De Matrix a Arauca. Las estrategias de las multinacionales españolas de la energía en América Latina

Autor beu
miércoles, 23 de mayo de 2007
Modificado el lunes, 10 de septiembre de 2007

Erika González y Pedro Ramiro, Observatorio de Multinacionales en América Latina

20 de octubre de 2006

“Esta es tu última oportunidad, después ya no podrás echarte atrás. Si tomas la pastilla azul, fin de la historia. Despertarás en tu cama y creerás lo que quieras creerte. Si tomas la pastilla roja, te quedarás en el país de las maravillas y yo te enseñaré hasta donde llega la madriguera de conejos. Recuerda, lo único que te ofrezco es la verdad, nada más.” Morfeo hablando a Neo, en Matrix (Larry y Andy Wachowski, 1999)

“Hoy también, como ocurre todos los días, se ocultará el sol. Por esta razón, porque existe la noche y la oscuridad, tienes a Unión Fenosa proporcionando luz”. En su última campaña de marketing, la multinacional eléctrica explica de este modo cuál es su objetivo: proporcionar a la gente “una pequeña ayuda para un mundo casi perfecto”.

Y es que, si hiciéramos caso a la publicidad de las empresas españolas de la energía, tendríamos que asumir que, efectivamente, vivimos en un planeta casi perfecto. Porque en los anuncios siempre aparece un mundo idílico, con verdes campos, ríos transparentes y gente que vive en paz. A la manera de Matrix [1], es una representación virtual diseñada por ordenador que sustituye a la realidad. Es decir, que, a fuerza de repetir el mismo mensaje, acaba calando en el imaginario colectivo la idea de que gracias a Repsol y a Unión Fenosa el planeta goza de buena salud y la naturaleza se respeta.

Antiguamente, para conocer la realidad había que mirar por la ventana. Hoy, las cosas han cambiado: para eso existe la televisión. Porque, en este mundo a lo Matrix, la realidad se construye a través de la imagen que proyectan los medios de comunicación. Y en ellos vemos que Iberdrola acepta el desafío de la energía verde, Repsol nos trae el pronóstico del tiempo, Endesa el resumen diario de la prensa y Unión Fenosa nos ayuda a ahorrar energía en el hogar. Lo que proponemos en este artículo es abrir la ventana y escuchar a las personas que sufren directamente los efectos de la presencia de las multinacionales españolas de la energía. Tenemos claro, como el protagonista de Matrix, que vale la pena tomar la pastilla roja.

Entre los grandes números y el valor de marca

Las empresas transnacionales son expertas en mostrar diferentes caras según el público al que se dirijan. Para los accionistas e inversores, dejan ver su perfil económico más favorecedor, con un crecimiento sostenido y con unos números que cada año tienen más cifras [2]. A la vez, para los consumidores y clientes, muestran su rostro políticamente correcto, donde priman los valores de solidaridad y de respeto por el medio ambiente [3]. En definitiva, se trata de dos visiones complementarias, que contribuyen a forjar la imagen de marca de las grandes compañías.

La primera estrategia se basa en afianzar el mito de que las transnacionales son un valor seguro en el que siempre se puede confiar. Así, la llegada de la primavera se siente no sólo porque nos lo recuerda El Corte Inglés, sino también porque es en esa fecha cuando se anuncian a los cuatro vientos las cuentas de resultados de las grandes multinacionales que, curiosamente, siempre se las arreglan para crecer con respecto al ejercicio anterior. En el caso que nos ocupa, este año Endesa ha aumentado su beneficio un 154% y Unión Fenosa un 119%, mientras que Repsol YPF obtuvo un crecimiento del 29%, elevando sus ganancias hasta los 3.120 millones [4]. Sin duda, estas noticias no son muy diferentes de unos buenos spots publicitarios. La maquinaria de absorciones, fusiones, ventas de empresas poco rentables, reducciones de personal y subcontratación de las tareas más costosas también les da una imagen de competitividad para el accionista y una mejor posición para encarar posibles adquisiciones.

