XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2015.

El modelo de mediación corporativo en la industria foresto-celulósica uruguaya. Los programas televisivos de UPM y Montes del Plata (2010-11).

Claudio Pérez.

Cita:

Claudio Pérez (2015). *El modelo de mediación corporativo en la industria foresto-celulósica uruguaya. Los programas televisivos de UPM y Montes del Plata (2010-11). XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: https://www.aacademica.org/000-061/210

ARK: https://n2t.net/ark:/13683/eM78/fp9

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org*.

“El modelo de mediación corporativo en la industria foresto-celulósica uruguaya. Los programas televisivos de UPM y Montes del Plata (2010-11)”, Cap. V. – Tesis de maestría (MESLA – FSOC.UBA)

Mg. Claudio Pérez (FSOC – UBA)

Palabras clave: Pasteras – Mediación – Uruguay – Neoliberalismo – Cultura.

Resumen

Este estudio parte de la pregunta acerca de cómo se legitiman las corporaciones de la industria foresto-celulósica uruguaya, específicamente UPM y Montes del Plata, luego del Conflicto del Río Uruguay, especialmente desde octubre de 2010, a partir de que se levantó el corte de ruta por parte de los ambientalistas en el Puente Gral. San Martín. El problema se abordará a partir del estudio del modelo de mediación corporativo, es decir, de las representaciones y el dispositivo retórico-enunciativo que se utilizan para “proyectar” simbólica e imaginariamente la actividad de la industria, generadas por las dos empresas líderes del rubro -UPM y Montes del Plata- y que se materializan y difunden a través del discurso televisivo que emiten en el formato genérico de institucionales y micros informativos en los canales locales de Fray Bentos y Colonia.

V. El soporte y el discurso del modelo

a. Los programas, el soporte y los formatos

Los programas analizados son *UPM espacio TV* y *Montes* del *Plata TV*. *UPM espacio TV* fue un institucional emitido en 2010, dividido en cuatro partes, en las postrimerías del fin del conflicto del río Uruguay, mientras que Montes del Plata TV es un ciclo semanal, aún vigente, que informa de los progresos en la construcción de la planta y el impacto social, económico y ambiental de ésta en la zona.

El soporte es el televisivo en ambos casos, en los canales de aire locales (Canal 2 de Fray Bentos y canal 3 de Colonia), también emplazado en su versión *online*, garantizando su masividad. La dinámica de los soportes tv y web es la elegida por las empresas a fin de fidelizar usuarios remedando el funcionamiento publicitario. Además, las compañías, como vimos, tienen su propio canal en Youtube donde suben fílmicos actualizados.

Los formatos son el institucional, donde se muestran las características de la empresa sin contrapartidas, en el caso de UPM, y el micro informativo, donde hay multiplicidad de voces y espacios, si bien condescendientes con la empresa, para Montes del Plata.

En todas las emisiones de Montes del Plata, en el inicio, con música del litoral, se muestra un mapa de Uruguay que se desplaza a la zona de Conchillas (en colores amarillo y marrón). La idea de posicionar a la localidad de Conchillas en el mapa, sacarla del anonimato en el que se encontraba. Desde aquí se empieza a narrar la historia del pueblo que girará en torno a la empresa

UPM tiene una presentación más elaborada, contenido interactivo mientras surgen las imágenes, una marcada búsqueda de colores -donde predomina el verde, sinónimo de naturaleza y color de los ambientalistas-. En cada emisión se hace un recuento de lo visto en el capítulo anterior a modo de remarcar los contenidos y explicarlos con detalle, además de generar clichés y slogans de recordación, como “el trabajo uruguayo al mundo".

b. El discurso del impacto ambiental

Montes del Plata tv: *El discurso científico, el discurso periodístico y el foro*

El discurso científico

En el programa 16 de *MdP TV* se trata por primera vez el tema de la **contaminación**. La *figura de autoridad*[1] introducida en el tema está dada por la ingeniera María Noel Fadel[2] (gerente de Medio Ambiente del Proyecto) mientras la conductora, Natalia Guevara, toma el rol de presentadora y realiza preguntas evidentemente elaboradas con anterioridad, dirigidas a obtener una respuesta en negativa de la pregunta, por ejemplo: "¿las plantas de celulosa contaminan?".

Conductora y entrevistada caminan por el casco histórico de Colonia y se sientan en un banco de plaza. La ingeniera alude a que "es una de las industrias **menos contaminantes** por el **alto nivel tecnológico**" y aquí aparece en juego, en la significación evocada por el enunciado, la **modernización ecológica**, aquella por la cual las empresas se modernizan, argumentan cuidar el medio ambiente y se reposicionan en el mercado como una empresa ecológica.

