

REVISTA
CIENCIA
Y
TÉCNICA

Año 2
Número 2

Título: Conversación mural: stencil y graffiti

Title: The walls tell us: stencil and graffiti

Autor: Ximena M. Candela Valdéz

Carrera: Lic. en Publicidad

E-mail: glaitig@yahoo.com.ar

Resumen

El stencil y el graffiti constituyen un fenómeno que, si bien ya existían antecedentes, irrumpe en la Argentina con la debacle de diciembre del 2001. Es decir, el descontento ante la situación económica y política en general generó manifestaciones de repudio. Ambas formas de expresión, como verdaderas unidades de creación artística, utilizan los mismos recursos que los medios de comunicación de masas, pero para transmitir un mensaje contradictorio y desorientador. En este artículo, pretendemos relevar las manifestaciones que suceden en Córdoba Capital como comunicación “creativa”, que tienen un sinfín de recursos en cuanto a lo lingüístico y lo icónico. Puesto que llegan a esa síntesis, a esa economía de palabras y con clara intencionalidad expresiva, pueden ser tomados como prestados directamente de la publicidad misma para comunicar sus mensajes. La producción de stencil y graffiti como elementos que forman parte de nuestra cultura, no sólo inundan las zonas de menor acceso, sino que también circulan por áreas que son parte del casco céntrico, conformando pequeñas hojas de ruta para el transeúnte atento. De este modo, el graffiti y el stencil corresponden a una escritura de lo prohibido, a un género de escritura poseído por condiciones de perversión que precisamente logra decir lo indecible, en el lugar y ante el sector ciudadano que mantiene tal mensaje como reservado o de prohibida circulación social. Las opciones de quien lo lee (y a quien le afecta en alguna dimensión), es borrar, tapar o modificar, haciendo así que se pierda el énfasis del mensaje.

Palabras claves:

graffiti – stencil – manifestaciones – vandalismo - expresiones.

Abstract

The stencil and graffiti are a phenomenon, while existing background, break in Argentina with the debacle of December 2001. In this article, I intend to take over the happening in Cordoba, Capital communication as "creative", have a wealth of resources in terms of linguistic and iconic. Since arriving at this synthesis, this economy of words with clear and expressive intention can be taken as provided directly by the same advertising to communicate their messages.

The production of stencil graffiti and elements that are part of our culture, not just flood the areas with less access, but also areas that are circulating in the town center, forming small roadmaps for clever passer. Thus, the graffiti and stencil correspond to a forbidden writing, a kind of writing possessed by evil conditions that needed to say the unsayable, where and to the public sector as it maintains such a message or reserved social movement prohibited. The choices of who reads it (and who it affects you in any dimension) is to remove, alter or cover, thereby losing the focus of the message.

keywords

graffiti - stencil- communications- vandalism- expressions

Introducción

El stencil y el graffiti constituyen un fenómeno que, si bien ya existían antecedentes, irrumpe en la Argentina con la debacle de diciembre del 2001, es decir el descontento ante la situación económica y política en general, lo cual generó manifestaciones de repudio, por ejemplo: en la fachada de un banco, se reprodujo la imagen de un policía de juguete (playmobil), recordando la promesa de Duhalde “el que puso dólar, cobrará dólar”, es una ironía que alude al corralito.



Con sus reclamos de forma sugestiva, un lenguaje que asimila las leyendas comerciales, jugando a la yuxtaposición de códigos, remitiendo al pop norteamericano, se incorpora

en el paisaje urbano. Ambas formas de expresión, como verdaderas unidades de creación artística, utilizan los mismos recursos que los medios de comunicación de masas, pero para transmitir un mensaje contradictorio y desorientador. La intertextualidad es común a las producciones tanto del stencil como del graffiti, lo que los convierte en un discurso de análisis interesante. Poseen rasgos constantes; a través del graffiti como del stencil, en un lenguaje icónico, surge un texto visual nuevo que perturba y resignifica al espacio vecinal donde se producen.

Graffiti es la manifestación, inscripción de textos, leyendas que se realizan tanto en espacios públicos como prohibidos, mientras que el stencil es la reproducción de una imagen o texto a través de una plantilla, por la cual se transfiere pintura a la superficie a recibir.

Quienes realizan esta práctica alteran los signos del orden urbano, como actividad clandestina, en zonas de acceso rápido, o donde la respuesta de la población circundante es débil. Es por ello que los espacios que eligen quienes se expresan tiene una relación causal con el mensaje que comunican, estableciéndose una cierta complicidad entre las partes, entre quienes exponen sus ideas y quienes las leen.

En este artículo, pretendemos relevar las manifestaciones que suceden en Córdoba; como comunicación “creativa”. Éstas tienen un sinnúmero de recursos en cuanto a lo lingüístico y lo icónico. Puesto que llegan a esa síntesis, a esa economía de palabras y con clara intencionalidad expresiva, pueden ser tomados como prestados directamente de la publicidad misma para comunicar sus mensajes.

La producción de stencil y graffiti como elementos que forman parte de nuestra cultura, no sólo inundan las zonas de menor acceso, sino que también circulan por áreas que son parte del casco céntrico, conformando pequeñas hojas de ruta para el transeúnte atento.

Here we go

Los inicios de la intervención urbana o graffiti como aplicación son inciertos. Sin embargo, se puede establecer una genealogía en las manifestaciones que tomó, a lo largo de la historia, la calle como soporte.

En la Argentina, Sarmiento escribe un graffiti en francés: “On ne pas mort les idées”, es decir “Las ideas no se matan”, en una roca a la vera del camino en la Cordillera de los Andes, camino a su exilio chileno. Otro graffiti histórico, de fuerte contenido político pero durante el gobierno de Perón, se inscribe en las paredes de Buenos Aires: “Con tiza y carbón, las mujeres de Perón” (Indij, 2004; 11).

Hablando del stencil, se pueden encontrar numerosos modelos en el tiempo. Por ejemplo, en las antiguas civilizaciones de Egipto, Grecia o China, tanto en plantillas de papiro como de seda eran utilizados como medio de impresión aplicado principalmente a construcciones. Con la Revolución Industrial, este proceso experimentó los más diversos usos. Desde entonces, el stencil se posicionó como un sistema de impresión básico a nivel industrial, en aplicaciones de señalética urbana, con fines decorativos (en el art nouveau, con plantillas de papel manteca en los fileteadores porteños, en el pop art, etc). Algunas derivaciones técnicas, junto a nuevas pruebas dieron lugar ya en la década del ‘50 a la serigrafía.

Durante la Segunda Guerra Mundial, el movimiento fascista italiano utilizó el stencil como medio propagandístico, como así también lo hizo el nazismo alemán, la esvástica comienza a utilizarse como medio de propaganda económico, de fácil reproducción, por lo tanto más lugares donde la imagen se puede repetir.

El graffiti, al igual que el stencil, se nutre de imágenes de otros: fotos, íconos, tipografías, aspectos morfológicos y textuales tomados de otros textos para generar su propia comunicación, creando así, un gran collage visual.

Cuando las técnicas de expresión que se realizan en las calles se mezclan con la estética de los avisos publicitarios (como en el caso de las gráficas de la cerveza Budweiser, e institucionales del canal Warner)¹, y no sólo como recurso sino como una estrategia de medios en vía pública, es cuando nos damos cuenta de que “las ideas salen para la calle, para volver a ella” como reza el leit motiv de la filial argentina de la agencia JWT (red multinacional de origen americano)².

¹ Revista Rolling Stone, Abril, 2005.

² [#](http://www.adlatina.com/jwtagency-php#28113347-hpp_mision09309&id)

La publicidad busca el contacto con la gente y, para llegar a ella, utiliza los códigos, las jergas de cada uno de los públicos o target. Un ejemplo que ilustra esta apropiación es la agencia inglesa Mother, que salió a buscar creatividad en la calle y se encontró con el ingenio popular que se volvió parte de la estrategia de la agencia.³

“La publicidad alternativa, nace producto de la saturación de los medios más tradicionales y desde la mayor competitividad empresarial, permitiría una mayor penetración publicitaria” (García, 1995: 36). Entre la publicidad alternativa, el stencil y el graffiti se encuentra una relación directa en sus objetivos, puesto que ambos buscan el impacto, sorprender, interactuar con el público (estableciendo guiños y complicidad con el receptor), crear impacto con pocos recursos monetarios. Existe otro recurso, pegar calcomanías –stickers- con las mismas características del stencil, más simple pero más caro, ya que los insumos cotizan en moneda extranjera.

Nike lo hizo.

Nike no podía quedar afuera e incorporó la técnica del stencil en el año 2000, como parte de su campaña lanzada en Buenos Aires. Ésta utilizó la vía pública como soporte de la línea deportiva fútbol. En una esquina, por ejemplo, se pintó un corner y al lado de él se podía leer la inscripción “Nike es Fútbol”. Parte de la misma campaña utilizó como recurso el stencil de un escorpión, diseñado por el graffitero conocido como “Jazz”, dentro de una estrategia de incógnita donde se pintaron Capital Federal y Zona Norte más de 1.000 escorpiones en paredones, canchas, obras en construcción, columnas y postes.

Otro ejemplo más reciente, en mayo de 2005, fue el de la campaña realizada en Chile por la agencia Volta Below the Line para la marca de zapatillas Converse, la cual bajo el lema “Chile no es gris” utilizó un stencil de la figura de las zapatillas pintadas en colores vibrantes que recorrían las paredes de la zona céntrica de la capital chilena.⁴

³ Véase: [#http://www.adlatina.com/jmotheragency-php#358799-hpp_mision2456977 #](http://www.adlatina.com/jmotheragency-php#358799-hpp_mision2456977)

⁴ [#http://www.adlatina.com/anunciosdetalle_anunciosphp?id_campana11409&id_pieza21049#ad](http://www.adlatina.com/anunciosdetalle_anunciosphp?id_campana11409&id_pieza21049#ad)

La práctica involucra un alto contenido lúdico que incita a preguntarse, quién se alimenta de quién. O, en otras palabras:

¿Los graffiti y los stencil se nutren de la publicidad para construir su mensaje o viceversa?

Graffiti – antecedentes

“Que si ahora venían por el arte, más tarde vendrían por los cuerpos”.

Bertolt Brecht

El término graffiti ha sido analizado y discutido por autores de diferentes ámbitos (sociólogos, lingüistas, arqueólogos), quienes no han llegado a un acuerdo. Claudia Kosak en su libro “Contra la Pared”, evoca las palabras de Denis Riout, quien explica que la palabra italiana graffiti- plural de graffito-, ha terminado generalizándose en la actualidad para hacer referencia “a todo tipo de inscripciones, en alguna medida no autorizadas, en espacios públicos no concebidos para tal fin” (Kosak, 2004; 21); este término sólo aparece en diccionarios y enciclopedias recién en el Siglo XIX. La problemática de la definición del término y su alcance se debe, según Jesús de Diego, a que los investigadores muy pronto estudiaron el fenómeno de New York, entre los que se encuentran: Craig Clastleman (del campo de la sociología), Sarah Giller, Jane Gadsby, denominados como los “clásicos” investigadores del graffiti norteamericano y sobre todo Henry Chalfant, quien se acercó empezando a fotografiar los graffiti hasta el ‘78. Henry Chalfant acercó al mundo el graffiti y todo lo que lo engloba. En palabras de Chalfant, en una entrevista realizada por una revista española: “Hip hop Flow”,

“Cuando en los ’80 el arte ya estaba al tanto del graffiti y querían conocer a los escritores. (...) a través de exhibiciones de break, mi show se llamaba Graffiti Rock, nadie lo había hecho todavía, era el downtown, los barrios marginales. El mundo se enteró de que el hip hop existía: Eight Gonder, Fab Five Freddy, Charlie Ahearn, Martha Cooper. Convocaba a los artistas: Crash, Dez, Mare. Duro, Ramylzee, Rock Steady”. (Henry Chalfant en revista “Hip hop Flow” entrevistado por Pastrow # 7, 2005; 35).

Como fenómeno especial que es el graffiti, ha habido problemas en el momento de encuadrarlo dentro de las categorías formales; ¿es diseño gráfico, comunicación visual? ¿O sólo es parte del discurso coyuntural ideológico?

Esta discusión, llega a una respuesta clara, según la autora Marta Zatoryi del texto *Diseño, Análisis y Teoría*.

“El objetivo del graffiti es en primera instancia, expresar aquello que la estructura del poder y sus medios de comunicación no consideran como conveniente o directamente juzgan como peligroso para el sistema. No permitiendo su incorporación o institucionalización, lo marginan, por eso el graffiti busca lugares anónimos o que puede y logra utilizar sin el consentimiento de sus dueños. Precisamente por haber adquirido este connotado, o sea, expresión de la voz y de la voluntad anónima, la espontaneidad, la no determinación desde el oficialismo, muchas veces ha sido aprovechado desde los puntos más determinantes del mismo poder. Quizás uno de los ejemplos, más trágicos para ello, es el producto graffiti de la Revolución Cultural de China, en 1967. La única “ventaja” de aquella situación era su obviedad”. (Zatoryi, 1993; 82)

También existen aquellos graffiti que pertenecen y responden a la categoría “de leyenda”, categoría que describe Claudia Kosak en su libro, antes mencionado:

“El carácter paródico e ingenioso que comparten grafitos y priapeos (graffiti antiguos) se resuelve muchas veces en una estructura epigramática bastante definida que perdura en un subtipo de lo que aquí llamaré graffiti “de leyenda” modernos: los graffiti ingeniosos o lúdicos que masivamente se popularizaron a partir del mayo francés y que en América Latina han constituido desde siempre uno de los tipos de graffiti más difundidos” (Kosak, 2004; 24).

Entonces la estructura queda resuelta en 2 partes: la expectación y la explicación. En la primera parte de la lectura se orienta al lector en una dirección, se pretende que el lector

espere una resolución, y en la segunda parte, el sentido es inesperado lo que da lugar a esa expectación que tiene como resultado un efecto cómico o irónico (Kosak, 2004).

Orígenes del graffiti

El fenómeno del graffiti moderno, como ente comunicativo social, se gesta a partir de los acontecimientos históricos de los vigorosos años '60. Existen autores que marcan específicamente dos momentos en la historia estableciendo así la genealogía del graffiti.

Claudia Kosak (2004) por su parte, es quien toma los graffiti del Mayo Francés y luego los graffiti de los '70, vinculados con el movimiento de la cultura hip hop; fenómeno que se instala en la Argentina en los '80, posiblemente, debido a personas que realizaban viajes al exterior, como relata Facundo Di Genova (2005). En el Mayo Francés, la actividad de los estudiantes parisinos atrajo la atención de los medios y de la opinión pública.

“En suma, en esta “guerra de movimientos” que libra una vanguardia de la juventud francesa, con su anhelo de vida y su fiebre politizadora, contra un sistema formalista, vetusto jerarquizado, contra una pirámide de cátedras, togas, de tesis y de rectores-policías.”(...) la juventud ilustrada había vuelto a inventar la estrategia revolucionaria parisina y desafiando al régimen .En un momento en que París, como “capital de la paz”, se preparaba para recibir los delegados vietnamitas y estadounidenses” (Lacouture, 1986; 162).

Con el contexto de la guerra de Vietnam, evento que absorbía la atención de las personas, este movimiento motivó la paralización y ocupación de las actividades en fábricas y universidades. Se incluyó la cultura letrada en la protesta manifestándose bajo la misma fórmula de los letristas y situacionistas ligados a la ironía y a la paradoja. Pero según Kosak: “el libertarianismo de 1968 tenía raíces más extremas (Dadá y el Situacionismo son prueba de ello) y la base política e ideológica marxista estuvo más presente. (...) El graffiti seguía una construcción por inversión popularizada, hacer equivalencia entre obreros y estudiantes” (2004; 49)

Los años '70 se establecen como fecha estimativa, momento de apogeo de luchas raciales y conflictivas en los barrios neoyorquinos. Las pandillas neoyorquinas comenzaron a firmar sus esquinas para delimitar zonas a través de “tags”, denominación que refiere a firma o sentencia. Un joven cartero de origen griego, Demetrius o Taki 183, habría sido el iniciador del movimiento graffitero (Di Genova, 2005). Estas firmas simbolizaron y dieron cuenta de su existencia reprimida por la cultura.

Las firmas se fueron encriptando más y más, y dieron origen a lo que más tarde se conoció como “wild style” o “estilo salvaje”, del mismo modo que las superficies que cubrían empezaron a ser mayores, el estilo de las letras atravesó diferentes etapas. Ambos aspectos: la función de la ocupación espacial y su encriptación, tuvieron una evolución.

En cuanto al aspecto morfológico de las tipografías utilizadas por los graffiteros, podemos enumerar los siguientes tipos:

1. **“Bubble” o “Burbujas”**: son formas redondeadas, tal como la palabra lo indica, brillantes, de gran suavidad y trazado sinuoso. Por lo general, se aplican característicos brillos sobre éstas, mediante franjas de color blanco u otro color claro. Son un recurso técnico típico de la primera etapa del graffiti.



2. **“3D” o “3 dimensiones”**:

Se le otorga profundidad a través de las sombras que se generan con las diferentes boquillas del tipo “hardcore”, la cual posee un trazo más grueso y mayor dispersión de pintura, utilizada para los



rellenos sobre superficies grandes que no exigen precisión.

3. “Wild style” o “estilo salvaje”:

Su legibilidad se dificulta, es sólo para ojos entrenados. Responde a una deconstrucción de los rasgos formales del “tag”. Aparece sumergido en un caos de flechas que se entrelazan. Su encriptación, en la conformación de la



palabra, es sólo uno de sus aspectos, ya que se trata de un penoso complejo de toma individual de conciencia.

Los tres estilos antes mencionados se complementan entre sí a lo largo del tiempo, coexistiendo en perfecta armonía y constituyendo un repertorio rico gráficamente. Cabe destacar que una “piece” (pieza en inglés), puede tener diferentes dimensiones desde 1m. hasta 5m. de ancho por otros tantos de altura, variante que depende de la accesibilidad del lugar elegido. El trabajo se realiza en varias fases, a partir de un boceto que se guarda en el “blackbook” o libro negro, objeto que es codiciado por otros graffiteros. Luego, tras el bocetado y la elección del lugar se procede al marcaje en cuya fase el graffitero se dedica a los degradados o variaciones del color. Se sigue con el relleno con boquilla “hardcore”, las masas planas del color y el acabado final (Di Genova, 2005). Lo que es necesario destacar es que estos estilos tipográficos pertenecían a un soporte particular (generalmente vagones de subte) y, que, con el correr de los años, se fue trasladando al muro y la pared.

En la década del '70 en New York, cuando ya comenzaban a gestarse las variantes tipográficas de los graffiti, el graffiti siempre era considerado como acto de vandalismo; fue años más tarde que recién comenzó a verse como una moda. Comenzaron a convocarse artistas callejeros para la ambientación de locales de ropa y pasarelas de

tiendas. El graffiti trascendió la esfera del daño público, para transformarse en una expresión que cuesta enmarcarla en el concepto del arte.

En Córdoba, comenzaron a organizarse Live sessions de graffiti en boliches, y ese fue el comienzo de su introducción. Luego vinieron las invitaciones de artistas para decorar locales de ropa que pretendían estar “in”, es decir, a la moda. No sólo incorporaban el spray, sino también las poscas, fibras de punta ancha biseladas ideales para taggear o dibujar rápido a mano alzada.

Algunas referencias válidas, podemos diferenciar 2 espacios.

