

Año IX - N° 15 - 2017

ISSN 1853-9297

# Dos Puntas



**Universidad Nacional de San Juan**  
**Facultad de**  
**Ciencias Sociales**



**Universidad de La Serena**  
**Facultad de**  
**Ciencias Sociales y Económicas**

ISSN 1853-9297

Año IX N° 15 / 2017

# Dos Puntas

COEDICIÓN



Universidad Nacional De San Juan  
Facultad de Ciencias Sociales  
ARGENTINA



Universidad de La Serena  
Facultad de Ciencias Sociales y  
Económicas  
CHILE

Esta revista se encuentra indizada en  
**Latindex** (Nivel 1 CAICYT –CONICET)  
**Dialnet** (Universidad La Rioja – España)  
Además: WordCat / BIBHUMA / Scribd / Universia / Digibepé /  
SidUNCu

SAN JUAN, ARGENTINA, PRIMER SEMESTRE 2017

## DIRECCIÓN

Lic. Jorge Orlando Arredondo

## COMITÉ DE REDACCIÓN

Mag. Lic. Ernesto Carrizo

Lic. Remo García

Lic. Gustavo Castillo

Laura Oro

Lic. Alessio Arredondo (Corrector)

## COMITÉ EDITORIAL

**Dr. Javier Lindenboim** – Universidad Nacional de Buenos Aires

**Dr. Emilio Rodríguez Ponce** – Universidad de Tarapacá

**Dra. Cecilia Lagunas** – Universidad Nacional de Luján

**Dra. Luz María Méndez Beltrán** – Universidad de Chile

**Dra. María Dolores Fuentes Bajo** – Universidad de Cádiz

**Dr. Gustavo Cimadevilla** – Universidad Nacional de Río Cuarto

Facultad de Ciencias Sociales – UNSJ

Ignacio de la Roza 590 Oeste

Dpto. Rivadavia – (5400) San Juan – Rep. Argentina

Tel./Fax: 0264-4231949 – 4230314 – 4232516

Institucional: <http://www.facso.unsj.edu.ar>

Revista: <http://www.facso.unsj.edu.ar/revista2puntas.php>

Publicación semestral. Registro de la Propiedad Intelectual:  
Derecho de autor (en trámite)

*El contenido de los artículos es responsabilidad de los autores y las opiniones vertidas no representan necesariamente la opinión de las instituciones editoras.*

*O conteúdo dos artigos é de responsabilidade dos autores e as opiniões expressas não representam necessariamente a opinião das instituições de publicação.*

*Diseño de Tapa: Rodolfo Agolio*

**Foto de Contratapa: Conmemoración del XXXVI aniversario de la Universidad de La Serena – Chile. Marzo, 2017**

*Traslation: María Paula Hernández // Traduções: Yvonne Vidinho*

Revista



**CONSEJO EVALUADOR INTERNACIONAL**

**Dr. Javier Lindenboim**

Universidad Nacional de Buenos Aires

**Dr. Salvador Carrasco Arroyo**

Universidad de Valencia

**Dr. Rafael Granell Pérez**

Universidad de Valencia

**Prof. Luz María Méndez Beltrán**

Universidad de Chile

**Dr. Emilio Rodríguez Ponce**

Universidad de Tarapacá

**Dr. Ing. Nibaldo Avilés Pizarro**

Universidad de La Serena

**Dra. Luperfina Rojas Escobar**

Universidad de La Serena

**Mg. Lic. Ricardo Pintos**

Universidad Nacional de San Juan

**Dra. Ana T. Fanchin**

Universidad Nacional de San Juan

**Dra. Hebe Viglione**

Universidad Nacional de Rosario

**Dr. Enrique Novoa Jerez**

Universidad de la Serena

**Mg. Ricardo Marcelo Coca**

Universidad Nacional de San Juan

**Dra. Celia López**

Universidad de Nuevo México

# ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	7
ARTÍCULOS.....	13
<i>BALANCE SOCIAL: ESTADO DEL VALOR AGREGADO</i>	15
Marcelo Perisse, Silvia Rampello, Dorina Mecca - UNLAM (Argentina)	
<i>IMAGINARIOS DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL EN     LA PUBLICIDAD VENEZOLANA: UNA MIRADA DESDE     EL DIARIO EL UNIVERSAL (1939-1945)</i> .....	43
Emad Aboasi El Nimer - Universidad de Los Andes (Mérida, Venezuela)	
<i>EL ABC DE LA ESCRITURA ACADÉMICA</i> .....	94
Alessio Arredondo - UNSJ (Argentina)	
<i>ATRAVESAMIENTOS RESILIENTES EN LA     INTERVENCIÓN SOCIAL CON GRUPOS</i> .....	116
Cruz Pérez y Lucía Bazán - UNSJ (Argentina)	
<i>SAN JUAN, MUJERES Y REPRESENTACIÓN     PARLAMENTARIA: ALGUNOS APORTES Y DEBATES     HISTÓRICOS</i> .....	134
Hernán Videla - UNSJ (Argentina)	
NOTAS.....	161

<i>RESEÑA DE LIBRO: OLIVERA, JUSTO LINDOR, FONTANA. BIOGRAFÍA DE UN PATRIOTA. BUENOS AIRES, CORREGIDOR, 2011. 349 PÁGINAS. ....</i>	163
Ana Fanchin - UNSJ (San Juan)	
<i>EL DESCUBRIMIENTO DE AMÉRICA: UNA MIRADA LATINOAMERICANA.....</i>	167
Elio Noé Salcedo - UNSJ (Argentina)	
<i>LOS VALORES COMO POSIBILIDAD DE INTERCAMBIO INSTITUCIONAL Y EDUCATIVO .....</i>	177
Federico Cánovas - UCC (Argentina)	
PAUTAS EDITORIALES .....	188
REVISTA DOS PUNTAS .....	190

# **PRESENTACIÓN**



Los artículos aquí expuestos son producciones realizadas por investigadores de distintas disciplinas, y por tanto se nutren de vertientes heterogéneas. Sin embargo, es esa diversidad lo que sustenta la esencia de la Revista Dos Puntas, en clara alusión a la divulgación de distintas líneas contributivas de las ciencias sociales y humanidades.

Esta nueva edición de la Revista, la 15ª está engalanada no sólo por aparecer celebrando un acontecimiento por demás importante para los pueblos del cono sur y que fue hito en la historia de la emancipación de Sudamérica; se cumplen doscientos años del cruce de la Cordillera de Los Andes.

Alimentados con ese espíritu de integración, salvando la debida distancia de tiempo y magnitud, Dos Puntas fue invitada a participar en el XXXVIº aniversario de la Universidad de La Serena hecho que se llevó a cabo en dependencias de la Facultad de Ciencias Sociales y Económicas y que da cuenta la foto de contratapa.

En otro orden de cosas es importante mencionar que en la tarea editorial intervienen otros protagonistas sin cuya colaboración todo sería en vano, me refiero a los autores, verdaderos pilares de la revista, los miembros del Comité Editorial y los miembros del Comité Evaluador. Esta confluencia de acciones permiten que se logre el objetivo común: la Revista. El esfuerzo continuo se demuestra en el hecho de haber mantenido desde su inicio regularidad, tanto en su volumen como en lo temporal respecto de su lanzamiento.

Es por ello que adquiere singular valor este nuevo número, el décimo quinto, por cuanto tiende a consolidar la permanencia, enriqueciendo aún más el sueño de quienes idearon esta forma de difundir resultados de investigaciones y reflexiones propias de la actividad académica universitaria.

Como ha sucedido en otras ediciones anteriores, ésta no ha sido la excepción, se ha visto enriquecida por circunstancias y hechos que conforman un anecdotario y que no hacen más sino sentar presencia en distintos eventos de trascendencia y que es propio destacar en ese sentido. Nuestra Revista Dos Puntas integra la Colección Binacional Paso de Agua Negra inaugurada en la Biblioteca “Sarmiento Legislador”<sup>1</sup>; de la Cámara de Diputados de la Provincia de San Juan, a fines de Abril de 2013.

Desde su primer número (2009), ha tenido asistencia perfecta en la Feria Internacional Del Libro que se lleva a cabo en Buenos Aires en el 2016, como en la Feria de la Cultura Popular y el Libro que es organizada por la Municipalidad de Rawson.

La serie de artículos es encabezada por el trabajo de Marcelo Perissé, Silvia Rampello y Dorina Mecca de la Universidad de La Matanza, Argentina, que aborda el análisis del Valor Agregado generado por las empresas. Los autores, a partir de la consideración de que la contabilidad es una ciencia social y desestimando el concepto de la empresa con fines puramente acumulativos, proponen un sistema contable capaz de gestionar la información sobre el «Estado del Valor Agregado», como “condición necesaria para los actos cooperativos en pos del Desarrollo Socioeconómico”.

Los dos siguientes aportes han sido escritos por un historiador y por un lingüista. Ambos incursionan en cuestiones discursivas. Emad Aboasi El Nimer de la Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela, analiza las imágenes publicitarias reproducidas a través de la prensa venezolana, que a los fines de marketing aluden claramente a las vicisitudes de la segunda guerra

---

<sup>1</sup> Puede consultarse en:

<http://www.legislaturasajuan.gov.ar/index.php/servicios/biblioteca-sarmiento-legislador/coleccion-binacional-paso-de-agua-negra>

mundial. Estos mensajes muestran la necesidad de adquirir determinados productos tecnológicos de avanzada para la época, como la radio, para poder estar informados del curso de los acontecimientos suscitados en Europa, como también su repercusión en el país latinoamericano de Venezuela.

Por su parte, Alessio Arredondo de la Universidad Nacional de San Juan centra la atención en la escritura de textos académicos. Este trabajo refiere acerca de errores comunes en la redacción y ofrece interesantes orientaciones para optimizar las exposiciones escritas.

A continuación, Cruz Pérez y Lucía Bazán de la Universidad Nacional de San Juan, Argentina, incursionan sobre el concepto de resiliencia y su transversalidad en la intervención profesional con grupos. Enfoque que ha enfatizado en el modo de entender las respuestas de las personas, que en contextos de hostilidad, logran sobreponerse y posicionarse exitosamente para afrontar la realidad.

Finalmente, Hernán Videla aborda la cuestión sobre el reconocimiento de los derechos políticos de la mujer en la provincia de San Juan. Examina los antecedentes de mediados del siglo XIX, durante la etapa de organización constitucional, hasta la implementación de la Ley de Cupo en la actualidad.

En la Sección Notas se incluye una reseña bibliográfica, la de Luis Jorge Fontana, de autoría del Profesor Justo Lindor Olivera.

Elio Noé Salcedo de la Universidad Nacional de San Juan, acompaña una reflexión titulada El descubrimiento de América: una mirada latinoamericana.

En el mismo sentido, Federico Cánovas, de la Universidad Católica de Cuyo nos habla de los Valores como posibilidad de Intercambio Institucional y Educativo.

Para concluir, deseo expresar una vez más sinceros agradecimientos a los investigadores que han colaborado en esta

ocasión, a los evaluadores externos que con gran generosidad revisaron el material y Autoridades de las Facultades Coeditoras que hacen posible la permanencia de este proyecto editorial

Jorge O. Arredondo  
Director

## **ARTÍCULOS**



## **BALANCE SOCIAL: ESTADO DEL VALOR AGREGADO\***

*Marcelo Claudio Perissé\*\**

*Silvia Marisa Rampello*

*Dorina Mecca*

### **Resumen**

Con el fin último de alcanzar un modelo para la «distribución equitativa de la Renta Nacional» en el foco del desarrollo socioeconómico regional, el trabajo asume una perspectiva que pretende desprenderse de la visión de la empresa como una “unidad de acumulación”, que se ve representada a través del concepto de *Margen*, para pasar a una visión social de la empresa, sustentada en la construcción de «valores compartidos» por las «cadenas de valor agregado»; para ello se llevan adelante, en el marco de la «teoría dinámica de la economía», observaciones sobre las derivaciones de la implantación del «balance social» como instrumento de la exposición del «estado del valor agregado» y su forma de distribución.

**Palabras Clave:** Teoría del Valor – Balance Social – Rentas – Economía Regional

**Calificación JEL:** D46

### **Abstract**

With the ultimate aim of achieving a model for the "equitable distribution of national income" in the focus of regional

---

\* Recibido: 22/11/16 // Aprobado: 22/12/16

\*\* Universidad de La Matanza, Florencio Varela 1903, San Justo, Buenos Aires 011-4480-8900. E-mails: mcperisse@gmail.com, srampello@unlam.edu.ar, dorinamecca@hotmail.com

economic development, the work assumes a perspective that seeks to shake the vision of the company as a "storage unit" which see represented through the concept of margin, to move to a social vision of the company, based on the construction of "shared values" by the "value chain"; for this are carried out within the framework of the "dynamic theory of the economy", comments on the derivations of the implementation of "social balance" as an instrument of exposure "state value added" and its distribution

**Keywords:** Theory of Value - Social Balance - Income - Regional Economics

### Introducción

Ante todo diremos que partimos de asumir a la contabilidad, como una disciplina enmarcada dentro de las ciencias sociales aplicadas, que se constituye en una manifestación de del pensamiento y de evaluación crematística; por lo que se erige como una herramienta que atiende a descripciones cuantitativas y necesaria para la elaboración de predicciones sobre la **circulación de la renta** y de los **agregados de riqueza**. (Mattessich R. , 1973, págs. 449, 465)

Bajo esta demarcación, nuestra Investigación va en pos del desarrollo de un sistema de Información económico aplicado a la contabilidad y que tiene por objetivo la constitución del «Balance Social» (Resolución Técnica N° 36. Normas Contables Profesionales: Balance Social, 2013), por el que se expondrá no solamente el «Estado del Valor Agregado» sino también, a través de un proceso de análisis de costos, la forma de distribución (bajo la técnica de consolidación) del «Valor Agregado» generado por las empresas, en las «cadenas de valor».

Nuestra tesis, que iremos trazando a través de la exposición del presente trabajo es la siguiente:

En el Desarrollo Socioeconómico Regional, la *metódica* de sus cambios depende de los impulsos originados por la **Inversión Pública** y Privada; como así también de la **capacidad de propagación o difusión** de los mismos. Consecuentemente esta capacidad de difusión dependerá de las Fuerzas Productivas y de la *cohesión de las «Cadenas de Valor Agregado»*. Por lo tanto, si la difusión puede ser medida por el **nivel de cohesión** (integración y coordinación) que tiene una Cadena de Valor Agregado, la posibilidad de poder informarse mejor, a través de un sistema contable que permita compartir las actividades de gestión de la información en forma ordenada y distribuida del «Estado del Valor Agregado», será condición necesaria para los actos cooperativos en pos del Desarrollo Socioeconómico.

Los postulados emergentes de la investigación, se expresa en la siguiente Ilustración:

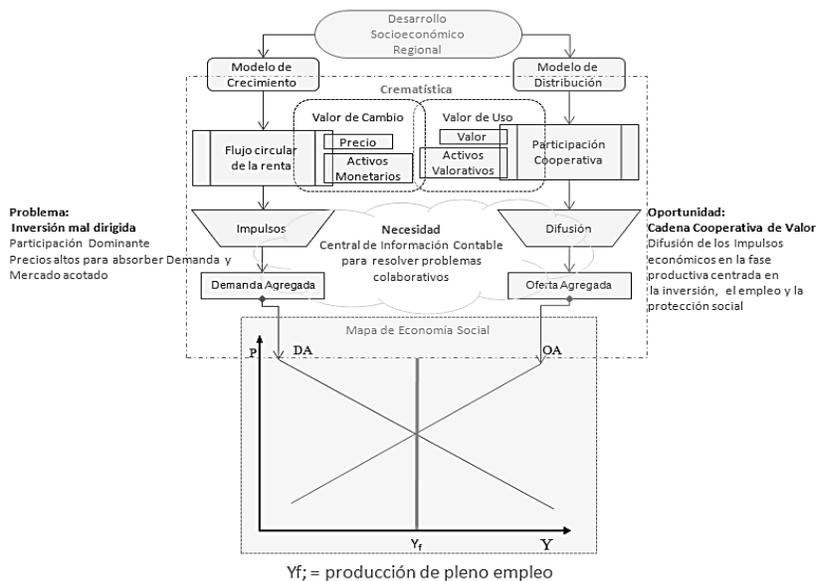


Ilustración 1 Problemas y oportunidades para el Desarrollo Socioeconómico Regional

Ahora bien, y sin querer distraer la atención del tema principal, creemos importante iniciar la exposición haciendo una primera referencia hacia la Norma Contable Profesional: Resolución Técnica Número 36, titulada: Balance Social, aprobada por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires por Resolución C. D. N° 56/2013 (2013); hemos encontrado, luego de una vasta y exhaustiva revisión bibliográfica, que la misma y sin hacer referencia alguna, es una *transcripción incompleta*, en términos de demarcación epistémica de Mario Bunge (1985, pág. 13) podríamos afirmar que es una

caricatura, de la Norma Brasileira de Contabilidad: NBC T 3.7 del 2005, con numeración actual: NBC TG 09 del 2008 (Conselho Federal de Contabilidade, 2008), titulada: Demonstração do Valor Adicionado. La cual, a su vez, fuera elaborada en base al modelo de demostración del valor agregado de la Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras (FIPECAFI) de la Facultad de Economía Administración y Contabilidad (FEA) de la Universidad de Sao Paulo (USP) en Brasil. (dos Santos & Hashimoto, 2002)

Más interesante resulta aún, la lectura de la Interpretación Nº 6 de Normas de Contabilidad y Auditoría (2013): Auditoría o Revisión del Balance Social, que hace referencia vagamente al Estado de Valor Económico Generado y Distribuido” (EVEGyD), en pos de los indicadores de la Global Reporting Initiative (GRI), y sin hacer mención alguna a la concepción del Valor Agregado. Es importante resaltar esta observación, pues el haber generado un instrumento y el omitir su correspondiente *semántica de significación*, provoca graves consecuencias epistémicas para la comunidad de investigadores que aborden estudios al respecto; lo que se quiere decir es que todo lenguaje lógicamente debe tener reglas de sintaxis que eviten los sinsentidos, y consecuentemente debe contar con símbolos articulares con un significado determinado y único (Wittgenstein, 1921, pág. 2).

Como venimos diciendo, estos problemas semánticos, de hecho, se presentaron en la XXXVI Jornada Universitaria de Contabilidad y V Jornadas Universitarias Internacionales de Contabilidad, realizadas en la Universidad de Buenos Aires en el año 2015. Se puede así observar comúnmente, que se discute sobre el Balance Social mezclando diversas acepciones, siendo que no se percibe por parte la comunidad económica argentina la existencia de las distintas vertientes; lo que conlleva a no delimitar correctamente el dominio del discurso.

Este hecho nos pone en la necesidad de exponer brevemente el trasfondo teórico sobre la historia del balance social, sus tipologías y la conceptualización de uno de los elementos principales de nuestra investigación que es el «Valor Agregado», para luego sí pasar a la descripción de los desarrollos y resultados *tecnológicos sociales* alcanzados sobre el «Estado del Valor Agregado».

#### Historia del Balance Social y sus tipos

En función de: los destinatarios, el grado de cuantificación, la metodología, y consecuentemente su exposición; podemos decir que existen cuatro vertientes del Balance Social, a saber (dos Santos & Hashimoto, 2002, págs. 154,155):

**Balance Ambiental**, refleja la postura de la empresa en relación a los recursos naturales, y ello según: los gastos y aportes realizados hacia la preservación o recuperación de dichos recursos; o sus inversiones dirigidas al medioambiente o a los pasivos ambientales.

**Beneficios y Contribuciones Sociales, en general, evidencia los beneficios sociales y culturales realizados por la empresa ser actividades filantrópicas y de voluntariado llevadas adelante por la organización.**

**Balance de Recursos Humanos**, busca evidenciar el perfil de la fuerza de trabajo, el salario, los beneficios, los gastos en entrenamiento y capacitación, entre otros beneficios laborales.

**Estado del Valor Agregado**, expone la contribución de la empresa al desarrollo económico de la región en la que se encuentra instalada, exhibiendo: la riqueza que la empresa agrega a la economía local, y su forma social de contribución.

De esta taxonomía, nuestra exposición transcurre por la concepción del Balance Social en el marco del **Estado del Valor Agregado** y desde esta perspectiva, dicho Balance, se constituye como un instrumento que permite evaluar la actuación de la empresa en su función social.

### Valor Agregado

Antes de pasar al «Estado de Valor Agregado» que es nuestra cuestión de fondo, precisamos hacer algunas especificidades con respecto al concepto del «Valor Agregado», su significación en el marco de la economía (micro y macroeconomía) y su relevancia en lo social. En las actividades productivas de toda empresa, para la generación de productos, se precisa del consumo de recursos; consecuentemente, siempre que el **valor económico** del producto que fuese generado sea superior al **valor de los recursos** consumidos para su generación, **habrá generación de riqueza o generación de valor**. Podemos decir entonces, que este **agregado de valor** a los insumos adquiridos en las actividades productivas, es lo que denominamos «Valor Agregado».

Es importante hacer notar, que el Valor Agregado, tanto sea expuesto como parte de *un ratio*, a manera de un renglón derivado del Estado de Resultados, o bien en forma de *Estado Demostrativo*; siempre, de una u otra manera, está incluido en la información que suministran las empresas. Por lo tanto como ya dijéramos, *el Valor Agregado se presenta como una medida de la actividad de la empresa*, y consecuentemente ha de ser un referente a la hora de fijar la política de precios de venta de los productos, más particularmente en aquellos mercados que no se presentan como de competencia perfecta.

Veamos un ejemplo, para cada caso de exposición:

Para el caso que sea expuesto como *un ratio*, una empresa que elabora varios productos con valores agregados distintos, podrá creer conveniente elegir aquél producto que tenga menor valor agregado por dos razones: una por el menor riesgo que implica una mayor participación de los costos externos, con respecto a los costos internos; y por otra, a una menor *inversión en activos fijos* con respecto a los *activos circulantes*.

Para el caso de exposición derivado del *Estado de Resultados*, sabemos que, se puede contemplar a la magnitud Valor Agregado como un renglón del Estado de Resultados; pero así, no se formulará la renta total obtenida por la empresa y la distribución de la misma entre los distintos agentes que intervienen en su formación, como ser: los trabajadores, los clientes, el Estado, los financistas y los propietarios.

Estos ejemplos que en los que se realizan el análisis desde la perspectiva individual de una empresa, nos sirven para ir argumentando sobre nuestra hipótesis, en donde conjeturamos que el Desarrollo Socioeconómico Regional, depende de los impulsos originados por la inversión pública y privada, y también de la capacidad de propagación o difusión de los mismos; lo que luego contrastaremos con estudios de caso. Al poder hacer pruebas de contrastación de la teoría de los precios. (Schlick, 1936, pág. 2) no deberán escapar a nuestra investigación, en el marco de la realidad social, ciertas observaciones sobre las derivaciones de las consecuencias lógicas. Por ello, nuestra perspectiva se pretende desprender de la visión que se tiene de la empresa como una “unidad de acumulación”, que se ve representada a través del concepto de **Margen** (Porter, 1995, págs. 35, 36), para pasar a una visión social de la empresa, sustentada en la construcción de *valores* compartidos por las cadenas de valor, con el fin último de alcanzar una distribución equitativa de la Renta Nacional.

Por lo tanto es importante diferenciar al Estado del Valor Agregado del Estado de Resultados (pérdidas y ganancias), y una primera aproximación la podemos realizar a través del siguiente cuadro:

Estado de Resultados	Valor Agregado
<b>Utilidad</b> = Ventas – Costos	<b>VA</b> =Ventas – Materiales y Servicios

Ventas	Costos Materiales Gastos	Ventas	Materiales y Servicios Materiales Gastos Depreciación Sueldos y Jornales
<b>Utilidad</b>		<b>Valor Agregado</b> Trabajadores y empleados Estado Financistas Propietarios	
Ilustración 1 El concepto de Valor Agregado y el de Pérdidas y Ganancias Adaptado de Manuel Luna (Luna, 2005)			

Teniendo ya asumida una concepción del Valor Agregado, expondremos ahora a los agentes que intervienen en la generación de dicho Valor, sus aportes y la retribución se especifican en el siguiente cuadro:

		Mercado	Agentes	Aportes	Retribución al Agente
<b>Estado del Valor Agregado</b>	<b>Valor Económico Generado</b>	<b>Demanda</b>	Consumidores (Clientes)	Ingresos por ventas	Satisfacción y Bienestar
		<b>Oferta Mercado de Factores de la Producción</b>	Empresas-Estado (Proveedores)	Egresos por compras	Riqueza
		<b>Oferta Mercado de Bienes y Servicios</b>	Empresa	Costo de producción	Riqueza
	<b>Distribución</b>	<b>Oferta</b>	Trabajadores y empleados	Trabajo	Remuneración-Salario (Sueldo, Jornal,

				por resultado [objetivo, comisiones]) Beneficios sociales (comedor, ropa, capacitación, reintegros)
		Estado (Nacional, Provincial, Municipal)	Bienes y Servicios públicos	Impuestos, tasas y contribuciones
		Instituciones financieras	Recursos financieros	Intereses
		Agentes externos, rentistas	Activos-Capital de terceros	Renta
		Socios capitalista	Capital	Beneficio-Dividendos

Ilustración 2 Creación de valor agregado: agentes, aportes y retribución

Podemos observar en la ilustración 3 que en la primera fila figuran los clientes, éstos como agentes del mercado, participan en la decisión de cuánto comprar y a qué precio y su gasto es equivalente al valor de las ventas de las empresas; y el hecho que la empresa tenga un mercado y venda sus productos, indica la efectividad de las actividades de la empresa, este y cada uno de los aspectos que atienden a los agentes del mercado deben ser analizados a través de supuestos (teorías o leyes) de la economía como la teoría de consumo de John Keynes, Irving Fisher, o Franco Modigliani (en la hipótesis del ciclo de vida, donde el consumo depende de la riqueza y el ingreso); o para los demás agentes de la tabla que aportan: trabajo, capital físico, capital financiero e infraestructura pública, de cuyo aprovechamiento surge la oferta de bienes y servicios al mercado, cada uno de ellos también precisan

ser analizados en el marco de teorías tales como la de la producción de Frank Hyneman; **la teoría del Valor de Karl Marx, Adam Smith o David Ricardo; la teoría del capital y el interés, será de utilidad contar con modelos que permitan hacer análisis mutatis mutandis, como el de la oferta y demanda agregada de pleno empleo (IS-LM) o el flujo circular de la renta de John Hicks.**

#### Estado del Valor Agregado

Contablemente, por lo visto hasta aquí, podemos decir que el Valor Agregado representa la riqueza creada por la empresa, de forma general medida por la diferencia entre el valor de las ventas y los insumos adquiridos a terceros; incluido también, el Valor Agregado recibido en transferencia, o sea, producido por terceros y transferido a la entidad.

Ante esto, Arivaldo dos Santos (dos Santos & Hashimoto, 2002), constituye la técnica contable del «Estado del Valor Agregado», que permitirá *analizar el desempeño económico de la organización*, evidenciando así, la generación de la riqueza de una organización y su distribución; esta demostración se realiza calculando la diferencia entre las ventas y los bienes producidos por terceros (insumos y servicios de terceros) utilizados en el proceso productivo.

#### Cómo elaborar el Estado de Valor Agregado

Según el Consejo Federal de Contabilidad de Brasil (2008), la presentación del Valor Agregado **consolidado**, como elemento del Balance Social que tiene por finalidad evidenciar la riqueza creada por la entidad y su distribución durante un determinado período, debe tener en cuenta la estructura básica para la elaboración de los estados contables y sus datos, que en su gran mayoría son obtenidos principalmente a partir del Estado de Resultados y además debe basarse en las demostraciones consolidadas y evidenciar la participación de los socios no controladores.

El denominado Valor Económico Generado y Distribuido, a la postre el Valor Agregado, para proporcionar a los usuarios de los estados contables, la información relativa sobre la riqueza generada y distribuida, en un determinado período, mínimamente debe ser detallada de la siguiente manera:

Retribuciones a los trabajadores y empleados: remuneraciones al personal.

Tributos al Estado: impuestos, tasas y contribuciones.

Retribuciones al capital de terceros: intereses y rentas o alquileres.

Retribuciones al capital propio:

intereses sobre el capital propio y dividendos, y ganancias retenidas / pérdidas del ejercicio.

Este esquema puede observarse en el Modelo de Estado de Valor Económico Generado y Distribuido propuesto por la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (2013), a través de la siguiente ilustración:

Id	Descripción
10	
0	Ingresos
11	
0	Venta de mercaderías, productos y servicios
12	
0	Otros ingresos
13	
0	Ingresos relativos a la construcción de activos propios
14	
0	Previsión para desvalorización de créditos
20	
0	Insumos Adquiridos a Terceros
21	
0	Costo de los productos, de las mercaderías y de los servicios vendidos
22	
0	Materiales, energía, servicios de terceros y otros

23	
0	Pérdida y recuperación de valores de activos
24	
0	Otras (especificar)
30	
0	Valor Económico Generado Bruto (1-2)
40	
0	Depreciaciones y Amortizaciones
50	
0	Valor Económico Generado Neto producido por la Entidad (3-4)
60	
0	Valor Agregado Recibido En Transferencia
61	
0	Resultado participación en subsidiarias
62	
0	Ingresos financieros
63	
0	Otras
70	
0	Valor económico Generado Total a Distribuir (5+6)
80	
0	Distribución del Valor Económico Generado
81	
0	Remuneraciones al personal
81	
1	Remuneración directa
81	
2	Beneficios
81	
3	Otros
82	
0	Remuneraciones al personal directivo y ejecutivo
82	
1	Función técnica / administrativa
82	
2	Otras
83	
0	Al Estado (Impuestos, tasas y contribuciones)
83	
1	Nacionales
83	
2	Provinciales
83	
3	Municipales

84	
0	Retribución al capital de terceros
84	
1	Intereses
84	
2	Rentas
84	
3	Otras
85	
0	Retribución a los propietarios
85	
1	Resultados no distribuidos
85	Participación de no controlantes en ganancias retenidas (solo para consolidación)
2	
86	
0	Otras

### Ilustración 3 Modelo de Estado de Valor Económico Generado y Distribuido propuesto por la RT36

Por cierto, esta es una información básica que debe ser analizada sistémicamente a partir de sus componentes contables y sus relaciones estructurales; una alternativa bien puede ser hacerlo bajo una perspectiva adicional que será la de poder reflejar la *distribución* del Valor Agregado generado, en función del Flujo de Efectivo de Fondos, entendiendo a esta noción como expresión de la suma de beneficios más amortizaciones y provisiones, es decir, recursos generados por las empresa durante un periodo de tiempo.

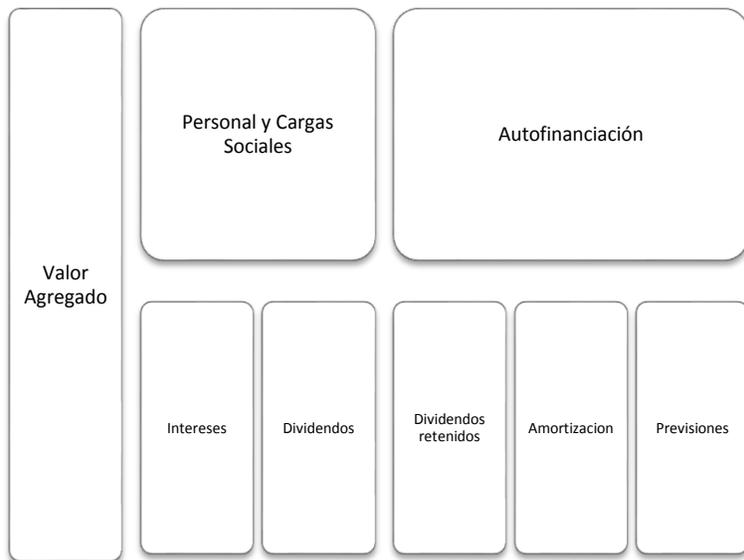


Ilustración 5 Valor Agregado Generado en función del Flujo de Efectivo de Fondos

### Agregados y Sistemas

Si no asumiéramos una perspectiva sistémica, el término **agregado** quedaría en una colección de elementos sin vínculos de unión (sin acoplamiento, ligaduras, o conexión) y que, por lo tanto, no tiene integridad o unidad. Dado que los componentes de un agregado no interactúan entre sí –o no lo hacen de manera apreciable– el comportamiento de cada uno de ellos es independiente del de los demás. **Por consiguiente, la historia del agregado será la unión de las historias de sus miembros.**

Para reconocer si algo es un mero agregado (o conglomerado), o bien un sistema, se puede recurrir a alguno de los siguientes dos criterios:

Primer criterio: Una cosa es un sistema si y sólo si se comporta como un todo en ciertos aspectos, o sea, si tiene leyes propias en cuanto totalidad.

Segundo criterio: Una cosa es un sistema si y sólo si su comportamiento cambia apreciablemente cuando se quita uno de sus componentes o se lo reemplaza por otro de clase diferente.

Por su parte podemos decir que un sistema posee una composición, un entorno (o ambiente) y una estructura determinada. La composición de un sistema es el conjunto de sus componentes; el entorno, el conjunto de elementos con los cuales aquél está relacionado; y la estructura consta de las relaciones entre los componentes del sistema, así como entre éstos y los elementos del entorno. Llevado este concepto a una teoría, ésta se compone de proposiciones o enunciados, su entorno es el cuerpo de conocimientos al cual pertenece (por ejemplo, el álgebra o la ecología) y su estructura es la relación de implicación o consecuencia lógica. La fusión de estos tres elementos constituye un sistema proposicional, vale decir, un sistema  $F$  compuesto por un conjunto  $P$  de proposiciones incluidas en cierto cuerpo conceptual  $B$  y unidas por la relación de implicación: de forma abreviada,  $F = (P, B, \vdash)$ . (Bunge, 2012, págs. 28, 29, 30, 98)

Es importante para nosotros esta concepción, pues analizaremos al Valor Agregado como elemento de contrastación a la teoría de precios, centrado principalmente en el método de equilibrio parcial, entre oferta y demanda de Marshall, vale destacar que los desarrollos propuestos para la simulación nos permiten escapar a la restricción del *ceteris paribus*. (dos Santos & Hashimoto, 2002, pág. 103)

Sistemicidad en la Cadena de Valor: Integración, cohesión, coordinación

Como ya puede observarse, dentro de la línea de investigación, estamos interesados en el análisis y la sistematización de los conceptos referentes al Valor Agregado; y nos esforzamos en atender que el objeto de estudio, que estamos observando, investigando y experimentando es un sistema, en lugar de un agregado como mero cúmulo, orientará nuestra investigación y desarrollo. (Bunge, 2012, pág. 66)

Por consiguiente, nos proponemos identificar, en la Cadenas de Valor: su composición, su entorno y su estructura. El orden en el cual aparecen estas tres coordenadas del concepto de sistema: composición, entorno y estructura no es accidental. Ciertamente, listar los componentes de un sistema debe preceder a toda pregunta acerca de su entorno y su estructura; y la identificación de su entorno es previa a la exposición de su estructura, porque esta última es la colección de relaciones de los componentes entre sí, y entre éstos y los elementos del entorno. Concretamente, estudiaremos a las Cadenas de Valor Agregado y a sus componentes (subsistemas) como un sistema coherente, integrado, diverso, metódico (cambiante) y regular; lo que en la Ilustración será un aporte, racional, completo y equilibrado que sustenta al modelo de distribución para el Desarrollo Socioeconómico Regional, en el marco de una Teoría del Bienestar General.