La entrevistada se explaya acerca de los supuestos de contaminación:

"Obviamente, como ustedes saben, es una **discusión** en cuanto a la **industria** de nuestro país. Se da con todas las industrias, en especial con la industria de la **celulosa**. Hay una tradición en la discusión de si **contaminan o no** contaminan. La industria de la celulosa en el mundo es una de las industrias que más se ha desarrollado en los últimos **veinte años** desde el punto de vista **tecnológico**. La industria de la celulosa es una de las **pocas** industrias que tienen un ciclo completo donde toda la producción implica un proceso de **recuperación** de toda la tecnología que utiliza, de todos los productos **químicos** que utiliza. Tiene incorporado en su propio diseño lo que es el **tratamiento** de emisiones, efluentes. O sea, es una de las industrias **menos contaminantes** debido al alto desarrollo tecnológico que ha sufrido hace 20 años. Muchas veces la gente se queda con lo que eran las plantas de celulosa hace **treinta años**, que producían muchos episodios de olor (…)".

1 Nos referimos al enunciador legitimado por ser un referente en el tema tratado.

2 Ing. Química, asesora de grandes proyectos en Uruguay.

Centrémonos en algunas *marcas discursivas*[3], que se encuentran en el *enunciado*: en primer término la entrevistada habla de la discusión en tanto a la industria, es decir, no lo plantea como un problema ambiental, lo cual sería claro en el discurso de los ambientalistas (**Sabatini**, 1997). Se connota la impronta del discurso hegemónico forestal de subordinar lo social a lo productivo e incluir a la planta como parte de la sociedad pero evitando hablar de sus posibles efectos nocivos. El discurso científico-técnico, dada su complejidad, explica el proceso como conviene y es funcional a las omisiones deliberadas en una estrategia de "limpieza de imagen".

Luego la entrevistada se refiere a la celulosa y la contaminación -en sí la celulosa no es la que acarrea los contaminantes, sino el proceso de su desencaje de la madera- lo cual se resolvería con el proceso tecnológico de los últimos veinte años (1991-2011) que ella alude. Existe una sobreaserción con respecto al tema de la **modernización tecnológica**, la entrevistada plantea "es una de las industrias menos contaminantes debido al alto desarrollo tecnológico que ha sufrido hace veinte años. Muchas veces la gente se queda con lo que eran las plantas de celulosa hace treinta años, que producían muchos episodios de olor (…)". Puede considerarse que la frase está sobreasertada "porque está en relación con su temática central, pero también porque se trata de una generalización con valor de prescripción donde el enunciador parece tomar altura para afirmar un principio" (**Maingueneau**, 2007: 203).

La entrevistada es una autoridad cuando afirma que hubo desarrollo tecnológico pero peca de ella cuando habla de lo que piensa "la gente" en el tema contaminación. Más bien deja entrever el mensaje a contraponer, ya que esa mirada es la de los ambientalistas más que la del común de los habitantes de Colonia, que no han puesto resistencia a la instalación de la pastera. Como refiere **Maingueneau**, la **identidad** del autor desempeña un papel esencial en este asunto: por regla general, se destacan las sobreaserciones de los locutores considerados importantes, cualquiera que sea la razón de su notoriedad. Evidentemente es lo que ocurre en las entrevistas, donde el hecho de entrevistar a alguien implica que tiene autoridad, por lo menos en el universo en el cual se inscribe el texto concernido.

3 Marcas a partir de las cuales se puede reconstruir el sentido del texto (Verón, 1987).

El discurso periodístico

En el programa 19, se televisa un agape para periodistas dentro de la planta y se los entrevista. Aquí se da una situación de búsqueda de legitimidad ante, como se le dice a la labor periodística, el cuarto poder; la opinión positiva de los periodistas, actuando como líderes de opinión[4], es vital para el consenso positivo de la audiencia sobre las plantas.

La conductora pregunta acerca de la "impresión personal sobre lo que estuvieron recorriendo". Mildred Sonderejer, de Canal 3, afirma "Nos han facilitado mucho la información (…). Luego quedará a criterio de cada uno lo que seguirá desarrollando con el correr del tiempo". La conductora también pregunta "¿Qué fue lo que más te impactó de toda esta recorrida?" y la periodista responde "La ruta, sin dudas".

