MONO

6/2019

JUNIO 2019 | NÚMERO 12 | AÑO 2
PUBLICACIÓN IMPRESA PARA MIEMBROS DE
RED/ACCIÓN

LA CABEZA EN LA LUNA

Y los pies también, por Ariana Budasoff

SÁBANA A medio siglo de la hazaña espacial del Apolo 11, una crónica sobre el suceso, las expectativas y las repercusiones en la sociedad argentina y en el mundo.

Martín Cazenave «Después de exponerse a ciertas realidades uno siente el compromiso moral de ser una mejor persona»

REVISTA

El banquero (rockero) argentino que salvó a Gibson de la quiebra

TABLOIDE César Gueikian se convirtió en uno de los jefes de la gran marca de guitarras eléctricas y la rescató de un fin que parecía imposible de evitar.

Re-inventar los medios

EDITORIAL **Chani Guyot**

Al procesar más de 75.000 encuestas online en 38 países, cada año la edición del *Digital News Report* del Reuters Institute echa luz sobre la situación del periodismo y los medios a escala global. La versión de 2019, que se conoció hace pocas semanas, arrojó un diagnóstico contundente: crece entre las audiencias la falta de credibilidad y confianza en los medios. El informe señala fundamentalmente dos razones: la creciente polarización –que provoca una cobertura partidista y sesgada en los medios– y el fenómeno de la desinformación, que incluye desde las noticias falsas que circulan en medios y redes, hasta el fenómeno del *clickbait*, los títulos con formulaciones engañosas o incompletas que sólo buscan el *click* de la audiencia.

La Argentina no sale bien parada en la foto global. Aparece en el top 5 del ranking de "news avoiders", es decir, personas que deliberadamente evitan las noticias. En nuestro país el 45% de quienes están online deciden no consumir noticias, porcentaje sólo superado por Croacia, Turquía, Grecia y Bulgaria. Sobre las principales razones, el mismo informe señala: "El impacto negativo en mi estado de ánimo" (58%), "No siente que haya algo que yo pueda hacer" (40%) o "No puedo confiar en que dicen la verdad" (34%).

Sobre el exceso de negatividad en la agenda de los medios, nuestro país se ubica en el sexto puesto del ranking, con un 49% de la audiencia que cree que los medios tiene una mirada demasiado negativa sobre la realidad. Y en la Argentina también cae la confianza general en los medios: sólo el 39% cree que en general se puede confiar en ellos (en 2018 ese porcentaje era del 41%).

Los autores del informe señalan que este diagnóstico evidencia que a la luz de los lectores, los medios están fallando en sus dos funciones fundamentales: fiscalizar al poder y ayudar al público a entender el mundo que los rodea.

¿Cómo impacta este fenómeno en la participación social, cívica o política en general? ¿Qué desafíos representa para el futuro de la democracia? ¿Cómo deben re-invertarse los medios para volver a colaborar con la construcción de ciudadanos informados y comprometidos? RED/ACCIÓN es, ante todo, un proyecto que buscar responder estas preguntas junto con su comunidad de lectores y miembros.

Martín Cazenave

«Después de exponerse a ciertas realidades uno siente el compromiso moral de ser una mejor persona»

ENTREVISTA
C.G.

En portada, Cazenave en Aleppo, Siria, en 2013, con un niño operado de apendicitis y su abuelo. **En esta página,** una postal de Darfur, Sudán, en 2006.

Martín Cazenave se recibió de cirujano en 1999 y hasta 2005 desarrolló su profesión en la zona norte del Gran Buenos Aires. Ese año decidió entrar a Médicos Sin Fronteras, y durante los 10 siguientes trabajó en zonas de conflicto en Sudán, Sri Lanka, Siria, Haití, Colombia y Bolivia. Hace algunas semanas publicó *Los niños del desierto*, en donde cuenta su primera misión en Darfur, Sudán del Sur. El libro narra la vida cotidiana en la misión humanitaria, inmersa en un contexto de conflicto armado que recrudece con el correr de las páginas. Escrito con sentimiento pero sin golpes bajos, la crónica de esos días en Darfur es la historia de un recorrido personal, del rol de las organizaciones humanitarias en zonas de conflicto, y la de los niños del desierto a los que alude el título. Ellos son, al mismo tiempo, protagonistas de momentos felices en la historia y víctimas de un contexto desgarrador. Martín, que hoy vive en Junín de los Andes con su familia, recuerda así su llegada a Darfur: "Yo acepté el destino sin dudar, pero desconocía lo que estaba pasando en la región, y así terminé conociendo en carne propia uno de los peores genocidios de este siglo, con un conflicto que aún hoy está activo".

—¿El impacto fue grande?

—Enorme. En agosto de 2005 recibí el primer llamado y después de un entrenamiento y capacitación en Barcelona, a las pocas semanas estaba aterrizando en helicóptero en Golo, un pequeño pueblo que contaba con el único centro de salud en 200 km a la redonda. Estábamos muy aislados del mundo: mi única comunicación con Argentina era a través de algunos mails que bajábamos cuando había señal satelital.

—La primera escena al aterrizar en Golo es la que bautiza el libro.

—Fue muy impresionante bajar del helicóptero y encontrarme con 50 chicos que me rodeaban, me agarraban de las manos y me preguntaban cómo me llamaba. Me decían "Jawaia", y yo pensaba que me decían "How are you", pero en realidad en el idioma local quiere decir "hombre blanco". Estaba en una zona desértica, con un paisaje montañoso, y por las primeras imágenes del hospital yo sentía como si lo estuviera viendo por televisión. El contraste con mi vida anterior era enorme, y me encontré con pacientes con patologías que sólo conocía por los libros: malaria, tétanos, heridos de bala, partos muy complicados. Estábamos en medio de un conflicto armado, en un pueblo sin autos ni carreteras, con gente que caminaba dos días para recibir atención.

—¿Cómo era la rutina diaria en el hospital de Golo?

—Nos levantábamos temprano, desayunábamos con el equipo, y ahí planificábamos el día. No podíamos ir solos caminando al Hospital, porque era peligroso, así que nos llevaban, y ahí cada uno se dedicaba a sus pacientes. A veces cuando no había pacientes para operar, yo ayudaba en la guardia, o en la instrucción de los enfermeros locales. La idea de MSF es atender las necesidades, y además dejar conocimientos en el lugar para que la atención pueda permanecer después de que MSF termina la misión. Pero lamentablemente el contexto del conflicto armado se fue deteriorando.

—El libro también está cruzado por las historias de los habitantes de Golo, y una de las más fuertes es la de Hassan.