Aquellos que abordan la tesis de que, en cierto modo: la totalidad está contenida en sus partes, de suerte tal que el estudio de éstas bastaría para comprender el todo; son los que adhieren a ver al Valor Agregado desde el Estado de Resultados. Pero ocurre que los sistemas, tienen propiedades colectivas, de las cuales sus componentes individualmente carecen (no heredan, tal la teoría de los tipos de Bertrand Russell), y éste es el motivo por el que deben ser estudiadas como sistemas; y éste es el cuidado que debemos

tener al considerar la identidad entre el Valor Agregado (a lo mismo que la riqueza) y cada una de sus propiedades.

Todo sistema es una totalidad, pero la inversa no es válida: un agregado de componentes independientes es una totalidad, pero no una totalidad integrada o unitaria. Ahora bien, la «sistemicidad» o integración, se presenta en grados: algunos sistemas están más estrechamente integrados que otros. El grado de «integración» depende de las conexiones o ligaduras que hay entre los componentes de un sistema relativamente a las acciones desintegradoras del entorno. Si los acoplamientos internos son positivos (o atrayentes) y fuertes, el grado de integración es alto; si las ligaduras son negativas (o repelentes), no hay «sistemicidad» o integración en absoluto. Por último, si algunas de las ligaduras son positivas y otras son negativas, el grado de integración depende de cuáles de ellas se impongan.

Por ejemplo, una comunidad humana estable se mantiene unida mediante la participación en empresas de interés común, cuyo valor es mayor que el de la rivalidad o competencia —y ello, desde luego, hasta que sea la competencia la que prevalezca y es aquí donde postulamos que la información contable desempeña un papel integrador tan importante como el de las fuerzas propiamente dichas. Aunque no hay una medida universal del grado de integración o «cohesión» de un sistema; proponemos un postulado metodológico por el que es posible establecer una medida para nuestro modelo cooperativo y que describimos a continuación.

La perspectiva de poder informarse mejor, a través de una Central de Información Contable, será una motivación para el ingreso tanto de socios, como de empresas a la conformación de «Cadenas de Valor Agregado». (Benecke, 1973, pág. 133 y 136) (Ferguson & Sargent, 1958, pág. 239)

Entonces, los socios al ingresar a una empresa y las empresas al integrar una Cadena de Valor, cooperan en las

funciones que antes ejercían en forma individual; esto hace suponer que las empresas deberán recabar y difundir la información económica y financiera de forma eficaz, eficiente y cualitativamente mejor a la que los socios pudiesen tener o conseguir, en forma individual, antes de su cooperación. (Marx, El Capital, 2000, pág. 118)

Por lo tanto, cada socio espera dos cosas:

Obtener información, que hasta ese momento tenía acceso, ahora de forma más eficiente.

Recibir información adicional, que hasta entonces estaba fuera de su alcance.

Basándonos en Dieter Benecke (Benecke, 1973) podemos decir entonces que los costos ( $c$ ) en que incurre un individuo ( $i$ ) por la búsqueda ( $b$ ) individual de un recurso de información contable ( $c_b^i$ ) bajarán, debido al efecto de racionalización, si el individuo ( $i$ ) se asocia con otros que tengan costos de búsqueda de información semejante. Además si éstos delegan la función de conseguir información a la empresa, ésta no sólo tendrá costos en recabar información ( $C_B$ ), sino también en la difusión de ésta a los socios ( $C_D$ ). Consecuentemente, para que los socios deleguen la función de conseguir información cualitativamente igual a la cooperativa, los costos individuales de información ( $c_b^i$ ) deberán ser mayores que la suma de los costos que tiene la cooperativa en buscarla y difundirla, lo que se expresa en las siguientes relaciones:

Para el grupo:  $nc_b^i > C_B + C_D$

Para el socio individual:  $c_b^i > (C_B + C_D)/n$

Por lo tanto, el interés de los socios de obtener información cualitativamente igual al menor costo posible, se verá con mayor grado de satisfacción mientras mayor sea el número de cooperativistas ( $n$ ), es decir, mientras mayor sea la diferencia entre

$(nc_b^i)$  y  $(C_B)$ . En tanto, los costos de control ( $c_r$ ), no serán un factor relevante como para distorsionar la relación [ $nc_b^i > C_B + C_D + nc_r$ ] y [ $c_b^i > (C_B + C_D + nc_r)/n$ ] por la razón de que el gerente sabe que los socios, pueden obtener sin mayores problemas la información que está disponible en la Central de Información Contable, reduciéndose así la posibilidad de que se difunda información falsa, o se sobrevalore artificialmente ( $C_B$ ) o ( $C_D$ ). (Applegate, Cash, & Quinn Mills, 1988, págs. 134, 135)

Por todo ello, la obtención de información cualitativamente superior, referente al a los estados contables y más particularmente al Estado del Valor Agregado, puede considerarse como una de las condiciones básicas para el desarrollo dinámico de la Cadena Cooperativa de Valor.

Recién hablamos de la cantidad de empresas y entendemos que el grado de integración o cohesión de un sistema está relacionado con su tamaño, o número de componentes, así como con la naturaleza de éstos. Entendemos que un sistema con un número extremadamente grande de componentes puede ser inestable y, finalmente, descomponerse en diversos subsistemas: siempre hay un límite superior para el tamaño de un sistema (tamaño crítico), un límite para su crecimiento. Para este problema hemos desarrollado la automatización de un modelo de simulación basada en la teoría del caos que nos permita considerar los distintos porcentajes de participación en el Estado de Valor Agregado.

Esta generalización empírica, que nos dice que para toda clase de sistemas hay un tamaño óptimo, es decir, un número de componentes que maximiza el grado de «integración o cohesión» del sistema en un entorno dado. Una consecuencia directa de esta suposición es que, para toda clase de sistemas, hay: a) un tamaño umbral, vale decir, un número de componentes por debajo del cual

el agregado no forma un sistema; y b) un tamaño máximo, por encima del cual el sistema se descompone.

Una consecuencia de estas observaciones empíricas postula que cuanto más cohesivos sean sus subsistemas, menos cohesivo será el sistema en su totalidad. Así entendemos por qué los monopolios u oligopolios ponen en riesgo a la totalidad del sistema; lo que queremos expresar es que al maximizar la cohesión de cada uno de los subsistemas, los haría autosuficientes en lugar de estar al servicio de la totalidad, de ahí la relevancia de la técnica del consolidado para la determinación del Valor Agregado. Por otro lado, tampoco podremos minimizar las integridades parciales, porque en ese caso los subsistemas se harían inestables y por consiguiente poco fiables.

Una solución de compromiso consistirá en determinar subsistemas de cohesión intermedia y hacer que la central de información contable pueda cumplir ciertas funciones que le correspondería desempeñar a los componentes. Este tipo de diseño aumenta la fiabilidad del sistema independientemente de su naturaleza. Por tanto un problema en nuestro diseño del sistema macroeconómico, será el de determinar una estructura que maximice la integridad global del sistema.

Por último, otro concepto pertinente para el de sistemicidad es el de «coordinación», donde ésta tiene que ver con la relación entre componentes o funciones cuyo resultado es el mantenimiento funcional del sistema. Si falla la coordinación, el sistema sufre una descomposición funcional. Puede haber integración sin coordinación, pero no viceversa; en otras palabras dos componentes están coordinados si y solo si contribuyen conjuntamente a la integridad del sistema.

La coordinación no excluye la inhibición; por el contrario: cuando la coordinación es producto del control incluye la realimentación, la cual, cuando es negativa, es una clase de

inhibición. En efecto, sin ese control o regulación la estimulación podría destruir el sistema; es por ello que el proyecto involucra no solamente los desarrollos tecnológicos de una Central de Balances, sino también como ya fuera dicho, el desarrollo de sistemas para la toma de decisiones, que en nuestro caso estarán orientadas inicialmente a la teoría de los precios.

## Bibliografía

- Applegate, L. M., Cash, J. I., & Quinn Mills, D. (1988). Information Technology and Tomorrow's Manager. *Harvard Business Review* (November-December), 128-136.
- Arreghin, H. (2015). Interpretación de la información contable hecha con la visión del economista. *XXXVI Jornadas Universitarias de Contabilidad y V Jornadas Universitarias Internacionales de Contabilidad* (pp. 1-16). Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Benecke, D. W. (1973). *Cooperación y Desarrollo*. Santiago: Ediciones Nueva Universidad.
- Bunge, M. (1985). *Economía y Filosofía*. Madrid: Tecnos.
- Bunge, M. (1985). *Seudociencia e Ideología*. Madrid: Alianza.
- Bunge, M. (2012). *Tratado de Filosofía. Ontología II: un mundo de sistemas* (Vol. IV). Barcelona, España: Gedisa.
- Conselho Federal de Contabilidade. (2008, novembro 21). RESOLUÇÃO CFC N°. 1.138/08: Aprova a NBC TG 09 – Demonstração do Valor. Sao Pulo, Sao Paulo, Brasil.
- Demonstração do Valor Adicionado, NBC TG 09 (10 30, 2008).
- dos Santos, A., & Hashimoto, H. (2002). Demonstração do valor adicionado: algumas considerações sobre a carga tributária. *RAdm*, 38 (2), 153-165.

- Ferguson, R. O., & Sargent, L. F. (1958). *Linear Programming: Fundamentals and Applications*. New York, United States of America: McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Hayek, F. (1949). *Individualism and Economic Order*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Interpretación número 6 de Normas de Contabilidad y Auditoría: Auditoría o revisión del Balance Social (Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas enero 1, 2013 ).
- Lopes de Sá, L. F. (2008). *Primeiras informações sobre o Neopatrimonialismo Contábil*. Sao Paulo.
- Luna, M. (2005). *La interdisciplinariedad entre la Economía y la Administración: el balance de pagos empresario*. (U. N. María, Ed.) Córdoba, Córdoba, Argentina: Advocatus.
- Marx, K. (2000). *El Capital* (3ra. ed., Vol. II El proceso de Circulación del Capital). México, México: Fondo de Cultura Económica.
- Marx, K. (1865). Salario, precio y ganancia. Beijing: Ediciones en Lenguas Extranjeras.
- Mattessich, & Richard. (2003, Julio). La representación contable y la realidad. *Accounting, Organizations and Society*, 443-47.
- Mattessich, R. (2002). *Contabilidad y métodos analíticos: medición y proyección del ingreso y la riqueza en la microeconomía y en la macroeconomía*. Buenos Aires, Argentina: La Ley.
- Mattessich, R. (1973). Recientes perfeccionamientos en la presentación ziomática de los sistemas contables. *Revista española de financiación y contabilidad*, pp443-468.
- Perissé, M. C. (2011). *Actos cooperativos para el desarrollo económico: un sistema de información para la economía social*. Buenos Aires: UNLaM.
- Porter, M. (1995). De la ventaja competitiva a la estrategia empresarial. *Management & Gestión*, 32-37.

Resolución Técnica N° 36. Normas Contables Profesionales: Balance Social, C. D. N° 56/2013 (Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas enero 1, 2013).

Schlick, M. (1936). Meaning and Verification. *The Philosophical Review*, XLV, 2.

Wittgenstein, L. (1921). *Tractatus Logico Philosophicus*. Santiago: Escuela de Filosofía Universidad ARCIS.

### Casos de prueba para la RT 36

#### Caso 1

#### MODELO ESTADO DE VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

Id	Descripción	31/12/2011	31/12/2010
100	Ingresos	3.872.471	3.622.441
110	Venta de mercaderías, productos y servicios	3.828.277	3.544.055
120	Otros ingresos	46.676	79.406
130	Ingresos relativos a la construcción de activos propios		
140	Previsión para desvalorización de créditos	-2.482	-1.020
200	Insumos Adquiridos a Terceros	-1.845.558	-1.731.407
210	Costo de los productos, de las mercaderías y de los servicios vendidos	-1.557.114	-1.417.246
220	Materiales, energía, servicios de terceros y otros	-288.444	-314.161
230	Pérdida y recuperación de valores de activos		
240	Otras (especificar)		
300	Valor Económico Generado Bruto (1 - 2)	2.026.913	1.891.034
400	Depreciaciones Y Amortizaciones	-430.288	-372.175

500	Valor Económico Generado Neto producido por la Entidad (3 - 4)	1.596.625	1.518.859
600	Valor Agregado Recibido en Transferencia	98.131	52.377
610	Resultado participación en subsidiarias		
620	Ingresos financieros	98.131	52.377
630	Otras		
700	Valor económico Generado Total a Distribuir (5 + 6)	1.694.756	1.571.236

## DVA

800	Distribución del Valor Económico Generado	1.694.756	1.571.236
810	Remuneraciones al personal	504.887	404.196
811	Remuneración directa	445.569	355.489
812	Beneficios	59.318	48.707
813	Otros		
820	Remuneraciones al personal directivo y ejecutivo	31.771	26.538
821	Función técnica / administrativa	29.416	24.887
822	Otras	2.355	1.651
830	Al Estado (Impuestos, tasas y contribuciones)	566.449	522.998
831	Nacionales	407.518	352.502
832	Provinciales	155.077	167.350
833	Municipales	3.854	3.146
840	Retribución al capital de terceros	216.789	150.257
841	Intereses	216.789	150.257
842	Rentas		
843	Otras		
850	Retribución a los propietarios	374.860	467.247
851	Dividendos asignados	128.200	154.687
852	Resultados no distribuidos	246.012	312.208
853	Participación de no controlantes en ganancias retenidas (solo para consolidación)	648	352
860	Otras		

## Caso 2

	31/12/2011	31/12/2010
100 (+) Ingresos	4.104.227	3.526.030
110 Venta de mercaderías, productos y servicios	3.844.644	3.278.032
Productos / serviços financeiros	354.461	305.981
120 Otros ingresos	15.210	30.609
140 Previsión para desvalorización de créditos	-109.427	-88.172
Resultado por desvalorización	-661	-420
200 (-) Insumos Adquiridos de terceros	-2.243.242	-1.926.659
Costo de los productos, de las mercaderías y de los servicios vendidos (incluyendo impuestos) y Servicios	-1.682.143	-1.438.800
220 Materiales, energía, servicios de terceros y otros	-539.498	-467.727
230 Pérdida y recuperación de valores de activos	-21.601	-20.132
240 Otras (especificar)		
300 (=) Valor Económico Generado Bruto (1+2)	1.860.985	1.599.371
400 (-) Retenciones	-97.637	-75.787
410 Depreciaciones y Amortizaciones	-97.637	-75.787
500 (=) Valor Económico Generado Neto producido por la Entidad (3+4)	1.763.348	1.523.584
600 (+) Valor Agregado Recibido en Transferencia	50.299	43.484
610 Resultado participación en vinculadas (participas)		
620 Ingresos financieros (interese o diferecias de cambio)	50.299	43.484

630 Otras

(=) Valor económico Generado Total a		
700 Distribuir (5+6)	1.813.647	1.567.068

800 Distribución del Valor Económico Generado	1.813.647	1.567.068
---	-----------	-----------

810 Remuneraciones al personal	392.686	340.710
811 Remuneración directa	368.499	316.215
812 Beneficios: Plan de opción de compra de acciones (rt23)	18.073	17.385
813 Otros		

820 Remuneraciones al personal directivo y ejecutivo	6.114	7.110
821 Función técnica / administrativa	6.114	7.110
822 Otras		

830 Al Estado (Impuestos, tasas y contribuciones)	875.114	778.088
831 Nacionales	402.612	370.833
832 Provinciales	453.079	391.797
833 Municipales	19.423	15.458

840 Retribución al capital de terceros	208.940	140.242
841 Intereses	47.076	15.967
842 Rentas: alquiler	161.864	124.275
843 Otras		

850 Retribución a los propietarios	336.907	308.028
851 Intereses sobre capital propio y dividendos asignados	94.404	86.436

852	Resultados no distribuidos	84.227	77.007
853	Otros:dividendo adicional asignado	158.276	144.585

860	Otras		
-----	-------	--	--

## **IMAGINARIOS DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL EN LA PUBLICIDAD VENEZOLANA: UNA MIRADA DESDE EL DIARIO EL UNIVERSAL (1939-1945)\***

*Emad Aboasi El Nimer<sup>1</sup>*

### **Resumen**

En el presente artículo, develaremos –grosso modo– el impacto que tuvo la Segunda Guerra Mundial como lema e imagen en la publicidad del diario venezolano *El Universal*. Partiendo del análisis inductivo, nos limitaremos a estudiar diez anuncios editados entre 1939 y 1945, lapso en el que se desarrolló el acontecimiento bélico.

---

\* Recibido 19/2/17 // Aprobado: 23/3/17

<sup>1</sup> Licenciado en Historia, Licenciado en Educación: Mención Historia, Abogado, Doctor en Historia. Profesor en la Escuela de Historia de la Universidad de Los Andes. Coordinador del Grupo de Investigación de Historia Social y Económica de Venezuela (GIHSEV- ULA), miembro del Programa de Estímulo al Investigador (PEI-ULA) y del Programa de Estímulo al Investigador e Innovador (PEII-ONCTI). Ponente en eventos nacionales e internacionales. Autor del opúsculo: *La metáfora cotidiana (Elogio del habla coloquial venezolana)*; de los libros: *Ideas y letras durante la Guerra Federal; Matrimonio por Imperio de Ley. (Seducción y honor en Portuguesa: 1876-1880)*; y de los poemarios: *Tu recuerdo reúne cenizas; Ánfora de luz y sombra; Ella juega con mi perro y yo la muerdo*. Ha publicado ensayos y artículos científicos en libros colectivos, boletines y revistas especializadas

**Palabras clave:** Imaginarios, Segunda Guerra Mundial, publicidad, prensa, Venezuela.

**Calificación JEL:** Z0

### **Abstract**

In this article, we will unveil the impact of World War II as a slogan and image in the publicity of the Venezuelan daily El Universal. Starting from the inductive analysis, we will limit ourselves to study ten ads published between 1939 and 1945, during which time the war event unfolded.

**Key Words:** Imaginaries, World War II, advertising, press, Venezuela

### **Un repaso veloz sobre la *publicidad bélica* en la prensa nacional**

El ingenio publicitario en la prensa venezolana inicia en el siglo XIX, cuando apenas el país era rural, su reducido circuito económico giraba en torno a la exportación de los rubros agropecuarios, y básicamente, dependía del mercado internacional<sup>1</sup>. Amén de las dificultades que debía sortear frente a las asonadas militares y sus consecuencias nefastas como: el abigeato, la frágil liquidez monetaria, la usura, etc<sup>2</sup>. Ante este escenario, los comerciantes, editores de periódicos y publicistas, fueron

---

<sup>1</sup> Recomendamos la lectura de: Rafael Cartay. *Historia económica de Venezuela 1830-1900*. Valencia-Venezuela: Vadell Hermanos Editores, 1988.

<sup>2</sup> Estas ideas pueden ampliarse con la revisión de: María Gabriela Troconis. *Venezuela republicana. Siglo XIX*. Caracas: Publicaciones del Centro Gumilla, 1988. Curso de Formación Sociopolítica 3.

ensayando distintos diseños propagandísticos como artilugios para motivar al colectivo consumidor a la adquisición de bienes y servicios.

Aunque esta tarea era un reto considerable, debido a las precariedades de la nación, no fue un obstáculo; por el contrario, un aliciente. Cada cual, de acuerdo a sus necesidades y a su capacidad pecuniaria, a través de los periódicos, creó tácticas promocionales con el fin de intensificar la marcha de sus negocios. Pues, “(...) las personas que estaban situadas detrás de esa operación manejaban con cabal certeza un proceder (...) que, desde luego, los colocaba en una posición de avanzada en lo que a publicidad se refiere”<sup>1</sup>.

Para Beatriz Cáceres-Péfaur: en el período que transcurre desde la primera década del siglo XIX hasta la primera mitad del XX, la comunicación visual en Venezuela se encuentra ligada al desarrollo de los medios impresos y en especial a la incorporación de nuevas tecnologías que facilitan la inclusión de grabados, dibujos y posteriormente fotografías<sup>2</sup>.

A medida que el impresor adquirió modernos aparatos editoriales, la publicidad se perfeccionó en lo estético y lo artístico; adquirió mayores dimensiones, desplegó otro tipo de trazados litográficos de textos, diseños e imágenes; incluyó nuevos y variados

---

<sup>1</sup> Mirla Alcibiades. *Publicidad, comercialización y proyecto editorial de la empresa de cigarrillos 'El Cojo' (1873-1892)*. Caracas: Fundación Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos (CELARG), 1997, pág. 10.

<sup>2</sup> Beatriz Cáceres-Péfaur. “La trayectoria del comic en Venezuela de 1850 a 1950. Un intento de comunicación visual entre caricaturas”. *Presente y Pasado. Revista de Historia*. Mérida-Venezuela: enero-junio 2003. Año 8, Volumen 8, Número 15, pág. 49.

estilos de letras de imprenta, dibujos de los productos ofrecidos, ilustraciones paisajistas, figuras escultóricas, mitológicas, antropomorfas, zoomorfas, iconográficas; croquis en cómic, pinturas en plumilla, diseños en carboncillo, imágenes con el fondo de letras (imago tipia), retratos, fotografías, entre otros<sup>1</sup>. Todo esto permitió que los anuncios mercantiles se hicieran más perceptibles y seductores a la vista.

Una de las estrategias que más hemos rastreado en los rotativos venezolanos, ha sido el falseamiento discursivo como señuelo de comercialización y el uso de los elementos más impactantes de la vida cotidiana en la estructura discursiva de los avisos<sup>2</sup>. Esto nos ha permitido advertir cómo en los diarios, semanarios, quincenarios y mensuarios de las distintas regiones venezolanas, los comerciantes y publicistas utilizaron los hechos históricos del momento como ardid para promover las transacciones en los mercados locales, regionales y nacionales; y, de manera habilidosa, sugestionaron a la compra de lo divulgado. La técnica persuasiva que emplearon consistió en la construcción de un capital simbólico mercantil, aludiendo al acontecimiento histórico en el título o dentro de la publicidad, como un mecanismo para avivar la curiosidad de los suscriptores y de los usuales lectores de la prensa, con la intención de inducirlos a la obtención del producto o a la contratación del servicio.

---

<sup>1</sup> Para ampliar sobre este tópico, revítese la prensa venezolana de los siglos XIX y XX. Además, recomendamos la lectura de: *Ibidem*, págs. 48-61.

<sup>2</sup> Para no ser repetitivos con la palabra publicidad, en algunos casos emplearemos como sinónimo el término aviso, en singular y en plural. Hacemos esta aclaratoria para evitar confusiones o lecturas erradas que pudieran realizar algunos lectores malevolentes.

A partir de allí, hemos dado parte sobre diversos modos de elaboración de falseamientos de mensajes en los anuncios. Uno de ellos es el hecho bélico como factor inspirador en la manufactura de ganchos publicitarios<sup>1</sup>. Hasta donde hemos rastreado sobre el particular, percibimos que la primera inspiración para la maniobra del juego de imaginarios inició en marzo de 1858, cuando en el discurso promocional mercantil, se empleó el escenario “del antes y el durante” de la Guerra Federal, como carnada de venta<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Además, se empleó en otro tipo de hechos históricos, en eventos sobrenaturales, en campañas electorales; como fachada de animadversión hacia la suegra, como discurso literario y humorístico, etc. Véase nuestros trabajos: Emad Aboaasi El Nimer. “Publicidad lunar en Venezuela (1969)”. (Mimeografiado). En prensa. Emad Aboaasi El Nimer. “Sismos de publicidad en Mérida (1894)”. *Boletín de la Academia Nacional de la Historia*. Caracas: enero – marzo 2011. Tomo XCIV, Número 373, págs. 107-116. Emad Aboaasi El Nimer. “Publicidad y elecciones en Venezuela (1897)”. *El Desafío de la Historia*. Caracas: 2012. Año 5, Número 38, págs. 60-62. Emad Aboaasi El Nimer. “La suegra en el imaginario publicitario en la prensa venezolana (1885-1919)”. *Presente y Pasado. Revista de Historia*. Mérida -Venezuela: julio-diciembre 2014. Año 19, Número 38, págs. 115-136.

Disponible en:

<https://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/39498/1/articulo6.pdf>

Consultado: 02 de noviembre de 2016; Hora: 07:35 a.m. Emad Aboaasi El Nimer. “La narrativa como señuelo publicitario en la prensa venezolana a finales del siglo XIX”. *El Taller de la Historia*. Cartagena de Indias-Colombia: 2015. Volumen. 7, Número 7, págs. 367-388. Disponible en: <http://ojs.udc.edu.co/index.php/taller/article/view/636> Consultado: 05 de noviembre de 2016; Hora: 05:00 a.m. Emad Aboaasi El Nimer. “Publicidad en tiempos de elecciones en la prensa venezolana (1876-1879)”. En: Jaime Ybarra y Francisco Ameliach Orta (Compiladores). *Mosaico electoral venezolano. Historia de procesos y formalidades electorales de los siglos XIX y XX en Venezuela*. Valencia: Gobernación Bolivariana de Carabobo, Secretaría de Cultura, Fundación Festivales de Carabobo, Fondo Editorial Carabobo, 2016, págs. 49-67.

<sup>2</sup> Emad Aboaasi El Nimer. “Publicidad y Guerra Federal (1858-1863)”. *Boletín de la Academia Nacional de la Historia*. Caracas: octubre-diciembre 2004. Tomo LXXXVII, Número 348, págs. 93-101. Emad Aboaasi El

Desde ese momento, la destreza de usar la guerra como andamio económico, se fue reeditando en el mundo propagandístico<sup>1</sup> de la prensa a lo largo del siglo XIX; mencionemos –rápidamente– algunos hechos históricos que fueron manejados como señuelos: las diversas batallas caudillistas nacionales y regionales; las amenazas de conflagración de Venezuela con Colombia y con la Guyana Británica por problemas limítrofes<sup>2</sup>, la Guerra de la Triple Alianza en Sur América (1865-1870), la Revolución Azul (1867), la Revolución de Abril (1870), la Guerra Franco-prusiana (1870), la Revolución Reivindicadora (1878)<sup>3</sup>, la Guerra del Pacífico (1879-1884), la Guerra Legalista

---

Nimer. *Ideas y Letras durante la Guerra Federal*. Mérida -Venezuela: Vicerrectorado Administrativo de la Universidad de Los Andes, 2011.

<sup>1</sup> Por cuestiones de estilo discursivo, y para evitar la reiteración de términos –a veces fastidiosa por cacofónica–, hemos de advertir que emplearemos el vocablo propaganda, en sentido mercantil, y no bélico ni político.

<sup>2</sup> Véase: Emad Aboasi El Nimer. “Publicidad y controversia limítrofe anglo-venezolana en la prensa tachirensis (1895-1897)”. *Tiempo y Espacio*. Caracas: 2013. Volumen 23, Número 59, págs. 33-56. Disponible en: [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-94962013000100002](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-94962013000100002) Consultado: 30 de enero de 2014; Hora: 04:30 a.m. Emad Aboasi El Nimer. “La controversia limítrofe anglo-venezolana en la publicidad de la prensa tachirensis (1895-1897)”. En: Claudio A. Briceño Monzón, José Alberto Olivares y Luis Alberto Buttó (Coords.). *La cuestión Esequibo: Memoria y soberanía*. Caracas: Universidad Metropolitana, 2016, págs. 65-88.

<sup>3</sup> Sobre este hecho histórico y su empleo en los anuncios comerciales hemos ahondado en otro trabajo. Remítase a: Emad Aboasi El Nimer. “Publicidad en tiempos de elecciones en la prensa venezolana (1876-1879)”. En: Jaime Ybarra y Francisco Ameliach (Coords.). *Op. Cit.*, págs. 49-67.

(1892), la última Guerra de Independencia de Cuba<sup>1</sup> (1895-1898)<sup>2</sup>, la Guerra Liberal Restauradora (1899), etc.

Entrado el siglo XX, la maniobra del empleo de los temas beligerantes como fachada y argumento para darle curso a las actividades comerciales, se mantuvo en la publicidad de los rotativos nacionales. Así lo veremos, por ejemplo, con el bloqueo naval venezolano por los imperios británico, alemán e italiano (1902-1903); la guerra ruso japonesa (1904), la escaramuza de los Balcanes (1910-1913), la Primera Guerra Mundial (1914-1918)<sup>3</sup>, la Guerra civil española (1936), entre otros.

Los conflictos de los dos siglos mencionados, se diseñaron apelando al fingimiento discursivo, bien sea con un título alusivo al hecho concreto, a una batalla, un tipo de arma o a personajes relevantes; o bien sea, a una descripción simulada del desarrollo de la contienda con el fin de vender la manufactura o prestar el servicio ofrecido. En este tipo de publicidad bélica comercial, la destreza siempre fue discursiva. La ilustración no figuró como elemento de marketing.

Al llegar al periodo de la segunda guerra mundial (1939-1945), notaremos un nuevo añadido en los anuncios confeccionados desde la base de los hechos históricos: la inclusión

---

<sup>1</sup> A este trienio del periodo emancipador cubano se le denomina: la última etapa independentista.

<sup>2</sup> Confróntese: Emad Aboasi El Nimer. “La Independencia de Cuba en la publicidad de la prensa venezolana (1895-1897)”. Artículo inédito y de próxima publicación.

<sup>3</sup> *Vid:* Emad Aboasi El Nimer. “La Primera Guerra Mundial como tetra publicitaria en la prensa venezolana (1914-1918)”. *Dos Puntas*. San Juan - Argentina: Segundo semestre 2013. Año V, Número 8, págs. 105-138.

de la imagen concerniente al evento de las armas y al producto. Esta técnica reforzó el señuelo lingüístico de antaño, y, con el objeto de atrapar lectores y motivarlos al consumo, en un solo formato de la propaganda de negocios aparecieron amalgamados tres elementos: figura, título y discurso relativos al despliegue de las embestidas. En muchos casos, la imagen es “altamente visual”. En nuestro entender, es una reconstrucción simbólica del aviso que procuraba cautivar la mirada del descifrador, para conminarlo a la adquisición del artículo.

La publicidad ilustrada referente a la segunda conflagración ecuménica, es amplia y cuenta con diversos temas, enfoques y productos que fueron aprovechados por distintas casas comerciales para la promoción de: viajes, artefactos mecánicos, electrodomésticos, alimentos, enseres para el hogar, jabones, bombillos, medicamentos, insecticidas, automóviles, partes y objetos automotrices, cauchos, petróleo –y sus derivados–, cigarrillos, galletas, artículos de oficina, bolígrafos; ofertas para implementar la luz eléctrica en los hogares, etc.

Nuestro interés, en el presente artículo, no es el abordaje de la Segunda Guerra Mundial, sino más bien, estudiar la manera en que se reinterpretó el aludido apremio en el periódico caraqueño *El Universal*, uno de los medios impresos del país más relevantes del periodo; y mostrar cómo este episodio armado se recreó, en específico, en el mundo de las transacciones, donde varias empresas que luchaban por controlar el mercado interno, construyeron discursos publicitarios persuasivos para modelar un nuevo entramado cultural, conductual y de consumo en la ciudadanía

nacional<sup>1</sup>. Para ello, idearon portentosos avisos sobreponiendo conceptos e ilustraciones a tono con los imaginarios bélicos, con el fin de ofrecer la mercadería como objeto moderno en la Venezuela que ya transitaba, de modo sistemático, el modelo económico capitalista<sup>2</sup>.

En las páginas sucesivas, explicaremos el ingente artificio de los publicistas de convertir la guerra en un elemento de marketing. Por razones de espacio, no podremos ahondar en los más de cien avisos comerciales bélicos ilustrados de 1939 a 1945, que hasta ahora llevamos recabados de *El Universal*, consultado en la Colección que reposa en la Sala de Prensa Periódica “Ignacio Ortíz”, de la Biblioteca “Tulio Febres Cordero” de la Universidad de Los Andes (Mérida-Venezuela). Pese a estar incompleto este rotativo, en algunos meses de algunos años de la época en estudio, la información para nuestro cometido es copiosa y suficiente.

---

<sup>1</sup> Recomendamos la lectura de: Miguel Tinker Salas. “Cultura, poder y petróleo: campos petroleros y la construcción de ciudadanía en Venezuela”. *Espacio Abierto*. Maracaibo: enero-junio, 2006. Volumen 15, Números 1 y 2, págs. 343-367.

<sup>2</sup> Según Ramón Rivas: “El Estado venezolano inició sistemáticamente la implantación del capitalismo a partir del gobierno constitucional presidido por el General Eleazar López Contreras (1936-1941). En ese sentido, el *Programa de Febrero* (20-02-1936), la promulgación de una nueva *Constitución Nacional* (19-4-1936) y el *Plan Trienal* (1938) fueron los factores fundamentales que estimularon el proceso capitalista que comenzó a gestarse a partir de década de los veinte como fruto del fenómeno petrolero y su efecto en la vida económica del país”. Ramón Rivas. “La Segunda Guerra Mundial y la profundización del intervencionismo estatal en la economía venezolana (1939-1945)”. *Anuario GRHLAL. Historia de la cultura, las ideas y las mentalidades*. Mérida-Venezuela: enero-diciembre 2015. Año 9, Volumen IX, Número 9, pág. 248. Disponible: <http://saber.ula.ve/dspace/handle/123456789/42539> Consultado: 01 de noviembre de 2016; Hora: 3:30 a.m.

Solo nos limitaremos a analizar, desde el enfoque de las mentalidades y del corto tiempo histórico<sup>1</sup>, diez avisos publicitarios tomados de manera aleatoria y organizados cronológicamente; los cuales, si bien es cierto, para su época de anunciación tuvieron un rol comercial instantáneo; hoy día, nos resultan valiosos documentos históricos<sup>2</sup> que recogen el pensar y discurrir diario del país, y que al ser contextualizados con la realidad circundante, permiten replantearnos el estudio histórico desde otra óptica, a fin de comprender la simbología habida en los diseños de marketing, las redes mercantiles, el poder económico aunado al político, el mercado, el intercambio de productos, la competencia entre empresas, el consumo, la distribución de bienes y servicios, las preocupaciones individuales de satisfacer las necesidades económicas (al menos la de los sectores sociales que podían adquirir la mercadería divulgada); amén de ciertos tópicos de la vida

---

<sup>1</sup> Fernand Braudel maneja la categoría del **tiempo corto** para referirse al simple relato de los sucesos y acontecimientos. En este texto, estaremos enfocados en los años de 1939 a 1945, periodo en que se desarrolló la guerra, a fin de demostrar cómo este hecho bélico fungió de tema de inspiración para el diseño del marketing en *El Universal*. Pese a ello, haremos una mirada general. No ahondaremos en las causas y consecuencias de lo ocurrido en Europa a finales del siglo XIX, los monopolios de poder económico, la lucha por los mercados, las alianzas entre las potencias económicas, etc; porque, siguiendo a Braudel, ese tipo de estudio obedece al tiempo histórico de la **larga duración**. Queremos añadir, como opinión personal, que con la categoría de la larga duración se debe tener cuidado porque su empleo indiscriminado pudiera desviar el verdadero objeto de estudio. Y más, cuando no se dispone de suficiente espacio de páginas, como en este caso, donde se amerita ser breve y preciso. Recomendamos la lectura de: Fernand Braudel. *La Historia y las Ciencias Sociales*. Madrid: Alianza Editorial, 1974, capítulo III, págs. 60-106.

<sup>2</sup> Sobre el empleo de nuevas fuentes para estudiar e interpretar la historia, recomendamos la lectura de: Peter Burke. *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona-España: Editorial Crítica, 2001.

cotidiana de entonces. Esta fuente poco frecuentada por la historia tradicional, ofrece la opción de estudiar lo que significó el conflicto para el mundo y para esta nación, y su modo de cohabitación en la mentalidad colectiva nacional mediante representaciones culturales<sup>1</sup>, bélicas e ideológicas adosadas al discurrir comercial.

Queremos advertir que éstas son las primeras pinceladas de un trabajo mayor que estamos fraguando<sup>2</sup>. Tan solo, es una aproximación a ese maremágnum de publicidad existente en las páginas de la prensa aludida, durante el tiempo en examen.

## **La Segunda Guerra Mundial llega a la publicidad nacional**

Pocos habrían creído que apenas a dos décadas del cese de la primera guerra europea y a diez años de la depresión financiera de 1929, pudiera ocurrir una escabechina mundial de grandes dimensiones. Pese a que en el ambiente estaban latentes varios elementos que avizoraban una posible escaramuza, debido al surgimiento de los gobiernos totalitarios nazista y fascista<sup>3</sup>, todavía

---

<sup>1</sup> Para conocerse sobre las formas simbólicas de representar o recrear realidades de la vida material, véase: Benedict Anderson. *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y difusión del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económica, 2007. Colección Popular, Número 498.

<sup>2</sup> En este trabajo, la Bachiller Emilse Paola de La Vega González, estudiante de la Escuela de Historia de la ULA (Mérida-Venezuela), se desempeñó como ayudante de investigación, siendo la responsable de digitalizar buena parte del banco de imágenes que tenemos sobre este tema. Así mismo, el Licenciado Ricky José García Alborno, nos cedió algunos anuncios. A ambos ex alumnos, les agradezco infinitamente la colaboración prestada.

<sup>3</sup> Recomendamos la lectura de: Walter Montenegro. *Introducción a las doctrinas político-económicas*. México-Buenos Aires: Fondo de Cultura

se creía que, por la experiencia del pasado, no ocurriría ningún ataque.

Pero, craso error. Era la cuarta década del siglo XX y ya el mercado lo regían dos grandes industrias: la de las armas y la automotriz<sup>1</sup>. Además, el escenario geopolítico europeo lucía como un barril de pólvora. Bastaba que alguien encendiera la mecha para que detonara el conflicto. Ante las incesantes reclamaciones que en 1936 inició Adolf Hitler contra las potencias vencedoras en la anterior ofensiva, por las desproporcionadas condenas a que fue objeto Alemania, se presumía que desde ese lado del mundo pudiera surgir el fuego. En efecto, el 1 de septiembre de 1939, el ejército nazi invadió Polonia, iniciándose, ese día, la Segunda Guerra Mundial; la cual involucró a casi todas las naciones del planeta con consecuencias catastróficas. Se crearon dos bandos que fueron catalogados desde el enfoque maniqueo: los malos y los buenos. El eje del mal, conformado por: Alemania, Italia y Japón. Y el eje del bien, o de los Aliados, conformado por: Gran Bretaña, Francia y la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS); y, a partir de 1942, luego del ataque a Pearl Harbor, se les sumó Estados Unidos de Norteamérica.

El conflicto duró cinco años y un día. Culminó, exactamente, el 2 de septiembre de 1945, cuando el gobierno del imperio del sol naciente, luego de tanto resistir –incluso las bombas atómicas en Nagasaky e Hiroshima– decidió, por fin, refrendar la capitulación de paz que se le venía exigiendo meses antes, por

---

Económica, 1956. Sobre todo, los capítulos referidos al Fascismo y Nazismo.

<sup>1</sup> Consúltese: Vladimir Ilich Lenin. *Imperialismo. Fase superior del capitalismo. Obras Escogidas*. Moscú: Editorial Progreso, 1980.

cuanto, Italia y Alemania ya habían sucumbido a la lucha y rubricado el documento del cese de la guerra y de paz, con las implicaciones económicas, territoriales, geoestratégicas, diplomáticas y jurídicas que acarreó la rendición para todas estas naciones.

El momento de tensión y las rudas fricciones reinantes en Europa se palparon en esta parte del globo terráqueo. Las noticias de la guerra llegaron a Venezuela por cablegrama y se rotularon en las páginas de los rotativos de circulación nacional, regional y local, siendo los principales divulgadores<sup>1</sup> de lo que acontecía en el teatro bélico. Los titulares de primera plana, en buena medida, estuvieron referidos al antes<sup>2</sup>, durante y después del despliegue armamentista. Los venezolanos no estuvieron ajenos al conflicto; formó parte de sus temas cotidianos y fue seguido con preocupación por varios lectores de la prensa, debido a que la anterior guerra todavía retumbaba en la memoria colectiva.

Iniciada la contienda, las páginas de los periódicos del país dieron cuenta del día a día del fragor de las armas. Uno de los que más ahondó en este sentido, fue *El Universal* (fundado en Caracas, el 1 de abril de 1909, por el bardo Andrés Mata y el jurista Andrés Jorge Vigas<sup>3</sup>). Para el inicio de la contienda, ya este medio impreso

---

<sup>1</sup> Las radioemisoras también informaron sobre la guerra, por ende, fueron otras de las grandes sensaciones comunicacionales en el país durante este conflicto. Al igual lo fue el cine. Éste, con imágenes en movimiento y sonido, proyectó películas sobre el desarrollo bélico.

<sup>2</sup> En los meses previos, muchos articulistas asomaban la idea de que la explosión bélica era un hecho inminente e inevitable; así daban cuenta de la realidad europea en vísperas de la refriega.

<sup>3</sup> *Vid.* “El Universal”. Disponible: <http://saber.ucab.edu.ve/handle/123456789/35411> Consultado: 13 de noviembre de 2016; Hora: 09:05 a.m.

tenía 30 años de experiencia, y apeló a ella para darle amplia cobertura a la beligerancia: “(...) desde anuncios de publicidad, caricaturas, principales titulares de primera plana, y (además) en páginas de cuerpo completo, describió el desarrollo de la conflagración, mencionando la participación y opinión de Venezuela en el conflicto”<sup>1</sup>.

En tal sentido, en el punto siguiente evaluaremos de qué modo las páginas de este periódico venezolano descollaron exhibiendo avisos comerciales bélicos ilustrados, entre 1939 y 1945. Esto nos permitirá una reinterpretación de la Segunda Guerra Mundial desde este lado del trópico, dejando en evidencia que, el discurso y la imagen alusivos a ella, fueron usados como argumentos persuasivos en la confección de marketing. Analizaremos, entonces, cómo el negocio publicitario se acomodó a las necesidades de consumo y de información bélica demandadas por el colectivo nacional, al elaborar ingeniosos señuelos de venta. Como ya lo hemos señalado, la información es amplísima, y obviamente, en este artículo es imposible presentarla toda. Sin embargo, decidimos seleccionar diez anuncios mercantiles para estudiarlos de manera inductiva; y así, a través de ellos, poder realizar una lectura que dé cuenta sobre nuestro cometido.

---

<sup>1</sup> Ricky José García Albornoz. *El petróleo venezolano durante la Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Una mirada desde el diario El Universal (1939-1945)*. Mérida-Venezuela: Universidad de Los Andes, Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Historia, 2016, pág. 17. (Memoria de Grado para optar al Título de Licenciado en Historia).

## 2.1 Imaginarios de la Segunda Guerra Mundial en la publicidad de *El Universal* (1939-1945)

A dos días del comienzo de la conflagración, en específico, el 3 de septiembre de 1939, la empresa *International General Electric*, diseñó un aviso alusivo al escenario bélico, ofreciendo un radio como excelente artefacto para oír las noticias de la guerra. Lo elaboró de manera audaz y con un juego metafórico de discurso e imágenes que detallaremos de seguidas:

En la parte superior, en un recuadro centrado, fijó el mensaje: “Europa de nuevo sumida en un caos...! Se han roto los eslabones de paz. Todo parece haberse confabulado para que estalle el conflicto..!”<sup>1</sup>. A renglón seguido, en letras más grandes, como si fuese el título, inscribió la interrogante: “¿Se generalizará la guerra?”<sup>2</sup>. A lo que, *ipso facto*, acompañó con una respuesta como un acertijo, cuya solución –supuestamente– se lograba con la adquisición del artefacto eléctrico de la marca norteamericana. Según el aviso, la pregunta era: “(...) una incógnita que no (...) (podía) ser revelada al momento; (...)”<sup>3</sup>. No obstante, le señalaba al lector: “(...) manténgase Ud. en contacto continuo con Europa, por medio del invento perfeccionado y máximo del siglo XX, LA RADIO, en su más claro, técnico y genial exponente: Radioreceptores ‘General Electric’ ”<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> “¿Se generalizará la guerra?”. *El Universal*. Año XXXI, Número 10.860. Caracas, 3 de septiembre de 1939, pág. 11.

<sup>2</sup> *Idem*.

<sup>3</sup> *Idem*.

<sup>4</sup> *Idem*.

Al mismo tiempo, descuellan dos imágenes. En la del lado izquierdo, que es la más llamativa, notamos a un hombre robusto y fuerte, con uniforme fabril; ensombrecido, de facciones europeas; parado de espaldas en la altura de una edificación. Se le ve colocando unas grandes cadenas sobre un garfio. Al fondo, cuatro aves sobrevuelan un espacio civilizado; se observan hermosas e ingentes construcciones. El mensaje es que la libertad y la paz han sido trastocadas y encadenadas a la guerra. Hacia el lado derecho, en dimensiones pequeñas, aparece la foto del producto: un radio; y debajo, en un mensaje que se va desglosando entre líneas hasta el final del anuncio, se describen las cualidades y bondades del artículo ofrecido: “El más largo alcance... la más perfecta sintonía... la selectividad que parece algo mágico... asombrosa claridad... Le hacen exclamar a quienes lo poseen: *General Electric*, es la radio de confianza”<sup>1</sup>. Luego, se invita al cliente a visitar la tienda, recordándole que puede adquirir el artefacto en “cómodas cuotas, pagaderas dentro de los límites del más limitado presupuesto”<sup>2</sup>. La dirección y el teléfono, destacan al final:

---

<sup>1</sup> *Idem.*

<sup>2</sup> *Idem.*

EUROPA DE NUEVO SUMIDA EN UN CAOS...  
SE HAR ROTO LOS ESLABONES DE PAZ.  
TODO PARECE HABERSE CONFABULADO PARA QUE ESTALLE EL CONFLICTO.

**¿SE GENERALIZARÁ LA GUERRA?**

Una hipótesis que no puede ser verificada al momento; pero manténgase Ud. en contacto continuo con Europa, por medio del invento perfeccionado y más moderno del siglo XX. LA RADIO, en su más clara, técnica y genial expresión:

**RADIORECEPTORES "GENERAL ELECTRIC"**




El más fuerte silencio... la más perfecta claridad...  
la selectividad que parece algo mágico...  
asombrosa claridad...

LE HACEN EXCLAMAR A QUIENES  
LO POSEEN:

**GENERAL ELECTRIC**

ES  
EL RADIO  
DE  
CONFIANZA.

VENGA HOY MISMO A VISITARNOS Y LE  
HAREMOS UNA DEMOSTRACION

Recuerde que los ofrecemos en Cúcuta, Costa,  
pagaderos dentro de los límites del más limitado  
prepagamento.

INTERNATIONAL  
**GENERAL ELECTRIC**  
S.A. INC.  
PALMAYROS A LA PALMA 32. TELEFONO 6545

Imagen 1: “¿Se generalizará la guerra?”. *El Universal*. Año XXXI, Número 10.860. Caracas, 3 de septiembre de 1939, pág. 11.

Es oportuno recordar que, desde 1926 existían radioemisoras capitalinas que se dedicaban, entre otras cosas, a la publicidad, a la lectura de lo más destacado del rotativo del día, de poemas y de la dramatización de textos; así como, a la divulgación de programas de historia y la transmisión de música de distintos repertorios que llegaban a los oídos de los letrados e iletrados<sup>1</sup>. El

<sup>1</sup> Véase: Aquiles Naza. *Caracas física y espiritual*. Caracas: Concejo Municipal del Distrito Federal, 1977, págs.247-253.

9 de enero de 1937, el editorial del diario de la mañana *Abora*, se tituló: “El radio, vehículo de civilización”<sup>1</sup>. En dicho texto, de manera precisa, señaló que hasta el venezolano del campo de ese momento, tenía acceso a este invento tecnológico:

Nuestro colega ‘El Diario’ de Carora, editorializa sobre la influencia que el radio puede producir, y actualmente lo está produciendo, en nuestras masas, surtiendo en ellas un efecto saludable de culturización cada vez más intensiva. Se concreta el periódico a hablar de nuestro campesinado, y constata con regocijo el hecho de que la gran mayoría de los hacendados, (...) hayan comprado radios para dotar con ellos a sus fincas y suministrar de este modo a sus peones y a los campesinos en general la diaria ración de cultura que le llega a través del aparato portentoso<sup>2</sup>.

El referido artículo, recomendó al gobierno que aprovechara al máximo el radio, debido a que era un “vasto campo” “de estupendos alcances”<sup>3</sup>, principal divulgador, civilizador e instructor; que podía ser un excelente vaso comunicante entre las instituciones estatales y los ciudadanos, en pro de la formación integral de los radioescuchas a través de programas de promoción de diversas áreas, realizados por los ministerios. Así entonces, los gobernantes podían llevar sus mensajes, de viva voz, a los hogares de los venezolanos. Por ende, resaltó: “El radio debería ser el vehículo más activo, más utilizado, más corriente y general en la

---

<sup>1</sup> “El radio, vehículo de la civilización”. *Abora*. Año II, Número 344. Caracas, 9 de enero de 1937, pág. 9.

<sup>2</sup> *Ídem*.

<sup>3</sup> *Ídem*.

campaña que todos los venezolanos de buena voluntad enderezan hacia la superación moral, intelectual y física de sus compatriotas”<sup>1</sup>.

La publicidad y los artículos de opinión, entonces, darían cuenta del radiorreceptor como artefacto que producía una sensación sin igual en el venezolano. Por cuanto, era mágica la emoción de que, desde una estación radial –en unas cabinas– hablaran locutores, políticos, artistas, reinas de belleza, obreros, líderes sindicales, mujeres representantes del movimiento feminista, maestros, hombres de Estado y algunas personas del común<sup>2</sup>. A través de un micrófono salían voces, palabras y sonidos que transmitían frases, pensamientos, mensajes, denuncias, advertencias, noticias, informaciones, recomendaciones, cuentos, poemas, narraciones, algarabías, tristezas, alegrías y música de varios estilos de la época que, a través de unas pequeñas cornetas adosadas al artefacto, llegaban a los radioescuchas; permitiéndoles abstraerse de la vida doméstica y pública, relajarse, informarse y divertirse. A través de la audición, el colectivo modelaba su cotidianidad; estaba al tanto del día a día. Los locutores –y cualesquier invitado a su espacio– eran las voces que le hablaban a la muchedumbre sin distinción. No hacía falta saber leer y escribir. La radio, como medio de comunicación social, mantuvo una euforia en el colectivo y fue más impresionante que la misma prensa escrita; empero, no la sustituyó ni la suprimió. Ambos medios se

---

<sup>1</sup> *Ídem*

<sup>2</sup> Revítese la prensa de la época para darse cuenta de ello. Además, es oportuno recordar que, mediante la radiodifusión ya se habían comunicado a la nación: el Presidente de la República, los Ministros de Agricultura y de Hacienda, Olga Sabatti, Mis Caracas; el poeta y político Andrés Eloy Blanco; la feminista Lucila Palacios, entre otros.

complementaron; y, divulgar en ellos se hizo frecuente y de modo concomitante<sup>1</sup>.

Al inicio de la conflagración, el radio era un producto demandado por la sociedad, debido al impacto informativo que tenía en los hogares y en los espacios públicos<sup>2</sup>. Por ende, el 29 de octubre de 1939, la casa comercial *International*, volvió a hacer de las suyas al proyectar un aviso bajo el título “Guerra...!”, seguido de una fotografía de un tanquero petrolero y un mensaje alusivo a los tres escenarios donde se desplegaron los ataques bélicos: “en el mar...!, en el aire...! en tierra...!”<sup>3</sup>. En ese orden, orienta la mirada del lector para luego conminarlo a comprar un radio *General Electric*,

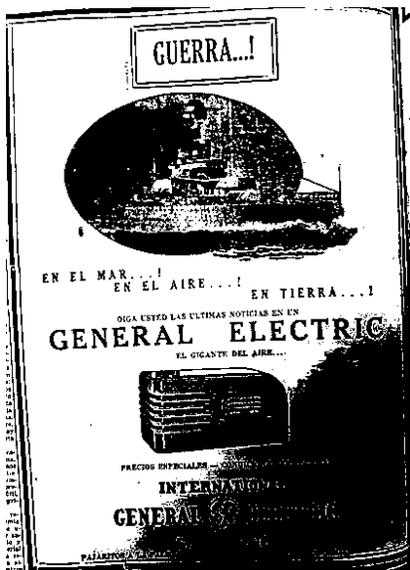
---

<sup>1</sup> Vale acotar que: El cine también jugó su rol como espacio divulgativo. En vísperas de la guerra se filmaron películas, las cuales, durante el conflicto, fueron proyectadas en varias salas del país. Citemos como ejemplo las siguientes: “Nubes sobre Europa”, “Ultimatum”, “A dónde va Europa?”, entre otras. Véase los anuncios en: “Nubes sobre Europa”. *El Universal*. Año XXXI, Número 10.860. Caracas, 3 de septiembre de 1939, pág. 11. “Guerra”. *Ibid.*, pág. 21. “A dónde va Europa?”. *El Universal*. Año XXXI, Número 10.992. Caracas, 10 de noviembre de 1939, pág. 21.

<sup>2</sup> En cuanto al espacio público queremos citar algunos ejemplos: En 1926, la estación radial Broadcasting Central de Caracas colocó una corneta en las ventanas de su local para que los radioescuchas pudieran oír su programación; al cabo de un tiempo, tuvo que retirarlas porque perturbaba la tranquilidad de la calle capitalina donde se ubicaba. En 1930, “(...) la Radio Caracas instaló sus micrófonos en las pantallas del Teatro Bolívar y del Teatro Pimentel para transmitir en las noches de estreno las películas habladas”. Incluso, entre los caraqueños se puso en boga poner bailes con radio. De este modo, el medio radial, desde su llegada al país (1926), cohabitó con la cotidianidad del venezolano dentro y fuera de su hogar. Y para la época en estudio, su impacto era mayor. *Vid.* Aquiles Nazoa. *Op. Cit.*, págs. 247-258.

<sup>3</sup> “Guerra!”. *El Universal*. Año XXXI, Número 10.909. Caracas, 29 de octubre de 1939, pág. 18.

“a precios especiales y en condiciones ventajosas”<sup>1</sup>. Su fin era despertar la curiosidad en cualquier interesado para oír las últimas noticias del desarrollo armamentista. La estratagema con la imagen y el discurso bélico fueron pilares fundamentales para el boceto del aviso, y así, incitar a la obtención del producto radial, divulgado como: “el gigante del aire”<sup>2</sup>:



**Imagen 2:** “Guerra!...”. *El Universal*. Año XXXI, Número 10.909. Caracas, 29 de octubre de 1939, pág. 18.

El 8 de diciembre de 1942, la Corporación Americana publicó un anuncio que, a nuestro juicio, conmemoraba el ataque a Pearl Harbor (Hawai), perpetrado el 7 de diciembre de 1941 por la armada y la aviación niponas contra embarcaciones del pacífico y aeronaves norteamericanas. Como consecuencia de esto último, al día siguiente, el mandatario estadounidense Franklin Delano

<sup>1</sup> *Idem.*

<sup>2</sup> *Idem.*

Roosevelt, le declaró la guerra al gobierno del Imperio del Sol, y tres días después, a Alemania e Italia. Un año luego (1942), la patria del Tío Sam estaba en franca recuperación de pertrechos y equipos bélicos. Por tal razón, el anuncio titulado “Philco”, muestra una considerable cantidad de alegorías visuales y escriturales para resaltar el poderío en armas y la tecnología de esa nación del norte, ubicándola por encima de los países considerados como el eje del mal. Y, en pequeñas dimensiones, ofrece la venta de un radio para oír las noticias sobre la lucha. La publicidad *in comento*, presenta las siguientes características:

En el borde superior izquierdo, aparece encerrado en un marco el siguiente párrafo extraído del discurso de Oliver Lyttleton, para entonces Ministro inglés; pronunciado en ocasión de su visita a los Estados Unidos de Norteamérica: “Si Hitler y... nos hubiera acompañado en este viaje a través de las plantas de producción norteamericana, habrían decidido cortarse... el cuello”<sup>1</sup>. Inmediatamente, una ilustración que ocupa más de la mitad de la propaganda, ofrece numerosas simbologías bélicas del momento, tales como: Un cielo haciendo gala de una inmensa flota de aviones de guerra, de cuyos tubos de escape de la unidad de potencia auxiliar, emana humo con el que, en lo alto del firmamento, se escribe el mensaje: *lanbs zuns men<sup>2</sup>*; y, en tierra se reflejan unas edificaciones con pequeñas lanchas atracadas en un muelle.

En la parte intermedia de la imagen, observamos dos planos: a la izquierda, en el orden desde el fondo hacia afuera, aparece Mussolini, representado con un rostro de pánico, que mira estupefacto y atónito; Hitler, que siendo de baja estatura, luce como

---

<sup>1</sup> “Philco”. *El Universal*. Año XXXIV, Número 12.031. Caracas, 8 de diciembre de 1942, pág. 8.

<sup>2</sup> No pudimos dar con el significado de esta frase.

un enano agigantado, con un semblante rabioso y una mirada atemorizada; Hirohito, observa enardecido. Hacia la derecha, se divisa una mano grande y extendida; en su palma porta un enorme cuchillo en cuyo borde se lee: “Made in Usa”<sup>1</sup>. Al reverso de la manga se asoma una estrella blanca, aludiendo al imperio norteamericano. Si cotejamos el cuchillo con el mensaje superior, notamos que es una invitación sarcástica a estos mandatarios para que se corten el cuello, o quizá, se hagan el harakiri, porque supuestamente, la mayor infraestructura de factorías bélicas la tenía el país del norte, que ya se había recuperado de aquel ataque de 1941.

En el segmento inferior del aviso, centrado y en mayúsculas, aparece la marca comercial del producto: Philco. A renglón seguido, se justifica el rol de esta empresa en cuanto a su compromiso con la producción bélica estadounidense, la paz mundial y la democracia de las potencias unidas. Allí es cuando se divulga el producto de manera escueta e indirecta al expresar: “Siempre las mejores noticias, en un Philco. Corporación americana”<sup>2</sup>. Es de suponer que se refiere a un radio. Se señala la dirección y los teléfonos donde se vende el artefacto. Al lado izquierdo, en un vértice invertido aparece la frase lapidaria: “América unida y libre”<sup>3</sup>. De este modo, alude a la conexión del mercado norteamericano con el concepto de libertad que exige la oferta y la demanda en un sistema capitalista. El dibujo fue realizado por Carl Rose.

---

<sup>1</sup> “Philco”. *Op. Cit.*, pág. 8.

<sup>2</sup> *Idem.*

<sup>3</sup> *Idem.*

Notamos entonces cómo ante todo ese bombardeo de mensajes e imágenes bélicas, el anuncio prácticamente no es el mismo al que habitualmente estamos acostumbrados a leer hoy en día en la prensa nacional, al menos bajo estas representaciones culturales y guerreras tan crudas y directas. Es un texto ilustrado que, como un ancla, se mete en la vista y va guiando al lector sobre el morbo beligerante. Al final, informa la mercancía y la importancia de la unión americana. Esto último tiene su razón de ser. Recordemos que para ese momento, la coalición de los aliados había prohibido relaciones económicas con las naciones del eje (Alemania, Italia y Japón), y para ese periodo, ya Venezuela había dejado de ser neutral<sup>1</sup>, a propósito de haber suscrito con E.E.U.U.,

---

<sup>1</sup> Recordemos que tres días después de iniciada la guerra, el General Eleazar López Contreras, Presidente de la República, en fecha 4 de septiembre de 1939, emitió un Decreto fijando la posición neutral del gobierno nacional. El texto legal dice:

“Eleazar López Contreras, Presidente de los Estados Unidos de Venezuela,

Considerando:

Que existe un estado de guerra entre Potencias extranjeras.

Decreta:

Venezuela observará durante la guerra la más estricta neutralidad, de acuerdo con las Convenciones de La Haya de 1907 y con los principios del Derecho Internacional que establecen los derechos y deberes de las naciones neutrales.

Dado, firmado, sellado con el sello del Ejecutivo Federal y refrendado por los Ministros del Despacho Ejecutivo, en el Palacio Federal, en Caracas, a los cuatro días del mes de setiembre de mil novecientos treinta y nueve.- Año 130° de la Independencia y 81° de la Federación.

E. López Contreras. Refrendado. El Ministro de Relaciones Interiores, Luis G. Pietri”.

Véase: “Venezuela observará la más estricta neutralidad en la guerra europea”. *El Universal*. Año XXXI, Número 10.862. Caracas, 5 de

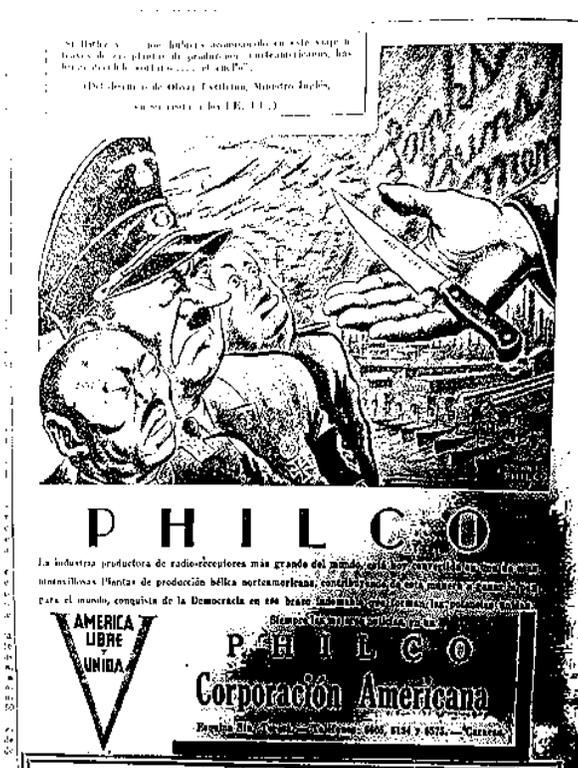
el 15 de enero de 1942, “(...) el *Acuerdo de Cooperación Militar, Naval y Aéreo en la Defensa del Hemisferio Occidental* en el cual, (...) se comprometía a defender el continente”<sup>1</sup>.

Como el país se plegaba a las pautas aliadas lideradas por E.E.U.U., uno de sus principales socios comerciales y comprador de petróleo, las compañías aprovecharon el contexto para jugar con el discurso del maniqueísmo, y construir la idea de que ellos eran los empresarios buenos que, frente al escenario europeo recrudescido por los ataques, fabricaban artefactos en y para la paz del continente americano; por ende, la obtención de sus marcas por parte de los consumidores, sería una contribución democrática, civilizada y antibélica hacia la causa mundial:

---

septiembre de 1939, pág. 1. Ricky José García Albornoz. *Op. Cit.*, págs. 86-90. Sin embargo, luego del ataque nipón a Pearl Harbor, el gobierno nacional, en manos del Presidente Isaias Medina Angarita, se sumó a los Aliados al apoyar a los Estados Unidos de Norteamérica. Luego, rompió relaciones con Alemania, Italia y Japón. *Vid.* Ricky José García Albornoz. *Op. Cit.*, págs. 92-94.

<sup>1</sup> Ricky José García Albornoz. *Op. Cit.*, pág. 107.



**Imagen 3:** “Philco”. *El Universal*. Año XXXIV, Número 12.031. Caracas, 8 de diciembre de 1942, pág. 8.

Es innegable que Venezuela vivía otra beligerancia: la del mercado. Y, en el caso de marras, el publicitario, por las severas repercusiones que tuvo la Segunda Guerra Mundial en la estructura productiva nacional, afectando al sector industrial interno; frenando el curso del desarrollo y progreso del país, debido a que desde el 1 de agosto de 1939, Eleazar López Contreras había comunicado, como medida de control estatal, suspender las garantías “(...) del circuito económico, liderado por el sector privado que impidió el pleno ejercicio de la libertad de producción, de comercio, de

exportación e importación”<sup>1</sup>. A partir de entonces, “(...) el sistema económico quedó bajo el control del poder Ejecutivo”<sup>2</sup>.

Pese a lo anterior, las empresas debían seguir sorteando y apostando por la fabricación y distribución de sus bienes. Era fundamental crear una sólida red de clientes que demandaran la adquisición de manufacturas. La persuasión del aviso mercantil era la principal estratagema de los negocios y el mecanismo idóneo para hurgar en la “subjetividad del consumidor”<sup>3</sup>; creando una compatibilidad o “identidad reconocida”<sup>4</sup> con el producto y la marca, de modo que su adquisición fungiera como la más acertada al obtener espontáneamente lo divulgado. De acuerdo con Henri Lefebvre: “La publicidad, destinada a suscitar el consumo de los bienes, llega(ba) así a ser el primero de los bienes de consumo”<sup>5</sup>.

Según María de Fatima V. Severiano, la mayoría de las veces:

(...) no se vende ‘el producto en sí’, tampoco sus ‘cualidades intrínsecas’. Se vende todo menos el producto. Se venden ‘imágenes’, ‘marcas’, ‘valores’, ‘arquetipos’, ‘magia’, ‘símbolos’, ‘arte’, ‘deseos’, ‘códigos culturales’, ‘emociones’, ‘diferencia’, ‘estilo’, etc. O sea, no se vende lo que de hecho se quiere vender. De ahí, quizá, la naturaleza ambigua de su finalidad,

---

<sup>1</sup> Ramón Rivas Aguilar. *Op. Cit.*, pág. 251.

<sup>2</sup> *Ídem*.

<sup>3</sup> Categoría manejada por: María de Fátima V. Severiano. *Narcisismo y publicidad. Un análisis psicosocial de los ideales del consumo en la contemporaneidad*. Buenos Aires: Siglo XXI de Argentina Editores, 2005, pág. 138.

<sup>4</sup> Categoría manejada en: *Ibidem*, pág. 73.

<sup>5</sup> Henri Lefebvre. *La vida cotidiana en el mundo moderno*. Madrid: Alianza Editorial, 1972, pág. 133.

y es que su propio objeto se ha vuelto inmaterial, puro signo, pese a que su fin último, el objetivo máximo que hay que alcanzar, sea bastante concreto: la compra de un producto o servicio<sup>1</sup>.

En la práctica de marketing que venimos analizando, la Corporación Venezolana del Motor, empresa distribuidora de productos *Firestone*, no se quedó atrás en el ingenio propagandístico desarrollado en el periódico *El Universal* durante la época en estudio. En un anuncio del 8 de agosto de 1943, la aludida Corporación empleó –como telón de fondo– una ilustración muy sugestiva sobre el tema bélico, acompañada de un mensaje visual, como supuesta ancla de transacción. En efecto, la imagen fascina la mirada e inevitablemente atrapa al lector<sup>2</sup>. Es una hermosa estampa, muy llamativa y bien delineada sobre el despliegue de un ejército fuertemente armado por tierra y por mar. El mensaje escrito, por ser de pequeñas proporciones, es un complemento<sup>3</sup>. En el borde

---

<sup>1</sup> María de Fátima V. Severiano. *Op. Cit.*, págs. 138-139.

<sup>2</sup> Ya en el XIX, en otro tipo de publicidad, se había empleado esta estrategia ilustrativa sobre las letras, siendo la imagen el principal concepto divulgador. Así lo notamos en anuncios de licores, medicina, tabacos, alimentos, etc; también, en la propaganda electoral. Sobre este último, consúltese: Luis Gerardo Ramírez Calderón. *Propaganda electoral en la prensa caraqueña del siglo XIX (1846-1897)*. Mérida-Venezuela: Universidad de Los Andes, Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Historia, 2013. (Memoria de Grado para optar al Título de Licenciado en Historia).

Sin embargo, en este hecho bélico, lo particular es que la imagen fotográfica, pintura o dibujo alusivo a la guerra como señuelo, se convierten en fundamental táctica de marketing y no están de adorno; más bien, son el principal concepto que fortalece el mensaje del aviso, cosa que no ocurría en los ardidés de los anuncios de hechos históricos bélicos de la prensa nacional, ya señalados en el preliminar de este texto.

<sup>3</sup> Sin ánimos de exageración ni de forzar manidos anacronismos, podemos decir que en este aviso las letras se reducen a la función ilustrativa que cumplía la **miniatura medieval** en los libros de la Europa de los siglos

superior izquierdo está la frase: “Arsenal de las democracias”. Y en el mismo nivel, hacia el lado derecho, aparecen dos párrafos, en cuyo final se evidencia el slogan de la empresa: *Firestone*:

Apenas declarada la guerra, Firestone se constituyó en incansable e intensa **servidora de las Democracias**, dedicando toda su energía **productora para la Victoria de los pueblos ansiosos de Paz con Libertad**.

El caucho, al **servicio del Progreso** de ayer, se convierte en neumáticos para vehículos militares, carrileras de tanques, pontones, botes de asalto, balsas salvavidas, globos cautivos, tanques de combustibles a prueba de bala y centenares de otros **productos y materiales –de vital importancia para la destrucción de la barbarie. Firestone<sup>1</sup>**.

El anterior mensaje es claro y lleva un componente ideológico: proyecta el producto con cualidades de pacificador, civilizador, moderno y adelantado; su fin es servir a los gobiernos democráticos cuyos pueblos anhelaban la paz y la libertad, principios del sistema económico capitalista. Quizá, estas alusiones estaban refiriéndose –también– al proceso de democratización que, para entonces, se desarrollaba en el país de la mano del Presidente de la República, Isaías Medina Angarita. La descripción textual se complementa con lo visual, ya que en la ilustración se reflejan:

---

XIV y XV. Acá, en términos de publicidad y no de literatura, el texto visual, es la primera lectura; mientras que las palabras, aunque complementan la explicación de la propaganda, cumplen el rol de ser una especie de **miniatura contemporánea** en la publicidad de la prensa venezolana. Hay varios anuncios de este estilo.

<sup>1</sup> “Arsenal de las democracias”. *El Universal*. Año XXXV, Número 12.268. Caracas, 8 de agosto de 1943, pág. 7.

automóviles castrenses, carril de tanques de guerra, barcas, botes de asalto, balsas salvavidas, globos cautivos, tanques de combustibles a prueba de bala; y aparecen personas con sus pertrechos militares. En el borde inferior, se señala que la distribución es excepcional para el país, y es llevada a cabo por la Corporación Venezolana del Motor:



**Imagen 4:** “Arsenal de las democracias”. *El Universal*. Año XXXV, Número 12.268. Caracas, 8 de agosto de 1943, pág. 7.