- En espacios privados o semi- públicos cerrados

Graffiti de “baño”:

Se tratan de graffiti verbales que pueden acompañarse también de algunos dibujos, de temática: sexual, escatológica, incluyen también una mezcla y superposición de confesiones íntimas, reflexiones filosóficas, frases y diálogos ingeniosos, opiniones políticas y la inscripción de números telefónicos para concertar algún encuentro homosexual o heterosexual.

Graffiti de “cárcel”:

La temática que aborda la soledad, el amor, el arrepentimiento y la libertad negada y por supuesto abunda la temática religiosa, tanto en lo verbal como en las imágenes.

Graffiti de “escuela”:

Sobre pupitres y bancos de madera, el esgrafiado era antes la técnica más utilizada. Otros elementos utilizados desde marcadores indelebles o “liquid paper”. En las paredes se suelen utilizar biromes y marcadores.

- En espacios públicos abiertos

Graffiti “tumberos”- “futboleros”-“de firma” –“personales”

Según Kosak:

“Fue en los años ’80 a los ’90 que el carácter lúdico se desvanece, por lo general bastante dentro de los graffiti de “leyenda” y cobran relevancia otros

graffiti que también podríamos clasificar dentro de este grupo: por ejemplo las *rivalidades entre* equipos de fútbol, aunque existieron siempre, en los noventa adquieren matices más violentos; las que se manifiestan a través del insulto y la trasposición de códigos carcelarios hacia el espacio público”. (2004: 64)

Los graffiti de “firma”:

Son aquellos en los que se inscriben el nombre de quien lo realiza o grupos como bandas de rock –en el sentido amplio del género-, grupos de teatro, nombres de fanzines- publicaciones gratuitas-. Consiste en un modo de exhibición en público del propio nombre o apodo como prueba de la existencia, autopromoción gratuita o muestra de adhesión a un grupo, como consolidación de las subculturas jóvenes.

Albores del stencil - Antecedentes

*“No es posible tolerar la violencia en las calles,
éste nunca ha sido el medio de instaurar el diálogo”*

Charles De Gaulle

“Schablone” en alemán, “pochoir” en francés, “plantilla” en español. “stencil” en inglés y finalmente el término más utilizado. El proceso de impresión de esta técnica consiste en la regulación del paso de la pintura hacia la superficie para aplicar con una plantilla calada, limitando la impresión sólo a determinadas áreas.

El origen del stencil como arte y técnica de impresión se remonta a fechas prehistóricas entre 10.000 y 25.000 años de antigüedad. Las primeras impresiones rupestres, por ejemplo, donde se soplabla tinta sobre la mano para dejar la marca en las paredes. Después de la Revolución Industrial, el stencil deriva en la serigrafía, la cual llega a posicionarse como un sistema de impresión barato aplicado en la señalética urbana, para usos decorativos, a nivel industrial, etc. En comparación al graffiti de trenes de New York de los '70, el stencil nace vinculado estéticamente a la pintura tradicional francesa, absorbiendo sus características (Indij, 2004). El mensaje está compuesto por juegos de palabras y el doble sentido que le aporta la descontextualización de los términos.

La opinión que nos ofrece María Paulinelli, Magíster en Comunicación y Cultura Contemporánea, nos acerca a esta forma de trasgresión:

“el stencil es una forma particular de comunicación que, si bien puede vincularse a otras expresiones o remitir a los primeros pictogramas que realizaban los hombres, constituye una expresión novedosa asociada a los jóvenes. Son algo emergente, en cuanto significan una forma distinta de comunicarse a través de las paredes y de hacer hablar a la ciudad” (2006, s/p).⁵

Así como el panorama de la Argentina en la víspera de la guerra en Irak posibilitó la inscripción del graffiti, la debacle del año 2001 adecuó la llegada masiva del stencil. Las inscripciones en las calles se duplicaron, y la palabra “escrache” formó parte del repertorio popular. Los métodos y técnicas superaron la creatividad desde ingeniosos muñecos que aludían a figuras públicas (como formas de repudio), panfletos acusadores, y stickers sobre los espacios de publicidad en vía pública. Estas fueron formas de comunicar el descontento por parte del Grupo De Arte Callejero (GAC) cuyos integrantes son docentes de Bellas Artes de Buenos Aires. El mismo fue encuadrado por los medios de comunicación como “globalifóbico”, denominación que proviene del libro de cabecera del movimiento G.A.C. “No Logo”, de Naomi Klein (Dillon, 2006). Mientras en Buenos Aires se pueden identificar los colectivos de artistas y diseñadores gráficos que realizan esta actividad -como Buenos Aires Stencil, Burzaco Stencil y Vomito Attack-, en Córdoba aún no se pueden encuadrar bajo un movimiento si bien ya existían atisbos de reconocimiento. En Córdoba aún hay bastante resistencia por parte de los autores a salir del anonimato. No obstante, no es el caso de dos artistas plásticas: Alejandra Montiel (artista plástica y Licenciada en Pintura de la U.N.C.) y Ana Paula Volonté, quienes presentaron sus intervenciones en un bar de Córdoba.

Alejandra Montiel, relata la experiencia de salir a estampar dibujos, surgido por la iniciativa de la voluntad de sacar su obra a la calle:

⁵ Disponible en: <http://www.cordoba.net/notas.asp?idcanal=36&id=42995>

Graffiti y Stencil ,de acuerdo a las categorías de contenidos



stencil 1, hedonista/publicitario, oposición institución.
stencil 2, religioso, oposición-



graffiti 4 no responde a las categorías propuestas, transgresión,
stencil 3, contenido ideológico, oposición a personas.



stencil 5, contenido ideológico, oposición a consecuencias indeseadas de lo masivo.

* A través de los casos expuestos, podemos realizar una descripción de lo que sucede con los graffiti y stencil en el plano del Mensaje Lingüístico y el Mensaje Icónico.

“Me interesa que la gente se encuentre con otra iconografía más allá del consumo habitual. La idea es dejar huellas en la ciudad que nos hagan resignificar el espacio donde vivimos, utilizar el mismo recurso de la publicidad pero apelando a otro tipo de percepción y construyendo otro tipo de mensaje” (...) Me he encontrado con stencil sobreintervenidos por la gente, y eso me gusta, porque significa que provoca algo en el otro, que el diálogo está abierto”. (2006, s/p).

Es importante destacar que en la construcción del texto de los graffiti y stencil se omiten letras, y se utilizan términos anglosajones que se transcriben fonéticamente, y lo particular de esta forma de construir las palabras, corresponde a prácticas comunes al Chat y al SMS (mensajes de celular), que exigen rapidez de respuesta. El reemplazo de la letra “q” por la “k” es parte del modismo “in” de los jóvenes, como así también la utilización de los caracteres numéricos para la construcción de palabras, justamente, por ejemplo quienes realizan skate, lo transcriben como “sk8”. Las letras sirven para designar la sílaba completa, que de ese modo se escatima en pos de la síntesis, y se logra la nomilización, es decir la no utilización de los nexos oracionales y sintagmáticos. Se eliminan los adverbios y adjetivos, e incluso verbos, pero raramente sustantivos, rasgo que poseen los textos publicitarios.

A la vez, los términos mencionados como “PAWER”, es decir “power”, como así también “DISTROY”, “destroy”, se encuentran presentes en otros stencil relevados de forma fotográfica.

A través de las omisiones, se construye el sentido.

Existe en el texto una repetición de la estructura de las palabras y conceptos que integran la parte inesperada, y que da como resultado una parodia. En cuanto al estilo tipográfico, se relevaron aquellos graffiti que se constituyen como “de leyenda”, pero en el relevamiento fotográfico se encontraron otros estilos que responden a una deconstrucción aún más abstracta que el wild style, y que dificultan la transcripción del texto.

El graffiti y el stencil, en sí mismos, son un género de comunicación que posee reglas de elaboración y combinación de elementos que pueden llamarse sintaxis. También poseen cierta pragmática, ya que están sostenidos en un medio de referencia que es el contexto inmediato en el cual se sitúan. Además, entre los ejemplos observados, algunos corresponden al tipo de contexto creativo que excluye a quien no posee la capacidad comunicativa a la que se refieren.

Ambos fenómenos comunicativos poseen signos icónicos; desde la escritura a mano alzada, que en su ritmo denota y construye una imagen de quien lo escribe, o las tipologías mismas como bubble, 3d, y wild style como iconos, además de las señales, símbolos, escudos y dibujos en general, que se representan. Hasta el tachado mismo puede entenderse como un ícono.

Contenido graffiti y stencil

En la Argentina, durante la década de los '80- la década de mayor expansión del género- los graffiti establecen una relación de tensión de yuxtaposición entre lo anónimo (y colectivo, en tanto no atribuible) y lo individual. Con el trasfondo de la democracia, la Argentina del '83 generó otros graffiti “de leyenda”, y fue entonces cuando se produjo el verdadero auge, que exhibe gran parte de las características graffiteras reconocibles: construcción de frases ingeniosas, anti-institucionales, irreverentes y paradójicas, emparentadas tanto con el aforismo y el refrán, como con las leyendas del mayo francés. Cabe destacar que el análisis al que fueron sometidos los casos de stencil y graffiti, mostró que algunos de ellos no se pudieron encuadrar de acuerdo a las categorías que se propusieron: contenido político – religioso y publicitario. Producto de la observación resultó la clasificación de las temáticas o contenidos que se esbozan a continuación:

Hedonista / publicitario: son aquellos ricos en su sintaxis e imágenes trabajadas, por ejemplo la reproducción de tapas de cd's de bandas como Coldplay, Keane, sitios de Internet de ropa www.subaweb.com, o www.insituclimbing.com

Religiosos: el paso de colectivos artísticos de diferentes provincias por la capital de Córdoba introducen otra mirada. Este es el caso de la cruz stencileada que

pertenece a BSASTencil. También se observaron stencil que abordaban el tema del aborto. Las frases reproducidas eran: “María enseñanos a pecar sin concebir” o “Ni tontas, ni locas, ni vírgenes”.

Nombres de bandas, que además funcionan como publicidades gratuitas y demostraciones de existencia. Es una forma de ocupación del espacio significativo, que vincula a personas que no necesariamente se conocen, y que participan así de un tipo de experiencia a medio camino entre el anonimato y el reconocimiento. Algunos ejemplos encontrados en la ciudad de Córdoba que se repetían: “Rey Garufa”, “Filosofía Nocturna”, “La Gangosa”, “Muñeca Plana”, “Negro Can”.

Guerra, conflicto, esto es; la exclusión de otros grupos enfrentados con el que reprodujo el mensaje, o la mención de la guerra de Irak, por ejemplo el stencil “JABÓN ALÁ”, “SEARCH & DESTROY”, o la reproducción de un casco militar alemán en el stencil de BMX.

Políticos: recordatorios de fechas como la conmemoración de los 30 años del proceso, el día de la raza- un stencil aludía de forma irónica a una “nueva raza, la gallina bataraza”-, o aquellos relacionados con el boleto estudiantil.

Firma/ autoría

El graffiti y el stencil tienen ese rasgo de anónimo. Las firmas no responden a nombres reales, existe una autoafirmación del realizador y adhesión y/o pertenencia a un grupo. Por ejemplo, se encuentran pequeños grupos de proyectos estéticos:

“PROY3CT 7TENCIL”, que insta a la toma de conciencia sobre la guerra contra Irak.

“NST”, que reproduce imágenes de obras de arte en lugares no convencionales, por ejemplo la reproducción de la imagen de “La Gioconda”, “Argentina No Violenta” que pregonan por una Argentina pacífica a través de inofensivos personajes de dibujos animados.

Otros que reproducen las figuras femeninas de antaño, que incluyen actrices, personajes de películas, pero no incluyen alguna mención a un grupo.

Se establece una amplia red de interacciones virtuales que definen el espacio posible de esta cultura según zonas o grupos de referencia, un espacio que, en términos de la misma práctica suele ser denominado “tribu”.

Contexto de producción

La repetición continua que se obtiene a través del uso de la plantilla –stencil- permite dejar mayores impresiones, que crean un circuito visual o mapas urbanos; al contrario del graffiti hip hop, que exige mayor elaboración. Se pueden distinguir las siguientes zonas:

Paredes de la ex cárcel de mujeres zonas baldías y paredes próximas a la ciudad universitaria las calles aledañas: Brasil e Independencia, Crisol y Buenos Aires, y en las misma paredes de los edificios de las facultades se convierten en soporte.

- } paredes del colegio Deán Funes, rico en graffiti de leyenda.
- } plazas que brindan gran circulación y recepción de los mensajes; entre ellas: Intendencia, Parque de las Naciones, Plaza España (cuando fue pintada nuevamente por motivo de la Cumbre de las Américas, se “taparon” todos los stencil antes realizados).
- } zona de la city, la concentración de bancos es siempre soporte de stencils o graffiti de protesta, por ejemplo, se encuentra uno recordando el Corralito, otra de los jóvenes muertos en un trágico corte sobre el puente Pueyrredón, Buenos Aires (“Mario y Maxi NO ESTÁN SOLOS”, aparece escrito a la vez que se ve reproducido el rostro de ambos, otro ejemplo son los graffiti producto de una marcha que congregó a ciudadanos sobre el testigo fundamental Julio López de una causa política)
- } zona del Abasto, comprendida por: Bv. Las Heras, Tillard, donde abundan stencil de bandas de rock, y graffiti de leyenda, del tipo hedonista.

La tribu pareciera conformar de tal modo una zona de socialización intermedia entre lo público y lo privado, con características quizá muy distintas de las asociaciones intermedias de tipo tradicional.

Lo característico de estas huellas, es que todas pretenden “llegar al centro”, en la zona de baldíos donde la respuesta es débil, sirve para reconocerse y mostrarse ante los novatos en la técnica. Se trazan verdaderos mapas que coinciden con recorridos de colectivos, Claudia Kosak (2004) también realiza esta observación en su libro.

Oposición: Personas o Instituciones y las Consecuencias Indeseadas

En la representación de aquello a lo que uno se opone, opera un proceso de sinécdoque, que se expresa con creatividad. Oponerse a la autoridad, por ejemplo, es representado a través de un playmobil (un juguete pequeño) vestido de oficial. Se utilizan los símbolos para oponerse, y también se manifiestan a través de la metonimia, que consiste en tomar al símbolo por el ente que representa. Por ejemplo, se ataca a un logotipo por atacar a un producto, o un símbolo religioso (la cruz), para atacar a la religión que representa.

El universo de la oposición es realmente ilimitado, porque cualquier aspecto del mundo, real o imaginado, puede despertar alguna antipatía, y de este modo convertirse en objeto de una proclama. Tanto si se trata de enfrentarse contra los policías, contra la falta de cerveza o contra el contenido deportivo televisado. Asimismo, el mundo de la publicidad y el marketing han sabido explotar este recurso en un lenguaje que busca la identificación de los sentimientos.

Colores empleados

Es muy amplia la gama cromática utilizada, en especial en los graffiti hip hop, en los que no existen limitaciones. El color por excelencia es el negro, seguido del rojo y el blanco. Si recordamos la consigna del Partido Socialista Español que instaba a sus adeptos a pintar en colores: rojo, o negro en paredes y blanco y amarillo en asfalto, esto parece coincidir con los casos observados (a excepción de aquellos graffiti del tipo hip hop).

Unos cuantos grados del ángulo publicitario

La publicidad del 2007-2008 se ha caracterizado por la búsqueda y el reemplazo del arquetípico modelo publicitario, y fue al rescate de las verdaderas representaciones -sin

muchos brillos- de las personas comunes que se deslizan por el pavimento. Comenzó con “Gloria al verano” para la cerveza Quilmes, el precursor de esta vorágine de identikits. La invasión al mostrar lo propio, lo privado y ponerlo en la vidriera, ha sido condición *sine qua non* en el rubro de productos de bebidas alcohólicas y no alcohólicas. Y fue el mismo rubro que buscó complementar su puesta en escena, en la utilización de los diversos medios; el graffiti se encontraba presente como recurso o bien como estrategia, ya que el objetivo primordial es buscar la identificación. Así, el graffiti, con sus características tomadas prestadas de diversos ámbitos y de carácter espontáneo (que recuerdan a los refranes y saberes populares), fue blanco para la libre utilización. La cerveza Heineken, en su sitio www.heineken.com.ar, pregonaba el manifestarse en “contra de” en una convocatoria abierta hasta el 20 de Octubre del 2006, para ello en su sitio proveía de plantillas de stencil, y así el cursor se convertía en una lata de aerosol, asegurando que el espacio -es decir, la pantalla-, se convirtiera en un espacio propio, al igual que en el caso de Sprite. Lo mismo ha sucedido con otros productos que, sin tanto alarde, sólo se limitaron a utilizar las imágenes, o simular la tipografía que resulta del uso de la plantilla de un stencil; así, los bordes se vuelven irregulares y saturados en algunas partes por la pintura. Este es el caso de marcas como Vans, Rethink, y cualquier otra marca que busque lo “in” del “street wear”. Apropiarse del espacio o “customizar”, es otra tendencia que consiste en adaptar el producto al gusto del consumidor. En la Argentina, la empresa “Jean Makers”, ofrece al público que personalice su propio jean. Otras marcas como Nike y Adidas, desde la web ofrecen (a través de un muestrario de imágenes que simulan haber sido stencileadas) adecuar la propuesta a gusto del usuario.

Y es en este momento que nos encontramos ante una frontera difusa, donde el arte ha dejado ser aquella experiencia estética. Lo estético se encuentra disperso en diferentes ámbitos. ¿No era acaso, la pretensión de la vanguardia, que el arte se instalase y se fundiera con la vida? El arte método del stencil y el graffiti ha irrumpido en diversas esferas y ha llegado a la de la reproducción en objetos de consumo. El graffiti ha vuelto a resurgir con gran fuerza. Se puede ver en televisión, en el fondo de los anuncios, vídeos musicales y películas. Se extiende por la ropa e incluso los cuerpos, mediante tatuajes. Toda esta extensión se hace hasta el punto donde la letra de estilo graffiti se ve en numerosas impresiones y etiquetas de productos. Las marcas pretenden convertirse en cultura, tal como lo vaticinaba Naomi Klein. Si tratamos este concepto, el resultado

sería la “customización”, puesto que el consumidor no se limita a ser un ente que obedece a las marcas, sino que toma al producto, lo hace propio y lo devuelve. El relato de las marcas termina en la apropiación que hacen los consumidores, el uso que deviene de la compra como parte de la pragmática de la comunicación recibida.

En suma, con todo lo anteriormente descrito, el graffiti busca impactar racional o afectivamente, para generar dudas y sospechas respecto a lo establecido dentro de las fronteras de un territorio, el carácter anti-institucional y no subvencionado por alguna organización o empresa; mientras en el caso de la publicidad, por ejemplo, su objetivo primario pretende (especialmente con recursos emotivos) el consumo de un producto o imagen.

Reflexiones

Hemos podido observar el comportamiento gráfico expresivo y comunicativo del graffiti y el stencil, llegando incluso a considerarlos como acontecimientos sociales, políticos, artísticos y plásticos.

Con todo lo anteriormente descrito podemos ampliar la caracterización que realizó Fernando Avedaño: **a)** anónimo, **b)** humorístico e **c)** impactante. (Avedaño en Morentín de Magariños, 1991; 26); podemos agregar que tanto las inscripciones urbanas-stencil y graffiti- están acompañadas por seis valencias que actúan a manera de correlatos:

1-Marginalidad / provocación

En cuanto a la trasgresión, el daño y la oposición que se provoca sobre la propiedad privada, la necesidad de la apropiación del espacio, es manifiesta tanto en los graffiti de espacios cerrados: los de “cárcel” y los de “escuela”, como áreas de “encierro”, tal como aclara Kosak en su libro. En un punto lo público y lo privado invitan a dejar huellas.

2- Anonimato

La no inclusión de nombres reales. Esto a su vez, es diferente en aquellos graffiti personales, en los que se inscriben el nombre de la persona querida o deseada, pero se omite otro tipo de dato.

3- Espontaneidad / premeditación:

Esta tipología está asociada con los graffiti de protesta. No lo está con los stencil, ya que éstos necesitan de una elaboración previa y tampoco con los graffiti hip hop, ya que son producto de un bocetado, y la elaboración lleva alrededor de 5 horas (o más, dependiendo de la dimensión de la pieza).

4- Poder de transfiguración / intertextualidad:

Es la capacidad de modificar aspectos lingüísticos e icónicos. Por ejemplo: existen numerosos ataques icónicos y simbólicos que se realizan tanto a marcas comerciales como instituciones religiosas, mediante la utilización de la sinécdoque y la metonimia. Hay numerosos rasgos comunes y explícitamente compartidos con otras formas iconotextuales como el cómic, el cine, la música, el diseño gráfico, etc. Hay rasgos que se utilizan, se combinan, se distorsionan y se transforman. Esto dificulta fijar los textos propios de un argot que cambia constantemente, que acuña nuevos términos a cada momento y que toma prestados de diferentes ámbitos, con los subsiguientes y complejos cambios semánticos. La terminología se convierte entonces en un medio de exclusión.

5- Precariedad / cualidad de alternativo:

Con esta categoría se busca destacar el bajo costo de los materiales empleados y el máximo impacto dentro de circunstancias efímeras; condición por la cual estas técnicas suelen ser elegidas por la publicidad alternativa.

6- Efímero

Tienen una vida limitada, que depende de que no sean borrados (sobre todo aquellos que son del tipo político y se realizan en las fachadas de las instituciones a la cual se oponen). Entre más prohibido sea aquello que se exprese, más rápido serán borrados por quienes ejercen los controles. La vida de cada graffiti es corta, y el diseño puede desaparecer en segundos, o bien, ser modificado. También puede sobrevenir la

sobreintervención, como la llaman los grafiteros, que es la inmediata y contundente respuesta (contraria a su inicial enunciado).

De este modo, el graffiti y el stencil corresponden a una escritura de lo prohibido, a un género de escritura poseído por condiciones de perversión que precisamente logra decir lo indecible, en el lugar y ante el sector ciudadano que mantiene tal mensaje como reservado o de prohibida circulación social. Las opciones de quien lo lee (y a quien le afecta en alguna dimensión), es borrar, tapar o modificar, haciendo así que se pierda el énfasis del mensaje.

BIBLIOGRAFÍA

BARBERO, Jesús Martín *De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*, Ed. Gustavo. Gili, México, 1987.

BARTHES, Roland, *Lo obvio y lo obtuso, imágenes, gestos, voces* Ed. Paidós, 2 da. Edición, Barcelona, España 1992.

INDIJ Guido, *Hasta la victoria stencil*. Ed. La marca editora, Argentina, Bs. As., Agosto 2004.

KOSAK, Claudia. *Contra la Pared. Sobre graffitis, pintadas y otras intervenciones urbanas*. Libros del Rojas. Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina. Primera Edición 2004.

LACOUTURE, Jean. *De Gaulle* Ed. Salvat, Barcelona, España 1986.

MARAFIOTI, Roberto. *Los Significantes del consumo*. en *Semiología, medios masivos y publicidad*”, Editorial Biblos, Buenos Aires, Argentina, Marzo de 1995.

MILLÁN, José Antonio, *Contra* Ed. Gustavo Gili, Barcelona, España 2004.

MORENTÍN DE MAGARIÑOS, Juan A. *El mensaje Publicitario. Nuevos ensayos sobre semiótica, y Publicidad*, Ed. Edicial, Colección Universidad, 2da Edición. Buenos Aires, Argentina, Junio de 1991.

SAMPIERI, Roberto y otros, *Metodología de la investigación* Ed. Mc Graw-Hill, México. 1998.

ZATONYI, Marta, *Diseño, Análisis y Teoría*, Ed. Kliczkowski Publisher, Bs. As. Argentina, 1993.

° Diarios, revistas y suplementos.

Di Genova, Facundo, Suplemento “No”, diario Página 12, Jueves 15 de Diciembre de 2005.

° Sitios web:

[#](http://www.adlatina.com/jwtagency-php#28113347-hpp_mision09309&id)

Jesús de Diego en

www.galeon.com/graffitcat/paginas/jesusdediego/laesteticadelgraffiti.htm

http://www.adlatina.com/anunciosdetalle_anunciosphp?id_campana11409&id_pieza21049#ad

[#http://www.adlatina.com/jmotheragency-php#358799-hpp_mision2456977 #](http://www.adlatina.com/jmotheragency-php#358799-hpp_mision2456977)

http://www.adlatina.com/notas/noticia.php?id_noticia=17082) 21 de abril de 2006

Constanza Bertolini en >

<http://www.lanacion.com.ar/538481> viernes 24 de octubre de 2003

www.ull.es/publicaciones/latinas/aa200yene/141radadaavid.html Nuevas estructuras de agencias de publicidad, surgidas a partir de la introducción de Internet. Revista Latina de Comunicación Social, España.

Título: Comunicaciones Externas en Entidades Autárquicas Nacionales.

Caso: Comisión Nacional de Energía Atómica –Córdoba.

Title: External Communication in National Entities. Case: National Commission of Atomic Energy –Córdoba.

Autora: María Belén Barroso

Carrera: Lic. en Relaciones Públicas e Institucionales

E-mail: ma.belenbarroso@gmail.com

Resumen

El presente artículo se desprende del Proyecto de Aplicación Profesional desarrollado durante el año 2008, cuyo objetivo general consistió en diseñar, gestionar y evaluar un Plan de Relaciones Públicas e Institucionales para la Comisión Nacional de Energía Atómica - Córdoba, a través de la implementación de soportes comunicacionales externos, orientados a la generación y fortalecimiento de vínculos estratégicos con los alumnos, docentes y autoridades del Ciclo de Especialización de las escuelas de la Ciudad de Córdoba y el interior de la provincia. Para abordar el objeto de estudio, se adoptó una investigación de tipo no probabilística, en la cual se aplicaron encuestas a una muestra de 90 estudiantes en tres Instituciones Educativas de nuestra ciudad: Nuestra Madre de la Merced, Mark Twain y Arturo Jauretche (Ipem 114); en ellas se propuso analizar la opinión de los jóvenes respecto a las actividades desarrolladas por la CNEA-CÓRDOBA.

El trabajo de campo previo a la realización del plan (trabajo de investigación - diagnóstico) reveló que la CNEA-CÓRDOBA es una organización poco conocida o desconocida para los alumnos. Además, se destacó un amplio margen de desinformación en los encuestados respecto a la Energía Nuclear, sus aplicaciones e impacto sobre la sociedad. Por otro lado, la opinión de los estudiantes sobre la

organización en cuestión y las actividades que desarrolla, se manifiesta confusa e incluso contradictoria.

Abstract

This article is the result of a Professional Application Project developed in 2008, its main aim is to design and evaluate a Public Relations Plan for the National Commission of Atomic Energy -CÓRDOBA, through the implementation of external media communications, aimed at the generation and strengthening of strategic links with students, teachers and authorities of high schools in Córdoba. In order to accomplish this objective, we developed a research, sample survey of 90 students at three Educational Institutions of our city: Nuestra Madre de la Merced, Mark Twain and Arturo Jauretche (Ipem 114). This action proposes to analyze the views youths within these schools regarding the activities of the CNEA-Córdoba.

This research revealed that the CNEA-CÓRDOBA is a little known or unknown institution to the young students of the schools studied. In addition, "Nuclear Energy" is a subject that is not well known among these students. Besides, the student's view about this organization and its activities is confusing and even contradictory.

Palabras Claves: Opinión – Energía Atómica – Comisión Nacional de Energía Atómica CÓRDOBA – Estudiantes

Key Words: Opinion - Atomic Energy - National Commission of Atomic Energy CÓRDOBA - Students

Introducción

El mundo cuenta con reservas de petróleo aprovechables con la tecnología actualmente disponible hasta el año 2030. La era de la industria basada en la quema de este combustible, está llegando a su fin. En efecto, surge la necesidad de encontrar fuentes alternativas, una opción consiste en la reactivación de las inversiones en la industria de la generación de electricidad a partir de la Energía Nuclear¹.

¹ FERNÁNDEZ COLÓN, Gustavo; <http://www.analitica.com/va/internacionales/opinion/7164945.asp>; página visitada el 25 de febrero de 2007.

La Energía Atómica es liberada como resultado de dos reacciones nucleares: aquella que puede obtenerse por *fisión*, reacción en la que se divide un átomo y se produce una emisión de neutrones y radiaciones, acompañada por la liberación de una gran cantidad de energía y la *fusión*, reacción entre núcleos de átomos ligeros que conduce a la formación de un núcleo más pesado, acompañada por la liberación de partículas elementales y de energía (Martin, 1993).

Este tipo de tecnología puede aplicarse en medicina, conservación de alimentos, agricultura, proyectos industriales, robótica, control de calidad entre otros. Además, presenta enormes ventajas ambientales, al igual que las “nuevas” energías renovables – solar y eólica-, el uso de las centrales nucleares no emite gases de efecto invernadero ni componentes de lluvia ácida. Hoy se encuentran aproximadamente 430 centrales nucleares funcionando en el mundo y 72 se encuentran en periodo de construcción. El 17% de la energía eléctrica del mundo y el 10% en Argentina es de origen nuclear².

La controversia en torno a la energía atómica, incluido bombas y reactores, ha sido extremadamente larga y violenta, ha suscitado más emociones y protestas que cualquier otra tecnología³. Por esta razón, resulta vital para el presente proyecto analizar la opinión pública en torno a esta temática.

En numerosos países se realizaron y aún se realizan, sondeos para conocer la percepción que tiene la población sobre el uso de la energía nuclear; los incidentes a escala mundial han provocado una enorme confusión y fomentado un debate sin fin de aquellas personas a favor o en contra que anularon lentamente la comprensión y la capacidad crítica⁴.

Desde los comienzos del debate, el activismo ecologista cerró las puertas a la posibilidad de apoyar el desarrollo de la energía nuclear, sin embargo, se están mostrando fisuras en este movimiento. El fundador de Greenpeace: Patrick Moore,

² PALAMIDESSI, Hugo; http://www.info-moreno.com.ar/notas/energia_nuclear.htm; página visitada el 25 de febrero de 2007.

³ SPENSER, Weart. Boletín OIEA; Revista trimestral del Organismo Internacional de Energía Atómica; Vol. 32; Viena 1990.

⁴ WEDEKING, Lothar; Boletín OIEA; Revista trimestral del Organismo Internacional de Energía Atómica; Vol. 32; Viena 1990.

afirma que la energía atómica es “la única alternativa que puede efectivamente reemplazar los combustibles fósiles y satisfacer la demanda global”⁵.

No es necesario pensar en los conflictos que ocurrieron lejos del lugar donde vivimos para comprender este enfoque, encontramos un claro ejemplo de desinformación y por lo tanto incompreensión y carencia de apoyo en nuestra ciudad, más precisamente en la CNEA-CÓRDOBA. De acuerdo con los directivos de la organización, las actividades aquí desarrolladas muestran una extensa serie de malentendidos, desencuentros y enfrentamientos con las autoridades provinciales y municipales, con los vecinos y organizaciones ambientalistas “antinucleares”.

Un denominador común que se deduce de los conflictos, es un elevado nivel de desconocimiento sobre las actividades que se desarrollan en las instalaciones, tanto por parte de los vecinos, los medios de comunicación, como por las autoridades competentes.

La comunidad local enfrenta una serie de prejuicios fuertemente instaurados y además, agravados por la profunda desinformación sobre las actividades desarrolladas en la planta industrial de Alta Córdoba, la Energía Nuclear y los múltiples beneficios del uso pacífico de esta tecnología.

Ante tal situación, entendemos central el aporte de las Relaciones Públicas e Institucionales. En este sentido, Bernays (1998) afirma que dicha disciplina, intenta alcanzar el apoyo del público para una determinada actividad a través de la aproximación, la persuasión y la información.

En el presente artículo se refleja la intención de fomentar dicho apoyo. En una primera instancia diagnóstica se realizó un estudio abocado a analizar la opinión de un sector determinado de la comunidad cordobesa; nos referimos a los Estudiantes del Ciclo de Especialización de colegios secundarios, sobre las actividades desarrolladas por la Comisión Nacional de Energía Atómica –Córdoba. Para lo cual, se identificaron por un

⁵ DALMASO, Luciana; Revista Rumbos; Diario la Voz del Interior; página 21; Córdoba, 18 de marzo de 2007.

lado los factores⁶ que dan origen a la opinión, la dirección e intensidad de la misma, y por otro lado, los estereotipos y actitudes instaurados en los estudiantes respecto a la institución objeto de análisis.

En una segunda etapa, que no desarrollaremos en este escrito, aunque sí presentaremos algunas de las líneas de acción sugeridas, se diseñó un plan de aplicación que responde al diagnóstico obtenido a través de la investigación, donde se presentan las acciones correspondientes al Plan de Relaciones Públicas e Institucionales, con sus objetivos generales y específicos.

Metodología

La investigación implementada para el logro de los objetivos propuestos, es de tipo descriptiva, ya que se pretende especificar las propiedades del fenómeno sometido al análisis, es decir, se miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del mismo. (Ander Egg, 1980).

Los datos de interés se recogieron en forma directa de la realidad, los mismos fueron obtenidos mediante la experiencia empírica y se denominan *primarios*. Esto se enmarca en un tipo de diseño llamado *Diseño de Campo* (Sabino, 1996: 95), el cual es de carácter cuantitativo, ya que se desarrolla de manera estructurada, pretendiendo especificar las características principales del diseño antes de obtener los datos a través de indicadores cuantificables (Sabino, 1996).

La técnica de recolección de datos que mejor se adaptó a nuestro fin es la encuesta, ya que se trata de requerir información de un grupo socialmente significativo de personas acerca del problema en estudio, para luego mediante un análisis de tipo cuantitativo, “sacar las conclusiones que se correspondan a los datos recogidos” (Sabino, 1996: 108). En referencia a lo mencionado anteriormente, el presente estudio pretende medir y analizar ciertos aspectos de la opinión de los alumnos seleccionados como muestra, sobre las actividades desarrolladas por la CNEA-CÓRDOBA.

⁶ Entendemos por factores que originan a la opinión, siguiendo a Simon (1999), al Ambiente, compuesto por: Grupos Sociales, Medios de Comunicación y Especialistas de la materia.

El instrumento correspondiente es el cuestionario, diseñado con preguntas cerradas, que contienen categorías de respuesta delimitadas previamente a las que el encuestado debe atenerse (Vieytes, 2004). Para su diseño se recurrió a fuentes secundarias de información, como páginas de Internet, folletería institucional, revistas del sector, balance anual de la organización, contacto con docentes y alumnos del nivel medio.

La población definida fueron alumnos del Ciclo de Especialización (entre 15 y 18 años) de los Colegios: Instituto Nuestra Madre de la Merced, Mark Twain y Arturo Jauretche (Ipem 114) de la Ciudad de Córdoba. Con el análisis de estas instituciones educativas se intentará abarcar un espectro geográfico amplio dentro de la sociedad cordobesa, pertinente al actual trabajo de aplicación.

Institución Educativa	<i>Nuestra Madre de la Merced</i>	<i>Mark Twain</i>	<i>Arturo Jauretche</i>
Características	<i>de la Merced</i>		
<i>Dirección</i>	Fragueiro 2300, barrio Alta Córdoba	José Roque Funes 1525, barrio Cerro de las Rosas	Callao esq. San Jerónimo, barrio Acosta
<i>Gestión</i>	Privado	Privado	Público
<i>Nivel</i>	Inicial Primario Medio Terciario	Medio	Medio
<i>Cantidad de alumnos</i>	800	300	660
<i>Cuota Mensual</i>	\$120 mensuales	\$1200 (s/ almuerzo) \$1600 (c/ almuerzo)	Bono Contribución \$35 anuales
<i>Observaciones</i>	Colegio Católico	Colegio Bilingüe Doble Escolaridad	Colegio ubicado en barrio Acosta, zona Urbano-Marginal

La muestra se encuentra conformada por 30 alumnos del Ciclo de Especialización (entre 15 y 18 años de edad) del Instituto Nuestra Madre de la Merced, 30 del Mark Twain y 30 del Arturo Jauretche (Ipem 114) de la ciudad de Córdoba. El total de encuestados por lo tanto, será de 90 estudiantes del nivel medio. El cuestionario se aplicó según el criterio de muestreo no probabilístico por conveniencia.

Desarrollo

Para consolidar la toma de decisión de un Plan de Comunicación Externa que le permita a la CNEA-CÓRDOBA, llegar a los estudiantes de las escuelas secundarias con un mensaje basal, que favorezca la identificación de los beneficios del uso pacífico de la energía atómica y de las actividades llevadas a cabo en dicha planta, es necesario recabar y analizar la información obtenida, y de esta manera, obtener un diagnóstico general sobre el estado actual de la opinión de los alumnos del Ciclo de Especialización.

A partir de 90 cuestionarios tomados, se arrojaron los siguientes resultados:

Los jóvenes encuestados manifestaron, en un elevado porcentaje (80%), contar con escasos conocimientos sobre la Energía Atómica. Dado que se pretendía analizar la opinión de los encuestados, se indagó sobre los factores que intervienen en la etapa de formación de la misma; es aquí donde adquiere importancia el *ambiente*, concepto que Simon (1999) describe como las condiciones generales o específicas, cercanas o lejanas; estáticas o dinámicas, en las que se desenvuelven los estudiantes, que funcionan como fuente de información respecto a la Energía Nuclear. Las encuestas reflejan los siguientes Ambientes:

1. La Escuela
2. El Sentido Común
3. Los Medios de Comunicación

La Escuela fue resaltada como el principal espacio donde se obtienen conocimientos respecto a la Energía Nuclear. En los programas educativos no se detallan unidades

dedicadas al estudio de este tipo de energía, sin embargo, las escuelas introducen el tema al momento de explicar el concepto de Energía y sus aplicaciones. Además, algunas instituciones, como el Instituto Corazón de María (B° Alta Córdoba) y el Instituto Secundario Privado Empalme (B° Empalme), han optado por solicitar a especialistas en la materia el dictado de cursos a los alumnos, donde se aporten conocimientos sobre la Energía Atómica y la CNEA-CÓRDOBA.

Por otro lado, se señaló al sentido común, es decir, “aquellos conocimientos adquiridos por medio la experiencia, a través de los sentidos, cuyo origen es espontáneo, por lo que refleja una realidad dispersa”⁷.

Entre los medios masivos, parece ser puntualmente la Televisión, quien cumple un papel esencial en la formación de la Opinión Pública, siendo una de las principales fuentes de información diaria de los estudiantes. Resulta importante destacar que gran parte de los datos que receptan los alumnos, pueden encontrarse acotados -y en muchos casos manipulados- por los medios, en un intento por aumentar su alcance dentro de la comunidad.

Con en fin de profundizar en la indagación, citamos a Simon, quien en su libro *Relaciones Públicas: Teoría y Práctica* (1999) considera que entre el público y la opinión hay un espacio poco explorado conformado por costumbres, estereotipos y actitudes, los cuales constituyen los componentes de la opinión. Para la presente investigación se tomaron en cuenta solo dos de los aspectos mencionados:

1) Los *estereotipos*, definidos como denominaciones o preconcepciones convencionales que se adquieren a través de la cultura. Según el psicólogo William Albig (cit. en Simon, 1999: 159), los estereotipos pueden ser falsificadores de la realidad, pero también son realidades psicológicas, formas no escritas de ver la realidad.

⁷ ar.answers.yahoo.com/question/index?qid=20060914172804AA13CIe; página visitada el 10 de octubre de 2007.

Durante el trabajo de investigación se les preguntó a los alumnos a qué asociaban la Energía Atómica, y como resultado, surgieron fundamentalmente los siguientes conceptos: “Energía producida por átomos”, “peligro” “guerra” y “contaminación ambiental”. Estas son algunas de las consecuencias del uso de este tipo de tecnología, según las representaciones de los encuestados. Además, manifestaron en similares porcentajes que la Energía Atómica puede ser aplicada tanto para la producción de energía eléctrica, para la industria, como para fines bélicos.

En esta etapa, es importante destacar que el 64% de los encuestados desconoce la existencia de la CNEA-CÓRDOBA, y de ese porcentaje, sólo el 38% respondió correctamente sobre las actividades que se desarrollan en la planta de B° Alta Córdoba. El 29% de los alumnos, directamente no cuenta con información alguna sobre el trabajo desarrollado en sus instalaciones. Otro dato relevante es que el 64% de la muestra asegura que la CNEA-CÓRDOBA genera abundante contaminación ambiental. Esto demuestra una clara necesidad por parte de la organización de comunicarse y mostrarse abierta a la comunidad, lo que podría facilitar su desenvolvimiento e incrementar considerablemente el grado de comprensión en sus públicos sobre sus actividades y beneficios aportados por el desarrollo de las mismas, dejando al profesional de Relaciones Públicas e Institucionales un amplio campo de aplicaciones.

2) En cuanto a las *actitudes*, éstas son entendidas como las predisposiciones, pensamientos o sentimientos de los individuos hacia temas específicos, por lo tanto representan una tendencia a actuar de modo peculiar. Esto hace que sea vital el estudio de las actitudes individuales y de grupo para comprender la naturaleza de la Opinión Pública. A partir de los datos, se destaca que el 96% de los encuestados demostró interés en recibir información y conocer las instalaciones de la CNEA-CÓRDOBA, a pesar de esto, un 68% consideró que la planta debería ser trasladada del barrio.

Respecto de la noción de opinión, en este trabajo hemos tomado dos de las características que propone Simon (1999): la Dirección y la Intensidad.

La *Dirección*, significa estipular si una persona está a favor o en contra de algo. En el presente trabajo se planteó a los alumnos la posibilidad de construir nuevas centrales nucleares en el país: los mismos se manifestaron parcialmente de acuerdo en un 32%, en parcial desacuerdo un 23%, en desacuerdo total el 22% y un marcado índice de indiferencia del 17%. Otro dato significativo es que el 53% de la muestra considera que la CNEA-CÓRDOBA causa un impacto neutral sobre la sociedad cordobesa; sin embargo, el 72% de los alumnos seleccionados como muestra, declaró estar en contra del funcionamiento de plantas que trabajen la Energía Atómica, como es el caso de la planta fabril en cuestión, en zonas urbanizadas como el barrio Alta Córdoba. Esto demuestra una respuesta dividida por parte de la muestra frente a la opción de ampliar el sector nuclear en nuestra ciudad y en nuestro país.

La *Intensidad* describe la potencia de los sentimientos que existen en esa opinión. Algunos temas son de mayor importancia que otros. A manera de graficar ésto, en nuestra investigación los encuestados indicaron que el funcionamiento de la CNEA-CÓRDOBA resulta importante en la actualidad.

A partir de los datos extraídos y analizados de las encuestas realizadas en las Instituciones Educativas Instituto Nuestra Madre de la Merced, Mark Twain y Arturo Jauretche, la CNEA-CÓRDOBA, se representa como una institución poco conocida o desconocida. Esto se reflejan, por un lado, en la gran desinformación de los encuestados respecto de la Energía Nuclear, sus aplicaciones, impacto sobre la sociedad y consecuencias y sobre la CNEA-CÓRDOBA, sus actividades y efectos. Por otro lado, la opinión se manifiesta en ciertas ocasiones confusa y contradictoria; lo que puede repercutir en los proyectos futuros de la organización.

Es posible destacar la significativa necesidad de formalizar un plan de comunicación que dé a conocer la CNEA-CÓRDOBA entre los estudiantes del Ciclo de Especialización de los colegios de la Ciudad de Córdoba, como una organización abierta a la comunidad, unificando los mensajes por parte de la Comisión Nacional de Energía Atómica.

Presentamos a continuación algunos de los lineamientos del plan realizado a partir de los datos obtenidos en el trabajo de investigación:

Plan de Relaciones Públicas e Institucionales

Estrategia Comunicacional:

Elaborar un Plan de Relaciones Públicas e Institucionales a través de la implementación de soportes comunicacionales externos.

Tácticas:

En el proceso de las Relaciones Públicas e Institucionales, la planificación es el paso siguiente a la investigación; en esta etapa, es importante decidir qué hacer, y de qué manera ejecutar las acciones planteadas, para de esta forma, alcanzar los objetivos de la organización y por consiguiente, del Plan de Relaciones Públicas e Institucionales diseñado.

Al momento de seleccionar las tácticas que se adecuarán de manera más eficiente, frente a la resolución del objetivo de aplicación planteado, se decidió desarrollar diversas herramientas enfocadas según dos maneras de manifestar la comunicación externa:

1. Comunicación Externa de Notoriedad
2. Comunicación Externa Estratégica

Comunicación Externa de Notoriedad

A través de esta modalidad, es la organización como “institución” la que informa sobre sus productos y servicios, comunica su imagen de manera directa para desarrollar su notoriedad en el entorno. (Bartoli, 1992)

Táctica N° 1: “*Quiénes somos y qué hacemos*”

Objetivo General: Informar a los alumnos y docentes del Ciclo de Especialización de las escuelas de gestión pública y privada, sobre la CNEA-CÓRDOBA y las actividades que se desarrollan en sus instalaciones.

Acción 1a: Carpeta Institucional

Objetivo Específico: Presentar a la organización frente a cierto público de interés. En este caso, a docentes del Ciclo de Especialización y autoridades del Nivel Medio de las escuelas de Córdoba.

Acción 1b: Folleto Institucional

Objetivo Específico: Informar a los alumnos del Ciclo de Especialización de las escuelas de Córdoba, respecto a la CNEA-CÓRDOBA y las actividades desarrolladas en sus instalaciones, de manera sencilla, económica e impactante.

Acción 1c: Diseño de Página Web

Objetivo Específico: Brindar al visitante una motivación para informarse sobre la CNEA-CÓRDOBA, una razón para recordar a la institución. Este es un soporte que le ahorra tiempo, apoyando la imagen que intenta expresar la CNEA-CÓRDOBA, y completando el proceso de intercambio y generación de vínculos estratégicos, ya que simplifica una comunicación ágil y fluida con los públicos de interés.

Táctica N° 2: “Conociéndonos desde adentro”

Objetivo General: Presentar a la CNEA-CÓRDOBA como una organización abierta a la comunidad, donde los alumnos y docentes del Ciclo de Especialización de las escuelas puedan acceder a las instalaciones de B° Alta Córdoba, entrando así en contacto con las actividades cotidianas que se desarrollan en cada sector.

Acción 2a: Visitas Guiadas por las instalaciones de Geología del Uranio, Control de Uranio y Dioxitek S.A.

Objetivo específico: Acercar a los estudiantes y docentes al terreno donde se realizan las actividades habituales de la CNEA-CÓRDOBA, para despertar el interés y la curiosidad en diferentes áreas, desechando inquietudes, y conociendo con mayor profundidad las funciones de la CNEA en Córdoba.

Comunicación Externa Estratégica

En este caso, la organización no pretende fortalecer su notoriedad directamente, sino que se manifiesta en constante búsqueda de nuevos vínculos estratégicos que permitan desarrollar “redes”, relaciones positivas con actores de importancia vital, haciendo referencia a la comunidad educativa. Esta es una actitud proactiva que las organizaciones asumen para mantenerse flexibles a los cambios. (Bartola, 1992)

Táctica N° 3: “*Uniendo Fuerzas*”

Objetivo General: Generar vínculos estratégicos con los docentes del Ciclo de Especialización de las escuelas de Córdoba, posibilitando de esta manera, un trabajo de cooperación conjunta en materia de formación de los alumnos respecto a la CNEA-CÓRDOBA.

Acción 3a: Ciclo de Charlas Educativas orientadas a docentes.

Objetivo Específico: Informar a los docentes sobre las Actividades Nucleares en Argentina y en nuestra provincia en particular, además de comunicarles los objetivos de la CNEA-CÓRDOBA y las actividades que se desarrollan en sus instalaciones.

Acción 3b: Láminas Didácticas como Presente Institucional.

Objetivo Específico: Reforzar el vínculo con las instituciones educativas de Córdoba a través de un Presente Institucional, que a su vez, cumpla la función de promocionar el logotipo de la CNEA-CÓRDOBA y los datos de contacto.

Táctica N° 4: “*Despertando Interés*”

Objetivo General: Fomentar el interés en los alumnos del Ciclo de Especialización, por informarse sobre la Energía Nuclear, generando al mismo tiempo la necesidad de

recurrir a distintas fuentes de información, y entre ellas, se plantea la CNEA-CÓRDOBA como la primera opción, con el fin de fortalecer vínculos estratégicos.

Acción 4a: Concurso de Afiches “¡¡¡ACÁ!!! Hay Energía Nuclear”

Objetivo Específico: Generar la necesidad en los alumnos de recurrir a la CNEA-CÓRDOBA como fuente de información sobre Energía Nuclear, creando a su vez, un espacio de expresión donde los jóvenes manifiesten sus ideas.

Conclusión

El desarrollo de la Energía Nuclear es un tema que genera controversia mundial desde hace muchos años. Hay razones a lo largo de la historia que provocaron el descreimiento de la opinión pública frente a este tipo de tecnología. Además, resulta inevitable la asociación del término a fines netamente bélicos y destructivos.

Si nos remontamos a 1986, año en que colapsó el reactor de la central nuclear de Chernobyl en Ucrania y que provocó la mayor catástrofe nuclear de todos los tiempos, encontraremos quizás, el comienzo del descrédito por la Energía Atómica. A pesar de tantos años de controversia, actualmente la crisis por el calentamiento global, el alza en el precio del petróleo y el incremento en la demanda de energía eléctrica, llevan a pensar en la reactivación del sector nuclear en nuestro país y en el resto del mundo.

En Francia, el 50% de la energía eléctrica consumida, proviene de las 56 centrales nucleares que funcionan en el territorio nacional, por lo cual, las entidades francesas que trabajan con Energía Nuclear, desarrollan y evalúan constantemente importantes proyectos de Relaciones Públicas a fin de fortalecer los vínculos con los ciudadanos.

Una de las principales compañías de electricidad en Japón, la Tokio Electric Power Co. Inc., posee en la actualidad tres centrales nucleares, y cada una de ellas generó un Centro de Información sobre Energía Nuclear, concebido para ayudar a los ciudadanos a comprender mejor la producción de este tipo de tecnología.

La Argentina no debería escapar a esta tendencia, debido a que el sector nuclear se está reactivando con el Plan Atómico Nacional, anunciado por el gobierno en agosto de 2006. Como en muchos países, la seguridad de las centrales repercute en una gran preocupación por parte de la opinión pública.

En respuesta a esta situación, la Comisión Nacional de Energía Atómica - CÓRDOBA, entidad autárquica cordobesa que depende de la CNEA en Buenos Aires, dedicada al uso pacífico de la Energía Nuclear, y objeto del presente artículo, se demuestra cada vez más preocupada por el apoyo de los ciudadanos. Situación que se refleja en su marcado interés por diseñar e implementar un Plan de Relaciones Públicas e Institucionales dirigido al sector educativo de la provincia.

Para alcanzar el éxito de este objetivo, se desarrolló un Plan de Relaciones Públicas e Institucionales que, a través de soportes comunicacionales externos, genere y fortalezca vínculos estratégicos con alumnos y docentes del Ciclo de Especialización de las escuelas de la ciudad de Córdoba y el interior de la provincia.

En una primera etapa del Plan, se pretendió informar al público de interés sobre la CNEA-CÓRDOBA, sus objetivos, antecedentes, actividades y procesos; con el propósito de permitir un acercamiento por parte de los estudiantes y sus docentes a la cotidianeidad de la organización en cuestión.

En la segunda etapa, más allá de formar al público meta en el tema nuclear, se prioriza la generación y fortalecimiento de los vínculos, para ello, las acciones y herramientas comunicacionales, han sido definidas estratégicamente.

A pesar de la dedicación al desarrollo y evaluación de las mismas, todavía queda un ingente trabajo por hacer. Sólo una minoría es conciente de la necesidad de encontrar nuevas maneras de producir energía, y aún una porción más pequeña, piensa en las centrales nucleares como una opción factible y positiva para solventar esta carencia.

Las Relaciones Públicas e Institucionales son una disciplina que aporta una importante cuantía de elementos que podrían utilizarse para favorecer al cumplimiento de los objetivos organizacionales de la CNEA, tanto en Córdoba, como en el resto del país.

Bibliografía

- ANDER EGG, Ezequiel; *Técnicas de Investigación Social*; Editorial Humanitas, Argentina 1980.
- BARTOLI, Annie; *Comunicación y Organización. La organización comunicante y la organización comunicada*; Editorial Paidós; Argentina 1992
- BERNAYS, Freud Edward; *Cristalizando la Opinión Pública*; Editorial Gestión 2000; Barcelona 1998.
- MARTIN, Hugo, *Atómicamente: Manual de divulgación sobre las aplicaciones pacíficas de la Energía Nuclear*; Argentina 1993.
- MERCADO, Salvador. *Relaciones Públicas Aplicadas. Un camino hacia la productividad*, Editorial Thomson; México 2002.
- MURIEL, María Luisa ROTA, Gilda; *Comunicación Institucional Enfoque Social de las Relaciones Públicas*; Primera Edición; Editorial Andina; Ecuador, 1980.
- RIVADENEIRA PRADA, Raúl; *La Opinión Pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio*; Editorial Trillas; México, 1984.
- SABINO, Carlos; *El proceso de investigación*; Tercera edición; Editorial Lumen – Humanitas; Buenos Aires 1996.
- SIMON, Raymond; *Relaciones Públicas. Teoría y Práctica*; Editorial Limusa; México 1999.
- VIEYTES, Rut. *Metodología de Investigación en las Organizaciones, Mercado y Sociedad. Epistemología y técnicas*; Tercera Edición; Editorial De las Ciencias; Buenos Aires 2004.
- WILCOX, Denis L. AULT Phillip H. AGEE, Warren CAMERON, Glen; *Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas*; Sexta Edición; Editorial Addison Wesley; Madrid 2001.

Artículos Especializados

- ALLPORT, Floyd Henry; “*Hacia una ciencia de la opinión pública*”; Artículo Publicado en la revista Public Opinion; New York 1937.

- DALMASO, Luciana; Revista Rumbos; Diario la Voz del Interior; Córdoba 2007.
- DE SOUSA ANDRADE, Teobaldo; *Relaciones Públicas: Nuevo Poder administrador*; Artículo publicado por la Federación Interamericana de Relaciones Públicas, 1982.
- HARLOW, Rex; *Bulding a Public Relations Definition*; Public Relations Review 2 N° 4; Winter 1976.
- MARTIN, Hugo; *Apertura Institucional: Contribución a la aceptación pública de las actividades nucleares*; Córdoba 2003.
- MARTIN, Hugo; *Actividades Nucleares y Desarrollo Urbano*; Córdoba 2003.
- SPENSER, Weart; Boletín OIEA; *Revista trimestral del Organismo Internacional de Energía Atómica*; Vol. 32; Viena 1990.
- WEDEKING, Lothar; Boletín OIEA; *Revista trimestral del Organismo Internacional de Energía Atómica*; Vol. 32; Viena 1990.

Sitios Web

- [http:// www.info-moreno.com.ar/notas/anergia_nuclear.htm](http://www.info-moreno.com.ar/notas/anergia_nuclear.htm)
- [http:// www.cnea.gov.ar](http://www.cnea.gov.ar)
- [http:// www.lavozdelinterior.com.ar](http://www.lavozdelinterior.com.ar)
- [http:// ar.answers.yahoo.com/question/index?qid=20060914172804AA13Cie](http://ar.answers.yahoo.com/question/index?qid=20060914172804AA13Cie)
- <http://www.analitica.com/va/internacionales/opinion/7164945.asp>

Título: Reformas del Estado en Argentina: el rol de los Sindicatos.

Title: State Reforms in Argentina: the role of the Labor Unions.

Autor: Lic. Francisco Viale Linares.

Carreras: Lic. en Relaciones Internacionales y Lic. en Ciencia Política.

E-mail: franviale@gmail.com

Resumen.

Este trabajo abarca, desde la asunción presidencial de Menem en 1989 hasta el año 1994, y en el mismo se busca explicar cómo fue posible que su gobierno implementara las reformas del Estado de primera generación sin despertar el rechazo de los sindicatos. Entendemos que aquello fue posible, entre otras cosas, gracias a su redefinición de la relación del peronismo con los sindicatos, a la amenaza de quitarle la personería jurídica a los que se opongan a sus políticas, o de investigar a los líderes sindicales por enriquecimiento ilícito, a la compra de voluntades con puestos políticos o lugares en las listas sábana, a las eximiciones de deuda que les otorgaba a los sindicatos colaboradores y a las oportunidades que les brindaba de hacer nuevos negocios (en obras sociales, mutuales y en la participación en las AFJP o como micro accionistas de las empresas privatizadas). Además, desarticuló las alianzas reales o potenciales entre distintos gremios y sindicatos. Por su parte, el fin de la Guerra Fría y el auge del Consenso de Washington le facilitaron al gobierno argumentos para sostener las reformas neoliberales y legitimidad internacional por parte de los Organismos Multilaterales de Crédito y de los países centrales (principalmente EE.UU). El resultado fue un exitoso plan de reformas en un tiempo muy breve, y el apoyo de la mayoría de los grupos sindicales a la candidatura del Presidente Menem para ser reelecto.

Abstract.

This work analyses the presidency of Carlos Menem from 1989 to 1994, explaining how his government was able to introduce the State reforms of the first generation, without the opposition of labor unions. This was possible thanks to the redefinition of the relationship between the Peronist Party and the labor unions, to the threats to remove their legal status to those labor unions opposed to the policies of their government or to investigate for illegal enrichment to its leaders, to the buying of political will with the offering of public jobs or places in the candidate lists of the elections, to the exemption of debts to the cooperating labor unions and the offering of opportunities for new business (in the reform of the health and the pension system, or as shareholders of the newly-privatized State companies). Furthermore, this government dismantled the potential and existent alliances between the different labor unions. On the other hand, the end of the Cold War and the Washington Consensus gave this government the ideological arguments to support the neoliberal reforms and international legitimacy from the Multilateral Credit Organizations. and the northern countries (especially the USA). The result was a successful reform plan in a short period of time, and the support of the majority of the labor unions to the candidacy of President Menem to the reelection.

Palabras Clave.

Menem - Reformas del Estado – Primera Generación – Sindicatos – Gremios – Consenso de Washington – Organismos Multilaterales de Crédito.

Key Words.

Menem - State Reforms – First Generation – Labor Unions – Washington Consensus – Multilateral Credit Organizations.

Introducción.

Durante el presente texto encontrará parte de los contenidos abordados y los resultados obtenidos en una investigación de un año de duración, iniciada en agosto de 2007, en el marco del Seminario Final de las Lic. en Ciencia Política y en Relaciones Internacionales de la Universidad Empresarial Siglo 21.

Aquí será analizado el contexto en el cual el presidente argentino Carlos Saúl Menem pudo llevar a cabo toda una serie de reformas del Estado de primera generación que afectaron directamente a los sectores trabajadores, sin que por ello reaccionaran en su contra los diferentes gremios y sindicatos del país. En particular, lo que aquí nos ocupa es explicar cómo hizo Menem para que estos actores se mantuvieran fuera de la arena de lucha política (especialmente si tenemos en cuenta el activo y crítico papel que desempeñaron durante la presidencia anterior, la del Dr. Raúl Ricardo Alfonsín) cuando los intereses de los sectores trabajadores a los que representaban eran puestos en peligro e incluso afectados de modo directo y explícito.

Para ello, analizaremos en primera instancia el contexto histórico en el que llevaron a cabo estas reformas del Estado, caracterizadas por privatizaciones de las empresas públicas, tercerizaciones, publicitaciones, descentralización, etc. Luego, será abordado el rol de los sindicatos respecto de las políticas reformistas y, más específicamente, los mecanismos de captación, coerción y fragmentación que impulsó exitosamente el gobierno nacional sobre los primeros. Sin embargo, resulta necesario antes explicitar los aspectos metodológicos empleados y aclarar qué se entiende por reformas del Estado y exponer sus clasificaciones.

Aproximación Conceptual.

Antes que nada, es necesario definir qué se entiende por reformas del Estado de primera generación. Existen diversas clasificaciones de las reformas del Estado, pero la más utilizada es la que las distingue en generaciones. Para ello se empleará la conceptualización de Oscar Oszlak (2003), quien divide a las reformas en dos generaciones (pese a que él llama, en un sentido aproximado, ‘reformas hacia fuera’ a las de primera generación y ‘reformas hacia dentro’ a las de segunda -y hay autores que hablan incluso de una tercer generación de reformas-). El autor reconoce que las “reformas ‘hacia fuera’ o ‘hacia dentro’ del estado (...) respectivamente, coincidirían aproximadamente con las así denominadas de ‘primera’ y de ‘segunda’ generación” (Oszlak, 2003:10). Dado que en este trabajo sólo nos concentraremos en las reformas de primera generación, aquí sólo encontrará la definición de éstas.

Las reformas de primera generación (o reformas hacia fuera, en términos de Oszlak) son las tendientes hacia un “menor Estado”, lo cual implica reducir su intervención y transformar su rol (Oszlak, 2003). Respecto del caso argentino, Oszlak y otros nos dicen que:

“la reforma del estado iniciada en Argentina, al igual que en la gran mayoría de los países latinoamericanos, hacia fines de los años ’80, reconoce (...) etapas claramente diferenciadas. (...) La primera fase consistió en la reducción del aparato estatal mediante la transferencia a terceros (empresarios privados, ONGs, gobiernos subnacionales, proveedores) de la responsabilidad de producir determinados bienes y servicios tanto para usuarios de la sociedad como del propio estado. Además de la privatización, descentralización y tercerización, que fueron sus principales instrumentos, esa etapa también incluyó la desregulación de numerosas actividades económicas (controles de precios, intervenciones equilibradas en los mercados, mecanismos de promoción)” (Oszlak, Fólger y Porcinito, 2000: 4).

Es decir que en este trabajo se abordarán aquellas políticas reformistas tendientes a reducir el tamaño y la injerencia del Estado, resultando una creciente liberalización de los mercados y un rol más activo de los agentes privados. En particular, se hará especial énfasis en aquellas medidas que, en el marco de estas reformas estructurales, afectaban a los sindicatos y sus afiliados, para poder proceder, luego, a explicar cómo fue posible que dichos sindicatos no se volcasen en contra de tales políticas.

Aspectos Metodológicos.

El presente trabajo es una investigación científica aplicada exploratoria, de tipo explicativa, por lo que “su objetivo (...) es conocer por qué suceden ciertos hechos, analizando las relaciones causales existentes o, al menos, las condiciones en que ellos se producen” (Sabino, 1992: 63). Respecto de las investigaciones explicativas, es muy pertinente el comentario de Carlos Sabino, al afirmar que, pese a que son las que más enriquecen y profundizan el conocimiento, se lo hace a costa de un mayor riesgo en cometer errores. No obstante ello, dado que el conocimiento científico es acumulable, a

lo que aquí se aspira es a sistematizar diversos aportes a las disciplinas de la Ciencia Política y las Relaciones Internacionales, y servir como antecedente para futuros trabajos en esta línea, sin pretenderse dar una explicación acabada y completa.

Como ya hemos mencionado, el objetivo que se plantea este trabajo es explicar cómo fue posible que Carlos Menem implementara, durante su presidencia, diversas reformas estructurales que afectaron directamente a los trabajadores sin que se generase un frente sindical fuerte y continuo de rechazo a las mismas.

Para alcanzar este objetivo, el recorte temporal de los procesos de reformas analizados sobre el que nos enfocaremos abarcará los primeros años de la primera presidencia de Menem; más específicamente desde su temprana asunción en 1989 hasta 1994. Los criterios tomados para realizar tal delimitación responden a diversas causas. El extremo inferior fue definido en base al comienzo de la presidencia de Menem en 1989, cuando Alfonsín abandona anticipadamente su mandato, entregándole la presidencia a Menem, por aquel entonces Presidente electo, cinco meses antes de lo previsto. Dicho recorte se fundamenta en que fue bajo la primer presidencia de este último que se llevaron a cabo las principales reformas de primera generación en Argentina y, en ese marco, es que toma relevancia analizar el papel que tuvieron los gremios y sindicatos en dicho proceso.

Por su parte, el extremo superior se fundamenta en que, como bien dice Gambina:

“Para fines de 1994 la mayor parte de las empresas de propiedad estatal que producían bienes o servicios había sido vendida, incluyendo las más importantes, por ejemplo la compañía petrolera YPF y las que producían y distribuían electricidad. Este proceso cubrió un amplio rango de áreas productivas, desde hierro y acero hasta petroquímicas y gas. En algunos casos (áreas petroleras, ferrocarriles, puertos, autopistas, agua corriente y cloacas y canales de televisión y radio) el gobierno utilizó mecanismos de concesión. (...) [También] En julio de 1994 se implemento el nuevo régimen previsional mixto, con el objetivo de solucionar a largo plazo el

financiamiento del sistema previsional y fortalecer el mercado de capitales. El sistema resultó mixto, ya que se permitió la opción de mantenerse en el viejo régimen de reparto o de incorporarse al nuevo régimen gestionado por las Administradoras de Fondos de Jubilación y Pensión (AFJP)” (Gambina, 2001:196-198).

A su vez, según García Delgado

“la reforma del Estado de bienestar va a tener en nuestro país dos etapas, ambas en el marco de la presidencia de Carlos Menem. (...) La primera está asociada al Plan de Convertibilidad y a la figura del ministro de economía Domingo Cavallo y la segunda es posterior a la crisis del ‘tequila’ (1995) y (...) ambas se producen bajo el paradigma de Estado ‘mínimo’ impulsado por el Consenso de Washington” (García Delgado, 1998: 47-48).

Pues, el analizar ambos períodos resultaría más complejo (dado que en el año 1994 se efectuó una importante reforma a la Constitución Nacional y, además, la crisis internacional mencionada por García Delgado tuvo grandes repercusiones en el país), escaparía a la extensión que se le quiere dar al presente texto y sería irrelevante dada la concentración de la mayor parte de las reformas de primera generación en los años aquí considerados.

Finalmente, este trabajo se basó en el análisis de un corpus escrito. Específicamente, se llevó a cabo por medio de una profunda revisión bibliográfica (libros, revistas, papers, periódicos, etc.), es decir que se acudió al empleo de fuentes secundarias. El criterio de selección de dichas fuentes es su rigurosidad científica y la pertinencia respecto del problema de investigación planteado.

Marco Histórico-Contextual de las Reformas.

Las reformas de primera generación llevadas a cabo durante el primer quinquenio de la década de 1990 en Argentina, se encuentran inmersas en un contexto histórico, tanto a nivel nacional como regional e internacional, que no ha de descuidarse si se quiere

comprender el por qué de las mismas. En primer lugar, los distintos países de América Latina que desde fines de la Segunda Guerra Mundial, habían impulsado políticas desarrollistas se encontraban con un desmedido endeudamiento, una inadecuada estrategia de desarrollo industrial y un crecimiento económico insuficiente como para afrontar los compromisos financieros contraídos. Ello desencadenó en la década de 1980 lo que se conoce como la Crisis de la Deuda (siendo el año 1982 el punto de inflexión). Bresser Pereira sostiene que dicha crisis afectó a toda Latinoamérica y que fue la peor crisis económica de su historia (Bresser Pereira, 1995:28).

Es en este contexto (endeudamiento excesivo, gasto público asfixiante e incapacidad de obtener nuevos préstamos) que el recorte estructural se vuelve no ya una opción más entre tantas, sino la única que se percibía como viable. Aquí es cuando toma cuerpo la idea de reformar la estructura del Estado, basada en las ideas del Consenso de Washington. Es por ello que Cavarozzi sostiene que “la crisis de la deuda se convirtió en el parteaguas: una nueva era fue inaugurada en América Latina a partir de 1982. La cuestión dejó de ser si encarar el ajuste o no, o reducir el tamaño del Estado o no, sino cómo hacerlo” (Cavarozzi, 1993:32).

En este contexto regional, Gervasoni expresa lo peculiar del caso argentino al decirnos que:

“en el contexto de las reformas económicas en América Latina, el caso argentino resulta particularmente interesante desde el punto de vista político. En efecto, el programa argentino de reformas ha sido, con la posible excepción del chileno, el más profundo y abarcativo, y sin duda el más rápido. En sólo cinco años, de 1989 a 1994, se logró equilibrar el presupuesto, privatizar prácticamente todas las empresas públicas y el sistema de seguridad social, liberalizar el comercio, desregular casi todos los sectores de la economía y abrir el país a las inversiones extranjeras. Lo peculiar desde el punto de vista político, fue que este radical programa de reformas fue implementado por el Justicialismo, un partido de tradición estatista, proteccionista, intervencionista y populista” (Gervasoni, 1998 (b):72).

Por su parte, las políticas reformistas que Menem llevó a cabo no resultaron nuevas para los argentinos, dado que años antes Alfonsín había propuesto medidas en la misma línea pero de menor alcance, tales como la privatización de empresas públicas (40% del capital de ENTEL y Aerolíneas Argentinas; 100% del capital de la planta de acero SOMISA) y la eliminación de trabas legales a la inversión privada en áreas hasta entonces reservadas al Estado (v.g. Sector de Telecomunicaciones), etc. (a todas estas medidas se las conoce como el Plan de Octubre de 1987, el cual no prosperó dado el rechazo parlamentario, de los sindicatos y de la ciudadanía en general).

A su vez, a nivel global, el fin de la Guerra Fría y la consiguiente supremacía de Estados Unidos, el triunfo ideológico del capitalismo y la democracia por sobre el comunismo y los gobiernos dictatoriales, la difusión de las recetas neoliberales y condicionalidades de los Organismos Multilaterales de Crédito (como el Fondo Monetario Internacional o el Banco Mundial) fundadas en lo que se denominó el ‘Consenso de Washington’ allanaron el camino para la concreción del plan de reformas menemista.

Lo cierto es que el proceso de privatización durante la primera presidencia de Menem fue muy rápido y de vasto alcance. Prueba de ello es que, entre 1991 y 1994, la venta de empresas públicas generó el ingreso de 27.000 millones de dólares (véase Nochteff, 1996). De hecho, entre 1990 y 1993, el 54% de la Inversión Extranjera Directa se dirigió hacia activos estatales (empresas públicas que se privatizaron), mostrando especial interés en los servicios no transables como el transporte, la energía y las telecomunicaciones (Véase CEPAL, 1998). Cabe mencionar, además, que entre 1990 y 1995 la Argentina ocupó el decimoquinto lugar en recepción de Inversión Extranjera Directa.

Carlos Gervasoni resume con gran claridad muchos de los tópicos analizados hasta el momento, al explicar que:

“desde 1989 el PJ se convirtió en el partido liberal-conservador argentino. En lo económico el gobierno justicialista aplicó prácticamente todas las políticas recomendadas por el pensamiento liberal: ortodoxia fiscal y monetaria, privatizaciones, apertura de la

economía, desregulación, atracción de capitales extranjeros, etc. En lo político debilitó su alianza con los sindicatos al mismo tiempo que buscó nuevos apoyos en el gran empresariado nacional, el capital transnacional, los partidos de centro derecha nacionales (básicamente la UCeDé) y provinciales, la mayoría moderada de las fuerzas armadas y los sectores conservadores de la Iglesia Católica” (Gervasoni, 1998 (a):2).

Los Sindicatos y las Reformas.

Entrando de lleno en lo que aquí nos ocupa, procederemos a analizar el rol de los sindicatos en el proceso de privatización de las empresas públicas, reducción del aparato estatal, delegación del sistema provisional, flexibilización laboral, etc.

Desde los inicios mismos del peronismo, los sindicatos fueron su columna vertebral. Sin embargo, las políticas benefactoras que pregonaban fueron dejadas de lado por el nuevo presidente justicialista, aunque no por ello haya debido afrontar una fuerte resistencia sindical. Así, los empleados de empresas públicas fueron despedidos, se adhirieron a retiros voluntarios o se incorporaron como empleados de organismos privados o mixtos, perdiendo la estabilidad laboral propia del sector público. Por su parte, las demás dependencias públicas del Estado redujeron considerablemente su cantidad de empleados al ver disminuidas sus competencias, e incluso gran cantidad de áreas fueron desintegradas como resultado de la tercerización de tareas, desregulación y abandono de tareas antes llevadas a cabo por el Estado.

Acompañado de esto, la precarización laboral en el sector público se llevó a cabo por medio de un uso masivo de los nuevos regímenes de pasantías (de gran utilidad para facilitar la obtención de experiencia laboral por parte de los estudiantes) y los demás tipos de contrataciones temporales de personal adoptados, los cuales representan una mayor inestabilidad laboral, remuneraciones considerablemente inferiores – no sujetas a la determinación de un salario mínimo - y carencia de aportes jubilatorios, obra social, aguinaldo y asignaciones familiares, fruto de la inexistencia de una relación de dependencia. Por su parte, haciendo referencia a la flexibilización laboral, García Delgado explica que dicha “flexibilización apunta a la reducción del costo de la mano

de obra, a favorecer una contratación más precaria y a reducir los gastos empresarios en aportes sociales” (García Delgado, 1999:92).

Es en este contexto que resulta tan llamativo el comportamiento adoptado por los sindicatos, caracterizado su la pasividad y consentimiento para llevar a cabo estas políticas. Obviamente que dicha actitud no fue unánime, pero sí permitió la concreción de las medidas reformistas impulsadas por el poder ejecutivo. Ello puede explicarse por medio de diversos mecanismos de captación y coerción que hábilmente supo instrumentar el Presidente Menem.

Al respecto, Fracchia sostiene que:

“en lo que hace a la relación con los Sindicatos, Menem consiguió aplicar exitosamente las reformas que impulsaba, y que perjudicarían los intereses de la gran mayoría de éstos. Por diferentes causas, (...) los sindicatos no contaron con la capacidad organizativa para defender sus intereses tal como ocurriría en el gobierno de Alfonsín. Por otro lado, muchos supondrían que bajo un gobierno peronista, movimiento basado en la defensa de los derechos de los trabajadores, no se obraría de manera tal que se favorezcan los intereses de los empresarios en desmedro de la clase obrera” (Fracchia, 2007:s/d).

Por su parte, Fair comenta que durante su primer mandato, en general,

“el Presidente logrará mantener en el tiempo el respaldo de los sectores más perjudicados por las políticas de transformación económica: los trabajadores. En efecto, pese a la vastedad de las reformas emprendidas, estas no encontraron, al menos durante la primera presidencia de Menem (1989-1995), una oposición consistente y unificada en el campo popular, como así tampoco en quienes deberían ser sus representantes, los sectores sindicales (...). Peor aún, una parte importante del sector gremial, nucleado en su mayoría en la CGT San Martín, brindará una colaboración activa y explícita a las políticas de reforma y ajuste estructural del Gobierno” (Fair, 2008:s/d).

No obstante, existió una salvedad a este comportamiento pasivo de los sindicatos: “ante la inminencia de las primeras privatizaciones se produjeron diversas protestas” (Novaro y Palermo, 1996:352). En realidad, mientras se iban conformando todas estas reformas, tal como se dijo, no hubo una reacción inicial unánime en los sectores sindicales del país. De hecho, en los primeros años de su gobierno coexistían tres grandes bandos sindicales: a) los ‘amigos’, que eran todos los gremios nucleados dentro de la CGT oficialista, compuesta principalmente por mercantiles, personal civil, mecánicos, telefónicos, construcción, seguros, lucifercistas, ferroviarios, petroleros, entre otros tantos, y que apoyaban enérgicamente al gobierno; b) los ‘Elefantes’, liderados por Lorenzo Miguel (histórico jefe de la UOM), que primero ‘golpeaban’ al gobierno y luego negociaban con éste; y c) los distintos gremios opositores que, nucleados en la CGT Azopardo, se oponían a las reformas menemistas (véase Novaro y Palermo, 1996:343-349). Igualmente, como venimos sosteniendo, dichas dificultades fueron hábilmente sorteadas por el gobierno de Menem, de modo gradual pero especialmente acelerado a partir de 1991, año en que se sanciona e implementa la Ley de Convertibilidad.

Las huelgas, manifestaciones y declaraciones de sindicalistas en contra de las privatizaciones, las tercerizaciones, la ley de flexibilización laboral, los despidos y retiros voluntarios, etc. se fueron volviendo cada vez menos frecuentes e intrascendentes dado que en dicho año, con la mencionada ley, se le puso fin a la inflación galopante que se venía arrastrando desde Alfonsín (incluso Menem también debió afrontar focos hiperinflacionarios) y, así, la incertidumbre se redujo y el salario real de los trabajadores aumentó considerablemente (pues el tipo de cambio fijado en \$1=US\$1 se encontraba sobrevaluado, por lo que resultaban muy accesibles las mercancías importadas). Ello generó grandes expectativas, o al menos apaciguó las demandas sociales. Muchos entendían, o al menos lo sostenían públicamente, que ese era el comienzo de la materialización de las promesas electorales del Dr. Menem: ‘salario’, ‘revolución productiva’ e ‘ingreso al primer mundo’.

Esta ley y sus respectivos efectos económicos (que se sintieron casi inmediatamente) ayudaron a bajar el nivel de confrontación entre el gobierno y los sindicatos, pero luego

fue necesario aplicar otro tipo de estrategias para ganar su beneplácito. En palabras de Fair,

“Menem logrará, en abierto contraste con los dos primeros años de su gobierno, cuando los conflictos sindicales se habían incrementado sensiblemente (...), una marcada reducción de las huelgas y movilizaciones (...) y un firme apoyo de una porción del campo sindical. No obstante, con la estabilización monetaria no alcanzaba para lograr el apoyo de algunos sectores sindicales” (Fair, 2008:s/d).

Según Novaro y Palermo, “ante ésta situación Menem por decreto estableció límites al derecho de huelga, amenazó con retener los fondos sindicales y una quita de la personería jurídica” (Novaro y Palermo, 1996:352).

Pero estas no fueron las únicas políticas empleadas por Menem para captar a los distintos sindicatos, alineándolos a sus reformas o, al menos, asegurándose su pasividad. Además de estas medidas ‘duras’, también acudió hábilmente a la negociación y la compra de voluntades.

