

Análisis de Coyuntura

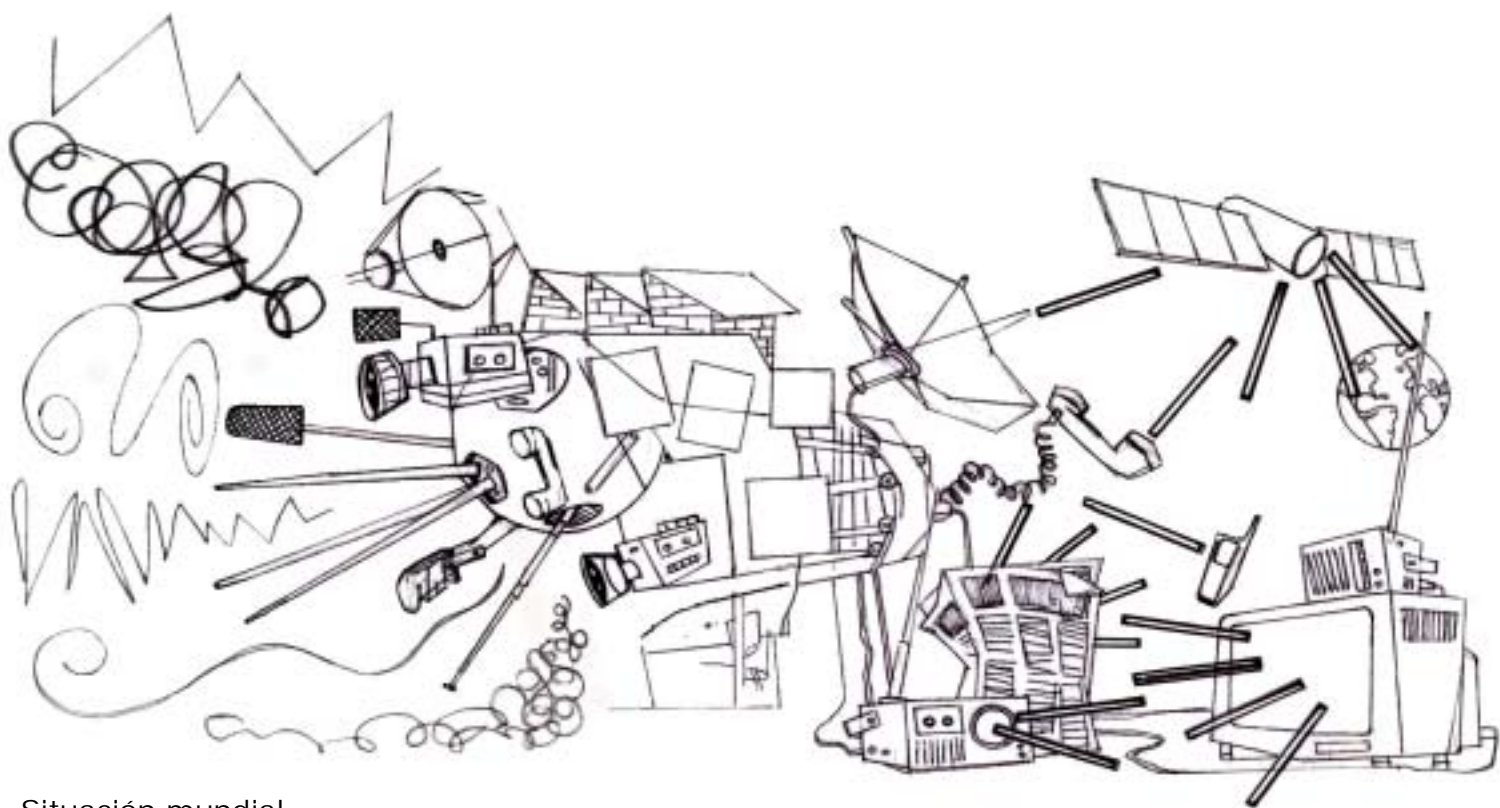
REVISTA MENSUAL

ENERO DE 2005

AÑO IV • NRO 55

Medios masivos de comunicación:

Analizamos su grado de concentración a nivel mundial, latinoamericano y local, y el papel que juegan en la construcción de poder.



Situación mundial

- Cuarto poder: cómo y por qué devino la rama estratégica por excelencia.
- Un imperativo general: ampliar la escala, liquidar competidores y avanzar sobre otras ramas.

América latina

- Unión Sudamericana: entre la necesidad política y la pelea por los mercados.
- El papel de los medios en Venezuela.

Argentina

- El abandono del default despierta disputas latentes.
- Reclamos gremiales: Moyano tranquiliza al empresariado.

Situación Mundial

3 Pelea por las ganancias

Historia de los medios

La innovación tecnológica encuentra su rama más adepta

Los medios hoy: acortando distancias y extendiendo el tiempo

7 Situación política

Dos modelos, un mismo interés estratégico

América Latina

9 Pelea por las ganancias

La misma pelea de fondo ante los nuevos acuerdos

La crisis a diez años de la conformación del MERCOSUR

10 Coyuntura Política

El sueño de Bolívar y la necesidad política del cono sur

Ley de Responsabilidad Social en Venezuela

El MAS triunfa contra la “democracia pactada” en Bolivia

El Etnocacerismo intenta canalizar el descontento social peruano

Argentina

16 Pelea por las ganancias

El abandono del default despierta las disputas latentes

La recomposición salarial: necesidad de cohesión social

Epilogo: La dinámica de la concentración en capitales foráneos y locales

19 Coyuntura política

PJ bonaerense: Solá se le anima al poder de Duhalde

Conflictos gremiales: lucha salarial con la CGT de moderadora

Medios de comunicación: ¿de quién es el Derecho a la Información?

21 Conflicto social

Análisis de Coyuntura

Revista Mensual
Enero de 2005
Año IV • Nro 55

Equipo de trabajo: Claudio Adrianzen, Ezequiel Alfieri, Sebastián Juncal, Julián Kan, Sebastián Ortiz, Mariano Ronzoni, Diego Tavormina, Fabián Ulmann, Alejandro Viegas, Martín Yuchak. Dibujo de tapa: Ariel Muñiz.

Fuentes consultadas: EE.UU.: *Wall Street Journal* (WSJ); *New York Times* (NYT); *Washington Post* (WP) – Francia: *Le Figaro* (LF); *Le Monde* (LM) – Gran Bretaña: *The Economist* (TE); *BBC News* (BBC) – México: *La Jornada de México* (LJdM) – Venezuela: *El Universal* (Un) – Colombia: *El tiempo* (Et) – Bolivia: *Los tiempos de Cochabamba* (LTC) – Perú: *La República* (LR) – Brasil: *Folha de Sao Paulo* (FSP); *O estado do Sao Paulo* (OSP); *Folha da tarde-Folha de Sao Paulo* (FDT-FSP) – Argentina: *Clarín* (C); *La Nación* (LN)

Para contactarnos: informecon@yahoo.com.ar

Números anteriores: www.geocities.com/informecon

En este número

Los medios masivos de comunicación gustan de presentarse como adalides, sino de la democracia, al menos de las libertades de opinión y expresión, componentes esenciales de este régimen político. Al mismo tiempo, se saben capaces de influir sobre la sociedad entera al punto de reconocerse como “cuarto poder”. Sin embargo, hace más de cien años, el entonces editor de Wall Street Journal ponía el foco en otro lado: “*Un diario es una empresa privada que no debe absolutamente nada a un público que no tiene sobre ella ningún derecho. La empresa, por tanto, no está afectada por ningún interés público. Es propiedad exclusiva de su dueño, que vende un producto manufacturado por su cuenta y riesgo*”.

En este número trataremos de dar cuenta de ambos aspectos: los medios como herramienta de la lucha política e ideológica —con la lucha de clases como determinación esencial— y los medios como un sector de la actividad productiva —y por lo tanto regidos por las leyes de acumulación del capital. Ambos temas suelen entrecruzarse de manera poco notable cuando se habla de “libertad de prensa”: el rol político de los medios se confunde con su carácter de empresa privada cuando en boca de los grandes medios, la libertad de prensa se identifica con la independencia de las empresas de medios frente al estado y al gobierno. Aunque esto tiene sus motivaciones arraigadas en el presente, su origen remoto está en el nacimiento mismo de la moderna prensa escrita, tal como veremos en Situación Mundial.

Más contemporáneamente, surge la idea del “derecho a la información”, que se plasmó en la Declaración de los Derechos Humanos de la ONU, aprobada en 1948 y más tarde, en la Convención Americana de Derechos Humanos de 1969 (Pacto de San José de Costa Rica, incorporado a la Constitución Nacional en 1994). Según esta concepción, el titular de la información es el público que la recibe. En este sentido, existe un mandato tácito otorgado por el público a los periodistas y a los empresarios, por el cual se les delega la facultad de investigar, recibir y difundir informaciones y opiniones con el objeto de cumplir una misión social: la de informar. Por otro lado, también se establece que le cabe al Estado impedir la conformación de monopolios informativos (art. 13 del Pacto de San José), para que exista el pluralismo informativo.

Es obvio que ambos temas —el público como titular de la información y el límite a la monopolización— están lejos de lo que muestra la realidad. En ambos aspectos el derecho a la información delimita un terreno de disputa, en el que la lucha de clases define a cada momento resultados parciales. Así, veremos diferentes “modelos” de desarrollo de los medios en EE.UU. y Europa, el caso de Venezuela con su nueva ley de medios, o aquí mismo las editoriales de *La Nación*, que muestran una interpretación del derecho a la información como libertad de prensa “estrecha”.

Fuera del tema medios, seguimos viendo cómo el proceso de integración sudamericano avanza contradictoriamente, entre los intereses cruzados de las distintas burguesías locales y sobre un terreno social y político más que complejo.

Por estos pagos, también veremos la forma en que se han desarrollado los medios recientemente. Además, observaremos que el cierre de uno de los frentes de conflicto —la salida del default— agudiza otros que venimos siguiendo y abre algunos nuevos que se habían mantenido “en espera”. Los conflictos se dan en las alturas —regulación de las privatizadas, Cipep vs. Cadena agroindustrial, interna del PJ bonaerense— y también con el protagonismo de los trabajadores.

Asomémonos a todo esto....

Situación Mundial

“El cuarto poder” es quizás la definición más común que circula en la sociedad sobre los medios masivos de comunicación (MMC). La imprecisión de dicha noción esconde su naturaleza y sus características al punto de revelar, exclusivamente, su fuerza. Nada explica el eufemismo de los medios en sí mismos, que son los que, en todo caso, ostentan en su accionar y desarrollo, dicho poder. Éste se asienta en una necesidad intrínseca de la especie humana, la comunicación, en la que se funda toda vida social. Las formas que la comunicación fue adoptando a través de la historia emergen de las distintas relaciones sociales de producción establecidas en función del grado de desarrollo de las fuerzas productivas. Dichas relaciones se encuentran en permanente movimiento, ya sea bajo la forma de cambios cualitativos o de mera acumulación cuantitativa. Dentro de esta dialéctica de cambio y permanencia, la transmisión y recepción de información en sentido amplio cumple un papel central: constituye el vehículo que conforma a las clases como agentes de transformación o conservación de las relaciones sociales. Por en-

de, del análisis de los MMC tal como son en la actualidad podemos establecer, en primer lugar, el momento de la lucha entre las clases –el motor de la dialéctica del cambio y permanencia– y, en segundo lugar, el grado de desarrollo de las fuerzas productivas –que en el sistema capitalista se refleja en la acumulación y reproducción del capital. Y así podemos volver al aspecto más circunstancial, histórico y fugaz de aquella definición. ¿Revela quizás el fracaso de los otros tres poderes? ¿Es un complemento cada vez más necesario? Del análisis histórico que sigue, observaremos que, en rigor, los MMC van a suministrar, por el lado del proceso de apropiación del valor producido socialmente, lo que la institucionalidad aún no llegó a dar de manera coherente a cada una de las fracciones de la burguesía que pugnan por realizar su mercancía: creación, remodelación y difusión de necesidades. De esta manera, el carácter estratégico de los MMC los va a transformar en el más apetecible bocado del proceso de concentración y centralización del capital, quintaesencia del sistema capitalista.

Pelea por las ganancias

Historia de los medios: de herramienta del ascenso de la burguesía a mecanismo de perpetuación en el poder

La masificación de la información es producto del triunfo final de la burguesía sobre la aristocracia. Inicialmente, los medios gráficos constituían una herramienta de lucha política emprendida contra las relaciones feudales y en favor de la extensión del trabajo “libre”. Reflejando la importancia creciente de la burguesía, el monopolio de la información por parte de la aristocracia (religiosa o no) fue quebrado con la aparición de canales de información alternativos. Si bien no siempre se trataba de canales totalmente nuevos, sí se destacaban sus claras ideas transformadoras. Estando aún en relativa desventaja, la burguesía precisaba aliarse con el resto de las clases perjudicadas por el modo de producción feudal y la forma política de la que éste se dotaba para asignar los recursos. El elemento que cimentaba esta alianza no podía ser otro que la comunicación. El triunfo final de la burguesía marcaría el comienzo de una nueva etapa, con los flamantes “medios progresistas”.