—Es una historia dramática, de las que más cuesta digerir cuando uno está en lugares tan aislados y cruzados por conflictos. Hay patologías que en cualquier lugar del mundo se tratan con bastante sencillez, pero allá se convierten en un tema de vida o muerte. Hassan llegó a la guardia solo, con sus 10 años, y mediante señas me hizo entender que estaba con dolor de panza. Lo revisé, lo vi flaco, pero no estaba desnutrición. Le di unas raciones de alimento complementario y le pedí que volviera el día siguiente. Seguía con el mismo dolor. Le hicimos todos los test que teníamos y daban todos normales. Hasta que en un momento pensé en que podía ser una enfermedad metabólica, tal vez diabetes. Pero no teníamos cómo hacerle el análisis del nivel de azúcar en sangre. Podíamos en cambio medir el azúcar en orina, y eso confirmó su diabetes. Una vez confirmado el diagnóstico había que conseguir insulina. No teníamos y no había ninguna farmacia en toda la región de Darfur. Tuvimos que llamar a Jartúm, la capital de la República de Sudán, y ahí conseguimos, pero después había que esperar tres días a que llegara el siguiente transporte. En esos tres días Hassan empeoró muchísimo, era una bomba de tiempo. Por suerte la insulina llegó a tiempo y lo pudimos tratar y empezó a mejorar. Pero todos sabíamos que la mejoría tenía mal pronóstico: cómo iba a hacer la familia en un lugar sin luz eléctrica, con un medicamento que necesitaba cadena de frío y no se conseguía en la región... Imposible de pensar. Pero la postura era que mientras nosotros estuviéramos ahí lo íbamos a tratar, y fue lo que hicimos.

—Las historias en el libro tienen dos telones de fondo: el conflicto armado entre el Ejército de Sudán y el Ejército de Liberación, y por otro lado los niños, que cada vez que ustedes salen a la calle, se acercan y cantan y bailan...

—Los chicos estaban siempre acompañándonos, siempre espontáneos y naturales. Muy conmovedor. Diariamente íbamos desde donde vivíamos hasta el hospital, escoltados, pero cada día los chicos que vivían cerca preparaban una coreografía para mostrarnos. A pesar del contexto del conflicto, ese momento era de mucha alegría.

—Hasta que llega el 23 de enero, a las 4:15 de la mañana.

—Momento en el que recrudece la violencia entre los dos ejércitos y los cascos azules nos obligan a evacuar. Lo más duro no fue correr riesgo de vida, sino dejar ese lugar a merced del conflicto. En una zona de guerra la presencia de una organización de ayuda humanitaria ejerce también una influencia disuasiva. Si bien MSF no es una organización que protege –no usa armas, no tiene custodia armada propia– de algún modo allí donde está representa los ojos del mundo. Mantiene neutralidad para hacer el trabajo con todo el que lo necesita, y con abordajes ingeniosos sortea las barreras invisibles que imponen los conflictos armados.

—El último capítulo del libro se titula "Fortalecer el alma", y allí contás lo que significó para vos trabajar como cirujano en zonas de conflicto.

—Estar con MSF me obligó a recalcular mis prioridades, a resetear mi disco rígido. Después de exponerse a ciertas realidades, uno siente el compromiso moral de ser una mejor persona. Por decirlo de alguna manera... yo era un chico "inquieto"... pero hoy trato ser una persona de bien. El día que decidí dedicarme por completo a MSF, fui muy feliz. Era soltero, tenía posibilidades de asumir riesgos y fui muy feliz esos diez años. Pero todo tiene su momento: hoy estoy muy feliz con Aury, mi mujer, y con nuestro hijo Matías, y con Celeste, que está en camino.

Un banquero argentino rockea y salva a Gibson de la ruina

POR
Iván Weissman
y Javier Sinay

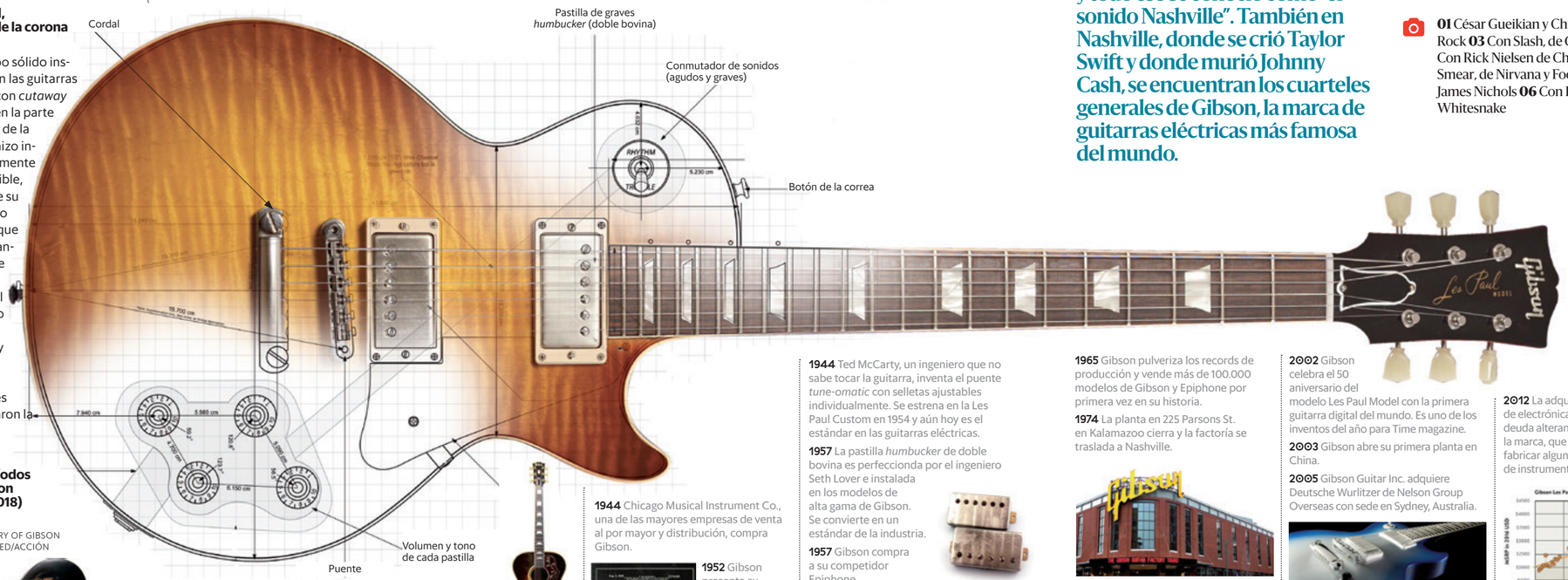
Una buena parte de la colección de 97 guitarras de César Gueikian está ahora en Nashville, una ciudad que es más conocida como la capital de la música country que como la capital del estado de Tennessee. En Nashville triunfaron algunas de las estrellas del género, allí forjaron melodías de cowboys a las que dotaron de un toque pop, y todo eso se conoció como "el sonido Nashville". También en Nashville, donde se crió Taylor Swift y donde murió Johnny Cash, se encuentran los cuarteles generales de Gibson, la marca de guitarras eléctricas más famosa del mundo.

01 02 03 04 05 06 07

01 César Gueikian y Chris Isaac **02** Con Bob Rock **03** Con Slash, de Guns N' Roses **04** Con Rick Nielsen de Cheap Trick **05** Con Pat Smear, de Nirvana y Foo Fighters **06** Con Jared James Nichols **06** Con Bernie Marsden, de Whitesnake

Les Paul, la joya de la corona (1952)

Su cuerpo sólido inspirado en las guitarras huecas con *cutaway* (hueco en la parte superior de la caja) la hizo inmediatamente reconocible, igual que su poderoso sonido, que llegó cuando desde ambos lados del Atlántico el rock and roll y después el rithm and blues electrizaron la música.



Los períodos de Gibson (1894-2018)

FUENTES:
THE HISTORY OF GIBSON GUITARS; RED/ACCIÓN

1894 Orville Gibson, empleado de restaurante en Kalamazoo, empieza a aplicar el diseño arqueado del violín a mandolinas y guitarras

1902 Nace la empresa manufacturera Gibson Mandolin-Guitar Mfg. Co., Ltd.

① Comienzos (1894–1920)

1921 El empleado de Gibson Ted McHugh crea dos de las más imporantes innovaciones en la historia de la guitarra: el alma del mastil y el puente ajustables.

1922 Gibson introduce su modelo L-5 (archtop, con tapa).

② La era de las archtop (1920–1930)

1935 Aparece la primera guitarra eléctrica Gibson, la EH-150, y la ES-150.

1937 Nacen los modelos J-200 y SJ200 (jumbo), guitarras acústica por excelencia de Gibson.

③ La primera guitarra eléctrica (1930–1944)

1944 Chicago Musical Instrument Co., una de las mayores empresas de venta al por mayor y distribución, compra Gibson.

1952 Gibson presenta su primera guitarra eléctrica de cuerpo sólido, el modelo Les Paul. La guitarra "de firma" más exitosa de la historia e ícono del rock and roll.

④ La llegada de Les Paul (1950)

1944 Ted McCarty, un ingeniero que no sabe tocar la guitarra, inventa el puente *tune-omatic* con selletas ajustables individualmente. Se estrena en la Les Paul Custom en 1954 y aún hoy es el estándar en las guitarras eléctricas.

1957 La pastilla *humbucker* de doble bovina es perfeccionda por el ingeniero Seth Lover e instalada en los modelos de alta gama de Gibson. Se convierte en un estándar de la industria.

1957 Gibson compra a su competidor Epiphone.

1958 Nacen los modelos Explorer, Flying V y Moderne, con escaso éxito de ventas pero enorme repercusión en el futuro. Son los modelos más caros de la marca hoy en día.

⑤ Desarollo, patentes y éxitos (1954–1964)

1965 Gibson pulveriza los records de producción y vende más de 100.000 modelos de Gibson y Epiphone por primera vez en su historia.

1974 La planta en 225 Parsons St. en Kalamazoo cierra y la factoría se traslada a Nashville.

1978–82 Gibson identifica la creciente demanda de modelos antiguos e introduce las primeras reediciones.

1986 Con la confianza renovada del consumidor, Gibson comienza una etapa de crecimiento, más ventas y la adquisición de otras marcas de instrumentos a su grupo.

⑥ Años dorados (1965–1990)

2002 Gibson celebra el 50 aniversario del modelo Les Paul Model con la primera guitarra digital del mundo. Es uno de los inventos del año para Time magazine.

2003 Gibson abre su primera planta en China.

2005 Gibson Guitar Inc. adquiere Deutsche Wurlitzer de Nelson Group Overseas con sede en Sydney, Australia.

2007 Gibson introduce la primera guitarra del mundo con tecnología robótica, la Guitarra Robot Gibson, en edición muy limitada, agotada en tan solo 2 días.

⑦ Crecimiento y diversificación (años 2000)

2012 La adquisición de diversas marcas de electrónica de audio y la emisión de deuda alteran el eje de prioridades de la marca, que por un tiempo deja de fabricar algunos modelos tradicionales de instrumentos.

2016 Reverb.com, una de las páginas de venta de segunda mano más importantes, publica datos sobre la inflación de los modelos de Gibson desde 1950.

2018 Gibson cae en bancarrota con una deuda de unos 500 millones de dólares.

⑧ Caída y recuperación (2010–2019)

A su modo, Gibson, que fue fundada en 1894 por un luthier que fabricaba mandolinas, le dio vigor al rock and roll. Sus instrumentos han sido usados por Eric Clapton, John Lennon, B.B. King, Lenny Kravitz, Frank Zappa, Jimmy Page (de Led Zeppelin), Slash (de Guns N' Roses), The Edge (de U2), Angus Young (de AC/DC), Neil Young y muchos otros: una lista de héroes a la que sólo Fender, la creadora de la Stratocaster de Jimi Hendrix, puede acercarse. En Argentina, Pappo y Luis Alberto Spinetta fueron fans de Gibson. "En todos los géneros de música y en todas las generaciones, Gibson es el dueño del sonido", dice César Gueikian. Y él, nacido y criado en Martínez, recibido en la Universidad de San Andrés y luego en la Universidad de Chicago (pasó ocho años en Londres y casi una década en Nueva York), es desde noviembre de 2018 su chief merchant officer, su CMO. O sea, el ejecutivo a cargo del control de las actividades de comercialización de la compañía.

Gueikian no llegó de casualidad a Gibson. A los 10 años, mientras atendía a clases en la St. John's School (una escuela bilingüe de la zona norte de Buenos Aires) y se convertía en un talento infantil del tenis que pronto llegaría a una famosa academia de entrenamiento para niños creada por Nick Bollettieri en el estado de Florida, aprendió a tocar con una guitarra española que había en su casa.

Su padre, Jorge Gueikian –que dirigía una compañía que representaba en la Argentina a las tarjetas Hallmark y a personajes como Charlie Brown–, tenía una colección de discos de vinilo: muchos de los Beatles, muchos de los Rolling Stones y muchos otros que nunca sonaban. "Esa sección me intrigó", dice Gueikian ahora, en una videollamada desde su oficina en Nashville. Recuerda que al explorarla encontró *Black Sabbath*, el primer álbum de la banda de Ozzy Osbourne. "Puse ese disco y de ahí fui a los *record stores* a conseguir más discos de Black Sabbath", sigue, infiltrando su español con la otra lengua que habla todos los días, "porque esos riffs de Tommy Iommi eran increíbles". Luego descubrió a Iron Maiden y Judas Priest; y a Metallica y Guns N' Roses. Se convirtió primero en un fan del heavy metal y luego en uno del blues.

"Y siempre quise una Gibson Les Paul", dice. Cuando tenía 13 años, ganó un torneo de tenis en Miami y recibió 700 dólares de premio. "Fui a un negocio de guitarras para comprar una Les Paul Standard negra que estaba colgada, pero no me alcanzó la plata". Se compró una Fender Stratocaster: lo da a entender, pero no lo cuenta. "Y cuando volví a la Argentina, la publiqué en el periódico *Segunda Mano* y la vendí por el doble de ese precio, a 1.400 dólares. Así que regresé muy pronto a Miami y fui al mismo negocio, y me compré la Les Paul". Hoy Gueikian tiene en su colección alrededor de 80 instrumentos Gibson y la mayoría fueron fabricados en los años de oro: las décadas de 1950 y 1960, cuando el rock and roll era una cosa nueva, excitante y peligrosa.

—Es difícil ponerlo en palabras, pero ¿cómo definirías el sonido de una Gibson?

—Yo creo que la mejor manera de descubrir eso es metiéndose en el servicio que uno use, Spotify o lo que sea, y yendo a las décadas de 1900, 1910, 1920 y así, hasta hoy. En todos los géneros de música y en todas las generaciones, Gibson es *biggest share of town*. Durante 125 años lo ha sido.

Quienes han trabajado con Gueikian son unánimes en decir que es un personaje especial. Además de haber sido un tenista adolescente de nivel mundial, es un gran ciclista amateur y sale a la ruta con Lance Armstrong, el polémico ganador de cinco Tours de France. Una ex colega lo describe así: "Si César mañana decide que le gusta el vino, en un año estará viviendo en Bordeaux o en Mendoza, produciendo uno de los mejores vinos del mundo y siendo un gran amigo de los mejores enólogos de la zona. Así de especial es él".