Así las cosas, la marca Firestone siguió ajustándose a los planes imaginados por los artistas del señuelo publicitario para promocionar la venta de sus neumáticos. En el siguiente anuncio, publicado el 12 de septiembre de 1943, se emplearon otras

imágenes referidas al episodio bélico, tales como: grandes naves aéreas inflables y tanqueros petroleros haciendo contraste entre sí, dando a entender que la calidad del producto era suprema, porque ondeaba en las alturas, cerca de las nubes. Se alude a las embarcaciones de petróleo porque esta sustancia oleaginoso era el principal lubricante del conflicto armado y la fundamental materia prima que ponía en marcha a la economía mundial de ese momento (al igual que lo sigue siendo en la actualidad).

En la parte inferior izquierda, en un cuadro, nuevamente aparece el slogan: “Arsenal de las democracias”; destacando grandes casas de depósitos en un muelle y una red ferrocarrilera. Esta última era el medio de transporte masivo de los países del primer mundo, donde se transportaba la producción por tierra. En ese mismo nivel, hacia el lado derecho, notamos un mensaje explicativo a los compradores, justificando el rol pacificador de la empresa en el acontecimiento mundial: “NUESTRA organización, creada y dedicada al servicio de la PAZ y PROGRESO, tiene movilizada toda su energía, capacidad y potencia al servicio de la guerra a la barbarie destructora”<sup>1</sup>. En el párrafo siguiente, subraya su anhelo de superar su destino actual: “Esperamos, pronto, poder discontinuar la producción de artefactos de guerra para, nuevamente, consagrarnos a la fabricación de implementos de Paz”<sup>2</sup>. Luego de fijar su posición bélica, divulga la marca: *Firestone*:

---

<sup>1</sup> “Arsenal de las democracias”. *El Universal*. Año XXXV, Número 12.303. Caracas, 12 de septiembre de 1943, pág. 11.

<sup>2</sup> *Idem*.



**Imagen 5:** “Arsenal de las democracias”. *El Universal*. Año XXXV, Número 12.303. Caracas, 12 de septiembre de 1943, pág. 11.

En los dos últimos avisos analizados, notamos que aparecen las palabras: Democracia, paz, libertad, progreso y destrucción de la barbarie; como elementos básicos en el manejo del discurso de mercantilización. Son conceptos imperantes en la política norteamericana y fueron insinuados por el Presidente de los E.E.U.U. Franklin Delano Roosevelt en las declaraciones de beligerancia a Japón, Alemania e Italia los días 8 y 11 de diciembre de 1941, respectivamente. Varias empresas, entre ellas la *Firestone*, los trasladaron al mercadeo para argumentar que sus producciones estaban vinculadas con la misión civilizadora y el compromiso

moral de la defensa de los pueblos. Descollando así, que el Estado y las compañías iban de la mano y juntos lidiaban contra el eje del mal en la edificación de las naciones. Por tanto, el consumidor, en retribución a ello, debía adquirir el producto como tributo a la paz. La persuasión consistía en que si se compraba lo ofrecido por la sociedad mercantil, se estaba apoyando la causa del bien; de lo contrario, se estaría fomentando al eje del mal. La responsabilidad de combate contra el enemigo común, se develó como faena compartida entre empresa y cliente, a tono con la directriz estatal.

Otro de los avisos empleados por la Corporación Americana (J. Sab. Al y co.) para la promoción de radios Philco, marcó una pauta distinta, al darle un toque más doméstico y familiar al mismo. El 21 de noviembre de 1943, esta empresa dio a conocer nuevos elementos de imagen publicitaria. Incluyó a una ama de casa y a dos obreros en grandes dimensiones. A los tres, se les nota correteando y fulminando —con sus utensilios de trabajo— a dos soldados nazis que, al huir despavoridos, dejaron caer una daga: su último pertrecho de defensa. A uno de ellos se le identifica con la esvástica. Así se devela cómo el concepto de gente buena, honesta y trabajadora ha calado en la mentalidad colectiva que se les representa de modo más grande. Esos benevolentes, ya cohabitan con la gente común, en los civiles, es decir, en todos los ciudadanos; mientras que las personas malas encarnan a los militares, porque son autoritarios y hacen la guerra. Este anuncio es un rediseño simbólico del civilismo y de la democracia que se sobrepone al militarismo y la autocracia:

**¡HASTA CON EL LAVAPLATOS!**



Golpeando en todas las oportunidades y con todos los elementos disponibles, las Naciones Unidas están propinando a los bandoleros del Eje, la más soberana paliza de la historia.

**P H I L C O**

LOS MAS GRANDES FABRICANTES DE RADIOS Y REFRIGERADORAS EN EL MUNDO, ESTAN DANDO SU TOTAL APOORTE PARA LA CONSUMACION DE ESE OBJETIVO.

**CORPORACION AMERICANA**

(J. SABAL & Co.)

Escuela de Sta. Teresa. Teléfonos: 6605, 6377

**Imagen 6:** “¡Hasta con el lavaplatos!”. *El Universal*. Año XXXV, Número 12.373. Caracas, 21 de noviembre de 1943, pág. 12.

En este orden de ideas e imágenes, en el aviso bajo examen, al fondo se avizora un ambiente que luce despejado de armamentos; solo se ve el humo de las factorías. A continuación se lee: “Golpeando en todas las oportunidades y con todos los elementos disponibles, las Naciones Unidas están propinando a los bandoleros del Eje, la más soberana paliza de la Historia”<sup>1</sup>. Si revisamos la

<sup>1</sup> “¡Hasta con el lavaplatos!”. *El Universal*. Año XXXV, Número 12.373. Caracas, 21 de noviembre de 1943, pág. 12.

cronología de la lucha para saber qué había ocurrido dos días antes de la propaganda comercial, veremos que el 19 de noviembre de 1943, el ejército norteamericano había bombardeado a la ciudad germana Gelsenkirchen. Y, el día 20, el frente militar alemán fue quebrado en Ucrania. Quizá, entonces, el anuncio esté aludiendo a estas dos derrotas. Finalmente, cumple con su fin mercantil y divulga la marca: Philco, bajo la acotación siguiente: “Los más grandes fabricantes de radios y refrigeradoras en el mundo, están dando su total aporte para la consumación de ese objetivo”<sup>1</sup>. Señala la dirección y los teléfonos de contacto, para sumarse a la red de clientes quienes, con su consumo, liquidan a los adversarios comunes: los fascistas y los nazistas.

La compañía anónima Philips venezolana, también aprovechó la oportunidad de plegarse a la destreza publicitaria de elaborar avisos comerciales con los elementos del imaginario bélico de la Europa de entonces. A principios de enero de 1944, mientras los periódicos informaban acerca del avance de los aliados en Birmania (colonia británica que en 1942 había sido ocupada por nipones y tailandeses), la empresa Philips supo valerse de esas noticias para diseñar un anuncio alusivo a la guerra, y así, ofrecer un radio de esa marca. Verbigracia, el 16 de enero de ese año, publicó una propaganda cuyas características detallaremos a continuación: En la parte superior, aparece una imagen de seis soldados en una selva. Tres, vestidos a la usanza del ejército inglés; dos, con indumentaria asiática; y uno aparece semidesnudo de espaldas, tal vez represente al soldado birmano. Todos lucen equipados y bien armados; se les ve disparando. Al fondo no se ve a nadie haciendo resistencia. A renglón seguido, varios titulares dan cuenta de lo acontecido en días anteriores: “Los aliados inician

---

<sup>1</sup> *Idem.*

violenta ofensiva en Birmania.... Tropas británicas ocupan Maungdaw... Timor bombardeado por los japoneses. ¡El extremo oriente sacude el yugo nipón”<sup>1</sup>. De inmediato, para conminar al lector a la adquisición del artefacto, se inscribe la frase: “Entérese de detalles en un Philips. Acabados de llegar”<sup>2</sup>; luego se invita a oír el programa “La voz de Holanda” en la emisora radial “Ondas populares”<sup>3</sup>. En el borde inferior, en pequeña dimensión, se muestra la imagen del radiorreceptor ofrecido, seguido del enunciado: “Alégrese de que es libre para escuchar!”<sup>4</sup>. Destacando que, la libertad es uno de los más preciados derechos logrados en democracia y en paz. Sucesivamente, se describen los datos y logos de la empresa, el capital social, las direcciones y los números telefónicos:

---

<sup>1</sup> “Los Aliados inician violenta ofensiva en Birmania....”. *El Universal*. Año XXXV, Número 12.426. Caracas, 16 de enero de 1944, pág. 7.

<sup>2</sup> *Idem*.

<sup>3</sup> Cfr.: *Idem*

<sup>4</sup> “Los Aliados inician violenta ofensiva en Birmania....”. *Op. Cit.*, pág. 7.

LOS ALIADOS INICIAN VIOLENTA OFENSIVA EN BIRMANIA...  
 Tropas Británicas Ocupan Maungdaw... Timor Bombardeado por los  
 Japoneses...  
 ¡EL EXTREMO ORIENTE SACUDE EL YUGO NIPON!  
 Entérese de Detalles en un

**PHILIPS**

ACABADOS DE LLEGAR  
 (Escuche el próximo Jueves a las 9 p. m. "La Voz de Holanda" por "Ondas Populares").



Alégrese de que es Libre para Escuchar!!

**C. A. PHILIPS VENEZOLANA**

CAPITAL: Bs. 100.000.  
 Palma e Municipal, 3 — Caracas — Telefonos 94917 y 94731. Distribuidores en Caracas:  
 En el Occidente: M. A. BELLESD HNO. Maracay. RIQUEZAS y VIS. Palma e Maracay, 16.  
 1 otros distribuidores.

Imagen 7: “Los Aliados inician violenta ofensiva en Birmania...”. *El Universal*. Año XXXV, Número 12.426. Caracas, 16 de enero de 1944, pág. 7.

Del mismo modo, los *productos nocivos para la salud* no quedaron de lado. Las marcas de cigarrillos “Doble Águila” y “Sport”, el 21 de enero de 1944, difundieron su mercancía con el título “Contra todas las armas”. Recurrieron a imágenes del arsenal empleado en la conflagración, refiriéndose a los frentes de combate con ilustraciones, no con palabras. Por ejemplo, un avión (ataques

aéreos), un tanque de guerra (despliegue terrestre), un cañón (defensa portuaria y fortalezas). Este último armamento, emerge en medio de dos cajetillas de cigarrillos, arroja un humo suave como las bocanadas del fumador extasiado; simula vigor y presume de su potencia, ya que puede alcanzar la bahía al otro lado del muelle. No en vano, aparece la frase: “Potencia invencible en calidad!”<sup>1</sup>. Simbólicamente, se resalta que el cigarrillo era fuerte y eficaz como los armamentos bélicos y estaba diseñado para fumadores valientes. Lo demás quedaba de parte del lector aguerrido:



**Imagen 8:** “Contra todas las armas... calidad!”. *El Universal*. Año XXXV, Número 12.431. Caracas, 21 de enero de 1944, pág. 3.

Por otro lado, la Agencia Rodríguez Sabogal, empresa distribuidora del jabón en escama para ropas delicadas, marca Élite,

<sup>1</sup> “Contra todas las armas... calidad!”. *El Universal*. Año XXXV, Número 12.431. Caracas, 21 de enero de 1944, pág. 3.

fabricado por la Sociedad Pérez Mena, en un aviso mercantil editado el 19 marzo de 1944, comparó el sucio y la mugre de la ropa con el ejército nazi, mediante el lema: “Destruya”<sup>1</sup>, el cual aparece intercalado con dos figuras infantiles decapitadas por la explosión generada por el detergente, debido a su “capacidad combativa de gérmenes”. Una de ellas, tiene el rostro y bigotico de Hitler y en su cuerpo se divisa la esvástica. Inmediatamente, sobresale la expresión: “al enemigo cáustico que día a día ejerce en su ropa una acción corrosiva”<sup>2</sup>. De ese modo, se recurre al maniqueísmo para aludir al eje del mal. Se conmina al consumidor a usar, desde el instante, el producto bueno, al que tilda de: “amigo de su ropa”; cuya “espuma penetra donde no llega otro jabón”. Está elaborado para “sedas, encajes, todo tejido fino. No encoge las lanas”. Además, informa que es de “acción inmediata”, “se disuelve al instante”, “es económico”, “blanquea lo percutido, deja el olor agradable a limpio”; y, está “a la venta en todas las casas del ramo”<sup>3</sup>:

---

<sup>1</sup> “Destruya”. *El Universal*. Año XXXV, Número 12.487. Caracas, 19 de marzo de 1944, pág. 17.

<sup>2</sup> *Ídem*.

<sup>3</sup> *Ídem*

14.

**DESTRUYA**

**AL ENEMIGO CAUSTICO**  
 que día a día ejerce en su ropa  
 una acción corrosiva. Use desde  
 hoy mismo:

EL AMIGO DE SU ROPA

Jabón **ELITE** en escamas  
 Una espuma perfecta desde no pene-  
 tra otro jabón!

De acción inmediata. Combate los gérmenes.  
 Blanquea la ropa dejando rta gusto alar a  
 tiempo que se va apard.

**SE DISUELVE AL INSTANTE  
 ES ECONOMICO**

**A LA VENTA EN TODAS LAS CASAS DEL RAMO**  
 Distribuidores Exclusivos:  
**AGENCIAS RODRIGUEZ SABOGAL S.A**  
 Caracas · Valencia · Merisobito.

**FABRICANTES: SOCIEDAD PEREZ MENA Suer.**

Imagen 9: "Destruya". *El Universal*. Año XXXV, Número 12.487. Caracas, 19 de marzo de 1944, pág. 17.

Unos meses antes de concluir el conflicto, en concreto, el 5 de julio de 1945, la empresa General Motors Interamericana Corporation hizo gala de un anuncio con el título: "El éxito en la producción de guerra es garantía del éxito en la producción de paz"<sup>1</sup>, acompañado de dos imágenes superpuestas como principal

<sup>1</sup> "El éxito en la producción de guerra es garantía del éxito en la producción de paz". *El Universal*. Año XXXVII, Número 12.953. Caracas, 5 de julio de 1945, pág. 3.

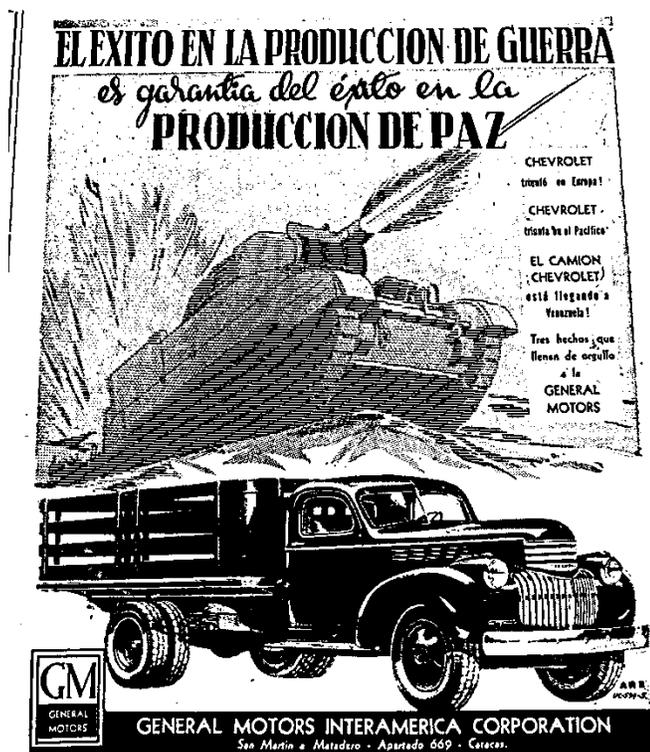
concepto visual. Arriba, un poderoso tanque de combate sobre una pendiente, mostrando su potencia al accionar el fuego de su cañón; debajo, un camión 350 en una zona llana y serena. Ambos vehículos hacen contraste. El primero, simboliza la guerra; el segundo, la paz, el trabajo y el sosiego. Hacia el lado derecho, se observan cortos mensajes encerrados en carteles que propagan los alcances de la empresa en la guerra europea y en el país: “Chevrolet triunfó en Europa! Chevrolet triunfa en el pacífico. El camión Chevrolet está llegando a Venezuela! Tres hechos que llenan de orgullo a la General Motors”<sup>1</sup>.

Llama la atención que, en el lema, de modo directo y sin cortapisas, la escaramuza se expone como un negocio; advirtiéndose que lo positivo de un conflicto bélico es que la empresa produciría más al concluir el panorama armamentista. Esta idea no se aleja de lo expuesto en 1917, por Vladimir Ilich Lenin en su obra *Imperialismo. Fase superior del capitalismo*, quien, entre tantos planteamientos, resaltó: 1. Los monopolios de poder industrial y financiero generan guerras para adueñarse del mercado; 2. una de las grandes empresas victoriosas de la primera guerra mundial es la empresa automotriz<sup>2</sup>. Ahora bien, veintisiete años después de publicado ese libro, y estando en el escenario de la segunda guerra mundial, el anuncio de la empresa de automóviles de capital norteamericano, en el aviso bajo examen, con un tono lacónico destacó que: lo exitoso de producir (en) la guerra era el mejor aval para fabricar (en) la paz; porque, según nuestro entender, las empresas que quedasen en pie durante la conflagración, serían las que controlarían el mercado, una vez concluida la misma:

---

<sup>1</sup> *Idem.*

<sup>2</sup> Recomendamos la lectura de: Vladimir Ilich Lenin. *Op. Cit.*



**Imagen 10:** “El éxito en la producción de guerra es garantía del éxito en la producción de paz”. *El Universal*. Año XXXVII, Número 12.953. Caracas, 5 de julio de 1945, pág. 3.

De los anteriores anuncios analizados, podemos observar cómo los elementos visuales y escriturales de la beligerancia, fueron empleados con fines mercantiles, para, de este modo, lograr estimular al consumo hedónico en el colectivo, bajo la creencia de que con la adquisición del objeto ofrecido en el mercado, se haría más emocionante la vida cotidiana de los mortales en la Venezuela petrolera que, para entonces, renunciaba a lo agreste y vetusto, y

confeccionaba una mentalidad de snob consumista adecuada a sus tiempos.

A través de la destreza de tomar como excusa el hecho histórico para diseñar propagandas comerciales, los empresarios y publicistas amalgamaron a la marcha de sus transacciones el tema bélico universal en estudio, creando condiciones para el escenario capitalista, al promocionar sus mercancías como enseres de buen vivir y de civilidad. Siguieron el ideal de antaño de confeccionar imaginarios publicitarios con los acontecimientos, sucesos y hechos relevantes del momento, aunados a las necesidades de consumo.

### **Consideraciones finales**

Muchos de los que se dedicaron al mundo de los negocios en la Venezuela de 1939 a 1945, supieron intercalar, al acontecer de sus días, estrategias de marketing como un entramado persuasivo para el impulso de las ventas. Diseñaron ingeniosa publicidad con efectivos ganchos comerciales. Su artificio consistió en incluir imaginarios de la Segunda Guerra Mundial en el discurso del anuncio, como principal materia prima de sugestión.

Los publicistas y comerciantes estuvieron pendientes de lo más relevante de las noticias del hecho histórico para ir renovando sus ardidés mercantiles. Crearon simbologías discursivas e ilustrativas como señuelo para seducir al lector con la intención primordial de intensificar la actividad económica. Muchos avisos se confeccionaron bajo fachadas alegóricas a la beligerancia. Unas, muy contundentes por su alto grado de visualidad y las palabras relativas al episodio de la conflagración. Otras, no tanto; empero, ambas marcaron pauta al recoger impresiones, enfoques y miradas

de la gente de carne y hueso que nos antecedieron en el periodo bajo examen.

Para los científicos sociales, interesados en ir descifrando las huellas humanas encapsuladas en palabras e imágenes promocionales, los anuncios resultan ser fuente fundamental de consulta para interpretar una cultura en un tiempo y espacio determinados. Para los historiadores de hogaño, resultan ser atípicos documentos históricos que dan cuenta sobre el pensar y sentir de la sociedad de antaño, donde se puede auscultar los continuos latidos del tiempo, develándose otras sensibilidades poco abordadas por la historia tradicional. El trabajo es apasionante, y requiere de mucha atención. Se debe conocer el contexto con detenimiento para comprender esos signos ocultos en cada aviso comercial ilustrado, sin perder el espíritu crítico en la reconstrucción de los hechos.

Ello es así, porque la publicidad diseña e impone representaciones culturales sacadas del mismo trajinar. Es un medio que no conoce límites y cohabita en la marcha de las sociedades. Mediante una simbología predeterminada, construye patrones de interés humano sobre el consumo e impone modelos conductuales. Penetra en el dominio ciudadano y, subliminalmente, crea expectativas sobre el idealismo de la vida material en el entorno. Por su enorme impacto social, adherido a la marcha diaria, es un ventanal por donde los historiadores podemos otear para leer la historia económica, social, política y cultural del país, desde el siglo XIX hasta la actualidad.

En este artículo, hemos ofrecido algunos trazos sobre la manera en que se trasladaron imaginarios bélicos a la propaganda mercantil, y, a grandes rasgos, develamos el enfoque analítico desde

nuestra línea de investigación de mentalidades. Bajo esta percepción, decodificamos lo que hemos visto en esta senda del ejercicio intelectual para pensar y repensar cómo los venezolanos estuvieron vinculados al tema de la Segunda Guerra Mundial, desde la dinámica de los negocios. Ello, con el fin de redescubrir esa historia común desarrollada en la vida cotidiana de quienes nos precedieron en esta nación.

### **Bibliografía**

ABOASÍ EL NIMER, Emad. *Ideas y Letras durante la Guerra Federal*. Mérida-Venezuela: Vicerrectorado Administrativo de la Universidad de Los Andes, 2011.

---

\_\_\_\_\_. “Publicidad en tiempos de elecciones en la prensa venezolana (1876-1879)”. En: YBARRA, Jaime y Francisco Ameliach Orta (Compiladores.). *Mosaico electoral venezolano. Historia de procesos y formalidades electorales de los siglos XIX y XX en Venezuela*. Valencia-Venezuela: Gobernación Bolivariana de Carabobo, Secretaría de Cultura, Fundación Festivales de Carabobo, Fondo Editorial Carabobo, 2016, págs. 49-67.

---

\_\_\_\_\_. “La controversia limítrofe anglo-venezolana en la publicidad de la prensa tachirensis (1895-1897)”. En: BRICEÑO MONZÓN, Claudio A.; OLIVAR, José Alberto y Luis Alberto BUTTÓ (Coords.). *La cuestión Esequibo: Memoria y soberanía*. Caracas: Universidad Metropolitana, 2016, págs. 65-88.

- ALCIBÍADES, Mirla. *Publicidad, comercialización y proyecto editorial de la empresa de cigarrillos 'El Cojo' (1873-1892)*. Caracas: Fundación Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos (CELARG), 1997.
- ANDERSON, Benedict. *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y difusión del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económica, 2007. Colección Popular, Número 498.
- BRAUDEL, Fernand. *La Historia y las Ciencias Sociales*. Madrid: Alianza Editorial, 1974.
- BURKE, Peter. *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona-España: Editorial Crítica, 2001.
- CARTAY, Rafael. *Historia económica de Venezuela 1830-1900*: Valencia-Venezuela: Vadell Hermanos Editores, 1988.
- LEFEBVRE, Henri. *La vida cotidiana en el mundo moderno*. Madrid: Alianza Editorial, 1972.
- LENIN, Vladimir Ilich. *Imperialismo. Fase superior del capitalismo. Obras Escogidas*. Moscú: Editorial Progreso, 1980.
- MONTENEGRO, Walter. *Introducción a las doctrinas político-económicas*. México-Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1956.
- NAZOA, Aquiles. *Caracas física y espiritual*. Caracas: Concejo Municipal del Distrito Federal, 1977.
- SEVERIANO, María de Fátima V. *Narcisismo y publicidad. Un análisis psicosocial de los ideales del consumo en la contemporaneidad*. Buenos Aires: Siglo XXI de Argentina Editores, 2005.
- TROCONIS, María Gabriela. *Venezuela republicana. Siglo XIX*. Caracas: Publicaciones del Centro Gumilla, 1988. Curso de Formación Sociopolítica 3.

## Fuentes Hemerográficas

### Prensa

“A dónde va Europa?”. *El Universal*. Año XXXI, Número 10.992. Caracas, 10 de noviembre de 1939, pág. 21.

“Arsenal de las democracias”. *El Universal*. Año XXXV, Número 12.268. Caracas, 8 de agosto de 1943, pág. 7.

“Arsenal de las democracias”. *El Universal*. Año XXXV, Número 12.303. Caracas, 12 de septiembre de 1943, pág. 11.

“Contra todas las armas... calidad!”. *El Universal*. Año XXXV, Número 12.431. Caracas, 21 de enero de 1944, pág. 3.

“Destruya”. *El Universal*. Año XXXV, Número 12.487. Caracas, 19 de marzo de 1944, pág. 17.

“El éxito en la producción de guerra es garantía del éxito en la producción de paz”. *El Universal*. Año XXXVII, Número 12.953. Caracas, 5 de julio de 1945, pág. 3.

“El radio, vehículo de la civilización”. *Ahora*. Año II, Número 344. Caracas, 9 de enero de 1937, pág. 9.

“Guerra”. *El Universal*. Año XXXI, Número 10.909. Caracas, 29 de octubre de 1939, pág. 18.

“¡Hasta con el lavaplatos!”. *El Universal*. Año XXXV, Número 12.373. Caracas, 21 de noviembre de 1943, pág. 12.

“Los Aliados inician violenta ofensiva en Birmania...”. *El Universal*. Año XXXV, Número 12.426. Caracas, 16 de enero de 1944, pág. 7.

“Nubes sobre Europa”. *El Universal*. Año XXXI, Número 10.860. Caracas, 3 de septiembre de 1939, pág. 11.

“Philco”. *El Universal*. Año XXXIV, Número 12.031. Caracas, 8 de diciembre de 1942, pág. 8.

“¿Se generalizará la guerra?”. *El Universal*. Año XXXI, Número 10.860. Caracas, 3 de septiembre de 1939, pág. 11.

“Venezuela observará la más estricta neutralidad en la guerra europea”. *El Universal*. Año XXXI, Número 10.862. Caracas, 5 de septiembre de 1939, pág. 1.

### **Revistas, Boletines y Anuarios**

ABOAAASI EL NIMER, Emad. “Publicidad y Guerra Federal (1858-1863).” *Boletín de la Academia Nacional de la Historia*. Caracas: octubre-diciembre 2004. Tomo LXXXVII, Número 348, págs. 93-101.

---

\_\_\_\_\_. “Sismos de publicidad en Mérida (1894)”. *Boletín de la Academia Nacional de la Historia*. Caracas: enero – marzo 2011. Tomo XCIV, Número 373, págs. 107-116.

---

\_\_\_\_\_. “Publicidad y elecciones en Venezuela (1897)”. *El Desafío de la Historia*. Caracas: 2012. Año 5, Número 38, págs. 60-62.

---

\_\_\_\_\_. “La Primera Guerra Mundial como tetra publicitaria en la prensa venezolana (1914-1918)”. *Dos Puntas*. San Juan-Argentina: Segundo semestre 2013. Año V, Número 8, págs. 105-138.

CÁCERES-PÉFAUR, Beatriz. “La trayectoria del comic en Venezuela de 1850 a 1950. Un intento de comunicación visual entre caricaturas”. *Presente y Pasado. Revista de Historia*. Mérida-Venezuela: enero-junio, 2003. Año 8, Volumen 8, Número 15, págs. 48-61.

TINKER SALAS, Miguel. “Cultura, poder y petróleo: campos petroleros y la construcción de ciudadanía en Venezuela”. *Espacio Abierto*. Maracaibo: enero-junio, 2006. Volumen 15, Número 1 y 2, págs. 343-367.

### Fuentes electrónicas

ABOAAASI EL NIMER, Emad. “Publicidad y controversia limítrofe anglo-venezolana en la prensa tachirenses (1895-1897)”. *Tiempo y Espacio*. Caracas: 2013. Volumen 23, Número 59, págs. 33-56. Disponible en: [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-94962013000100002](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-94962013000100002) Consultado: 30 de enero de 2014; Hora: 04:30 a.m.

---

\_\_\_\_\_. “La suegra en el imaginario publicitario en la prensa venezolana (1885-1919)”. *Presente*

---

*y Pasado. Revista de Historia*. Mérida-Venezuela: julio-diciembre 2014. Año 19, Número 38, págs. 115-136. Disponible en: <https://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/39498/1/articulo6.pdf> Consultado: 02 de noviembre de 2016; Hora: 07:35 a.m.

---

\_\_\_\_\_ . “La narrativa como señuelo publicitario en la prensa venezolana a finales del siglo XIX”. *El Taller de la Historia*. Cartagena de Indias-Colombia: 2015. Volumen 7, Número 7, págs. 367-388. Disponible en: <http://ojs.udc.edu.co/index.php/taller/article/view/636> Consultado: 05 de noviembre de 2016; Hora: 05:00 a.m.

“El Universal”. Disponible en: <http://saber.ucab.edu.ve/handle/123456789/35411> Consultado: 13 de noviembre de 2016; Hora: 09:05 a.m.

RIVAS AGUILAR, Ramón. “La Segunda Guerra Mundial y la profundización del intervencionismo estatal en la economía venezolana (1939-1945)”. *Annuario GRHIAL. Historia de la cultura, las ideas y las mentalidades*. Mérida-Venezuela: enero-diciembre 2015. Año 9, Volumen. IX, Número 9, pág. 251. Disponible en: <http://saber.ula.ve/dspace/handle/123456789/42539> Consultado: 01 de noviembre de 2016; Hora: 3:30 a.m.

## Fuentes Mimeografiadas

ABOAAASI EL NIMER, Emad. “Publicidad lunar en Venezuela (1969)”. (Mimeografiado). En prensa.

---

\_\_\_\_\_. “La Independencia de Cuba en la publicidad de la prensa venezolana (1895-1897)”. Artículo inédito y de próxima publicación.

GARCÍA ALBORNOZ, Ricky José. *El petróleo venezolano durante la Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Una mirada desde el diario El Universal (1939-1945)*. Mérida-Venezuela: Universidad de Los Andes, Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Historia, 2016. (Memoria de Grado para optar al Título de Licenciado en Historia).

RAMÍREZ CALDERÓN, Luis Gerardo. *Propaganda electoral en la prensa caraqueña del siglo XIX (1846-1897)*. Mérida-Venezuela: Universidad de Los Andes, Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Historia, 2013. (Memoria de Grado para optar al Título de Licenciado en Historia).

## ***EL ABC DE LA ESCRITURA ACADÉMICA\****

*Alessio Arredondo<sup>1</sup>*

### **Resumen**

El presente trabajo es producto de diversas indagaciones y estudios sobre la escritura académica y la necesidad de promover el desarrollo de intercambios científicos. En el escrito, se otorgan de manera simplificada y ordenada tanto los pasos a seguir para desarrollar un escrito, como así también, los problemas más comunes que suelen encontrarse en diferentes producciones de investigación.

**Palabras Clave:** Alfabetización Académica – Problemas Comunes – Texto – Comunicación Científica

**Calificación JEL:** Z0

### **Abstract**

This work is the product of several research and studies on academic writing and the need to promote the development of scientific exchanges. Here, we give a simplified and orderly way both the steps to follow to develop a writing, as well as the most common problems that are often found in different research productions

**Keywords:** Academic Literacy - Common Problems - Text -

---

\* Recibido: 22/02/17 // Aprobado: 17/04/17

<sup>1</sup> Licenciado en Letras. Facultad de Filosofía Humanidades y Artes – UNSJ. E-mail: alessioarredondo@gmail.com.

## Scientific Communication

***Escribir: Tarea fundamental del investigador***

A la hora de definir qué es la escritura, surgen una serie de ideas asociadas a la práctica de plasmar en el blanco de una hoja las ideas que se tienen. Escribir es más complejo que sólo llenar con palabras y frases uno o varios papeles.

La producción escrita es la interrelación de lo leído con lo que se ha reflexionado y pensado a partir de dichas lecturas. Los buenos escritores son siempre, antes de ser considerados como tales, buenos lectores. Entonces, puede afirmarse que el proceso de lectura es parte del proceso de escritura y viceversa, no puede pensarse uno sin el otro.

Escribir consiste en un **proceso siempre perfectible** de formulación y reformulación de ideas. Permite a los productores de textos reinterpretar lo que ya conocen debido a una de las características intrínsecas en el código escrito: *el receptor de un texto escrito tiene una percepción simultánea del texto como totalidad, de sus dimensiones* (Cassany: 1990). Esto es lo que permite programar tiempos de lectura y revisión del mismo, como así también permite ordenar las ideas de forma más clara y práctica de acuerdo con los objetivos que se tengan. Por ello, es que escribir resulta necesario como herramienta de análisis y desarrollo científico.

***El texto: dos definiciones***

Un texto es, según la perspectiva tradicional, un conjunto de enunciados que conforman un sentido y poseen tres propiedades fundamentales: la coherencia, la cohesión y la adecuación. El término texto deriva etimológicamente del latín, lengua en la que *textum* significa **tejido**, por lo que en varias expresiones de uso

corriente se puede observar todavía presente la asociación entre escribir y tejer. Tal es el caso de: “el hilo” del discurso, “las tramas” textuales, los temas “enlazados”, “el desarrollo” de las ideas.

Asimismo, la coherencia es la propiedad textual que permite establecer y reconocer la concatenación lógica de los temas que un texto propone. De este modo, se dice que un texto posee coherencia cuando ha presentado varios temas relacionados de tal modo que el lector no deba hacer un gran proceso inferencial para poder encontrar el nexo entre los mismos. Mientras que se denomina cohesión a la propiedad textual que permite reconocer que el escrito articula bien los enunciados y utiliza mecanismos para no repetir palabras o conectores oracionales para mostrar más claramente las ideas expresadas en dichas estructuras. Finalmente, la adecuación es la característica de los textos que se presenta cuando el texto demuestra que ha sido pensado para el destinatario que el autor había pensado con anticipación.

Desde una concepción más amplia, como la que proponen autores como Iury Lotman, un texto es un producto semiótico que conlleva una intención comunicativa. A la vez, este producto se encuentra comprendido en un sistema de signos. Esto permite concebir al texto no sólo como un elemento netamente escrito, sino que una pintura, una película, una melodía pueden llegar a considerarse textos.

Cabe destacar que, en la actividad académica es la primera definición la que debe tenerse más en cuenta a la hora de manifestar las ideas y estudios realizados. Sin embargo, el investigador debe tener en cuenta que muchas veces las fuentes primarias o secundarias con las que se enfrenta, no corresponden al código escrito y, por ello, debe también poder considerar cómo reconocer e interpretar los signos puestos en juego en esos tipos de texto. En otras palabras, de la lectura de las fuentes y profundidad de la misma depende la creación propia, lo que nos lleva nuevamente a

considerar al proceso de comprensión como parte interdependiente de la producción textual.

### **Causas y finalidades de la escritura**

Parecería hasta una obviedad realizarnos esta pregunta sobre el motivo de la escritura académica y su finalidad luego de años de estudio. Sin embargo, esto es muy importante a la hora de desarrollar un escrito porque nos permitirá fijar las pautas de trabajo, planificar y ordenar algunas ideas antes de haber colocado algo en el blanco de la página.

