

## A Globalização que não dá certo

Dentro do magnífico terminal novo do aeroporto de Salvador - que leva o nome do falecido deputado Luis Eduardo Magalhães - não há espaço para a venda de acarajés, doces típicos e água de coco. Há diversos fast-foods, pelo menos um American Bar e outras facilidades - mas as especialidades da terra estão fora, literalmente, com barraquinhas armadas em frente ao estacionamento.

Ganhei - da jovem baiana que vendia os acarajés - uma lição de patriotismo gastronômico. Perguntei-lhe porque não estava dentro do terminal e respondeu-me. - É que a Infraero tem medo da concorrência. Imagine-se alguém, podendo pedir um acarajá, vai escolher um hambúrguer...

Espero que o Senhor do Bonfim abençoe essa disposição competitiva do povo baiano. Mas as cartas terrenas parecem estar marcadas, cada vez mais, contra a criatividade, a diversidade e os patrimônios culturais dos povos que não representem os interesses econômicos dos países do primeiro mundo - em especial os EUA e a Europa da CEE.

Aliás, essa é a essência de um documento produzido pela UNESCO, depois de um congresso internacional sobre cultura e desenvolvimento, a respeito da globalização: o processo precisa ser humanizado. "Os 189 estados membros da UNESCO não questionam o fato da globalização", afirma, mas os novos elementos "que surgem como insubstituíveis nos planos de desenvolvimento, tanto econômicos como sociais, são a criatividade das sociedades, a diversidade cultural e o patrimônio como raiz".

Não me parece que isso venha sendo respeitado, desde que começamos a sentir, na nossa carne social, os primeiros efeitos da globalização.

Na verdade, o modelo que se tem delineado parece-se muito com o histórico mercantilismo imperialista dos séculos XVI a XIX, em que o comércio era falso e a predação real.

O que observei no aeroporto de Salvador se constitui simplesmente em uma evidência visual de como são, cotidiana e domesticamente, atropelados os valores considerados importantes pela UNESCO: criatividade, diversidade e patrimônio cultural.

Há, contudo, no front empresarial, muitos outros sintomas preocupantes.

No que se refere à nossa criatividade, por exemplo, o que vem ocorrendo com um de seus ícones, as agências de propaganda, é ilustrativo. Em duas décadas, passamos de uma situação de domínio das empresas brasileiras - em 1985 eram 15, entre as 20 maiores - para a atual participação minoritária: pertencem a grupos estrangeiros, 16 das 20 maiores agências do país. Não faria muita diferença, o dado quantitativo, se não fosse pelas consequências adversas: o contínuo "alinhamento" das verbas multinacionais conduz a uma indesejável padronização de anúncios e campanhas, a partir de paradigmas ditados pelas matrizes americanas e européias. Isso não só produz queda na qualidade da criação, como desemprego e diminuição nos salários dos profissionais de criação. Sem os clientes "grandes", que as possam sustentar, também pioram as condições de sobrevivência para as antigas hot-shops criativas.

A engolição contínua dos nossos bancos, e empresas de serviços públicos e indústrias, por grandes grupos internacionais, não vem trazendo, também, melhorias aparentes, nem para a economia, nem para o consumidor. Foi-se a diversidade. Os serviços padronizaram-se e caíram, em geral, de qualidade. Nunca pagamos tão caro pelos serviços que eram públicos. E as marcas dos produtos brasileiros - muitas tradicionais e valiosas como patrimônio - vêm sendo impiedosamente eliminadas e substituídas pelas estrangeiras. E agora encontra-se em perigo o setor crítico da imprensa e da mídia eletrônica.

É claro que, sem respeito à diversidade, sem estímulo à criatividade, extingue-se, aos poucos, o patrimônio de raiz. O que ganhamos com isso?

Fui dos primeiros a aplaudir o fenômeno novo da globalização, como uma entrada de saudável oxigênio na nossa economia, então semi-fechada. Estou, agora, cheio de dúvidas. Tenho medo de que nossa atmosfera se acabe tornando irrespirável.

PENTEADO, J. Roberto Whitaker. A Globalização que não dá certo. **JRWP - J. Roberto Whitaker Penteado**, Rio de Janeiro, ago. 2002. Disponível em <http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=435&ID=105>. Acesso em: 8 mar. 2010.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais