

REVISTA  
**CIENCIA**  
Y  
**TÉCNICA**

Año 8  
Número 2

**Rusia: Iglesia y Estado, antigua y nueva alianza**

Autor: Lic. Matías Alejandro Caro

Mail: matiasalejandrocara@gmail.com

**Resumen**

En el presente trabajo buscamos analizar la relación histórica entre la Iglesia y el Estado en Rusia, haciendo un recorrido histórico, podremos develar las continuidades, que nos permiten analizar la actual situación de la relación entre ambas instituciones rusas, describiendo la configuración de la misma y brindando una explicación hipotética de sus causas.

**Abstract**

In the present work we want to analyze the historical relationship between the Church and the State in Russia. Making a historical travel, we can see continuities, that allow us to analyze the actual situation of the relation between the two Russians institutions mentioned, describing the actual configuration of the same and giving one hypothetical explain of its causes.

**Palabras clave:** Estado ruso – Iglesia Ortodoxa Rusa – Vladimir Putin – Mito Político – Tercera Roma

**Keywords:** Russian State – Russian Orthodox Church - Vladimir Putin – Political Myth – Third Rome

## **Introducción**

Analizando el contexto político y social de la Rusia actual veremos que no sólo existe una importante relación entre la Iglesia Ortodoxa Rusa y el Gobierno de Vladimir Putin, sino que esta es expuesta y analizada como una postura realmente retrógrada por los observadores occidentales. Si bien existen en Rusia quienes comparten tales posiciones, la mayoría de las personas, incluso habiendo sido socializadas en un régimen socialista y ateo como la URSS, no expresa el descontento que se podría observar en Occidente ante tales situaciones.

Entendemos que tal divergencia en la consideración de la relación entre la Iglesia y el Estado tiene fuertes raíces históricas y culturales a las que pretendemos acercarnos en este escrito, para poder plantear algunas conclusiones a modo de hipótesis que clarifiquen esta relación de complementariedad entre la Iglesia y el Estado ruso.

Este trabajo no pretende ofrecer una discusión ética o moral sobre la conveniencia o no de la separación Iglesia-Estado sino, partiendo de una realidad de hecho como es el caso ruso, aceptamos que las prácticas religiosas-culturales puedan ser variables intervinientes en el análisis político social. De esta manera acordamos con José María Mardones al afirmar “que la religión como fenómeno social y cultural esté sometida a las vicisitudes y vaivenes de la época. La religión es influida, e influye, en su medio ambiente social” (Mardones 1998:17) y es esta influencia la que buscamos demostrar.

Sin embargo, debemos también recordar que “el pluralismo moderno ha socavado el monopolio del que disfrutaban las instituciones religiosas” (Berger y Luckmann, 1997:89). Tal cambio no sólo ha disminuido la cantidad de personas vinculadas a las mismas, sino que aquéllas deben ahora ajustarse al sistema plural y competir en un sistema de mercado religioso, donde “el cliente siempre tiene la razón” (Berger y Luckmann, 1997:90) por lo que es cada vez más necesario adaptar doctrinas a públicos especiales.

Pero es un caso ejemplar que se opone a lo anteriormente descrito, el de cómo la Iglesia Rusa ha establecido su alianza con el Estado de modo tal de anular mediante legislación la competencia del mercado religioso, a cambio de sostenimiento ideológico del accionar gubernamental.

## **La Iglesia Ortodoxa**

Como habitantes de lo que geográficamente se denomina Occidente, muchas veces desconocemos que es lo que se denomina Ortodoxia, dentro del Catolicismo, más allá del romano, por lo que creemos será beneficioso hacer una breve aclaración sobre su origen.

Desde el surgimiento del cristianismo la Iglesia se había mantenido en términos generales unificada, con la aparición de algunas herejías que no habían hecho peligrar, en términos amplios, su unidad o su continuidad. Salvo, si se quiere, el denominado arrianismo.

Lo anteriormente descrito continuó así hasta el Cisma de Oriente y Occidente, que se suele fechar en 1054. Entendiendo la historia como un proceso, admitimos que esto sólo responde a una cuestión práctica de ubicación y clasificación temporal. Así, cabe afirmar que “el cisma...no fue en realidad un suceso con fecha exacta de comienzo. Es algo que se fue desarrollando poco a poco” (Ware, 2006:39).

Este Cisma produjo que Iglesia Católica se dividiera en la Iglesia Católica Apostólica Romana en Occidente y la comunión de Iglesias, con primado en Constantinopla, que formaron la Iglesia Católica Apostólica Ortodoxa, en Oriente. Las razones del cisma fueron culturales, económicas y políticas; pero en el ámbito de lo religioso “Occidente y Oriente se pelearon... concretamente por dos asuntos: los derechos del papado y el filioque” (Ware, 2006:39).

En cuanto a los derechos del papado, la idea de Roma era que el Sumo Pontífice se ubicara en la cima de una organización jerárquica, centralizada y monárquica. En cambio en Oriente la idea era que el sucesor de Pedro sin duda debía ocupar un lugar de privilegio, pero que debía ser el primero entre iguales y así “en cuanto a las cuestiones de la fe, la decisión definitiva residía no exclusivamente en el Papa, sino en un concilio representativo de todos los obispos de la Iglesia.” (Ware, 2006:45)

En cuanto a la cláusula del filioque, la misma representa una disputa bastante larga. Filioque significa “y del hijo”, y de esta manera la Iglesia Romana que acepta su utilización

sostiene que el Espíritu Santo procede del Padre y del Hijo. La procedencia del Hijo es considerado una herejía para la Iglesia Ortodoxa.

A pesar de que por muchos años estas Iglesias han estado enfrentadas, a partir de que se levantaron las excomuniones recíprocamente en 1965 han comenzado un camino de acercamiento y cooperación. Sin embargo, aunque las diferencias son pequeñas estas existen y con un enfrentamiento de casi mil años. Es raro que no existan tensiones, como veremos más adelante.

Pero adentrándonos más en las Iglesias Ortodoxas podemos decir que las mismas son al menos quince, siendo las históricas las de Jerusalén, Antioquía, Alejandría, Constantinopla; y la más importante la Iglesia Ortodoxa Rusa con más de 100 millones de fieles. De esta manera vemos que aunque el primado “inter pares” de la Iglesia Ortodoxa recae en el Patriarca de Constantinopla, la mayor parte del poder de facto parecería recaer sobre el Patriarca de Moscú, líder de de la Iglesia con más fieles y recursos.

## **La Ortodoxia Rusa**

La Iglesia Ortodoxa Rusa es una Iglesia autocéfala, es decir, que se gobierna a sí misma en última instancia. Dicho gobierno es ejercido por el Patriarca de Moscú, y es la Iglesia mayoritaria en Rusia, Bielorrusia y Ucrania. La misma fecha su nacimiento en el año 988 con el bautismo del príncipe Vladimir I de Kiev, que impulsó la evangelización de la actual Rusia. La Iglesia perteneció en sus orígenes al patriarcado ecuménico de Constantinopla, pero se separó de este en el siglo XVI.

Vemos en el párrafo anterior algunas cuestiones claves a destacar. Primero, el gran componente nacional de la Iglesia Rusa, que a diferencia de la romana, está estrechamente ligada en lo cultural y geográfico al mundo ruso-eslavo. Segundo su autogobierno local, lo cual implica la no intervención de un poder externo, como podría ser el Papa en sus decisiones.

Tercero, pero no menos importante, y la particularidad que guiará en lo sucesivo este trabajo, la Iglesia Rusa nació de la mano del proto Estado, con el bautismo del Príncipe Vladímir I de Kiev y el correspondiente bautismo de todo el Rus en consecuencia. Vemos también que el origen de la misma no se encuentra en lo que hoy es Rusia, sino en un territorio que por muchos años estuvo unida a la misma y de gran afinidad cultural: Ucrania.

El origen de la Iglesia en Ucrania generará algunos problemas en el discurso simbólico de la Iglesia Rusa, como veremos cuando analicemos la actualidad. Pero abonará también el repertorio de justificaciones de quienes sostienen como una necesidad la reunificación de los territorios que hoy comprenden Rusia y Ucrania.

Retomando ahora nuestro recorrido histórico, debemos hacer mención a dos fechas. Primero con la caída de Kiev, a mano de las fuerzas tártaro-mongolas en 1240, comenzó un período de decadencia que finalizaría con el traslado de la sede Patriarcal, a su actual lugar, Moscú en 1325. Segundo en 1448 la Iglesia Rusa se separa oficialmente del gobierno de Constantinopla, el cual originalmente elegía a sus autoridades y logra la ya mencionada autocefalía en 1448.

Sin embargo y trasluciendo cada vez más nuestra tesis de que la relación entre Iglesia y Estado en Rusia siempre ha sido muy relevante, es preciso hacer notar que:

“De 1448 a 1589 la Iglesia ortodoxa rusa estuvo dirigida por metropolitanos de Moscú y de todas las Rusias independientes de Constantinopla pero en severa dependencia administrativa y política de los gobernantes rusos. Baste recordar que en el siglo XVI cinco de los once metropolitanos de Moscú fueron destituidos de sus cátedras por la arbitrariedad de mandatarios laicos y que el metropolitano Felipe II fue asesinado en 1569 por orden de Iván el Terrible.”<sup>1</sup>

### **El Mito de la tercera Roma**

---

<sup>1</sup> Russia Today. *Historia de la Iglesia Ortodoxa Rusa*. Disponible en: <http://goo.gl/ifPIA2> (Consultado el 6/10/2014)

Hemos comenzado nuestro recorrido histórico viendo la génesis de la Iglesia Rusa, de la mano del Estado. Es momento ahora de hacer alusión al denominado Mito de la Tercera Roma, que creemos afectará a la evolución histórica tanto de la Iglesia como del Estado. Primeramente haremos referencia a lo que entendemos por mito. Para ello tomaremos la definición de Eduardo Arnoletto (2007), siguiendo a George Sorel (2005):

“Para G. Sorel un mito es ‘una organización de imágenes capaces de evocar instintivamente todos los sentimientos’. No es un acto intelectual sino afectivo y volitivo, que se basa en la captación inmediata, totalizadora, sintética, de una "verdad" relacionada, decía Sorel, "con las más fuertes tendencias de un pueblo, de un partido, de una clase". Entraña un rechazo a las ideas, valores y sentimientos mediatizados por una elaboración intelectual, siempre susceptible de manipulación. Los mitos políticos son "ideas en pié de guerra", especialmente idóneos para sostener una acción política de masas. Su emergencia siempre se relaciona con períodos de crisis en la vida y en el pensamiento de las sociedades. Por más que se intente silenciarlos, los mitos siempre vuelven, convocados por las crisis recurrentes y las situaciones-límite que afrontan los hombres. El mito expresa un sentimiento de límite y de pasaje de una situación a otra. Sociológicamente, es un fenómeno vinculado a procesos de cambio social. La consideración del mito político en los trabajos de análisis político tiene gran importancia, pues permite acceder al imaginario grupal y detectar, no solo la situación vivida, sino también cómo es vivida la situación, es decir, las expectativas y temores que suscita. Incorporar el mito político al análisis racional de los factores situacionales significa aceptar una lógica de la ambigüedad y la incertidumbre: hay que hacerlo así justamente en aras de un mayor realismo, porque el mito es un elemento integrante, normal y no patológico, de toda situación social y política. (Arnoletto, 2007:55)

Habiendo entendido la idea de Mito y de su relevancia en la política, podemos expresar otra de las tesis de esta trabajo; la Iglesia Rusa ha formado un determinado mito político, el cuál

ha calado tan hondo en la identidad cultural rusa que el mismo ha permanecido incluso en formas seculares. Esto es lo que se denomina el Mito de la Tercera Roma.

Habíamos mencionado que la Iglesia Rusa adquiere su autocefalía en 1448, pero en 1453 con la caída de Constantinopla

“quedaba tan sólo una nación capaz de asumir el liderazgo de la cristiandad del este. La mayor parte de Bulgaria, Serbia y Rumania ya quedaba conquistada por los turcos, y el resto sería en poco tiempo también absorbido. La metrópolis de Kiev pasó bajo el dominio de los gobernantes católico-romanos de Polonia y Lituania. Sólo quedaba la Moscovia. No les parecía una coincidencia a los moscovitas el hecho de que en el momento cuando feneció el Imperio Bizantino, ellos mismos estaban a punto de desprenderse de los últimos vestigios de la soberanía tártara: parecía indicar que Dios les concedía la libertad porque les había elegido para ser los sucesores de Bizancio” (Ware, 2006:88)

Adelantándonos podemos afirmar que este Mito tiene dos dimensiones fundamentales. La primera es la de una especie de destino manifiesto de Rusia de guiar al cristianismo (el mundo civilizado para la época), lo cual está íntimamente relacionado con la segunda dimensión que implica una caída de las dos romas anteriores (Roma y Bizancio) dada la herejía o la corrupción de las mismas, exaltando el ascenso y mantenimiento en la gloria de Rusia en base al mantenimiento de una cultura intrínsecamente diferente a la occidental, la cuál como ya hemos dicho es juzgada como mínimo como errada.

### **La Iglesia y el Zarismo: La antigua alianza**

Siguiendo con el Mito anteriormente planteado vemos como este traspasa el ideal religioso para ser ya desde la primera época de los Zares un justificativo político, a la vez que en los párrafos siguientes veremos como el mito se va construyendo en lo material:

“La idea de que Moscú era sucesora de Bizancio se vio reforzada por un casamiento. En 1472, Iván III 'el Grande' (reinó de 1462 a 1505) contrajo



matrimonio con Sofía, la nieta del último Emperador bizantino. A pesar de que Sofía tenía hermanos, lo cual significaba que no era la heredera legal del trono imperial, el casamiento sirvió para establecer un vínculo dinástico con Bizancio. El Gran Duque de Moscú empezó a atribuirse los títulos bizantinos de 'autócrata' y 'Czar' (forma adaptada de la palabra romana 'Caesar'), y tomó como emblema estatal el símbolo del águila bicéfala de Bizancio. La gente empezó a tenerla a Moscú como 'la tercera Roma'. La primera Roma, según lo que se decía, había sucumbido ante los bárbaros, y luego ante la herejía; la segunda Roma, que era Constantinopla, había a su vez caído en la herejía con ocasión del Concilio de Florencia, y sufrió el castigo de ser capturada por los turcos. Moscú, por lo visto, era sucesor de Constantinopla, la tercera Roma y la última, el centro de la cristiandad ortodoxa. El monje Filoteos de Pskov propuso este argumento en una carta célebre que hizo enviar en 1510 al Czar Basilio III: Quisiera añadir unas cuantas palabras sobre el Imperio ortodoxo actual de nuestro soberano: constituye el único Emperador [Czar] terrestre de los cristianos, el jefe de la Iglesia apostólica que ahora ya no se sitúa ni en Roma ni en Constantinopla, sino en la ciudad bendita de Moscú. Ella sola alumbró el mundo entero, más brillante que el sol... Todos los Imperios cristianos han desaparecido, y en lugar de ellos se yergue solo el Imperio de nuestro soberano conforme con los libros proféticos. Cayeron dos Romas, pero la tercera ya se alzó y cuarta no habrá jamás." (Ware, 2006:89)

Puede verse cómo los primeros zares utilizaron el mito mencionado y lo construyeron simbólicamente recuperando elementos dinásticos de Bizancio, lo cual hizo realmente mella en la población rusa. Pero la formulación del mito legitimador no permitió nunca la supremacía de la Iglesia Rusa, sobre el poder temporal, al contrario, podemos decir que si bien existió una alianza, la Iglesia siempre fue accesoria al Estado.

Durante tal período la Iglesia no se mostro reacia a tal situación. Lo atestigua la utilización del poder estatal para imponer las reformas litúrgicas del Patriarca Nikon, a mediados de siglo XVII sobre los denominados "viejos creyentes". Nikon pretendió acrecentar su poder religioso por sobre el de los Zares ya que "además de insistir en que la autoridad del Patriarca fuese absoluta en cuestiones de índole religiosa, reivindicó el derecho de

intervenir en los asuntos civiles, y asumió el título de 'Gran Señor', reservado hasta entonces exclusivamente para los zares.” (Ware, 2006:97)

Este grado de injerencia y exaltación llegó a su límite cuando en el año 1700, el Zar Pedro el Grande

“en su afán de poner toda la vida de Rusia bajo el control del Estado, prohibió la elección de un nuevo patriarca y al cabo de 20 años fundó el Colegio Eclesiástico, pronto rebautizado 'Santo Sínodo'. Este órgano, dependiente del Estado, se hizo cargo de la gestión de la Iglesia desde 1721 hasta la Revolución de Octubre, siendo los emperadores la última instancia en la toma de decisiones del organismo”<sup>2</sup>

Si bien el nuevo órgano estatal está conformado por clérigos, la presidencia estaba ocupada por un funcionario laico: el Procurador General. La injerencia del Estado en la Iglesia llegó a tal punto que a partir del siglo XVIII "fue privada de casi todas sus terrenos y, lo que fue aún más grave, los presbíteros fueron obligados a denunciar a las autoridades todo aquello que pudiera representar algún peligro para el Estado, rompiendo, si fuera necesario, el secreto de confesión.”<sup>3</sup>

Esta estrecha simbiosis y el solapamiento sirvió a los Zares para la justificación tanto de su gobierno como de la expansión del mismo. Luego del concierto de naciones de 1815, el Zar ideó “un nuevo método de penetración: hacer que le reconociesen un protectorado sobre los cristianos ortodoxos del Imperio Otomano. Así encontraría mil pretextos para invadir en los Balcanes.” (Duroselle, 1998:29)

Esta es nuevamente una explicitación del Mito de la Tercera Roma, en tanto llamado del Estado Ruso, en la persona del Zar, a proteger a los cristianos ortodoxos en territorios herejes y/o corruptos. Esta relación en beneficio del Estado continuó hasta principios del siglo XX, con su consecuente final en la revolución de Octubre de 1917.

---

<sup>2</sup> Russia Today. *Historia de la Iglesia Ortodoxa Rusa*. Disponible en: <http://goo.gl/ifPIA2> (Consultado el 6/10/2014)

<sup>3</sup> Russia Today. *Historia de la Iglesia Ortodoxa Rusa*. Disponible en: <http://goo.gl/ifPIA2> (Consultado el 6/10/2014)

Mencionaremos además que en la Rusia Zarista se permitía a los extranjeros profesar libremente su culto. Sin embargo, al ser la Iglesia Ortodoxa de carácter oficial, no se permitía a los habitantes de Rusia la conversión a otras creencias dado que eran consideradas heréticas o tolerables en el mejor de los casos. De esta manera “el abandono de la religión Ortodoxa por otra se consideraba un delito muy grave. De ahí la masiva emigración de Rusia, por motivos religiosos en los albores del siglo XX.” (Pchelintsev, 1998: 161)

### **El período Comunista**

Con la Revolución de Octubre de 1917 se produce el derrocamiento de los Zares y la asunción de un nuevo gobierno, el cual en 1918 formalizó la separación Iglesia- Estado. Esto permitió que se eligiera luego de más de 200 años, en los que gobernó el Santo Sínodo, un Patriarca para la Iglesia Rusa. Dicho Patriarca fue Tijon, quién rápidamente se opuso al nuevo gobierno.

Durante este período se dió una importante persecución de la Iglesia por parte de Estado. Sus tierras fueron confiscadas, muchos religiosos arrestados y enviados a Siberia y las Iglesias fueron arrasadas, incluida la Catedral de Cristo Salvador en Moscú que había sido construida para conmemorar el triunfo sobre Napoleón. En el lugar donde se emplazaba la Catedral, Stalin pretendía construir el denominado Palacio de los Soviets, pero finalmente se emplazó una enorme piscina. De esta manera, la política soviética lejos de la separación que planteaban las leyes, ejercía una dominación y persecución sobre la Iglesia. A tal punto así era que tras la muerte del Patriarca Tijon en 1925, las autoridades no permitieron la elección de un nuevo Patriarca.

El Estado Ruso, reconvertido en Estado soviético, emprendió una importante lucha contra la Iglesia Rusa tras la revolución de octubre. Sin embargo, no traicionó el ideal mítico de la tercera Roma, sino que lo secularizó. Esta vez la herejía no era al catolicismo romano, sino el capitalismo, y el pueblo ruso estaba destinado a preservarlo y luego a expandirlo por el resto del orbe. La Ortodoxia (recto conocimiento) esta vez no era cristiana sino marxista.

Vemos entonces que el Estado comunista permite una transformación del mito político, el cual se sigue implantando en la identidad cultural rusa, pero se lo despoja cada vez más de sus significados religiosos.

Este estado de persecución se mantuvo hasta la Segunda Guerra Mundial, período durante el cual el mismo Stalin tuvo que relajar las persecuciones a la Iglesia, para que esta apoyara moral y económicamente los esfuerzos soviéticos durante la guerra. La Iglesia Rusa, que podría haber aprovechado esta oportunidad para atentar internamente contra el régimen que tanto la había perseguido, dado sus fuertes vínculos geográficos y culturales con el pueblo ruso-eslavo, emprendió una vez más la defensa de la Patria.

De esta manera, para las autoridades de la Iglesia Rusa

“los enemigos esperaban también poder oponer nuestra Iglesia al Estado Soviético, pero se vieron defraudados en sus esperanzas, porque, ante el peligro, los pueblos de la Unión Soviética se cohesionaron aún más fuertemente entre sí y la Iglesia Ortodoxa Rusa ligó sus destinos con los de sus fieles, así en la vida como en la muerte.” (Alexi de Moscú 1958:212)

Una vez más, la Iglesia y el Estado eran aliados en Rusia. Esta vez en la más impensada de las situaciones, bajo el gobierno comunista. Así lo expresaba el Metropolitano Sergui:

“Ni en la época de los principados feudales, ni cuando el yugo tártaro, ni en los tiempos tumultuosos, vendió la Iglesia su Patria terrena al enemigo, no abuso de su debilidad en propio provecho, sino que, por el contrario, apoyó, cohesionó y reconfortó a la Patria con todos los medios a su alcance. La Iglesia no podía modificar su actitud ante la Patria después de la Revolución de Octubre” (en Alexi de Moscú, 1958:11)

El mejoramiento de las relaciones implicó que hacia 1943 el Estado soviético no sólo permitiera la elección de un nuevo Patriarca por parte de la Iglesia Rusa, sino que además, en el mismo año, fuera creado el Consejo para asuntos de la Iglesia Ortodoxa Rusa adjunto al Consejo de Ministros de la U.R.S.S., el cuál servía como enlace entre el Patriarcado y el Gobierno.

Si bien la persecución no desapareció, si se hizo mucho más leve que en el período estalinista. Más allá de las persecuciones es clave remarcar la conformación del Consejo para asuntos de la Iglesia Ortodoxa Rusa. La existencia de esta institución, que sería difícil de pensar en los estados laicos modernos, en un Estado comunista y ateo como la U.R.S.S. no hace más que remarcar la ya mencionada particularidad que tiene la relación Iglesia-Estado en Rusia.

Hacia 1985 con la llegada de Mijaíl Gorbachov al poder, las situación cambiaría de manera radical, así como cambió el destino de la U.R.S.S. Hacia 1990 fue suprimido el mencionado Consejo para asuntos de la Iglesia Ortodoxa, dentro del Consejo para Asuntos Religiosos del Consejo de Ministros de la U.R.S.S., abriéndose una nueva etapa de libertad para la Iglesia Rusa, pero también de libre competencia frente a otros cultos, contra los cuales luego de años de autocracia zarista o comunismo ateo, nunca se había enfrentado. Este nuevo desafío podía ser enfrentado ¿cuando no? de la mano de Estado.

Ejemplo de lo anteriormente descrito es que en “el periodo entre 1994 y 1999 se celebraron una serie de campañas “anti sectas” promovidas por organizaciones sociales y políticas, los medios de comunicación y la Iglesia ortodoxa rusa. En este caso, la Iglesia tenía como objetivo deshacerse de sus “rivales” más indeseados: la Iglesia católica apostólica romana, con la que siempre ha mantenido relaciones complicadas, y las sectas totalitarias que solían usar la religión para encubrir actividades comerciales y destruían la vida de sus seguidores, privándolos de todo y separándolos del seno familiar. Las autoridades dejaron de contactar con los representantes de las sectas, les prohibieron el acceso a los centros de educación y les obstaculizaron el registro y el alquiler de oficinas. En general, la influencia en el país de este tipo de organizaciones religiosas se ha reducido hasta desaparecer. Para disminuir la influencia de la Iglesia católica y detener el proselitismo, restringieron la actividad de los misioneros y algunos clérigos extranjeros fueron deportados.”<sup>4</sup>

El nacionalismo religioso llegó hasta tal punto en los últimos años de la Unión Soviética y primeros años de la Federación Rusa, que el Presidente Yeltsin debió vetar una ley

---

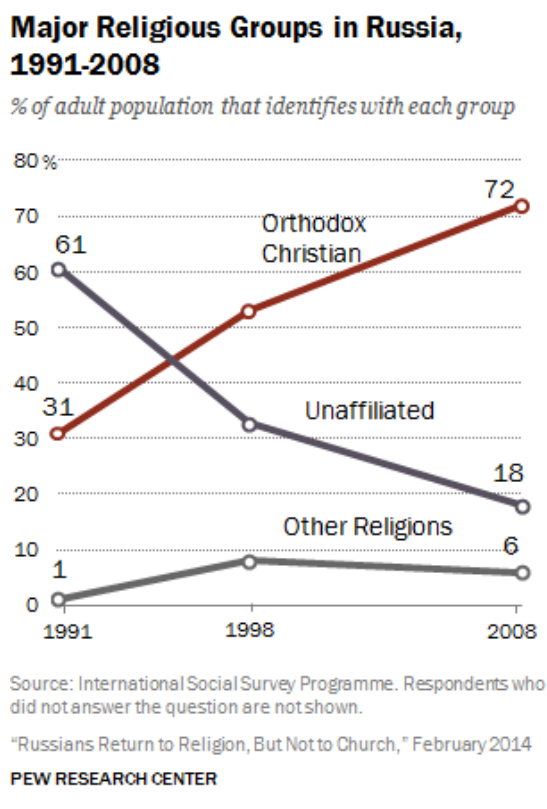
<sup>4</sup> Russia Today. *Religión en la Rusia Moderna*. Disponible en: <http://goo.gl/yGvj5z> (Consultado el 6/10/2014)

sancionada en acuerdo entre comunistas y nacionalistas. En esta se prohibía la inscripción de nuevos cultos en el registro estatal a tal efecto, por no cumplir ninguno con la regla de poseer quince años de antigüedad en la región siendo que, en el período de los quince años anteriores, bajo gobierno de Adropov y Breznev, era imposible la instalación de cultos. La normativa a la vez incumplía la propia Constitución Rusa y acuerdo internacionales. (Pchelintsev, 1998: 165-166)

Es importante remarcar que el nacionalismo ortodoxo no fue el único en emerger en la Federación Rusa tras la caída de la Unión Soviética, sino que también podemos mencionar el caso de los musulmanes en el Cáucaso Norte. Sin embargo, el nacionalismo ortodoxo es lejos el más extenso e influyente dentro de la Federación y del cual se valdrá, como veremos más adelante, la nueva figura del gobierno ruso contemporáneo: Vladímir Putin.

### La Iglesia y Putin: la nueva alianza

Vladímir Putin, un ex agente de la KGB (servicio secreto soviético) devenido en político, se ha desempeñado los últimos quince años como primer Ministro o Presidente de la Federación Rusa. Desde su cargo ha liderado una amplia alianza, que no sólo lo ha consolidado en el poder dentro de Rusia, sino que ha proyectado su figura al plano internacional. Dentro de la alianza mencionada, donde actualmente ocupan un rol privilegiado nacionalistas y conservadores, se encuentra la Iglesia Rusa. La misma ha visto su resurgimiento de mano del Estado.



Antes de interiorizarnos en las políticas estatales pro Iglesia Ortodoxa, haremos una breve descripción de las características que presenta esta iglesia en la actualidad. Para ello analizaremos algunas de las conclusiones que arroja el informe del Pew Research Institute (2014).

Según el informe antes mencionado, puede verse como tras la caída de la unión soviética se produjo un incremento exponencial de las personas que se identificaban a sí mismas como cristianos ortodoxos, y una consecuente decaída de los que no se consideraban miembros de ningún grupo religioso. Sin embargo vemos que este fenómeno, si bien proporcionalmente fue mucho mayor en los demás grupos religiosos sumados, en términos nominales fue bastante insignificante con respecto al crecimiento de la ortodoxia.

---

### Trends in Russian Religious Practices and Beliefs

*% of Russian adults who said they ...*

	1991	1998	2008
Attend religious services at least once a month	2%	9%	7%
Believe in God	38	46	56
Believe in life after death	33	31	32
Describe themselves as at least somewhat religious	11	45	54

Source: International Social Survey Programme

"Russians Return to Religion, But Not to Church," February 2014

PEW RESEARCH CENTER

---

Otra cuestión a tener en cuenta es que si bien la identificación religiosa de los rusos ha crecido enormemente, las prácticas y las creencias apenas han variado desde el fin de la era soviética. Menos del 10% de los rusos asiste a servicios religiosos al menos una vez al mes; en tanto que sólo el 56% de los mismos creen en Dios y el 32% en la vida tras la muerte.

Siendo la creencia en Dios y la vida tras la muerte elementos centrales del cristianismo, así también el ortodoxo ruso, la divergencia de alrededor de 16 puntos porcentuales entre los que se reconocen como ortodoxos y quienes afirman creer en Dios, y la más significativa diferencia de 40% (en el mejor de los casos) entre quienes afirman creer en la vida después de la muerte y quienes se reconocen ortodoxos, sólo nos deja lugar para una conclusión: la idea de ortodoxia se ha asociado más a una cuestión cultural que religiosa.

Vemos entonces que la Iglesia Ortodoxa Rusa no ha podido aumentar su capital religioso, pero ha ganado un importante poder cultural y simbólico en la Rusia actual, dadas las situaciones que hemos analizado. De esta manera, se explicita una vez más que la misma es

parte del engranaje del poder en Rusia, por lo que no ha sido dejada de lado en el ya mencionado gobierno de Putin.

Durante su gobierno, Putin “supervisó la resurrección de la Iglesia Ortodoxa Rusa, incluyendo la reconstrucción de unas 23.000 iglesias que habían sido destruidas o en desuso. La Iglesia de la Sangre no está incluida en esa cuenta, ya que es una nueva casa de culto, terminado en 2003.” (MacKinnon, 2014) La Iglesia sobre la Sangre es una Iglesia construida sobre el lugar donde el Zar Nicolás II, último Románov, y su familia fueron asesinados.

El Zar, en un acto simbólico de gran importancia, fue declarado Santo por la Iglesia Ortodoxa Rusa en el Exilio en 1981 y refrendada tal disposición en el año 2000 por el Sínodo de la Iglesia Ortodoxa Rusa. Ante la canonización se despertaron varias voces de queja, las cuales afirmaban que el Zar en vida no había dado muchas muestras de santidad. Sin embargo, este acto seguía siendo válido desde nuestro punto de vista, no para criminalizar a los asesinos soviéticos, sino para legitimar la idea de que un gobierno autocrático.

Lo anteriormente mencionado es más que coherente si tenemos en cuenta que, a pesar de sus inicios, Putin se mostraba como un dirigente liberal y pro-occidental y pronto daría muestras de estar a favor de una “democracia administrada” y de un fuerte poder personal. El rompimiento definitivo llegaría tras las manifestaciones de diciembre de 2011, cuando manifestantes liberales salieron a la calle a denunciar fraude electoral. Putin “se sintió traicionado por la clase que él había contribuido a crear, y a partir de ese momento se volcó a los nacionalistas.” (Escudé, 2014:16)

Antes de adentrarnos en la ideología nacionalista, es preciso hacer algunas referencias adicionales a la relación entre la Iglesia y el Estado en la era Putin. El mismo Putin, al que se lo consideraba un liberal, llevó adelante una serie de medidas consideradas de corte conservador y profundamente apoyadas por la Iglesia Rusa. Podemos mencionar el enjuiciamiento, posterior condena y perdón del grupo feminista de punk Pussy Riot, quienes habían sido acusadas de ofender el sentimiento religioso de la población por realizar una intervención en contra de Putin en el altar de la Catedral de Moscú.



También es preciso hacer referencia a la prohibición estatal que rige en Rusia de entregar niños rusos en adopción a parejas homosexuales en el exterior, la prohibición de la propaganda de relaciones sexuales no tradicionales, la cual fue aprobada en la Duma (legislatura) estatal con 388 votos a favor, uno en contra y una abstención. Mencionaremos además que en 2013 se prohibió en Rusia la publicidad sobre el aborto, lo cual busca aumentar la decadente tasa de natalidad rusa, pero que en conjunto con las demás medidas cuenta con el visto bueno y apoyo de la Iglesia Rusa.

En el plano económico

“el gobierno de Putin, se aprobó una ley de regresar todos los bienes de la iglesia que habían sido incautados durante la era soviética, casi con toda seguridad haciendo el Patriarcado de Moscú el terrateniente más grande de Rusia. Empresas energéticas de propiedad estatal han contribuido miles de millones de rublos para la reconstrucción de las iglesias de todo el país.” (MacKinnon, 2014)

La alianza entre Putin y la Iglesia no es una cuestión de papeles, sino que se plasma en medidas que en Occidente serían consideradas mucho peor que políticamente incorrectas, lo que trasluce a la vez lo diverso que es el campo cultural ruso, con respecto al occidental. En resumen, podemos afirmar que las mencionadas

“protestas en las calles - y la creencia en el círculo íntimo de Putin de que los manifestantes fueron con la complicidad de los gobiernos occidentales - cimentaron aún más la alianza Kremlin-iglesia. Putin habla cada vez más de Rusia como una civilización distinta a Occidente. Es una opinión compartida por la Iglesia, que culpa a "la influencia occidental" para la propagación de las ideas liberales, como los derechos de los homosexuales, en Rusia.” (MacKinnon, 2014)

La cuestión de imagen se complementa con la aparición del Patriarca Kiril en numerosos actos públicos, o con la de Putin en diversas festividades religiosas. Así lo atestigua la visita del gobernante al Monasterio de la Trinidad y San Sergio, lugar emblemático de la fe ortodoxa rusa, con unos 30.000 peregrinos.

La cuestión política aflora dado que este es un monasterio está íntimamente relacionado a San Sergio, padre espiritual de la ortodoxia Rusia y dueño de un rol fundamental en la liberación de la dominación tártara. Sin embargo hay quienes afirman que están creando un mito alrededor de San Sergio, haciéndole ser un siervo obediente del Estado ruso, que él no era (MacFarquharaug, 2014).

Esto sumado a que la crisis con Ucrania ha generado un distanciamiento con la mencionada ciudad de Kiev, donde el Príncipe Vladímir I introdujo el cristianismo, así “ahora que Rusia y Ucrania están enfrascados en una guerra de poder, el gobierno y la iglesia se dan cuenta de que el vínculo físico a un símbolo religioso importante está siendo cortado” (MacFarquharaug, 2014: s/p) por lo que es importante que emerjan lugares simbólicos dentro del territorio ruso, como el mencionado Monasterio de la Trinidad y San Sergio.

Por último es pertinente analizar la ideología nacionalista que acompaña al régimen de Putin. Dicha ideología presenta varios exponentes que se caracterizan por ser profundamente antioccidentales e imperialistas.

Ejemplo de lo anteriormente expuesto es el caso de Aleksandr Dugin, quien de acuerdo a Escudé

“alienta a nueva Revolución Rusa que combine una economía de izquierda con un tradicionalismo cultural de derecha. Es virulentamente antinorteamericano, antiliberal, y aspira a la creación de un imperio euroasiático contra el enemigo común, que es el atlanticismo, los valores liberales, y el control geopolítico de los Estados Unidos.” (2014:14)

Los elementos que hemos mencionado en el nacionalismo coinciden con los del Mito de la Tercera Roma, es decir, una especie de resentimiento antioccidental y creencia en la corrupción de tal hemisferio, con una especie de destino manifiesto, de llamado a la grandeza de la nación rusa. En el fondo, estos son los valores de Putin y creemos del pueblo ruso en términos generales, lo cual no es una justificación en torno a tal postura, sino la explicitación de una consecuencia lógica de un proceso centenario de construcción del mito político.

Dicho mito político, que mueve a la acción y aúna voluntades, es el que mencionamos como el de la Tercera Roma en su origen. Ha sobrevivido aún a costa de secularizarse a través de los siglos en Rusia, y creemos es hoy la piedra angular desde donde se sustenta la alianza que respalda a Putin en el poder. Hay quienes dicen que los liberales se fueron fruto de desavenencias políticas, pero cabría preguntarse ¿no era esta una consecuencia lógica de la imposibilidad, que tarde o temprano se destaparía, de los sectores liberales de adherir a este mito?

Por último debemos decir que la división Iglesia – Estado en Rusia no es relevante porque la primera nunca pudo lograr ser más que un apéndice del segundo, sin capacidad política real de oposición. De esta manera no es la Iglesia la que legitima en última instancia al régimen de Putin, sino el ya mencionado Mito Político al cual la Iglesia Rusa adhiere.

Este mito está tan implantado en la cultura del pueblo ruso, que es lógico reconocer que “Rusia...es imperialista. Y dentro de su zona de influencia, tendrá su imperio.” (Escudé, 2014:17) y que esto “es más valorado, por muchos rusos, que el bienestar material y las libertades occidentales” (Escudé, 2014:17). El éxito de Putin está en haber entendido tal configuración cultural, aprovechándola sin amedrentarse por las críticas occidentales.

## **Bibliografía**

DE MOSCÚ, Alexi (1958). *La Iglesia Ortodoxa Rusa*. Ediciones del Patriarcado de Moscú: Moscú

ARNOLETTO, Eduardo (2007). *Glosario de Conceptos Políticos Usuales*. Ed. EUMEDNET. Disponible en: <http://www.eumed.net/jirr/pdf/6.pdf> (Consultado el 6/10/2014)

BERGER, Peter. y LUCKMANN, Thomas. (1997). *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. ¿Qué necesidades básicas de orientación deben ser satisfechas?*, Paidós: Barcelona

DUROSELLE, Jean Baptiste (1998). *Europa de 1815 a nuestros días*. Labor S.A.: Barcelona

ESCODÉ, Carlos (2014) *Rusia, Estados Unidos y Europa: ¿una nueva guerra fría?* Breviario de Relaciones Internacionales. Número XXXI. CEA-UNC. ISSN: 1668-976X. Disponible en: <http://goo.gl/pc2Sh3> (Consultado el 6/10/2014)

MARDONES, José María (1998). *Neoliberalismo y religión*. Editorial Verbo Divino: Navarra, España

PCHELINTSEV, Anatoly (1998). *El nacionalismo religioso en los países de la antigua URSS*. Disponible en: <http://goo.gl/fiKMPN> (Consultado el 6/10/2014)

SOREL, George (2005). *Reflexiones sobre la violencia*. Alianza Editorial: Madrid

WARE, Kallistos (2006). *La Iglesia Ortodoxa*. Ángela: Buenos Aires

### **Otros recursos**

Pew Research Institute (2014). *Russians Return to Religion, But Not to Church*. Disponible en: <http://goo.gl/kW2Kau> (Consultado el 6/10/2014)

MACKINNON, Mark (2014). *How Vladimir Putin helped resurrect the Russian Orthodox Church*. En The Globe and Mail. 15 de enero de 2014. Disponible en: <http://goo.gl/uRVxzw> (Consultado el 6/10/2014)

MACFARQUHARAUG, Neil (2014). *Putin Strives to Harness Energy of Russian Pilgrims for Political Profit*. En The New York Times. 2 de agosto 2014. Disponible en: <http://goo.gl/ieAvfN> (Consultado el 6/10/2014)

Russia Today. *Historia de la Iglesia Ortodoxa Rusa*. Disponible en: <http://goo.gl/ifPIA2> (Consultado el 6/10/2014)

Russia Today. *Religión en la Rusia Moderna*. Disponible en: <http://goo.gl/yGvj5z> (Consultado el 6/10/2014)



**La Evolución del Apartado Visual en los Videojuegos**

*The Evolution of Graphics in Video Games*

**Autor:** Alejandro Pellegrini

**Carrera:** Lic. en Diseño Gráfico

**Mail:** alepele@gmail.com

**Resumen**

El trabajo de investigación que originó el presente artículo tuvo como objetivo analizar la evolución del apartado visual de los videojuegos desde el año 1980 hasta la actualidad. Se seleccionó un corpus compuesto por títulos enmarcados en los géneros rol y acción-aventura. La muestra consistió en tres videojuegos por cada uno de los géneros seleccionados. En ambos casos se trató de sagas clásicas que manifiestan una evolución visual a lo largo de los años: *Final Fantasy* y *The Legend of Zelda*. Las principales conclusiones obtenidas fueron que las características técnicas de cada plataforma determinan cuán definidos pueden llegar a ser los gráficos de un videojuego, pero no condicionan necesariamente su estilo visual. Esto lo establece el estilo artístico, que resulta del concepto del videojuego. Para lograr transmitir gráficamente dicho concepto, los diseñadores se valen de herramientas denominadas motores gráficos, empleadas para dar forma a todo tipo de videojuegos. Sin embargo, no son los proyectos los que se adaptan a los motores, sino que los motores gráficos son los que deben adecuarse a cada videojuego.

## **Abstract**

The aim of the present research is to analyze the evolution of the graphics of video games since 1980 up to the present day. The following cutback of corpus has been chosen: titles framed by these two genres: role and action/adventure.

The sample consists of three different video games for each selected genre. In both cases there are instances of classic sagas which exhibit the visual evolution over the years: *Final Fantasy* and *The Legend of Zelda*. The main conclusions were that the technical characteristics of each platform determine how defined can be the graphics of a video game. This does not necessarily predetermine its visual style; instead, the artistic style does, which results from the concept of the video game. For the purpose of graphically communicating such concept rationally, designers have tools called graphics engines, which are used to shape up every type of video game. However, it is not designers who put up with the engines but the engines that have to get used to each project.