Hay motivos básicos que guían a la escritura académica, entre ellos el de comunicar y difundir las ideas, descubrimientos e investigaciones realizadas. También se debe pensar que fundamentalmente el escrito tiene por finalidad ser una herramienta de intercambio para otros especialistas con diferentes puntos de vista.

Pensar en el porqué y el para qué exige pensar en un destinatario y en un formato. Este formato varía de acuerdo a lo que se haya pensado como lugar de publicación. Es decir, que éste depende de la elaboración de un artículo de revista, una ponencia de congreso, una conferencia o una tesis. En todos los textos mencionados anteriormente se manifiesta la misma estructura general, donde se exhibe una idea o tesis, el desarrollo de la misma y la conclusión. Sin embargo, es muy importante pensar en el destinatario. Umberto Eco (1979) llama *el lector modelo*, que es la representación mental que el autor de un texto hace de su destinatario. Esto es necesario a la hora de redactar, dado que aún en una revista académica puede variar la amplitud del público lector respecto de otra.

***Elección del tema y pasos a seguir***

Según Umberto Eco (1984), a la hora de escribir un trabajo de investigación se deben seguir los siguientes pasos:

- (1) localizar un tema concreto;
- (2) recopilar documentos sobre dicho tema;
- (3) poner en orden dichos documentos;
- (4) volver a examinar el tema partiendo de cero a la luz de los documentos recogidos;
- (5) dar una forma orgánica a todas las reflexiones precedentes;
- (6) hacerlo de modo que quien la lea comprenda lo que se quería decir y pueda, si así lo desea, acudir a los mismos documentos para reconsiderar el tema por su cuenta.

Elegir un tema no es nada fácil, pero hay que partir de la idea que no existe un tema que sea superficial o muy pequeño para ser desarrollado. Generalmente, los escritores poco acostumbrados intentan presentar proyectos de trabajo que son verdaderas tareas dignas de Hércules. De este modo, se proponen abordar en plazos estrictos temas que son demasiado amplios para ser llevados adelante, incluso por especialistas más avezados. Por tal razón es que suelen encontrarse títulos de trabajos que responden a este fenómeno, como a modo de ejemplo pueden ser: “El Amor en el Barroco”, “La Educación en América en el Siglo XX”, “Historia y Política en la Península Ibérica” y otros de similares características. Umberto Eco, afirma que:

*Se puede hacer seriamente hasta una recopilación de figurines: basta con fijar el tema de la recopilación, los criterios de catalogación y los límites históricos de la recopilación. Si se decide no pasar de 1960, mejor que mejor, pues desde los años sesenta hasta hoy los figurines son infinitos. Siempre habrá una diferencia entre esta recopilación y el Museo del Louvre, pero en vez de hacer un museo poco serio, es preferible hacer una seria recopilación de figurines de calzado de 1960 a 1970. Este criterio puede aplicarse también a una tesis doctoral. (...) Aunque sea preferible hacer una tesis sobre un tema que agrade, el tema es secundario respecto del método de trabajo y la experiencia que de él se extrae.*

*Además, si se trabaja bien no hay ningún tema que sea verdaderamente estúpido: trabajando bien se sacan conclusiones útiles incluso de un tema aparentemente remoto o periférico. Marx no hizo su tesis sobre economía política, sino sobre dos filósofos griegos, Epicuro y Demócrito. Y no es casual. Quizá Marx fue capaz de reflexionar sobre los problemas de la historia y la economía con la energía teórica que tan bien conocemos, precisamente porque aprendió a pensar con los filósofos griegos. Ante tanto estudiante que empieza con una tesis ambiciosísima sobre Marx para terminar en el departamento de personal de las grandes empresas capitalistas, es preciso reconsiderar los conceptos existentes sobre la utilidad, la actualidad y el alcance de los temas de tesis.*

### ***Posicionamiento crítico y búsqueda de fuentes***

Es pertinente que quien quiera escribir un texto académico desde un comienzo vaya buscando la posición teórica más acorde al objeto de estudio que quiera analizar, como así también posea un pensamiento permeable a las opiniones respecto a la misma teoría a utilizar. Muchas veces, el escritor se apega demasiado a escuelas,

autores y corrientes de pensamiento sin establecer un juicio crítico. El problema que representa es mayor de lo que se cree a simple vista, debido a que la labor intelectual exige la reformulación permanente de lo que se cree que se sabe en relación con aquello que se está aprendiendo.

Por otra parte, la elección del tema y del posicionamiento crítico permitirá al investigador seleccionar los caminos más prácticos para la selección y ordenamiento de fuentes relacionadas a su labor. Muchas veces, se piensa hacer un corpus gigantesco antes de empezar a moldear el texto, como ya se mencionó anteriormente. Sin embargo, conviene empezar el trabajo de escritura y presentación de ideas antes de terminar el armado del corpus de trabajo. A su vez, la selección de un tema acotado también permite que la indagación sea más precisa, en caso de no tener muy en claro el objeto de investigación se corre el riesgo de perder tiempo y energías en la búsqueda de material que no corresponde con la pesquisa que se lleva adelante, lo que no quiere decir que ese material no pueda ser utilizado en trabajos posteriores al que se quiere realizar en ese momento.

## **Desarrollo del tema**

### ***Torbellino de Ideas***

Quizá una de las cosas más complejas a la hora de escribir es empezar y terminar un escrito. Para ello existen una serie de técnicas, algunas muy utilizadas en los medios de comunicación actualmente como es el caso de la denominada lluvia o torbellino de ideas en la que se van escribiendo en una hoja o pizarra todas las ideas sin orden ni desarrollo que se van presentando. Según Daniel Cassany (1988),

*“El torbellino de ideas es una tormenta fuerte y breve de verano. Dura pocos segundos o minutos, durante los cuales el autor se dedica sólo a reunir información para el texto: se sumerge en la piscina de su memoria y de su conocimiento para buscar todo lo que le sea útil para la ocasión. En este caso, he encontrado una quincena de ideas, expresadas con palabras o sintagmas.”*

Uno de los errores más comunes que se manifiestan al utilizar esta técnica es que el autor trata de colocar en orden las ideas o piensa al momento de anotarlas en un formato determinado. Sin embargo hay que tener en cuenta que el mecanismo del torbellino de ideas es el de tratar de colocar la mayor cantidad de ocurrencias en muy poco tiempo. Luego será el momento correcto de ordenar, desechar, reformular, reescribir los enunciados nacidos en este momento. Cassany (1995), además, propone algunos consejos útiles para realizar una lluvia de ideas.

- Apúntalo todo, incluso lo que parezca obvio, absurdo o ridículo ¡No prescindas de nada! Cuantas más ideas tengas, más rico será el texto. Puede que más adelante puedas aprovechar una idea aparentemente pobre o loca.

- No valores las ideas ahora. Después podrás recortar lo que no te guste. Concentra toda tu energía en el proceso creativo de buscar ideas.

- Apunta palabras sueltas y frases para recordar la idea. No pierdas tiempo escribiendo oraciones completas y detalladas. Tienes que apuntar con rapidez para poder seguir el pensamiento. Ahora el papel es sólo la prolongación de tu mente.

- No te preocupes por la gramática, la caligrafía o la presentación. Nadie más que tú leerá este papel. Da lo mismo que se te escapen faltas, manchas o líneas torcidas.

- Juega con el espacio del papel. Traza flechas, círculos,

líneas, dibujos. Marca gráficamente las ideas. Agrúpalas. Dibújalas.

- Cuando no se te ocurran más ideas, relea lo que has escrito o utiliza una de las siguientes técnicas para buscar más.

### ***La estrella y el cubo<sup>1</sup>***

Para el desarrollo de las ideas también existen otros mecanismos además del torbellino mencionado con anterioridad. Tal es el caso de dos conocidos como La Estrella y El Cubo. En estas técnicas de escritura el productor del texto debe hacerse ciertas preguntas y cuestionamientos que va a tratar de responder a lo largo de su escrito. De hecho, el texto presente ha sido pensado a partir de la técnica de la estrella, con algunas variantes en cuanto a los interrogantes.

#### LA ESTRELLA



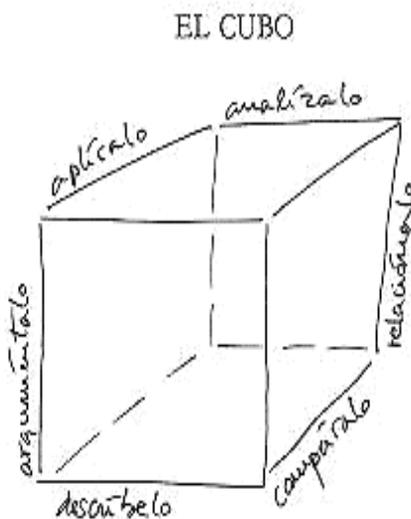
#### **Procedimiento:**

1. Hazte preguntas sobre el tema a partir de la estrella. Busca preguntas que puedan darte respuestas relevantes.
2. Responde a las preguntas.
3. Evita las preguntas y las ideas repetidas. Busca nuevos puntos de vista.

Mientras que el cubo consiste en estudiar las seis caras posibles de un hecho a partir de los seis puntos de vista siguientes:

---

<sup>1</sup> Los dibujos y algunos de los ejemplos han sido tomados del libro de Cassany, *La Cocina de la Escritura*, ya citado a lo largo de este trabajo.

**Procedimiento:**

**Describe.** ¿Cómo lo ves, sientes, hueles, tocas o saboreas?

**Compáralo.** ¿A qué se parece o de qué se diferencia?

**Relacionalo.** ¿Con qué se relaciona?

**Analízalo.** ¿Cuántas partes tiene? ¿Cuáles? ¿Cómo funcionan?

**Aplicalo.** ¿Cómo se utiliza? ¿Para qué sirve?

**Argumentalo.** ¿Qué se puede decir a favor y en contra?

**Palabras Clave**

Desde su origen etimológico el término *llave* proviene de la palabra latina *clavem*. De ahí que las palabras clave son expresiones y conceptos que funcionan como llaves que permitirán al autor abrirse paso en la escritura, en cierto sentido configuran el eje sobre el cual desarrollará los enunciados que conformarán al trabajo. En las líneas precedentes, se muestra un ejemplo de cómo pueden desarrollarse las ideas a partir de las palabras clave, de manera muy sencilla. A partir de un enunciado como puede ser:

*“Trabaja de relaciones públicas en una empresa de cosmética. Es un trabajo estimulante pero muy agotador.”*

Cassany toma dos conceptos que resultan relevantes en el enunciado y agrega una serie de ideas relacionadas o asociadas a tales palabras, de modo que se configura la siguiente disposición:

*Estimulante*

- Trata con VIPS.
- Viaja mucho.
- No tiene horario fijo.
- Gana mucho dinero.

*Agotador*

- Es insustituible.
- Tiene poco tiempo libre.
- Trabaja muchos fines de semana.
- Trata con mucha gente y siempre tiene que estar alegre y sociable.

Luego, se utilizan las ideas asociadas para ampliar el sintagma inicial, de esta forma podría resultar otro más completo como:

*“Trabaja de relaciones públicas en una empresa de cosmética. Es un trabajo **estimulante**, porque viaja mucho, no tiene horario fijo, tiene un buen sueldo y trata con muchos VIPS; pero termina **agotadísima**: tiene poco tiempo libre (trabaja los fines de semana), es insustituible y siempre tiene que hacer buena cara a todo el mundo.”*

### **Problemas Comunes**

En lo que a escritura académica se refiere, en particular, se suelen presentar diversas complicaciones que hacen que las propiedades de los textos –coherencia.

Cohesión y adecuación- se vean afectadas. En cuanto a los diferentes tipos de problemas que suelen acarrear los textos académicos se pueden clasificar los mismos en dos grupos. Estos grupos corresponden a problemas de pragmática, que son aquellos que se corresponden con el contexto y la situación comunicativa; es decir que no se manifiestan a partir de problemas en la lengua, sino en el uso que de esta se hace de acuerdo a ciertas intenciones y efectos a provocar. Por otra parte, los conflictos se hacen presentes en el plano lingüístico; donde el uso de la palabra es el que manifiesta formas no adecuadas o incorrectas dependiendo del caso que dificultan la interpretación del texto científico.

### **Problemas de Pragmática**

Dentro de los conflictos relacionados a la situación de enunciación pueden mencionarse los siguientes cuatro, como lo atestigua Carlino (2004): *No tomar en cuenta al lector*, *Desaprovechar la potencialidad epistémica del escribir*, *Revisar sólo la superficie del texto*, *Postergar el momento de empezar a escribir*.

### ***No tomar en cuenta al lector***

En líneas precedentes se comentó que los textos tenían tres propiedades fundamentales, una de ellas era la *Adecuación*. Es esta característica inherente a los textos que permite reconocer que un escrito ha sido pensado para ser comunicado a alguien en particular. Los especialistas, por tal razón, distinguen dos tipos de prosa: *prosa basada en el autor* y *prosa basada en el lector*.

En la primera, común a los escritores poco experimentados, las ideas se presentan en el orden en el que fueron descubiertas. Ésta misma muestra "el camino asociativo de la confrontación del sujeto con su tema". Es decir que se focaliza en presentar las ideas asociadas, reflejando su proceso de pensamiento, obligando al lector a recorrer el mismo camino cognitivo para

establecer la relación entre las mismas.

En la prosa basada en el lector, en cambio, existe un intento deliberado para comunicar algo al lector, lo cual lleva a crear un lenguaje y contexto compartidos entre ambos. Es decir, que el autor hace lo posible por establecer puentes de conexión entre su texto y el lector para que éste vea allanado el camino hacia la comprensión plena del texto sin necesidad de cuestionarse o vacilar entre una asociación temática u otra.

### ***Desaprovechar la potencialidad epistémica del escribir***

Este problema se encuentra en relación con no tener en cuenta al lector. Al igual que en el conflicto mencionado puede establecerse dos tipos de escritura: *decir el conocimiento* o *transformar el conocimiento*.

Al *Decir el conocimiento*, el que escribe recupera de su memoria lo que sabe sobre un tema y lo expresa en un papel, simplemente. No hay un trabajo profundo sobre su escritura ni sobre sus conocimientos. Cabe recordar que la ventaja de escribir reside en poder observar las ideas plasmada en un cuerpo concreto, como puede ser una pantalla o el papel, con lo que se tiene una visión total del mensaje.

Por tal razón, si lo que se busca como autor es *Transformar el conocimiento*, quien redacta considera la situación retórica en la que se compone, anticipa los rasgos de su destinatario y analiza qué quiere lograr con su texto. Hay que tener en cuenta como productores de textos que los lectores no decodifican, sino que interpretan a partir de los signos puestos en juego y combinados en un momento dado, por lo que hace falta reconocer las competencias de

los lectores a quienes se piensa dirigir -tanto lingüísticas como extralingüísticas- que faciliten la comunicación.

### ***Revisar sólo la superficie del texto***

Se mencionó aquí que la comprensión y la producción son como dos caras de la misma moneda, dos procesos interdependientes. De este modo es que a la hora de leer se presentan variadas finalidades que persigue la lectura en un momento dado. Sin embargo, de todas las lecturas, aquella que se realiza para revisar un escrito propio es la más ardua. Esto se debe a que es una tarea compleja la de posicionarse desde un punto de vista objetivo y muchas veces influye -inconscientemente también- la negación a considerar que todo escrito puede ser perfectible.

A la hora de modificar aspectos del texto, algunos escritores, cambian cuestiones muy superficiales, de forma que conservan muchas de las ideas allí volcadas. También, se revisan palabras y frases, pero no el texto en su conjunto. Lo que conviene en estos casos es no intentar corregir el escrito inmediatamente, sino dejarlo un tiempo y volver a él luego, para poder separarse de aquello que se ha trazado en la página.

### ***Postergar el momento de empezar a escribir***

Muchos universitarios deciden recopilar mucha bibliografía y elaborar un gran corpus sin empezar a poner pensamientos emergentes, esbozos de ideas y perspectivas desde las que analizarán el objeto de estudio. Esta dilación hace que los tiempos que van desde el momento pensado para la escritura y la fecha de presentación del texto se acorten demasiado. Esto acarrea -principalmente- que la reflexión sobre el texto producido se vea afectada.

### **Problemas lingüísticos**

A diferencia de los problemas de pragmática, los que tienen al lenguaje como objeto son más visibles y fáciles de detectar. Entre los más comunes pueden mencionarse: *legibilidad baja, dificultades en el uso de conectores, signos ortográficos.*

#### ***La legibilidad baja. Estructuras complejas.***

La legibilidad se define como la propiedad o característica que hace que un texto permita que un lector logre desentrañar el significado de la producción y pueda elaborar una interpretación adecuada del mismo. Si bien se distingue entre *Legibilidad Tipográfica* -relativa a tipos y tamaños de letra o aspectos similares- y *Legibilidad Lingüística* -relativa a estructuras lingüísticas y léxico utilizado-, en esta oportunidad nos referimos a la segunda de ellas.

Esta propiedad intrínseca a los textos puede caracterizarse como *alta* -cuando permite que el texto sea comprendido por el lector sin obstáculos- y *baja* -cuando se dificulta la interpretación y el sentido se torna oscuro para el destinatario-.

En nuestra lengua, existen varias prácticas, que suelen ser consideradas tradicionales, que hacen que un texto posea una baja legibilidad. Este es el caso del uso constante de estructuras o cláusulas subordinadas, que no son más que, en pocas palabras, una oración dentro de otra oración. Sin embargo, no es propio de escritores hispanohablantes, dado que lo mismo puede observarse en diversas publicaciones realizadas en otras lenguas romances, como el francés.

<p>La palabra <i>dialecto</i> es un término de uso diario y significa la variedad lingüística utilizada en una región geográfica determinada o por una clase social determinada. Los lingüistas a menudo hacen la distinción entre <i>dialectos regionales</i> y <i>sociales</i>. En teoría estos dos tipos de dialectos son distintos, *pero en Gran Bretaña las dimensiones regionales y sociales están relacionadas. En pocas palabras, cuanto más se asciende en la escala social, menos variación regional se encuentra en el habla. Así, individuos educados de la clase media alta de toda la isla hablan más o menos de la misma forma, con muy pocas diferencias de pronunciación. Pero los trabajadores agrícolas de Devon y Aberdeen, por poner un ejemplo, es posible que tengan considerables dificultades para entenderse. [Stubbs, 1976]</p>	<p><b>dialecto</b> m LING Cada una de las modalidades que presenta una lengua en las diversas regiones de su dominio, delimitadas por varias isoglosas, los hablantes de una de cuyas modalidades no tienen muchas dificultades de comprensión con los hablantes de las otras, aunque tienen conciencia de ciertas diferencias entre ellas. En el mundo griego, el término Dialektos significaba conversación, discusión o habla local [...] Además de este concepto horizontal de dialecto existe otro vertical, el de <b>dialecto social</b> o sistema lingüístico de un grupo social determinado, de particularidades sobre todo léxicas, sea con una finalidad esotérica (malhechores, facinerosos, etc.) o también formando parte de una lengua técnica o de grupo. [GEC]</p>
---	--

Como puede observarse en el recuadro anterior, los temas tratados y la cantidad de información es la misma. Esto significa que hacer legible un texto no se encuentra relacionado al nivel conceptual, sino más bien a la forma en que esos conceptos se expresan y se relacionan entre sí. Pueden establecerse las siguientes

características<sup>1</sup> a tener en cuenta

Legibilidad Alta	Legibilidad Baja
• Palabras cortas y básicas.	• Palabras largas y complejas.
• Frases cortas.	• Frases más largas.
• Lenguaje concreto.	• Lenguaje abstracto.
• Estructuras que favorecen la anticipación.	• Subordinadas e incisos demasiado largos.
• Presencia de repeticiones.	• Enumeraciones excesivas.
• Presencia de <i>marcadores textuales</i> .	• Poner las palabras importantes al final.
• Situación lógica del verbo.	• Monotonía.
• Variación tipográfica: cifras, negrita, cursiva.	

A modo de un último ejemplo, se ha extraído el siguiente fragmento de un texto académico de Glotopolítica. Si se observa con atención sólo constituye una oración. La pregunta es: ¿Dónde está lo más importante de ese enunciado?

Seguramente, podrá notarse, luego de una lectura detenida que esta información se encuentra al principio y casi al finalizar, lo que significa que la demás información que se encuentra distribuida en el fragmento citado es secundaria. Así es que podría haberse constituido más de una oración para expresar la misma cantidad de información permitiendo una mayor legibilidad

*Podemos incluir la Glotopolítica, como campo que estudia las políticas lingüísticas y responde a demandas sociales respecto del planeamiento del lenguaje (que, en sus formulaciones*

---

<sup>1</sup> Este cuadro y el anterior fueron tomados también de la obra de Cassany (1995)

*clásicas, articulaba planificación del corpus y planificación del estatus), dentro de las “disciplinas nuevas” aunque tenga una respetable trayectoria, cuyos antecedentes en el espacio universitario podemos ubicar en la década del 50 del siglo pasado.*

### ***Mal empleo de conectores y marcadores discursivos***

Los conectores y marcadores discursivos se manifiestan como mecanismos cohesivos. Permiten, por lo tanto, articular de mejor manera los enunciados que configuran un texto. La diferencia entre marcadores y conectores radica en el aspecto sintáctico.

El uso indebido de conectores puede dificultar la legibilidad y la cohesión del texto, como así también, manifestar ideas que no resultan acordes al pensamiento del escritor. El uso de conectores y marcadores discursivos se manifiesta en el siguiente ejemplo:

- a. *Los alumnos progresan **gracias al** trabajo que realizan los maestros. (Conector discursivo)*
  
- b. *Es **evidente:** los alumnos progresan gracias al trabajo que realizan los maestros. (Marcador discursivo)*

Es obvio que no puede reemplazarse un sintagma por otro. Al utilizar estos recursos debe prestarse especial atención al sentido, porque si en vez del conector del ejemplo se hace uso de otro, es posible que el sentido cambie drásticamente, como podría suceder al permutarlo por otro como a continuación se muestra:

- c. *Los alumnos progresan a pesar del trabajo que realizan los maestros.*

***Mal uso de signos de puntuación. Oraciones incompletas.***

Además de los problemas lingüísticos ya expresados, es común que la estructura de la oración se vea afectada. Esto se debe fundamentalmente al uso indebido de signos de puntuación, lo que genera oraciones incompletas o estructuras paralelas que no poseen una relación lógica entre sus componentes.

El siguiente ejemplo ha sido extraído del resumen de un texto académico, obsérvese la primera oración:

*En el presente trabajo, a partir de la observación del impacto que, según el INDEC, se deriva de los últimos resultados censales sobre la población de referencia de las Encuestas a Hogares. Se analizan algunos elementos que abren interrogantes sobre tales reajustes y se exponen acerca de un llamativo cambio de tendencia en la primacía urbana de Argentina.*

A la hora de producir, se debe tener en cuenta la estructura, y recordar que mientras más simple la oración será más fácil reconocer problemas sintácticos. Lo más conveniente es desarrollarlas de modo que se presenten con la secuencia de Sujeto-Verbo-Objeto y no provocar alternancias o cambios en el fluir normal del español, lo que se consideraría un *hipérbaton*. Esto no es otra cosa que la modificación de la posición común de los sintagmas en una oración, es un recurso muy utilizado en la poesía lírica.

Finalmente, se muestra cómo la combinación entre un signo ortográfico y un conector discursivo pueden generar problemas indeseados, particularmente al inicio de la segunda oración del fragmento citado

*Incluso algunos le asignan padres fundadores prestigiosos como es el caso de Bernard Poll (2001) que nombra a Heinz Kloss como uno de ellos. Como también aparece vinculada tempranamente con la dimensión práctica de planeamiento lingüístico a la que nos referíamos, podríamos nombrar a otros como Einar Haugen o Valter Tauli, y particularmente en el marco sociolingüístico de referencia, a Joshua Fishman o Charles Ferguson.*

La solución más sencilla y efectiva, en este caso, sería la de eliminar la partícula comparativa con la que se introduce la oración. De lo contrario, habría que cambiar el punto y seguido por una coma, lo que dejaría una estructura muy larga, que dificultaría la comprensión del escrito.

### **Observaciones finales**

#### ***Uso de tiempos verbales***

Hay un tema lingüístico al que poco se le presta atención, el uso de los verbos. En nuestra lengua, los verbos resultan ser las palabras con mayor cantidad de información morfológica, de ahí su dificultad para quienes quieren aprender español o inclusive quienes la poseen como lengua materna. En el caso de los escritos académicos se utiliza preferentemente el presente del indicativo durante gran parte o todo el texto. Sin embargo, en algunas publicaciones en particular se considera que el pretérito perfecto simple debe ser utilizado a la hora de dar los marcos teóricos y a la hora de comentar los experimentos llevados a cabo.

#### ***Equilibrio de los párrafos***

Finalmente, aunque no parezca importante, la búsqueda del

autor por equilibrar los párrafos resulta muy útil para el lector. Aunque no se relaciona directamente con cuestiones lingüísticas y sí más pragmáticas, un texto que posee párrafos medianos similares en extensión constituyen para el lector más agradable para leer. La razón se debe a que el uso de párrafos grandes hace que las expectativas del lector se vean afectadas pensando que hay mucha información y será una lectura densa. Por otra parte, un texto cuyos párrafos son muy breves, de una oración por cada uno de ellos, genera un concepto sobre el autor del que se considera no ha podido expresar detalladamente lo que necesita en el texto. Por último, un texto cuyos párrafos son muy desequilibrados puede manifestar en el lector cierto tipo de desconfianza respecto de lo que allí se dice y la cantidad de información abordada en cada uno de ellos.

## **Bibliografía**

Cassany, Daniel (1995) *La cocina de la escritura*. Barcelona. Anagrama

Cassany, Daniel (1988) *Describir el escribir*. Barcelona. Paidós

Carlino, Paula. (2004) *El proceso de escritura académica: cuatro dificultades en la enseñanza universitaria*. Educere, julio-agosto, año/vol. 8 número 026, Universidad de los Andes. Mérida, Venezuela.

Carlino, Paula (2003) La experiencia de escribir una tesis: contextos que la vuelven más difícil”, Valparaíso.

Carlino, Paula. Leer textos científicos y académicos en la educación superior: obstáculos y bienvenidas a una cultura nueva. En:  
<http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/>

unip/article/viewFile/12289/11146

Carlino, Paula. La escritura en la investigación. En:  
<http://www.udesa.edu.ar/files/ESCEDU/DT/DT19-CARLINO.PD.F>

Ciapuscio, Guiomar (1994) Tipos textuales, colección Enciclopedia Semiológica, Ed. De la Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires.

Eco, Umberto. (1984) *¿Cómo hacer una tesis?* Barcelona. Lumen

Eco, Umberto. (1979) *Lector in fabula*. Barcelona. Lumen

Lotman, Iuri. (1996) *La semiósfera. Semiótica de la cultura y del texto*. Edición digital en:  
<http://culturaspopulares.org/populares/documentosdiplomado/I.%20Lotman%20-%20Semiosfera%20I.pdf>

Narvaja de Arnoux, Elvira (2002) *La lectura y la escritura en la Universidad*. Buenos Aires.

Todorov, Tzvetan. (1996) *Los géneros del discurso*. México. Monte Ávila.

Tolchinsky, Liliana (Coord.) (2014) *La escritura académica*. Barcelona. Octaedro

## **ATRAVESAMIENTOS RESILIENTES EN LA INTERVENCIÓN SOCIAL CON GRUPOS\***

*Esp. Lic. Cruz Pérez\*\**

*Esp. Lic. Lucía Bazán*

### **Resumen**

Se procura mostrar una sucinta reseña teórica sobre el concepto resiliencia y su transversalidad en la intervención profesional con grupos. Enfoque que ha enfatizado en el modo de entender las respuestas de las personas, que en contextos de hostilidad, logran sobreponerse y posicionarse exitosamente para afrontar la realidad.

Brevemente se mencionan sus pilares y los aportes de las diferentes escuelas. Se han contemplado los escenarios propiciadores de resiliencia con el propósito de ofrecer una mirada integradora de los factores intervinientes que la generan.

Se puntúa en el espacio grupal por ser el campo de estudio e intervención en la cátedra Taller II práctica de grupo del Plan de estudio de la Carrera de Lic. en Trabajo Social FACSU-UNSJ. Al finalizar se encaminan algunas conclusiones a las que se las entiende como líneas a discutir.

**Palabras Clave** Trabajo Social, Intervención, Resiliencia, Grupo.

**Calificación JEL: Z0**

---

\* Recibido: 03/03/17 // Aprobado: 16/04/17

\*\* Facultad de Ciencias Sociales – Universidad Nacional de San Juan

**Abstract**

This work tries to show a brief theoretical overview on the concept of resilience and its transversality in professional intervention with groups. Focus that has emphasized the way of understanding the responses of people, who in contexts of hostility, manage to overcome and position themselves successfully to face reality.

Briefly mention their pillars and the contributions of different schools. The scenarios propitiating resilience have been contemplated with the purpose of offering an integrative view of the intervening factors that generate it.

It is scored in the group space for being the field of study and intervention in the workshop Workshop II group practice of the Plan of study of the Degree in Social Work FACSU-UNSJ. At the end, some conclusions are addressed and understood as lines to be discussed

**Keywords:** Social Work, Intervention, Resilience, Group.

**Introducción. Reseña Conceptual de Resiliencia**

No se niega la discusión respecto a las críticas sobre este concepto aun cuando se considere que el mismo no refiere a una visión extrema que deja toda resolución al actor social como único responsable de su situación. Remitiendo, erróneamente, en igualdad al concepto de normalidad y adaptación, con sus consecuencias de orden teórico, ético y político. Cuestiones que no se contienen en este escrito, mencionando solo las diferencias de este enfoque resiliente con enfoque de riesgo.

Con la intención de lograr amplitud conceptual sobre el enfoque resiliencia se ofrecen opiniones de diferentes autores en torno al concepto. El origen del vocablo Resiliencia se remite al término resilio que significa, volver atrás, volver de un salto, resaltar, rebotar. Posee dos bloques importantes que ilustran su especificidad:

Resistencia o capacidad de protección de su propia integridad de cara a los efectos de estrés y tensión negativos.

Elasticidad o flexibilidad para proseguir el desarrollo de los procesos constructivos.

En el campo de la Psiquiatría y Psicología, la primera que utilizó este término fue la investigadora Scoville<sup>1</sup> (1942) y posteriormente por Emily Werner (1992). En sus investigaciones observaban que las situaciones peligrosas extra familiares que vivían los niños no les ocasionaban desajustes como los que les provocaba el desarraigo familiar. Dichos datos influyeron para que

---

<sup>1</sup> Scoville, M. C. (1942). Wartime tasks of psychiatric social workers in Great Britain. *American Journal of Psychiatry*, 99, 358-363. Observó que de 201 niños en situación de grave riesgo de presentar perturbaciones en el desarrollo de su comportamiento (debido a los factores de riesgo que presentaban en sus familias como separación de los padres, violencia intrafamiliar, adicciones, psicopatologías severas, abuso sexual, extrema pobreza y maltrato infantil), 72 de ellos evolucionaron favorablemente desde su infancia, llegando a ser exitosos en la vida, a constituir familias estables y a contribuir positivamente con la sociedad, sin ninguna intervención terapéutica. Mildred C. Scoville, relata la “asombrosa resistencia”, que los niños de la guerra presentaban ante situaciones peligrosas para sus vidas. A pesar de utilizar el término “resistencia”, el mismo reflejaba claramente, los hechos traumáticos, los factores de riesgo, los elementos de protección y las evoluciones posteriores de los niños que en Gran Bretaña, debían afrontar los efectos de la segunda guerra mundial, a través de la mirada de los Trabajadores Psiquiátricos Sociales asignados.

consideraran que el termino resiliencia contenía convenientemente esos fenómenos.

Epistemológicamente, a resiliencia se la sitúa en una corriente de psicología positiva y dinámica que fomenta la salud mental. Involucra “al proceso de, capacidad para, o resultado de una conciliación exitosa”. Acrecienta el conocimiento y comprensión de las razones por las cuales algunas personas no resultan dañadas, aun cuando se observa insuficiencia en aspectos que involucren a las personas en su integridad.

Rutter<sup>1</sup> comprendía a la resiliencia como la variación individual de la persona en la manera de responder a riesgos a lo largo del tiempo.

Greene circunscribía a la resiliencia como fenómeno transaccional en el que la persona y su entorno son inseparables y mutuamente influyentes. (Greene 1999:265)

Gordon y Song se refieren a un amplio orden de conductas de adaptación, circunstancias humanas y logros humanos que son coloquialmente incluidos en lo que llamamos resiliencia. (Gordon y Song 1994:27)

Masten y Coatsworth (1998) definen resiliencia como, proceso dinámico que incluye una amplia clase de fenómenos implicados en las adaptaciones exitosas en contexto de amenazas, concurrente con cambios en las circunstancias vitales. (Citado por

---

<sup>1</sup> Rutter (1985) afirma Rutter- no debe ser entendida como la animada negación de las difíciles experiencias de la vida, dolores y cicatrices: es más bien, la habilidad para seguir adelante a pesar de ello. (Rutter, 1985; Wolin & Wolin, 1993) tomó este término de la física, denotando la capacidad de un cuerpo de resistir, ser fuerte y no deformarse. Adaptado al ser humano, resiliencia es la capacidad de prevalecer, crecer, ser fuerte y hasta triunfar a pesar de las adversidades. Caracteriza a aquellas personas que, a pesar de nacer y vivir en situaciones de alto riesgo, se desarrollan psicológicamente sanos y exitosos (Citado por Rutter, 1993). Cristina Villalba Quesada: El Enfoque de Resiliencia en Trabajo Social 2006: 04)

Cristina Villalba Quesada, *El Enfoque de Resiliencia en Trabajo Social 2006*: 04)

Por su parte Palmer (1996), describió cuatro tipos de resiliencia:

Supervivencia anómica que se refieren a las personas y familias que están en un continuo estado de disrupción y caos.

Resiliencia regenerativa, este tipo de resiliencia contempla intentos incompletos, por parte de las personas para desarrollar competencias o mecanismos constructivos de afrontamiento.

Resiliencia adaptativa, este tipo vislumbra periodos relativamente continuos de uso de competencias y estrategias de afrontamiento.

Resiliencia floreciente, significa que existe un uso extensivo de conductas efectivas y estrategias de afrontamiento. (Cristina Villalba Quesada: *El Enfoque de Resiliencia en Trabajo Social 2006*: 05)

Mientras que Masten, Best y Garmezy, han descripto tres tipos de resiliencia:

- Capacidad de sobre ponerse a las dificultades relacionada con la autonomía de diverso tipo.

- Capacidad de mantener la competencia ante realidades situacionales que generan estrés por ejemplo acoso o violencia en el entorno.

- Capacidad de recuperarse después de un trauma, por ejemplo aquellos hechos que atentan contra la persona.

La resiliencia, aunque requiere una respuesta individual, no es una característica individual ya que está condicionada por factores individuales y socio-ambientales, los que interactúan para producir una reacción excepcional frente a una importante amenaza.

Esto lleva a entender a la resiliencia como una construcción conceptual relativa que depende del equilibrio dinámico de factores

personales, familiares, sociales y su correlación con las etapas del ciclo vital. Es específico, porque generalmente está circunscrito a determinadas áreas de adaptación psicológica.

Vale decir que es un concepto asociado a numerosas características individuales y multisistémica. Es fluido y dinámico, porque es un proceso no completamente comprendido ya que hay personas, familias y comunidades que han experimentado dificultades a lo largo de sus vidas y las han superado exitosamente.