Con los periodistas la emisión es desorganizada, se hilan las voces: "Muy buena impresión, el recibimiento que tiene la parte de comunicación con nosotros los periodistas" dice Elio García, del semanario local *El municipio*. "Se ha empezado la construcción por toda la parte complementaria. El edificio central parece que es una cosa más sencilla o de menos tiempo de construcción y eso parecería que se va a hacer al final" dice Norberto Costabel de Semanario Noticias. "Tuve la suerte que me invitaran a conocer la planta de Arauco, allá en Chile, y comprendo lo que significa. Esta planta no es solo para Colonia sino para todo el Uruguay" declara Carlos Serebresky de Sacramento FM.

En lo antecedido se dejan entrever dos temas, uno es el acceso a la información y otro la relación de los periodistas con las grandes empresas. La visión acerca de las empresas inversionistas en Latinoamérica por parte de los periodistas liberales es conocida, haciendo lobby a favor de las empresas. Cuando el periodista dice "sé lo que significa (la planta de Arauco)" produce un sentido incompleto solo anclado por el *contexto*, "el contexto desempeñaría un papel periférico, suministraría los datos que permitirían salvar las ambigüedades eventuales de los enunciados" (**op. cit.**, 2007: 9).

4 En este caso se adapta la explicación de Lazarsfeld (1942) del "flujo de dos tiempos", donde entre medio e interpretación interfiere la opinión de un individuo culturalmente respetado por parte de la audiencia, asociado al buen sentido.

Si bien para entender el contexto es necesario un saber cotidiano y otro enciclopédico. **Maingueneau** (2007) señala al saber cotidiano como el sentido común y al saber enciclopédico al nivel de la intelectualidad, si bien, frecuentemente, estos dos saberes se confunden. En este caso el saber cotidiano sería el conocimiento de la existencia de la planta y el enciclopédico sus características técnicas.

"No es sólo para Colonia sino para todo el Uruguay" podría resultar un buen *slogan*, con la idea de que la inversión de una gran empresa beneficia a todo el país. Este se trata de un *discurso directo*, pero bien podría ser citado como *discurso indirecto*, ya que es un *leit motiv* repetido como "estar dentro del mundo" o "abrir las puertas al capital". Chile, como país de inversiones en América Latina también se nombra indirectamente.

El foro

En el programa 14, se aborda el tema de la instalación del Foro de Desarrollo Local en Conchillas (FDLC). El FDLC es un área dentro de un programa que propone el Centro Latinoamericano de Economía Humana. Aníbal Cuchman[5] señala con micrófono en mano en una conferencia: "Fuimos convocados por la empresa MdP para generar un espacio de relacionamiento entre la comunidad y el futuro (…) Buscar un espacio para proyectarnos juntos con una idea en común (…) El desarrollo local es lo que *supuestamente* nosotros sabemos impulsar".

Aquí se da el caso de una puesta escenográfica. **Maingueneau** llama *escenografía* a la forma "dentro de la cual el locutor se ve ubicado es una escena narrativa construida por el texto, una escenografía que tiene como efecto desplazar el marco escénico a un segundo plano; el locutor se encuentra así atrapado en una especie de trampa" (**Maingueneau**, 2007:100). Así Cuchman en la escena validada para proponer un *coaching* de desarrollo, como experto, interpela a los representantes de la empresa y a la población.

Se introduce en el debate el tema de los foros híbridos (**Callon**, 2005), estos son espacios abiertos donde los grupos pueden discutir opciones técnicas relacionadas al

5 Ing. Agrónomo. Director de Cuchman & Asoc. – Depuración de Aguas.

colectivo; donde los grupos involucrados y sus representantes son heterogéneos, ya que incluyen políticos, expertos y técnicos, entre otros. También son híbridos porque las preguntas y problemas planteados se dirigen hacia diferentes niveles en una variedad de dominios, desde el ético, económico, etc.

En los foros híbridos se forjan nuevas identidades de actores preocupados por los proyectos en discusión. A su vez, funcionan como ámbitos fértiles para la construcción colectiva de conocimiento, mediante la exploración de los problemas planteados, del universo de opciones posibles, así como las soluciones a las que llevan.

Por otra parte, este proceso de aprendizaje da lugar a intercambios entre las formas de conocimiento de los especialistas y el conocimiento de las personas comunes. Más allá de las representaciones institucionalizadas, conduce a un descubrimiento de las identidades mutuas, maleables y en desarrollo, que llevan a tomar la otra en cuenta y de este modo se transforman entre sí.

UPM espacio tv: *El proceso de producción, la contaminación de la planta, el impacto de la forestación*

El proceso de producción

La calidad del programa de UPM conlleva la *división retórica del sentido*: por un lado, el diseño explica sutilmente el proceso de tratamiento de contaminantes de la planta; por otro, los enunciados descriptos con información y los testimonios reproducidos de los entrevistados insertan las formaciones discursivas del modelo de mediación.