**Palabras claves:** Videojuegos, diseño gráfico, apartado visual, interfaz, *Final Fantasy*, *The Legend of Zelda*.

**Keywords:** Videogames, graphic design, graphics, interface, *Final Fantasy*, *The Legend of Zelda*.

## **I - Introducción**

El concepto de evolución suena muy a menudo en la industria del videojuego. En poco más de 40 años, el software de entretenimiento ha nacido, madurado y sido adoptado por los usuarios. Dicho software ha evolucionado no sólo en su faz tecnológica, sino también en su concepción como forma de entretenimiento.

Debido a que las personas somos seres visuales, percibimos y captamos la información más rápidamente a través de nuestros ojos. Por esta razón, uno de los aspectos que más impacto

genera en los videojuegos y que ha cambiado progresivamente, adaptándose a los tiempos que corren y a las tecnologías disponibles, es el apartado visual, puesto que es el que más fácilmente consumimos y con mayor rapidez.

En el trabajo de investigación que dio origen a este escrito se buscó analizar el cambio de los gráficos en los videojuegos a través de los años, desde los antiguos píxeles hasta las imágenes fotorrealistas que se pueden encontrar actualmente en algunos de los videojuegos disponibles a la venta. Dicha investigación se llevó a cabo tomando como eje seis unidades de análisis: Estilo Gráfico, Protagonista, Antagonista, Entornos, Interfaz Gráfica e Isologotipo. A su vez, éstas fueron interpretadas a través de cuatro categorías de análisis: Morfología, Color, Tipografía/Personalidad e Imágenes Retóricas. El problema de investigación que se buscó responder a lo largo del trabajo de investigación fue enunciado como sigue: ¿Cómo ha evolucionado el apartado visual de los videojuegos desde la década de los '80 hasta la actualidad?

El objetivo general del trabajo de investigación antes mencionado fue analizar la evolución del apartado visual de los videojuegos, desde el año 1980 hasta la actualidad, en los géneros rol y acción-aventura. Los objetivos específicos apuntaron a explorar cómo las especificaciones técnicas de las plataformas determinaron el apartado visual de los videojuegos; identificar qué motores gráficos y qué estilos visuales se han utilizado en la creación de las sagas a analizar; describir los aspectos morfológicos empleados para transmitir el concepto y la personalidad del videojuego; comprender los lineamientos en el diseño de videojuegos, y de esa manera determinar diferencias y semejanzas con los del diseño gráfico.

## **II - Metodología**

Se optó por una investigación de tipo exploratoria debido a la escasez de investigaciones desarrolladas en relación con la evolución del apartado visual en los videojuegos desde el punto de vista del diseño gráfico y se empleó el método cualitativo. La técnica empleada fue el análisis de contenido.



Se seleccionó como corpus videojuegos enmarcados en los géneros rol y acción-aventura, debido a la diversidad de características particulares que presentan y su popularidad entre los consumidores. A su vez, la muestra consistió en tres juegos diferentes por cada uno de los géneros seleccionados. Se trata, en ambos casos, de sagas clásicas que manifiestan una evolución visual a lo largo de los años, las cuales son:

- ***Final Fantasy***: *Final Fantasy*, *Final Fantasy VII* y *Final Fantasy XIII*.
- ***The Legend of Zelda***: *The Legend of Zelda*, *The Legend of Zelda: The Wind Waker* y *The Legend of Zelda: Skyward Sword*.

## II. 1 - Sobre los videojuegos objeto de análisis

A continuación ofreceremos una breve descripción de los videojuegos que analizados en el trabajo de investigación del cual es producto este artículo.

***Final Fantasy***: Es una franquicia de videojuegos creada por *Hironobu Sakaguchi* y desarrollada por *Square Enix* (antes conocida como *Squaresoft*), siendo también propiedad de esta. La saga se centra en una serie fantástica de videojuegos RPG, también incluyendo películas animadas, anime, medios de comunicación impresos, entre otros productos. Comenzó en 1987 con el videojuego homónimo, según Pelador (2012), desarrollado para intentar salvar a *Squaresoft* de la bancarrota. El juego fue todo un éxito y permitió el desarrollo de secuelas. La serie de videojuegos se ha ido adaptando a otros géneros como los RPG táctico, RPG de acción MMORPG, y carreras.

***The Legend of Zelda***: Es una serie de videojuegos creada por los diseñadores *Shigeru Miyamoto* y *Takashi Tezuka*, y desarrollada por *Nintendo*, quien también se encarga de su distribución internacional. A lo largo de sus títulos se describen las heroicas aventuras del joven guerrero *Link*, que debe enfrentarse a peligros y resolver acertijos con los primordiales objetivos de rescatar a la Princesa *Zelda*, derrotar a *Ganondorf* y salvar su hogar, el reino de *Hyrule*. A partir del lanzamiento del primer juego, el 21 de febrero de 1986, la serie ha logrado mucha popularidad acompañada de numerosas críticas favorables en la industria especializada, traducidas en nivel internacional (Escandell, 2011).

## II. 2 - Categorías y unidades de análisis empleadas

### *Unidades de análisis*

- *Estilo gráfico:* Es el recurso utilizado por los diseñadores el cual permite el diseño, la creación y la representación visual de un videojuego.
- *Protagonista:* Es el personaje principal de la historia.
- *Antagonista:* Es el personaje de la historia que representa la oposición al protagonista.
- *Entornos:* Corresponden a los diferentes escenarios donde la acción se lleva a cabo.
- *Interfaz gráfica:* Este elemento consiste en proporcionar un entorno visual sencillo para permitir la comunicación entre el juego y el usuario.
- *Isologotipo:* Signo tipográfico en el cual la conjunción del símbolo gráfico y el texto funciona como un todo para significar algo.

### *Categorías de análisis*

- Color.
- Morfología.
- Tipografía/Personalidad.
- Imágenes retóricas.

## III - Análisis del corpus

### III. 1 - Estilo gráfico

El primer *Final Fantasy*, desarrollado para la *Nintendo Entertainment System (NES)*, utiliza un estilo visual denominado pixel art: se trata de imágenes generadas por medio de píxeles, que es la menor unidad homogénea en color de una imagen digital. Éste se asemeja al

puntillismo, diferenciándose principalmente en las herramientas utilizadas para la creación de las imágenes: computadoras y programas en lugar de pinceles y lienzos.

El apartado visual de *Final Fantasy VII*, en cambio, está basado en un motor gráfico en tres dimensiones. Fue el primero en la saga en utilizar este tipo de tecnología. Dejando de lado los sprites en dos dimensiones que se utilizaban en la primera entrega se dispuso a incursionar en ésta nueva tendencia gráfica de la industria. Ahora, los elementos del juego constituidos por polígonos poseen alto, ancho y profundidad, lo que da como resultado gráficos más realistas.

El desarrollo del título comenzó en un principio para la *SNES*, aunque más tarde se trasladó a su sucesora, la *Nintendo 64*. Debido a la falta de espacio de almacenamiento de los cartuchos de ésta última y el rechazo por parte de *Nintendo* de lanzar el juego en varias unidades, hizo que finalmente el juego se desarrolle para la máquina de la competencia, la *PlayStation* de *Sony*.

A diferencia de las entregas anteriores, el estilo gráfico que se ha empleado para dar forma a *Final Fantasy XIII* son los gráficos fotorrealistas en alta definición. Para ello, *Square Enix* diseñó un nuevo motor gráfico exclusivo para las nuevas entregas de la saga denominado *Crystal Tools*. De acuerdo con Calvin Chan (2012), se creó para ser utilizado en *PS3*, *XBOX 360*, *Wii* y *Windows*, aunque fue diseñado principalmente para la *PS3*. La alabanza principal que ha recibido el motor es por su capacidad para hacer escenas *CGI* de gran fidelidad. Otras de sus capacidades son su avanzado procesamiento de audio, cálculos de física y efectos especiales, todo ello en tiempo real.

Por otro lado, el primer videojuego de *The Legend of Zelda* fue desarrollado también para la *NES*, la misma consola que se desarrolló *Final Fantasy*. Por lo tanto, ambas sagas presentan el mismo estilo visual ya descrito anteriormente, el denominado: *Pixel art*.

*The Legend of Zelda: The Wind Waker*, por otro lado, se caracteriza por romper con la estética más realista y oscura empleada en anteriores entregas de la saga (como en *Ocarina of Time* o en *Majora's Mask*) al apostar por una reinterpretación visual de este mundo fantástico a través del estilo gráfico denominado *Cel Shading*. De acuerdo con Díaz (2010), es una técnica de renderizado no fotorrealista diseñada para hacer que los gráficos

generados por computadora parezcan dibujados a mano. Es comúnmente usado para imitar el estilo de los cómics o de los dibujos animados.

Si bien el resultado visual del *Cel Shading* puede aparentar ser simplista, como si de un metraje animado se tratase, es un proceso complejo.

*The Legend of Zelda: Skyward Sword*, tercer capítulo de la saga que analizamos, utiliza un motor gráfico que combina el estilo visual empleado en *The Wind Waker*, el *Cel Shading*, con otro más realista, semejante al empleado en *The Legend of Zelda: Twilight Princess*, desarrollada para *GameCube* y *Wii*. El estilo visual que presenta *Skyward Sword* posee influencias estilísticas del impresionismo, mientras que los cielos son un homenaje al artista postimpresionista Cézanne, por ser la corriente artística predilecta del autor de la saga, Miyamoto.

Una vez detallados los diferentes estilos visuales y artísticos empleados en estos videjuegos, se procederá a describir a los personajes que encarnan papeles fundamentales en la trama de ambas sagas, comenzando por los protagonistas.

### **III.2 - Descripción de los protagonista/s**

*Final Fantasy* no cuenta con un solo protagonista, sino con cuatro. El rol como jugador consiste en adoptar el papel de uno de los *Guerreros de la Luz*, cada uno de los cuales porta uno de los orbes elementales que representan a los cuatro elementos de la naturaleza: fuego, agua, viento y tierra. El objetivo del juego es restaurar la luz de dichos cristales corrompidos por las fuerzas del mal.

El protagonista de *Final Fantasy VII* es *Cloud Strife*, un joven ex miembro de una fuerza de élite del gobierno llamada *Soldado*, que ayuda a un grupo ecoterrorista conocida como *Avalancha* a detonar unos de los transformadores de *Mako* -energía espiritual del planeta- propiedad de la compañía de energía *Shinra Inc.* Aunque al principio parece muy serio y disciplinado, es caracterizado como un hombre con un gran sentido de la justicia.

En cambio, en la decimotercera entrega de la serie, la protagonista es *Lightning*. Una joven huérfana, cuyo verdadero nombre es *Claire Farron*, oriunda de la localidad de *Bodhum*. Adoptó ese nombre después de perder a sus padres para escapar de las vulnerabilidades e inseguridades de su antiguo ser y transformarse en una persona lo suficientemente fuerte como para poder cuidar a su hermana menor, *Serah*. En *Final Fantasy XIII*, *Lightning* es una ex militar que se embarca en un largo viaje para salvar a su hermana, que es convertida en cristal como resultado de haber cumplido con la misión que el *fal'Cie* -deidades pertenecientes a este mundo- *Ánima* le asignó.

Es la tercera protagonista femenina de toda la serie *Final Fantasy*, después de *Terra Branford*, de *Final Fantasy VI* y de *Yuna*, de *Final Fantasy X*.

En la saga *The Legend of Zelda* el protagonista es el mismo para todos los videojuegos. Se trata de *Link*, un niño valiente, vestido con ropajes verdes, que abandona su hogar para cumplir con su destino que es luchar contra las fuerzas del mal que amenazan las tierras de *Hyrule*. En su viaje, aprende a utilizar diferentes armas y objetos con los que supera los obstáculos que encuentra en su camino. Tras un largo periplo, finalmente vence a *Ganon* - antagonista de la historia- y se convierte en un héroe legendario. A pesar de ser el primer episodio en salir a la venta, no es el primero dentro del orden cronológico de la saga.

En *The Wind Waker*, *Link* es un niño que habita en la isla *Initia* y que, al cumplir su mayoría de edad recibe unos atuendos de color verdes similares a los que vestía el “Héroe del Tiempo” de la leyenda. Tras el secuestro de su hermana Abril, emprende una larga búsqueda en todo el Gran Mar, hasta finalmente convertirse en el “Héroe de los Vientos”, y portador de la Trifuerza del Valor, la Espada Maestra y la Batuta de los Vientos, con la que puede dominar el viento a voluntad.

En cambio, en *Skyward Sword*, *Link* se presenta como un adolescente de 17 años aprendiz de caballero. Posee una estrecha amistad con *Zelda*, hija del director de la Escuela de Caballeros. Ambos viven en *Neburia*, tierras que flotan sobre un mar de nubes en el cielo, por lo que los ciudadanos de este lugar utilizan a unas aves llamados *Neburís* para viajar de una isla a otra. La historia se desencadena tras el Torneo de la Diosa: una vez que *Link* gana la competición, *Zelda* le entrega como premio un manto sagrado y emprenden un paseo

sobre el mar de nubes. En ese momento, un tornado engulle a la coprotagonista, por lo que *Link* deberá partir en su búsqueda.

Además de contar con héroes carismáticos, ambas sagas presentan villanos que gozan de gran popularidad y reconocimiento por parte de los usuarios, los cuales serán analizados a continuación.

### **III.3 - Antagonistas**

*Garland* es el villano principal del primer *Final Fantasy*. La historia indica que una vez fue el mejor guerrero del reino de *Cornelia*, pero fue corrompido por el mal, y secuestró a la Princesa *Sara*. Es derrotado por los cuatro Guerreros de la Luz al principio del videojuego.

No obstante, los Guerreros descubren que creó un ciclo eterno junto con los cuatro demonios. Cuando los Guerreros de la Luz viajan al pasado, lo vuelven a encontrar y se convierte en *Caos* para luchar contra los héroes.

Al igual que *Garland*, *Sefirot* es el principal enemigo de *Final Fantasy VII*. En el juego se indica que perdió la razón al descubrir que nació de un horrible experimento llevado a cabo por el profesor *Hojo*. Extendió su odio sobre los humanos y finalmente a todo lo que existía en el mundo. Cree ser un elegido que ha de llevar adelante el deseo de *Madre*, *Jénova*. Busca la Materia Negra para invocar un enorme meteorito y provocar una herida mortal en el planeta. De esta manera, se apoderaría de su energía y se convertiría en un ser sobrenatural que gobierne sobre las corrientes vitales.

En *Final Fantasy XIII*, *Baldanders* es el verdadero nombre de *Galenth Dysley*, presidente del *Sanctum* y dirigente del *Nido*. La principal función de este *fal'Cie* es dirigir la política del *Nido*, haciéndose pasar por un ser humano. A su vez, en la historia del videojuego, es el encargado de guiar a los protagonistas para que se fortalezcan y consigan cumplir con su misión que es destruir el mundo flotante.

El principal antagonista de *The Legend of Zelda* es *Ganon*, un ser semejante a un cerdo humanoide conocido como el “Rey del mal”. Es el portador de la Trifuerza del Poder y

posee, además, asombrosos poderes mágicos y físicos. Tiende a ser presentado como la personificación del mal, en oposición a *Link*, quien representa a la benevolencia.

*Ganondorf*, al igual que en la mayoría de los videojuegos de *The Legend of Zelda*, es el principal villano de *The Wind Waker*. Al controlar al ave *Kranos*, cuyo fin es raptar a cualquier niña con orejas puntiagudas, *Ganon* busca encontrar a los poseedores de los fragmentos restantes de la legendaria Trifuerza, con la que pretende devolver al ahora reino sumergido de *Hyrule* a la superficie y convertirse en su gobernante supremo.

A diferencia de los dos anteriores capítulos de la saga que se analiza en el presente trabajo, el antagonista de *Skyward Sword* es *Grahim*, una de las autoridades de las tierras inferiores que se encuentran debajo de *Neburia*. Alardea en lo grande que es, haciéndose llamar el “Señor de los demonios”. Su principal objetivo es cazar a *Zelda* para utilizar su espíritu y resucitar a su amo, el “Heraldo de la muerte”. Al principio de la historia, *Grahim* se preocupa muy poco por *Link*, pero a medida que transcurre el tiempo entiende que el joven héroe representa un problema más grave del que pensaba.

#### **III.4 - Entornos**

A la diversidad de escenarios como palacios, pueblos, santuarios, cementerios, bosques, ruinas o cavernas que se muestran en *Final Fantasy*, hay que sumar la paleta de colores de la *NES* utilizados para que cada zona adopte una personalidad propia. El mapamundi, empleado muy a menudo para desplazarse de un punto geográfico a otro, es claro y sencillo. Indica de forma icónica, mediante símbolos, donde se encuentran las localizaciones más importantes que el mundo de este videojuego ofrece.

