

Director Responsable:

Ramón Díaz

Editor:

Danilo Arbilla

Directorio: Ramón Díaz, Manfredo Cikato, Pablo Fossati, Ramiro Rodríguez Villamil y Danilo Arbilla. **Columnistas:** Daniel Gianelli (política) y Jorge Caumont (economía). **Secretario de Redacción:** Miguel Arraigal.

Información política: Claudio Paolillo (jefe), Gerardo Maronna, Alfonso Lessa, Alvaro Amoretti, Nelson Fernández, Luis Casal Beck.

Información general: Alejandro Nogueira (jefe), Efraín Mannise, Alvaro Giz, Gabriel Recarte, Claudio Romanoff, Mónica Bottero.

Reportajes especiales: César di Candia.

Indicadores económicos: Roberto Paullier (coordinador), Javier de Haedo (columnista), Carlos Mermot, Gustavo Michelin, Julio de Brum, Lorenzo Heiguer y Gabriela Inciarte. **Información Internacional:** Yanina Olivera - Servicios especiales de "The Washington Post", "Los Angeles Times", "The Guardian", DPA, ANSA y AFP.

Cultura y espectáculos: Sergio Lacuesta (coordinador), Rodolfo Fattoruso y Barret Pulg (columnistas), Jorge Castro Vega (teatro), Alvaro Sanjurjo Toucan (cine) y Enrique Hetzel (jazz). **Medicina:** Jean Richerd.

Deportes: Mauricio Fernández Reyes. **Columnistas:** Juan Carlos Paullier (fútbol). **Humor:** Kid Grages, Aldo Cammarota y Leslie. **Archivo:** Florencia Herrera. **Fotografía:** Milton Cea. **Diagramación:** Nelson García Serra. **Corresponsales:** Pablo Montaldo (Brasil) y Zeimar Lissard (Argentina). **Administración:** Alfredo Bianchi Varela.

Búsqueda es una revista semanal miembro de la Sociedad Interamericana de Prensa. Está inscripta en la Dirección de Industrias con la matrícula N° 2079. Con domicilio en Av. Uruguay 1146, tels. 921300, 921356, 921365, 921388, 906435, 906376, 906337 y 905664. Montevideo - Uruguay. Las opiniones vertidas en los artículos son de exclusiva responsabilidad de los autores. Precio de venta: \$5 700. Impreso en Talleres Gráficos de Impresora Polo Ltda. Paysandú 1179. Teléfono: 920452/80. D.L. N° 40172. Distribución: Papapito.

por Ramón Díaz

Cuando, noches atrás, preguntado el hombre público que se veía en pantalla acerca de la política agropecuaria, identificó la despoblación de la campaña como el síntoma clave para diagnosticar el mal que aqueja a ese sector, concebí esperanzas de ver el debate — pues de eso se trataba, en el programa de Néber Araújo — encaminarse hacia el meollo de la cuestión. Lamento tener que decir que mis expectativas se vieron totalmente defraudadas.

La gráfica que ilustra este artículo muestra cómo, en efecto, el interior de nuestro país sufrió una despoblación relativa muy fuerte, verdaderamente dramática, pasando de ser, como había sido hasta 1890, cuatro quintas partes de la población total, a apenas sobrepasar el 50 % (55 % en el lapso 1963/85).

Desde la independencia hasta 1890 Montevideo y el interior habían crecido demográficamente a tasas muy semejantes: 4,2 % la capital, 3,8 % el interior; pero desde entonces, y hasta 1985, se abre entre los dos ritmos un verdadero abismo: Montevideo crece mucho más lentamente que antes, al 2 %, pero el interior avanza con lentitud aún más marcada, apenas al 0,9 % al año.

Si uno parte de la premisa de que esas seculares tendencias demográficas no pueden menos que apuntar hacia una grave dolencia padecida por la parte del país que lleva un siglo de estancamiento, el paso siguiente inevitablemente tiene que consistir en preguntarse qué es lo que aconteció en la vecindad cronológica de la ruptura del equilibrio original. Existe arrolladora evidencia en cuanto a que el proceso de legislación proteccionista que culminó en 1888 es decisivo para explicar este extraño y dramático fenómeno. Por las razones que explicaba hace una sema-

Política y economía**Cómo repoblar la campaña**

na, el arancel de importación opera como un gravamen a la exportación, e igual que un arancel de exportación explícito, da por resultado la emigración de los recursos capaces de eludir el impuesto transfiriéndose a otros sectores productivos, predominantemente ubicados en la capital. Es decir, la teoría nos haría esperar que una tarifa proteccionista aparecería como consecuencia — igual que un conjunto de **destrucciones** — una mayor agrotensidad (**cimarroneidad**, diría si cupiera) de las explotaciones agropecuarias — siendo la tierra el recurso incapaz de desplazarse a su vez a las actividades urbanas — y la práctica no es ni más ni menos que eso los que nos deja ver.