En el programa 1 se muestra el proceso que va desde la madera hasta la obtención de la celulosa. Dar a conocer el circuito completo *connota* la transparencia de la empresa, también en esa idea de "puertas abiertas"[6] se generaron otras acciones, como las visitas a la planta y la información de los documentos de impacto socio ambiental subidos a la web institucional (www.upm.com.uy).

6 La política de "puertas abiertas" se trata de la decisión institucional de muchas organizaciones (Unilever, Microsoft, IBM, etc.) de flexibilizar las relaciones interpersonales entre los empleados y la línea directiva, así también como con los clientes. Más información en www.losrecursoshumanos.com

Eugenio García[7], gerente de RRHH, comienza la emisión diciendo "Nuestra empresa produce celulosa que se vende en todo el mundo, en los mercados más exigentes. Digamos (frunce el ceño) el toque diferencial es el trabajo uruguayo". Este discurso es fuertemente sobreasertivo y el efecto de sentido que genera es poner en primer plano el trabajo, y a partir de allí alabar las características del ciudadano uruguayo, logrando asociar valores ciudadanos con potencial de trabajo, así metonímicamente los valores asociados al ciudadano uruguayo se transmiten a la empresa.

Según García, las fábricas y las materias primas son las mismas, si bien un monocultivo en este hemisferio tarda en cultivarse menos de la mitad que en Europa, y para él la calidad del trabajo uruguayo es el plus, aún sin contar con personal calificado, por lo que este discurso encuentra baches argumentativos. Se podría advertir que la alusión al trabajo uruguayo es consecuencia de un entramado publicitario donde este ocupa el rol de *ventaja diferencial* y el escenario que se forma es que la humildad y la eficiencia para el trabajo del uruguayo es única; si bien no lo sería más que en cualquier país subdesarrollado, donde la necesidad es el eje de la sumisión y la falta de empleo, que aumenta los oferentes laborales y reduce los costos de las empresas.

El locutor es la voz de la empresa, un conductor encubierto con la presencia de su voz. La voz es la corporalidad, como si se tratase de un miembro de la misma empresa, y cuando señala que "En noviembre de 2009 pasó a llamarse UPM" está advirtiendo que Botnia (no nombrada), la empresa del conflicto, ya no existe más por estas tierras, sino una empresa renovada que "fabrica sus productos en base a materiales renovables y reciclables, y es líder en materia de innovación y tecnología".

La contaminación de la planta

Las emisiones de UPM espacio tv tienen un perfil desarrollista[8], y no se detienen frecuentemente en el tema ambiental. La primera alusión se hace en el primer programa

7 Ing. Químico, con posgrado en finanzas. De 1997 a 2006 había sido gerente de producción de celulosa de Fanapel S.A.

8 En el sentido de la "suma cero"; concepto que sostiene que hay niveles de contaminación aceptables para la producción, base de la economía de los países.

de una manera *contextual*, y la referencia el locutor: “La empresa realiza sus productos en base a materiales renovables y reciclables y es líder en materia de innovación y tecnología”. Indirectamente al nombrar “renovables y reciclables”, “innovación y tecnología” se contrapone a los argumentos de los ambientalistas que denuncian contaminación por falta de proyección e industrias contaminantes por procesos anticuados de décadas anteriores.

Otra mención al medio ambiente se da al relacionar los países de Uruguay y Finlandia temáticamente, al decir que coinciden “en un cuidado muy importante del medio ambiente”. El “muy importante” no tiene recorrido discursivo, pero sirve para desestimar indirectamente la alusión de la falta de normatividad, nombrada por los ambientalistas, y se apunta a otras temáticas fuertemente positivizadas.

Una nueva mención se da en el tercer programa, y parte de la forma en que son implantados los árboles en el campo, con la explicación más detallada que se da del tratamiento ambiental tocando por primera vez el tema del agua en palabras de Miguel Vera (gerente de producción): “Si es un campo nuevo se realiza todo el estudio de impacto ambiental, con todas las medidas conservacionistas con respecto al manejo de agua, respetando todos los recursos”. Estos estudios de Impacto Ambiental y manejo del agua proponen un tema que, nuevamente, no se desarrolla, sólo se menciona como si la simple mención bastase para solucionar el problema.