### PILARES DE LA RESILIENCIA<sup>1</sup>

Este constructo teórico sugiere una serie de peculiaridades que debieran ser tenidas en cuenta para desarrollar Resiliencia. Se entiende asimismo que tienen que ser estimuladas y reforzadas sistemáticamente con el propósito de incrementar exponencialmente la cantidad de personas resilientes en la sociedad.

a) Introspección: arte de preguntarse a sí mismo y darse una respuesta honesta.

b) Independencia: saber fijar límites entre uno mismo y el medio con problemas, es deseable mantener distancia emocional y física sin caer en el aislamiento.

c) Capacidad de relacionarse: habilidad para establecer lazos e intimidad con otras personas, para equilibrar la propia necesidad de afecto con la actitud de brindarse a los otros.

d) Iniciativa: gusto de exigirse y ponerse a prueba en tareas progresivamente más complejas.

e) Humor: encontrar lo cómico en la propia tragedia.

---

<sup>1</sup> Existen muchas apreciaciones con respecto a los pilares que sustentan la resiliencia. Los esposos Wolin (Wolin y Wolin, 1992), realizaron una recopilación a partir de varios autores, encontrando siete pilares principales: 1) Perspicacia (Insight) 2) Autonomía (Independence).3) Interrelación (relationships) 5) Iniciativa (initiative) 6) Humor 7) Ética (Morality)

f) Creatividad: capacidad de crear orden, belleza y finalidad a partir del caos y el desorden.

g) Moralidad: Capacidad para extender el deseo personal de bienestar a toda la humanidad y de comprometerse con valores. Esto es importante desde la infancia, principalmente a partir de los 10 años.

h) Autoestima consistente: Base de los demás pilares y fruto de cuidado afectivo en las primeras etapas evolutivas, en la niñez y adolescencia por parte de un adulto significativo en la vida de la persona.

### **Escuelas de resiliencia:**

Se considera atinado mencionar brevemente las escuelas que representan a los distintos investigadores que se abocaron a estudiar el tema y se diferencian por enfatizar en distintos aspectos del concepto:

-ESCUELA ANGLOSAJONA: Enfoque psicobiológico de la resiliencia, que repara en el sistema de interacciones que pueden presentarse como favorable o desfavorable en el desarrollo de cualquier persona.

-ESCUELA EUROPEA: El soporte conceptual es la teoría del vínculo, a través del concepto de representación y participación de las personas en la selección del tipo de desarrollo que desea para sí.

El cimiento de esta escuela es la psicología y los insumos básicos son; el sujeto, su comportamiento y el medio.

-ESCUELA LATINOAMERICANA: Los principios de la resiliencia para esta escuela son autoestima colectiva; identidad cultural; humor social; promoción de factores resilientes correlacionado con la etapa evolutiva y el género; compromiso con

el comportamiento resiliente y la valoración de los resultados de resiliencia.

Estos conceptos adquieren significación cuando se fusionan con las capacidades de las comunidades para edificar liderazgos éticos y participativos que procuren una toma de decisiones inclusivas en lo cotidiano para mitigar la discriminación.

### **Particularidades del enfoque Resiliencia:**

La resiliencia es la capacidad de una persona o grupo para seguir proyectándose en el futuro a pesar de acontecimientos destabilizadores, de condiciones de vida difíciles y de traumas a veces graves.

La resiliencia es un atributo que puede emerger como producto de una interacción positiva entre el componente personal y ambiental de una persona. Al respecto, el vínculo afectivo que se establece en los primeros años de vida es fundamental. No se sabe muy bien cómo, pero la interacción y las relaciones de estima entre un cuidador (madre, padre u otra persona que le brinde afecto) y un bebé desarrollan en él ciertos componentes psicológicos protectores.

Diferenciar enfoque de riesgo y enfoque de resiliencia es básico para continuar ahondando en la comprensión de lo que se está tratando en este ensayo.

El enfoque de riesgo se centra en la enfermedad, en el síntoma y en aquellas características que se asocian con una elevada probabilidad de daño biológico, psicológico o social. Pone énfasis en el deterioro, en el desgaste, en otras palabras puntúa las desventajas.

Por su parte, el enfoque de resiliencia describe la existencia de verdaderos escudos protectores contra fuerzas negativas, expresadas en términos de daños o riesgos, atenuando así sus

efectos y en ocasiones, transformándolas en factor de superación de la situación difícil.

Ambos son resultantes de la aplicación del método epidemiológico a los fenómenos sociales. Sin embargo, se refieren a aspectos diferentes pero complementarios al mismo tiempo.

Esta característica de complementariedad instituye al enfoque resiliencia como un concepto ampliamente flexible y global que robustece la promoción del desarrollo sano.

El concepto resiliencia implica un proceso que contiene factores de resiliencia, comportamientos resilientes y resultados resilientes. Esto permite emitir que:

La resiliencia se funda en una interacción entre la persona y su entorno:

Para que la resiliencia se desarrolle requiere que se ponga en marcha los recursos propios de las personas y que se trabaje sobre su ambiente o medio cultural. Esto es esencial, ya que una persona puede ser resiliente en un medio y en otro no.

La resiliencia no es una capacidad absoluta ni estable:

Si las circunstancias mejoran, la protección es mayor para el niño. Si empeoran aparecerá mayor cantidad de factores que pongan en riesgo la fortaleza del pequeño y lo vuelvan más vulnerable.

La resiliencia es una capacidad universal:

Todo niño tiene potencial para desarrollar y mostrar su resiliencia, dispone de ciertos recursos que lo pueden ayudar a sobrellevar la adversidad. La tarea tiene como propósito descubrir todas las señales de resiliencia, omitiendo su categorización como de escasa o de gran consistencia.

Así llegamos al concepto personalidad resistente, que aparece por primera vez en la literatura científica en 1972, relacionado con la idea de protección frente a estresores.

Kobasa y Maddi (entre 1977 y 1984), trabajaron con este concepto, y mostraron que las personas resistentes poseen un energético sentido del compromiso, vivencian una sensación de control sobre los acontecimientos y son permeables a cambios en la vida. Asumen las experiencias estresantes y dolorosas como otra faceta más de la existencia.

Estas aseveraciones posibilitaron manifestar, que se trata de un concepto multifactorial configurado por tres indicadores principales: compromiso, control y reto.

Sin apartarse de estas ideas referenciada y cuidando no caer en el error de afirmar que la persona queda determinada por el entorno; es que se pregona que juegan un rol importante las diferencias individuales como los recursos personales al momento de responder al contexto.

El propósito de la respuesta será crear y recrear condiciones que le posibiliten ya sea reducir la influencia, en caso de circunstancias negativas, o acrecentar el impacto en procura del cuidado, mantenimiento, restablecimiento u optimización de la salud.

Una Personalidad Resistente se funda tanto en rasgos protectores como rasgos potenciadores de bienestar. Involucra, el concepto de autoconstrucción de la persona a lo largo del ciclo vital porque capitaliza los cambios, controla las circunstancias que se presentan y asume los retos positivamente, dado que los metaboliza como posibilidades de crecimiento.

### **Escenarios propiciadores de Resiliencia**

Desde el inicio del trabajo se ha señalado que la resiliencia no es una característica innata de la persona sino que se aprende a

ser resiliente. Una de las variables que inciden en ello es que se viva o frecuente ambientes que brinden seguridad psico-socio-cultural.

La idea resiliencia relacional fue una de las contribuciones que realizó Froma Walsh. Su aporte teórico estuvo contenido en la concepción sistémica circunscrita en contextos ecológicos y evolutivos, dado que entendía a la resiliencia como producto de procesos interactivos que robustecen, tanto a las personas como a sus familias y a los grupos que integran.

En esta oportunidad se contempla lo atinente a la resiliencia en el contexto grupal ya que es el espacio que se pretende vigorizar a partir de este enfoque.

### **1) Resiliencia Grupal**

Este escenario es singularmente interesante a tener presente para desarrollar procesos resilientes. Históricamente se constituyó en espacio gravitante en cada etapa evolutiva de la persona. En este marco se lo piensa como arena propicia para generar aprendizajes sociales; que se reflejen en la comunidad.

Uno de estos aprendizajes es favorecer primeramente el descubrimiento de factores protectores. Luego incentivar a través de conductas sostenidas en el tiempo, la naturalización de la cohesión. Así como el ejercicio de deberes y derechos para afrontar las vicisitudes que puedan estar condicionando la calidad de vida de las personas.

A continuación se describen algunos tópicos que se estiman propulsores de conductas resilientes en el campo de lo grupal:

Compartir la visión y clarificarla misión, acá se desea subrayar la importancia de generar un fortalecimiento en la trama grupal para que los miembros del grupo logren incrementar acuerdos en referencia a como se ven como grupo y que requieren para lograrlo.

La introspección como arte de preguntarse a sí mismo y darse una respuesta honesta tiene aquí su incidencia. Al igual que la capacidad de relacionarse en el sentido de desarrollo de habilidades para establecer lazos e intimidad con otras personas, como respuesta a la necesidad de afecto y estimular la cualidad de brindarse a otros.

Asumirse como escenario participativo, los grupos tienen existencia en el tiempo siempre que promuevan la escucha y el respeto por la opinión de otros miembros. Tanto las habilidades sociales como los valores contribuyen a que realmente un grupo sea un espacio de participación y debate. Así la iniciativa se constituye como mecanismo de autoexigirse y ponerse a prueba en tareas progresivamente más complejas.

Como se expuso pondera la moralidad como práctica para extender el deseo personal de bienestar a toda la humanidad.

Socialización de la Información, esta es una condición necesaria para que se logren las anteriores premisas, dado que permite la igualdad de condición frente a cualquier suceso que acontezca en el grupo. Ello les posibilita acceder a los recursos externos y reconocer los recursos internos. Es así que la creatividad, como capacidad de crear orden, belleza y finalidad a partir del caos y el desorden, juega un doble rol dado que fortalece la socialización generando mayor creatividad en el seno grupal.

Acordar significados para crear códigos, este logro es resultado de la evolución en la empatía como proceso de clarificación de la misión del grupo. Compartir información contribuye a este objetivo y a su vez es otro signo relevante en la vida del grupo.

Autoestima consistente es la base de los pilares de la resiliencia y fruto de cuidados afectivos entre los miembros del grupo principalmente en las primeras etapas de su proceso.

A este aspecto el coordinador le debe prestar atención dado que su intervención en función del rol, es el de sostén y acompañamiento en el proceso de crecimiento personal y grupal.

Encauzar los encuentro, requiere estar centrado en el objetivo, dado que posibilita seleccionar opciones apropiadas sin perder de vista los factores socio operativos y socio afectivos.

Creación de espacios de meta-comunicación esta es una condición imprescindible para aclarar ideas, desactivar rumores y representaciones mentales que entorpezcan relaciones saludables.

Valoración de la diversidad este es un requisito que desmitifica el preconcepto que la diversidad es un obstáculo para alcanzar las premisas anteriores. Por el contrario enriquece la producción y amplía los marcos conceptuales y filosóficos. Esto esta concatenado con el pilar de la resiliencia moralidad en tanto capacidad para extender el deseo personal de bienestar a toda la humanidad y capacidad de comprometerse con valores que sostengan la vida grupal.

El fomento de espacios de reflexión y autoevaluación, estas instancias realizadas con honestidad y moralidad posibilitan la apropiación de conductas resilientes con agudeza y flexibilidad para avanzar en cualquier proceso.

El festejo de los logros grupales, permiten acrecentar la confianza y el sentimiento de pertenencia al grupo y eleva la autoestima.

### **Conclusión**

Cabe manifestar que hasta la década del setenta, a las problemáticas sociales se las ha definido como carencias, falencias o factores que ponen en riesgo a los seres humanos. Se prestó atención a los déficit que presentaban las personas y por lo tanto

los dispositivos diseñados para “resolver dichos problemas”, estuvieron encaminados en tal dirección.

Lo que se comenzó a detectar en distintas investigaciones fue que; ***en diferentes contextos y en múltiples circunstancias las respuestas obtenidas no eran las esperadas.***

Otro dato emanado en estas investigaciones, fue que las personas rescataban y en otros casos clarificaban un proyecto de vida, aun cuando las circunstancias que el medio les ofrecía no eran armónicas. En tal sentido, la observación abrió otra brecha para entender la realidad Social y es así que se apreciaron comportamientos inesperados, en el marco de hipótesis que habían sido confirmadas en estudios contenidos en otros paradigmas.

Este posicionamiento fue posible gracias a las investigaciones que estudiaron los factores de riesgo; cuyos resultados mostraron que un número de personas expuesta al mismo factor de riesgo no desarrollaron “patología”. Estas conclusiones nutrieron la idea de identificar qué es lo que contribuye para que las personas alcancen y sostengan un estado saludable para afrontar situaciones adversas.

Estas evidencias estimularon a científicos sociales para que encararan estrategias que impulsaran un cambio de paradigma. Es así que comenzaron a repensar estrategias teóricas metodológicas resaltando por una parte facetas salutógenas de las personas y por otra parte, enfatizando en los recursos que poseen o que pueden desarrollar conjuntamente con su entorno. Esta perspectiva claramente involucra la salud de los actores sociales.

Es posible que estas características hayan generado resistencia en algunos grupos de científicos, porque se estaría gestando un corrimiento en el modo de concebir las estrategias desarrolladas en la intervención, e incorporar otras que apunten a la prevención y promoción social.

Desde el punto de vista etiológico la resiliencia ha promovido la interrelación de distintas áreas del conocimiento; como Medicina, Ingeniería, Psicología y Trabajo Social, por citar algunas áreas. Esto señala que por naturaleza en su propia génesis la resiliencia involucra la acción interdisciplinaria para mirar la realidad, constituyéndose en competencia en cualquier campo del Desarrollo Humano.

En otras palabras, cambios en la naturaleza de los marcos conceptuales, las metas, las estrategias y las evaluaciones constantes de las categorías utilizadas hasta ese momento, contribuyeron que en el área de las metas de intervención, se promueva la apropiación positiva de la salud en la interacción grupal. Esta tendencia pretende prevenir problemas específicos que los alejen de aprendizajes que generen cambios positivos.

Este pensamiento incorpora a la salud como uno de los Derechos Humanos Universales. En tal sentido las estrategias para abordar la realidad, busca promover ventajas y aspectos positivos de la ecología de la persona, además de reducir el riesgo o las fuentes de estrés.

El Desarrollo Humano recalca en un contexto específico. Por ejemplo, si cada grupo se encuentra inmerso en un marco ecológico, entonces para comprender mejor el proceso de resiliencia se necesita considerar el ambiente y su cultura, al igual que las tareas específicas en cada etapa de su desarrollo.

Este encuadre nutre la idea, que para trabajar con grupos, es condición necesaria conocer el contexto donde despliegan la vida. Tanto las expectativas como los interrogantes que se planteen los miembros están atravesados por los valores, las pautas y los hábitos que configuran la cultura donde se han formado dichos miembros. Esta información posibilita comprender las trayectorias sociales de algunos grupos y ofrecen a su vez indicios para trabajar conjuntamente con ellos, desde un enfoque positivo fortaleciendo

la trama social cooperativa y solidaria en beneficio de su calidad de vida.

Dichos argumentos posibilitan formular otros caminos a recorrer en la tarea de vislumbrar nuevas vías para acceder y potenciar el disfrute en cada etapa de la vida grupal.

En este sentido, es necesario descubrir categorías de análisis que permitan contener conceptualmente los hechos detectados en las diferentes experiencias. Y a partir de allí sortear diferencias en cómo y desde donde definir Resiliencia; contemplado disímil nivel conceptual, empírico y metodológico, conforme a la realidad de aplicación.

### **Bibliografía**

Gordon, E.W. y Song, L.D. (1994). Variations in the experience of resilience.

M.C. Wang y E.W. Gordon (Eds.). Educational resilience in inner-city America: Challenges and prospects 27-44. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Grotberg, Edith; (2003) “Resiliencia, descubriendo las propias fortalezas” Ed. Paidós.

Kalawski, Juan Pablo y Haz, Ana María: Y... ¿Dónde está la Resiliencia? Una reflexión Conceptual. (2003) Artículo publicado revista latinoamericana de psicología /Journal of psychology Vol. 37 Nº 2 pp. 365-372.

Kotliarenco, María Angélica, Cáceres, Irma y Fontecilla, Marcelo: (1996). “Los niños son inherentemente vulnerables, sin embargo, a la vez son fuertes en su determinación a sobrevivir y crecer”. Trabajo presentado en la OPS

Ospina Muñoz, Doris y otros. (2005) “Revista Investigación y Educación en Enfermería” Medellín. Vol. XXIII.-

Quintero Velásquez, Ángela. (2005) “Resiliencia: Contexto no clínico para el Trabajo Social” Revista latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud. Universidad de Manizales. Colombia.

Villalba Quesada, Cristina: (2004) “La Perspectiva Ecológica en el Trabajo Social con infancia, adolescencia y familia” informe investigación Portularia 4, 2004, [287-298], issn 1578-0236. Universidad de Huelva Año

\_ (2006) El Enfoque de Resiliencia en Trabajo Social.



## **SAN JUAN, MUJERES Y REPRESENTACIÓN PARLAMENTARIA: ALGUNOS APORTES Y DEBATES HISTÓRICOS\***

*Hernán I. Videla\*\**

### **Resumen**

Este trabajo se fundamenta en la realización de un estudio aplicado al registro histórico de los principales procesos orientados a la reivindicación de derechos civiles de las sanjuaninas, dentro de los cuales haremos énfasis en la problemática contemporánea de la sanción y aplicación de la Ley de Cupo Provincial. Así nos remontaremos a la etapa de organización constitucional local, hasta llegar a la actualidad.

Se decidió seleccionar ciertos enfoques historiográficos específicos, como el paradigma de la Historia de las Mujeres y los lineamientos teóricos de la Historia Reciente, con todos los debates, cuestionamientos y desafíos que nos plantean. Tales perspectivas fueron implementadas metodológicamente a partir de técnicas historiográficas cualitativas particulares, como la de observación documental.

En cuanto a los resultados de la investigación, se reflejan significativos y realmente interesantes cuando se los puede contrastar con su propio devenir. Pueden, entonces, observarse críticamente las transformaciones que llevaron a San Juan de una reconocida provincia pionera en materia civil y de género a la

---

\* Recibido: 7/3/17 // Aprobado: 17/4/17

\*\* Instituto de Investigaciones de Historia Regional y Argentina "Prof. Héctor D. Arias". Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes. Universidad Nacional de San Juan. Correo electrónico: hernan\_historia@hotmail.com

novedad que arroja este trabajo: la generadora de una ley de cupo que no asegura la igualdad real de oportunidades entre los géneros para acceder a los puestos legislativos.

**Palabras clave:** Representación parlamentaria. Ley de Cupo. Historia Reciente.

### **Abstract**

This work is based on a study applied to the historical record of the main processes focused on claiming the civil rights of San Juan's women, among which we will focus on contemporary issues of enactment and enforcement of Provincial Quota Share law. Therefore we look back to the phase of constitutional organization of the Province, up to the present.

For which it was decided to select some specific historiographical approaches, namely, the paradigm of the History of Women and theoretical guidelines of Recent History, including discussions, questions and challenges involved. These prospects were implemented methodologically from particular historiographical qualitative techniques such as document observation.

About the results of this research are significant and really interesting once may contrast with the past. So can critically observe the transformations that made San Juan province in an acknowledged pioneer in civil matters and gender to finish what we discovered: today is the maker of share law doesn't guarantee real equality of opportunity between the genders to accessing the legislative seats.

**Key words:** Parliamentary representation. Quota Share Law. Recent History.

**JEL:** Z19

## Introducción

Justificamos nuestra problemática desde los cuestionamientos al sistema de cuotas de género que después de “la sanción de la ley 24.012— de Cupo Femenino— [...] establece que los partidos están obligados a incorporar un mínimo de 30% de mujeres en sus listas electorales en proporciones de posibilidades de ser electas”<sup>1</sup>. El mismo, a pesar de ser pionero en la materia, generó críticas y detractores por la contradicción entre modelo que propuso y los resultados obtenidos.

Específicamente nuestro trabajo forma parte de las investigaciones exploratorias ante lo novedoso del planteo temático. Constituye un puntapié inicial para futuras investigaciones en el área de representación parlamentaria femenina en la Provincia de San Juan, puesto que tanto por su originalidad como por su carácter no reconoce antecedentes semejantes en el área. Es menester reflejar que existen a disponibilidad obras sumamente limitadas que servirán de aproximación fáctica y teórica. A fines taxonómicamente pragmáticos las mismas se agruparon según las épocas abordadas: (a) el Cantonismo (década de 1920) con Celso Rodríguez en su trabajo “Lencinas y Cantoni”; (b) la actualidad con Mariana Carbajal y su nota “San Juan, una provincia Opus Dei”; (c) el contraste en amplitud temporal, según Pablo Lacoste autor del artículo “Mujer, vitivinicultura y participación política” y Nathalie Goldwaser responsable de “La Historia de un acontecimiento mítico: la inclusión de la mujer en el derecho político electoral” y (d) como bibliografía general a Horacio Videla con su “Historia de San Juan”, quien es citado también por los autores aludidos.

---

<sup>1</sup> Martín, María Elena. Política y género en Argentina: algunas consideraciones para su estudio. *Revista de análisis reflexión y debate en Ciencia Política*, 1 (1), 6-13. 2010.

El posicionamiento historiográfico que se ha tomado en el trabajo dista de los estudios sobre los grandes hombres, el apasionamiento por la cronología y la sobrevaloración de lo militar. Desde una renovación historiográfica, se ha proyectado en la investigación un retorno al tema político desde un paradigma crítico de acuerdo a las actuales corrientes de una nueva historiografía política “vinculada a un redescubrimiento de la importancia que tiene la acción (...) con la percepción de la importancia de lo que los norteamericanos llaman cultura política”<sup>1</sup>. Así la conceptualización por la que optamos “puede significar la actividad llevada a cabo por los gobierno u otras autoridades con poder (...) [que] implica una invocación a la identidad colectiva”<sup>2</sup>. En este sentido toma significatividad el concepto de la representación. Acordamos con Roger Chartier que se entiende una dualidad teórica en tal término, es decir por un lado “la representación muestra una ausencia, lo que supone una neta distinción entre lo que representa y lo que es representado; por el otro, la representación es la exhibición de una presencia, la presentación pública de una cosa o una persona.” Entonces, la representación es un instrumento según el cual, un objeto (sujetos o personas, en nuestro caso legisladoras), a través de una mediación “hace ver un objeto ausente” (el resto de la población femenina) al sustituirlo por su presencia y evocación. Cuando esos instrumentos son políticos y parlamentarios se transforman en “representaciones [que] pueden utilizarse para mantener un orden social o político específico”<sup>3</sup> o bien alterarlo. En nuestros propósito de diagnosticar el sistema de

---

<sup>1</sup> Burke, Peter. *Formas de hacer historia*. Madrid: Alianza, 1996, p. 89.

<sup>2</sup> *Ibidem.*, p. 19.

<sup>3</sup> Burke, Peter. *Historia y Teoría Social*. Buenos Aires: Amorrortu. 1997, p. 403.

cuotas conforme al análisis normativo que lo rige, comprendemos que

*“Con los cupos estamos hablando de representación y hasta cierto punto de democratización respecto al control hegemónico de los hombres. La presencia de mujeres no lleva necesariamente a políticas liberales, izquierdistas o aún derechistas. Como género, las mujeres no pueden categorizarse pertenecer a una sola ideología política, pero su presencia añade un carácter muy deseable de diversificación y de justicia respecto a las pasadas negaciones de capacidad ciudadana”<sup>1</sup>*

También desde el punto de vista teórico reconocemos el necesario planteo de la Historia de las Mujeres en este trabajo. Tal como Joan Scott lo expresara “la vinculación entre la historia de las mujeres y la política es a su vez evidente y compleja”<sup>2</sup> en tal relación se ubica nuestra postura crítica, a través del cambio radical de (a) el sujeto de la Historia, reemplazando a los hombres individualizados por las mujeres en colectivo; (b) la política militarizada propia de los Estadistas a la política parlamentaria local, (c) la historia cronológica, anecdótica y acontecimental a una Historia coyuntural que reivindica ciertos antecedentes pero profundiza el tiempo reciente. Está comprendida según Julio Arostegui como la modalidad de investigación del historiador, quien decide arbitrariamente (como todas sus construcciones), que la cronología seleccionada, como “denominación referencial y simplificada de la

---

<sup>1</sup> Lavrin, Asunción. Los feminismos internacionales: alternativas latinoamericanas. IHES: 16. 2001, p: 203.

<sup>2</sup> Burke, Peter. Op. Cit. 1996, p. 60.

temporalidad”<sup>1</sup>, sea próxima a su propia contemporaneidad. Así también la entiende Gonzalo Pasamar para quien el interés acerca de la contemporaneidad supone “confrontar al historiador con un pasado vivo; situarlo por lo tanto en el punto de mira de sus lectores, de sus críticos e incluso de sus mecenas.”<sup>2</sup>

Entonces el enfoque conceptual que orientará la investigación se define como una Historia reciente de las Mujeres, coincidiendo con Scott al notar que:

*“la inclusión de las mujeres en la Historia implica necesariamente la redefinición y ampliación de nociones tradicionales del significado histórico, de modo que abarque la experiencia personal (...) lo mismo que las actividades públicas y políticas”*<sup>3</sup>

Metodológicamente emplearemos un enfoque historiográfico cualitativamente orientado por la técnica de observación documental<sup>4</sup> de la legislación internacional, nacional y provincial referida a la problemática central que se entiende de la siguiente manera: ¿Cómo se configuró históricamente la condición legal de la participación política femenina y su consecuente representación en el ámbito parlamentario sanjuanino, desde la organización constitucional local hasta la actualidad? Además se proponen como objetivos indagar, como antecedentes, las transformaciones políticas que dinamizaron los derechos civiles de

---

<sup>1</sup> Arostegui Julio. *La investigación histórica: teoría y método*. Crítica: Barcelona. 1995, p. 360.

<sup>2</sup> Bresciano Juan Andrés. (comp.). *El tiempo presente como campo historiográfico*. Cruz del Sur: Montevideo. 2010, p. 21.

<sup>3</sup> Lamas, Marta. (Comp.) *El género. La construcción de la diferencia sexual*. México: PUEG. 1996, p. 267.

<sup>4</sup> Arostegui, Julio. Op. Cit., p. 182.

las sanjuaninas e inferir el producto legal que dejó como consecuencia el actual sistema de cupo femenino.

### **Antecedentes: las primeras políticas feministas de derechos civiles**

En nuestro país el acceso a los derechos políticos en general y al voto en particular, como así también a los cargos electivos, tuvo a lo largo de su trayectoria una serie de proyectos históricos. Algunos de ellos son significativos, puesto que no sólo fueron llevados al terreno de la práctica sino que, por sobre todo, fueron los primeros ensayos de elecciones con voto femenino en la Argentina.

San Juan se mostró pionera reivindicando el derecho político femenino. De acuerdo a algunos investigadores, como Dora Barrancos o Waldo Ansaldi, el acceso a la prerrogativa femenina de voto en elecciones municipales estuvo dado *desde* la época liberal<sup>1</sup>. Tal es el caso de las votaciones para elegir autoridades legislativas locales celebradas en 1864, durante la Gobernación de Domingo F. Sarmiento, en las cuales se permitió a las mujeres participar como electoras.

También habría que tener en cuenta el caso del gobierno cantonista en la Provincia cuando “una de las provisiones más trascendentes de la nueva constitución, la del voto femenino universal, se hizo realidad en las elecciones provinciales del 8 de abril de 1928”<sup>2</sup>. Las transformaciones no solo se plasmaron en la norma constitucional sino

---

<sup>1</sup> Goldwaser, Nathalie. *La Historia de un acontecimiento mítico: la inclusión de la mujer en el derecho político electoral*, ponencia presentada en las VI Jornadas de Jóvenes Investigadores del Instituto Gino Germani, realizado en Buenos Aires del 19 al 21 de septiembre de 2007, p. 4

<sup>2</sup> Rodríguez, Celso. Lencinas y Cantoni. *El Populismo Cuyano en Tiempos de Yrigoyen*. Buenos Aires: Belgrano. 1979, p. 293.

*“que a partir de 1927 las mujeres no solo votaron en San Juan, sino que también accedieron a los puestos de poder (...) Emar Acosta fue nombrada en un cargo de confianza en el Poder ejecutivo Provincial (defensora de menores). Poco después, en 1934, ella misma fue electa diputada provincial”<sup>1</sup>*

Esto convertía a San Juan en un caso único a nivel regional, nacional y latinoamericano, tanto así que mereció el reconocimiento del periódico estadounidense *The New York Times* el 19 de Agosto de 1934<sup>2</sup>, el que apuntaba:

*“La primera mujer legisladora en Argentina Doctora Emar Acosta [sic], una abogada de San Juan, la primera Provincia de la República que otorgó el voto a la mujer, quien ha ganado una victoria arrasante como candidata para la Legislatura Provincial, la primera mujer en ser electa para un cuerpo legislativo en la Historia de la República Argentina”* [la traducción es nuestra]

Hay quienes relativizan éstos acontecimientos, como Pablo Lacoste, por considerar que la participación de las mujeres en la política pública y estatal estuvo presente con bastante anterioridad. En esta aseveración se basa en que la Constitución Provincial de 1856 -en su artículo 37- permitía votar los propietarios de ambos

---

<sup>1</sup> Lacoste, Pablo. *Mujer, vitivinicultura y participación política*, Espacio Regional, 1 (5),49- 58. 2008, p.59.

<sup>2</sup> Legislatura de San Juan. Emar Acosta, *primera diputada*. Disponible en [http://www.legislaturasanjuan.gob.ar/tu-legislatura/eventos-culturales/item/download/33\\_76435226482671c4f593fad2992ae306](http://www.legislaturasanjuan.gob.ar/tu-legislatura/eventos-culturales/item/download/33_76435226482671c4f593fad2992ae306) [Consultado el 11/01/2015, 14.15 hs.]

sexos para constituir los concejos municipales de los departamentos y que en 1878 la reforma constitucional lo mantuvo intacto. Hasta éste momento primaba el criterio que sobrevaloraba a la propiedad por sobre el de género, ante lo cual los varones y las mujeres pobres quedaban radicalmente excluidas. Recién en 1883, la ley orgánica del régimen municipal en su artículo 66 otorgará el voto en las elecciones municipales a todo contribuyente (es decir, no necesariamente “propietario”) argentino sin distinción de sexo. Otro autor que se encolumna detrás de una tesis de ésta misma índole es Horacio Videla, quien en su *Historia de San Juan* asegura que “hay que descartar la creencia generalizada de que Sarmiento concedió el voto político a la mujer (...) La mujer ya votaba y siguió votando en asuntos departamentales (...)”<sup>1</sup> incluso tomando parte en cuestiones de política comunal desde tiempos preindependentistas.

En efecto, respecto a las relaciones de género, desde mediados del siglo XIX, el espacio destinado a las mujeres dentro del ámbito político oficial era francamente reducido. Sin embargo eran épocas donde no solamente la condición femenina las excluía del sistema gubernamental. Las elites dominantes, conducidas por un sistema patriarcal heredado de las rancias aristocracias terratenientes y la incipiente burguesía, excluían del gobierno a las grandes masas y las pocas mujeres que alcanzaban a desempeñar funciones en la administración del estado estaban sin dudas vinculadas a las clases hegemónicas. Las situaciones en el San Juan de Sarmiento y de los regeneradores (1874- 1890) se manifiestan como verdaderas discontinuidades de esa realidad, profundamente liberal en lo económico y conservadora en lo político-gubernamental. Por otro lado el proyecto populista de los años

---

<sup>1</sup> Videla, Horacio. *Historia de San Juan*. Buenos Aires: Academia del Plata. 1981. T. V. pp. 264- 225

1920s captaría algunas de las demandas feministas de la época y las plasmaría constitucionalmente, aunque de manera efímera pues llegado el golpe de 1930, estos avances serían suprimidos con la cínica excusa de que las sanjuaninas no podían gozar de más derecho que sus pares de otras provincias<sup>1</sup>.

### **El primer cobro de cuentas: la ley de sufragio femenino.**

El 10 de febrero de 1912, durante la presidencia de Roque Sáenz Peña, se había aprobado la ley 8871 que establecía el sufragio universal, obligatorio y secreto para todos los ciudadanos y a su vez garantizaba el sistema de lista incompleta para la elección de diputados nacionales. A propósito la “ley consagraba el sufragio universal, y en su letra, no existía mención alguna a la condición de género; sin embargo, este silencio permite la perduración de una calificación natural e invisible: en su primer artículo define la calidad de electores”<sup>2</sup> los cuales debían ser ciudadanos varones, mayores de 18 años de edad, inscriptos en el padrón militar. De esta forma, “la Argentina de los notables dejaba paso a la Argentina de los partidos, pero la mujer carecía del derecho de votar y ser elegida”.<sup>3</sup> Se consolidaba así el modelo de esferas separadas, distinguiendo funciones masculinas -civiles, militares y políticas- y femeninas a las domesticas, familiares y emocionales.

Lo cierto es que después de una intensa y larga lucha del movimiento de mujeres, con figuras destacadas como Alicia

---

<sup>1</sup> Pigna, Felipe. *Mujeres tenían que ser*. Buenos Aires: Planeta, 2012, p. 511.

<sup>2</sup> García, Fabiana, “Las mujeres en el orden cantonista. Género, política y cultura en el San Juan de los años 20”, en C. López-Chávez, *Mujeres recatadas del olvido*. 2001, p. 120.

<sup>3</sup> Deleis, Monica. Op. Cit. P. 202.

Moreau y Alfonsina Storni, recién a partir de la sanción de la ley nacional de voto femenino durante el gobierno justicialista de 1947, con gran impulso de Eva Perón, se logró sentar las bases primordiales, que aseguraron la participación de las mujeres en la política oficial. Conforme a lo explicitado por Nathalie Goldwaser, el antecedente más importante que a modo de fundamento fortaleció la ley de igualdad política de género en Argentina, fue la aludida participación de las mujeres en la política sanjuanina de otrora<sup>1</sup>. Y efectivamente, son variados los testimonios que la sustentan, por ejemplo aquellos que presenta Lacoste, a saber los discursos en los debates para su aprobación por parte de diputados nacionales en 1947. Entre ellos el legislador Oscar López quien destacaba la extraordinaria revolución del pensamiento de Sarmiento al plantear la igualdad de los sexos, Eduardo Colom quien recalcó que “en 1864 Sarmiento lo aplicó [al sufragio femenino] en los comicios sanjuaninos”. Finalmente el diputado por San Juan, Pablo Ramella expresaría que:

*“el voto de la mujer no es una novedad en las instituciones republicanas argentinas. En la provincia que represento en la época en que Sarmiento era gobernador ya se aplicaba el voto femenino en las elecciones municipales y luego por reforma constitucional de 1927, se introdujo el voto de la mujer también en las elecciones provinciales”<sup>2</sup>*

---

<sup>1</sup> Goldwaser, Nathalie. Op. Cit., p. 8.

<sup>2</sup> Lacoste, Pablo. Op. Cit., p. 63.