Menem también supo sacar provecho de la crítica situación financiera por la que estaban pasando los diferentes sindicatos. Como los mismos “dependían en gran medida del Estado para el financiamiento de sus deudas (...) se dio una cooptación de diferentes líderes sindicales, que fueron incorporados al gobierno e incluso tuvieron una activa participación en el proceso de reformas” (Fracchia, 2007:s/d) o bien les ofrecía eximirlos de su asfixiante endeudamiento que tenían a cambio del apoyo a las iniciativas oficialistas. Fair explica que

“el Gobierno les prometerá a los sectores negociadores que les licuaría las deudas de sus sindicatos (...). En efecto, el Gobierno establecerá un ‘pacto sucio’ con el sindicalismo ‘negociador’ en el que les prometerá el saneamiento de las Obras Sociales, cuyas deudas total rondaban los 400 millones de dólares (...) y se hallaban virtualmente en quiebra desde las intervenciones militares del período 1976-1983 (...), a cambio de la

aprobación parlamentaria de los topes indemnizatorios y las leyes de flexibilización laboral” (Fair, 2008:s/d).

Ello fue puesto en evidencia por Óscar Lescano (ex Secretario General del Sindicato Eléctrico Luz y Fuerza), quien dijo que "Menem jugaba al ingreso de capitales y para eso nos apretaba para que aceptáramos la flexibilización laboral" (cit. en Rebossio, 2004:s/d). Fair agregaría que “en ese contexto, los sindicalistas oficialistas aprobarán en la Comisión de Legislación Laboral las medidas de flexibilización requeridas por el Gobierno a cambio del saneamiento (...) de sus pasivos” (Fair, 2008:s/d).

Otra herramienta de gran importancia fue el incorporar “como socios menores a los dirigentes sindicales y empleados de las empresas. Esto se realizó mediante la adjudicación de un número de acciones [de las empresas privatizadas] a los empleados y al sindicato” (Gosende, 2007:206). Esta modalidad adoptada por Menem para la privatización de algunas empresas con sindicatos fuertes se denominó Programa de Propiedad Participativa (PPP), y fue “iniciado en 1989 y potenciado a partir de 1991, con el proceso masivo de privatización de las empresas públicas” (Fair, 2008:s/d). Por medio de este Programa, “el Gobierno les brinda[ba] a los gremialistas colaboracionistas la posibilidad de participar como ‘sindicatos empresarios’ a partir del manejo de un porcentaje cercano al 10% de las acciones de las empresas privatizadas. En efecto, el PPP, pese a ser individual, dispuso una representación colectiva dirigida por sindicalistas” (Fair, 2008:s/d). Según Novaro y Palermo, fueron los líderes sindicales “que se encontraban en el campo de la colaboración [los que] obtuvieron los mayores beneficios” (Novaro y Palermo, 1996:353).

Aún así, había algunos sindicatos que continuaban en contra de las políticas del gobierno, especialmente aquellos que más se vieron afectados por las políticas de flexibilización laboral iniciadas en julio de 1991. A éstos se los intentó captar comprando sus voluntades por medio de la designación de una nueva actividad altamente lucrativa, que es la de prestación de servicios de salud por medio de obras sociales. Para ello,

“el Gobierno dispondrá una intervención en el organismo regulador de los fondos de las Obras Sociales (ANSSAL) (...), colocará como

nuevo interventor al gremialista oficialista Guerino Andreoni (mercantiles) (...) y fijará un esquema en el que el 3% del salario bruto del empleado y el 6% del empleador debía ser gravado, vía el Ministerio del Trabajo, a la obra social sindical. (...) Como consecuencia de estos nuevos incentivos selectivos, los gremios oficialistas de la CGT San Martín se hicieron acreedores de extraordinarios fondos sociales, cercanos a los 4.000 millones de dólares anuales, que pudieron repartir de manera arbitraria” (Fair, 2008:s/d).

Otro ejemplo de compra de voluntades sindicales por parte del gobierno, es el que se presentó en las negociaciones que ambos mantuvieron respecto del traspaso a manos privadas del sistema provisional nacional. Dado que dicho traspaso era “fuertemente criticado inicialmente por el sindicalismo (...) para destrabar el conflicto, el Gobierno les garantizará a los sindicalistas afines una participación directa como socios menores en la privatización de los fondos de jubilación y pensión (AFJP)” (Fair, 2008:s/d).

Por su parte, para mantener su fuerte apoyo sindical y ganar el beneplácito de algunos sectores rivales en vistas de ganar apoyos para las elecciones legislativas de 1993 y para su reelección, Menem “les garantizará presencia gremial en la ANSSAL y el PAMI, inserción del sindicalismo en las boletas del PJ y designación de sus integrantes en cuatro agregadurías (EE.UU., España, Ginebra y Brasil) (...). Además, les garantizará una participación efectiva en el Plan Social que comenzaría a implementarse a partir de enero de ese año” (Fair, 2008:s/d).

El resultado de estas políticas fue que los distintos gremios y sindicatos tomaron posturas favorables hacia el gobierno. Fair lo deja en evidencia en la siguiente frase:

“en consonancia con el discurso del Presidente de hacer ‘propietarios’ a los trabajadores, la CGT oficial expresará en una solicitada: ‘El país atraviesa su crisis más profunda, pero los trabajadores queremos ser los auténticos protagonistas del destino común, ser los artífices de nuestro futuro acompañando el coraje de un hombre: Carlos Saúl Menem, que se decidió a cambiar el rumbo de la historia, dejando

atrás décadas de frustraciones, apostando a la transformación y a la modernización' (Página 12, 30/04/91). (...) [Por su parte,] el gremio de Empleados de Comercio (FAECYS), expresará En un afiche (...) que: 'Luego de 16 años de administración estatal, OSECAC ha vuelto a sus propietarios, los Empleados de Comercio (...). Somos ahora, otra vez, dueños de nuestra obra' (Ámbito Financiero, 10/07/91).

En sendas solicitadas, expresarán, además, su apoyo a la desregulación de las Obras Sociales porque 'fomenta la solidaridad social' y porque 'beneficia a las próximas generaciones de jubilados'. En efecto, como 'festejarán' en nuevas solicitadas a doble página en diferentes matutinos, 'más de medio millón de empleados mercantiles tienen su jubilación asegurada gracias al Seguro de Retiro' (Ámbito Financiero y Clarín, 04/07/91; Ámbito Financiero, 01/08/91). Poco después, expresarán, del mismo modo: 'Estamos a favor del cambio, lo hemos estado desde siempre (...) dentro del marco de la solidaridad social. Tal como lo preconiza nuestro Gobierno y tal como lo afirmamos' (Ámbito Financiero, 28/08/91). También mostrarán su respaldo a la desregulación de las Obras Sociales en una solicitada los trabajadores plásticos (Clarín, 08/07/91). En efecto, como repetirán pocos años después, se trataba de un 'apoyo permanente al plan económico del gobierno nacional' para 'colaborar en la reconstrucción de la Argentina moderna' (Clarín, 17/05/93)" (Fair, 2008:s/d).

Es así que los representantes de los trabajadores que no se alinearon directamente con el gobierno (es decir, los sectores confrontativos y los negociadores) se fueron reduciendo y desarticulando. Fair lo expresa del siguiente modo:

"A pesar de ser los principales perjudicados, los sectores confrontativos, liderados por Saúl Ubaldini, no lograrán articular sus demandas con los sectores negociadores. Ello se debe, por un lado, a que carecían de liderazgos con la legitimidad necesaria para representar al conjunto de los gremios. En efecto, muchos de los sindicalistas que conservaron el poder, como Armando Cavallieri y Luis Barrionuevo, contaban con un bajo prestigio debido a sus prácticas corruptas y otros, como Saúl Ubaldini y Lorenzo Miguel, eran repudiados por haber quedado asociados a la

denuncia del pacto militar-sindical efectuada en su momento por Alfonsín” (s/f:s/d).

Por dar un ejemplo, el caso del desprestigio de Barrionuevo se pone en evidencia con lo que Bonasso (2003) denomina como frases brutalmente cínicas y sinceras (y lo que ellas revelan) emitidas por el primero, entre las que podemos citar “Trabajando nadie hace plata”, “el dirigente accede a otros ingresos. Uno le encarga un trabajo a un abogado del gremio, por ejemplo, y él le deja un porcentaje de sus honorarios. Es lícito: él deja un porcentaje que vos lo tomás para tus gastos, es una comisión para gastos. Vos lo tomás como caja, una caja que además te permite no entrar en el curro de las sobrefacturaciones” o “en la Argentina hay que dejar de robar por lo menos dos años” (2003:s/d).

Lo cierto es que todo este entretejido de tácticas y estrategias desplegadas sobre el campo sindical le permitió al gobierno de Menem implementar exitosamente su plan de reformas de primera generación e incluso recibir el apoyo de la mayor parte de esos sectores para su Reelección (posible tras la reforma constitucional de 1994).

Conclusiones.

Respecto del proceso de reformas del Estado de primera generación, el caso argentino resulta muy interesante dado lo abarcativo, profundo y veloz que fue; y dentro de ello el manejo que tuvo el gobierno de Menem con los distintos gremios y sindicatos es de gran relevancia. Sin duda que el contexto crítico en el que se encontraba el país daba un mayor margen de tolerancia hacia el diseño de políticas públicas innovadoras. Dichas innovaciones iban acompañadas de un importante antecedente reformista impulsado por su antecesor que, aunque frustrado, ponía en evidencia la necesidad de llevar a cabo un ajuste estructural. Por su parte, con el fin de la Guerra Fría, las recomendaciones y condicionalidades de los Organismos Multilaterales y de los países centrales (especialmente la superpotencia triunfadora: EE.UU.) ejercieron una gran influencia e incluso presión sobre éste y otros gobiernos, pero a su vez brindaban legitimidad internacional y argumentos para llevar a cabo estas políticas de corte netamente neoliberal.

Menem logró aplicar su plan reformista que afectaba directamente los intereses de grandes masas de trabajadores aglutinados en fuertes sindicatos (de tradición muy movilizadora, especialmente durante el anterior gobierno de Alfonsín) sin que estos últimos obstruyeran dichas medidas debido a diversos factores.

En primer lugar, Menem supo redefinir hábilmente el histórico lazo entre peronismo y sindicalismo por medio de diversos mecanismos. Uno de ellos fue sostener que, tras las reformas que él impulsaba, se encontraban sus supuestos objetivos expresados en la campaña: la ‘revolución productiva’ y el ‘salariazó’, para hacer entrar a la Argentina en el ‘primer mundo’, lo cual se veía confirmado, a ojos de algunos, con la estabilidad lograda por el Plan de Convertibilidad (1991). Otro fue amenazar con quitarle la personería jurídica o el financiamiento a aquellos sindicatos y gremios opositores, al igual que las amenazas de investigar, por medio de la Dirección General Impositiva (DGI), el patrimonio y origen de los bienes de los líderes sindicales adversos al gobierno.

Pero estos no fueron los únicos elementos empleados para la captación o, al menos, neutralización de los sindicatos. Empleó, por ejemplo, el ofrecimiento a sindicalistas de cargos jerárquicos o de posiciones privilegiadas en las listas sávana justicialistas, el financiamiento de sus abultadas deudas, la entrega de acciones de las empresas privatizadas a los correspondientes gremios afectados (e incluso en algunas ocasiones también se le adjudicaron a los empleados), la entrega de las obras sociales a los sindicatos (lo cual representaba un aumento impresionante de fondos por el aporte tanto del empleado como del empleador), la participación en planes sociales u otro tipo de programas (por ejemplo, la participación en las ganancias de las AFJP y el pago de comisiones por cada nuevo asociado, etc.).

Por su parte, al resto de los gremios, los desarticuló hábilmente para debilitarlos, ya sea corrompiendo a alguno de sus líderes o marginándolo de la designación de fondos especiales, etc. Sólo si tenemos en cuenta estas variables puede entenderse que los gremios y sindicatos no protestasen enérgicamente ante el traspaso de empresas públicas a manos privadas, la flexibilización laboral, los retiros voluntarios, etc.

Finalmente, es importante destacar que Menem, en esos años, no sólo logró concretar su plan de reformas, sino que además logró capitalizar el apoyo de la mayoría de los sindicatos para su reelección.

“A pesar de que el plan económico del Gobierno generaría un incremento paulatino de la desigualdad, la pobreza y sobre todo la desocupación, Menem logrará mantener el apoyo de los sindicalistas de la CGT a su reelección. Para ello, [sindicalistas], empresarios, políticos y dirigentes del justicialismo, crearán en abril de 1994 el ‘Movimiento Político Sindical Menem ‘95’” (Fair, 2008:s/d).

Todo esto es lo que hace al caso argentino tan atípico, no sólo por lo profundo, generalizado y rápido que fue el proceso, sino también por la forma en la que logró distanciarse de la doctrina peronista y adoptar medidas de corte netamente neoliberal sin perder el apoyo de su partido y de los sindicatos, una de las bases de poder históricamente más importantes del partido peronista.

Bibliografía citada.

- BONASSO, Miguel (9 de marzo de 2003), “Luis Barrionuevo una vida a cadenas”, Página 12. Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-17412-2003-03-09.html>.
- BRESSER PEREIRA, Luiz Carlos (1995), “Reformas económicas y crecimiento económico: eficiencia y política en América Latina”, en BRESSER PEREIRA, Luis, MARAVALL, José María y PRZEWORSKI, Adam: *Las reformas económicas en las nuevas democracias. Un enfoque socialdemócrata*. Madrid, Editorial Alianza, 1995.
- CAVAROZZI, Marcelo (1993), “Transformaciones de la política en la América Latina contemporánea”, ponencia presentada al XIV Congreso Latinoamericano de Sociología, Caracas.
- CEPAL (1998), “La Inversión Extranjera en América Latina y el Caribe” (Informe anual), Chile.

- FAIR, Hernán (marzo de 2008), “El Plan de Convertibilidad y el sindicalismo durante la primera presidencia de Menem”, en *‘Repensando la década del noventa II’*, Revista N° 3. Disponible en <http://www.revinciapolitica.com.ar/num3art1.php>.
- FRACCHIA, Alberto (agosto de 2007), “América Latina. La primera presidencia de Menem: ¿Nace un peronismo neoliberal?”, en *América Latina del Siglo XX ‘Repensando la década del noventa’*, Revista N° 1. Disponible en <http://www.revinciapolitica.com.ar/num1art2.php>.
- GAMBINA, Julio C. (marzo de 2001), “Estabilización y reforma estructural en Argentina (1989/99)”, en *El ajuste estructural en América Latina. Costos sociales y alternativas* (Cap. 9). Buenos Aires, CLACSO. Disponible en <http://168.96.200.17/ar/libros/sader/cap09.pdf>. Consultado el 06/11/2007.
- GARCÍA DELGADO, Daniel (1998), “Estado-Nación y Globalización. Fortalezas y debilidades en el umbral del tercer milenio”, Ariel.
- GARCÍA DELGADO, Daniel R. (1999), “Estado & Sociedad. La nueva relación a partir del cambio estructural”, FLACSO y NORMA, Buenos Aires.
- GERVASONI, Carlos (1998 (a)), “Del Distribucionismo al Neoliberalismo: Los Cambios en la Coalición Electoral Peronista durante el Gobierno de Menem”, Buenos Aires, Universidad Católica Argentina y Universidad Torcuato Di Tella, 1998. Disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/lasa98/Gervasoni.pdf>. Consultado el 11/03/2008.
- GERVASONI, Carlos (1998 (b)), “El impacto de las reformas económicas en la coalición electoral justicialista (1989-1995)”, Buenos Aires, Sociedad Argentina de Análisis Político. Disponible en <http://www.saap.org.ar/esp/docs-publicaciones/boletin/1998/ot-ger2.pdf>. Consultado el 17/01/2008.
- GOSENDE, Héctor Eduardo (2007), “Modelos de política exterior argentina: alternativas para salir del modelo conservador-menemista”. Buenos Aires, editorial Libros de Tierra Firme.
- NOCHTEFF, Hugo (1996), “La experiencia argentina: ¿desarrollo o sucesión de burbujas?”, Revista de la CEPAL, N° 59, Chile.

- NOVARO, Marcos y PALERMO, Vicente (1996), “Política y poder en el gobierno de Menem”, Buenos Aires, Norma-FLACSO.
- OSZLAK, Oscar (28-31 de octubre de 2003), “¿Escasez de recursos o escasez de innovación?: la reforma estatal argentina en las últimas dos décadas”. Ponencia presentada en el *VIII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*. Panamá. Disponible en <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/clad0047320.pdf>. Consultado el 15/10/2004.
- OSZLAK, Oscar, FELDER, Ruth y FORCINITO, Karina (abril de 2000), “La capacidad regulatoria del Estado en Argentina”, Universidad de Buenos Aires.
- REBOSSIO, Alejandro (29 de agosto de 2004), “Los sindicatos recobran fuerza en Argentina”, *El País*, España. Disponible en http://www.elpais.com/articulo/economia/sindicatos/recobran/fuerza/Argentina/elpnegeco/20040829elpnegeco_1/Tes/.
- SABINO, Carlos A. (1992), “El proceso de investigación”, Buenos Aires, Editorial Lumen/Hvmanitas.

Título: El mobbing desde la perspectiva de la mujer

Title: The mobbing from women perspective

Autor: Solana M. Montes de Oca

Carrera: Lic. en Gestión de Recursos Humanos

E-mail: solmontes@hotmail.com

Resumen

La violencia, cuando es facilitada por el ejercicio del poder, llega a convertirse en un método posible de resolución de conflictos, obteniéndose de ese modo el control de la relación, por medio de la fuerza (física, psicológica, económica o política). Así, hablamos de “violencia familiar”, “violencia política”, “violencia de género”, “violencia laboral”, “violencia sexual”, etc.¹ Este artículo trata una de las formas de violencia ejercidas en el ámbito laboral: el mobbing.

Este fenómeno, también conocido como acoso psicológico, está cobrando relevancia y preocupa cada vez más a trabajadores y empleadores. Esta es la razón por la que se invita al lector a reflexionar acerca de los diferentes casos que ocurren diariamente en el entorno laboral, y su incidencia negativa en los trabajadores, sus familias, la organización a la que pertenecen y su entorno social en general.

Este trabajo tiene como finalidad dar un recorrido por los distintos aspectos del acoso psicológico realizado a mujeres trabajadoras en distintos ámbitos laborales, a través del análisis de casos jurídicos. Pretende descubrir las causas y consecuencias de éste mal e

¹ ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES DEL ESTADO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES, (2007) *¿Qué es violencia?*, <http://www.atepba.org.ar/gremial/violencia/archivos/violencia.doc>

informar a cerca de las herramientas de las que se vale el acosador y la reacción de sus víctimas y de la organización involucrada.

Palabras claves: violencia - acoso - trabajo – víctima - poder

Abstract

Violence, when facilitated by power, becomes a possible problem solving method, giving control of the relation to the aggressor through the use of strength (physical, psychological, economic or political). Thus, we can talk about “domestic violence”, “political violence”, “gender violence”, “workplace violence”, “sexual violence”, etc. This article deals with one of the forms of violence that takes place in the workplace: mobbing.

This phenomenon, also known as psychological harassment, is growing in importance and worrying an increasing number of employers and employees every day. For this reason, readers are invited to reflect on the various cases of mobbing that occur daily in the workplace along with its negative influence on the employees, their families, the organization they belong, and their society.

The purpose of this piece is to consider the different aspects of psychological harassment on working women in different working environments through the analysis of judicial cases. Furthermore, it intends to determine the causes and consequences of mobbing and inform the readers about the tools utilized by the harasser on the one hand and the victims’ and the organization’s reactions on the other.