El impacto de la forestación

La forestación ha sido conocida mediáticamente luego de la planta de celulosa, razón del conflicto del río Uruguay, pero -como ya se sabe- es un proceso anterior y así se lo recalca en los programas 1 y 3 en el editado (se repite el mismo recorte) sobre palabras de Ronald Beare, gerente general de UPM, “a partir de la Ley Forestal de 1987”. Esto sirve también para afirmar que la firma UPM está desde el principio de este proceso junto a la firma Forestal Oriental.

Como Eugenio García en el programa 1 hace hincapié en que UPM no es una empresa nueva, utilizando el *ethos* de la trayectoria, como un significante también de

pertenencia afirmando además que si no es una empresa nueva, ello se debe a la forestación.

UPM le da importancia a la información del proceso técnico de la manufactura (lo que podría catalogarse como *discurso científico*), existiendo también el discurso comercial del *know how*. La pregunta por el *know how* sería si realmente surgió desde el Uruguay o ya estaba dispuesto.

Es descriptivo el mapa del Uruguay que se presenta, si se toma en cuenta que son diez departamentos los forestados, es casi un país forestal.

Es toda una novedad la forma de producción de los plantines. "4 etapas en la producción de plantines: estacas (de las plantas madre), enraizamiento (1 mes), crecimiento (2-3 meses), rustificación (2-3 semanas)". Otra vez se alude al saber técnico, como un índice de trabajo y meticulosidad.

Recordemos que el tema del agua es un eje planteado por los ambientalistas, dando cuenta que la forestación atenta contra este recurso esencial. En tanto, la empresa dice aplicar medidas conservacionistas pero no ahonda de qué manera, sugiriendo que su mismo nuevo estatus de empresa "verde" aporta credibilidad. En esta "limpieza de imagen" vemos que la empresa no se mete en temas escabrosos que no pueda abordar con fluidez.

c. El discurso de la generación de empleo

MdP tv: *Los personajes, la construcción de la planta y la cantidad*

Los personajes

Como ya había surgido en la entrevista a María Noel Fadel, ya analizada, se van conociendo *enunciadores calificados*. La novedad ahora es que se cuentan sus historias de vida y se los constituye como personajes sociables y positivos. Es el caso de Pastrana y Morangiu.

En el programa 2, se introduce al tema “Más de 600 trabajadores, decenas de empresas, construcciones principales, construcciones temporales para atender las necesidades de la obra es ya una realidad de Punta Pereira. Un gran equipo de técnicos de MdP supervisa cada una de las partes que implica este proyecto. Quien lidera este equipo es Carlos Pastrana”.

Pastrana (Director general de la obra) es brasileño e hijo de españoles, se hace hincapié en ello, conjuntamente con su vida en Uruguay y como lo han recibido los uruguayos. Su trabajo en la industria celulósica empezó hace veinte años, en la Cruz Celulosa. Dirigió hasta seis mil personas y tiene un contrato de cuatro años, aún después de la inauguración de la planta.

En el programa 8 se sigue tratando el tema de la construcción, con el detalle que se entrevista a un ingeniero argentino (véase la importancia que reviste la nacionalidad tras el conflicto del río Uruguay), Luis Marongiu, gerente de construcciones. La primera pregunta es “Ud. es argentino ¿de qué manera se vincula al proyecto?”; a lo que Marongiu responde “Tuve la suerte de participar de otro proyecto importante en Uruguay, satisfactoriamente. Y esta propuesta me llegó a través de un amigo”.

Véase la informalidad con que se llevó a cabo el contacto según Morangiu, quien tampoco da mucha precisión sobre si trabajó en obras de gran dimensión. Pareciera ser que el principal componente de la nota es que sea argentino.

La visión de los ambientalistas sobre los ejecutivos de la planta era de tecnócratas inescrupulosos. Estos dos extranjeros que se vinculan social y culturalmente con la gente del pueblo contrastan esta visión y se ubican más allá de sus cualidades técnicas.

La construcción de la planta

El programa 3 comienza diciendo "En el programa de hoy vamos a contarte importantes avances en la construcción de la planta de celulosa. También vamos a conocer un poco de lo que es la vida cotidiana aquí en Punta Pereira".

“Se ha empezado ya a estructurar algunas calles definitivas en el centro de la parte principal de la planta. El sistema de alimentación eléctrica también está andando. Las oficinas provisorias también. Pensamos que en dos meses podemos tener todas las

instalaciones funcionando. La parte de saneamiento y tratamiento de aguas también está dentro de lo previsto, también en dos meses la podemos tener funcionando".

