, els drets econòmics, la democràcia, la llibertat d'expressió, etc. En definitiva, són molts els motius que ens porten a considerar a les ETN com a agents econòmics privats amb interessos distints i, en molts casos, contraris als de la majoria de la població.

Tot i la dimensió del poder de les ETN i la seva capacitat per a definir meta-regles, no podem subestimar el poder de la població a l'hora de construir alternatives i d'instaurar micro-regles. De fet, són moltes les alternatives que ja estan en marxa promogudes per un ample ventall de moviments populars. En aquest quart i darrer capítol ens centrarem en la definició de possibles accions individuals i, sobretot, col·lectives per a l'exercici d'un contrapoder al poder empresarial. Destinar recursos a accions de resistència —o a alternatives a nivell micro— com les que descrivim no té perquè restar importància ni a la política de masses ni a plantejaments de transformació política i econòmica més profunds o estructurals. Al contrari, podria reforçar-los.

Alternatives i resistències

Consum responsable i crític

A partir d'actes tant quotidians com el consum es poden engegar incitaves més transformadores del que pot semblar. Cal ser conscients del poder que tenim com a consumidors (o com a no-consumidors), ja que en el consum de les persones se sustenta l'actual sistema econòmic. De fet, és la nostra dependència cap els productes i serveis de les grans ETN el que les fa més poderoses. Així doncs, una primera opció seria que intentéssim decidir per nosaltres quines són les nostres necessitats de consum reals, ja que, com hem vist, moltes necessitats són construïdes per les ETN i inculcades a través dels mitjans de comunicació i la publicitat.

A l'hora de consumir podem intentar que els productes compleixin una sèrie de criteris com: a) que siguin ecològics o tinguin el mínim impacte mediambiental; b) que estiguin fabricats el més localment possible; c) que els treballadors cobrin dignament per a la seva elaboració i, a ser possible, que la seva feina no reporti beneficis a qui no treballa com passa amb la majoria dels accionistes i/o propietaris de les grans ETN.

Respecte a aquest darrer criteri una possibilitat a les nostres mans és la de donar suport a les iniciatives de **cooperativisme**, ja que els beneficis que de les cooperatives s'obtenen repercuteixen directament en els treballadors. Quan els productes han de ser importats de països del sud, com el cafè o la xocolata, podem assegurar-nos de que s'han produït des d'una organització cooperativa on els treballadors gaudeixen de condicions laborals i salaris dignes. És el que es coneix com a **comerç just**, sistema de comerç que a més de comprometre's amb la dignitat laboral, redueix a mínims el nombre d'intermediaris entre productor i consumidor.

Per a que l'ètica en el consum no sigui quelcom elitista i inaccessible per a moltes butxaques, podem organitzar-nos en **cooperatives de consum**, és a dir, en espais que ens permetin consumir diferents productes

que han estat produïts respectant els criteris abans esmentats i a preus més assequibles que si ho féssim individualment. Més assequible encara resulta participar en **xarxes d'intercanvi** de bens o de serveis no mercantilitzats. Aquests són espais on podem intercanviar roba, mobles, llibres, coneixements, serveis domèstics etc. que no estan mediatitzats pels diners i, per tant, es fonamenten en el valor d'ús real enlloc d'en el valor de canvi.

Si es dóna el cas, podem tenir en compte la nostra dimensió com estalviadors i evitar tenir els nostres diners a grans bancs i caixes les quals operen amb els nostres estalvis amb absoluta irresponsabilitat social i mediambiental. En aquest cas, l'opció existent es diu **banca ètica**.

Finalment, dir que davant la mercantilització de la informació i del coneixement al que estem assistint podem accedir a recursos en els que aquests dos elements circulen lliures d'interessos econòmics, publicitat encoberta, drets d'autor o copyrights.

RECURSOS

- 1) **Xarxes d'intercanvis de coneixements i de troc:** www.reasnet.com
- 2) **Guies de Consum:** www.cric.pangea.org, www.pangea.org/xarxaconsum, www.cleanclothes.org, www.ethicalconsumer.org, www.ropalimpia.org, www.comerciojusto.com, www.ethicaltrade.org, www.novethic.fr, www.transnationale.org
- 3) **Cooperatives (producció i consum):** cooperativestreball.coop, cooperativagerminal.galeon.com, agrariamansa.org/html/Consum.htm
- 4) **Estalvi:** www.fets.org, www.economiasolidaria.org/rufas, www.pangea.org/oikocredit
- 5) **Lliure accés al coneixement:** www.elwarez.com, www.gnu.org/licenses/licenses.html, www.linux.org
- 6) **Alliberament de la informació:** www.indymedia.org, www.liberinfo.net

Mobilització i organització de la població

La mobilització de la societat civil ha permès assolir importants guanys davant l'expansió de les ETN. Recentment a Perú i Bolívia camperols i indígenes impedièn al seu govern que aprovessin importants paquets de privatitzacions. En països com el nostre s'estan obrint diferents línies de mobilització davant del poder de les grans empreses. L'actual cicle de protesta contra la mundialització capitalista està configurant un teixit social prou sòlid com per a poder generar incitaves amb capacitat d'incidència.