Key Words: violence – harassment – work – victim - power

INTRODUCCION.

Ya en el siglo XVI, el filósofo inglés Thomas Hobbes, en su *Leviatán*, al explicar la naturaleza humana y como se organiza la sociedad, se refería al hombre como un lobo para el hombre, lo cual demuestra la preocupación, desde siglos pasados, por los conflictos surgidos en las relaciones humanas y la necesidad de establecer las condiciones para superarlas. El ámbito laboral no está exento de estos conflictos, y así lo manifiesta Leymann (cit. en Abajo Olivares, 2006) cuando afirma la semejanza de éste a un campo de batalla en donde no existen leyes y cada cual es libre de actuar a su modo.

Tanto el acoso sexual como el psicológico, son formas de violencia que se ejercen en el ámbito laboral, y que se basan en un comportamiento hostil y degradante hacia la víctima. Sin embargo, cada una de estas formas de violencia presenta características distintivas.

En el acoso sexual, como su nombre lo indica, el comportamiento es de naturaleza puramente sexual, lo que lo hace más evidente que el acoso psicológico. Sus manifestaciones más comunes son el contacto físico no deseado, como palmadas, roces con el cuerpo y hasta el intento de violación, y por insinuaciones sexuales, exhibición de fotos pornográficas o gestos impúdicos, entre otras cosas.² Además, el acoso sexual no requiere de un proceso prolongado de tiempo para su constatación, ya que basta un solo episodio para caracterizarlo como tal.

El acoso psicológico es conocido también como *mobbing*. El origen de la palabra proviene del verbo inglés *to mob* que significa asediar, atacar, acosar, tiene sus orígenes en una investigación realizada por Konrad Lorenz (cit. en Abajo Olivares, 2006) en la década del '60, sobre el comportamiento de algunas especies animales. Dicha investigación lo llevó a comprobar que los individuos más fuertes, diferentes o ajenos al grupo eran atacados por los demás que se unían para tal propósito.

² MINISTERIO DE TRABAJO, EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL, (2007) *Violencia Laboral: La conceptualización del acoso sexual en el trabajo*.
http://www.trabajo.gov.ar/ctio/files/acoso_sexual.doc

Basándose en este descubrimiento, Heinz Leymann (cit. en Abajo Olivares, 2006), utilizó inicialmente el término psicoterror para referirse al maltrato psicológico en la vida laboral. Luego, en 1990, en el Congreso sobre Higiene y Seguridad en el Trabajo de Hamburgo, el psicólogo presentó una ponencia sobre mobbing en la que lo definía como: “comunicación hostil y sin ética dirigida de manera sistemática por uno o varios individuos contra otro, que es así arrastrado a una posición de indefensión y desvalimiento, y activamente mantenido en ella” (Gonzalez de Rivera, 2007, s/p).

Finalmente, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) conceptualiza el acoso laboral o mobbing como: “cualquier incidente en el cual una persona es abusada o maltratada en circunstancias relacionadas con su trabajo. Éstos comportamientos pueden ser originados por jefes, compañeros de trabajo y en cualquier nivel de la organización” (López Vergara, 2006, s/p).

Sobre la base de lo expuesto, podemos definir al mobbing o psicoterror como un proceso destructivo que se da de manera frecuente y durante un largo tiempo, que consiste en constantes provocaciones, amenazas, presiones, humillaciones y manipulación de la información, tendientes a atentar contra la reputación, dignidad e integridad física o psíquica del trabajador, poniendo en peligro su empleo o degradando el clima de trabajo. Puede ser realizado por el empleador o compañeros de trabajo en forma individual o conjunta.

ANÁLISIS DEL FENÓMENO MOBBING

Analizar el fenómeno mobbing importa cierta complejidad, ya que por las características del mismo, sólo trasciende cuando éste es denunciado y alcanza conflictividad. Por ello, una de las fuentes más ciertas para su conocimiento es a través del análisis de casos judiciales. Sin embargo, a pesar de que se trata de datos secundarios, es decir, aquellos publicados que se recolectaron con propósitos diferentes a nuestro objetivo, esta es la única manera de contar

con elementos ciertos de su acontecer, que pueda permitirnos una comprensión detallada de las diferentes realidades planteadas y destacar las características de éste fenómeno.

a) Causas de la conducta del acosador.

El primer interrogante que podemos plantearnos es: ¿cuál es la causa del comportamiento de la persona que ejerce el acoso psicológico?

En tal sentido cabe tener presente, que en la mayoría de los casos, el mobbing comienza con pequeños roces originados en el ámbito laboral que no tuvieron un tratamiento adecuado, y que con el paso del tiempo se acrecentaron hasta convertirse en una situación de acoso psicológico.

Por supuesto que no todos los conflictos originados en el trabajo desencadenan situaciones de mobbing. Es muy común observar que en la organización se registren discrepancias entre dos o más personas que al poco tiempo son resueltas sin consecuencias para las partes. Por esta razón, el papel de la organización, y fundamentalmente del propio empleador cuando las acciones provienen de los propios compañeros de trabajo o de un superior jerárquico, es fundamental para la detección temprana de aquellas situaciones que podrían derivar en acoso o para impedir que una nimiedad se convierta en un conflicto grave, tanto para el trabajador afectado como para el resto de la organización.

En algunos supuestos, el acoso sexual es el preámbulo del mobbing, ya que aquel, ante la negativa de la víctima, pasa a convertirse en acoso psicológico como una forma de reprimir esa negativa o ejercer una mayor presión para lograr su propósito. En éste caso, las decisiones que deben adoptarse, desde la organización, al tomar conocimiento de la situación, deben ser urgentes, ya que las consecuencias en la víctima son más severas por la naturaleza de la agresión.

Sin embargo, también podemos encontrar otros supuestos, como el que se presenta en el caso “*DFB c/ E*”³ (Sup. Tribunal de Justicia de Río Negro, Sent. del 06/04/2005. La Ley Online), donde el conflicto que desencadena el acoso psicológico es consecuencia de una situación bastante común en algunas organizaciones, tal es la falta de claridad en la asignación de tareas al trabajador. En éste caso, la actora, luego de reclamar a su empleador el pago de diferencias salariales por el reconocimiento de un cargo de mayor jerarquía, sin que le fuera reconocido, comenzó a sufrir persecuciones por parte de su empleador, lo que consideró como un trato discriminatorio. Por ello tuvo que poner fin a su contrato de trabajo mediante un despido indirecto, reclamado las indemnizaciones por ello.

Otra situación podemos observar en el caso “*CCP c/ AD*” (Cámara del Trabajo de Mendoza, sala VI, 03/08/2005. P. Legal, Suplemento Laboral n° 3, Abril de 2006), donde el conflicto suscitado entre la trabajadora y el gerente de la empresa, parte de la necesidad de la organización de desvincular al personal que considera innecesario. Para ello, se vale de acciones que configuran los elementos detonantes del mobbing. Esta necesidad de la organización de “deshacerse” de trabajadores calificados como “indeseables”, pretendiendo reducir de ésta manera los costos de la desvinculación, ha generado que se recurra al acoso psicológico como una solución, erróneamente considerada como la más fácil y económica.

Esta situación se reitera en “*LME c/ AC*” (Cámara del Trabajo de Córdoba, Sala X, 11/11/2004. Mobbing: Acoso psicológico en el ámbito laboral. Francisco Javier Abajo Olivares, 2° ed. 2006) y en “*LAK c/ AC*” (Cámara del Trabajo de Córdoba, Sala IV, 22/11/2005. www.laleyonline.com.ar).

También del caso “*QBJ c/ FMC y otro*” (Cámara Nacional de Apelaciones del Trabajo, Sala VII, 23/05/2006. PL Suplemento Laboral y Seguridad Social n° 4 Mayo de 2006), se puede inferir la intención de la empleadora de desvincular a la trabajadora, ya que ésta decide utilizar

³ Los nombres de las personas afectadas, así como los de las empresas involucradas, han sido reemplazados por siglas ficticias para proteger sus identidades.

el reclamo realizado por la víctima de mobbing y considerarlo como injuria laboral para alegar una razón que justifique el despido.

Finalmente, en “*SM c/ RF*” (Cámara de Apelaciones en lo Laboral de Santa Fe, sala I, 18/10/2002. www.laleyonline.com.ar), la trabajadora dice ser acosada con el objetivo de conseguir que abandone su puesto de trabajo, en razón de lo que el empleador considera una falta de adaptabilidad de la dependiente a la nueva tecnología implementada en la organización. Es decir, que se trata otra vez de acudir a éste tipo de acciones contra “una prescindible”.

En todas estas situaciones enunciadas, salvo en el caso “*DFB c/ E*”, observamos que el denominador común de la causa del mobbing es la necesidad de prescindencia de las trabajadoras de la organización, acudiéndose a la presión psicológica para provocar la desvinculación. La relación de dependencia o subordinación jerárquica de la víctima actúa como facilitadora para llevar a cabo estas acciones. Esto es así, porque el hostigador es aquella persona que posee y dispone de los recursos que necesita la trabajadora, y en la medida en que aquello que el hostigador controle, sea importante para su víctima, como lo es su trabajo, mayor será la dependencia y el tiempo en que el acoso se prolongue hasta que el acosador logre su objetivo.

Sin embargo, más allá de las razones reales enunciadas para que las conductas de acoso se lleven a cabo no podemos desconocer, que todas tienen su trasfondo en la necesidad de poder de éste, ya que justamente, como las conductas que configuran el acoso generan en el acosador esa sensación de poder sobre su víctima, tornan más atractivo para éstos su ejecución. La base de esta afirmación radica en la confrontación del análisis exhaustivo de los casos jurídicos y la descripción del perfil del acosador realizada por la psicóloga Marisa Bosqued Lorente (s/d) que presenta al hostigador como una persona psicópata y narcisista, inseguro en lo más profundo de su ser y con gran deseo de notoriedad y control. Naturalmente, el acosador posee o tiene acceso a lo que la víctima necesita, y eso genera en él una sensación de omnipotencia,

que le permite recurrir al hostigamiento, ya sea para acceder al control de aquello que no lo conseguiría de otra manera o para reafirmar el ejercicio de su poder.

b) Herramientas que utiliza el acosador

Para que el acoso psicológico se lleve a cabo, el hostigador ejecuta un ataque contra su víctima a través de múltiples actos destinados a menoscabar su salud mental, dañando también su salud física.

Algunos de estos actos constituyen amenazas a la integridad personal de la víctima como insultos verbales, actitudes discriminatorias, presiones, amenazas, gritos, ridiculizaciones en público, interrupciones, agresiones físicas, negativas a recibir certificados médicos justificativos de inasistencias, licencias obligadas, confección y difusión de lista de personas a desvincular, otorgamiento de un “carnet de visita” para poder ingresar a las instalaciones (como forma de crear un sentimiento de ajenidad a la organización), difusión de información confidencial de la dependiente (por ejemplo, condición de sero-positiva de la dependiente), llamadas telefónicas fuera del horario de trabajo de manera insistente, difusión de rumores relacionados con la víctima.

Otras formas de ataque están dirigidas a menoscabar la capacidad laboral y profesional de la trabajadora. Así podemos encontrar: cambio de las condiciones de trabajo (ejercicio abusivo del *ius variandi*), otorgamiento de tareas gravosas, otorgamiento de tareas inútiles, no otorgamiento de tareas, tercerización de las tareas que realizaba la víctima, ordenes y contraórdenes, ordenes perentorias, exigencias extremas hacia sus tareas, llamados de atención sin justificación, inaccesibilidad a herramientas de trabajo necesarias para cumplir con sus tareas, críticas injustificadas a sus trabajos, monitoreo del trabajo de la dependiente de manera maliciosa.

Existen también supuestos sobre que el hostigador se vale del apoyo del resto del personal de la organización para lograr su cometido. Es así como logra el aislamiento de la víctima a través de las siguientes estrategias: actitudes de indiferencia, falta de comunicación, separación física del resto de los compañeros de trabajo.

c) Consecuencias que se derivan del mobbing para el trabajador y para la organización

Estos ataques tienen repercusiones negativas tanto para la organización como para las personas, las que varían de intensidad de acuerdo a cada una de ellas.

Los efectos de este mal en la víctima se manifiestan a través de la aparición de problemas físicos o el agravamiento de patologías preexistentes, como ocurre en el caso “*LMC c/ MAS*” (CNAT, Sala VI, 22/12/2005. LA LEY 2006-B, 298 - IMP 2006-7, 1003), en donde la condición sero-positiva de la víctima se ve sensiblemente afectada por el acoso.

Algunos de los padecimientos físicos que sufre la persona acosada, según resulta de las pericias e informes médicos practicados en las causas judiciales analizadas son: colon irritable, gastritis, duodenitis crónica, fibrilación cardíaca, falta de apetito o en algunos casos cambio en el metabolismo que genera aumento de peso, dolores en las extremidades del cuerpo a causa del surgimiento de fobias, etc.

También a nivel psicológico se evidencian en los casos analizados problemas como estrés, depresión, sentimiento de culpa, tristeza, frustración, inseguridad, ansiedad, miedo, pérdida de motivación y de autoestima, conducta de aislamiento, y en el caso “*PM c/ CSH* ” (CNA en lo Civil, sala M, 05/06/2001. Acoso psicológico en el ámbito laboral. Francisco Javier Abajo Olivares, 2° ed. 2006), se puede observar como la trabajadora llega al extremo de intentar suicidarse.

Todos estos problemas generan a su vez efectos perjudiciales a nivel económico de la víctima, ya que las inasistencias y las bajas laborales que se producen como consecuencia de ellos,

inciden directamente en sus ingresos. Además existen gastos que se derivan de tratamientos médicos o psicológicos, farmacéuticos y de litigio. Tampoco hay que olvidar que en muchas ocasiones, las secuelas del daño que causa el mobbing son tan importantes e irreversibles, que la víctima pierde su capacidad laborativa, lo que imposibilita su reinserción en el mercado de trabajo, como se observa en el caso mencionado “*CCPA c/ AD*” donde la víctima de acoso sufre una incapacidad laboral del 69,64%.

Como es evidente, este malestar que aqueja a la persona acosada repercute también en su entorno familiar y laboral. La familia de la víctima acosada se resiente por los padecimientos que ésta debe enfrentar a lo que se suma el riesgo en la pérdida del empleo, como consecuencia de las acciones de acoso, que generan incertidumbre sobre el futuro de todo el núcleo familiar. Ese desequilibrio familiar provocado por el acoso, en definitiva, también afecta a toda la sociedad.

La organización tampoco es ajena a los efectos del mobbing. Se puede notar un aumento en el ausentismo, enrarecimiento del clima laboral, gastos legales, baja productividad y competitividad de la empresa, como consecuencia de la disminución de la capacidad laboral de la persona afectada o de la escasa motivación, aumento de los accidentes y enfermedades de trabajo, y perjuicio a la reputación de la empresa.

Sin duda éstos efectos del acoso que inciden en la propia organización, resultan una paradoja, si tenemos en cuenta que ésta es responsable por la conducta de sus altos funcionarios y de sus propios dependientes.

d) Reacción de la víctima frente al mobbing

Cuando una trabajadora enfrenta una situación de mobbing, reacciona de diferentes maneras, las que en el mejor de los casos pueden determinar el fin de las acciones de hostigamiento y su reparación, pero en otros, cualquier acción que intente pueden llegar a perjudicarla.

Así podemos ver en el caso “*BCC c/ PN*” (Cámara Civil de Neuquen, 11/04/2006. P. Legal, Suplemento Laboral y Seg. Social n° 4 Mayo de 2006), como la trabajadora, sin renunciar a su empleo, interpone una acción de amparo en el momento en que está siendo acosada. Esta actitud de la trabajadora es determinante para hacer valer sus derechos y a su vez, hacer cesar las conductas del hostigamiento imponiéndose al acosador, permitiéndole de ése modo mantener su empleo.

Pero estas situaciones son las menos frecuentes. En el citado caso “*CCPA c/ AD*”, si bien la trabajadora tampoco abandona su trabajo, hace primar su necesidad de mantener su único ingreso que constituye el sostén de su familia, a intentar acciones para poner el cese del mobbing. Esta actitud de la trabajadora revela quizás, lo que ocurre en la mayoría de las situaciones, donde la víctima de mobbing teme denunciar la situación por temor a perder su empleo y soporta el hostigamiento hasta que éste incide de manera grave en su salud física y mental. De allí sólo le queda el camino de reclamar una la reparación por ése daño producido.

Sin lugar a dudas, lo ideal es reconocer el acoso desde sus inicios, para poder ejecutar las medidas necesarias para lograr su cese y evitar que produzca mayores efectos perjudiciales en sus víctimas. En éste sentido, un claro ejemplo es el caso “*PDA c/ M*” (CNAT, Sala VI, 4/8/2000. Mobbing: Acoso psicológico en el ámbito laboral. Francisco Javier Abajo Olivares, 2° ed. 2006), donde las víctimas de mobbing denunciaron a su acosador sexual y a raíz de ello, la organización tomó la decisión de desvincular al responsable. Esta decisión de las trabajadoras y la actitud asumida por el empleador, permitió a aquellas continuar su relación laboral con la empresa en un ambiente de trabajo libre de presiones.

Sin embargo, en los casos “*C., C. L. c/ XXX S.A.*” (Juzgado de 1^{era} Instancia de Distrito en lo Laboral de 2a Nominación de Rosario, 31/07/2006. www.laleyonline.com.ar), y “*QBJ c/ FMC y otro*” (CNAT, Sala VII, 23/05/2006. PL Suplemento Laboral y Seguridad Social n° 4 Mayo de 2006), la solución ante la denuncia que efectuaron las víctimas de acoso sexual, tuvo consecuencias negativas para las mismas. De todos modos, cabe destacar que en el primero de

los casos mencionados, la trabajadora recurrió a un organismo de asesoramiento (Instituto de Estudios Jurídicos - Sociales de la Mujer (IDESO – Mujer) y a su sindicato, lo cual le proporcionó cierta contención.

En la mayoría de los casos analizados, la actitud asumida por las trabajadoras, es considerarse en situación de despido indirecto, debido a los intentos fallidos por superar la situación. En los casos “*DRB c/ EP*”, “*LME c/ AC*”, “*LMC c/ MAS y otro*”, “*LAK c/ AC*”, “*SME c/ R y F*” y en “*P., M. c/ CSH.*”, las víctimas realizan una denuncia a su empleador antes de considerarse en situación de despido, e inclusive se puede ver en el último caso, que hasta recurre a la delegada sindical en busca de una solución.

e) Actitud y responsabilidad de las empresas frente al acoso

La empresa es un núcleo organizativo de actividad, donde se dan relaciones humanas caracterizadas en su mayoría por un vínculo de dependencia. Es en ése medio, donde tiene lugar el tipo de conducta que analizamos, tanto desde el punto de vista legal como humano, ésta tiene una función importante en lo que se refiere a su prevención o solución.

Según estimaciones realizadas por el profesor Iñaki Piñuel, de la Universidad de Alcalá de Henares, alrededor de un 45% de los episodios de mobbing son de tipo vertical descendente, es decir, de superior jerárquico a inferior jerárquico (cit. en Abajo Olivares, 2006). Con ello queda demostrado que en muchos casos los altos funcionarios son los titulares de éstas conductas y por ello la empresa es responsable directa ante estos hechos.

Así vemos que en el caso “*P., M. c/ CSH.*”, la empresa, lejos de asumir su responsabilidad y adoptar decisiones para poner fin al acoso sexual sufrido por la trabajadora, actuó como cómplice del acosador, tomando medidas, a partir de la denuncia de ésta, que configuraron un verdadero acoso psicológico, como el cambio de puesto de trabajo y el otorgamiento de tareas más gravosas. Quizás esto se deba a un pensamiento bastante errado en el mundo del trabajo, donde al empresario le resulta más fácil ignorar algunas situaciones de conflicto y esperar que

se resuelvan solas, que reconocerlas, enfrentar su cuestionamiento y adoptar medidas para su solución.