La obra clásica sobre el tema es el famoso libro de Julio Martínez Lamas, **Riqueza y Pobreza del Uruguay**, apropiadamente titulado "Estudio de las causas que retardan el progreso nacional". La obra técnicamente más completa es la de Anichini, Caumont y Sjaastad, **La Política Comercial y la Protección en el Uruguay**, de la cual he tomado los datos sobre población que vengo manejando. Encontré sorprendente que el debate de marras transcurriera sin la más ligera mención ni a uno ni a otro volumen, ni trasuntara ninguno de los dos polemistas la más leve influencia de las ideas que desde ambos pugnan infructuosamente por abrirse paso hacia la realidad, por lo visto, menos en razón de discrepancias que de simple desconocimiento e indiferencia.

La idea anterior a toda otra que pedía a gritos entrada a aquel foro de que si llevamos un siglo viendo que la campaña no retiene a la gente y que la inversión en la actividad agro-

pecuaria permanece tenue, lo mismo que la aplicación de mano de obra, la salida no puede consistir en darle ayuda de una clase u otra al productor, que fue lo único que acertó a ser sugerido por los dos participantes en el debate ambientado por Canal 12. Porque, muy sencillamente, ese remedio lleva como 100 años de ensayo, con resultados invariablemente negativos. Imagine el lector la mirada de programas de ayuda crediticia, las innumerables campañas de extensión, las incontables comisiones de fomento de esto y de aquello, el desarrollo de investigación, incluso con asistencia de expertos internacionales... ¿Con qué consecuencias? Pues con ningunas. No porque cada programa careciese de intrínseca utilidad — por el contrario, los ha habido de subido valor — pero sí porque hay causas subyacentes que impulsan irresistiblemente al productor a aferrarse a tecnologías primitivas, que mejor se adaptan al complejo de precios relativos que le forman marco a su actividad.

Hace aproximadamente 100 años que el Uruguay se rodeó de una muralla proteccionista, lo cual, según la teoría, debía despoblar la campaña y debilitar todas las actividades exportadoras, y hace aproximadamente un siglo que la campaña empezó a despoblarse y el sector agropecuario perdió rápidamente vigor; ¿cómo es posible entonces dejar de vincular ambos fenómenos, y dejar de procurar la mejoría del paciente atacando al agente patógeno, en lugar de recomendarle aire fresco, comida sana y ejercicio, consejos excelentes para quien está básicamente sano, pero de escasa utilidad para quien

tiene su organismo afectado por una enfermedad seria y pertinaz? ¿Cómo, pues, no hacer de la demolición de la muralla cuya erección trajo todo el problema el centro de la estrategia para resolverlo?

La falta de la más leve alusión a la pertinencia de la política comercial me sorprendió particularmente por pertenecer uno de los dos polemistas al grupo del Dr. Jorge Batlle, candidato a senador por la lista 15. Cuando el Dr. Jorge Batlle propone la rebaja del arancel, ¿no lo hace esperando que todas las actividades exportadoras, — la agropecuaria, que de todas es la principal, por supuesto incluida —, experimenten un nuevo vigor y hagan zafar a la economía uruguaya de su secular estancamiento? ¿O se trata de una propuesta que sólo funciona a nivel de candidato a la Presidencia, y los candidatos a legislador solo pueden referirse a soluciones menos trascendentes? Esto último suena un tanto absurdo, pero no acierto a pensar en hipótesis más razonables.

Entretanto la propuesta del

Dr. Batlle está encontrando fuerte oposición del lado de la izquierda, incluso apoyada en un estudio que puede pronosticar los resultados apocalípticos que la reducción del arancel surtiría en los hechos. En varios órganos de tal orientación se describe la iniciativa como intento de **pinochetizar** la economía uruguaya. El término ha hecho tanto camino que el candidato a vicepresidente por el Herrerismo lo ha usado ya para referirse, a propósito de otra propuesta del candidato batllista, a la **pinochetización** de la seguridad social. Me gustaría ocuparme de estos dos temas en un futuro cercano, pero desde ya declaro que el verbo **pinochetizar** me parece inapropiado a propósito de la propuesta de la liberalización comercial, por dos razones: la primera, porque en Chile la liberalización comercial forma parte del consenso interpartidario y no está siendo objeto de controversia en la campaña corriente; la segunda, porque entre nosotros el cierre de la economía lo verificó el militarismo — comenzando por Latorre y culminando por Tajes — de modo que en cierto sentido lo que cabría afirmar es que **el despinochetizador que nos despinochetice buen despinochetizador será.**

Estructura demográfica del Uruguay