- a) **Campanyes de boicot.** Una fórmula de mobilització habitual contra determinades empreses o per a incidir en política la conformen les campanyes de no-consum o boicot a determinats productes. El boicot de consum es pot promoure a nivell individual, però la campanya pot tenir encara més repercussió si busca adhesions i el no-consum d'actors col·lectius com ara col·legis, ajuntaments, universitats, federacions d'associacions, etc.

Una de les primeres campanyes de boicot de gran incidència fou la que denunciava els abusos de Nestlé als països del sud. Darrerament s'han succeït campanyes contra empreses acusades d'explotar la seva mà d'obra (Nike, Adidas, Reebok, Levi's o Disney), d'assassinar sindicalistes (Coca-Cola) o de participar en la guerra contra l'Iraq (veure www.boicotpreventiu.org). Moltes d'aquestes campanyes han tingut certa incidència social de manera que les empreses han vist reduït un marge dels seus beneficis i la seva cotització a la borsa. Tinguem en compte que a les empreses que tant inverteixen en publicitat el pitjor que se'ls pot fer és malmetre la seva imatge.

- b) **Guerrilla de comunicació.** C**Guerrilla de comunicació.** En reacció a la invasió de la publicitat i de la seva permanent i exponencial presència en l'esfera pública s'han organitzat iniciatives que pretenen crear interferències o donar la volta als missatges publicita-

ris per tal que vagin en contra de les corporacions i de la imatge de marca en la que tant inverteixen.

- c) **Acció directa i desobediència civil.** L'acció directa i la desobediència civil permeten a la població organitzada assolir per diferents vies un ample ventall d'objectius com: plantejar demandes o queixes, fer arribar missatges, visualitzar contradiccions o fer malbé els interessos de les grans empreses.
- d) **Lluita sindical.** Si parlem d'acció directa o mobilització davant els abusos empresarials cal ressaltar l'acció dels mateixos treballadors de les grans empreses, organitzats habitualment en sindicats. Entre les darreres campanyes de més repercussió hom recordarà l'acampada dels treballadors de Sintel a la Castellana (Madrid) o les tancades en la fàbrica de les treballadores de Fontaneda. Cal destacar també la cooperació portada a terme des d'alguns sindicats del nord amb els treballadors i treballadores del sud per tal de col·laborar en la seva organització i en la denúncia d'abusos laborals, així com la creixent tendència cap a la internacionalització de la lluita sindical .

RECURSOS

Campanyes de boicot: www.boicotpreventiu.org (contra l'economia de guerra), www.infact.org (Philip Morris); www.babymilkaction.org (Nestlé), www.pressurepoint.org (ExxonMobil), www.globalexchange.org/economy/corporations/nike (Nike), spanner.org/mclibel/vdo, www.mcspotlight.org (McDonald's, la primera web inclou un vídeo del famós cas McLibel);

Guerrilla de comunicació: www.guerrillamedia.org, www.lasagencias.org, www.adbusters.org

Grups d'Acció directa: www.cazalobbies.net, www.yomango.net, rts.gn.apc.org (Reclaim the Streets)

Lluita sindical: www.afcio.org/corporateamerica/paywatch/what2do/; www.cgt.es/legislacion.html

Recerca activista

La recerca des de posicions d'activisme polític ens poden permetre analitzar amb rigorositat els mecanismes d'expansió i radicalització del poder de les grans empreses, i comptar així amb més eines per a la nostra tasca de reflexió, debat i acció.