La iniciativa fue admitida por sendas cámaras, y la ley N° 13.010 terminó siendo promulgada el 23 de septiembre de 1947. Se esperó un año y medio para que se terminaran de confeccionar los padrones municipales, provinciales y nacionales integradores de las mujeres. Las elecciones que se celebraron en 1951, además de dejar como resultado un nuevo triunfo peronista, posibilitaron los primeros accesos a las bancadas nacionales femeninas (23 diputadas y 6 senadoras). Poco a poco, el papel de menor de edad al que fueron relegadas las mujeres en el siglo XIX y su posterior condición de reclusa del hogar fue cambiando lentamente hacia el de gestora política aun amparada en los esquemas patriarcales de mediados del siglo XX.

### **Buscando saldar deudas: la ley de cupo femenino.**

No obstante, como anteriormente lo mencionamos, con la normativa sancionada hasta mediados del siglo XX solamente se aseguraba la obligatoriedad del voto de las mujeres y se promocionaba sus candidaturas, pero hasta esa época y muchos años después no se garantizaba, con exigencias legales a los partidos políticos, su participación ni a representación femenina. Durante los años intermedios entre los golpes de estado a Juan Perón (1955) e Isabel Perón (1976) las mujeres se fueron incorporando paulatinamente al mercado de trabajo extra domiciliario, formando profesionalmente y militando de forma más activa en los partidos políticos y en las agrupaciones guerrilleras de la época. Asistimos a una transformación radical de la sociedad, sin que ella alcance a la totalidad de las mujeres ni logre una independencia demasiado profunda de los cánones machistas de la Argentina Contemporánea.

Recién devuelta la democracia comenzaron algunos debates, especialmente en los sectores feministas incluidos los de la izquierda, en torno a la garantía de asegurar cierto nivel de puestos

a las mujeres en los gobiernos constitucionales. El movimiento feminista se iría reconfigurando después de la dictadura y ampliaría sus demandas. Las mujeres irían alcanzando un mayor grado de autonomía sobre sus cuerpos y reclamarían mayor acción del estado para igualar sus derechos. La situación representativa del momento era alarmante: la presencia de las mujeres en el Congreso de la Nación oscilaba el 6%, cuando en término absolutos superaban la mitad de la población y del padrón electoral. Así en el año 1989 se presentó en el Congreso de la Nación un proyecto de ley que pondría a la Argentina, nuevamente, en la vanguardia internacional ante el compromiso del Estado en asegurar el acceso y la permanencia de determinado número de mujeres en puestos en el Parlamento Nacional (senadoras y diputadas) y en las Asambleas Generales Constituyentes (convencionales constituyentes).

Por primera vez en la Historia se aplicaba con fuerza de ley, una política pública que tendía a reglamentar los requerimientos específicos a los partidos políticos con mujeres como candidatas al Congreso Nacional por medio de la modificación del Código Electoral vigente hasta entonces. Dicho código, caratulado número 2135, databa del 18 de Agosto de 1983, es decir que, procedía del último año de la dictadura cívico-militar, durante el gobierno de facto del General R. Bignone. El dictador firmó dicha reglamentación (bajo la forma de decreto-ley por no funcionar institucionalmente el Congreso Nacional), cuando preparaba las elecciones en las cuales el Doctor Raúl Alfonsín triunfaría y asumiría la Presidencia de la Nación el 10 de diciembre de 1983.

Con el retorno del estado de derecho, y a “la hora de volver a la acción política partidaria con la retomada democrática, resultaba moneda corriente que esforzadas militantes fueran omitidas al momento de la confección de las listas de candidaturas, que no se

las tuviera en cuenta en los primeros lugares de las concejalías”<sup>1</sup>. El sistema de cupo femenino se aplicaría a modo de soluciones concretas con el objeto de permitir un balance entre la representación de género en los ámbitos de discusión política. Tal como señalara Joni Lovenduski las cuotas de mujeres parlamentarias “son, en la mayoría de los casos, medidas de carácter transitorio diseñadas para superar desequilibrios entre la representación masculina y femenina. Se trata de un esfuerzo por lograr un equilibrio político entre los sexos”<sup>2</sup>.

Específicamente la ley N° 24.012 votada por el Congreso<sup>3</sup>, establecía en su primer artículo la sustitución del antiguo artículo 60 del Código Electoral por el nuevo que rezaría: “(...) las listas que se presenten deberán tener mujeres en un mínimo del 30% de los candidatos a los cargos a elegir y en proporciones con posibilidades de resultar electas” La nueva norma sería promulgada por el entonces Presidente Carlos Menem el 3 de diciembre de 1991. De acuerdo a Dora Barrancos que el peronismo haya apoyado esta demanda de las mujeres<sup>4</sup> responde a la necesidad de satisfacer al feminismo parcialmente y no avanzar más allá en el asunto de la despenalización del aborto<sup>5</sup>.

Ahora bien, la reglamentación de ésta ley tuvo una serie de problemas. Por eso es que la primera versión, tras siete años de reclamos, fue reemplazada. En el primer caso el decreto

---

<sup>1</sup> Barrancos, Dora. *Mujeres en la sociedad argentina, una historia de cinco siglos*. Buenos Aires: Sudamericana, 2007. Cap. VII, p. 296.

<sup>2</sup> Mendez, Myriam; Ballington Julie (Eds.). *Mujeres en el parlamento, más allá de los números*. Estocolmo: Internacional IDEA, 2002, p. 225.

<sup>3</sup> El 6 de noviembre de 1991.

<sup>4</sup> Las posiciones partidarias estuvieron divididas, la ley terminó recibiendo apoyo del justicialismo y los radicales mientras que los más conservadores e incluso el socialista Luis Zamora no acompañaron el proyecto.

<sup>5</sup> Barrancos, Dora. Op. Cit., p. 299.

reglamentario de la ley N° 24.012, bajo la nomenclatura de 379/93, data del 8 de marzo de 1993, tres años después de su sanción.

Se cita entre sus considerandos “que la finalidad de la Ley es lograr la integración efectiva de la mujer en la actividad política evitando su postergación al no incluirse candidatas femeninas entre los candidatos con expectativa de resultar electos”. Reconoce hasta la fecha el estado de precariedad en tanto participación femenina no solo en los cargos de diputadas y senadoras nacionales en particular sino en la actividad política en general.

En las elecciones legislativas de 1993 ganó el oficialismo justicialista, el cual obtuvo del Congreso la habilitación con más de los dos tercios de sus miembros para convocar un año después a la elección de Convencionales Constituyentes. La nueva carta, jurada en 1994, otorgaba rango constitucional a una normativa internacional feminista preexistente a la reforma. Concretamente declara que: “(...) *los tratados y concordatos tienen jerarquía superior a las leyes. (...) La Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer [entre otros pactos], en las condiciones de su vigencia, tienen jerarquía constitucional, no derogan artículo alguno de la primera parte de ésta Constitución y deben entenderse complementarios de los derechos y garantías por ella reconocidos*”.<sup>1</sup>

La Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer o *CEDAW* en por sus siglas en inglés había sido el resultado del trabajo de varios años, llevado a cabo por la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer, creada en 1946 por el Consejo Económico y Social de la Organización de las Naciones Unidas. Dicha Comisión, teniendo como fundamento a la Declaración sobre la Eliminación de la Discriminación Contra la Mujer de Naciones Unidas de 1967, empezó a preparar la *CEDAW* hacia 1974. En 1975 se celebró por

---

<sup>1</sup> Artículo 75, inciso XXII de la Constitución Nacional.

primera vez la Conferencia Mundial sobre la Mujer, que integra la Declaración y la Asamblea General de Naciones Unidas, la cual finalmente la ratifica el 18 de diciembre de 1979.

La Convención tiene como meta excluir efectivamente todas las formas de discriminación contra la mujer de las esferas públicas o privadas, exigiendo a los estados firmantes modificar su legislación con tal fin. También instituye un programa de acción para posibilitar la eliminación de la discriminación por motivos de género, es decir que los países que ratifican el Convenio tienen el deber de garantizar la igualdad de género en su legislación nacional, derogar todas las normativas discriminatorias en sus leyes, y promulgar nuevas disposiciones para proteger a las mujer. Propone la creación de un Protocolo Facultativo, que se encargará de la reglamentación y la observancia de lo dispuesto en el tratado.

En congruencia con lo expuesto por la *CEDAW*, el texto de la nueva Constitución, aprobado el 22 de agosto de 1994, instituía entre sus reformas la inclusión del nuevo segundo capítulo en su primera parte, denominado “Nuevos derechos y garantías”. En él, declaraba “La igualdad real de oportunidades entre varones y mujeres para el acceso a cargos electivos y partidarios se garantizará por acciones positivas en la regulación de los partidos políticos y en el régimen electoral.”<sup>1</sup> En el mismo sentido, se incluía una novedosa atribución al Congreso de la Nación, según el cual es potestad del Poder Legislativo Nacional “Legislar y promover medidas de acción positiva que garanticen la igualdad real de oportunidades y de trato, y el pleno goce y ejercicio de los derechos reconocidos por esta Constitución y por los tratados internacionales vigentes sobre derechos humanos, en particular respecto de (...) las mujeres”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Artículo 75 de la Constitución Nacional.

<sup>2</sup> Artículo 75, inciso 23 de la Constitución Nacional.

La ley de Cupo 24.012/91, en conjunto con su decreto reglamentario N° 379/93, tenían competencia nacional, implicándose solo a Senadores y Diputados del Congreso Nacional, y eran preexistentes aunque no contradictorios a la nueva Constitución. Aun así dichas normativas no afectaban de manera alguna a los Códigos Electorales de las Provincias. No obstante si los Estados Provinciales no modificaban en tal sentido sus legislaciones, entrarían en conflicto con la Constitución recientemente reformada, puesto que como miembros de un estado federal estaban subordinados al imperio de la ley fundamental. Por ende, la *CEDAW* a partir de 1994, tenía plena vigencia sobre cualquier ley en la Provincia de San Juan, y en el resto del país.

La *CEDAW* disponía categóricamente, entre otras acciones legales especiales, que se debían tomar medidas en cualquier ámbito, “incluso de carácter legislativo” que garanticen el desarrollo de la mujer y el pleno uso de sus derechos, en igualdad de condiciones con el hombre<sup>1</sup>; que eliminen la discriminación de la mujer en la vida política y pública de la mujer. Las normativas debían asegurar además mediante el voto la posibilidad real de ser electas para todos los organismos, cuyos integrantes sean el fruto de elecciones públicas y de ocupar y ejercer cargos en la totalidad de las funciones públicas en absolutamente todos los planos del gobierno<sup>2</sup> en el caso argentino en los ámbitos federal, provincial o municipal, siendo garantes de la equiparación real en las oportunidades igualitarias entre hombres y mujeres para ocupar un puesto electivo.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>*Convención sobre la Eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer* (vigencia constitucional argentina desde 1994). Artículo 3 y Artículo 4.

<sup>2</sup>Idem, Artículo 7.

<sup>3</sup> Idem.

La solución del conflicto entre la *CEDAW* y San Juan, sería que la Provincia se adecuara con rapidez y solvencia, al nuevo panorama legal, teniendo como principios rectores la paridad de géneros y la seguridad de ofrecer oportunidades de acceso a cargos, entre otros legislativos, a las mujeres en condiciones de igualdad.

En teoría los mecanismos institucionales se articularon expeditamente y la Cámara de Diputados, órgano del Poder Legislativo Unicameral de la Provincia de San Juan, se puso a la altura de las circunstancias. El día 13 de octubre de 1994 en la Sala de Sesiones de la Cámara de Diputados, se sancionaba la ley N° 6.515, que podríamos denominar “Ley de cupo provincial”. Al igual que su homónima nacional, era modificatoria del Código Electoral y en su cuerpo se lee “las listas que se presenten deberán incorporar mujeres en un mínimo del treinta por ciento (30%) de los candidatos a elegir. No será oficializada ninguna lista que no cumpla con este requisito”. A simple vista reza un texto casi idéntico a la ley nacional, pero profundizando hallamos el principal inconveniente para su aplicación. Omite un dato fundamental, quizás más significativo todavía que el porcentaje. Descarta terminantemente referencia alguna a la factibilidad de la elección. Si contrastamos ambas leyes, dicen prácticamente lo mismo. No obstante la ley local, prescinde de un detalle importante que si contempla la ley nacional, conforme a lo que ya fijara posteriormente tanto la *CEDAW* (y) en la Constitución Nacional, en cuanto a la elegibilidad y a “la igualdad real de oportunidades entre varones y mujeres para el acceso a cargos electivos” explícitas. Concretamente no establece, que las mujeres que compongan el 30% estarán ubicadas ordinalmente en condiciones de resultar electas.

El paso legal posterior exige la comunicación al Poder Ejecutivo, para que éste tome parte. En el caso nacional el Presidente Menem dilató el tiempo de la reglamentación de la

normativa su sanción desde noviembre de 1991 para su posterior promulgación y publicación en el Boletín Oficial en Diciembre del mismo año. Recién en marzo de 1993 reglamentó la ley, sobre las bases ya descritas.

En cambio la ley de cupo provincial una vez firmada por Dr. Eduardo J. Gil<sup>1</sup> y rubricada por el diputado justicialista, Dr. Emilio Mendoza<sup>2</sup>, continuó su curso legal a la Gobernación. Como modificatoria del Código Electoral<sup>3</sup> Provincial, fue promulgada con fecha 31 de octubre de 1994 y dada para su publicación en el Boletín Oficial de la Provincia<sup>4</sup>. La normativa entró en vigencia sin ningún tipo de reglamentación que ordenara su aplicación real a partir de una interpretación que no alterase su espíritu. En contraste con su análoga nacional, el Gobernador de entonces Dr. Juan Carlos Rojas, no firmó en lo absoluto ningún decreto que regularizara sistemática y orgánicamente a la flamante ley. Carente tanto en el texto de la ley como de un reglamento que otorgue una oportunidad real a las mujeres que integren en el 30% sus listas “en proporciones con posibilidades de resultar electas”, se dejó a criterio y discrecionalidad de una decisión partidaria, la ubicación ordinal de estas en la lista.

### **El siglo XXI y las continuas oportunidades desaprovechadas**

La salvedad y modificación de la ley, como así de su respectivo decreto reglamentario son cuestiones reparables por las autoridades competentes, aunque desde 1994 hasta la fecha dichos

---

<sup>1</sup> Secretario Legislativo de la Cámara de Diputados de la Provincia de San Juan.

<sup>2</sup> Por entonces a cargo de la Presidencia de la Legislatura Provincial.

<sup>3</sup> Ley provincial N° 5636.

<sup>4</sup> Archivo General de la Gobernación. Expediente N° 2247, letra C, año 1994, Folio 9.a.

mecanismos en San Juan no hicieron lo propio y tanto una como la otra aún se mantienen intactas.

A nivel nacional por ejemplo, se dio prueba de dichos mecanismos. En el año 2000 el presidente De La Rúa suscribió un nuevo decreto reglamentario, que modificaba el anterior a raíz de que el paso del tiempo y otras circunstancias habían llevado a que tanto las autoridades públicas como partidarias, la opinión pública, y especialmente las mujeres en el país considerasen que la ley de cupo no estaba surtiendo los efectos esperados. Tomando este antecedente como un considerando el presidente en uso de sus atribuciones, optó por derogar la antigua reglamentación menemista.

El nuevo decreto<sup>1</sup> que aún tiene vigencia, datado el 28 de diciembre del 2000, establece que en cualquier circunstancia prevalecerían las medidas “de acción positiva” a favor de la tan mentada y debatida “igualdad real de oportunidades entre varones y mujeres para el acceso a cargos electivos”. Sintéticamente los cambios que se incorporaron favorecían la posibilidad de acceso real de mujeres a los cargos electivos legislativos nacionales, determinando prioridad femenina en la ubicación de los puestos como candidatas.

La situación en San Juan, después de los gobiernos provinciales de Jorge Escobar, Alfredo Avelín, Ubaldino Acosta, José Luis Gioja y Segio Uñac con sus respectivas legislaturas, no cambió en lo más mínimo. Transcurrían los últimos meses del año 2006 y se presentaba en el Congreso de la Nación aquel Protocolo Facultativo que había dispuesto la ONU<sup>2</sup> para la aplicación de la *CEDAW* que desde ya hacía más de una década tenía rango constitucional en el país. El reglamento hacía hincapié en casi todo

---

<sup>1</sup> Nº 1243/00

<sup>2</sup> Adoptado por la Asamblea General de la ONU el 6 de Octubre de 1999.

su cuerpo, en la autoridad de un Comité para la eliminación de la discriminación contra la mujer, la cual era competente en recibir denuncias y actuar sobre los estados parte.

Tal protocolo fue aprobado efectivamente, por el Congreso Nacional sancionándose el 15 de noviembre de 2006<sup>1</sup>. Sin embargo hay que reflexionar sobre la posición sanjuanina al respecto. Mariana Carbajal, reconocida investigadora argentina acerca de la problemática de Género, hecha luz sobre el tema:

*“Dos de los doce senadores que se opusieron el 1° de noviembre a la aprobación del Protocolo Facultativo de la (...) Cedam, por su sigla en inglés fueron sanjuaninos: César Gioja y Roberto Basualdo. Acataron un pronunciamiento en ese sentido de la Legislatura sanjuanina, que el 10 de Noviembre de 2005 votó por una iniciativa por la cual se instruye a los legisladores nacionales por esa provincia para que rechacen la ratificación de ese instrumento fundamental para la defensa de las mujeres por considerar que «deja abierta una brecha por la cual se introducirían, a nuestro derecho interno, normas que atenten contra los derechos humanos y violenten valores tradicionales de la sociedad argentina (...)» En los fundamentos del proyecto de comunicación aprobado por la Legislatura sanjuanina, los diputados rechazan el Preámbulo de la Convención que dice así: «Un cambio en los roles tradicionales tanto del hombre como de la mujer en la sociedad y en la familia son necesarios, a fin de alcanzar una completa igualdad entre el hombre y la mujer»”.*<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Bajo el código N° 26.171/06 y promulgándose de hecho el 6 de diciembre de 2006.

<sup>2</sup> Carbajal, Mariana. *San Juan, una Provincia Opus Dei*. Página/12. 13 de Noviembre de 2006, Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-76116-2006-11-13.html> [Consultado el 10/10/2015 a las 14.30 hs]. 2006.

Este panorama refleja, que en casi quince años la Legislatura de San Juan no se encargó de revisar una ley, que en definitiva se sancionó por presión de un Convenio internacional con carácter constitucional y en la cual no garantizó lo que éste determinaba. Por el contrario se ocupó de sancionar una recomendación que sugería a los representantes de San Juan en el Senado de la Nación, no aprobar un protocolo propio de ese Convenio Constitucional, consejo que fue seguido al pie de la letra por la mayoría de sanjuaninos considerados los representantes sanjuaninos ante la nación.

En la actualidad las demandas feministas son variadas y la participación de las mujeres en la vida política formal de país muy activa. El papel de la mujer ha cambiado bastante y hoy se las ubica en una posición más empoderada laboral, familiar y gubernamentalmente que en otras etapas de la historia argentina y local. Aun así sus reclamos siguen siendo muchas veces desoídos y su representación política y parlamentaria deficiente en contraste a la de los varones.

### **Consideraciones Finales**

En cuanto a los criterios esbozados en la introducción, a lo largo del desarrollo se logró reconstruir un recorrido histórico indagando acerca de principales procesos políticos, en los que nuestra Provincia se vio fuertemente involucrada, con respecto a la configuración de la dinámica de avances y retrocesos en la igualdad de derechos civiles- genéricos, haciendo énfasis en las momentos coyunturales de la historia local por medio de fuentes específicas de la época. A saber la Constitución Provincial de 1856 y su reforma de 1878, la Gobernación de Sarmiento de 1864, la Ley orgánica de Régimen Municipal de 1883, el gobierno cantonista a fines de la década de 1920 y principios de los años 30s. También examinamos la supuesta solución a la participación de las mujeres en el ámbito

legislativo con la ley de cupo provincial a fines del siglo XX. A nivel nacional se tuvieron en cuenta los procesos de la misma naturaleza en la época del primer peronismo (ley de voto femenino), fines de la dictadura cívico- militar (actual código electoral), el alfonsinismo (inicio de los planteos de la ley de cupo), el menemismo (sanción, reglamentación de la ley de cupo, y reforma constitucional) y los aportes del gobierno de la Alianza (reemplazo del decreto reglamentario de los 90s) hasta inclusive de la etapa Kirchnerista con la aprobación del Protocolo Internacional CEDAW.

La última parte de éste trabajo pretendió demostrar las ambigüedades legales y las paradojas democráticas de nuestro sistema electoral. San Juan mantiene todavía vigente una legislación que intenta igualar en condiciones a los géneros en cuanto a acceso a escaños, contradictoriamente no lo garantiza en la misma ley. Además de reflejar las oportunidades de modificar tal situación por parte de los legisladores (y más paradójicamente todavía, legisladoras) y gobernadores en más de veinte años, resulta preciso reivindicar el compromiso académico de ser actores de un cambio social profundo ya que desgraciadamente la lucha por la equiparación de derechos entre varones y mujeres no tiene tregua, y de tenerla siempre funciona como potenciación de la hegemonía masculina. Y por lo estudiado hasta aquí, se considera que nos hallamos en tal tregua, basta solo con mirar los desalentadores índices de mujeres en la Legislatura Provincial y en los Concejos deliberantes y contrastarla con la ley de cupo local, que según su significación política vino a remediar el asunto pero que en el fondo sigue dando preponderancia a un conservadurismo de la (¿vieja?) política patriarcal.

## **Bibliografía**

- Ansaldi, Waldo; Giordano, Verónica. *América Latina, la construcción del Orden*. Buenos Aires: Ariel. 2012.
- Arostegui Julio. *La investigación histórica: teoría y método*. Crítica: Barcelona. 1995.
- Barrancos, Dora. *Historia, Historiografía y Género, Notas para la memoria de sus vínculos en la Argentina*. La Aljaba, segunda época, 1 (05).2005.
- . *Mujeres en la sociedad argentina, una historia de cinco siglos*. Buenos Aires: Sudamericana, 2007.
- Bresciano Juan Andrés. (comp.). *El tiempo presente como campo historiográfico*. Cruz del Sur: Montevideo. 2010.
- Burke, Peter. *La Revolución historiográfica francesa*. Barcelona: Gedisa.1994
- . *Formas de hacer historia*. Madrid: Alianza. 1996.
- . *Historia y Teoría Social*. Buenos Aires: Amorrortu. 1997.
- Carbajal, Mariana. *San Juan, una Provincia Opus Dei*. Página/12. 13 de Noviembre de 2006, Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-76116-2006-11-13.html> [Consultado el 10/10/2015 a las 14.30 hs]. 2006.
- . “El Género de la política también se escribe en femenino”. *Cuadernos por una nueva independencia*. 1/2014. Buenos Aires: 2014.
- Chartier, Roger. *El mundo como representación*. Barcelona: Gedisa.1996.
- García, Fabiana, “Las mujeres en el orden cantonista. Género, política y cultura en el San Juan de los años 20”, en C. López-Chávez (dir.), *Mujeres recatadas del olvido*. San Juan, FFHA, 2001, pp. 115-147.
- Goldwaser, Nathalie. *La Historia de un acontecimiento mítico: la inclusión de la mujer en el derecho político electoral*, ponencia presentada en las VI Jornadas de Jóvenes Investigadores del Instituto

- Gino Germani, realizado en Buenos Aires del 19 al 21 de septiembre de 2007.
- Deleis, Mónica. *Mujeres en la política argentina*. Buenos Aires: Aguilar. 2001.
- Lacoste, Pablo. *Mujer, vitivinicultura y participación política*, Espacio Regional, 1 (5),49- 58. 2008.
- Lamas, Marta. (Comp.) *El género. La construcción de la diferencia sexual*. México: PUEG. 1996.
- Lavrín, Asunción. Los feminismos internacionales: alternativas latinoamericanas. *IHES*: 16. 2001.
- Leal, Dani; Szil, José; Lozoya, José; Bonino, Luis. *Algunas sugerencias para impulsar grupos de hombres*. Disponible en [http://www.jerez.es/fildeamin/documentos/Hombrexiguidad/fondo\\_documental/Movimiento\\_hombres\\_igualitarios772.pdf](http://www.jerez.es/fildeamin/documentos/Hombrexiguidad/fondo_documental/Movimiento_hombres_igualitarios772.pdf) [Consultado el 10/01/2015, 12.15 hs.]
- Legislatura de San Juan. Emar *Acosta, primera diputada*. Disponible en [http://www.legislaturasanjuan.gob.ar/tu-legislatura/eventos\\_culturales/item/download/33\\_76435226482671c4f593fad2992ae306](http://www.legislaturasanjuan.gob.ar/tu-legislatura/eventos_culturales/item/download/33_76435226482671c4f593fad2992ae306) [Consultado el 11/01/2015, 14.15 hs.]
- Lizbona Cohen, Alexandra. *Los efectos estructurales, institucionales y culturales en la representación parlamentaria de las mujeres en América latina* (1990- 2010) (Tesis magistral inédita). Área de Ciencia Política y de la Administración. Universidad de Salamanca. 2001.
- Martin, María Elena. Política y género en Argentina: algunas consideraciones para su estudio. *Revista de análisis reflexión y debate en Ciencia Política*, 1 (1), 6-13. 2010.
- Mendez, Myriam; Ballington Julie (Eds.). *Mujeres en el parlamento, más allá de los números*. Estocolmo: Internacional IDEA, 2002.
- Pigna, Felipe. *Mujeres tenían que ser*. Buenos Aires: Planeta, 2012.

Rodríguez, Celso. *Lencinas y Cantoni. El Populismo Cuyano en Tiempos de Yrigoyen*. Buenos Aires: Belgrano. 1979.

Videla, Horacio. *Historia de San Juan*. Buenos Aires: Academia del Plata. 1981.

#### **Fuentes:**

***Internacionales:*** *Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer*. (1979) ONU/ *Protocolo Reglamentario de la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer*. (1999). ONU.

***Nacionales:*** *Constitución Nacional* de 1994; *Leyes nacionales:* (a) 13.010/47; (b) 24.012/91; (c) 26.171/06 *Decretos reglamentarios nacionales:* (a) 379/93; (b) 1.246/00 *Decreto ley:* 2.135/83

***Provinciales*** *Constitución Provincial* de 1856 *Leyes provinciales:* (a) 5636/87; (b) 6.515/94.



## **NOTAS**



**RESEÑA DE LIBRO: OLIVERA, JUSTO LINDOR,  
FONTANA. BIOGRAFÍA DE UN PATRIOTA.  
BUENOS AIRES, CORREGIDOR, 2011. 349  
PÁGINAS.**

*Ana Fanchin<sup>1</sup>*

El autor es oriundo de Catamarca, pero como el mismo afirma es formoseño por adopción. Precisamente es en esa provincia litoraleña argentina donde ha desempeñado su profesión docente y ha emprendido su labor historiográfica.

Entre sus aportes a la historia regional, ha cultivado el género biográfico. Al respecto, no puedo dejar de mencionar la biografía del Dr. Esteban Laureano Maradona, editada en 1998, que ha contribuido a perpetuar la memoria del abnegado médico que sin banderías políticas, ni intereses mezquinos, asistió en la guerra del Chaco a soldados paraguayos y bolivianos por igual. Al finalizar la contienda, cuando regresaba a su país –Argentina-, por circunstancias del destino y decisión personal, se estableció en el paraje de Guaycurri (Estanislao del Campo, en Formosa) para brindar sus servicios a las comunidades pilagás y tobas, condolido por su completo desamparo.

Con igual meticulosidad en el análisis y el mismo entusiasmo, el autor reconstruye en la obra que hoy presento, la biografía de Luis Jorge Fontana. Aunque en esta biografía trata sobre una personalidad muy distinta a la referida, ambos guardan la semejanza de haber encontrado sentido a sus vidas sobre la base de férreos principios y con pleno convencimiento de sus acciones.

---

<sup>1</sup> Dra. en Historia – Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes - Universidad Nacional de San Juan.

El protagonista, Luis Jorge Fontana, naturista y militar, respondió fielmente a los designios de su tiempo. Cuando desde el poder se imponía un rumbo acelerado en pro de la “civilización”, él fue una figura clave en ese proceso. Así es que combatió en la guerra de la Triple Alianza, y luego ocupó importantes cargos en Chaco y Chubut, hasta que finalmente –en 1897- se trasladó a San Juan. En esta provincia, en que transcurrieron sus últimos años, dejó también su impronta desempeñando un múltiple accionar. En su nuevo destino prosiguió con sus compromisos militares, ocupando el cargo de Inspector General de Milicias hasta 1904 en que por decreto del presidente Roca se dispuso su retiro, manteniendo su sueldo, habiendo cumplido cuarenta y cinco años de servicio. Sin embargo, este retiro se restringió a su carrera militar, porque continuó esmerándose en variadas funciones, como la de ocupar una banca en la legislatura provincial y dando impulso a actividades científicas y pedagógicas. Por su iniciativa se creó el Museo Provincial de Ciencias Naturales, del que fue nombrado director “*ad honorem*” y mantuvo correspondencia con instituciones afines del país y del exterior. De igual modo, fue impulsor de otros tantos proyectos, como el sentar precedente en la instalación de un Observatorio Sismológico, estimulando estudios en la materia cuando todavía no estaban desarrollados en la región, a pesar de sus características sísmicas.

A través de sus páginas el libro visibiliza al protagonista, tanto en el ámbito privado como en el público durante el transcurso de su vida, desde mediados del siglo XIX hasta comienzos del XX. Al mismo tiempo que permite comprender un tiempo histórico, en instancias en que se consolidaba el estado nacional y se ponía en marcha el proyecto de modernización del país, propugnado por la llamada “*generación del '80*”.

Se conjugan en esta biografía los preceptos fundamentales de una historia científica, basada en el análisis riguroso de

multiplicidad de fuentes, y la exteriorización de las ideas y conceptos personales del autor. Es por ello que recomiendo su lectura a todos los interesados por conocer ese pasado, y a jóvenes investigadores que decidan orientar sus estudios en este campo historiográfico. Más aún en el presente, cuando la biografía recobra vigencia en los últimos años con el auge de la microhistoria y el rescate del individuo como sujeto de la historia.



## **EL DESCUBRIMIENTO DE AMÉRICA: UNA MIRADA LATINOAMERICANA**

*Por Elio Noé Salcedo\**

En “*La Conquista de América. El problema del otro*”, cuando habla del *descubrimiento*, Tzvetan Todorov, que es europeo igual que Colón y gran crítico de éste, afirma que don Cristóbal descubrió América “pero no a los americanos” (1).

No podía ser de otra manera. La percepción está necesariamente determinada por la unidad del punto de vista del observador, por lo que sería infructuoso pretender que Colón, que nunca supo que había descubierto un nuevo mundo, *descubriera a los americanos*; ni que Todorov, que nos mira desde Europa, comprenda así como así a Nuestra América.

Aclaremos de paso, que **tampoco América era América antes de la llegada de los españoles** –ni para los españoles ni para ninguno de los pueblos preexistentes en nuestro territorio–, ya que aparte de no constituir entonces una *unidad*, dicho nombre le fue adjudicado recién en 1507 (2). Lo que sí sería imperdonable, es que *los latinoamericanos* –como actualmente nos identificamos y nos identifican– no sepamos quiénes somos, de dónde venimos ni hacia dónde vamos, a causa o consecuencia de no saber dónde estamos parados en la historia.

Más allá del juicio que el descubrimiento, la conquista y la colonización española nos provoque, no podemos dejar de admitir que los españoles no podían dejar su ideología europea antes de bajar de las carabelas (3), como tampoco los pueblos nativos de las Antillas, México o el Cuzco podían dejar de tener las creencias, convicciones y presentimientos, según había sido conformada su conciencia, por siglos.

---

\* Investigador del Instituto de Investigaciones Administrativas y Contables (IIAC) de la Facultad de Cs. Sociales de la UNSJ.

Dejando a un lado que el propio Cristóbal Colón desconoció hasta su muerte lo que había descubierto, **el acontecimiento de 1492 resultó un descubrimiento tanto para los españoles como para los pueblos que habitaban nuestro Continente, en la medida en que ambos desconocían la existencia del otro.**

En verdad, más allá de las controvertidas particularidades del caso, **el “descubrimiento” de Colón no fue el primero sino en todo caso el último**, si reparamos en el hecho de que fue a partir de ese momento que los hombres descubrieron “la totalidad de la que formaban parte, mientras que, hasta entonces, formaban una parte sin todo” (4), como acierta decir Todorov.

De cualquier manera, en cuanto al “descubrimiento” del Continente, como advierte el historiador revisionista Roberto Ferrero, de no haberlo hecho Colón, *“con seguridad lo habría efectuado algún otro navegante español, o los portugueses, que desde hacía varias décadas venían enviando expedición tras expedición en dirección a las entrevistas tierras de Oriente”* (5). Lo extraño hubiera sido –coincidimos- que *“semejante masa geográfica, que se extiende de norte a sur, de polo a polo y se interpone como una barrera infranqueable a la navegación de altura, nunca fuera topada por marino alguno”* (6), dada la “movilidad histórica” que comenzaba a experimentarse en Europa con la gestación del capitalismo. En ese sentido, el 12 de octubre de 1492 *“no fue un suceso extraordinario acaecido sorpresiva e imprevisamente”*, sino la culminación *“de un atrevido proceso de avances de la burguesía mercantil europea en dirección al Oeste”* (7).

### 1. El encuentro de dos mundos

Como queda dicho, tarde o temprano, el “encuentro” y “choque” de esos dos mundos prácticamente eran inevitables. (Lo que no era inevitable –esa es la gran diferencia entre el mundo *indohispano* y el mundo *anglosajón-*, era el proceso de “fusión” y/o mestización posterior, situación que de ningún modo se verificaría en la conquista y colonización anglosajona en Norteamérica, en la que no habría mestización ni “nueva raza” sino la reproducción, hasta hoy, de la misma raza blanca *conquistadora*).

Pues bien, en su devenir, entre el primero (varios miles de años antes) y el último descubrimiento, la historia había deparado:

1) un recambio constante en el dominio de unos pueblos sobre otros, según su desarrollo material, técnico y militar, y 2) consecuentemente, una mestización natural de las etnias y culturas (otro fenómeno permanente en la historia), producto en ambos casos de incesantes migraciones internas y externas y un permanente proceso de “*encuentro, choque y fusión*” entre los pueblos.

En “*Encuentro, choque y fusión en las civilizaciones prehispanicas*” hemos verificado “ese proceso en la historia de las dos principales civilizaciones prehispanicas: la del Imperio Azteca y la del Imperio Inca” (8). A ello se debe que las etnias que dominaban a la llegada de los españoles no fueran tampoco las mismas que habían dominado en épocas pretéritas, y que –experimentadas ya en el intercambio con otros pueblos o cautelosas por los presagios ancestrales- permitieran que “*el encuentro*” de 1492 (como habían sido otros, según lo confirman crónicas y estudios al respecto), fuera en un principio bastante “natural” y pacífico (9).

Coinciden todas las crónicas: los primeros encuentros entre nativos y españoles fueron pacíficos, más allá de la desconfianza, los temores y el desconocimiento que, lógicamente, poseían unos de otros. Es más, pronto comienzan los intercambios de objetos, el descubrimiento de los usos y costumbres de cada uno, las invitaciones a nuevos encuentros y el recibimiento por parte de las respectivas autoridades de las embajadas visitantes.