El sistema capitalista se caracteriza por transformar todo en mercancía. Este proceso se manifiesta, a grandes rasgos, en la atribución de valor de cambio a todo producto y servicio que posee valor de uso, esto es, que satisface necesidades. La comunicación, cuyos productos son determinados mensajes, no quedó al margen de este proceso. Para hacerlo susceptible de interés para la iniciativa privada, debía comenzar a tener este doble

carácter inherente a la mercancía. En un principio, aún persistían determinados medios que reflejaban la lógica anterior, pero éstos paulatinamente fueron generando un determinado valor de cambio. La necesidad de extender el modo de producción capitalista, esencial para la acumulación privada, llevó al nuevo régimen político encarnado en el estado, a estimular la extensión y expansión de los MMC. Bastaba con liberar de cualquier traba a la insaciable iniciativa privada por incorporar consumidores, característica de los primeros tiempos del capitalismo. Así, el único medio inicial, el gráfico, proliferaba por doquier, sentando las bases de lo que sería un verdadero salto cualitativo y que dotaría al término medio de su real significación.

“Cuando Benjamin Day lanzó su primer y exitoso diario en 1833 (*The New York Sun*), advirtió una forma de hacer dinero. Vendería publicidad para sostener su emprendimiento. Su idea era vender el periódico a una tarifa reducida (un centavo en vez de seis) para alcanzar audiencias mayores. Un público mayor sería más atractivo para los anunciantes”¹. Hasta el momento, los medios gráficos constituían una mercancía más, con sus particularidades en relación con el aspecto ideológico, pero que realizaba su valor en el momento en que el consumidor adquiría el producto específico de la rama, es decir, el mensaje y su soporte material (libro, periódico, etc.).

La publicidad cambió esta situación. A partir de ese momento, la realización del valor de la mercancía co-

¹ Margaret Blanchard, *Historia de los medios masivos de comunicación*.

menzó a desarrollarse en dos tiempos: con la venta del mensaje y con la venta del público para el anunciante. Esto dotó a la nueva y flamante rama de una posición estratégica doble.

Por un lado, detentaba el importante rol, en la esfera de las relaciones políticas, de correa de transmisión de la ideología destinada a consolidar la aceptación de las relaciones sociales de producción. Este aspecto reflejaba la persistencia de la burguesía en su avance y consolidación como clase dominante. Ahora se desprendía de sus ropajes transformadores y los reemplazaba con el atuendo conservador una vez consumado el ascenso. A esta altura, la aristocracia ya había aceptado a regañadientes entremezclarse con la clase dotada de la decisión y la claridad que requerían las fuerzas productivas para salir de su anquilosamiento. El imperativo del momento era generar el consenso necesario entre las clases despojadas de los medios de subsistencia para que aceptasen al mercado como forma exclusiva de satisfacción de sus necesidades. Esta aptitud de los medios podríamos caracterizarla como *subjetiva*, pues tiene la finalidad de provocar en los sujetos la predisposición necesaria para aceptar las condiciones laborales. Su finalidad es constituirlo como “ciudadano”, esto es, “trabajador libre”.

El otro rol que surge con la aparición de la publicidad promueve otro tipo de aceptación, aquélla objetivada en las mercancías. La superación constante de los marcos acotados de los mercados (sucesivamente locales, regionales, nacionales, continentales y mundiales) halló en el novísimo mecanismo de la publicidad la forma de crear y reforzar necesidades. Este constante movimiento de los valores de uso de las mercancías – con ciclos de creación, afianzamiento, transformación y desaparición de necesidades– tiene incidencia en todas las ramas productivas. La publicidad y la producción de contenidos fueron (y son) vitales en este proceso. En este punto, la conformación y consolidación de un mercado de consumo ampliado es imperativo para la burguesía en su conjunto. Entonces, la rama de publicidad asume un rol peculiar en toda la producción mundial de bienes y servicios. No hay posibilidad de escapar a su impronta: la publicidad se imbrica siempre en alguna etapa de la totalidad de los procesos productivos de todas las ramas. Puede alcanzar principalmente a la etapa final, aquélla relacionada con la realización de las mercancías en el mercado, mediante la publicidad directa, o desarrollarse abarcando todo el despliegue productivo de la empresa, por medio de la llamada “publicidad institucional”.

Lo cierto es que, independientemente de la forma que tome y considerando que existen grados de dependencia de acuerdo al sector productivo, la totalidad de las ramas revelan aquí su secreto máspreciado. Las agencias de publicidad acceden a detalles del proceso

productivo celosamente guardados, con el fin de cincelar el producto de acuerdo a lo que perciben del mercado. Con el tiempo, alcanzaron la potestad de influir en el mismo proceso productivo, al volcar sus conclusiones sobre el análisis y la investigación del mercado al que la empresa se dirige. Al punto de constituir un peligro potencial para cualquier empresario, no percibir con claridad los límites de qué puede informarse y qué no. En definitiva, la publicidad representa el nexo cada vez más necesario entre el consumidor y el productor.

Obviamente, el equilibrio de esta dependencia se situaba en un marco de creciente competencia por los mercados derivada de una superproducción absoluta aunque selectiva en cuanto a las ramas que más sufrían sus efectos. Esta necesidad mutua –entre los medios y las otras ramas– encerraba una potencial confrontación que se iba a hacer manifiesta cuando las condiciones objetivas de las fuerzas productivas madurasen. La brecha existente entre las diferentes velocidades de acumulación de las distintas ramas productoras y realizadoras del valor producido socialmente, se tornaría insoportable para muchos sectores, pues esa brecha resulta cada vez costosa y pone en riesgo la supervivencia de las empresas más débiles. Alcanzado este punto, toda fracción con el suficiente peso relativo intentaría orientar el reparto de valor hacia sí. Como veremos, este proceso toma distintas formas específicas de acuerdo al desarrollo histórico, aunque podemos distinguir dos líneas principales: una interna (la rama generando desde sí misma su propio medio) y otra externa (una rama que virtualmente “toma por asalto” fracciones de la rama específica de la comunicación).

La innovación tecnológica encuentra su rama más adepata

Como es lógico, los MMC, en su desarrollo y evolución, muestran determinadas manifestaciones que revelan su esencia capitalista. La permanente expansión de las fuerzas productivas –característica del sistema capitalista– determina una lógica de racionalización del tiempo necesario para producir las distintas mercancías. El avance de las técnicas y la tecnología se transformó en el catalizador que permitió potenciar la producción para un mercado en constante expansión. Con mayor frecuencia comenzaron a ser reemplazados distintos momentos de los procesos de trabajo por instrumentos nacidos del progreso tecnológico. El reemplazo del trabajo vivo (humano) por muerto (maquinaria) se volvió una necesidad, que se manifestaba para el capitalista en un menor costo unitario, por aumento del ritmo de la producción. Esta tendencia general –el incremento de la llamada “composición orgánica del capital”– se observó en cada rama de una manera particular. En los MMC, pasó a ser el elemento estructurador de las relaciones con las otras ramas y marcaría los cambiantes

límites de lo que se pudiese designar con ese nombre de MMC.

Los adelantos en los principios electromagnéticos generaron un ciclo de avance y superación permanente de los soportes materiales de los medios. Con una capacidad, velocidad y precisión cada vez mayor, los MMC superarían cualquier barrera relacionada con el territorio (física o política).

De este modo, los medios gráficos obtuvieron la potencia² necesaria para trascender las limitaciones territoriales³, aunque este mismo proceso implicaba inevitablemente un freno a su crecimiento continuado y la razón primigenia de su inevitable decadencia posterior. En efecto, cuando las invenciones maduraron al punto de hacer rentable el uso masivo de los receptores radiales –con la concomitante infraestructura– este nuevo soporte de los medios crecería de manera exponencial⁴. Este avance todavía supuso una superposición entre los espacios de competencia y complementariedad, pues la radio era incapaz de transmitir imágenes que aún eran monopolio de los medios gráficos.

La televisión cambió esta situación, pues produjo un salto cualitativo en todo sentido, al incrementar la potencia, el alcance⁵, la fuerza y la efectividad, tanto del soporte como del mensaje mismo. La invención estuvo disponible con anterioridad a la segunda guerra mundial, pero por razones estratégicas su desarrollo fue paralizado por el esfuerzo de guerra. La propia guerra modificaría de cuajo los modelos de intervención del estado en los MMC y supondría un retraso en el ritmo de avance en los distintos espacios afectados por el conflicto bélico (ver los dos modelos más adelante). Una vez terminado el conflicto, la extensión del invento fue exponencial (en EE.UU. la cantidad de hogares

con aparato de TV pasó de un 8% en 1950 a un 78% en 1955). A partir de este momento, todo soporte combinaría imagen y sonido y cualquier incremento de su potencia se asentaría en nuevos mecanismos de interactividad entre el usuario y el emisor. Esta revolución permanente del soporte del medio implicaría una posición imprescindible del trabajo vivo, fundamental en todo proceso de innovación y creación tecnológica. Asimismo, como veremos, el componente variable del capital (mano de obra), ocupa también un rol irremplazable en el proceso productivo de toda la rama; en particular, en la creación de contenidos y de instrumentos publicitarios y en la captación de informaciones y datos que devendrán luego en noticias. Observemos entonces como son los MMC en la actualidad.

Los medios hoy: acortando distancias y extendiendo el tiempo

En general, el mapa de los procesos productivos de los MMC puede ser dividido en tres secciones principales: la creación del producto en sí mismo (contenidos, que a su vez se subdividen en noticias, entretenimiento y ficción), su transmisión (a través de los distintos soportes) y la invención del “accesorio” publicitario que se adosa al producto en el momento de su transmisión. En todas estas fases, el trabajo vivo, estrictamente humano, tiene un papel importante:

Contenidos: esta fase presenta un límite insuperable en el incremento de la composición orgánica del capital, pues la creación depende inevitablemente de la mente humana. La innovación tecnológica sólo cumple un rol accesorio, al acelerar los procesos para plasmar los distintos intentos y potenciar ciertas aplicaciones como por ejemplo la animación y los efectos especiales. El trabajo vivo aún posee alta capacidad de negociación por su carácter irremplazable: guionistas, directores, escritores, deportistas, músicos y actores, entre otros, aun conservan un nivel de ingresos que los coloca en una posición distinta al de cualquier otro trabajador asalariado. Ciertas funciones aún parecen disponer de un carácter casi artesanal, pues el talento y el conocimiento sobre el proceso de trabajo es inseparable del sujeto. En audiovisuales –con mucho el sector más importante en la producción de contenidos– seis estudios monopolizan el sector: Warner Brothers, 20th Century Fox, Columbia, Universal y Disney. De ellos dependen numerosos estudios menores.

Información: la recolección de la información y su procesamiento y edición aún precisan de la mediación del ser humano. No obstante ello, esta parte es claramente diferenciable de la anterior, en cuanto a su desempeño y relevancia. El acopio de las noticias no requiere cualidades especiales, con lo cual la fuerza de trabajo que en ella se utiliza, salvo escasas excepciones, es susceptible de ser sometida a las leyes del mercado

² En particular, los avances en la velocidad de la imprenta, el telégrafo (ya disponible en 1840), el ferrocarril y los métodos de abaratamiento del costo del papel permitieron, a partir de 1870, una transformación de la actividad. A esto hay que sumarle el importante hecho de la extensión del alfabetismo.

³ El localismo de los periódicos recién fue superado en 1982, con la creación del primer diario de alcance nacional USA Today, que hoy en día es el de mayor tirada. El avance tecnológico –que permitió descentralizar la impresión– fue uno de los factores influyentes.

⁴ La Ley de Radiofonía de 1927, en EE.UU. fue motivada principalmente por el desorden emergente de la expansión de la invención. Para poder poner orden a la saturación de frecuencias –que inclusive afectaban el uso estatal y militar– hubo que reducir la adjudicación de ondas de radio.

⁵ “En 1933, en el caso *FRC vs. Nelson Brothers*, la Corte Suprema de Justicia de EE.UU. estableció que los límites del estado no coincidían con los de las ondas de radio y por ello la regulación de las cadenas debía ser federal por su esencia.” (Don Pember, *Las leyes de los medios*). Aunque se refiera a la radiofonía, la cita tiene un carácter ilustrativo importante respecto de la tensión entre espacios políticos y expansión productiva. Posteriormente, esto fue la base para considerar a los parámetros territoriales en términos de mercados y no de estados.

en cuanto a la profundización de la extracción de plusvalía absoluta –la flexibilización laboral más absoluta.⁶ Por otra parte, la posterior distribución y procesamiento debe ser celosamente protegida. Aquí la precisión del “cirujano” es requerida para no producir efectos no deseados sobre la audiencia. De esa forma, los editores y las agencias de noticias cumplen un rol fundamental. Los primeros son parte del riñón de los dueños de los medios. Las agencias, mientras tanto, son monopolios cada vez más concentrados. Sólo tienen capacidad mundial las norteamericanas Associated Press (AP), United Press International (UPI) y Bloomberg News, la británica Reuters y la francesa Associated France Presse (AFP)⁷. Algunos medios con cierta envergadura consiguen sortear, aunque no totalmente, la dependencia de las agencias al establecer corresponsales en distintos lugares del mundo.

Transmisión: los llamados “soportes” de los medios tienen una lógica en su composición orgánica distinta a las otras tres. Aquí, el trabajo vivo sólo cumple un papel creativo en función del incremento constante de la composición orgánica del capital, lo que implica un incremento del rol de los medios electrónicos y de los aparatos en la transmisión, aunque aún subsistan ciertos nichos con sus particularidades, como los presentadores de noticias. Ciertamente es el sector de la rama que precisa mayor envergadura de capitales por el volumen de inversión requerida, lo que implica que desde aquí pueden desarrollarse con mayor frecuencia los procesos de centralización (adquisición de otras actividades relacionadas con la rama en sentido vertical) y concentración (absorción de competidores directos en dirección horizontal).

Publicidad: esta parte, verdadera sub-rama, también tiene un componente variable de capital que no puede ser eliminado. La inventiva hegemoniza el proceso de trabajo, con la tecnología como soporte acelerador de los ritmos. En este punto, la informática cumple un rol clave, pero su ciclo de innovación está en otra rama. En definitiva, no existe aquí la posibilidad de reempla-

zo del trabajo vivo por trabajo muerto que tenga un amplio campo para desarrollarse, ya que la innovación funciona desde afuera y con el único imperativo de ser un mero mecanismo que contribuye a plasmar de manera más rápida y efectiva lo que el pensamiento humano concibe. Esto no impide, no obstante, que se verifiquen procesos de concentración y centralización del capital. Actualmente, el sector externo a las empresas (pues todas las grandes poseen un departamento de publicidad) está dominado por las americanas Omnicom e Interpublic Group, la británica WPP Group y la francesa Publicis Groupe.

En la actualidad, todos estos sectores son acaparados de una forma u otra por los principales grupos económicos, con la excepción de la publicidad. Esto se da quizás por voluntad de los mayores anunciantes, que desean sustraer de la órbita de los soportes (principales promotores de los procesos de concentración y centra-

	Inversiones totales en publicidad (TV, radio, prensa). En miles de millones de dólares.	Población (millones de hab.)
Estados Unidos	283	194
Unión Europea (Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y España suman el 78 %)	135	450
China	6.6	1.300

Fuente: The European Advertising & Media Forecast (2003) y The Economist (18/11/04)

lización) la creación de contenidos específicos de sus propios productos, es decir, la construcción simbólica del valor de uso de sus mercancías.

Este proceso reconoce dos vertientes: aquella vinculada a una interpenetración de ramas afines, que da origen al mentado triunvirato tecnología/telecomunicaciones/medios⁸, y otra originada en ramas absolutamente separadas de los MMC⁹. Obviamente, estos procesos se asientan en fenómenos de concentración previos, más vinculados con un estadio de menor desarrollo de las fuerzas productivas y que

⁶ Además, para construir la interpretación de la realidad no hay nada mejor que conocer todas sus determinaciones lo más verazmente posible. En este sentido, es preferible que un periodista conozca situaciones de la realidad no sólo por su cualidad de observador sino también por sentir las en carne propia.

⁷ Las agencias de noticias conforman un buen ejemplo para diferenciar los modelos europeo y americano que veremos posteriormente. AP surge en 1846 en forma de cooperativa de 7 diarios de New York, UPI surge en 1958 de la fusión de dos agencias de noticias de dos importantes diarios (UP y INS) y Bloomberg es un desarrollo reciente ligado a las nuevas tecnologías y a medios exclusivamente económicos. Reuters y AFP son emprendimientos del estado.

⁸ Internet es el ejemplo por excelencia de sinergia de estas tres ramas, pues entre ellas existe una poderosa convergencia técnica.

⁹ Luego de adquirir el diario francés *Le Figaro*, Serge Dassault, fabricante de armamento, declaró: “Desearía, en la medida de lo posible, que el diario pusiera más de relieve nuestras empresas. Creo que a veces hay informaciones que requieren mucha precaución. Como por ejemplo, los artículos sobre los contratos en curso de negociación. Hay informaciones que hacen más mal que bien. El riesgo consiste en poner en peligro intereses comerciales o industriales de nuestro país” (LM 9/9/04)

tuvo lugar al interior de cada tipo de medio¹⁰. Observando los principales grupos (al cierre de esta edición, pues están en permanente movimiento) podemos darnos cuenta de la envergadura del proceso:

News Corp. (EE.UU., Australia y Gran Bretaña)¹¹: 5 redes de televisión satelital (entre ellos DirecTV y Sky, en EE.UU., Reino Unido, Australia, China e Italia), 12 canales de cable (entre ellos Fox), 34 estaciones regionales de cable, 3 estudios de cine (entre ellos 20th Century Fox), 26 diarios (en EE.UU., Reino Unido, Australia y Fidji), 5 revistas, 3 editoriales, 2 equipos de básquet, 1 equipo de hockey, 2 equipos de fútbol americano, 2 estadios, la liga australiana de rugby, 2 festivales de música, etc.

General Electric¹²-**NBC (EE.UU.)**: 3 cadenas de TV (entre ellas NBC), 28 estaciones de TV regionales afiliadas, 24 canales de cable (en Asia, EE.UU., Europa y América Latina), 13 estudios de cine (entre ellos Universal), 15 parques de diversiones y hoteles (en Europa, Japón y EE.UU.), 3 empresas de distribución de video, etc.

Viacom (EE.UU.): 2 cadenas de televisión (entre ellas CBS), 16 cadenas de cable, 35 estaciones locales de televisión, 5 estudios de cine (entre ellos Paramount), 1 cadena de cines, 1 cadena de teatros, 1 cadena de video (Blockbuster), 175 estaciones de radio, 9 editoriales (entre ellas Simon & Schuster), 1 parque temático, etc.

Aol Time Warner (EE.UU.): 1 red de cable, 8 canales de cable (entre ellos TNT y CNN), 14 estudios de cine con sus distribuidoras (entre ellos Warner Brothers), 1 cadena de teatros (en 12 países), 44 sellos discográficos, distribuidoras de música, sitios de internet, servidor America On Line, 50 revistas, 25 editoriales (incluida Time), compañías de publicidad, tiendas de productos relacionados, 1 parque temático, 5 equipos deportivos, 1 estadio, 1 torneo deportivo, etc.

Disney (EE.UU.): 1 cadena de TV (ABC), 16 cadenas de cable, 12 cadenas de cable internacionales, 4 empresas de distribución, 10 estaciones de TV locales, 2 radios, 60 estaciones locales de radio, sitios web, 8 estudios de cine, 5 sellos discográficos, 3 editoriales, 1 diario (Washington Post), 6 editoriales de revistas, 16

revistas, 1 productora de teatro, 19 parques temáticos y de diversiones, 1 equipo de hockey, tiendas de productos, inversiones en gas y petróleo compartidas (Sid R. Bass), etc.

Vivendi¹³ **Universal (Francia)**: 8 productoras de TV, 3 productoras de cine, 3 estudios de cine, 18 sellos discográficos, 6 productoras de videojuegos y video, sitios web, 4 empresas de telecomunicaciones (entre ellas, Cegetel y Telecom de Marruecos), asimismo posee participación importante en AOL Time Warner.

La lista se completa con otros grupos, de envergadura similar (aunque no mayor): Bertelsmann (Alemania), Liberty Media y Comcast (EE.UU.), Sony y NHK (Japón), Prisa (España), Dassault Sotepresse y Lagardere (Francia) entre otros.

Situación política

Dos modelos, un mismo interés estratégico

El desarrollo histórico de los dos bloques principales (EE.UU. y la UE) ilustra claramente el rol que la lucha de clases tiene para modelar los procesos de acumulación de capital. Inicialmente en posición similar en cuanto al desarrollo de las fuerzas productivas, Europa chocó rápidamente con las barreras nacionales en la búsqueda por ampliar la escala del mercado, para responder al inevitable crecimiento de la escala en el aspecto productivo. Este choque de intereses de distintas fracciones de la burguesía, asentado en la forma nacional de desarrollo del capitalismo, alcanzó sus niveles más álgidos con las dos guerras mundiales. Distinta fue la historia en EE.UU., donde las fracciones regionalmente determinadas pudieron negociar los términos de la integración económica y los estertores del conflicto bélico no sólo no afectaron negativamente el proceso de acumulación sino que lo potenció a tal grado de generar una dependencia del bloque europeo occidental para retomar la senda de la acumulación capitalista. Esta divergente ampliación de la escala de acumulación (infinitamente más traumática en Europa) acarrió la emergencia de distintos marcos políticos para la resolución de conflictos. Dentro de esta conformación de las relaciones políticas, la política dirigida a los MMC obtuvo un papel singularmente importante. Veamos cuáles son las líneas generales de cada uno de ellos:

Modelo americano. La amplitud que la iniciativa privada poseía para desarrollarse en el espacio norteamericano motivó que, en general, el estado federal solo interviniese en aquellos momentos en que el choque de intereses entre las fracciones de la burguesía con arraigo en los diferentes estados de la unión encontrasen

¹⁰ A modo de ejemplo, en 1995 el principal grupo radiofónico, Westinghouse, poseía 95 emisoras; mientras que en 2001, Clear Channel contaba con 1202 radios.

¹¹ Vinculado al sector neoconservador del partido Republicano, Rupert Murdoch –presidente de la compañía, australiano naturalizado norteamericano– logró sortear prohibiciones muy antiguas sobre propiedad de los medios en Norteamérica, que limitaban a un 25% el máximo de participación en determinados MMC. Cuando se lanzó Fox News, en 1996, su director era Roger Ailes, director de la campaña electoral de Bush padre en 1988.

¹² Además, constituye un gigante industrial, financiero y de servicios.

¹³ Originalmente una empresa productora de agua (aún hoy es la primera productora del mundo).

imposibilidad de resolverse en el mercado exclusivamente. Por esta razón, la gestión privada del capital fue la forma primordial que adoptaron prácticamente todas las ramas productivas. El estado ordenaba aquellos sectores estratégicos¹⁴ y para ello recurría a la estrecha cooperación entre los representantes del gobierno federal y los principales industriales y empresarios¹⁵. Esta tendencia no cambió con el nacimiento de la TV pública (PBS), que aparece en 1969, y en un principio no acepta anuncios privados y se solventa con aportes municipales y donaciones (hecho que cambia con la presidencia de Reagan, que marca el ascenso del neoliberalismo). Los MMC rápidamente fueron regulados pero con una notable liviandad en cuanto a las necesidades del capital, por supuesto a requerimiento de los principales grupos industriales con intereses en la incipiente rama¹⁶. La segunda guerra mundial constituyó un verdadero acelerador de procesos, como vimos en el caso de la TV. La base de expansión posterior son cadenas de emisoras comerciales de radio, primero, y de TV (networks) que se desarrollan antes de la guerra (principalmente CBS, NBC y ABC, a la que se suma en los '90 Fox). En los cincuenta, la FCC¹⁷ establecerá una serie de reglamentaciones (se limita la adjudicación de frecuencias, se establecen límites a la propiedad de medios) que en la práctica paralizaran por un tiempo la posibilidad de expansión de operadoras de base local, y consolidará el dominio de las tres grandes cadenas (ABC, CBS y NBC) que operan con una densa red de emisoras "afiliadas".

Modelo europeo. La reconstrucción de posguerra, tanto económica como política, significó para Europa una fuerte intervención del Estado en todas las actividades productivas. En cuanto a los MMC, la tarea del estado fue integral, tanto en producción de contenidos como en gestión de operadoras. Esto se debía, en el

plano de las relaciones políticas, a la necesidad de contar con una gestión política uniforme dirigida a reconstruir el consenso burgués en los destruidos estados europeos. Impedir un recalentamiento de la lucha de clases era imperativo, para lo cual había que abortar cualquier retorno de los enfrentamientos que habían conducido a las guerras mundiales. Por otra parte, las distintas fracciones "nacionales" de la burguesía, tenían prácticamente todo por hacer en función de acumular el valor producido por la reconstrucción. En cuanto a los MMC, el financiamiento inicial se desarrolló sobre la base del **canon** (impuesto directo a la posesión de un receptor de TV) y al apoyo estatal vía plan Marshall, tanto para conformar la infraestructura como para suministrar los receptores (es decir, enviar los aparatos de TV y todo lo necesario a crédito). Actualmente, el canon solventa el 80% de los gastos de la BBC (inglesa) y las ARD y ZDF (alemanas), el 50% de la RAI (italiana) y de la francesas France2, France3 y France5. La financiación se complementa con subvenciones, venta de productos al exterior (la única fuerte en este rubro es la BBC) y, desde los '70, y paralelamente a los primeros proyectos de privatización, con ingresos por publicidad. La televisión pública europea compite desde los '70 por los mercados de anunciantes, produce contenidos y capta grandes cuotas de audiencia: Italia: 47,2%, Francia: 42,7%, Reino Unido: 34,8%, España: 32,8% y Alemania: 27,6%. Esta forma fue meramente una postergación de la decisión sobre cómo el capital de gestión privada aborda la apropiación de una rama estratégica como los MMC. Tal como las distintas fracciones lo hacen en EE.UU. con el estado¹⁸ o controlándolos desde el estado sin cambiar su forma de gestión. Signos divergentes postergan la decisión; por ejemplo, en Francia, la creación de canales privados en 1982 y de TF1 en 1985. Contrastan con las recientes declaraciones de Chirac: "*La reciente crisis* (se refiere a la crisis diplomática por la guerra de Irak) *ha expuesto la debilidad que un país sufre si no tiene armas suficientemente buenas en la batalla de las imágenes y las palabras (...) es esencial que la CNN tenga un rival*" (TE 29/7/04). Acto seguido, el 15/12/04, el parlamento francés aprobó un presupuesto de US\$ 45 millones para crear un canal de información continua a imitación de la CNN. El CII (Canal Informativo Internacional) será público y privado a partes iguales (50% de TF1 – propiedad de Bouygues y 50% de France Télévision); el estado deberá garantizar el uso libre de la red de transmisión de AFP (agencia mundial estatal) y RFI (Radio France Internacional). Es muy probable que, por un camino u otro (lo que puede ser diferente de país a país), las fracciones precisaran completar la tarea.

¹⁴ "Al final de la 1ª guerra mundial, el presidente Woodrow Wilson identificó las industrias vitales para el interés nacional: naviera, petrolera y medios". Blanchard, Margaret, op. cit.

¹⁵ El tan mentado complejo militar industrial tratado en el Análisis N° 53 es el primer caso.

¹⁶ "La empresa británica Marconi, dirigida por el británico e innovador 'inalámbrico' Guglielmo Marconi, estaba en mejor posición. Para cambiar esto, AT&T, General Electric y Westinghouse, empujados por el gobierno federal, forzaron a Marconi a vender sus negocios en EE.UU. Así, en 1919, los tres se transformaron en los principales accionistas de Radio Corporation of America (RCA). Con Marconi reducido, las tres acordaron compartir una serie de patentes y la radio comenzó a crecer". Blanchard, Margaret, op. cit.

¹⁷ Comisión Federal de Comunicaciones: encargada del control de las Comunicaciones, esta compuesta de cinco miembros (3 de la mayoría y 2 de la minoría) nombrados por el Presidente con acuerdo del Senado. Fue creada por ley en 1934. Su antecesora es la Comisión Federal de Radio (FRC) de 1927. Con anterioridad, y hasta que no fue lo suficientemente importante la rama, los asuntos del sector eran manejados por la Comisión Federal de Comercio (FTC), creada a su vez en 1914.

¹⁸ En el Análisis N° 54 tratamos el avance de distintos empresarios sobre el estado y el régimen político.

América Latina

Nuevamente las negociaciones para una Sudamérica unida y bajo un mismo proyecto político chocan no sólo con las trabas lógicas que todo este emprendimiento requiere, sino con obstáculos que son producto de los proyectos económicos y políticos de las burguesías regionales o locales de este subcontinente. Las mismas que, en última instancia, impulsan la Comunidad Sudamericana de Naciones.

La conformación de una plataforma política común –con instituciones políticas comunes y organismos supranacionales que impartan justicia– no puede desarrollarse y mucho menos llevarse a la práctica, cuando se ponen los intereses particulares de determinados grupos económicos o ramas industriales por encima de los intereses comunes de la sociedad. Ésta parece ser la característica que primó en la Cumbre de Cuzco.

En América Latina, las burguesías locales o regionales, de acuerdo a cada sector o rama en que participen, necesitan sumar y aunar esfuerzos ante una dificultad característica del sistema en que vivimos: la imposibilidad de enfrentarse a las burguesías de las grandes potencias (EE.UU. y la UE), a causa de la capacidad de éstas de producir sus mercancías en una menor cantidad de tiempo, lo que implica una mayor producción

que sólo puede ser vendida incorporando nuevos mercados.

En este proyecto de Unión Sudamericana, que sólo intenta salvar a los grupos que ya operan en la región y a los que quieran insertarse en el mercado mundial, es decir los grupos económicos más poderosos de las distintas ramas industriales, sólo unos pocos mandatarios –expresión de procesos concretos que se desarrollan en sus países– pueden oponer una alternativa a este proyecto tal como está concebido.

Obviamente que estos grupos económicos no actuarán solos. Para ello desarrollan distintos órganos que se encargan de cumplir su misión y defender sus negocios. Del mismo modo, los utilizan para atacar a aquellos gobiernos que apliquen medidas que los perjudiquen. Siguiendo el análisis ya realizado en *Situación Mundial* del presente número, vamos a ver el caso de los medios de comunicación en Venezuela y cómo actúan en la lucha por sus objetivos.

Por último, analizaremos las elecciones en Bolivia –donde el triunfo del MAS lo deja cada vez más cerca de una victoria en las próximas presidenciales– y la crítica situación política que vive Perú.

Pelea por las ganancias

La misma pelea de fondo ante los nuevos acuerdos

Nuevamente el MERCOSUR –como viene sucediendo los últimos meses– ha sido escenario de los choques y disputas entre los distintos intereses particulares. Cada grupo empresarial, agrupado en la federación o asociación que nuclea a su rama industrial, presiona para adoptar medidas que salven sus intereses particulares, que no son otros que la reproducción de sus ganancias. Esto se expresa en el intento de conservación de los nichos de mercado que ya controlan.

La crisis al interior del bloque se desató nuevamente por aquellas mercancías declaradas “sensibles” por los productores. De esta manera, los productores argentinos de la “línea blanca” (heladeras, lavarropas, etc) más automotrices, textiles, calzado y televisores, intentan poner salvaguardas y cuotas de importación, con el objetivo de que se logre frenar a la competencia brasileña, que –por el tamaño de su mercado y sus compañías, más los bajos costos de la mano de obra– logra precios muy por debajo de los argentinos.

Además de salvaguardas y cuotas a la importación de productos, desde el lado argentino se propuso implementar mecanismos que protejan a todos los sectores ante los desequilibrios comerciales, equiparando los

subsidios y ayudas que propicien los gobiernos, integrando las cadenas productivas e implementando un “código de buenas prácticas”, para evitar desequilibrios. Estas medidas se denominaron “medidas Lavagna”.

La reacción brasileña no se hizo esperar. El presidente de Eletros (Asociación Nacional de Fabricantes de Productos Electrónicos), Paulo Saab, afirmó que “es fundamental que el gobierno brasileño deje su postura de pasividad y solicite la revocación inmediata de la resolución argentina, que impuso esas cuotas” (FDT-FDSP 15/12).

Al mismo tiempo, los sectores productivos del lado brasileño ejercen presión sobre algunos productos agrícolas. Según Mario Mugnaini, titular de la Cámara de Comercio Exterior de Brasil, “si los argentinos tienen problemas con los productos brasileños, nosotros también los tenemos con los argentinos” (FDT-FSP 13/12). Incluso se pronunció el moderado canciller brasileño, Celso Amorim, quién no descartó una jugada del gobierno de Lula en ese sentido: “Si finalmente se optara por instituir salvaguardas, Argentina deberá aceptar que Brasil también las aplique. Porque hay muchos sectores productivos que nos piden que lo hagamos” (C 17/12). Estos sectores que presionan son los productores de trigo, arroz y vino, entre otros.

Recordemos que sectores de la Federación de Industriales del Estado de San Pablo (FIESP) –que concentra el 35% del PBI de su país– habían solicitado el retiro de Brasil del MERCOSUR, o que por lo menos éste dejase de ser una unión aduanera y pasase a ser una zona de libre comercio, tal como intenta aplicar EE.UU., a escala continental, el ALCA. La presión de los industriales brasileños se debe a que el país sólo está expandiendo su economía a base de las exportaciones, y no a partir de un aumento sostenido del mercado interno. Es por ello que la apertura de mercados y la conservación de los mismos es fundamental para que estos grupos logren reproducirse. Así lo afirma el periódico brasileño *Valor Económico*: “El modelo económico interno se muestra comprometido con la expansión de la capacidad exportadora” (C 17/12). Si tenemos en cuenta que la exportación de productos brasileños a la Argentina llegó a representar 6.600 millones de dólares entre enero y noviembre de este año, siendo el segundo mercado detrás de la UE, se comprende el por qué de la importancia de eliminar las trabas comerciales.

La crisis a diez años de la conformación del MERCOSUR: Ouro Preto II.

A raíz del décimo aniversario del MERCOSUR, se realizó una nueva cumbre de presidentes del bloque y de los países asociados (Bolivia, Chile, Perú, Colombia, Ecuador y Venezuela) en la ciudad de Ouro Preto, que tuvo como característica la tensa situación producida entre Argentina y Brasil –a la que en la cumbre se sumó el problema de la liberalización del mercado automotriz. Los presidentes de los países miembros y aso-

ciados decidieron poner paños fríos, asegurando que la situación se produjo por una “crisis de crecimiento”.

A más tensión, menos acuerdos

La brecha entre la necesidad política y la realidad económica es lo que nuevamente está en juego. El canciller Amorim fue el primero en remarcar que iba a Ouro Preto con una clima de diálogo, pero también sentó la posición de no ceder ante las “medidas Lavagna”: “Amorim se mostró comprensivo sobre las necesidades temporales de Argentina de proteger sectores productivos. Pero no cambió un milímetro su rechazo a la propuesta del ministro Roberto Lavagna” (C 16/12).

Por su parte, Kirchner expresó que “ningún país del MERCOSUR es ni tan grande ni tan fuerte” para negociar solo, mientras que algunos países como Uruguay, Paraguay y Perú criticaron por igual a Brasil y Argentina (C 19/12). Ante tanta tensión, los otros presidentes se hicieron cargo de la necesidad de fortalecer el bloque: “Si bien varios presidentes admitieron la crisis, prefirieron llamarla de crecimiento y abandonaron Ouro Preto augurándole larga vida al MERCOSUR”.

El discurso de clausura de Lula fue un reflejo de la situación en la que se encuentra el bloque hoy en día: “El MERCOSUR avanza como eje dinámico de integración de América del Sur. La consolidación interna del MERCOSUR da fuerza y aliento para proyectarnos como actor cada vez más activo y respetado en las negociaciones externas” (ESP 18/12). Es decir, lo mismo que se propuso en la cumbre de Cuzco: fuerzas para la futura pelea contra los bloques más poderosos (ALCA y UE). Veamos entonces qué había ocurrido días atrás.

Coyuntura Política

El sueño de Bolívar y la necesidad política del cono sur: la Cumbre de Cuzco y el nacimiento de la Comunidad Sudamericana de Naciones

Los días 8, 9 y 10 de diciembre se encontraron en Cuzco los presidentes de los 12 países del cono sur, con el objetivo de darle forma oficial a la Comunidad Sudamericana de Naciones. Los 4 integrantes del MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay), los 5 integrantes de la Comunidad Andina de Naciones (Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia), sumados a Chile, Guyana y Surinam, firmaron el acta fundacional del nuevo megabloque. A la reunión también asistieron como invitados y observadores México y Panamá. El nuevo bloque tendrá un PBI de 973.613 millones de dólares, que supera a la Asociación de Países del Sudeste Asiático, pero que está muy por debajo de los 10 billones de dólares que posee EE.UU. Las

exportaciones de la nueva comunidad sudamericana ascienden a 181.856 millones de dólares (LJdM 10/12).

El viejo sueño de Bolívar y San Martín parece hacerse realidad, aunque con sustanciales diferencias. Luego de 200 años, el desarrollo de los distintos estados-nación de América del Sur es bien diferente y –tal como ocurre al interior de bloques comerciales ya existentes– la unión tendrá complejidades que los libertadores de principios del siglo XIX no hubiesen advertido en aquellos tiempos.

“Sudamérica para los sudamericanos”.

Con esta frase se expresó algún tiempo atrás Eduardo Duhalde, presidente de la Comisión de Asuntos Permanentes del MERCOSUR y fuerte impulsor del nuevo megabloque. Sin embargo, por el momento, se está lejos de que los sudamericanos se reconozcan como miembros de un todo por encima de su nación de

origen. El proyecto tiene a futuro el objetivo de lograr una integración comercial, política y cultural, al estilo de los intentos de la UE¹⁹. En lo económico, eso implicaría una moneda común y la eliminación de todas las barreras arancelarias. En lo político, la toma de decisiones en forma única, cuya expresión sería un parlamento común y otro conjunto de instituciones propias.

Pero el acta fundacional sólo contempla la ejecución de 31 proyectos de infraestructura, muchos de los cuales son acuerdos ya firmados que se vuelven a ratificar. Esta primera etapa de integración es definida como de “*desarrollo e infraestructura*” que, en el corto plazo, aspira a consolidar una “*integración física y energética*”, a través del desarrollo de corredores bioceánicos y de recursos petrolíferos, gasíferos y otros combustibles existentes en la región (C 8/12). Algunas de las obras a realizar son el puente Buenos Aires-Colonia, la hidrovía por el Río Uruguay y el ferrocarril trasandino central.

Uno de los pilares que sustenta esta unión es el acuerdo de libre comercio firmado hace poco entre la CAN y el MERCOSUR. Pero el problema radica en que estos acuerdos son recientes y todavía no se asemejan al libre comercio deseado, ya que, por ejemplo, los países andinos pueden mantener por 5 años barreras contra productos agrícolas de origen brasileño y argentino, no liberando la entrada de soja, trigo, arroz, maíz, y lácteos. En este sentido, “*si se juzga a la Comunidad Sudamericana por los resultados económicos de mediano plazo, se concluye que su base es débil*” (C 9/12).

Además, ni siquiera se crearon aún las instituciones propias que podrían acelerar algunos aspectos políticos de la integración. El acta fundacional de Cuzco es sólo la declaración y el compromiso de impulsar la concertación política y diplomática y ratificar la integración económica y regional. ¿Cuál es, entonces, la necesidad de esta flamante comunidad de países?

Contra el más grande todos, pero entre nosotros, ¿cómo?

En el primer semestre del año 2005 se retoman las negociaciones por el ALCA y con la UE. Sabidas son

¹⁹ Tiempo atrás, Duhalde declaraba que, mientras se negociaba con los diversos bloques, el camino a seguir era el modelo de integración de naciones al estilo de la Unión Europea: “*Nuestros países asilados difícilmente puedan hacerse escuchar por la mayor potencia mundial. Los EE.UU., a fuerza de ser la mayor nación del planeta, han ignorado siempre a sus vecinos continentales. [...] Nosotros queremos el ALCA pero no el que define Colin Powell. Mientras se demora el ALCA nuestra voluntad integradora avanza en las negociaciones con la UE [...] cuyo paradigma de integración [económica, social, cultural] logrado luego de cincuenta años es el camino a seguir por nuestros países*” (Análisis... de mayo '04).

las trabas que pusieron diversos países de América Latina, por las condiciones que imponen tanto EE.UU. como los países europeos. El objetivo de la Comunidad Sudamericana de Naciones es sumar fuerzas para negociar en mejores términos ante estos países y bloques más poderosos. Es una necesidad política. De hecho, los acuerdos entre el MERCOSUR y la CAN – que favorecen a este último bloque– fueron producto de que Argentina y Brasil cedieran algunos beneficios “*a favor de fortalecer la unidad regional*” ante el exterior (C 9/12). Hace algunos meses que los principales líderes sudamericanos habían expresado sus deseos de unirse en un bloque ampliado²⁰ y la firma rápida de esta declaración de Cuzco muestra cómo el factor político regional sobredetermina el nacimiento de la comunidad: “*la unidad de los 12 países sudamericanos podía garantizar una fuerte voz regional en foros internacionales, se habló especialmente de la necesidad de enfrentar las negociaciones por el ALCA que deberán recomenzar en 2005*” (C 9/12).

Ahora bien, al interior del bloque no todos juegan el mismo rol. Brasil, Argentina y Venezuela fueron los principales impulsores de la unión durante todo 2004. Pero no llegan en las mismas condiciones. Por lo ya dicho, Brasil y Argentina no están en el mejor momento de sus relaciones bilaterales y sus desequilibrios comerciales no son sólo la muestra de los conflictos económicos que habrá en el nuevo megabloque, sino que tienen que ver, además, con el liderazgo regional y la dirección que pueda tomar la nueva Comunidad. Si bien el interés de Brasil por esta unidad viene desde la época de Cardoso –lo que evidencia que es una necesidad para su economía más allá del gobierno de turno– el impulso que le ha dado Lula y sus cruces con el presidente argentino Néstor Kirchner (ausente en la reunión²¹) intentan afirmar el liderazgo brasileño en la región. En este doble sentido puede entenderse la declaración del presidente Lula: “*Brasil sabe la importancia que tiene su participación en el proceso de integración. Tengan certeza de que vamos a continuar haciendo todos los esfuerzos, todas las conversaciones, todos los viajes, para que la integración soñada por Bolívar se concrete*” (FSP 9/12).

Para completar el resto de los posicionamientos políticos, es necesario mencionar la dirección que Venezuela pretende darle. Sonaron fuerte las críticas decla-

²⁰ Ver las “*minicumbres*” entre Argentina y Brasil de abril (Análisis... de abril y mayo '04), y las declaraciones de Lula y Chávez en cuanto cumbre hubo este año, como así también algunos pasos de acuerdos comerciales entre Argentina y Venezuela, cuya expresión fue la creación de la petrolera estatal Argentina, Enarsa.

²¹ Es de destacar que también estuvieron ausentes los presidentes de Uruguay y Paraguay, los otros socios fundadores del MERCOSUR

raciones de Hugo Chávez acerca del poco contenido sobre temas sociales como “pobreza y desigualdad”: *“Más allá de lo económico-comercial, lo importante es la línea política, ese debe ser el azimut de la integración y sobre todo [...] lo social. Es decir, la integración sudamericana debe ser sobre todo para juntos atacar problemas tan graves como la miseria, la pobreza, la desigualdad. La bandera social debe estar por delante incluso de lo económico, de lo comercial”*, señaló Chávez (EU 16/12).

Así las cosas, el mapa político latinoamericano se complejiza ante la pelea con los bloques más fuertes, porque a medida que se suma fuerza ante ellos, se tensan las relaciones en su interior. El ejemplo de Argentina y Brasil en el MERCOSUR seguramente se reproducirá a escala ampliada en la Comunidad Sudamericana de Naciones. La prueba de ello es la existencia de los inconvenientes mencionados en los acuerdos de los bloques que constituyen la flamante unión. Habrá que ver si esa necesidad política que le dio origen puede más que la necesidad de reproducción de los capitales.

Ley de Responsabilidad Social en Venezuela

Una nueva ley rige para los medios radiales y televisivos en Venezuela. Bajo el nombre de Ley de Responsabilidad Social de Radio y Televisión (o RESORTE, por sus siglas), se presenta una nueva disputa entre el gobierno de Chávez y la oposición. La particularidad de esta ley es que ataca al corazón de la oposición, no porque en los medios se exprese de manera sobredimensionada el papel y la opinión de ésta, sino porque los medios mismos son la estructura y el poder que tienen todos aquellos sectores antichavistas para desestabilizar al gobierno, es decir, son el partido de la oposición.

En Venezuela, al igual que en el resto de América Latina²², sobresalen unos pocos grupos que concentran los medios de comunicación. En este país aparece el grupo Cisneros, cuyo principal referente es Diego Cisneros, que proviene de un *holding* empresarial muy diversificado²³. Entre otras cosas, el grupo tiene el control de la licencia para la fabricación de Pepsi-Cola (en el único país en que está marca supera a la Coca-Cola). Entre los medios que controla, se puede enumerar al canal de TV Venevisión (asociado con ABC y Paramount) y otras estaciones de televisión en varios países como Chile, Colombia y el Caribe. También es el mayor accionista de las cadenas norteamericanas Univi-

sión y Galavisión. En el negocio satelital, controla, junto a Clarín (Argentina), DirectTV. En Internet, es socio de la AOL Latin América y del portal El Sitio. Es decir, logran llegar por diferentes medios a la mayoría de la población de Venezuela y del resto de los países latinoamericanos.

La prensa escrita, si bien es más diversificada, mantiene una férrea oposición a Chávez y al proyecto que éste encara.

Un poco de historia

Varios hechos de importancia política sucedieron en Venezuela en los últimos tiempos, los cuales fuimos desarrollando en diferentes *Análisis de Coyuntura*: el golpe de Abril de 2002, el sabotaje petrolero entre noviembre y enero de 2002-2003, la expropiación de tierras durante todo el 2003 y el referéndum revocatorio en 2004. En todas estas contiendas, la participación de los medios fue en una sola dirección, a saber, apoyar y promover desde su lugar a la desestabilización del gobierno de Chávez.

En el golpe de Abril, apoyaron a los sectores empresariales, sindicatos, iglesias y los viejos partidos políticos. Una vez fracasado el golpe, vaciados y en crisis terminal estos partidos políticos (COPEI y AD), se apoyaron en los sindicatos petroleros agrupados en la Central de Trabajadores de Venezuela (CTV) para realizar el sabotaje petrolero, que produjo la caída del 30% de la economía en tres meses. Esta acción también fue frustrada y produjo el desprestigio de los sindicatos que jugaron el rol más activo. Entonces, los medios se lanzaron a una apuesta mucho mayor, que era la recolección de firmas para revocar el mandato de Chávez, ahora sí, asumiendo ellos mismos el costo político. La victoria en el referéndum revocatorio del movimiento que encabeza el presidente fue el punto inicial para dar un golpe a la oposición, y sobre todo a los medios. Este golpe se coronó el mes pasado, con la Ley de Responsabilidad Social de Radio y Televisión.

¿Qué se propone esta ley?

En los diarios locales se ha difundido que esta ley tiene como meta proteger a los niños y adolescentes del contenido violento o sexual que pueda aparecer en horarios de protección al menor, así como limitar la propaganda de tabaco, juegos, drogas, etc. en esos horarios.

Pero debido a la fuerte oposición que se produjo, la ley, obviamente, va un poco más allá para los medios de comunicación.

En primer lugar, determina responsabilidad a los que emiten o difunden en esos horarios, y por tanto impone sanciones para los que no cumplan estas leyes. El

²² Por ejemplo Televisa en México, la cadena Globo en Brasil o Clarín en Argentina.

²³ Se calcula que los ingresos rondan los 4.000 millones de dólares.

fundamento de esta ley queda explícito en su artículo 1°, en el que se busca *“establecer, en la difusión y recepción de mensajes, la responsabilidad social de los prestadores de los servicios de radio y televisión, los anunciantes, los productores nacionales independientes y los usuarios y usuarias, para fomentar el equilibrio democrático entre sus deberes, derechos e intereses a los fines de promover la justicia social y de contribuir con la formación de la ciudadanía, la democracia, la paz, los derechos humanos, la cultura, la educación, la salud y el desarrollo social y económico de la Nación, de conformidad con las normas y principios constitucionales de la legislación para la protección integral de los niños, niñas y adolescentes, la cultura, la educación, la seguridad social, la libre competencia y la Ley Orgánica de Telecomunicaciones”*.

Es decir, se intenta hacer responsables a los prestadores de servicios, anunciantes, etc. del contenido que se difunde por los medios que poseen, siempre respetando –tal como aclara en el artículo 2°– los principios constitucionales como *“libre expresión de ideas, opiniones y pensamientos; comunicación libre y plural; prohibición de censura previa; responsabilidad ulterior; democratización; participación; solidaridad y responsabilidad social; soberanía; seguridad de la Nación y libre competencia”*.

En esta responsabilidad sobre los contenidos a emitir, se desataca la búsqueda de una *“información veraz”*, tal como lo indica el artículo 3° inciso 3: *“Promover el efectivo ejercicio y respeto de los derechos humanos, en particular, los que conciernen a la protección del honor, vida privada, intimidad, propia imagen, confidencialidad y reputación y al acceso a una información oportuna, veraz e imparcial, sin censura”*. Justamente, uno de los ataques que Chávez realiza a los medios se expresa en la posibilidad de tener derecho a réplica en caso de que las informaciones difundidas no sean verdaderas o que las emisoras sufran sanciones que pueden llegar hasta el cierre del programa o canal, si difunden una información que no se ajusta a las fuentes ni a la realidad de lo acontecido. Esto proviene de la experiencia del golpe y sabotaje petrolero, donde –amparados en el derecho de no revelar las fuentes– los medios utilizaron todo tipo de artilugios y calumnias para llevar adelante varias de las acciones desestabilizadoras.

La oposición de los medios no se hizo esperar y –a través de organismos internacionales agrupados en la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), financiada desde EE.UU.– afirmaron que *“Venezuela va a contrarriorrente de lo que sucede en América Latina en materia de libertad de prensa, donde existe la tendencia a despenalizar los delitos de difamación, eliminar el desacato y crear leyes de acceso a la información pública”* (EU 10/12). Sobre el papel de la SIP, Chávez afirmó que *“son viles lacayos del imperialismo [...] que no dicen nada de los medios que tienen secuestrada la verdad*

y sólo informan lo que las élites que dominan al mundo quieren que se informe” (C 10/12).

También se ataca en esta Ley uno de los pilares financieros de los medios: la publicidad. En el artículo 8°, se limita el espacio a la publicidad, dando más espacio al contenido que quiera divulgarse: *“El tiempo total para la difusión de publicidad y propaganda, incluidas aquellas difundidas en vivo, no podrá excederse de quince minutos por cada sesenta minutos de difusión”*. Esto no hace más que minar la reproducción de los medios como empresas privadas en busca de un beneficio mercantil. Esta lógica es la que expresa, desde la oposición a esta ley, el profesor y experto en comunicación, Marcelino Bisbal: *“Los medios de comunicación social se deben fundamentalmente a una razón económica, a una razón mercantil, y no van permitir que les sancionen de manera tan extrema como lo establece la norma que regula los contenidos”* (EU, 9/12).

“Comenzaremos a librarnos de la dictadura mediática”, sentenció Chávez (EU, 9/12) y todo parece indicar que se abre un nuevo foco de conflicto en ese país.

El MAS triunfa contra la “democracia pactada” en Bolivia

Muchas veces hemos hablado de la convulsionada situación en la que se encontraba Bolivia: la guerra del agua, los levantamientos y cortes de rutas campesinos, el levantamiento popular que terminó con la expulsión del entonces presidente Lozada (exiliado en EE.UU.), el referéndum por el gas, etc. Todas estas situaciones dejaban entrever la fuerza del movimiento popular para actuar en la consecución de sus objetivos, pero recién en esta oportunidad se llevó adelante esta fuerza en el plano electoral, con el resultado lógico de la debilidad y el deceso de los partidos políticos tradicionales que gobernaron el país en las últimas décadas.

Recientemente, la jurisprudencia burguesa no dudó en reformar la constitución con el fin de incorporar al juego político por primera vez a representantes de 324 agrupaciones ciudadanas y 59 pueblos indígenas, que se suman a los 17 partidos políticos. Esta actitud “pluralista” se explica a la luz de que los sucesos de Octubre (expulsión de Lozada)²⁴ aún no cicatrizan y la muerte de la “democracia pactada” es inminente. La “democracia pactada” consistió en los pactos que distintas fuerzas tradicionales fueron construyendo desde las elecciones de 1985 hasta 2002. La aplicación y administración de la política de ajuste estructural de corte neoliberal fue la norma de las distintas alianzas partidarias. Éstas intentaron (e intentan) encauzar el descontento dentro de las frágiles instituciones: *“Suponer que la democracia puede funcionar sin partidos, agrupaciones (ciudadana-*

²⁴ Véase *Análisis de Coyuntura* N° 40 y 41.

nas) o pueblos indígenas organizados, para establecerse a la vez a través del voto es una ilusión”, afirmaba el presidente Mesa (C 6/12). Pero esto no hace más que expresar las dificultades del mandatario –quien hoy se proclama independiente de cualquier partido– para sostenerse en la inestable situación boliviana. Recordemos que fue el vicepresidente de Lozada, gracias a un pacto entre Movimiento Nacionalista Revolucionario (MNR) y el Movimiento de Izquierda Revolucionario (MIR). La soledad presidencial se expresa en este llamado: “Tenemos que construir unidad de la superestructura de las elites que gobernamos el país” (LTC 6/12).

Al mismo tiempo, el aislamiento y la crisis de gobierno toman forma en la imposibilidad de consensuar una nueva ley de hidrocarburos –principal reclamo de las fuerzas sociales de oposición–, a cinco meses de votado el referéndum del gas.

En este escenario, los vacíos que han dejado “los tradicionales” están siendo ocupados principalmente por el Movimiento al Socialismo (MAS), las agrupaciones ciudadanas y los pueblos indígenas.

Los resultados electorales en los que se elegían los alcaldes confirman esta tendencia, pero dentro de un cuadro de abstención histórico en el país. Sobre un padrón de 4,5 millones de personas, casi 2 millones no ejercieron el derecho al voto (entre un 44 y 45%), lo que sigue demostrando la desconfianza de la gente en resolver los problemas por esta vía. Sobre la emisión de 2.671.838 de votos válidos, el MAS se impuso con el 18,1% (491.122 votos). El segundo lugar lo obtuvo el Movimiento Sin Miedo, del reelecto alcalde de La Paz, con el 8,7% (233.827 votos). El tercero lo consiguió el MIR con el 7% (189.733 votos) y el cuarto el Plan Progreso del reelecto alcalde de El Alto, José Luis Paredes, con el 6% (176.022 votos). Luego se ubican las agrupaciones ciudadanas y las de los pueblos indígenas. Hubo 61.758 votos en blanco y 139.791 nulos.

Sin embargo, esta apertura participativa esconde más de lo que muestra. Si bien por un lado permite, por ejemplo, que los derechos de los pueblos originarios sean reivindicados en la asamblea de Punata, donde se impuso el Movimiento Comunero Quechua Martín Uchu, por otro lado permite el reciclado de viejos políticos como es el caso de Gonzalo Terceros, quien obtuvo mayoría simple en Cercado, capital de Cochabamba, por Ciudadanos Unidos (CIU).

Los analistas no dejan de marcar que esta apertura a las distintas expresiones ciudadanas e indígenas le han quitado presencia al MAS como catalizador del descontento. Sin embargo, este movimiento de pequeños campesinos indígenas –que nació en 1980 en el Chapare (Cochabamba) y se convirtió rápidamente en el bra-

zo político de los cocaleros que se oponen a la erradicación del cultivo ancestral²⁵– continúa su crecimiento.

La estrategia de este movimiento en estas elecciones era convertirse en partido nacional, cosa que logró, ya que de los 327 municipios en disputa se impuso con mayoría absoluta en 47, en otros 75 obtuvo mayoría relativa y con el voto de un concejal de otras fuerzas conseguiría la alcaldía en 66 de éstos. Cabe aclarar que si bien no triunfó en ninguna capital del país, logró presencia en todas y fortaleció sus bases rurales.

El MAS invitó a agrupaciones ciudadanas y pueblos indígenas a que se sumen a su proyecto político, para conseguir conjuntamente “la soberanía de los pueblos 2007”, fecha en que se realizarán las elecciones presidenciales, con la previa mediación este año de la Asamblea Constituyente, la cual redefinirá el pacto social.

Se puede afirmar –para completar el análisis sobre el mapa político que habíamos realizado en los números anteriores– que el avance del MAS es otro paso de la “contrahegemonía” sobre los intereses de Washington en la región, la cual avanza con sus contradicciones internas, diferentes a las del resto de los procesos que ocurren en los demás países latinoamericanos.

El Etnocacerismo intenta canalizar el descontento social peruano

A menos de 18 meses de concluir su mandato, el presidente Toledo enfrentó un levantamiento armado del movimiento ultra-nacionalista Etnocacerista. Esto acelera el proceso de corrosión de su frágil gobierno (9% de popularidad) y abre la posibilidad de que sea escuchado el reclamo de la población de llamar a una Asamblea Constituyente, que reforme la constitución fujimorista, relanzando un nuevo pacto social.

El 1° de enero, en Andahuaylas, población cercana a Cuzco, un grupo de 150 reservistas comandados por un mayor retirado, Antauro Humala, tomaron la comisaría del lugar y se hicieron con el depósito de armas. De esta manera reclamaron la renuncia inmediata de Toledo, apostando a la recuperación de la soberanía popular y recurriendo al derecho de insurgencia reconocido por la constitución.

La composición de este movimiento es muy difusa. Por un lado, el llamado general es a la “refundación del Perú”, apostando a la recomposición del *Tahuantinsuyu*,

²⁵ Éste representa, en la práctica del masticado de la hoja de coca, la identidad andina, siendo la transformación en narcótico algo propio de la cultura occidental. El MAS viene enfrentando el Plan Dignidad, aprobado por Lozada y financiado por EE.UU., que encubre, con su expresión “cero coca”, la intención de despojar a las comunidades de sus tierras.

que fue el control imperial que los incas lograron sobre las etnias periféricas a su núcleo de influencia. Para esta vuelta a la “edad dorada”, proponen la renacionalización de todo lo extranjerizante, empezando por lo “chilenizado” (recordemos que Toledo cedió el espacio aéreo a empresas chilenas).

Toda esta pirotecnia verbal se fundamenta supuestamente en las producciones del Instituto de Estudios Etno-geo-políticos (IEE). Su director y fundador, Isaac Humala, padre de Antauro, postula: *“La raza cobriza (los indígenas) por ser mayoría en el Perú, debería ser la que gobierna. Pensamos establecer un gobierno verdaderamente democrático. No puede ser que el 3% domine durante 500 años al 97% de la población”* (LN 4/1). Este decir, que fácilmente puede confundirse con los reclamos que durante siglos vienen haciendo los pueblos originarios, toma otro significado en el hacer de este movimiento, que tiene como antecedente la “extraña coincidencia” entre la anterior acción de armas encabezada por Ollanta y Antauro Humala (hermanos), en la madrugada del 29 de Octubre de 2000, y la secreta fuga de Vladimiro Montesinos –ex asesor de Fujimori y acusado de varios casos de corrupción que sacudieron al país. A la concordancia temporal se le suma un cruce de llamadas entre el fuerte de Arica, cuyo comandante era Ollanta, y el celular de Montesinos.

Estos lazos, según Javier Diez Canseco, del Partido Democrático Descentralista –uno de los legisladores más respetados de la democracia peruana– no fueron rotos: *“El asalto perpetrado por los etnocaceristas favorece el objetivo fujimorista de destruir la democracia para lograr la impunidad.”* (LR 2/1). El legislador descartó también el apoyo de la población a este movimiento, que se comprobó con el correr de los días en distintas ciudades del sur del país (Arequipa, Ayacucho, Tacna y Puno), donde pequeños grupos de etnocaceristas se enfrentaron con la policía, luego de ver abortado su objetivo de lograr la adhesión popular.

El débil presidente Toledo, quien delegó en los militares la recuperación de la comisaría de Andahuaylas, manifestó: *“Democracia sí, pero mano dura, fuerte y sin contemplaciones para aquellos que toman las dependencias públicas. [...] No podemos permitir que delincuentes criminales tomen las dependencias públicas.”* (LR 3/1).

Mencionemos por último que ya suman 18 los funcionarios (por mencionar sólo los del entorno familiar toledano) sospechados de hacerse de un espacio público para obtener beneficios individuales como ejecutores de intereses empresariales, en detrimento de la población peruana, que día a día se hunde más en la pobreza y miseria.

Argentina

Luego de tres años, y de incontables vicisitudes, la Comisión de Valores de EE.UU. dio el visto bueno, necesario a nivel internacional, para que comience el canje de la deuda que el Estado argentino mantiene en default con sus acreedores privados. Dicha operación implica, fundamentalmente, una quita en el monto adeudado cercana al 60%. Con esto se realiza uno de los pilares centrales de la política económica del gobierno de Kirchner, y que fue, ante todo, la razón de la unidad de la burguesía autodenominada *nacional*. Así, mientras un frente de lucha comienza a cerrarse, se despiertan las numerosas batallas mantenidas hasta entonces en “estado latente”. Todas las voces del capital más concentrado a escala mundial descargaron sobre el país la misma exigencia: renegociar los contratos con las empresas de servicios privatizados.

Al mismo tiempo, en el frente interno se ejecutó, una vez más, un reajuste salarial favorable a un determinado sector de los trabajadores, teniendo por protagonista, esta vez, a dicha fracción de la clase obre-

ra. Quita de deuda y mínima recomposición salarial aparte, el capital y sus centros de producción ideológica (los medios masivos de comunicación) avanzan dentro de las fronteras nacionales según su inevitable lógica de *concentración*, más allá de su origen nacional o foráneo. Dicha igualación la veremos ejemplificada en los grupos Clarín y Telefónica.

En lo que respecta a la coyuntura política, veremos cómo continuó el conflicto al interior del PJ bonaerense, con la conformación de dos corrientes que llevaron a la fractura del bloque justicialista en la legislatura provincial.

También analizaremos los conflictos gremiales existentes, prestando principal atención al papel jugado por la CGT y su relación con el empresariado local.

Por último, en este *Análisis* dedicado a los medios masivos de comunicación, analizaremos cómo desde el matutino La Nación, se intenta desvirtuar el principio de Derecho a la Información, argumentando a favor de salvaguardar a las empresas privadas.

Pelea por las ganancias

El abandono del default despierta las disputas latentes

En el último mes de 2004, el gobierno argentino cerró, finalmente, los requisitos exigidos por los centros del capital financiero para lanzar “al mundo” el mayor canje de deuda en default de la historia (cuyo monto supera los 80.000 millones de dólares y contiene una quita en el capital adeudado de aproximadamente un 60%). A saber: recontrató al discolo Bank of New York (BoNY) como agente de cambio de los títulos de deuda “vieja” (en cesación de pagos) por títulos de deuda “nueva” (reducida).

Luego, las comisiones de valores de EE.UU. (SEC) y de Italia (Consob) autorizaron formalmente al Gobierno para iniciar la operación a escala mundial. Pero lejos de concluirse, las tensas negociaciones entre el Estado deudor y los acreedores privados continúan, digamos, en un nuevo nivel de disputa.

Por caso, el propio BoNY exigió como condición de la contratación la inmunidad judicial, salvaguarda que descarga las posibles demandas de los acreedores descontentos sobre el Estado argentino. Al mismo tiempo, los organismos de crédito (FMI, Banco Mundial, etc), los principales bancos del mundo y los gobiernos de los países más poderosos han venido presionando a lo largo del pasado año (y nada nos permite pensar que cesarán en el corriente 2005) en función no sólo de un aumento en los pagos a los acreedores privados, sino en la reorganización de la estructura económica del país favorable a los capitales más concentrados del mundo.

Ejemplos de la reforma exigida son los siguientes “frentes de disputa”: privatización de la banca pública (única que puede “sostener” mediante créditos baratos a los capitales locales menores); apertura económica irrestricta a la circulación de mercancías y capitales (caso del ALCA orquestado por los EE.UU.); recorte del gasto social y aumento en los pagos dirigidos a los organismos de crédito; renegociación de los contratos con las empresas privatizadas, lo que implica libertad de acción en materia tarifaria (aumentos) y de inversiones (abandono de la capacidad de control y dirección por parte del Gobierno), tema éste último que retomaremos en seguida.

En nuestro análisis hemos venido observando cómo la burguesía más concentrada a nivel local, con apoyo de las Pymes, de un sector importante de la clase obrera y de la Iglesia católica, condujo la intransigente posición oficial oponiendo a los requerimientos recién citados un programa que, en palabras del propio ministro de Economía, Roberto Lavagna, se define como “*tener un tipo de cambio alto para no volver al peso sobrevaluado [y] un superávit fiscal*” (LN 11/12).

Con todo, ante la definitiva salida del default, se “despiertan” los distintos frentes de disputa, mantenidos hasta el momento en estado latente, destacándose la presión por la libertad de acción de las empresas privatizadas.