- a) **Desvetllar secrets.** Hi ha tota una sèrie d'informacions que les ETN no estan obligades a fer públiques com: acomiadaments dels treballadors d'altres països, les emissions de tòxics de les filials a l'estranger, les avantatges reals amb les que es troben als llocs on inverteixen, etc. Així doncs, pot ser interessant que per la via de la recerca aquesta informació es faci pública i sigui difosa.
- b) **Fonamentar les campanyes dels moviments socials.** Donat el pes que hem vist que tenen les ETN en moltes de les problemàtiques que ens afecten, seria interessant que tota protesta o mobilització social aprofundís en la diagnosi dels problemes i, mitjançant la recerca, intentés esbrinar quins interessos transnacionals es troben al darrera la problemàtica per la qual ens mobilitzem.
- c) **Les empreses espanyoles.** Un altre filó de recerca és el de les ETN espanyoles, les quals estan poc investigades en comparació a les nord-americanes o nord-europees. Aquesta situació pot ser que canviï en breu gràcies a un col·lectiu de recerca-activista que s'està consolidant a nivell estatal: el *ojo transnacional*. Cal ressaltar que en la seva web s'hi troba una guia de com fer recerca sobre ETN.

RECURSOS PER A LA RECERCA SOBRE ETN

- 1) **Observatoris i cercadors generals:**
www.transnationale.org; www.corpwatch.org;
www.corporatewatch.org; www.cornerhouse.org ;
www.alainet.org, www.hoovers.com, www.northernlights.com,
www.business.com, www.shareholderaction.org
- 2) **ETN espanyoles:** www.ojotransnacional.org;
www.observatorideute.org, www.moles.org.
- 3) **Mediambient i indústria energètica:** www.epa.gov,
www.scorecard.org, www.rtknet.org,
www.petroleumplace.com, www.oilonline.com,
www.oilandgasonline.com, www.worldoil.com,
www.gasandoil.com, www.api.org, www.petromino.com,
www.eia.doe.gov, www.epa.gov/globalwarming
- 4) **Extracció de recursos als països del sud:**
www.mineralpolicy.org, mpi.org.au, www.miningwatch.ca,
www.ogap.org, www.amazonwatch.org,
www.amazonalliance.org, www.ran.org, www.foei.org,
www.seen.org, www.nma.org, www.goldinstitute.org
- 5) **Abusos dels directius:** www.aficio.org/paywatch/index.htm
- 6) **Relació empreses i organismes internacionals:**
www.bankwatch.org, www.bicusa.org, www.whirledbank.org,
www.eireview.org, www.ems.org/banks/world.html
- 7) **Drets humans:** www.derechos.org, www.hrw.org,
www.business-humanrights.org/index.html
- 8) **Drets laborals:** www.laborrights.org, www.osha.gov,
www.msha.gov, www.eeoc.gov, www.labornet.org,
www.globalexchange.org, www.sweatshopwatch.org,
www.uniteunion.org, www.coalitionforjustice.net
- 9) **Contribucions de les empreses (suborns, lobbying):**
www.opensecrets.org, www.followthemoney.org

Per a saber més sobre els temes d'aquest capítol



- BLISSET y BRUNZELS (2000), *Manual de guerrilla de comunicació*, Virus, Barcelona.
- CRIC (2000), *Come y calla... o no. Incidir en el sistema a través del consumo*, Icaria, Barcelona.
- CRIC (1997), *Rebelión en la tienda*, Icaria, Barcelona.
- FARRÉ, I. (2002), *Consumidores activos. Experiencias activas para el siglo XXI*, Icaria, Barcelona.
- NEXE – *Quaderns d'autogestió i economia cooperativa* (Publicació semestral).
- TEITELBAUM, A. «El papel de las sociedades transnacionales en el mundo contemporáneo, necesidad de su encuadramiento jurídico», a www.cetim.ch/activ/esppart1.pdf.





Glossari d'acrònims

ALCA: ALCA: Àrea de Lliure Comerç de les Amèriques
BM: Banc Mundial
CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CT: Comissió Trilateral
CW: Consens de Washington
ETN: Empreses Transnacionals
EUA: Estats Units d'Amèrica
FEM: Fòrum Econòmic Mundial
FMI: Fons Monetari Internacional
FOEI: Amics de la Terra Internacional
GATS o AGCS: Acord General sobre el Comerç de Serveis
GATT: Acord General sobre Arancels Aduaners i Comerç
GC: Global Compact
IED: Inversió directa a l'estranger
NAFTA: Tractat de lliure comerç d'Amèrica del Nord
OCDE: Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic
OCU: Oficina de Consumidors i Usuaris
OMC: Organització Mundial del Comerç
ONU: Organització de les Nacions Unides
PAE: Pla d'Ajustament Estructural
PNUD: Programa de les Nacions Unides per al Desenvolupament
RP: Relacions Públiques
TRIPS o ADPIC: Acord sobre els Aspectes dels Drets de Propietat Intel·lectual Relacionats amb el Comerç
UNCTAD: Centre sobre les Empreses Transnacionals de les Nacions Unides







Am el suport de:





