

Mundialización, solidaridad y cooperación

el club
Monografía

Desde una organización como la nuestra, de forma constante venimos reflexionando sobre nuestro trabajo de cooperación y solidaridad y los procesos de mundialización de los que no nos podemos abstraer.

ENTREPUEBLOS es una Asociación, una "OeNeGe" como se identifica a cualquier organización social en la actualidad, que desarrolla su actividad desde 1988 en el campo de la Solidaridad y la Cooperación Internacional mediante la participación en campañas específicas y a través de la financiación de proyectos que faciliten, a las organizaciones con las

que trabajamos en esos países (Nicaragua, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Cuba, Ecuador, Perú, Haití y Colombia) cauces económicos que posibiliten desarrollo endógeno y de apoyo a sus estructuras organizativas en sus objetivos de transformación y participación social.

La obsesión del capitalismo por obtener más y mejores beneficios ha perdido el pudor, si es que alguna vez lo tuvo, en las formas en las que obtener nuevos y rápidos beneficios basados en la rentabilidad del capital financiero sin tener en cuenta su repercusión en las personas (Deuda externa, fuertes procesos de "ajuste estructural", privatizaciones masivas, desempleo, etc.).

En este sentido el proceso "mundializador" en curso ha venido a apuntalar una concepción y una práctica de la Cooperación Internacional para el Desarrollo más explícito en su apoyo al sistema capitalista mundial. Una de las consecuencias más notorias de la falta de voluntad política ha sido la disminución de recursos económicos destinados a países empobrecidos desde la mayoría de países donantes.

Esta disminución de fondos se compensa, en esa estrategia, con la aportación, cada vez mayor, de fondos provenientes de empresas, el denominado "Marketing con causa". Esta actividad genera una financiación proveniente de una pequeña porción de los beneficios empresariales que generan algunas campañas de consumo con "oferta solidaria" incluida.

Salvando alguna excepción, se utilizan estas campañas, no para reducir la pobreza ni promover el desarrollo, sino para la búsqueda de nuevos beneficios, económicos, de imagen o de fidelización de marca, para las empresas que las impulsan, con la mediación de organizaciones sociales que "avalan" esta "causa justa".

La autonomía e independencia de las organizaciones se sustenta en gran medida en su autonomía financiera; por eso la búsqueda de financiación, privada o pública, es una tarea importante, pero es muy peligroso dejarla a merced de los beneficios del mercado. En muchos casos estas actuaciones de marketing son una simple, sencilla y aséptica práctica consumista, que tranquiliza las conciencias y no promueve una actitud crítica participativa, además de no poder pasar por alto que en algunos casos se pretende hacer negocio con la muerte, el dolor y la injusticia que sufren millones de personas en el mundo.

Otra de las consecuencias "globalizadoras" del todo que vale para la obtención de mayores beneficios es el aumento de los fondos de Ayuda humanitaria y/o de Emergencia, en un claro panorama "privatizador" y de reducción de las responsabilidades políticas públicas. Tratan asimismo de darle mayor valor al mercado, incluidos los famosos microcréditos, consiguiendo introducir estos mecanismos donde hasta ahora habían estado ausentes o eran ignorados. Los Bancos y Cajas de Ahorro, que tampoco pierden el tiempo, han conseguido "contratar" a muchas entidades sociales para vender tarjetas de crédito con su logotipo a cambio de un porcentaje de los beneficios de sus nuevos clientes, en gran número socios y socias de esas mismas entidades.

En lo tocante al Estado Español se ha aprobado el Plan Director de Cooperación para el periodo 2001-2004, que tiene la virtud de dejar muy clara la postura del gobierno de Aznar en este asunto. Además de pretender reducir el número de ONGD a un grupo "selecto", el Plan Director no hace apenas referencias a la lucha contra la pobreza como eje de su actuación y tampoco fija cantidades concretas para aliviar la Deuda Externa. Eso sí, este Plan pone muy claro el énfasis en la liberalización económica como elemento central del desarrollo: "Las inversiones Españolas, públicas y privadas, deben tener una rentabilidad inmediata apreciable en las cuentas de resultados de las empresas o en el cumplimiento de objetivos políticos bilaterales" (en estos momen-

(sigue en la página siguiente)

*Manuel Espinilla García
Presidente de
ENTREPUEBLOS