Otro eje importante es la seguridad, sobre todo luego de que en febrero de 2008 muriera un operario en la ex planta de Botnia luego que cayera de un andamio ubicado a 20 metros de altura. En el programa 5, "La seguridad en Punta Pereira es casi una obsesión (…) el curso de inducción". La entrevista se da con Alicia Silvera, que es presentada como técnica previsionista. Natalia Guevara propone las preguntas "¿Todos los que ingresan a la planta deben hacer este nuevo curso de inducción?" y la entrevistada contesta "Tanto los ingenieros como los reporteros". Continúa "Después vienen otros cursos: de socorrista, brigada de emergencia. Cuando empecemos las tareas de montaje, haremos cursos de montaje, espacios de confinamiento". En el programa 6 se continúa con el eje en la seguridad. Para la introducción se cuenta con el speech que relata la conductora: "Trabajar en una construcción *no es lo mismo que estar detrás de un escritorio*, los riesgos físicos son una amenaza cotidiana y hay una sola forma de convivir con esto: trabajando de forma segura. MdP integró todo un equipo dedicado exclusivamente a atender estos aspectos. A su frente está Gabriel Islas, subgerente de seguridad y salud ocupacional con el que hablaremos en esta oportunidad". Los entrevistados no vienen mas que a confirmar lo que dijo la conductora refiriendo nuevamente a la *figura de autoridad*, apelando al *discurso técnico científico*, los términos "inducción", "previsionista", " confinamiento" son parte de este último.

En el programa 7 la conductora dice "En la construcción se analizaban las propuestas para alimentación, transporte y alojamiento. En todos los casos las soluciones elegidas son innovadoras, desafiantes y contemplan las necesidades de la población obrera como nunca antes se había hecho. En una visión vulgar todos estos aspectos demostrarían un cambio en las condiciones denunciadas por los ambientalistas, acerca de un "capitalismo salvaje", desinteresado de sus empleados. Sin embargo, estas condiciones responden al propio sistema fordista: relación con la comunidad, altos salarios, infraestructura laboral. Todas estas características, claro está, no redimen de la explotación.

La cantidad

En el programa 9, la conductora anticipa "En el episodio de hoy veremos avances en las obras y **cuánta gente** está trabajando en la planta. Visitamos el servicio

médico y conversamos con el coordinador Pablo Tricca. Además recorreremos la plataforma marítima 21, frente a Punta Pereira, realizando trabajos para la obra del puerto". Seguido se realiza la entrevista a Julio D'Alessandro, subgerente de construcción y montaje. La primera pregunta es "A la fecha ¿**Cuánta gente** está trabajando en MdP?"; a lo que el entrevistado contesta "Son 1300 personas más o menos". Seguido la conductora pregunta "¿**Cuánta gente** hay del departamento de Colonia?"; y D'Alessandro contesta "Un 30 %".

Vemos la insistencia en la cantidad de personas involucradas. Pareciera ser que mostrar "un 30 %" de 1.300 es un porcentaje importante. La empresa así se sitúa como una generadora de empleos a los ojos del televidente.

En el mismo sentido en el programa 17 de MdP se utiliza un *recuadro* con el número de trabajadores: "3.170 trabajadores a la fecha". Desglosados en "2.850 uruguayos, 330 extranjeros, 33% colonienses"; además "350 extranjeros a la fecha: 107 chilenos, 98 brasileros, 94 argentinos, 58 de otras nacionalidades". Todos estos enmarcados en el avance de las obras en Punta Pereira.

En el programa 21 se planteó un resumen de todo lo realizado por la empresa. La *visibilidad* es la premisa en acontecimientos que no solían ser publicados y se recalca que se trata de "La planta de celulosa más grande del mundo en Punta Pereira".

No importa lo que representa realmente la cantidad de empleos, los significantes responden a "muchos", y se anclan en la *huella* (**Verón**, 1987) de los enclaves constituidos anteriormente, como el frigorífico Anglo. La representación del frigorífico es una construcción idealizada, anclada en un contexto ya inexistente, el del fordismo como parte de las políticas económicas keynesianas. Cabe preguntarse si se puede hablar en momentos de neoliberalismo de una construcción similar para este proyecto y qué marcas de aquel momento sirven para esta representación.

UPM espacio tv: *La profesionalización y la proyección, Jóvenes Talentos 1*

La profesionalización y la proyección

Ser profesional es resignificado por la empresa, ya que no depende de un título universitario, sino del aprendizaje laboral, por ende como dice el joven empleado Federico Cabrera "no es muy común en el Uruguay este tipo de oportunidades".