La segunda de las estrategias consiste en forjar una imagen corporativa que trascienda el propio objeto de consumo. Apuntándose a la tendencia de vender valores y no productos que tan exitosamente han desarrollado las grandes empresas a nivel mundial, las multinacionales de la energía parecen asumir valores más propios de una organización ecologista o de solidaridad que de una compañía privada. Y es que tantos años de denuncias sobre la explotación laboral y ambiental de estas empresas ha obligado a las mismas a reconstruir un nuevo modelo empresarial que transmita valores que gozan de prestigio social en la actualidad.

“La energía más limpia es la que no se consume”, dice Unión Fenosa. “Tu energía nos mueve”, sostiene Repsol YPF. “La mejor compañía es la tuya”, vemos en los anuncios de Endesa... Hasta el mismo logo de la empresa simboliza la naturaleza, como la mariposa de Gas Natural o las hojas de colores de Iberdrola. Y, en el supuesto de que haya imprevistos que pongan en riesgo la tan trabajada imagen de

marca, estas multinacionales siempre se encuentran dispuestas para el contraataque. Por ejemplo, el escándalo del recorte de las reservas, las acusaciones de contrabando de petróleo y el decreto de nacionalización de los hidrocarburos en Bolivia han hecho que Repsol YPF haya multiplicado las inversiones en nuevos campos petrolíferos por todo el mundo [5]. El curriculum oculto de las empresas energéticas españolas

Aunque parezca que estas multinacionales llevan toda la vida establecidas en América Latina, lo cierto es que están ahí únicamente desde mediados de los noventa. Las reformas económicas que se implantaron en la época dorada del neoliberalismo, conocidas como el Consenso de Washington, les allanaron el camino y les permitieron asentar sus actividades en todo el continente. No olvidemos que Endesa y Repsol eran empresas públicas que, tras su privatización, dispusieron del capital necesario para invertirlo en su expansión latinoamericana. El hecho es que todo este proceso ha ido acompañado de una sucesión de graves impactos sobre los pueblos de América Latina, acumulándose una enorme deuda ecológica y social en el curriculum de las transnacionales [6].

Endesa es la primera multinacional del sector de la electricidad en América Latina y está presente en Chile, Argentina, Colombia, Perú, Brasil y en toda Centroamérica. La actividad en esta región le reporta un 31% del beneficio total, el cual se construye a partir de varias líneas de negocio: la compra de empresas clave del sector, la subcontratación de las tareas menos rentables y la construcción de megaproyectos.

El principal megaproyecto de Endesa ha sido la presa de Ralco, en Chile, cuya construcción supuso un gravísimo impacto ambiental, social y cultural. Varios años de presión de la compañía al gobierno permitieron su puesta en marcha, con el consiguiente desplazamiento de las comunidades mapuche-pehuenche de su tierra ancestral. Por otra parte, las consecuencias ambientales van más allá de la inundación de un territorio con alto valor ecológico, sin ir más lejos, en julio de este año las abundantes lluvias y la apertura de las compuertas de las centrales hidroeléctricas han ocasionado riadas que han matado a siete personas.

En la actualidad, Endesa participa en la construcción del Sistema de Interconexión Eléctrica Para América Central (SIEPAC), cuyo propósito es conectar México con Colombia a través de una red de transmisión eléctrica de casi 2.000 km que pasa por toda Centroamérica, con el objetivo final de proporcionar energía al mercado norteamericano en estos tiempos de crisis energética. Este proyecto se encuadra en el Plan Puebla-Panamá, una estrategia de desarrollo regional auspiciada por el Banco Mundial y que impulsará el negocio de las multinacionales de la energía que operan en la región, como Unión Fenosa.