Asegura el mismo Todorov que “*a falta de palabras –ya que no hablan el mismo idioma-, indios y españoles intercambian, desde el primer encuentro, pequeños objetos sin importancia*” (10). Ello puede entenderse como una vieja práctica de los pueblos antiguos, acostumbrados a la interacción con otros pueblos recién llegados y a la convicción también en este caso, de que los visitantes son *enviados de los dioses*, tanto que –como refiere Todorov- “*encontramos una confirmación global de esta actitud de los indios frente a los españoles en la misma construcción de los relatos indígenas de la conquista*”, que “*invariablemente empiezan con la enumeración de los presagios que anuncian la llegada de los españoles*” (11).

Tanto es así que el primer enfrentamiento abierto –que tampoco significa romper lanzas con los advenedizos- se produce recién tres meses después: el 13 de enero de 1493. Ni siquiera la destrucción del fuerte La Española, con la muerte de sus 40 ocupantes, antes del segundo viaje de Colón a nuestra América, va a cambiar mucho las cosas. Gajes del oficio que ambas partes asumen como lo “natural” de todo encuentro entre pueblos distintos.

Otro tanto ocurre con los descubridores y más tarde conquistadores de México, cuando entran en contacto con los representantes de Moctezuma, quienes le ofrecen ricos presentes, ingresando finalmente a México después de recibir una embajada del **cacique totonaca de Cempoala, enemigo de los mexicas (y ahora aliado de los españoles)**, con quien, lo mismo que con otros pueblos colindantes, como el de los **traxcaltecas, “sometidos a la voluntad del agresivo imperialismo azteca”- realiza pactos con el fin de quebrar** la resistencia *mexica* (12).

Tal recibimiento y tales pactos, por supuesto, no hablan mejor ni peor de unos ni de otros, pero establece, sí, la existencia y veracidad de un “*encuentro*” relativamente pacífico, muy distinto al **violento choque de la conquista sobreviniente**, nada extraño si hablamos de conquista y si entendemos con Salvador Canals Frau que esa situación había ocurrido muchas veces en la historia previa, cuando “**una pequeña minoría de audaces invasores se asienta sobre una población mayor, a manera de aristocracia conquistadora**” (13), como lo acredita el etnólogo hispano-argentino en su amplio y exhaustivo estudio sobre las civilizaciones prehispánicas. Por supuesto, será importante en una próxima oportunidad, caracterizar la **conquista** española en su singularidad y juzgarla en su contexto y resultados históricos, como lo hacemos hoy con el **descubrimiento**. Prosigamos.

## 2. El “hemisferio de Colón”

A pesar de todos los cuestionamientos que existen respecto al *descubridor*, para algunos hombres nacidos en América como Simón Bolívar y antes Francisco de Miranda, el nombre de Colón

hubiera sido apropiado para denominar a nuestro Continente, pues, para ellos, “colombiano” (“hemisferio de Colón”) era equivalente a “americano” (14).

A esa convicción debe su nombre la República de Colombia, en algún momento de su historia la **Gran Colombia** (1819-1831), integrada por las actuales repúblicas de Colombia, Venezuela, Panamá y Ecuador. Cabe aclarar además que para los Libertadores, “americanos”, “colombianos” o “hijos de América” (15) son sinónimos y designan a todos los nacidos en el mismo suelo antes y después de 1492.

Para la mirada suspicaz de Tzvetan Todorov, que como toda mirada “europea” es también antiespañola, Colón “*no la descubre, la encuentra en el lugar donde “sabía” que estaría, en el lugar donde pensaba que se encontraba la costa oriental de Asia*” (16). Pero ello quiere decir, en realidad, todo lo contrario de lo que pretende afirmar el búlgaro-francés. A su vez confirma que Colón nunca supo que había descubierto un Nuevo Continente, y que ello sucedió por azar, involuntariamente (como tantas cosas en la historia), más allá de la caracterización moral que se hace sobre ese hecho.

Es curioso, pero el mismo Todorov se contradice en el mismo capítulo, cuando dice: “*Se puede admirar la valentía de Colón (y no se ha dejado de hacerlo, miles de veces). Vasco de Gama o Magallanes quizás emprendieron viajes más difíciles, pero sabían a dónde iban*” (17).

Si el “descubrimiento” de Colón fue un acto involuntario (y hasta podría decirse por equivocación), entonces, para ser justos, no se le podría achacar a Colón ningún crimen por eso, aun cuando hubiera sabido lo que descubría, que como todo descubrimiento esconde en un principio lo que dicho descubrimiento depara.

Seguramente así fueron muchos de los descubrimientos anteriores (si no, no serían “descubrimientos”), como lo fue eventualmente el de los mongoles o siberianos al cruzar el Estrecho de Bering, el de los malayos-polinesios al desembarcar en las costas peruanas o ecuatorianas y/o el de los australianos, eventualmente, al llegar por primera vez a Tierra del Fuego tras cruzar la Antártida cientos o miles de años antes, resultados todos, no de la curiosidad ni del “ocio creativo” sino de la necesidad y la búsqueda de nuevas

tierras y nuevas especias para la sobrevivencia de sus pueblos. En la época del nomadismo, comúnmente se trataba de la migración de todo un pueblo a otras tierras en busca de mejoras para su vida diaria (de allí los incesantes “encuentros”, “choques” y fusiones” entre pueblos distintos, incluso de distintos continentes).

Para Todorov, no obstante, es “un rasgo de la mentalidad medieval de Colón el que lo hace descubrir América e inaugurar (sin saberlo y sin quererlo) la Era Moderna” (18).

El mexicano y Premio Nobel de Literatura Octavio Paz combate esta idea, pues entiende que querer salir de su mundo en busca de otro, sin saber qué puede encontrar, no es una actitud del Medioevo, encerrado y cómodo dentro de sus murallas, sino por el contrario una característica *renacentista* (19).

Lo cierto es que, si nos ubicamos en la época, entendiendo la naturaleza necesariamente temporal de todo hecho histórico, en 1492, tanto los hombres del “Viejo” como del “Nuevo” Mundo descubrían por primera vez que formaban parte de una totalidad, en tanto “hasta entonces, formaban una parte sin todo” (20), como bien dice Todorov.

### 3. Un nuevo mundo

En un mundo por primera vez totalmente conocido nacía, según la definición de Simón Bolívar, “***un país tan inmenso, variado y desconocido*** (por propios y extraños) ***como el Nuevo Mundo***” (21), y ése mundo era el nuestro, éramos nosotros, los *indo-ibero-americanos*, a quienes hoy se nos reconoce como *latinoamericanos* desde México a Tierra del fuego (incluidas las Islas Malvinas, usurpadas y ocupadas militarmente en 1933 en forma ilegítima e ilegal por Gran Bretaña, cuando la misma potencia inglesa había reconocido a la Argentina en su soberanía por el Tratado de 1825).

Lo cierto es que, a pesar de nuestra gestación y nacimiento traumáticos, gracias a la herencia de nuestro padre español y de nuestra madre nativa –genes, territorio, ambiente, lengua, cultura, arte, creencias, costumbres- y a la convivencia común con nuestros hermanos indo-ibero-americanos, **Nuestra América se conformó finalmente** –aún bajo la sujeción a España- **como un *todo* a nivel**

político, administrativo y cultural (características básica de toda Nación), condición que, es bueno advertir, no reunía España por sí sola, con sus radicales particularismos regionales, ni el conjunto de los numerosos pueblos y etnias que habitaban nuestro territorio en sus distantes dominios unos de otros y con sus radicales diferencias lingüísticas, religiosas y culturales.

**Del gigantesco encuentro y recíproco descubrimiento de esos dos mundos, después de pasar por una violenta conquista pero también de una imparable y trascendente fusión, surgiría como un *producto original y superador a la vez de esa historia, el Nuevo Mundo: ni maya ni azteca ni inca ni español ni portugués ni africano sino *indoibérico o americano.****

Seguramente, aun si el concurso de España ni de otro imperio occidental, la unidad de lo que después sería América se habría alcanzado tarde o temprano; pero como la historia posee sus propias leyes, maneja sus propios tiempos y “es todo lo contrario de la Ucronía” (22), puso a España frente Aztecas e Incas (como antes había puesto a Aztecas frente a tepanecas, totonacas y traxcaltecas, y a Incas frente a Chancas y otras etnias) y definió – hecho histórico irrefutable e irreversible- nuestra ***identidad indo-ibero-americana***, es decir, **definitivamente latinoamericana.**

(1) Tzvetan Todorov. La conquista de América. El problema del otro. Siglo Veintiuno Editores, Buenos Aires, 2014, pág. 63.

(2) Fue el cosmógrafo alemán Martín Waldsemüller quien en 1507 descubrió ese nombre al editar las cartas de Américo Vespucio: “*Ahora que esas partes del mundo han sido extensamente examinadas y otra cuarta parte ha sido descubierta por Américo Vespucio –diría-, no veo razón para que no la llamemos América, es decir, tierra de Américo, su descubridor, así como Europa, África y Asia recibieron nombres de mujeres.*”. Américo Vespucio fue quien reveló en Europa que las tierras descubiertas por Colón pertenecían a un nuevo Continente y no se trataba de territorio asiático como creyó hasta su muerte el genovés.

(3) La ideología europea desde el siglo XV en adelante es la ideología del capitalismo: mercantil primero, industrial después, y últimamente financiero, ya en su etapa imperialista y más salvaje.

(4) Todorov. Ob. Cit., pág. 15

(5) R. Ferrero. De Morelos a Morales. 12 miradas latinoamericanas. Ediciones del CEPEN, 2006, pág. 7.

(6) Ídem, pág. 8.

(7) Ídem, pág. 19.

(8) <http://www.revista.unsj.edu.ar/?p=2271>

(9) **Entre otras referencias, Caciques “tainos”, representantes de una población de 250 mil habitantes de las Antillas, visitan el campamento de Colón “muy simples en armas”. Del mismo modo los españoles visitan al cacique taino e incluso entablan una buena relación en un principio con los recién llegados.**

(10) T. Todorov. Ob. Cit., pág. 51.

(11) Ídem, pág. 91.

(12) <http://lahistoriamexicana.mx/virreinato/conquista-de-mexico>.

(13) S. Canals Frau. Las civilizaciones prehispánicas de América. Editorial Sudamericana. Buenos aires, 1959, pág. 75.

(14) S. Bolívar. Nuestra Patria es América. (Carta de Jamaica). Editorial Punto de Encuentro, Buenos Aires, 2012, pág. 52.

(15) Ob. Cit. (Decreto de Guerra a muerte), pág. 24.

(16) Todorov. Ob. Cit., pág. 33.

(17) Ídem, pág. 16.

(18) Ídem, pág. 23.

(19) Octavio Paz. El laberinto de la soledad. Fondo de Cultura Económica, México, 2004, pág. 107.

(20) Todorov. Ob. Cit., pág. 15.

(21) Bolívar. Ob. Cit., pág. 52.

(22) J. A. Ramos. Historia de la Nación Latinoamericana. Publicación del Honorable Senado de la nación de la República Argentina, 2006, pág. 35. **Ucronía:** “tiempo que no existió”, “aquello que puede pasar pero no pasó”.



## **LOS VALORES COMO POSIBILIDAD DE INTERCAMBIO INSTITUCIONAL Y EDUCATIVO**

Lic. Federico Cánovas\*

### **Resumen**

Toda comunidad, genera en su seno un entramado de bienes. Muchos son materiales, otros no, ya que no poseen existencia material en sí mismos.

Cada cultura y comunidad tiene la responsabilidad de resguardar y acrecentar los valores que ya posee, compartirlos y transmitirlos y por otro lado explorar nuevos que no posee, ya que estos nos permiten vincularnos desde la verdad y el bien del hombre. Toda sociedad humana entonces se define también como una comunidad de aprendizaje y enseñanza de valores. En este sentido proponemos un intercambio favorable, en donde cada comunidad e instituciones pueda brindar a otras instituciones similares experiencias, conocimiento, ideas, etc.

El rumbo planteado es el desafío de identificar y poner en foco las prácticas éticas y valores que vuelven exitosas la gestión de las instituciones, tanto del lado chileno como del lado argentino y a partir de allí, compartir experiencias de aprendizaje que aporten a un intercambio beneficioso. De esta forma, llevarlos a un plano que puedan ser transferidos a otras instituciones u organismos.

**Palabras Clave:** Valores – Integración – Chile y Argentina - Vínculos.

---

\* Dirección electrónica: E-mail: federicocanovas05@gmail.com

Tel: 264-4190938. Provincia de San Juan. Argentina. Dirección Postal:  
Av. Alem 422 Sur Capital San Juan CP 5400

## Introducción

*“La fuerza para transformar la aridez de nuestros vínculos, es proporcional a la fuerza de nuestros valores”*

*(Teresa, La Mattina)*

Partiendo de la evidencia de que cada uno de nosotros es un ser que existe junto a otros y que en dicho coexistir nos vinculamos con semejantes, descubrimos una de las características que nos define y diferencia del resto de los seres vivos: y es que podemos vivir en torno a unos objetivos y un sentido. El cómo y el hacia donde nos dirigimos son preguntas fundamentales a la hora de pensar la convivencia social y la evolución de las instituciones. Esta idea toma más consistencia cuando nos pensamos como miembros de una sociedad y también cuando nos proyectamos como comunidad en relación con otras comunidades distantes y cercanas.

Que el hombre sea un ser en relación implica que en el transcurso de la vida genere costumbres, hábitos, conocimiento, códigos, etc. Toda comunidad, genera en su seno un entramado de bienes, muchos son materiales otros no, ya que no poseen existencia material en sí mismos, estamos hablando de los valores. Estos son los hilos conductores, las “cadenas” que permiten en el fondo la cohesión social, los principios guía y la energía que sostiene e impulsa las acciones de las personas en una comunidad específica.

Como ilustración podemos fijarnos en lo que acontece por estos días, en una nueva edición de la cumbre de Davos, en donde

tiene lugar una gran reunión de instituciones y comunidades de diferentes partes del mundo. En definitiva ese encuentro, más allá de ser una cumbre económica dice muchas cosas más, es una presentación de los valores que caracterizan y posee cada lugar. Los principios a los que se subscriben o que se desean desarrollar, las costumbres, formas de trabajo e ideas que se exponen a la comunidad global, quizás, con particular acento en el valor del trabajo.

La cumbre de Davos en Suiza, no es el único lugar de encuentro para intercambiar experiencias de trabajo y valores, mirando a nuestro alrededor encontramos vínculos con nuestros países vecinos, por ejemplo el controversial MERCOSUR. Organismo que reúne a países latinoamericanos en torno a unas reglas de mercado que sean favorables para la región. En el debate sobre su continuidad, transformación o prolongación, un punto importante será generar una agenda de discusiones en torno a valores comunes, superar el mercado y anclar perspectivas de cultura.

Es en sintonía con este debate que podemos mirar con atención al país trasandino, con el que compartimos la frontera más extensa (5308 km). Cada año miles de argentinos viajan a veranear a Chile, el intercambio comercial ha ido creciendo, contabilizando más de 5000 empresas que intercambian, por un volumen cercano a los US\$6000 millones<sup>1</sup>.

Dicho intercambio turístico, comercial, geográfico, nos invita a reflexionar sobre el desafío de los vínculos en valores que se producen entre Argentina y Chile. En el horizonte podemos imaginar una profundización de las relaciones económicas, pero

---

<sup>1</sup> Cfr. Vínculo en Internet: <http://chile.gob.cl/argentina/es/asuntos-comerciales/oficina-comercial/comercio-exterior>. Consultado el día 17/01/2017

también podemos pensar en ampliar un intercambio de valores institucionales. En este sentido se presenta la pregunta ¿Podemos pensar en un intercambio de aprendizaje mutuo? Articular lazos educativos, de experiencias y objetivos comunes, como horizontes altamente positivos en las relaciones bilaterales, que pueden llevar no solo a fortalecer las prácticas virtuosas, sino además evitar acciones negativas o incluso delictivas<sup>1</sup>.

1) Partir de una identidad cultural hermanada.

Esa es la cuestión, el compromiso institucional se encuentra dado, entre otras cosas por los valores que reina en las mismas.

Es importante en el mundo actual, globalizado, entrar en contacto con otras culturas, conocer las diferentes realidades y por qué no, desarrollar un pensamiento valorativo y crítico. Cuando exploramos culturas lejanas, nos encontramos con diferencias muy positivas como impactantes. Oriente y Occidente son *ad intra*, dos grandes paradigmas, en lo referente a la cultura, la religión, la forma de vivir los valores, etc. La sociedad Occidental, es mucho más “caprichosa”, la Oriental sabe de tiempos y paciencia. En estos universos culturales, por separados encontramos también, polarizaciones si se quiere, o bloques con sus particularidades. América, el nuevo continente y particularmente el hemisferio sur comparte una historia reciente que nos hermana y se hacen presente, por ejemplo: la vigencia de los pueblos antiguos que aquí poblaron estos suelos, el idioma, la fe, la fuerza del trabajo

---

<sup>1</sup> Cfr. Vínculo en Internet: <http://www.economia.gob.ar/argentina-y-chile-anuncian-la-entrada-en-vigencia-del-convenio-para-eliminar-la-doble-tributacion-y-prevenir-la-evasion-y-elusion-fiscal>. Consultado el día 17/01/2017

inmigrante, etc. Es de esperar que compartamos por lo tanto, una cierta identidad que nos identifique, aunque más no sea a grandes rasgos, y nos haga brillar en el mejor sentido de la palabra. A partir de estas raíces tenemos para dar al mundo algo propio y compartido. Lo que nos lleva a mirar nuestras fortalezas y potenciarlas.

Cada cultura y comunidad tiene la responsabilidad de resguardar y acrecentar los valores que ya posee, compartirlos y transmitirlos y por otro lado explorar nuevos que no posee, ya que estos nos permiten vincularnos desde la verdad y el bien del hombre. Toda sociedad humana entonces se define también como una comunidad de aprendizaje y enseñanza de valores. En este sentido proponemos un intercambio favorable, en donde cada comunidad e instituciones pueda brindar a otras organizaciones similares experiencias, conocimiento, ideas, etc.

Quizás, para transitar este camino, no solo haya que aprender a hacerlo, en muchos casos deba desaprenderse otros ya habituales, superar orgullos, mezquindades, etc. Por ejemplo, en materia de seguridad vial, la policía y la justicia de San Juan puedan compartir experiencias y aprendizajes con la policía y la justicia de la región de la Serena. De igual forma otras instituciones.

## 2) Los valores y las instituciones

Los valores, en cuanto concepto permite una extensa y rica discusión filosófica desde la óptica particular de cada autor, desde la época antigua clásica hasta nuestros días. Pero sin ser la intención del presente artículo, la de realizar una exposición de ellos, concluimos en que ciertamente los valores, en definitiva son esa energía interna del corazón humano que permite la cohesión social, los trazados que proporcionan una direccionalidad particular a la acción del hombre (M.J., Franquet Casa, 1996). Los valores

propician los pasos hacia un fin que se construirá como comunidad, dependiendo de los valores que sustentan el “núcleo duro” de la cultura de cada lugar, serán los fines que esa misma comunidad se proponga. Deberán funcionar como un canal conductor de las fuerzas humanas hacia el encuentro de la felicidad tanto personal como del conjunto.

Así entendidos los valores son la expresión de un bien, (D. Von Hildebrand, 2005), y quien los posee contiene en sí una cualidad positiva. En este sentido la honestidad, la transparencia, la asertividad son cualidades buenas que permiten un marco elemental para las relaciones humanas de todo tipo.

Si ética y valores, son realidades transversales dentro de la acción humana, y esto involucra a todas las acciones de la persona, entonces las construcciones sociales o instituciones, fruto de la planificación del hombre, son objeto de una reflexión ética. Las instituciones pueden reflejar ciertos principios que forman parte de su desenvolvimiento cotidiano y del servicio que prestan.

Sobre este punto exponemos la posibilidad de que las personas que trabajan en dichas instituciones compartan y vivan ciertos valores de modo que nutran al organismo y le den impulso. O puede ser que la institución por iniciativa propia, en su líder, directorio, etc. proponga nuevos esquemas y objetivos, desarrollo y valores que terminen influyendo en el personal ayudando a que estos adquieran nuevas escalas para su trabajo y su vida personal. Por otro lado gracias a dicha cultura institucional, dispondremos de un servicio a la comunidad que transmite valores. En este caso me permito ilustrar con una experiencia personal: Hace unos años, fui a veranear a la Serena con parte de mi familia, recuerdo que buscamos para pasar algunos días, una pequeña casa, pintoresca, bien equipada y cercana a la playa, pero como buenos argentinos nos preguntamos por la seguridad, y de inmediato consultamos con el locatario, mi sorpresa fue, la respuesta... “Es un barrio donde

viven algunos carabineros, por tanto es ¡muy seguro y tranquilo!?. Mi pregunta es, ¿qué es lo que genera en las personas ese efecto? Las instituciones transmiten un conjunto de valores y los que llevan puesta la camiseta de dicha institución se presupone que también los llevan consigo, la institución acompaña a sus miembros en un camino de forjar valores. Este es el efecto que me interesa destacar con este trabajo y reflexionar en cómo se puede compartir la experiencia entre instituciones de similar rango de San Juan y la 4ta Región de Chile, para lograr un intercambio de aprendizaje común.

La seguridad y formación de la fuerza policial, la convivencia vial, el desarrollo del deporte y la comunicación, la apertura al mundo, la producción, etc. Son aspectos entre otros que pueden ser objeto de intercambio educativo y cultural. Es mucho lo que puede valorarse u aprender una comunidad de otra.

Sería provechoso compartir lo que nos vuelve mejores, personas, ciudadanos, trabajadores, padres, etc. Este proceso comienza primero en cada persona, con lo propio y luego continúa en un nivel de políticas públicas.

### **Importancia y Enseñanza de los valores**

Los valores tienen su fundamento en la realidad. El ser y las dimensiones de la persona sustentan los valores, más allá del reconocimiento que este pueda llegar a tener, trascienden la percepción subjetiva, (L. Polo, 1993). Aunque deben ser incorporados por los sujetos y llevados a la práctica desde una perspectiva propia. De allí la importancia de comunicar y educar en valores, incluso trascendiendo fronteras. Se podría decir que es una exploración continua de las distintas posibilidades que permite la convivencia humana.

Una comunidad humana organizada, es una comunidad donde se aprende y se enseña, que construye y se involucra en un

proyecto educativo y cultural propio, con el fin de superar los puntos débiles y evolucionar hacia nuevas cualidades de capital social y humano. La educación es quizás el elemento prioritario para el desarrollo de un pueblo permitiendo a las nuevas generaciones “tomar la posta” y seguir adelante.

El rumbo planteado es el desafío de identificar y poner en foco las prácticas éticas y valores que vuelven exitosas la gestión de las instituciones, tanto del lado chileno como del lado argentino y a partir de allí, compartir experiencias de aprendizaje que aporten a un intercambio beneficioso. De esta forma, llevarlos a un plano que puedan ser transferidos a otras instituciones u organismos.

Para citar un caso como ejemplo, donde encontramos un punto de encuentro, es en las leyes nacionales de ambos países sobre educación:

La ley de educación nacional argentina (Nº 26.206)<sup>1</sup>, plantea en su art. 11 incisos c y j:

*“brindar una formación ciudadana comprometida con los valores éticos y democráticos de participación, como concebir la cultura del trabajo y del esfuerzo individual y cooperativo como principio fundamental de los procesos de enseñanza-aprendizaje”.*

La ley de educación nacional chilena (Nº20.370)<sup>2</sup>, plantea en su art. 2º:

---

<sup>1</sup>Cfr. Vínculo en Internet:

[http://www.me.gov.ar/doc\\_pdf/ley\\_de\\_educ\\_nac.pdf](http://www.me.gov.ar/doc_pdf/ley_de_educ_nac.pdf).

Consultado el día 24/01/2017

<sup>2</sup> Cfr. Vínculo en Internet:

<http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1006043>

Consultado el día 24/01/2017.

*“La educación es el proceso de aprendizaje permanente que abarca las distintas etapas de la vida de las personas y que tiene como finalidad alcanzar su desarrollo espiritual, ético, moral, afectivo, intelectual, artístico y físico, mediante la transmisión y el cultivo de valores, conocimientos y destrezas... capacitando a las personas para conducir su vida en forma plena, para convivir y participar en forma responsable, tolerante, solidaria, democrática y activa en la comunidad, y para trabajar y contribuir al desarrollo del país”.*

Partiendo de estas coincidencias sobre la enseñanza en valores y participación democráticas, que tiene como objetivo ambos países, podemos salir al encuentro de cuáles son las experiencias de cada cual, cuales son los puntos frágiles y cuales los aspectos en los que nos va muy bien. Un horizonte de posibilidades se abre, en donde podemos pensar en intercambios estudiantiles, de profesionales, observatorios permanentes de calidad institucional, etc.

## **Conclusión**

A modo de reflexión final e invitando a los lectores de estas líneas a tomar el compromiso por una integración principalmente en valores, pensamos en lo importante de que cada persona intente ver lo positivo que hay en los demás y en lo que ellos hacen para lograrlo. Es evidente que las ideas anteriormente esbozadas proponen un proceso con miras en el mediano y largo plazo, pero comienzan con el ahora. En esta tarea nos encontramos todos, para desarrollar y sincronizar los recursos y los esfuerzos de la comunidad local con vistas a que no estamos solos, nos encontramos en una *aldea global* en donde echar lazos solidarios y de encuentro, nos puede librar del aislamiento, el egoísmo o la desolación. Al fin y al cabo, los pueblos, como vimos

anteriormente, compartimos objetivos, ideales y deseo de felicidad para nuestros pueblos. Todos somos parte, ninguno debe quedar afuera, el rol no es exclusivo de alguien, sino todas las personas y las instituciones de una comunidad, particularmente la educativa, pero la empresa, el partido político, la unión vecinal, el club de deporte, etc. también juegan un papel prioritario dentro de este programa necesario de construcción y edificación de la cultura de encuentro de los valores y convivencia social.

Por tanto, esta reflexión ubica la esperanza en que los valores podrán sanar y hacer cicatrizar las heridas de la indiferencia, del abandono, y permita dicha reflexión, brindar un aporte para generar estrategias de cómo reinstalar los valores por medio de la coherencia institucional en su realidad de gestión y organización concreta, ya que el papel que juegan es muy significativo como constructoras de nuevos modos de relación.

*“El único modo de reinstalar los valores es viviéndolos, haciendo de ellos una suerte de segunda piel, algo que no nos quitamos ni cuando estamos solos ni cuando dormimos. Los valores se viven: sólo así existen. Así se instalan, así se aseguran, así se transmiten”* (S. Sinay, 2010, p.46)

Cuando la presencia de los valores se hace escasa y relativa, el escenario de la sociedad que habitamos se torna sombrío, áspero, descorazonador, (E. Rojas, 1999). La aparición activa de valores mejora ese escenario, lo hace habitable y fecundo. La ausencia lo vuelve tóxico. Si cada uno es receptor de la puesta en práctica que el otro hace de los valores, de ese centro del cual brotó la vida espiritual, a él retornará dicha vida espiritual, (M. Scheler, 1941). Pero no sin antes haber enriquecido los vínculos y en esto, los individuos trascienden.

En definitiva, como corolario del presente trabajo, nos parece positivo destacar, que mientras en otras latitudes se discute sobre la construcción de muros, en esta región estemos hablando sobre la perforación de muros naturales para integrarnos más.

## **Bibliografía**

FRANQUET CASA María José. “Persona, Acción y Libertad” EUNSA España 1996.

ROJAS, Enrique. El hombre Light Ed. Temas. Madrid 1999

CORETH Emerich ¿Qué es el Hombre? Esquema de una Antropología Filosófica.

SCHELER Max, El formalismo o la Ética, traducción de H. Rodríguez Sanz Ed. Revista de Occidente Madrid 1941 Vol. I

MARCEL Gabriel, El Misterio del Ser, II Lect. 10.

POLO Leonardo, ¿Quién es el hombre? (Un espíritu en el Tiempo) Ed. Rialp Madrid 1993 Cap.1

DIETRICH VON HILDEBRAND. Encyclopédia GER. Voz “Valores” Rialp S. A. Edición digital Canal Social S.A. 2005 España

Diario La Nación. Revista La Nación del Domingo. 9/Mayo/2010. Artículo de Sergio Sinay “Los valores”. Bs. As. Argentina.

Curso “Como Enseñar Ética en la Universidad” de la OEA Edición 2007. Cf. [www.educoas.org](http://www.educoas.org)

## **PAUTAS EDITORIALES**



## REVISTA DOS PUNTAS

*Publicación de las Universidades Nacional de San Juan –Facultad de Ciencias Sociales- y Universidad de La Serena –Facultad de Ciencias Sociales y Económicas-*

Esta revista tiene el propósito de difundir producción académica referida a modos de vida, a comportamientos sociales y culturales, propuestas y a avances en políticas de desarrollo regional -de manera especial que concurren con el proyecto del corredor bioceánico. También pueden ser admitidos aportes referidos a otras problemáticas de interés científico, incorporando contribuciones multidisciplinarias de Ciencias Sociales y Humanísticas.

Los artículos deben ser inéditos y una vez recibidos serán enviados a miembros del Consejo Evaluador Internacional de la Revista para su consideración.

Las contribuciones deberán ser enviadas, antes del 31 de Marzo para la primera Edición semestral y 31 de Julio para la restante en el año considerado, en soporte papel e informático (programa Word o Word Perfect, PC compatible) a la Dirección de la Revista: Lic. Jorge O. Arredondo, Facultad de Ciencias Sociales- UNSJ, Av. Ignacio de La Roza Nº 590 (oeste) Dpto. Rivadavia- C.P. 5406-San Juan (Argentina) o a las direcciones electrónicas:

[jarredondo@unsj-cuim.edu.ar](mailto:jarredondo@unsj-cuim.edu.ar)

[jorge.arredondo@uv.es](mailto:jorge.arredondo@uv.es)

[jarredondo19@yahoo.com.ar](mailto:jarredondo19@yahoo.com.ar)

Los originales serán evaluados por el Comité de Referato internacional, y, eventualmente, por otros especialistas de prestigio reconocido, quienes tendrán en cuenta, para su aprobación, la novedad del aporte, el estilo de redacción y su ajuste a las pautas editoriales, así como la seriedad de la bibliografía y fuentes utilizadas. Luego de su aceptación, los trabajos serán publicados de acuerdo con las disposiciones que las razones editoriales permitan.

En cuanto al cuerpo del trabajo, deberán seguirse las siguientes normas editoriales

1. El texto deberá presentarse en papel tamaño Carta o A4, tipo de letra Arial, tamaño 12, a espacio 1,5 de un solo lado, con márgenes superior, inferior, izquierdo y derecho en 3 cm. Todas aquellas palabras que deseen destacarse (citas textuales, palabras en idioma extranjero) irán en cursiva.
2. La extensión de los trabajos no superará las 20 carillas, incluyendo notas y bibliografía, y las reseñas bibliográficas tendrán como máximo 5 carillas.

3. Los gráficos y mapas deberán presentarse en su versión final para facilitar su reproducción.
4. Toda colaboración deberá estar precedida de una hoja que contenga título del trabajo, clasificación JEL y datos personales del autor (Apellido y nombre, institución, dirección, fax, teléfono y correo electrónico). Además, un resumen del trabajo con una extensión máxima de 200 palabras –en español e inglés- con las correspondientes palabras claves en ambos idiomas.
5. Los trabajos escritos en portugués serán admitidos en su lengua original, precedidos por los resúmenes (español e inglés) como se expresa en el punto anterior.
6. Para las notas, que deberán ir al pie, se utilizará el tipo de letra Arial 10.
7. Las referencias bibliográficas se atenderán a la siguiente secuencia:

Cuando se trate de artículos de revistas o de obras colectivas, el artículo en cuestión irá entrecomillado, *título de la revista u obra colectiva*, tomo (año de edición) y páginas.

La revista no se compromete a devolver los originales recibidos, aún en caso de no ser publicados.

Los autores al presentar sus aportes ceden los derechos autorales para la publicación en formato físico y electrónico (Internet), aceptando que puedan ser modificados para adecuarlos al formato editorial.

Publicação das Universidades Nacional de San Juan - Faculdade de Ciências Sociais - e Universidade de La Serena - Faculdade de Ciências Sociais e Econômicas-

Esta revista tem como objetivo divulgar a produção acadêmica referente a modos de vida, comportamentos sociais e culturais, propostas e avanços em políticas de desenvolvimento regional, em especial que contribuam com o projeto do corredor bioceânico. Também podem ser aceitas colaborações referentes a outras questões de interesse científico, incorporando contribuições multidisciplinares de Ciências Sociais e Humanas.

Os artigos devem ser originais e, uma vez recebidos, serão enviados aos membros da Comissão Internacional de Avaliação da Revista para sua apreciação.

As contribuições deverão ser enviadas antes de 31 de março para a primeira edição semestral e 31 de julho para a edição restante do ano em curso, em versão impressa e digital (programa Word ou Word Perfect, PC, compatível) para a Direção da Revista: Lic. Jorge O. Arredondo, Facultad de Ciências Sociales - UNSJ, Av.

Ignacio de La Roza N° 590 (oeste) Dpto. Rivadavia – C.P. 5406 – San Juan (Argentina) ou nos endereços eletrônicos:

[jarredondo@unsj-cuim.edu.ar](mailto:jarredondo@unsj-cuim.edu.ar)

[jorge.arredondo@uv.es](mailto:jorge.arredondo@uv.es)

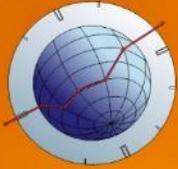
[jarredondo19@yahoo.com.ar](mailto:jarredondo19@yahoo.com.ar)

Os trabalhos serão avaliados pela Comissão Avaliadora Internacional, e eventualmente por outros especialistas de prestígio reconhecido, os quais levarão em conta, para sua aprovação, a originalidade da colaboração, o estilo de redação e sua adequação as normas editoriais, assim como a seriedade da bibliografia e fontes utilizadas. Após a aceitação, os trabalhos serão publicados de acordo com as deliberações editoriais.

Quanto ao conteúdo, o trabalho deverá seguir as seguintes normas editoriais:

1. O texto deverá ser apresentado em tamanho carta ou A4, fonte Arial, tamanho 12, espaçamento 1,5 em um lado, com margens superior, inferior, direita e esquerda de 3 cm. Todas as palavras que forem destacadas (citações, palavras estrangeiras) vão estar em itálico.
2. A extensão do trabalho não deverá exceder a 20 páginas, incluindo notas e bibliografia, resenhas bibliográficas terão no máximo 5 páginas.

3. Os gráficos e mapas deverão ser apresentados no final para facilitar sua reprodução.
  
4. Toda colaboração deverá estar precedida de uma folha contendo o título do trabalho, classificação JEL e dados pessoais do autor (nome e sobrenome, instituição, endereço, fax, telefone e e-mail). Além disso, um resumo do trabalho com uma quantidade máxima de 200 palavras em Espanhol e Inglês e, com as palavras-chave correspondentes em ambos os idiomas.
  
5. Trabalhos escritos em Português serão aceitos em sua língua original, precedido por resumos (Inglês e Espanhol) como indicado no item anterior.



Facultad  
de Ciencias Sociales  
y Económicas  
Universidad de La Serena



facultad de ciencias **sociales**  
Universidad Nacional de San Juan