El locutor señala, con el apoyo del diseño (zócalos y una detallada infografía) que a los nuevos empleados se los entrena en física, química, mecánica y una decena de disciplinas más a través de un programa teórico. Como si se tratase de una *escuela fábrica*, UPM se autodefine como un formador de mano de obra, ya que en Fray Bentos no existen universidades cercanas ni empresas competentes que dicten cursos, o a donde se puedan ir. Se evidencia un modelo de cadena de montaje donde la empresa crea su propia mano de obra, tal como si fuesen eslabones.

La relacion con el trabajador no se da sólo en lo que respecta al trabajo sino en lo que tiene que ver con la moral, por ende, como plantea **Gramsci**, los servicios de inspecciones creados para controlar la 'moralidad' de los obreros, son necesidades del nuevo método de trabajo. Ver en ellas sólo una manifestación hipócrita del 'puritarismo' es negarse a comprender la importancia de crear un nuevo tipo de trabajador y de hombre (**Gramsci**, 1934).

La temática del trabajo es la más utilizada en los programas del espacio tv, centralizado en la fábrica y en las posibilidades de los trabajadores para su desarrollo, con un discurso contrario al trabajo golondrina y al oficio mecanizado.

Con respecto a la proyección, Ronald Beare resalta: "Estamos unidos a un grupo de 20 mil personas distintas que trabajan en los distintos países, lo cual es muy bueno porque eso asegura una proyección internacional también para la gente que está en Uruguay. Si quiere seguir creciendo, seguir desarrollándose, y pasar a integrar este gran grupo a nivel mundial". La **proyección internacional** se puede comparar indirectamente con la partida de jugadores de fútbol, deporte más popular en Uruguay, al exterior. En un sitio sin demasiados horizontes poder viajar es una *ventaja diferencial,* si bien se estima que todavía no ha habido trabajadores de la planta o en la forestación que hayan viajado al exterior.

La posición de la empresa se mide en cada programa: "En el pasado Espacio TV: Forestal Oriental centra sus actividades en la producción de eucalipto; a fin de proveer a la pastera UPM de 3,5 millones de m3 de madera, generando gran cantidad de empleos. A través del programa Fomento potencia la diversificación de rubros proveyendo mayor estabilidad para poder invertir y realizar planes a largo plazo".

En cada una de las emisiones el locutor anuncia de qué se trató el episodio antes visto, y un resumen de los datos más importantes. En este caso, "3,5 millones de m3 de madera", "gran cantidad de empleos", "programa fomento potencia la diversificación", "mayor estabilidad". Se trata de sobre aserciones, que asocian datos y slogans.

Jóvenes talentos 1

Jóvenes Talentos 1 fue el primer programa de empleo de UPM, por el cual se hizo la oferta a través de los diarios locales y se presentaron 500 postulantes, seleccionándose 20. En el programa 4 se entrevistó a dos jóvenes empleados surgidos de este programa, los cuales señalan: "Cuando nosotros, los jóvenes talentos 1, ingresamos, fue con técnicos de planta que nos instruían y nos ayudaban en el proceso" (Mauricio Fonrodona, técnico de planta); "trabajar día a día en la planta es enriquecedor, con cosas nuevas o cambiando cosas o con tus propios compañeros" (Angélica Ronda, empleada).

El discurso *proactivo*, del trabajador que se anticipa a la tarea, se connota en la expresión de las "multihabilidades". Bajo el programa llamado así uno de los jóvenes empleados, Mauricio Fonrodona, dice que "tiene muchos desafíos, está bueno porque vamos rotando de áreas. Una vez que culminamos un objetivo de aprender un área por completo cambiamos a otra y vamos teniendo una visión integral de toda la planta". Este es un testimonio en primera persona que al nombrar la visión integral de la planta da sustento al programa y vela la impronta de la *precarización laboral* que surge de que un empleado contratado para una tarea haga también todas las demás.

Desde la parte gerencial también hay una explicación de los programas para empleados; Eugenio García, gerente general, dice: "Lo que pretendemos es que una persona sepa hacer más de una cosa, que no esté orientado a una única tarea, sino que sea un gestor de los procesos, pueda aprender una cantidad de habilidades y a gestionar una cantidad de partes de la planta. Hacemos la evaluación periódica de los progresos del mismo y los resultados han sido muy buenos". La *evaluación periódica* connota una herramienta de control en la producción del trabajador, que quita el tono idílico de los beneficios de trabajar en la planta y le suma obligaciones; nuevamente se utilizan los "servicios de inspecciones" planteados por **Gramsci** (1934).