Unión Fenosa está presente en México, Guatemala, Nicaragua, Panamá y Colombia. No figura entre las cincuenta mayores multinacionales de América Latina... pero, si hubiera un ranking de las empresas más criticadas, sí aparecería en los primeros puestos. La empresa actualmente controlada por la constructora ACS entró en el mercado eléctrico centroamericano comprando las empresas estatales. En el caso de Guatemala, donde Unión Fenosa posee más del 90% de las dos principales empresas distribuidoras [7], la eléctrica española se benefició de la puesta en marcha del Programa de Electrificación Rural, cuya financiación se supeditó a la entrada de compañías transnacionales según el dictado de las instituciones financieras internacionales. Idéntica receta se aplicó en Nicaragua, lo que llevó a Unión Fenosa a adquirir las dos mayores empresas y a controlar el 92% de la distribución eléctrica del país [8].

Si bien es cierto que estos planes han ampliado la cobertura eléctrica, no es menos cierto que la calidad del servicio es bastante baja. El resultado final, las protestas ciudadanas. Porque el fenómeno más típico de este mal servicio son los apagones, como hemos podido ver este año en los periódicos nicaragüenses [9]. Visto lo visto, y dado que Unión Fenosa considera “una de sus primeras responsabilidades el fomento del uso racional de la energía”, no sería de extrañar que la empresa incluyera en un futuro los apagones como método de ahorro energético. Pero los problemas no acaban ahí, ya que, según las denuncias realizadas por diferentes organizaciones sociales de Centroamérica, se han venido produciendo constantes incrementos de las tarifas, emisión de facturas desorbitadas y una pésima atención al usuario.

Por último, Repsol YPF es la empresa multinacional líder del sector de los hidrocarburos en América Latina. Lo que catapultó a esta antigua empresa estatal a la categoría de transnacional fue la compra del gigante argentino Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF), que le permitió centrar gran parte de sus actividades en Argentina y, al mismo tiempo, extenderse a casi todos los demás países del continente: Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Perú, Trinidad y Tobago y Venezuela. En el 2004, el 88% de su resultado operativo provino de América Latina [10].

Esta expansión por toda América Latina le ha reportado suculentos beneficios... a la par que una enorme lista de impactos sociales, ambientales y culturales sobre los pueblos de la región [11]. Por ejemplo en Argentina, donde la contaminación generada por el yacimiento de Loma de la Lata ha afectado a las comunidades mapuches Kaxipayiñ y Paynemil, y donde la privatización de YPF trajo una gran pérdida de puestos de trabajo y el deterioro de las condiciones laborales. O en Ecuador, país en el que las actividades de Repsol YPF en el Parque Nacional Yasuní repercuten sobre la etnia huaorani, y donde la multinacional española forma parte, junto con otras seis empresas, del consorcio que explota el Oleoducto de Crudos Pesados (OCP), que transporta el petróleo desde la selva amazónica hasta la costa pacífica y afecta a 11 áreas protegidas. Y también en Bolivia, donde Repsol lleva a cabo sus operaciones en el Territorio Indígena Multiétnico, en el cual conviven comunidades chimanes, moxeñas y yurakarés, en el Territorio Indígena Chimán y en

el Territorio Indígena Parque Nacional Isiboro Sécure, sólo por citar algunos de los territorios en los que habitan etnias amazónicas que la multinacional ha invadido. Colombia, diferentes estrategias para un mismo fin

Y, como no podía ser de otra manera, Colombia no es una excepción dentro de esta lógica: Endesa, Unión Fenosa y Repsol YPF están plenamente asentadas en el país y van dejando una estela de impactos por el mismo. Es más, el hecho de que Colombia sea un país con un conflicto armado interno desde hace más de 40 años, conlleva que estas empresas operen en un contexto de continuadas violaciones de los derechos humanos, del que cabría decir que, como mínimo, se aprovechan... si es que no contribuyen directamente a alimentarlo en algunos de los casos.

Endesa se introdujo en Colombia adjudicándose la Empresa de Energía de Bogotá, despidiendo a 2.000 trabajadores y subcontratando numerosas tareas a empresas internacionales en las que tenía intereses económicos [12]. Básicamente, la compañía eliminó el carácter de servicio público que tiene la electricidad, convirtiéndola en una mercancía disponible sólo para quien pueda pagarla. Esto se tradujo en la subida de tarifas o en el hecho de que los propios usuarios tuvieron que afrontar los pagos por la mejora de la infraestructura de distribución. Por otro lado, la obtención de energía se ha venido realizando a través de infraestructuras que perjudican a la población local [13].

La entrada de Unión Fenosa en Colombia ha sido algo más sonada. No tanto por la compra de la empresa EPSA, sino sobre todo por la adquisición de las distribuidoras de la Costa Caribe (Electricaribe y Electrocosta) [14]. Según la propia empresa, el 72% de sus clientes de la costa pertenecen a los estratos más empobrecidos. Por ello, el negocio ha de basarse en una estrategia muy agresiva: forzar apagones a los usuarios, aumentar las tarifas, realizar sobrefacturaciones... Ante las protestas ciudadanas que se han suscitado al respecto en los últimos años, la nueva estratagema de Unión Fenosa ha sido crear la empresa Energía Social que, por cierto, está subvencionada por el Estado. Lo que denominan “gestión adaptada a la idiosincrasia de los barrios más deprimidos de la costa atlántica” se hizo primero a través de la subcontratación de dirigentes sociales para la lectura y cobro de las facturas, lo que generó tensiones en la comunidad y de paso desestructuró el movimiento social que generó las protestas. El negocio ha sido redondo, porque el índice de cobro ha aumentado un 65% y la idea ha ganado un premio internacional en Responsabilidad Social Corporativa. Mientras tanto, prosiguen las denuncias contra Unión Fenosa, como la recientemente formulada por un sindicato de Colombia ante la OIT después de que la empresa acusara a dirigentes sindicales de formar parte de la guerrilla [15].

Para terminar este recorrido, tenemos que hablar de la petrolera Repsol YPF porque representa un caso paradigmático. La compañía lleva a cabo sus actividades principalmente en el departamento de Arauca, donde el Gobierno de Uribe ha instaurado un estado de excepción permanente. Repsol opera en esta región de tres maneras diferentes pero complementarias: asociado a la empresa estatal Ecopetrol, en consorcio con la transnacional estadounidense Oxy y en solitario. En todas las modalidades, la presencia de la multinacional española en Arauca se caracteriza por beneficiarse de la persecución a los dirigentes sociales, que combina las estrategias de judicialización con las masacres, así como por su poco respeto hacia los pueblos indígenas y el medio ambiente [16].

Este ejemplo nos sirve para poner de manifiesto una aparente paradoja: la mayor petrolera de América Latina trabaja en Colombia en la clandestinidad. Así es, la misma compañía que en nuestro país patrocina el motociclismo y el pronóstico del tiempo y que en sus informes anuales recoge su presencia en Colombia, opera a través de una subcontrata en Bogotá y carece de cualquier tipo de logotipo o identificación en sus oficinas y pozos, con lo que cualquiera diría que parece una empresa fantasma.

Su situación pone de manifiesto la gran capacidad de adaptación al medio que poseen las empresas transnacionales. En Arauca, donde más de veinte años de actividad petrolera apenas han dejado beneficios para la población, Repsol sabe de sobra que no es bienvenida y que sus operaciones pueden repercutir en daños a su imagen corporativa. Por eso, mientras perfora nuevos pozos y engorda sus ganancias, opta por no dar la cara. Esto, que podría resultar paradójico al compararlo con la publicidad que dan a sus actividades en otros países, no es sino otra forma de la misma representación de Matrix: se trata igualmente de construir un imaginario paralelo, pero ahora mediante la técnica de borrarse del mapa y operar en secreto.

Y es que nadie dijo que en todas las partes del mundo tuvieran que tener la misma versión del programa...

Erika González y Pedro Ramiro Observatorio de Multinacionales en América Latina (OMAL)

Paz con Dignidad

Este artículo ha sido publicado en la revista El Viejo Topo , número 225, octubre 2006.

