

## La globalización del estilo de vida

Guillermo Arosemena Arosemena

Al hablar de globalización se piensa en bienes, servicios, deportes, turismo y educación. Pero incluye mucho más, como estilo de vida, y en algunos casos cultura. Desde el inicio del siglo XX, Estados Unidos comenzó a exportar música, espectáculos, moda, forma de relacionarse socialmente, gustos, etc. La actividad económica generada por el estilo de vida es muy superior a cualquier otro sector económico y tiene otros beneficios.

Este tipo de globalización se ha hecho visible con el fallecimiento de Michael Jackson, quien fue el equivalente a Elvis Presley en mi generación y Glen Miller en la de mis padres. La cobertura mundial del fallecimiento de Jackson dada por la prensa fue impactante, las noticias aparecieron en primera página de diarios y revistas, y en tiempo estelar de radio y televisión. Hubo homenajes en todos los continentes, jóvenes maquillados y vestidos como Jackson, hicieron imitaciones de su baile y canto. En China, adolescentes, sin conocer inglés, se sentían tristes por la muerte su ídolo. Las estadísticas publicadas con motivo de su muerte son impresionantes: el sitio web para conocer sobre los detalles de su funeral, visitado 500 millones de veces, la venta de 700 millones de discos, una canción vendió 109 millones; una tercera parte de la policía de Los Angeles fue asignada al control del funeral; este costo más otros superaron los dos millones de dólares, obligando a la alcaldía a solicitar donaciones para cubrirlos.

La globalización del estilo de vida, tiene repercusiones económicas y también políticas e ideológicas. Ningún país ha tenido el éxito de Estados Unidos en exportar su estilo de vida y en esta actividad tiene supremacía de mercado, por la incapacidad de otros países en competir. Un ejemplo es Hollywood y sus efectos especiales. Más de medio centenar de países hacen películas, incluyendo India, que produce más del doble de películas que Hollywood, pero las estadounidenses son mayoritariamente preferidas. Hacer películas requiere de la participación y coordinación de numerosos especialistas y mucha tecnología. Lo mismo se puede comentar de los espectáculos teatrales que existen en la mayoría de los países, pero sólo Inglaterra se compara a los de Broadway; el teatro musical estadounidense es recreado en todos los continentes.

El mundo mágico de los niños, aprovechado por el genio de Walt Disney, es otra fuente de globalización, sus parques se encuentran en tres continentes; revistas y libros se producen y venden en todo el mundo, así como la de numerosos personajes de tiras cómicas que surgieron décadas después. El éxito de Disney fue encontrar un entretenimiento disfrutado por padre e hijo. En su autobiografía Disney contaba que se aburría cuando llevaba a sus hijos al carrusel, pues se sentaba aburrido a ver como éste daba vueltas y vueltas.

En moda, el dominio se inició con el bluyín hace varias décadas, luego zapatos, gafas oscuras y demás ropa usada por adolescentes y adultos. La influencia ha sido tan

grande que Japón, China y otros países asiáticos, dejaron de usar los kimonos que por siglos fue la manera de vestirse.

Las redes sociales en Internet son la más reciente globalización del estilo de vida. Fueron creadas por jóvenes y dirigidas primordialmente a ellos, pero también hay adultos que las usan. Empresas como My Space, Facebook y más recientemente Twitter, han pasado a formar parte de la vida de centenares de millones de personas en todo el mundo. A través de ellas intercambian información, incluyendo fotos. Las citadas redes son muy efectivas y eficientes en manejar las comunicaciones. En la reciente crisis de Irán, los jóvenes usaron esta herramienta tecnológica para mantenerse informados y comunicarse con el mundo exterior.

La exportación del estilo de vida no es fácil, requiere conocimientos, creatividad, innovación y tecnología, características de las economías capitalistas. Ninguno de los países socialistas, ha logrado hacerlo, pues ellos coartar las libertades y matan la iniciativa privada.