Tal y como consignábamos en el *Análisis*... N° 52, los capitales españoles, subordinados frente a sus vecinos europeos y frente a los norteamericanos, debieron jugar sus fichas, en la década del noventa, en la inesta-

ble ruleta argentina. Por eso, el gobierno de Rodríguez Zapatero ofreció su apoyo político para “desacartonar” las duras posiciones de los italianos, alemanes y otros países del G-7, opositores a la línea de negociación argentina, con el objeto de evitar nuevos cimbronazos en la economía nacional. El mes pasado esto se expresó en la figura del rey Juan Carlos quien afirmó públicamente que, en el contexto de las negociaciones internacionales, “España no va a abandonar a la Argentina” (C 16/12). Pero al mismo tiempo, y como contracara obligada de dicha solidaridad política, el principal asesor económico de Zapatero, Sebastián Gascón, estableció las condiciones siguientes frente a la senadora Cristina Fernández y al jefe de Gabinete Alberto Fernández, ambos de gira por España: “que Argentina respete la seguridad jurídica para la inversión española. Criticó las retenciones adicionales a Repsol YPF y pidió que se archive el marco regulatorio de las empresas públicas enviado al Congreso. España quiere una recomposición también gradual pero persistentes de las tarifas” (C 17/12).

Idéntico sentido tuvieron los reclamos del español Enero Landaburu, director general de Relaciones Externas de la Comisión Europea (de la UE): “Si el gobierno [argentino] tiene derecho a fijar los precios que quiere y las empresas tendrán que hacer siempre frente a obligaciones de servicio público, esto crea una imposibilidad de actuar” (LN 15/12); y las advertencias del titular del Banco Mundial, James Wolfensohn, quien condicionó la ejecución de préstamos dirigidos hacia la extensión y suministro de agua a la “renegociación de un acuerdo con los concesionarios que asegure la sustentabilidad en la provisión” (C 8/12). Finalmente, a nivel interno fue Walter Schmale, presidente del Instituto Argentino del Petróleo y Gas, quien hizo público el reclamo de las petroleras pidiendo el aumento de la tarifa del gas que llega a los hogares (LN 16/12).

Entre la vorágine de presiones, el gobierno argentino respondió con similar contundencia. El procurador de Tesoro, Osvaldo Guglielmino, denunció a Rigo Sureda, presidente del CIADI y por tanto único árbitro del tribunal internacional donde se tratan las demandas realizadas por las privatizadas luego de la pesificación de las tarifas. La denuncia se explica puesto que Sureda forma parte de un estudio norteamericano que, en un futuro inmediato, tendrá como árbitro (en una disputa judicial) a un actual abogado de dos compañías con inversiones en servicios públicos argentinos. Se trataría de una devolución de favores entre grandes árbitros, lo que en palabras del procurador del Tesoro se describe así: “no hay normas. La sensación es la de un abuso, un fraude” (C 13/12).

Por otro lado, el presidente Néstor Kirchner hizo circular entre la primera línea de su gabinete el titánico proyecto de saldar la deuda con el FMI por 15.067 millones de dólares. El concepto utilizado por los miem-

bros del gobierno fue el de “desendeudar al país” en búsqueda de la “desintervención de la economía y la autonomía” (LN 16/12), y cobra significado, en medio de las negociaciones con los acreedores privados nacionales e internacionales, como política de acción psicológica.

Con todo, el oficialismo tuvo que postergar para el corriente año el tratamiento en el Congreso de la disputada ley marco que regulará los servicios privatizados, y con eso la renegociación de más de 60 contratos. Como hemos afirmado aquí y en pasadas ediciones, el gobierno intentará controlar el nivel de tarifas y el cumplimiento y dirección de las inversiones pautadas, jamás cumplidas por las empresas concesionarias.

La recomposición salarial: necesidad de cohesión social

El mes pasado el ministerio de Economía estimó que 2004 cerraría con el mayor superávit fiscal de los últimos cincuenta años. Hasta noviembre, el mismo marcaba algo más de 19.400 millones de pesos (LN 23/12). También se calcula que la producción interna (PBI) crecería un 8% respecto del año anterior (2003). Pero entre los guarismos más llamativos se inscribe el que consigna el aumento de la desigualdad en el reparto de la riqueza producida socialmente. Según la consultora Equis, la participación de los asalariados en el ingreso nacional alcanza al 21,5% del PBI, cuando en el 2001 era del 24,3% (C 9/12). En este marco de descenso continuado del ingreso de los trabajadores –devaluación mediante– se asistió el mes pasado a un desarrollo de conflictos gremiales que incluyó, como veremos más adelante, huelgas, trabajo a reglamento y toma de edificios (siendo los casos más sonados el de telefónicos, docentes bonaerenses y trabajadores del subte). En los medios televisivos, los empresarios y/o sus representantes gremiales negaban toda posibilidad de ejecutar aumentos generales en los salarios. La negativa a ultranza por parte de la burguesía formaba parte, evidentemente, de la negociación sobre el nivel de una inevitable suba salarial.

Haciendo referencia a dichos conflictos, el presidente Néstor Kirchner afirmó en un acto público: “les digo a todos que el Gobierno no va a ser neutro, no va a mirar desde la tribuna este partido”. Allí mismo agregó, desde una perspectiva estratégica, que “en el país no hay lugar para un proyecto de concentración económica como en el pasado” (C y LN 4/12). Acto seguido, el gobierno decretó otro aumento salarial por cien pesos, dirigido a los trabajadores privados y públicos (del Estado Nacional, no de las provincias) en blanco, elevando el salario mínimo a 614 pesos.

Inmediatamente, desde la Unión Industrial Argentina y otras corporaciones menores como Adimra (industriales metalúrgicos) o, directamente, desde los propios grupos económicos salieron a criticar la medida: “Los

salarios del sector privado deben evolucionar en conjunción con la productividad y competitividad de cada uno de los sectores del diálogo social y la negociación colectiva” (LN 10/12), se leyó en un comunicado de la UIA. Al mismo tiempo, Cristiano Ratazzi, titular del grupo Fiat, sostuvo que la suba debió haberse negociado “entre las empresas y los representantes de los trabajadores” (C 11/12).

A pesar de los dichos citados, la Unión Industrial lanzó un comunicado conjunto, nada más ni nada menos, que con la CGT. Con un alto contenido retórico, aunque no por esto carente de significado, ambas entidades acordaron apoyar “al proceso productivo en marcha” y un compromiso con un “desarrollo nacional con inclusión social y fortalecimiento del mercado interno”; “trabajar conjuntamente para propiciar la distribución más equitativa del ingreso”; y, finalmente, “combatir el trabajo en negro” (LN 30/12).

Podemos concluir que en vistas del derrumbe de la participación de los trabajadores en la riqueza social, la burguesía en tanto clase dominante supo responder a las exigencias de los trabajadores, otorgando un aumento salarial (aunque sin dejar de negociar el nivel del mismo) con el objeto de mantener la cohesión social. Fresca permanece en su memoria la aciaga insurrección espontánea de diciembre del 2001. Al mismo tiempo, los sucesivos aumentos que el gobierno otorgó durante el 2004 operaron como elemento de fractura al interior de la clase obrera, puesto que beneficiaron a una determinada fracción de los trabajadores: ocupados, en blanco, privados, y -en este último decreto- sólo a una parte de los estatales.

Pero el aumento salarial no sólo se entiende en cuanto al conflicto de clases antagónicas. Si bien a través del mismo se realiza el interés de una fracción de pequeños capitales locales que requieren del consumo interno, y que sirven de base política para aislar a los trabajadores, al mismo tiempo sirven de base política a una de las fracciones del capital en su disputa hacia el interior de la clase.

Vimos en el *Análisis* n° 54 la conformación de dos espacios distintos. Uno, encabezado por Techint y el grupo Industriales de la UIA, junto con los pequeños capitales cooperativos del campo y la industria, apadrinado por el propio Roberto Lavagna y Aldo Ferrer, denominado Cipec. (No es casual, en este sentido, que la Unión Industrial haya monopolizado la palabra en las negociaciones salariales). Otro, intitulado *Cadena Agroindustrial*, conformado por la Sociedad Rural (SRA), junto a otras entidades del campo menores, la industria alimenticia y los más grandes exportadores, cuya principal intervención se dirige hacia la eliminación de las retenciones, la especialización productiva (agrícola y alimenticia) en vistas del mercado mundial. El vicepresidente de la SRA firmó un artículo en donde se lee: “la eliminación de los impuestos distorsivos [es decir,

retenciones a las exportaciones] es la única forma de ganar competitividad y generar puestos de empleo para que aumente el ingreso genuino de los argentinos” (C 4/12).

Epílogo: La dinámica de la concentración en capitales foráneos y locales

Más allá de las disputas en desarrollo al interior de la clase dominante (burguesía), observaremos cómo la misma lógica de concentración del capital y de la producción se desenvuelve tanto en un grupo económico local (Clarín) como en uno estrictamente foráneo (Telefónica). Tomaremos para el caso la rama de los medios de comunicación, tal como ya lo hemos analizado en el presente *Análisis...*, en su dimensión mundial y en sus particularidades latinoamericanas. Veamos la forma que el desarrollo de esta rama toma en nuestro país.

El diario **Clarín** tiene sus orígenes por la década del '40, beneficiándose con la expropiación que hace Perón al diario La Prensa, hasta entonces monopolizador de la sección “Clasificados”. Esto le permite a Clarín acaparar gran parte del mercado a partir del desarrollo de dicha sección en sus páginas.

Décadas más tarde, durante la última dictadura militar, Clarín pasará a controlar, en sociedad con el diario La Nación y el Estado nacional, la empresa “Papel Prensa” (que domina el mercado de papel en Argentina). El control de este recurso es fundamental, ya que además de evitar la importación del papel, lo que abarata los costos, les permite a los nuevos socios controlar a las restantes editoras decidiendo a quien se le vende papel y a quien no, de acuerdo a las circunstancias.

En la década de 1980 comienza a constituirse como multimedia al adquirir Radio Mitre (violando la legalidad que prohibía a un medio gráfico incursionar en los medios electrónicos).

En los '90, gracias a la profundización en la apertura de la economía y las ventas de las empresas estatales, pasa a controlar canal 13 y, puntualmente en 1992, entra en la televisión por cable al adquirir Multicanal, siendo hoy la empresa de cable más importante de América Latina. En 1995 ingresa al sector de las Telecomunicaciones a través de la Compañía de Teléfonos del Interior (CTI), en la rama de telefonía celular. A fines de la década del '90 adquiere el 51% de Direct TV (el otro 49% depende de Cisneros, magnate de medios en Venezuela, y de la norteamericana Hughes, controlada por General Motors). Controla a su vez los proveedores de Internet: Fullzero, Datamarkets, Clarín.com, Clarín Global, Ubbi y Ciudad Internet. Con todo esto, el grupo Clarín se encuentra hoy entre las diez empresas más importantes del país.

El otro grupo considerado en esta descripción es **Telefónica**. Asociado con el Citibank (EEUU), Banco Río (Arg.) y Techint (Arg.), aparece en el país gracias a

las privatizaciones operadas a partir de 1990. Su evolución y sus nexos son más complicados de seguir, ya que está plagada de fusiones y desmembramientos de varios grupos. En 1992, con Citibank conforma el CEI, que asociado al banquero Moneta (vinculado al menemismo y socio de Hadad) y al banco Mercantil, inician operaciones en telefonía, distribución de señales y elaboración de contenidos. En 1997 el Citibank vende parte de sus acciones al fondo de inversiones HMT&F (asociado a negocios petroleros con Bush) comprando el 20% de las acciones. En 1997 el CEI hace negocios por 2.300 millones de dólares, de los cuáles el 75% corresponden a la adquisición de sistemas de TV por cable, TV abierta, radios y revistas. Adquiere Cablevisión, se asocia con Ávila para la señal TYC Sport; compra el 50% de canal 9 y cuatro canales del interior (ahora manejados por Hadad); pasa a controlar el 100% de Telefe junto a seis canales del interior. En radio domina Continental y La Red en AM y la Hit en FM. En el mercado gráfico adquiere acciones de la editorial Atlántida.

En el año 1999, cuando el menemismo se retira de la dirección política del país y cae el banquero Moneta, desaparece el CEI. Sin perder el tiempo, Telefónica compra las acciones del grupo. La facturación de telefónica la ubica entre las primeras cinco empresas del país.

En síntesis, ambos grupos (local y extranjero) controlan a 4 de los 5 canales de aire, al diario de mayor circulación en el país y el papel con el que editan, al 95% de los abonados al cable en Argentina y a la principal empresa en América Latina en este rubro, a las radios más escuchadas de Buenos Aires y del interior, tanto en AM como en FM, y a la totalidad del sistema de telecomunicaciones satelital. Al mismo tiempo son socios de los capitales más concentrados que operan en escala mundial, y en diversos medios menores de carácter provincial, los cuales controlan a veces directamente y otras por medio de testaferros o empresas fantasmas. Veremos más adelante la manifestación de tamaña envergadura económica, en la dimensión política.