NOTAS:

[1] Para quien no haya visto la película, Matrix es una versión moderna del mito de la caverna. Se trata de que Matrix es un programa de ordenador que controla la representación de la realidad y sirve para que los seres humanos crean vivir en un mundo perfecto... cuando de hecho están esclavizados por las máquinas. Esta metáfora ha sido bastante

utilizada en los análisis realizados desde los movimientos sociales; véanse para ello, por ejemplo: IGLESIAS TURRIÓN, Pablo (2002): “Sabotear Matrix. Notas sobre el papel de los desobedientes en el Foro Social Europeo de Florencia”. El Viejo Topo, nº 174 y LARA, Ángel Luis (2003): “La rebeldía en el tiempo de la guerra: apuntes desde el laboratorio Madrid”. Rebeldía, nº 6, Abril.

[2] Las grandes empresas españolas repartirán durante el mes de julio de 2006 más de 8.200 millones de euros en valor de acciones, como se recoge en JIMÉNEZ, Miguel (2006): “Lluvia récord de dividendos empresariales”. El País, 2 de julio.

[3] CONSUMEHASTAMORIR (2006): “La lavadora publicitaria”. Diagonal, nº 22, 19 de enero.

[4] Estos datos han sido obtenidos de los informes anuales de las empresas. Los beneficios de Endesa y Unión Fenosa están inflados con la venta de ciertos activos de la compañía, que justamente han sido incluidos en el resultado global para incrementar el valor de sus acciones.

[5] Entre marzo y agosto de 2006, Repsol YPF ha anunciado la puesta en marcha de nuevas actividades e inversiones en Rusia, España, Argelia, Brasil, Canadá, Argentina, Libia, Trinidad y Tobago, Nigeria y Estados Unidos.

[6] ORTEGA, Miquel (coord.) (2005): La deuda ecológica española. Impactos económicos y sociales de la economía española en el extranjero. Muñoz Moya Editores, Sevilla.

[7] La distribución eléctrica en Guatemala se la reparten entre Iberdrola y Unión Fenosa. La primera opera a través de una filial (EEGSA) que distribuye sólo en la capital y el centro del país, mientras la segunda tiene filiales (DEORSA, DEOCSA) que controlan el resto de Guatemala.

[8] PAZ, Mª José; GONZÁLEZ, Soraya; SANABRIA, Antonio (2005): Centroamérica encendida. Icaria - Paz con Dignidad, Barcelona.

[9] Véanse para ello los números de El nuevo diario (Nicaragua) de los días 19 y 26 de abril, 23 de mayo y 29 de junio de 2006.

[10] PULIDO, Alejandro y RAMIRO, Pedro (2006): “Repsol y el motor del capitalismo global”. Pueblos, número 22, julio.

[11] GAVALDÁ, Marc (2003): La recolonización. Repsol en América Latina: invasión y resistencias. Icaria, Barcelona.

[12] CENSAT (2002): GATS, liberalisation and privatisation of the power sector in Colombia. The Endesa case. Bogotá, noviembre.

[13] LLISTAR, David y ROA, Tatiana (2005): “El caso del Embalse del Muña: inversión pestilente en manos de Endesa”. Ecología Política, nº 30, Icaria, diciembre.

[14] ODG (2006): “Unión Fenosa en Colombia. Una estrategia socialmente irresponsable”. Disponible en la red en la dirección http://www.debtwatch.org

[15] La Central Unitaria de Trabajadores (CUT) de Bolívar (departamento del norte de Colombia) ha presentado una reclamación formal ante la OIT contra la multinacional por poner en grave peligro la vida de sus trabajadores/as, al afirmar en un comunicado interno de las filiales de la empresa en Colombia que un elevado porcentaje de miembros de la dirección del sindicato son miembros de la guerrilla. La denuncia se encuentra disponible en la Red de Alerta Sindical Colombia (http://www.ddhh-colombia.org).

[16] Por ejemplo, es inminente la puesta en marcha de actividades exploratorias en el interior de los resguardos indígenas de Arauca por parte del consorcio Repsol-Ecopetrol. Véase para ello LAVERDE, Juan David (2006): “Vía libre a la búsqueda de petróleo en territorio U’wa”. El Espectador, 17 de julio.