Nuestro hombre trabajó en Deutsche Bank y UBS antes de armar su propio fondo de inversión, Melody Capital Partners (cuyo título hace honor a su pasión por la música), donde recaudó 2.000 millones de dólares. Su especialización era invertir en compañías que están en problemas para después, eventualmente, tomar el control, arreglarlas, manejarlas y venderlas con un buen retorno.

Por eso, cuando conoció a los antiguos líderes de Gibson hace once años, se dio cuenta rápidamente de que no tenían la capacidad para liderar una compañía que vendía 170.000 guitarras en más de 80 países, pero que estaba en apuros. Gueikian apostó precisamente a ese riesgo. "El CEO no llegaban al estándar de lo que yo estoy acostumbrado a ver en compañías con las cuales he trabajado", dice.

La compañía caería en bancarrota, en mayo de 2018, con una deuda de alrededor de 500 millones de dólares. Los problemas comenzaron cuando el CEO Henry Juszkiewicz comandó la adquisición de algunas fábricas de electrónica de audio en 2012, emitiendo esa deuda millonaria y alterando el eje de prioridades de Gibson, que por un tiempo dejó de fabricar algunos de sus modelos tradicionales de instrumentos. Al mismo tiempo, el cambio de época traía una amenaza al rock de guitarras y un auge para el hip hop y la música electrónica: Drake, el artista número 1 del Top Artist Chart 2018 de *Billboard*, no necesitaba una Gibson. Eric Clapton decía en 2017 que había llegado "el fin de la guitarra como objeto de deseo adolescente" y dos años más tarde *Rolling Stone* publicaba un artículo titulado "¿Está acabado el solo de guitarra?".

"A mí, tomar deuda para comprar esas compañías de audio me pareció un pésima idea", sigue Gueikian. "No solamente eso fue un error, sino también la manera en que se hizo. Y a partir de ahí empecé a comprar deuda, compré un poquito al principio para poder recibir los reportes internos y descubrí que en 2015 los problemas de la empresa se empezaban a reflejar en el precio de los bonos que había emitido".

En esos meses, Gueikian tocaba en sus ratos libres con su banda, Urban Society, en clubs de Nueva York y Londres, y se mantenía atento al destino de la compañía que tanto había idolatrado siendo un niño (Nat Zilkha, el otro guitarrista de la banda y también banquero en KKR, es hoy el *chairman* de Gibson). "Los negocios que compraron en Asia, como Philips Headphones, daban pérdida", sigue. Y al mismo tiempo, fue lanzada la Gibson Robot Guitar, una Les Paul con una computadora que la hacía capaz de afinarse a sí misma. "Después pusieron *robot tuners* a todas las guitarras: estaban obsesionados con esos *robot tuners*". Pero... el público no quería un robot en su Gibson. "Y en ese momento ya no tuve ninguna duda de que esto iba a terminar mal".

—Y así te quedaste con el control de la compañía...

—Cuando la deuda empezó a *tradear* para abajo, empecé a acumular de a poco. Le presenté a Nat Zilkha la tesis de quedarnos con la empresa y darla la vuelta. Vino a Nashville e hicimos una serie de reuniones aquí para ver si lográbamos algo a nivel *friendly*, pero eso no funcionó y a partir de ahí empezamos a acumular más y más deuda.

Zilkha y los fondos que manejaba en KKR habían seguido la misma estrategia, y en el momento en el que Gibson entró en una crisis definitiva, eran los que tenían la mayor parte de la deuda. Junto a Gueikian decidieron tomar control de la empresa, con un nuevo equipo de ejecutivos encabezados por el CEO James Curleigh, quien antes había sido presidente de la marca de jeans Levi's. Los 500 millones de dólares de deuda de Gibson se transaban con un descuento de hasta un 30%; o sea, los bonos valían cerca de 350 millones de dólares. Llegaron a un acuerdo que no era nada inusual: Juszkiewicz y sus socios aceptaron entregar el control de la compañía a los tenedores de la deuda y así KKR se convirtió en el accionista mayoritario y Gueikian entró como minoritario, dejando Melody Capital y tomando un rol ejecutivo clave en la legendaria fábrica de guitarras.

"Es la primera vez que hice algo así y es la única vez, y diría que es la única compañía por la cual lo hubiera hecho", explica. "Yo creo que esto fue el *medley* entre mi experiencia de negocios y mi pasión número uno, que no solamente es la música y la guitarra, sino la guitarra Gibson. Hoy estoy aquí full time, manejando todas las guitarras".

—¿Por qué Gibson había dejado de fabricar las guitarras clásicas?

—Si vos te fijás cuál es el *dna* de Gibson, obviamente siempre fue hacer guitarras. Y yo creo que eso se perdió un poco con el *ownerhsip* anterior. Se metieron en audio y se obsesionaron con ciertas tecnologías que después trataron de aplicar a las guitarras: fue un error. Lo primero que hicimos cuando llegamos fue volver a la era que nos hizo famosos. El modelo más vendido en la historia de Gibson es Les Paul Standard. Queríamos traer de regreso los instrumentos icónicos; de alguna manera, *pay tribute to our golden era, to our legendary decade*. Traer esos instrumentos que moldearon el sonido a través de tantas generaciones y géneros musicales, y regresarlos a las manos de los fanáticos de Gibson.

—Hablás con los músicos y también hablás con los hombres de negocios y con la gente que maneja el dinero. ¿Cuál es la diferencia entre el ego de los artistas y el ego de los ejecutivos?

—Yo creo que es bastante interesante porque he trabajado con mucha gente de fondos, de bancos, etcétera, donde hay egos bastante grandes, y ayer hablé con Slash. Y él me escucha, y yo lo escucho a él. Por un lado, en cuanto a tomar decisiones comerciales, él delega esas decisiones en mí. Y cuando él me da *feedback* en base a los prototipos que le estoy mandando, a las guitarras que le mando, los sonidos, los *pickups*, etcétera, yo lo escucho a él y hago prototipos nuevos y se los vuelvo a mandar. Estuve con Billy Gibbons, de ZZ Top, el lunes. Y Billy también tiene ideas, etcétera, pero en cuanto a decisiones comerciales, me deja tomarlas y me pregunta a mí. Hoy, todos los artistas con los cuales trabajo, Billy Gibbons o Slash o Richie Faulkner, de Judas Priest, o Chris Isaak, me han sorprendido por lo humildes que son. Si tuviera que formar una escala de egos del 0 al 10, en banking todos tienen un 10 y en la música nadie se pasa de 3.

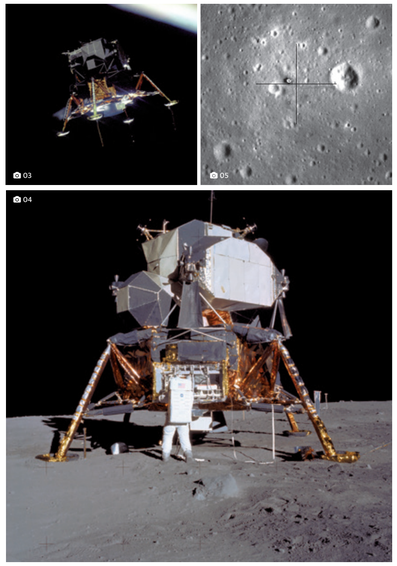
—Como estrategia para volver a crecer, Gibson está relanzando algunos de sus modelos clásicos. Pero, por otro lado, hay un apogeo de la música sin guitarras, como el hip hop o la música electrónica. ¿Qué le puede dar hoy al rock el regreso de los clásicos de Gibson?

—El hip hop y la música electrónica por lo general no usan instrumentos reales, pero por otro lado la industria de las guitarras viene creciendo en Estados Unidos desde los últimos cinco años, un 12 por ciento en total. Y hoy estamos viendo que hay un *researching back to authenticity*, que es un movimiento bastante fuerte. Yo creo que está *driven by millennials* que quieren asociarse con *authentic brands* y *authentic products*. Por otro lado, en Loudwire hay un estudio que muestra cuáles fueron los géneros de música que más crecieron en el último año: el heavy metal, el hard rock y el rock and roll. Habiendo recalibrado nuestra colección para regresar a nuestra era de oro de los '50 y los '60, hoy estamos *sold out*. Nuestros dealers en el mundo nos tienen que dar seis meses de preaviso porque no estamos queriendo hacer crecer demasiado nuestra capacidad: estamos obsesionados con la calidad y hemos hecho un montón de inversión. Millones y millones de dólares en inversiones en la fábrica porque Gibson es un producto artesanal y premium, y estamos obsesionados con producir las guitarras de mejor calidad que se hayan hecho en la historia de la compañía.

LA CABEZA EN LA LUNA

POR
Ariana Budasoff

El 16 de julio, hace 50 años, el mundo miraba al cielo. Mientras en Houston se disponían a lanzar el Apolo, en la Argentina la expectativa crecía por TV. Un hito que definió la vocación de un niño que lo vio desde Buenos Aires y ahora trabaja en la NASA; y que inspiró la creación del Día del amigo: así se vivió la llegada del hombre a la Luna.



—Hola, Neil y Buzz. Les estoy hablando por teléfono desde el Despacho Oval de la Casa Blanca —la voz de Richard Nixon, entonces presidente de los Estados Unidos, se escucha determinante y sólida—. Seguramente esta sea la llamada telefónica más importante jamás hecha porque, gracias a lo que han conseguido, desde ahora el cielo forma parte del mundo de los hombres.

Minutos antes, Neil Armstrong había bajado por una escalera del módulo lunar, había activado la cámara que tenía la nave con la que transmitía a todo el mundo las imágenes de lo que sucedía, y había dicho la frase que quedaría grabada en las entrañas de la historia: "Un pequeño paso para un hombre, un gran salto para la humanidad". El 21 de julio de 1969 a las 2:56 (hora internacional UTC), seis horas y media después de que Apolo 11 tocara el suelo arenoso y oscuro del satélite, Armstrong se había convertido en el primer hombre en caminar sobre la Luna.

En Argentina pasaban las cuatro de la tarde cuando el Águila, como habían bautizado al módulo lunar LEM, luego de desprenderse de la nave madre, Columbia, alunizó. Era 20 de julio. Era domingo. Todavía faltaban algunas horas para que los astronautas Neil Armstrong y Buzz Aldrin caminaran sobre el polvo "de carbón y escoria", como Armstrong describió el suelo a la base de Houston. Y el país estaba en vilo.

"La mayor aventura de la historia se iniciará esta mañana en Cabo Kennedy". "Parte hacia la Luna la cápsula Apolo 11". "Cabo Kennedy convertido en una verdadera Babel". Días antes de aquel paso, fotos de los tres astronautas, jóvenes de menos de 40 años, ilustraban las tapas de Clarín y La Nación. Clarín publicó, entre el 16 y el 25 de julio, una serie de diez suplementos especiales completamente dedicados al viaje del Apolo. La prensa argentina estaba tomada por el primer aterrizaje en el satélite, y la expectativa crecía desde semanas anteriores. Recuadros junto a las noticias prometían la televisación de los principales acontecimientos pero advertían que podía sufrir modificaciones —podía fallar— y los actualizaban día a día: "Hasta anoche, ENTel tenía previsto realizar las siguientes transmisiones por televisión: hoy [16 de julio], de 9.2 a 10.2: lanzamiento. Lunes 21, de 2.12 a 5.12: alunizaje. Jueves 24, de 12.30 a 13.30 regreso a la Tierra", anunciaba La Nación. Y aclaraba: "Hasta el momento de cerrar esta edición no se había podido establecer con seguridad si el público argentino podrá ver en directo por televisión, a partir de las 9 de hoy, el momento en que el gigantesco cohete Saturno V se eleve en Cabo Kennedy, portando en su interior la nave Apolo 11" (La Nación, 16 de julio de 1969).

La Más Grande Hazaña Humana Está Lograda

EL HOMBRE LLEGÓ A LA LUNA

Clarín

ARMSTRONG Y ALDRIN PASEARON SOBRE LA SUPERFICIE SELENITA

Neil Armstrong

CON LOS PIES EN LA LUNA

Edwin Aldrin

VIOLENTOS ATAQUES AÉREOS ENTRE EGIPCIOS E ISRAELIES

Informándose con CLARÍN

El niño argentino que se hizo ingeniero de la NASA
Miguel San Martín, argentino, ingeniero electrónico en la NASA, tenía 10 años cuando el hombre pisó la Luna, y lleva este recuerdo impreso en la memoria: "Apolo y ver al hombre caminando en la Luna hizo que reevaluáramos todo lo que queríamos hacer en la vida".

Los horarios de las transmisiones eran cruciales. No solo porque los ciudadanos no querían perderse nada si no porque tener televisor, a fines de los sesenta, no era regla sino excepción. Era casi un bien de lujo y solo las familias con buen poder adquisitivo podían costearlo. En los barrios, los vecinos se reunían en las casas de aquellos que tenían el aparato para poder ver la gran odisea fuera del planeta. El fenómeno era tan esperado que también era noticia que se había producido "una increíble demanda de aparatos de televisión en alquiler".

La fiebre lunar había subido fuerte. Y los periódicos se afanaban en ofrecen toda la información sin omitir detalles. Todo lo que la audiencia ávida, maravillada, quería saber sobre el viaje que se convertiría en un gran hito en la historia de la humanidad estaba ahí, en las ediciones previas y en las que salieron del 16 al 21 de julio de 1969.

"Tallarines con salsa de carne y galletitas de chocolate figuran entre los 70 platos de la lista de alimentos que los astronautas de la misión Apolo 11 utilizarán en el espacio. Los alimentos balanceados vienen en formas distintas, ya sea reconstituibles con agua, envasados con su propio líquido o comprimidos al tamaño de una ciruela". "La rigurosa asepsia de los astronautas: tres mil cronistas representantes de todos los diarios del mundo entrevistaron a los astronautas que comenzarán su viaje espectacular a la Luna. Pero contrariamente a las conferencias de prensa la conversación debió realizarse a trece millas de distancia a través de un círculo cerrado de televisión. Las razones: salvaguardar a los históricos viajeros de las posibilidades de algún contagio". "Farmacia lunar: el botiquín del Apolo 11 incluirá, con otros 12 medicamentos, píldoras para dormir, anunció el médico de la tripulación del navío espacial". Los astronautas podrían tomar esas píldoras "durante las cuatro horas de reposo que les asigna el 'plan de actividades lunares' antes de descender al suelo del astro".

Nadie quería quedarse afuera. Los avisos publicitarios aseguraban que los termos Lumilagro eran imprescindibles "hasta para ir a la Luna"; que el preciso instante histórico en que el hombre pisara la Luna lo marcaría el reloj Omega; que Kodak iba a revelar "los secretos de la Luna"; que las rotuladoras Dymo decían "presente en la nueva era que inicia el hombre lanzado hacia la conquista de otros mundos". A la vez, el Banco Comercial de Buenos Aires avisaba: "Para cualquier negocio con la Luna, consúltenos".

El argentino que encontró su vocación

—Me parecía una cosa rarísima el hecho de que en este viaje iban a aterrizar. Y una cosa peligrosísima porque yo veía la Luna y decía: cómo vas a mandar un ser humano ahí —cuenta **Miguel San Martín**, argentino, ingeniero electrónico, que trabaja en la NASA, y que lideró misiones en las que logró aterrizar naves en Marte. San Martín tenía diez años cuando el hombre pisó la Luna. Y eso, lo marcó.

Su voz se escucha clara y vibrante, aunque llega por Skype desde 10.000 kilómetros de distancia y viene, técnicamente, del pasado: en Buenos Aires son las diez de la noche; en Los Ángeles (California), donde vive San Martín, apenas las seis de la tarde del 28 de mayo.

Ese 21 de julio de 1969 lo lleva impreso en la memoria.

—Ya era de noche. Estábamos en el departamento, en Arenales y Bustamante, mi papá, mi mamá, mi hermana y yo. Pusimos el televisor, en blanco y negro, faltaban varios años todavía para que tengamos color. Me acuerdo de estar prendidos a la pantalla, los cuatro, y haber visto lo que transcurría en ese momento: la caminata, la primera caminata lunar. Las imágenes eran discernibles pero se movían mucho y parecían transparentes porque la tecnología era tan mala en ese momento que producían una especie de efecto fantasma. Pero veíamos lo que pasaba. Me acuerdo de verlos bajar por la escalerita. Una de las cosas que me preocupó enseguida fue notar que el último escalón estaba muy alto. Cómo va a subir el pibe de vuelta, me preguntaba.

El niño que fue San Martín no olvida su miedo a que los astronautas no pudieran regresar. Ni que, efectivamente, una de las primeras cosas que hizo Armstrong al bajar fue intentar volver a subir para asegurarse de que, aunque el escalón estaba alto, era posible trepar.

—Lo que yo no me daba cuenta en ese momento es que la gravedad era mucho más baja en la Luna que en la Tierra, entonces lo que parecía una distancia muy grande no era tanto para él. Cuando lo supe me quedé un poco más tranquilo.

También recuerda "cuando pusieron la bandera". Fue inesperado, y en su casa acordaron: "Bueno, está bien, se lo merecen, a pesar de que era la insignia de otro país". Recuerda que siguió atento el resto de la misión. Y a partir de ahí, todas las misiones.

Clarín publicó, entre el 16 y el 25 de julio, una serie de diez suplementos especiales completamente dedicados al viaje del Apolo.

«Uno de los detalles más significativos fue la reacción de los niños ante el lanzamiento. Sintieron, tal vez, (...) que las hazañas que cumplen los héroes de los films, los libros y las historietas de ciencia ficción, están ya al alcance de los hombres y, por tanto, ellos mismos podrán algún día ser sus protagonistas»

La Nación
17 de Julio de 1969

—Apolo y ver al hombre caminando en la Luna, para mi generación, fue algo muy fuerte que hizo que reevaluáramos todo lo que queríamos hacer en la vida.

Miguel San Martín, que hoy tiene 60 años, y dice que nació ingeniero. De niño tenía una curiosidad insaciable "por todo lo que era mecánica, electrónica, le metía destornillador a todo". Se enojaba cuando no le obsequiaban cosas que pudiera destripar para investigar qué tenían dentro, cómo funcionaban. Su padre, ingeniero civil, vio esa aptitud en su hijo y lo motivó: "Si vos querés realmente trabajar en esto te recomiendo que vayas a hacer la universidad entera en Estados Unidos, vas a tener más oportunidades", le dijo.

San Martín escuchó y tomó el consejo. Luego de recibirse del Colegio Industrial Pío Nono en Almagro, a fines de 1977, se fue sin saber inglés, y sin saber exactamente a dónde iba. Se graduó de Ingeniero Electrónico, en 1982, en la Universidad de Syracuse y aplicó para un máster en Ingeniería Aeronáutica y Astronáutica en el Massachusetts Institute of Technology (MIT). Lo aceptaron. Cuando entró sabía que estudiando ahí se le "iban a abrir las puertas". Y tenía razón.

En Estados Unidos es usual que organismos gubernamentales y empresas privadas recorran las universidades en busca de talentos. Cuando le faltaba poco para graduarse, San Martín se enteró de que personal del Jet Propulsion Laboratory (JPL) —el centro de la NASA que se especializa en la exploración planetaria— iba a visitar el MIT.

Me puse el traje, me presenté y les gustó lo que tenía para dar. Me llevaron a Los Ángeles para entrevistarme y me ofrecieron un trabajo.

Lleva 33 años allí.

La audiencia rompió todos los récords. 500 millones de espectadores, en todo el mundo, vieron por televisión —quizás conteniendo el aliento— este hecho que fue un mojón en la historia de la humanidad. De la tecnología. De la ciencia. Que había comenzado siete años antes cuando John F. Kennedy anunció a sus conciudadanos la idea "disparatada" que consistía en enviar astronautas a la Luna. Y comenzó a cristalizarse el 16 de julio de 1969, cuando la misión fue enviada hacia el espacio. Cuatro días después se concretaba el alunizaje. Y al día siguiente el sueño de Kennedy era una hecho.

En el sur del mundo, el 17 de julio, La Nación decía: "El interés que el viaje a la Luna ha despertado entre nosotros ha sido extraordinario y quizás uno de los detalles más significativos fuera la reacción de los niños ante el lanzamiento. Predispuestos, como los mayores, por los aspectos del suceso que se venía difundiendo, sintieron, tal vez, (...) que las hazañas que cumplen los héroes de los films, los libros y las historietas de ciencia ficción, están ya al alcance de los hombres y, por tanto, ellos mismos podrán algún día ser sus protagonistas". Miguel de San Martín es un ejemplo de aquella profecía.

Ni políticos, ni intelectuales, ni personalidades de la cultura estaban ajenos al acontecimiento.

"Hace ya siglos y milenios que la imaginación de los hombres está jugando con el sueño de llegar a la Luna —dijo Borges una vez lanzado el cohete—. Ojo izquierdo del cielo la llamaron los hebreos y los egipcios; espejo del Tiempo, los persas, imagen que conjuga a la vez la fragilidad y lo eterno. Para los escandinavos fue un dios; para los griegos y latinos una diosa dotada de tres nombres". Y continuó: "En cualquier momento (nos dicen) los hombres pisarán la Luna. Aún más admirable que la ejecución de la osada proeza me parece el trabajo intelectual de quienes largamente la meditaron en complejas vigilias (...). La región que hollarán los exploradores no será el disco luminoso de Virgilio y de Shakespeare; será acaso unos pobres arenales, sin otra dignidad que la de su inconcebible distancia (...). Pensemos que esta complicada aventura puede ser un indicio de si la vida orgánica es un azar o parte de un plan. Los tres valientes no están solos; cada uno de nosotros los acompaña".

01 La cara más cercana de la Luna **02** La Luna, desde la estación espacial internacional **03** El módulo lunar Eagle, fotografiado desde el módulo Columbia, se prepara para alunizar. Las protuberancias que salen de sus patas avisaban al tocar el suelo para que se pararan los motores **04** Edwin E. Aldrin Jr., sacando el paquete de experimentos científicos del módulo lunar **05** Vista cenital del alunizaje del módulo lunar **06** La evocadora visión de la Tierra desde el horizonte lunar **07** Edwin Aldrin en su paseo lunar. Neil Armstrong, quien saca la foto, aparece reflejado en el visor del casco **08** Edwin E. Aldrin Jr., piloto del módulo lunar, fotografiado durante la misión con una cámara de 70 mm. **09** La huella que fotografió Armstrong: "Un pequeño paso para un hombre, un gran salto para la humanidad" **10** Módulos de comando y servicio (CSM) del Apolo II **11** Saludo de Richard Nixon a los astronautas mientras están en cuarentena tras su regreso a la Tierra

El entonces presidente argentino, el dictador Juan Carlos Onganía, también se pronunció. Además de la bandera estadounidense y otros elementos para futuras investigaciones, los astronautas llavaban al satélite diversos mensajes que resaltaban el gran logro de la ciencia y la tecnología y expresaban deseos de camaradería y solidaridad entre los ciudadanos del planeta a partir de la travesía. Uno de ellos fue firmado por Onganía: "El esfuerzo y los riesgos que exigen esta extraordinaria empresa científica abren posibilidades ilimitadas para la habilidad creadora del espíritu humano y constituirá, sin duda alguna, un incentivo que comprometerá a todos los pueblos para lograr un mundo mejor y más noble".

El nacimiento del Día del amigo

La fraternidad entre las naciones, el hecho de cruzar la frontera planetaria o la certeza de que por un momento todos los ciudadanos del mundo estaban prestando atención, concentrados, en la concreción de un objetivo común, motivó a un hombre, a un argentino, a embarcarse en un proyecto que venía masticando hacía tiempo: crear el Día Internacional del Amigo.

En julio de 1969, Enrique Febbraro, un odontólogo —también profesor de Psicología, Filosofía, y músico—que nació en 1924 en San Cristóbal pero entonces vivía en Lomas de Zamora, lo supo: el día que el hombre llegaba a la Luna debía ser el día para celebrar a esas personas imprescindibles para los seres humanos. Con algo de ayuda, papel y lápiz —o lapicera— se puso a escribir. Su meta era enviar mil cartas a 100 países proponiendo en siete idiomas consagrar la fecha. Quien estuviera de acuerdo debía contestar. La convocatoria fue exitosa: recibió respuestas de 700 personas.

Pero eso no fue todo. Para concretar su cometido recorrió organismos gubernamentales, nacionales, municipales; instituciones políticas, religiosas; contactó personas notables y bien conectadas para que difundieran su idea. Progresivamente empezó a recoger los frutos: primero fue el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires que, decreto mediante (Nº 235/79) estableció que se "auspiciase la celebración del 'Día Internacional del Amigo' a realizarse el día 20 de julio de cada año". Luego, se sumaron las adhesiones de otras entidades y la fecha adquirió popularidad no solo en Argentina sino en otros países de Latinoamérica.

La idea no se le había despertado el mismo 20 ni el 21, venía queriendo concretarla hacía casi tres décadas. Eran los años 40 y Febbraro trabajaba como locutor de Radio Splendid, tenía un programa sobre música clásica y, para agradecer el volumen de cartas que le llegaba de sus oyentes quería hacer algo: deseaba celebrarlos y retribuir el gesto. Entre la cantidad de efemérides históricas, nacimientos de próceres y aniversarios de batallas, advirtió que en el calendario no existía un solo día para festejar a los amigos. Pensó entonces que la fecha tenía que ser establecida. Pero: ¿qué fecha debía ser esa?, ¿cuál sería la indicada?

"Cuando la NASA anunció la llegada del hombre a la Luna, pensé que sería un gesto de amistad de la humanidad hacia el universo", dijo Febbraro en una entrevista con La Nación en 2006.

A partir de ese momento se formó la Comisión Permanente Pro Día Internacional del Amigo, que entonces contó con 500 mil adherentes, según recuerda el odontólogo: "en América Latina y en Australia era donde más se recordaba la fecha".

El creador del Día del amigo fundó dos Rotary Club, ocho Club de Leones, escribió sobre filosofía y psicología, escribió poemas, fue Ciudadano Ilustre de la Ciudad y de la Provincia de Buenos Aires y fue candidato, dos veces, a recibir el Premio Nobel de la Paz. Murió en noviembre de 2008, a los 84 años, con su deseo más que cumplido.

Miguel

San Martín no lo duda: el alunizaje de Apolo 11 y la primera caminata lunar "fue un hito enorme para la humanidad". Comparable, según él, a otros hechos enormes como "el control del átomo, la decodificación del ADN". "Fue la primera vez que un ser humano salió de nuestro planeta y caminó sobre otro cuerpo", dice. "No hay duda de que dos mil años en el futuro, si todavía existimos como civilización, los chicos van a estudiar el aterrizaje del Apolo de Neil Armstrong como nosotros estudiamos la historia de Colón. Siempre hay una primera vez. A veces yo me pellizco: cómo puede ser que en la historia de toda la humanidad yo fui testigo cuando este hito que es imposible de borrar sucedió —dice y la emoción se apodera de su voz—. Va a estar acá si la humanidad dura diez mil años o un millón. Siempre va a haber un momento que la humanidad salió de su planeta y pisó otro suelo. Y qué coincidencia que yo haya nacido en esa época y lo haya visto con mis propios ojos".

Especializado en el área de Guiado, Navegación y Control de Naves Espaciales, San Martín participó y lideró varias misiones en las que logró aterrizar naves en Marte, y asesoró otras tantas. Hoy es consultor en varias de ellas.

Pero aunque buena parte de la sociedad coincidirá con San Martín en que la llegada del hombre a la Luna marcó un punto clave en la línea del tiempo del mundo, como muchos otros, este acontecimiento también tiene sus detractores: aquellos que piensan que todo fue un montaje dirigido por Stanley Kubrick en algún plató cuidadosamente preparado. Que en las imágenes del cielo lunar no se ven las estrellas; que la bandera plantada por los astronautas flamea y en la Luna no hay viento; que la colosal potencia de los motores de la nave debería haber dejado un cráter en el suelo virgen de arena oscura del Mar de la Tranquilidad. Y siguen. Todos los argumentos esgrimidos por los creyentes en las teorías conspiracionistas fueron desarmados, uno a uno, por la NASA que, orgullosa, prepara festejos, charlas, exposiciones y hasta el lanzamiento de una serie de monedas conmemorativas con imágenes ilustres de los astronautas para celebrar el cincuentenario de su logro.

Pero la historia no acaba ahí. Además de festejar logros pasados, la Administración Nacional de la Aeronáutica y del Espacio proyecta nuevas metas para el futuro: hace pocas semanas sus representantes anunciaron que trabajan en una nueva misión para volver con astronautas a la Luna en cinco años. En esa travesía viajaría una mujer, la primera en llegar al satélite. De esta manera lo anunciaba en su cuenta de Twitter el administrador de la agencia, Jim Bridnestine: "Nuestra misión #Moon2024 lleva el nombre de Artemisa, que era hermana de Apolo y diosa de la Luna. Estamos entusiasmados de que puedan aterrizar la primera mujer y el siguiente hombre en la superficie de la Luna en el año 2024".

Como Miguel San Martín es uno de los pocos empleados de la NASA que tiene experiencia aterrizando cosas en otros planetas, le solicitaron asesoramiento. Y trabaja ahora en el renovado esfuerzo de volver a la Luna. Para este fin, él y sus compañeros siguen sirviéndose de la experiencia del Apolo.

«Yo he hecho bastante en mi carrera, he puesto varias misiones en la superficie de Marte, pero todavía me siento disminuido intelectualmente ante la capacidad de lo que hicieron»

Miguel San Martín
Ingeniero electrónico en la NASA

—Cuando vemos cómo lo hicieron y qué hicieron, hasta el día de hoy nos sentimos humildes, todavía nos sorprende lo capos que eran estos tipos. Yo he hecho bastante en mi carrera, he puesto varias misiones en la superficie de Marte, pero todavía me siento disminuido intelectualmente ante la capacidad de lo que hicieron. Y seguimos aprendiendo, los que pudimos aprender, de lo que quedó documentado. Realmente es una maravilla. Nosotros tenemos nuestros éxitos, pero nos preguntamos permanentemente: cómo le hubieran hecho los muchachos del Apolo.

Cuando ya era un profesional de otro planeta le hicieron una entrevista a su madre en Buenos Aires. Ella sacó un cuaderno de dibujos de cuando su hijo era niño que él no sabía que conservaba. Le mostró a los periodistas uno en particular: un astronauta que flotaba con la ayuda de unos globos de cumpleaños, sobre ellos. El dibujo tenía una fecha —San Martín fechaba sus dibujos—: lo había hecho un día antes de que Apolo 11 aterrizara en la Luna.

Y LOS PIES TAMBIÉN

Los afiches de la campaña "Explore Moon to Mars" ilustran las próximas misiones en las que la NASA planea viajes tripulados a la Luna (2024) y a Marte (2030s), y la estación Gateway en la órbita lunar, cuyo funcionamiento se prevé para 2028.

"¿Querés ser Ministro de Economía por un rato?", un juego de RED/ACCIÓN

En las últimas semanas lanzamos "¿Querés ser Ministro de Economía por un rato?", un juego en el que intentando bajar la inflación se aprende cómo se relacionan las variables macroeconómicas más relevantes de un país.

Mediante una conversación ficcional vía chat con Mauricio Macri y Nicolás Dujovne, quien acepte el desafío puede proponer qué hacer con el gasto, los impuestos y la tasa de interés del Banco Central, para intentar bajar la inflación.

¿El objetivo? Entender mejor cómo funcionan algunas de las variables macroeconómicas de un país, interpretando sus relaciones de causa y consecuencia. Además, los resultados visibilizan los costos y consecuencias de las decisiones económicas en la vida real de las personas.

¿Qué es la inflación? Es el aumento sostenido y generalizado en los precios de una economía a través del tiempo, algo que nosotros los argentinos entendemos demasiado bien. En los últimos 12 meses la inflación ha estado por encima del 50%, eso significa que algo que hace un año costaba 100 pesos, hoy cuesta 150.

¿Cuáles son las causas de la inflación? El factor clave es un aumento de la oferta monetaria, es decir, la cantidad de dinero disponible para comprar bienes y servicios (pagar la luz, las compras del supermercado, ir al cine, etc. etc.). Generalmente ese aumento es causado por la emisión excesiva de dinero del Banco Central, que busca resolver el déficit fiscal, causado cuando el país gasta más de lo que recauda.

Aquí, una breve explicación sobre las variables que se administran en el juego.

¿Qué es el gasto público? Es lo que el Estado gasta cada año y se ve reflejado en el Presupuesto de la Nación. De acuerdo a cifras oficiales, las jubilaciones y pensiones son el principal gasto del Estado y representan casi el 60% del total. Le sigue el pago de la deuda pública, el gasto en educación y cultura, subsidios a la energía, combustibles y al transporte público (incluye desde los colectivos a Aerolíneas Argentinas).

En Argentina el gasto público equivale al 42% del PBI. Al comienzo de la gestión de Néstor Kirchner, el gasto era de aproximadamente 29%. Con Cristina Fernández de Kirchner, este porcentaje llegó 47%, en el año 2015, su máximo nivel en décadas. En 2018 el gasto público bajó al 42% del PBI.

¿Qué son los impuestos? Los impuestos son los tributos que cada persona, familia o empresa debe pagar al Estado para costear las necesidades colectivas, contribuyendo así con una parte de sus su economía al bienestar de la sociedad.

De acuerdo al Instituto Argentino de Análisis Fiscal, entre el estado nacional y provincias, la Argentina tiene 163 impuestos. La recaudación de IVA, Aportes y Contribuciones a la Seguridad Social, Impuesto a las Ganancias (personas físicas y sociedades) y el impuesto provincial a los Ingresos Brutos, se obtienen tres cuartas partes de la recaudación tributaria consolidada de Argentina. La presión tributaria conjunta de Nación y provincias supera el 31% del PBI. El promedio de los países desarrollados es del 34%.

Si bien el juego responde a una dinámica sobre la que hay consenso entre los economistas, naturalmente algunas consecuencias están simplificadas.

RED/ACCIÓN

EN NUESTRO NOMBRE PUEDE VERSE NUESTRO SENTIDO

Somos una comunidad que intenta, a través del periodismo, comprender y actuar sobre la realidad. Un periodismo del Siglo XXI: siempre co-creado, de excelencia y humano.

Que hoy nuestros miembros estén en su gran mayoría entre los 25 y 40 años es indicativo de una sed. El futuro será de los medios entendidos como zonas comunes de descubrimiento intelectual, debate, pertenencia y paticipación con propósito.

El periodismo sirve para entender el mundo. Pero también, y sobre todo, para cambiarlo.

ACTIVÁ TU MEMBRESÍA

Además de sostener nuestro periodismo con propósito los miembros reciben mensualmente la revista MONO.

Hacete miembro contactándote con nosotros:

POR TELÉFONO
11 4917 1763

POR EMAIL
miembros@redaccion.com.ar

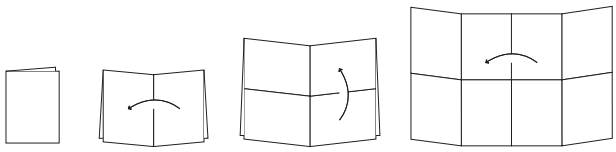
EN NUESTRA WEB
www.redaccion.com.ar/miembros

#12

MIXTO
Papel procedente de fuentes responsables
FSC® C121479
www.fsc.org

RED/ACCIÓN: Stella Bin, Juan Carr, Agustina Campos, Juan Melano, Javier Drovetto, Javier Sinay, Iván Weissman, Lucia Wei He, Ariana Budasoff, Florencia Tuchin, Luciana Coraggio, Maximiliano de Rito, Pablo Domrose, Belén Quellet, Tistán Rodríguez Loredo, Joaquín Sánchez Mariño, Emilia Ganem. **Diseño:** Errea Comunicación. **Director:** Chani Guyot

INSTRUCCIONES DE USO DEL ARTEFACTO



❶ Portada ❷ Revista ❸ Tabloide ❹ Sábana