

Mujeres, consumo global y deterioro planetario

Por Pilar Vega

Publicado en el libro "Mujeres y Globalización". Editado por Mujeres para la Paz, 2004.

Nunca como ahora las áreas urbanas han reflejado los impactos de género producidos por la globalización económica; las redes productivas, culturales y el consumo. Estas transformaciones han viajado de forma inmediata gracias a la velocidad alcanzada por el transporte material y la aceleración virtual de las nuevas tecnologías de la información. Esta situación ha provocado que todas padezcamos la inseguridad alimentaria, paguemos por la privatización del agua en manos de las multinacionales, llevemos puesta la misma ropa confeccionada por las maquiladoras, respiremos los mismos contaminantes producidos por el tráfico rodado o tengamos un único pensamiento en cualquier parte del planeta.

Pero bajo esta uniformidad se esconden profundas desigualdades no sólo respecto a los hombres, sino entre las propias mujeres. Es un tiempo de vivencias contradictorias donde, por un lado los nuevos inventos de la globalización ofrecen algunas ventajas para la vida cotidiana, pero generan nuevos problemas, con consecuencias ambientalmente irreversibles.

Cuando tras la Segunda Guerra Mundial, las instituciones de Bretón Woods (FMI y Banco Mundial) idean los mecanismos necesarios para generalizar el desarrollo económico de forma universal en todo el planeta, comienzan a modificarse entonces los modos de vida y se inicia una etapa de transformaciones sociales y ambientales nunca vistas.

Los nuevos hábitos de consumo de masas generan suculentos beneficios económicos, al tiempo que degradan territorios cada vez más explotados. Este modelo se irá extendiendo poco a poco de forma universal hasta convertirse en una nueva colonización urbanística que confinará a una nueva mujer al hogar suburbial. Se intensifica la conquista territorial, la escala y el ritmo en la explotación de los recursos y de las culturas, que alcanza ahora a todo el planeta.

Este nuevo modelo de consumo muestra en los medios de comunicación a las mujeres occidentales como las grandes conquistadoras de la felicidad; son aquellas que habitan en viviendas unifamiliares, con automóvil y a las que los adelantos tecnológicos liberan de los duros trabajos domésticos, desarrollan estilos de vida que les encierra en el hogar de forma similar a como habían padecido las mujeres de otras generaciones. Es este el prototipo femenino que necesitan las multinacionales para poder dar salida indefinidamente a los inventos del consumo.

El modelo se exporta a todas las zonas del planeta, saltándose las barreras culturales y religiosas o las condiciones climatológicas; si en occidente estos cambios se explican como una aparente liberación, en la periferia las desigualdades afectan a muchas más mujeres y de forma más clara. En numerosas ocasiones a la sumisión patriarcal de la costumbre local (padres, maridos o hermanos) se añade el abuso laboral de las multinacionales en las cadenas de producción, la explotación sexual para el turismo

internacional masculino o el control del cuerpo a través de las pautas marcadas por las organizaciones internacionales de la salud.

En las zonas rurales de la periferia donde las mujeres han desempeñado un papel fundamental en la agricultura de escala local, el nuevo modelo las separa de la tierra y las convierte en consumidoras; Todo esto les obliga a trabajar para las multinacionales por sueldos irrisorios, para comprar estos mismos productos universales.

La implantación de las corporaciones multinacionales necesita grandes infraestructuras (autopistas, presas, aeropuertos, etc) que generan importantes impactos ambientales, y aniquilan los elementos básicos de las pequeñas y locales explotaciones agrícolas. El agua escasea y se contamina, el suelo se desertiza, los bosques desaparecen, etc. Numerosas poblaciones se ven forzadas a trasladarse a las megalópolis, otras se adaptan a las nuevas reglas impuestas por las multinacionales formando parte de un nuevo esclavismo.

Curiosamente las corporaciones internacionales intensifican y refuerzan el papel de los hombres convirtiéndolos en capataces de las explotaciones de monocultivos, y utilizan mano de obra femenina y barata para el trabajo menos cualificado. A partir de ahora la agricultura funciona como la cadena de montaje de una factoría, desligándose de la diversidad de la tierra, y culmina con el dominio de la naturaleza por parte de la ingeniería genética. El conocimiento de las prácticas agrícolas que las mujeres han acumulado durante siglos, no sirve en este nuevo modelo productivo manipulado por un ingeniero desde el microscopio de las multinacionales que tiene un único objetivo, lograr grandes beneficios en un corto periodo de tiempo.

A partir de ahora la seguridad alimentaria queda fuera del control de las mujeres, las corporaciones no solo modifican genéticamente las semillas de las plantas y los animales, sino que además introducen elevados niveles de pesticidas, fungicidas, fertilizantes o antibióticos, que se bioacumulan en los cuerpos, generando graves enfermedades. Para dar salida a los nuevos diseños de alimentos las corporaciones dedican buena parte de su presupuesto a modificar los hábitos alimenticios introduciendo dietas uniformes en todos los pueblos del planeta. La publicidad interviene promoviendo la necesidad de estos cambios en los gustos alimentarios: bífidos activos, ácidos omega3, leche enriquecida en calcio o productos light. Los expertos en nutrición de las multinacionales destruyen de este modo la diversidad alimentaria que las mujeres transmitían de generación en generación.

Sin embargo, por encima de la apariencia física, del aspecto del paisaje, del volumen de consumo de productos de compañías transnacionales, tanto en las periferias como en el centro del modelo, pervive lo peor de otras épocas: violencia doméstica, costumbres ancestrales.... ¿ Será capaz la globalización de frenar las injusticias generadas por las desigualdades de género?. O por el contrario, en el momento presente ¿se están reforzando aún más estos desequilibrios, al convertir a los patriarcas en los verdaderos amos del mundo y en los estrategas de la cotidianidad de las mujeres?.