La *idea* presentada por los ambientalistas de que el trabajo en las directrices de la empresa se iba a ver realizado por finlandeses se aborda *indirectamente* en la siguiente expresión del empleado Fonrodona: "El hecho de trabajar con los finlandeses fue más que nada absorber la experiencia de ellos. Ellos vienen trabajando hace muchos años en lo que es esta industria". En la imagen, mechada con el discurso del empleado, se ve a un hombre rubio, que representaría al finlandés, ciertamente de los pocos que trabajan en la planta, respaldando una idea contraria a la denunciada por los ambietalistas ya que las áreas directivas son ocupadas por uruguayos.

Desde un principio, la idea propuesta por los ambientalistas fue la de una línea decreciente entre los países desarrollados y subdesarrollados, es decir, que lo que ya estaba obsoleto en los países centrales desembarcaría en los periféricos. Así transmitieron la idea de que la planta en Finlandia ya no pasaba los controles ambientales y por eso se radicaría en Uruguay, además del atractivo de la mano de obra barata. En respuesta, lo que propone la empresa es mostrar un *continuum* de trabajo (en el marco de una empresa radicada en varios países) entre finlandeses y uruguayos, aduciendo el máximo nivel de control ambiental.

Las dos visiones encontradas de lo que pueden producir las plantas han sido el tema principal, claro está, de todo el debate. Los ambientalistas no han podido demostrar, sobre todo, la contaminación, mientras las empresas sí avanzaron exponiendo sus "buenas intenciones". En lo que respecta al trabajo, no sólo los empleos (la cantidad prometida por la empresa fue de 300 en la planta, 5.000 empleos en el área forestal y 3.000 en empleos indirectos[9]), sino los programas de empleo, las capacitaciones y la demanda de mano de obra no calificada (mayoritaria en la zona) fueron puntos muy favorables para la imagen de la empresa.

Bibliografía

Contursi, María Eugenia y Ferro, Fabiola (1999) "Mediación, inteligibilidad y cultura". Bs. As. FSOC-UBA.

9 http://www.medioymedio.com.ar/web/internacionales/888-botnia-desmiente-a-botnia.html

Ducrot, Oswald (1984) *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación.* Barcelona. Paidós.

Foucault, Michel (1969) *La arqueología del saber*. París. Gallimard.

Gramsci, Antonio (1951) *La política y el Estado moderno*. Bs. As. Ediciones Cepe, 1973.

Gramsci, Antonio (1934) "Americanismo y fordismo", en Cuadernos de la cárcel. Tomo 6. Cuaderno 22. México. Ediciones Era, 1981.

Hajer, Maarten A. (2000) *The Politics of Enviromental Discourse: Ecological Modernization and the Policy Process.* Oxford. Oxford University Press.

Hall, Stuart (1981) "La cultura, los medios de comunicación y el "efecto ideológico"", en Curran, J. y otros (comps.). *Sociedad y comunicación de masas*. México. ECE.

Harvey, David (2000) *El nuevo imperialismo*. Madrid. Akal.

Laclau, E. y Mouffe, C. (1987) *Hegemonía y estrategia socialista.* Buenos Aires. FCE.

Lazarsfeld, Paul (1942) *El pueblo elige*. Buenos Aires. Ediciones 3.

López, Mabel (2000) *Lectura de la imagen fotográfica*. Proyecto editorial. Argentina.

Maingueneau, Dominique y Frederic Cossutta (1995): "L'analyse des Discourse constituans", en *Langages Nº 117*, marzo de 1995, pp. 112-125. (Traducción de M. Eugenia Contursi para uso exclusivo del Seminario "Teoría de la Comunicación. Aportes desde el Análisis del discurso", 2009).

Maingueneau, Dominique (2007). *Análisis de los textos de comunicación.* Buenos Aires. Nueva visión.

Sabatini, F. (1997); "Conflictos Ambientales y desarrollo sustentable en las regiones urbanas". EURE. Santiago de Chile; Vol. XXII, Nº 68. Págs. 77 a 91.

Stédile, Joao Pedro (2008) "La ofensiva de las empresas transnacionales sobre la agricultura". Texto para la V Conferencia Internacional de la Vía Campesina. San Pablo. Mimeo.

Steimberg, Oscar (1993) *Semiótica de los medios masivos.* Buenos Aires. Atuel.

Verón, Eliseo (1987) *La semiosis social*. Madrid. Gedisa.

Williams, Raymond (1977) *Marxismo y literatura.* Oxford. Oxford University Press.

World Rainforest Movement Forest (2004), Boletín 83.

Yanes Mesa, Rafael (2007) "La política como género de la comunicación política". REDALIC.