

El artículo del día

Detrás de los mercados

En las últimas décadas, en aras de los mercados se está dinamitando el modelo europeo de bienestar social

ENRIQUE
Gastón*

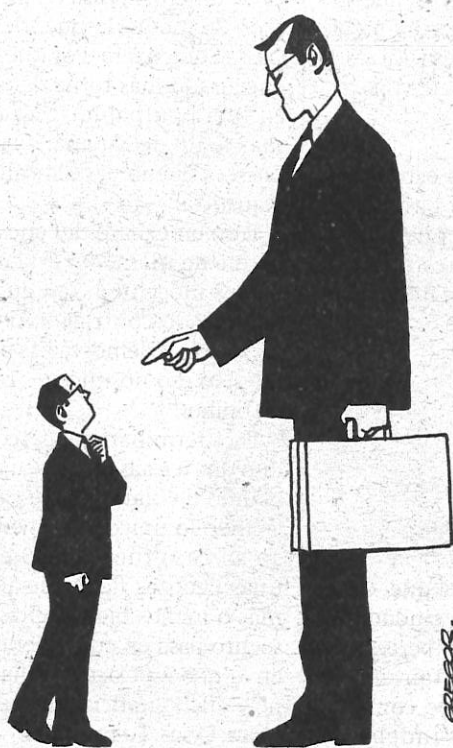
Como institución reguladora, el mercado tiene una peculiaridad: supone ganadores y perdedores. Esto vale tanto para las mercancías y servicios como para las personas. Y tratándose de seres humanos, los perdedores del mercado necesitan la ayuda de amigos, familiares o voluntarios; y si estos no llegan, hacen falta instituciones equivalentes al Estado.

¿Quiénes son los perdedores? Hay muchos. Con seguridad los niños y ancianos, los enfermos, los discapacitados, los que carecen de habilidad o de inteligencia, los débiles de carácter o físicamente, y los llamados vagos. Pero hay muchos más: los que no han tenido oportunidades de formarse y los que carecen de medios para desarrollar su talento (el ejemplo de los potenciales pianistas que jamás tendrán un piano); los que han tenido mala suerte o han sido perjudicados por el azar (el ejemplo de los niños abandonados o de las víctimas de un terremoto o de las secuelas de una guerra, de terroristas o de asesinos); y el de quienes por azar, después de haber invertido en un producto y trabajado intensamente, resulta que el clima o unas normas sobre las que él no tiene ninguna responsabilidad, le impiden beneficiarse de lo que han hecho. O los trabajadores que reciben la noticia de un ERE. Y los ejemplos serían interminables.

El caso es que el mercado, junto a sus perdedores, supone injusticias sociales que otros tendrán que solucionar. Y para eso estaría el Estado. Que también es injusto, ya que casi nunca tiene suficientes recursos para llegar a todos, y no suele ayudar más que a sus propios miembros; co-

mo las familias a sus hijos y no a los del vecino. Los extranjeros con frecuencia quedarían fuera y algunas veces incluso estando en el mismo territorio.

Hay otros casos de perdedores muy sangrantes: quienes tienen menos oportunidades por haber nacido mujeres, o tener otro color de piel o son hijos de fieles de otra religión o miembros de otra cultura. Hay cosas que no dependen de uno, pero que condicionan su vida y le hacen ser ganador o perdedor (ser flaco en una socie-



dad que supervalora la gordura, o gordo en un mundo de modelos flacos o flacos).

La humanidad ha intentado paliar el desamparo de los perdedores, aunque también ha existido y existe la tendencia contraria. En la lucha por la vida, los *homo faber*, los creadores y utilizadores de objetos descubrieron muy pronto que ningún ob-

jeto es tan útil y placentero como otro ser humano utilizado como objeto. Y así consiguieron esclavos, se aprovecharon de las mujeres y niños; y de quienes, por la razón que fuere, estaban en una situación de debilidad.