De todos modos, en muchos supuestos, el acoso psicológico constituye una herramienta de la propia empresa para lograr la desvinculación del dependiente, para forzarlo a renunciar, cualquiera sea la razón que motive ésta decisión. De esta manera, se consigue deshacerse de empleados que por alguna razón se consideran innecesarios para la organización, intentándose de ése modo, evitar abonar las indemnizaciones correspondientes a un despido sin causa.

Esta actitud se puede apreciar en el caso "*LME c/ AC*" y en "*LAK c/ AC*" donde el acoso provino directamente de los directivos de la empresa para conseguir la desvinculación de las trabajadoras con el menor costo posible, utilizando para ello diversas estrategias de presión.

Sin embargo no en todos los casos la empresa es parte de estas conductas, sino que, asumiendo su rol de responsable de la salud e integridad de sus dependientes, adopta las medidas necesarias para ése objetivo. Así, en el caso "*PDA c/ M.*", la empresa asume un papel activo en la solución del conflicto, al tomar la decisión de desvincular al responsable del acoso sexual, y evitar que tales hechos puedan convertirse en mobbing, permitiendo a las trabajadoras continuar su relación laboral en un ambiente de trabajo libre de presiones.

Aún así, podemos observar situaciones como en el caso "*C., C. L. c/ XXX S.A.*", donde si bien la empresa procede a despedir al acosador, toma también la decisión de desvincular a la víctima y pretende justificar este hecho alegando un proceso de reestructuración. También en "*QBJ c/ FMC y otro*", ante la denuncia de la víctima, la empresa opta por despedirla, pero sin ejecutar medida alguna contra el acosador.

Evidentemente, la empresa en estos últimos casos mencionados, aún cuando no es parte directa en el acoso, es responsable con su actitud, por el simple hecho de propiciar un ambiente de trabajo que facilite el acoso.

No debemos perder de vista que un lugar de trabajo que no posee una cultura que imponga valores como el respeto y la cooperación, y en donde el clima de trabajo no sea un factor a tener en cuenta, es un ambiente óptimo para que el mobbing se desarrolle.

f) Incidencia del mobbing en el sexo femenino

No puede escapar a éste análisis la incidencia de éste fenómeno en el sexo femenino. Según la OIT, en la Argentina el fenómeno de la violencia laboral afecta al 6,1% de los hombres y al 11,8% de las mujeres.⁴ Este porcentaje nos lleva a preguntarnos: ¿por qué la mayoría de las víctimas son mujeres?

Para responder a éste interrogante, es conveniente tener en cuenta las condiciones de acceso de la mano de obra femenina al mercado de trabajo, ya que tal factor resulta decisivo a la hora de juzgar esos datos estadísticos. En éste análisis no hay que olvidar que inicialmente en nuestra sociedad, el trabajo era un terreno exclusivo del hombre, mientras que la mujer se limitaba a los quehaceres domésticos. Uno de los principales factores que han incidido en la incorporación de la mujer en el mercado de trabajo ha sido la reformulación de la maternidad. El trabajo asalariado, realizado fuera del hogar con horarios fijos y prolongados, y más precisamente, el trabajo fabril, aparecía en la antípoda de la maternidad, quitando tiempo del cuidado de los hijos.

Pero además de ello, lo que evidentemente ha determinado un acceso a la mujer al trabajo, han sido las situaciones de crisis que debió enfrentar el mercado laboral. Así como en Europa, durante la primera Guerra Mundial, las mujeres tuvieron que ir a reemplazar a los hombres en las fábricas, en nuestro país, las transformaciones operadas en el siglo pasado en la economía y en el aparato productivo, que repercutieron notablemente en el nivel de empleo, dio lugar a la mujer en el mercado de trabajo, como una forma de recuperar el ingreso familiar. Esta

⁴ Cfr. ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO, cit. en FIORINI, Juan Pablo (2007) *Acoso. Consideraciones sobre el mobbing*, http://www.eft.org.ar/pdf/eft2005_6pp31-47.pdf

situación originó un fenómeno conocido como la “*feminización de la fuerza laboral*”, producido por el fuerte incremento de la participación laboral de las mujeres.

A ese proceso de participación de la mujer en el trabajo, le siguió la tutela de los derechos alcanzados, con el objeto de garantizarle esa intervención. Sin embargo, a pesar de todo ello, las condiciones de trabajo entre hombres y mujeres en la realidad no son las mismas. Se puede ver un gran número de mujeres en las organizaciones que todavía siguen luchando para ganar un terreno en el mundo laboral, ya que no gozan de los mismos beneficios que los hombres. Así, por ejemplo, a pesar de que en nuestro país está constitucionalmente prohibido aplicar escalas salariales diferenciadas según género para puestos de trabajo idénticos, ello no es obstáculo para que en la práctica y según se demuestra empíricamente, la mujer trabajadora perciba, en promedio, ingresos menores a los del hombre trabajador. Esto nos lleva a nuevo interrogante antes de responder al primero. ¿Por qué ésta diferenciación de trato?

En términos de calificaciones, las mujeres presentan un nivel educativo creciente, con lo cual ésta razón justificativa del diferente tratamiento no es válida. Por otro lado, si consideramos, de acuerdo a estudios realizados, que la mujer no es necesariamente menos confiable como trabajadora ni más propensa a mostrar tasas más elevadas de ausentismo o retiro que el hombre, no queda otra respuesta a éste último interrogante que otorgar mayor atención al rol que la discriminación genérica puede jugar en ésta diferencia de tratamiento.

Es decir, que es innegable que existe un trato diferenciado en el ambiente laboral para ambos sexos, el cual no encuentra una justificación adecuada más que en razones culturales que actúan como detonante para que un empleador prefiera un hombre que a una mujer a la hora de contratar. Consecuentemente, esa conducta se proyecta al momento de desvincular.

No olvidemos, para responder ya al primer interrogante, que el acosador es aquella persona que tiene la facultad de disponer de aquello que la víctima necesita, que en este caso está dado por el trabajo al que como dijimos le costó acceder, y al que por idénticas razones debe luchar

por mantener. En la medida en que la víctima más aprecie lo que el acosador es capaz de quitarle, mayor será el poder que éste ejerza.

Por eso podemos decir que la dificultad de acceder a un empleo digno y de permanecer en él, han hecho que las mujeres sean más vulnerables que los hombres a éste tipo de atropello en el trabajo, ya que el acosador ve en ellas a personas que harían o soportarían casi cualquier cosa para no perder su empleo.

También es interesante destacar que según el informe de la O. I. T. el 16,6% de las mujeres argentinas que trabajan en las organizaciones son acosadas sexualmente.⁵ Si decimos, entonces, que en varias ocasiones el acoso psicológico se da como consecuencia de la negativa de la trabajadora ante el acoso sexual, no debe sorprendernos que las mujeres sean las principales víctimas de aquel.

Conclusión final

Del análisis de los casos jurídicos mencionados, podemos extraer que en el caso del mobbing vertical, éste puede provenir tanto del empresario como del personal dependiente de la organización, pero jerárquicamente superior a la víctima. Este distinto origen de las acciones de hostigamiento nos impone una evaluación desde cada uno de ellos, debido a que las acciones a emprender deben ser también distintas.

Por razones obvias, el mobbing proveniente del propio empleador, sólo encuentra una única vía de solución, si la trabajadora asume la decisión de conservar su fuente de trabajo y que es solicitar judicialmente el cese de la conducta, además de recurrir a la asistencia de organismos especializados en el tema, para obtener contención y apoyo psicológico, desde que no podrá con soluciones que provengan de la empresa. Sin duda, ésta es una de las situaciones más comprometidas en éste proceso, más aún cuando las razones que motivan ésta conducta del empleador están fundadas en la firme decisión de provocar la desvinculación de la víctima,

⁵ Cfr. ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO, cit. en INSTITUTO SOCIAL Y POLÍTICO DE LA MUJER (2007) *Acoso sexual: ¿qué es?*, <http://www.ispm.org.ar/acososexual.htm>

por lo que llegado a éste extremo, la misma solo contará con la posibilidad de intentar judicialmente un resarcimiento.

Ahora bien, cuando quien actúa como acosador no es el empleador sino sujetos que se encuentran jerárquicamente por encima de la víctima, para articular una respuesta mínimamente efectiva, sin descartar la responsabilidad individual de los trabajadores que las realizan, la responsabilidad última de su persistencia, en cuanto son atentados a la dignidad humana, se desplaza hacia el titular de la organización, que no debe tolerar éste tipo de conductas porque es el único sujeto dotado de los medios idóneos que poder erradicarlas. En estos casos, la responsabilidad del empresario es siempre una responsabilidad por omisión de las conductas debidas para ponerles fin, derivadas de la relevancia jurídica que posee su posición dominante sobre el conjunto de la organización. Ello determina que las acciones destinadas tanto a prevenir, como a erradicar el mobbing, deben tener su punto de partida en la propia organización.

Como consecuencia de ello, podemos decir, que siendo el mobbing un problema del que ninguna organización está exenta, debe ser una preocupación del empresario la adopción de medidas necesarias para enfrentarlo.

La prevención constituye una de las herramientas más importantes y la podemos enfocar desde distintos aspectos:

▶ **A nivel personal:**

- a) Formalizar la concepción de autoseguridad en cada trabajador. Si bien este concepto ha sido aprehendido por cada persona en el desarrollo de generaciones e integrado genéticamente al ser, no hay duda de que existen situaciones nuevas que lo ponen en peligro y que debe enfrentar. Uno de éstos peligros es el mobbing, por lo que cada trabajador debe conocerlo, mantenerse informado de los peligros que

representa y las acciones necesarias que pueden adoptarse en caso de ser víctimas, para poder desarrollar su autodefensa.

- b) Este proceso debe extenderse a su entorno familiar, para asegurarse a través de éste el apoyo y la contención que le permitirá hacer frente a esta problemática.

► **A nivel organizacional:**

- a) Sin perjuicio de que actualmente varias actividades contemplan la polifuncionalidad como forma de ejecución de las tareas, una adecuada asignación de las mismas resulta fundamental para que cada trabajador tenga bien en claro cuáles son sus responsabilidades, como forma de impedir que sean sometidos a una sobrecarga infundada de trabajo.

- b) Una comunicación interna eficiente que permita que la información fluya en todos los sentidos para poder así detectar con mayor facilidad cualquier situación conflictiva.

- c) Una cultura organizacional que imparta valores como el respeto mutuo y la cooperación y que defienda los derechos humanos por encima de cualquier cosa.

- d) La capacitación, también recomendada por la OIT en su resumen del Informe 2005-2006, constituye una herramienta valiosa. Esta debe estar orientada en tres sentidos:

- Capacitación en relaciones interpersonales y habilidades sociales, dirigida a los líderes y mandos medios, que les permitan crear una buena atmósfera de trabajo, sin autoritarismos y con moderación de la competitividad, evitándose de ése modo conflictos que deriven en juicios.

- Capacitación en métodos de resolución de conflictos, dirigido al personal encargado de intervenir en casos de acoso (personal del área de Recursos Humanos, delegados sindicales, psicólogos, etc.)

- Capacitación especial referida al mobbing, sus causas, la identificación de las situaciones que tipifican la figura, las medidas personales que pueden adoptarse, etc. Pero sobre todo crear desde la capacitación una cultura antimobbing, que tienda a un clima laboral ético y de confianza para los trabajadores.
- e) Protección de la posición social de la persona por medio del diseño de normas que establezcan qué comportamiento es aceptable dentro de la organización y cuál no, lo que la OIT denomina *protocolo de seguridad antimobbing*, y que garantice a los acosados la denuncia y su anonimato.
- f) Indicadores que proporcionen información que permita alertarnos sobre el mobbing:
 - Encuestas de satisfacción laboral: permiten evaluar las relaciones entre los trabajadores para poder así identificar situaciones conflictivas que pueden devenir o ser posibles casos de mobbing.
 - Movilidad en el interior de la empresa: la asignación de tareas denigrantes o inferiores a la categoría profesional de la trabajadora puede ser un indicio de mobbing.
 - Índices de rotación: generalmente detrás de una excesiva rotación (relación entre las admisiones y las desvinculaciones de personal o permanente movilidad interna) se oculta el descontento, la desmotivación, la insatisfacción laboral, que posiblemente sean causados por una situación de acoso.
 - Tasas de ausentismo: un alto grado de ausentismo es una señal de alerta.

► **A nivel de la sociedad:**

- a) Leyes que tipifiquen la figura del mobbing y que penalicen a los responsables de estos atropellos.
- b) Políticas de empleo, dirigidas a terminar con el trabajo no registrado o informal y tender a equilibrar la oferta y la demanda de trabajo. La precariedad en el empleo y el nivel de desocupación, constituyen escenarios aptos para el mobbing, desde

que ambos supuestos determinan la inseguridad de los trabajadores y los convierte en vulnerables.

c) Transformación cultural: una sociedad que busque la productividad pero no a cualquier precio, que quiera alcanzar la eficiencia para el beneficio de todos y no de unos pocos, una sociedad que valore los derechos humanos y que vea en la otra persona un ser que merece ser tratado con dignidad y respeto.

Sin embargo, muchas veces la prevención no alcanza para frenar este comportamiento y es necesario entonces, emprender acciones correctivas.

Estas acciones correctivas se pueden asignar secuencialmente y pueden estar previstas en el *protocolo de seguridad antimobbing*:

1) Facilitar el acceso de las trabajadoras a la denuncia de mobbing. Es importante que la denuncia de la trabajadora quede documentada, ya que de ese modo, la organización contará con un antecedente que le permitirá en el futuro instrumentar acciones acordes al precedente y a su vez la trabajadora contará con la constancia de su actuación, para utilizarla como elemento de prueba de haber llevado a cabo las acciones necesarias.

2) Identificar las situaciones de mobbing. Esta acción puede provenir a partir del diagnóstico de ciertas conductas observadas o por la denuncia efectuada por la trabajadora. Para hacer un diagnóstico adecuado de la situación es necesario recopilar la mayor cantidad posible de información. Puede resultar beneficioso que en esta etapa, se realicen entrevistas a la trabajadora víctima de mobbing y al supuesto acosador, para poder tener una visión de la situación desde los dos puntos de vista. Ello permitirá distinguir lo que es mobbing de lo que no lo es ya que existen numerosos supuestos de mobbing fraudulento o simplemente acciones que la supuesta víctima considera como mobbing, pero que en realidad, por sus características relacionadas con el tipo de agresión o su frecuencia, no pueden ser calificadas como tal.

- 3) Contención y asistencia a la víctima. La empresa debe contar con personal adecuadamente capacitado o recurrir a profesionales que brinden contención psicológica a la víctima para así evitar un mayor daño en su salud.
- 4) Intentar resolver el conflicto. En ésta acción es válida la utilización de herramientas de resolución de conflictos.
- 5) Sancionar la conducta. Aún cuando a través de éstas medidas se logre comprobar que la conducta del acosador ha cesado, ésta importa un incumplimiento contractual por lo que el empleador, debe imponerle sanciones, en ejercicio de su facultad legal, graduadas en relación a la gravedad de la agresión, que pueden ir desde suspensiones hasta la desvinculación del victimario.

En éste análisis no podemos desconocer que la inversión social en recursos humanos ha sido asociada de manera directa a la generación de ventajas competitivas y al incremento de la renta nacional. En éste sentido, cabe destacar que la necesidad de aprovechar los recursos humanos de manera más efectiva y eficiente se torna una prioridad para el empresario. Si tenemos en cuenta la incidencia del mobbing en las mujeres, se justifica que deba asignársele una mayor atención en éste sentido a las mujeres trabajadoras. Resulta innegable la existencia de diferencias significativas y en gran medida inexplicables entre el hombre y la mujer en términos de su participación y remuneración en el mercado de trabajo, reflejadas en las bajas tasas de participación en el mismo, la amplia brecha salarial y las mayores tasas de precarización⁶, que como dijimos, inducen a pensar, que la mujer es objeto de diferentes prácticas discriminatorias en el campo laboral, que por sus características, desembocan en el fenómeno del mobbing.

Si finalmente entendemos que el mobbing es un riesgo que está presente en todas las organizaciones, y que por sus características incide de manera fuerte en la sociedad, debe ser una preocupación que el empresario debe asumir con responsabilidad, fundamentalmente a

⁶ Datos tomados del Censo Nacional de Población y Vivienda y Encuesta Permanente de Hogares (2007)

través de acciones que priorice en su organización, el fomento del respeto de valores como la dignidad de los trabajadores y el derecho a la igualdad de oportunidades de todos sus miembros. Solo así, podremos intentar lograr un ambiente de trabajo sin conflictividad por razones de género, sin conflictividad por razones de poder, en definitiva, un ambiente de trabajo decente donde el riesgo de mobbing se minimice, o mejor aún, desaparezca.

Bibliografía

EDGAR H. SCHEIN, La cultura empresarial y el liderazgo: una visión dinámica, Plaza & Janes Editores S. A., Barcelona, España, 1988.

EDGAR SCHEIN, Psicología de la organización, Ed. Prentice Hall, 1997.

FRANCISCO JAVIER ABAJO OLIVARES, Mobbing: acoso psicológico en el ámbito laboral – 2ª edic. – Ed. Lexis Nexis, Buenos Aires, Argentina, 2006.

JOSÉ IGNACIO VÉLAZ RIVAS, Motivos y motivación en la empresa, Ed. Díaz de Santos, Madrid, España, 1996.

JULIO MARTINEZ VIVOT, La Discriminación laboral: despido discriminatorio, Ed. de Ciencia y Cultura, Universidad del Salvador, Buenos Aires, Argentina, 2000.

MARISA BOSQUED LORENTE, Mobbing: Cómo prevenir y superar el acoso psicológico – Ed. Piados – Barcelona, España, 2005

TERRANCE DEAL Y ALLAN KENNEDY, Las empresas como sistemas culturales, Ed. Sudamericana, Buenos aires, Argentina, 1985.

Otras Fuentes consultadas

ANDRÉS LOPEZ VERGARA, El psicoterror en la pega, 06/04/2006, http://www.diarioelgong.cl/news/one_news.asp?IDNews=46964

ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES DEL ESTADO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES, ¿Qué es violencia?,

<http://www.atepba.org.ar/gremial/violencia/archivos/violencia.doc>

INSTITUTO SOCIAL Y POLÍTICO DE LA MUJER, Acoso sexual: ¿qué es?,
<http://www.ispm.org.ar/acososexual.htm>

JOSE LUIS GONZALEZ DE RIVERA, Cuestionario de estrategias de acoso psicológico: el LIPT – 60, http://mobbingopinion.bpweb.net/artman/publish/article_475.shtml

JUAN PABLO FIORINI, Acoso. Consideraciones sobre el mobbing,
http://www.eft.org.ar/pdf/eft2005_6pp31-47.pdf

MARIE FRANCE HIRIGOYEN, “El acoso moral, el maltrato psicológico en la vida cotidiana”, <http://www.el-refugioesjo.net/hostigamiento/acoso.htm>

MINISTERIO DE TRABAJO, EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL, Violencia Laboral: La conceptualización del acoso sexual en el trabajo,
http://www.trabajo.gov.ar/ctio/files/acoso_sexual.doc

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO, “Déficit del trabajo decente en hombres y mujeres: una aproximación a través de indicadores”
http://www.oit.org.ar/documentos/actis_informe_final.pdf