

¿Por qué temer la globalización?

Why fear globalization?

■ Con este número de noviembre de 2006, *Ars Medica. Revista de Humanidades* cumple su quinto año desde que comenzara su singladura en 2002, por lo que hemos querido marcar esta fecha con un artículo especial: *El medio ambiente de China en un mundo globalizado. Cómo se interrelacionan China y el resto del mundo*.

La emergencia de China, ya no sólo como amenaza militar, sino como nuevo poder económico, está cambiando de forma drástica el *statu quo* sobre el que ha pivotado el orden mundial a lo largo de las dos últimas décadas. China es el cuarto país en superficie del Planeta y el más poblado. En sus tierras viven 1.300 millones de almas (el 20% del total de la población mundial); el doble de las que había hace sólo medio siglo. Al rebufo de la globalización, su economía lleva 10 años creciendo a una tasa media anual del 9%, lo que se ha traducido en que, en ese lapso, su PIB se ha multiplicado por dos, ha llegado a ser la cuarta economía del Mundo y ya ocupa el primer puesto entre el grupo de países emergentes conocidos como BRIC (Brasil, Rusia, India y China).

No puede extrañar, a la vista de los hechos, que China se haya convertido en un inextinguible comprador y utilizador de materias primas, y sea el mayor consumidor del mundo de acero (alrededor del 30% del total) y el segundo de petróleo, después de Estados Unidos. Entre 1978 y 2003, su producción de acero, cemento, fibras artificiales y televisores en color aumentó en 7, 13, 42 y 17.214 veces, respectivamente. La deslocalización, que forma parte del fenómeno de la globalización y que, de una manera u otra, siempre ha existido desde que empezó el comercio, ha hecho de China una gran fábrica mundial de manufacturas, gracias a su capacidad para abaratar los precios, aniquilar la competencia local y tirar a la baja los sueldos de los trabajadores menos cualificados. Situación que debería obligar a los países industrializados a aparcarse la retórica inane y coger el toro por los cuernos, esto es, orientar su futuro de acuerdo con esta nueva realidad. Sin dejar de tener igualmente presente que la India va camino de convertirse en otro proveedor masivo de bienes de consumo, aunque aventaja a China en su capacidad de generar servicios basados en las nuevas (y las viejas) tecnologías. En 2003, por poner sólo un ejemplo, visitaron la India unos 150.000 extranjeros (muchos de ellos estadounidenses que huían de los inasequibles precios de la sanidad de su país) en busca de tratamientos médicos. El crecimiento de la demanda de estos servicios se cifra en un 15% anual y mueve ya un mercado que ronda los 2.500 millones de dólares anuales.

Pese a su descomunal PIB y al fuerte liderazgo que ejerce en la producción de diversos bienes, la renta per cápita de China es inferior a la de otros países; de ahí que todavía tenga un

enorme potencial de crecimiento, lo que la convierte en un fuerte competidor por las materias primas y bienes más escasos, por ejemplo, los apreciados combustibles de origen fósil. Pero aún resulta más evidente lo que quiero decir, si caemos en la cuenta de que Estados Unidos tiene aproximadamente 750 coches por cada 1.000 habitantes, España unos 450 y China sólo 7. Así, el parque móvil de nuestro país es de unos 19 millones de vehículos y el de China de 9 millones. Para alcanzar sólo nuestro nivel (no el de Estados Unidos), ese país tendría que producir 800 millones de vehículos. Las preguntas tales como: ¿es sostenible el ritmo de expansión chino y los efectos secundarios que inflige (puestos de manifiesto en el artículo incluido en este número)? o ¿cuáles podrían ser las consecuencias de que China llegase a situarse al mismo nivel de consumo por persona que Estados Unidos? son inevitables. Y en este caso, como en tantos otros, la bola de cristal sirve de poco. Sin embargo, parece obvio que los esfuerzos deberían encaminarse a la (dolorosa) reconversión para así adaptarse a esta nueva realidad, es decir, buscar aquellos nichos dentro de este gran mercado globalizado en los que un país medio como el nuestro puede competir. Ya lo apuntamos en nuestro número de noviembre de 2005 (p. 293): "El mundo puede ver hoy a China como un problema; pero deberemos preocuparnos mucho más cuando China considere al resto del mundo como un problema para ella".

* * *

Al igual que siempre, los que hacemos esta *Revista de Humanidades* deseamos que los contenidos recogidos en este nuevo número sean de interés general. Agradecemos —especialmente en esta ocasión que cumplimos cinco años— a los amables lectores sus comentarios y a nuestra benefactora, la Fundación Pfizer, el apoyo incondicional con el que nos distingue. Hasta el próximo mes de mayo.

José Luis Puerta