Coyuntura política

PJ bonaerense: Solá se le anima al poder de Duhalde, bajo el ala del kirchnerismo

En nuestro último *Análisis...* habíamos observado cómo la lucha por el control del aparato justicialista bonaerense llevaba al recién electo titular Eduardo Duhalde a renunciar al cargo, cediendo el mismo a uno de sus hombres más cercanos, el diputado José María Díaz Bancalari. Pero además de la mencionada conducción de Bancalari, en el mismo acto fueron elegidas todas las autoridades de la mesa de conducción partidaria provincial. Inmediatamente, el gobernador bonaerense, Felipe Solá, recriminó la forma en que se eligió dicha conducción, aduciendo no haber sido consultado, al tiempo que sí se lo consultaba a Duhalde. En ese sentido, el ministro de gobierno bonaerense, Florencio Randazzo, señaló el comienzo de una etapa "post Duhalde" (C y LN 7/12). La encargada de contestarle fue la propia esposa de Duhalde: "No se puede enojar desde lo político porque logra o no tener un espacio propio" (C 7/12).

Estos chispazos llevaron a Solá a decidirse a jugar de lleno dentro del espacio "transversal" planteado por el presidente Kirchner, quien mantiene en estado latente su disputa con Duhalde. Solá llegó a plantear que "Cristina hoy es mucho mejor candidata que Chiche" (C 12/12), al hacer referencia a la interna por la candidatura a la senaduría nacional por la provincia de Buenos Aires que se dará durante 2005.

Al mismo tiempo, Duhalde invitó a "despegar" de su influencia a Solá (C 12/12), lo que fue tomado al pie de la letra por el Gobernador. El día 14, con la consigna

"Es hora de despegar", Solá lanzó su línea interna en el PJ provincial, la cual cuenta con el apoyo de 51 de los 76 intendentes justicialistas. "Entre los que aceptaron su liderazgo se destacan Balestrini, La Matanza; Slezak, Berisso; Othacehé, Merlo; Acuña, Hurlingham; Zúccaro, Pilar; Varela, Campana; y Alak, La Plata, entre otros intendentes de la primera y de la tercera sección electoral. A estos jefes comunales se sumaron la mayoría de los jefes comunales de la segunda, cuarta, quinta, sexta y séptima sección electoral (...) En cambio, los intendentes duhaldistas del conurbano, Curto, Tres de Febrero; Álvarez de Olivera, Avellaneda; Mussi, Berazategui; Ishii, José C. Paz, Descalzo, Ituzaingó; Arregui, Moreno; y Cariglino, Malvinas Argentinas, se negaron a asistir al acto y a firmar una solicitud que ratificó el liderazgo de Solá" (LN 15/12).

La respuesta del duhaldismo se dio en la legislatura provincial. El día 29, "el Parlamento aprobó el Presupuesto 2005 eliminando dos herramientas consideradas clave por los hombres del gobernador. Solá se quedó sin cuatro artículos que le otorgaban facultades especiales para reasignar partidas presupuestarias. Eran atribuciones que la Legislatura concedía al Poder Ejecutivo desde hace 20 años, casi sin objeciones" (C 30/12). El hecho provocó la fractura del bloque del PJ en la provincia, con 19 diputados que responden a Solá, y 34 restantes que responden a Duhalde.

Al mismo tiempo, Duhalde lanzó la corriente "Lealtad" simultáneamente en los 134 distritos bonaerenses, llamando a los dirigentes justicialistas a adherir a la misma mediante una solicitud. (LN 30/12).

Conflictos gremiales: lucha salarial con la CGT de moderadora

En nuestra sección de *Ganancias* analizábamos el incremento salarial otorgado por medio de un decreto presidencial para el sector privado y los estatales nacionales. El mismo, decíamos, se encuentra dentro de la política desarrolla por la burguesía local en cuanto a mantener dentro de los marcos de la cohesión social a la clase trabajadora. Pero analicemos cómo fue el mes desde la perspectiva de los conflictos gremiales desatados.

Durante noviembre y diciembre se incrementaron los conflictos gremiales, casi exclusivamente por reclamos salariales, conducidos principalmente por los trabajadores telefónicos y de los subterráneos, acompañados por ferroviarios, metalúrgicos, camioneros y otros. En cuanto a los estatales, la lucha salarial la encabezaron los docentes bonaerenses, y los judiciales nacionales, también acompañados por seccionales estatales provinciales. Esto llevó, como decíamos más arriba, ante la falta de respuesta del empresariado, a que el Gobierno decreta un aumento generalizado.

Tenemos entonces, como primer hecho a destacar, el crecimiento hacia fines de 2004 de la conflictividad gremial, apoyada básicamente en su costado salarial.

Sin embargo, un hecho que también merece el análisis en lo que refiere a dichos conflictos, es el papel de la dirigencia sindical. Por un lado, en algunos casos como subterráneos, telefónicos y algunas seccionales ferroviarias, los conflictos son encabezados por gremios que no responden directamente a la CGT. Mientras tanto, en la cúpula de dicha Central, se intenta encauzar dichos conflictos dentro de la relación con el gobierno, pero también, y sobre todo, con el propio empresariado. En cuanto a lo primero, durante el mes de diciembre existieron varias reuniones, ya sea con el propio presidente Kirchner o con miembros de su entorno, por parte de la cúpula de la CGT, encabezada por Hugo Moyano.

Pero también durante el mismo mes, la CGT agasajó a los directivos de la UIA con un asado en su sede, dando como resultado el documento mencionado en la sección *Ganancias*.

El intento de mantener todo dentro de los marcos del diálogo con el empresariado forma parte de la mencionada necesidad de cohesión social. Ante esto, es sintomático el papel jugado por la dirigencia cegetista. Las palabras del propio Moyano en un reportaje de Clarín publicado el 9 de diciembre hablan por sí mismas, tomando mayor significado ya que están dedicadas principalmente a transmitir tranquilidad al empresariado, en el momento de peor reparto de la riqueza producida socialmente en décadas, como señalábamos más arriba:

- “Los dirigentes sindicales tenemos que tener la responsabilidad de evitar todo tipo de desbordes. En los últimos años hemos aprendido bastante como para volver a cometer errores que puedan perjudicar nuevamente la economía. Esta dirigencia sindical sabe hasta dónde puede llevar los reclamos.”
- “No tenemos que alarmar; el hecho de que los trabajadores reclamen no quiere decir que la cosa va a pasar a mayores.”
- “Los conflictos individuales es posible que se sigan dando. Lo que no se puede es tomar una determinación desde la CGT porque sería muy perjudicial para los trabajadores, los dirigentes y el Gobierno. No es momento de ninguna medida de fuerza y sólo el tiempo dirá si se puede dar más adelante.”
- “[El encargado de dar respuestas] debería ser el sector empresario.”

Medios de comunicación: ¿de quién es el Derecho a la Información?

Como venimos analizando en este número, la concentración en la rama de las comunicaciones a nivel mundial provoca como consecuencia lógica que se restringa la palabra de las amplias mayorías. A partir del control de la tecnología que permite ingresar en millones de hogares todos los días, ya sea en forma visual (TV, Internet, VHS, DVD, etc), radial o escrita, un puñado de empresas controlan qué, quién, cómo, cuándo y dónde se produce la información y la cultura masivamente. Así, la imposición del “pensamiento único” se lleva acabo día a día, en todos los rincones del planeta. Asimismo, veíamos cómo los grupos Clarín y Telefónica controlan la mayor parte del mercado local. A su vez, veíamos que Clarín es socio en varios diarios del interior, así como en Papel Prensa, del diario La Nación. Este matutino, controlado desde su fundación por la familia Mitre (acaba de cumplir 135 años de circulación), en este momento está encabezando una de las batallas que los medios masivos de prensa escrita están llevando adelante: la disputa por el acceso a la información pública.

El ejemplo vale que se lo mencione, para observar una de las tantas herramientas que la burguesía tiene para imponer su opinión, generando consenso social, y presionando a los gobernantes de turno para que se responda a los intereses de tal o cual fracción en la lucha interburguesa, o bien para generar consenso sobre la reproducción general de la burguesía como clase, frente a los trabajadores.

Como señalábamos en la introducción general, hace décadas que el Derecho a la Información fue reconocido internacionalmente, está presente en el Pacto de San José de Costa Rica (al cual nuestro país suscribe), y en las legislaciones nacionales de algunos países centrales. En dichos reconocimientos, queda claro como conclusión que el mencionado derecho es el que tenemos todos los pobladores del planeta en cuanto a recibir información con determinados parámetros de calidad y

cantidad, con la idea de que cuanto más información se tenga sobre determinado problema, cada uno de nosotros estará en mejores condiciones de comprender dicho problema y, por tanto, de enfrentarlo.

Es obvio que el grado de concentración descrito imposibilita cualquier tipo de pluralidad y democratización en cuanto a la información circulante. El siguiente ejemplo nos muestra cómo, desde los medios masivos - en este caso La Nación- se intenta desvirtuar el espíritu de dicho Derecho, resignificándolo para los intereses de cierto sector de la burguesía local, que se encuentra abiertamente enfrentado con el actual gobierno nacional. Recordemos que el diario La Nación expresó históricamente (y lo sigue haciendo) la voz de los capitales más concentrados a nivel local, fundamentalmente la voz de la tradicional Sociedad Rural Argentina (SRA), es decir, los grandes productores agroalimentarios, quienes ven perjudicadas coyunturalmente sus ganancias -producto de la renta de la tierra- por las retenciones a las exportaciones.

El hecho es que se discutió durante los últimos meses del año en el Senado nacional una ley de acceso a la información pública. En tal sentido, La Nación presionó desde diversas notas y editoriales para que dicha ley se sancione, en pos de acceder a cierta información del accionar del gobierno del Estado que actualmente se mantiene bajo secreto. Desde el kirchnerismo, a través de Cristina Fernández de Kirchner, se impulsó que sea considerada información pública no solamente lo estrictamente estatal, sino también lo vinculado a las em-

presas privadas. Ante esto, el matutino presionó valiéndose del argumento del Derecho a la Información, pero cambiando el sentido del mismo. Así, el derecho de todos a recibir información, se cambia por el de los medios masivos a acceder a determinadas informaciones del gobierno. El siguiente editorial habla por sí mismo: “*Cuando hablamos del “derecho a la información”, nos estamos refiriendo al derecho que toda persona tiene de acceder a las informaciones que obren en poder de cualquier órgano del Estado, ya se trate de organismo descentralizados, de empresas estatales, de entes con autarquía controlados por la autoridad pública, de órganos privados con subsidio estatal o de organismo privados con concesiones o contratos vinculados con la explotación de servicios públicos.*

Recientes reformas pretenden agregar a esa extensa nómina a los organismos privados. Es decir, aspiran a que la obligación de informar pese también sobre las empresas particulares. Si esa reforma se concretase, la norma se desnaturalizaría por completo” (LN 3/12).

Lo que La Nación está pidiendo es acceso a la información de gobierno, para publicarla cuando lo crea más conveniente. Si el gobierno de turno responde directamente a los intereses de la fuerza social que La Nación representa, nada obligaría al diario a difundir algo que perjudique a un aliado. Pero además, lo que de ninguna manera La Nación estaría dispuesto a permitir, es que sea considerada información pública lo concerniente a empresas privadas, dentro de las que se encuentra incluidas, por supuesto, el tradicional matutino.

Conflicto social

Los principales acontecimientos registrados en los meses de diciembre fueron: 17 jornadas de huelgas parciales; 7 jornadas de marchas y actos; 6 jornadas de bloqueo y/o ocupación de edificios privados (empresas) o boleterías; 5 jornadas de cortes de ruta, calles, autopistas, puentes y vías; 5 jornadas de acampe en Plaza de Mayo; 3 jornadas de trabajo a reglamento; 2 jornadas de concentraciones frente a edificios públicos; 2 jornadas de toma de edificio público o predios públicos y 1 jornada de ayuno.

Las organizaciones y agrupamientos que protagonizaron las jornadas fueron: Bloque Piquetero (7); Movimiento Territorial de Liberación (7); conductores de camiones y recolectores de basura nucleados en el Sindicato de Camioneros (6); Coordinadora de Unidad Barrial -CUBA- (6); Movimiento Teresa Rodríguez (5); Quebracho (5); Correpi (5); Unión de Trabajadores Piqueteros (5); CTD Aníbal Verón (5); trabajadores telefónicos -Foetra- (5); Frente Popular Darío Santillán (5); trabajadores docentes de la provincia de B.A. - Frente Gremial Docente: Suteba, FEB- (4); Movimiento Independiente de Jubilados y Desocupados (3); Co-

rriente Clasista y Combativa (3); trabajadores de subterráneos (3); Central de Trabajadores Argentinos (CTA) (2); Madres de Plaza de Mayo (Hebe de Bonafini) (2); finalmente con una acción registrada: trabajadores de fábricas recuperadas; vecinos del barrio de Quilmes; Frente de Trabajadores Combativos; MTD Aníbal Verón; Fedecámaras; HIJOS; estudiantes universitarios (FUBA); trabajadores del Ministerio de Defensa y trabajadores civiles de las FF.AA.

Entre las principales demandas y consignas observamos: mejora salarial (15); rechazo a la represión, la judicialización de la protesta, los crímenes políticos y las leyes represivas (9); mejores condiciones laborales (6); libertad y desprocesamiento de manifestantes y/o militantes (6); trabajo genuino (5); entrega de alimentos (3); aumento en el monto y/o cantidad de los planes sociales (2); reincorporación de trabajadores despedidos (2). Finalmente: ley de “expropiación definitiva” en el caso de las fábricas recuperadas; solución a la contaminación de barrios por compañías privatizadas; rechazo al “pacto Kirchner-FMI”.