Un gran esfuerzo de racionalidad, durante muchísimos años, ha ido asegurando un sistema de bienestar compensatorio, garantizado por el sector público. Frente a estas garantías existe un mercado puro que va a favorecer a determinadas personas, territorios y naciones, en perjuicio de otros. Los glorificadores del mercado suelen ocultar lo que tiene detrás y en lo que participamos todos, ya que todos podemos estar enfermos o en el paro, todos fuimos niños y somos o seremos viejos; y la mitad de los humanos son mujeres y muchos más pueden ser objeto de discriminaciones por su piel o su cultura. Para eso hacen falta instituciones sanitarias; de formación, cultura e investigación; ayudas para la infancia, pensiones de jubilación, dinero para quienes están en el paro.

En las últimas décadas en aras del mercado, de los mercados, se está dinamitando el modelo europeo de bienestar social. Es cierto que el mercado puede ser importante para separar las buenas de las malas mercancías, las caras de las baratas; y que también la competitividad puede estimular a personas para que intenten mejorar. Sin embargo, esa parte del mercado que calificaríamos de positiva, se convierte en un monstruo si no tiene una limitación y si se debilita la función equilibradora de injusticias sociales que suponen las instituciones públicas. Y el mayor nivel de monstruosidad puede ser aceptar que el mercado sustituya a las personas y a la democracia, en bien de los ganadores que han conseguido acumular más, gracias entre otras cosas a su situación ventajosa, no siempre merecida.≡

*Profesor Emérito de Sociología

Políticamente incorrecta

LOLA
Ester*

Exceso de democracia

Si mandan los mercados, ahorrémonos los gobiernos», sugería El Roto en una de las lúcidas viñetas que publica en *El País*. Sin pizca de humor es lo mismo que predica la Comisión Trilateral, el potente lobby creado por Rockefeller que en su acta de constitución promueve un mundo gobernado por los bancos y las corporaciones transnacionales con un único fin: superar el «peligroso» exceso de democracia. Y en esas estamos, los mercados han empezado a echar mano de los lobbistas europeos para sustituir a gobiernos legítimamente establecidos en una grosera demostración de que las democracias no pueden rechistar a los mercados. Monti, director europeo de la Trilateral, y Papademos, miembro activo de esta comisión, han sido colocados al frente de los gobiernos de Italia y Grecia con el fin de recomponer lo que ellos mismos descompusieron, pues Papademos era el jefe del Banco Central Griego en la época en la que Goldman Sachs maquilló los datos de la economía griega para acceder a la zona euro, y Monti ha sido consejero internacional de este poderoso banco norteamericano. ¿Y quien va a fiscalizar a estos dos recién llegados al poder político? Pues nada menos que Draghi, el nuevo presidente del Banco Central Europeo y hasta hace poco vicepresidente de Goldman Sachs. Los tentáculos de la Trilateral, como se ve, son largos y potentes. Ojalá Rajoy pueda hacer prevalecer nuestra democracia sobre los mercados para que la Trilateral no eche mano de sus lobbistas españoles: Garrigues, Matutes, Ana Patricia Botín y Emilio Ybarra, entre otros ≡ *Periodista

Postigo



GRUPO ZETA: Fundador: ANTONIO ASENSIO PIZARRO. Presidente: Antonio Asensio Mosbah. Presidente de la Comisión Ejecutiva: Juan Llopart. Director General: Conrado Carnal. Director Editorial y de Comunicación: Miguel Ángel Liso. Director del área de Prensa: Enrique Simarro. Director del área de Comercial y Publicidad: Pablo San José. Director del área de Libros y Plantas de Impresión: Román de Vicente. Directora del área de Revistas: Marta Ariño. Director del área de Recursos: David Casanovas. PRENSA DIARIA ARAGONESA, S.A.: Gerente: Juan José Espigares. Director Administrativo: Jesús Lechón. Jefe de Distribución: Javier de la Torre. Jefa de Promociones: Marta Cagigas. Director Comercial: José Manuel Hernández. Redacción, Administración, Distribución y Publicidad: Calle Hernán Cortés, 37. 50005 Zaragoza. Teléfono centralita: 976 700 400. Fax de redacción: 976 700 458.