Por otro lado, los escenarios que presenta *Final Fantasy VII*, son de lo más variados. Como es habitual en la saga, se mezclan entornos futuristas (como la enorme ciudad de *Midgar*), con otros naturales tales como bosques, cuevas, entre otros. Estos no son generados en tiempo real por el motor gráfico del videojuego, sino que han sido pre-renderizados (es decir, generados previamente por computadora), con contadas animaciones en determinados objetos, como cortinas o niebla.

Visualmente, los paisajes que conforman el mundo de *Final Fantasy XIII* han sido creados con gran nivel de detalle, rebosantes de colores, formas y texturas dotándolos de variedad y personalidad única. Desde sus inicios, esta saga ha brindado un gran componente exploratorio. Siempre ha permitido que el jugador se moviera de un rincón a otro del mapa. *Final Fantasy XIII* no permite hacerlo. En su lugar, brinda una historia dramática y profunda, narrada a través de seis personajes que se ven envueltos en una trama de conspiraciones políticas, poder y magia que se revela poco a poco.

Al tratarse del primer título de la serie, *The Legend of Zelda* es el primero en ofrecer una perspectiva del reino de *Hyrule*, que está dividido en numerosas regiones y paisajes variados, como el *Bosque Perdido*, la *Montaña de la Muerte*, el *Lago Hylia*, un cementerio, una playa y un desierto. A lo largo de estas zonas, es donde el personaje *Link* deberá buscar los fragmentos de la *Trifuerza de la Sabiduría*, para así acceder a la *Montaña de la Muerte* y rescatar a *Zelda* de su cautiverio. A diferencia de otros mapamundi dentro de la saga, el jugador es capaz de explorar los territorios desde el inicio de la aventura, lo cual significa que el videojuego carece de un argumento lineal.

Las aventuras de *Link* en *The Wind Waker* se desarrollan mayoritariamente en el *Gran Mar*, un vasto océano compuesto de 49 islas, algunas de ellas habitadas por criaturas peculiares y que contienen poblados, mazmorras y otro tipo de obstáculos. Entre estas se encuentran la *Isla del Dragón*, habitada por la tribu *Rito*, una raza de aves antropomorfas, y protegida por *Valoo*, el espíritu del cielo. La *isla del Bosque*, habitada por la tribu *Korok*, seres con forma de pequeños árboles que pueden volar y que se comportan como niños pequeños, custodiada por el *Gran Árbol Deku*. También se encuentra la *Isla Initia*, donde habitan *Link*, su hermana y su abuela, junto con otras pocas familias. La *Isla Taura*, habitada por *hylianos*, protegida por el espíritu del mar: *Jabun*. Hay otro tipo de islas que están deshabitadas casi en su totalidad y solamente son pobladas por monstruos, las que también son de especial importancia para que el protagonista pueda continuar con el desarrollo de la historia.

La historia de *Skyward Sword*, sin embargo, narra que en el pasado la diosa *Hylia* con el poder de su lira salvó a la humanidad, y creó la tierra flotante *Neburia*, lugar donde unos



pocos seres humanos fueron para ser salvados. A todos los humanos se les entregó un ave de gran magnitud llamado *Neburí* para evitar que cayeran a las tierras inferiores.

*Neburia* es una ciudad que flota sobre las nubes, donde el personaje *Link* nació y se crió. Los habitantes de este lugar no saben de la existencia de ninguna de las tierras invadidas por las fuerzas del mal. *Link* pasa el gran parte del tiempo del videojuego en este lugar. La aventura se desarrollara en tres grandes regiones principales: en el *Bosque de Farone*, en el *Volcán de Eldin* y en el *Desierto de Lanayru*.

Es necesario tener presente que sin determinados elementos visuales que brinden en pantalla la información pertinente al usuario, sería imposible poder disfrutar plenamente de la experiencia que brindan estos videojuegos, por lo que el siguiente apartado que desarrollaremos será el de interfaz gráfica.

### **III.5 - Interfaz gráfica**

Las batallas de *Final Fantasy* consistían en un sistema basado en acciones realizadas por turnos, en el que se puede elegir comandos como Lucha, Magia, Objeto o Huida, en una interfaz dividida en varias ventanas. Las dos más prominentes se encuentran en la parte superior de la pantalla. La ventana de la izquierda, muestra a los enemigos y la de la derecha a los protagonistas. En las inferiores -de menor tamaño- a la izquierda, se halla una descripción de las acciones que se lleva a cabo en combate y el menú de opciones a la derecha. Estas ventanas poseen un marco con varios matices de color gris que emula el acabado visual propio del metal, que las encuadran y separan una de otra.

En diseño del menú del juego es similar al del sistema de batallas. Los cuatro protagonistas aparecen enmarcados a la derecha de la pantalla y ocupan la mayor parte de ésta. El resto de la información, como el dinero, el estado o el equipamiento de los héroes, se encuentra en el lado izquierdo.

La interfaz gráfica empleada en *Final Fantasy VII* heredó algunos aspectos característicos de la diseñada para *Final Fantasy*. Los elementos que se emplearon son el color azul de

fondo de los cuadros de texto, el menú de los personajes y de las batallas, la tipografía de color blanco y la mano con el dedo índice extendido empleada como puntero para seleccionar las opciones de los menús.

Por otro lado, los sistemas de menús y demás información en *Final Fantasy XIII* que se muestra en pantalla, se benefician por las capacidades visuales que ofrece el motor gráfico en alta definición. Tal es el caso del mapa, las opciones, o distintos tipos de estadísticas (como por ejemplo, el daño que ocasionan los ataques de los personajes a los enemigos). Si bien a grandes rasgos se mantiene gran parte de la información y de la estructura básica de diseño que se ha empleado en la saga, este apartado ha sido renovado visualmente casi por completo para estar a la corriente con los tiempos que corren. Para ello, se han empleado colores, texturas y disposiciones de los elementos de un modo diferentes a lo que venía siendo habitual en esta franquicia.

En cambio, como elemento a destacar en *The Legend of Zelda*, se encuentra que la interfaz gráfica se conjuga junto con la acción del juego y muestra, en el margen superior de la pantalla, los objetos equipados, la cantidad de *rupias* (cristales que se utilizan en el juego como moneda) que dispone el jugador, la salud de *Link* y demás información relevante. A su vez, cuenta con un inventario al que se accede a través del botón *start*, donde aparecen los diferentes objetos que están a disposición necesarios para continuar con el desarrollo de la aventura.

Por su parte, la interfaz gráfica de *The Wind Waker* sigue con los lineamientos marcados por los anteriores juegos de la saga. En la pantalla principal, donde transcurre toda la acción, aparece información imprescindible para el jugador, como la vitalidad y los puntos mágicos del personaje, la cantidad de rupias que dispone, los botones donde se asignan las armas y objetos y, por supuesto, el mapa. A su vez dispone, como en el anterior juego de la saga que analizamos, de un inventario donde son colocados todos los elementos que serán de utilidad para poder avanzar en la historia.

*Skyward Sword*, sin embargo, introduce una nueva forma con la que se interactúa con el mundo del videojuego. Ésta deja atrás el control tradicional para explotar las posibilidades del control por movimiento que el mando remoto de *Wii* ofrece. Por esta razón, la interfaz

gráfica del videojuego presenta algunas modificaciones con respecto a anteriores entregas para hacerla más funcional a las nuevas capacidades.

### **III.6 - Isologotipo**

Tanto en *Final Fantasy* como en *The Legend of Zelda*, el signo del primer videojuego no es exactamente un isologotipo debido a que carece de símbolo gráfico (el isotipo). No obstante, a partir de los segundos juegos de ambas series analizados; *Final Fantasy IV* y de *The Legend of Zelda: The Wind Waker*; los logotipos de las primeras entregas se rediseñan y se sistematizan para crear una identidad visual para ambas sagas. Se ha optado por emplear el mismo logotipo y variar el isotipo y su color según el capítulo, convirtiéndose en los diferenciadores iconográficos, además de la numeración, que conforman un sistema de comunicación visual que a su vez cada producto posee una personalidad única y se diferencia del resto.

## **IV - Reflexiones finales**

Las características técnicas de cada plataforma (ya sea *CPU*, *GPU* o memoria *RAM*) determinan cuán definidos o complejos pueden llegar a ser los gráficos de un videojuego, pero no condicionan necesariamente su estilo visual. Esto lo establece el estilo artístico, el cual resulta del concepto del que se erige el videojuego.

Para citar un ejemplo, *The Legend of Zelda: The Wind Waker*, diseñado para la consola de sobremesa *Nintendo GameCube*, posee una estética que no fue delimitada por las capacidades técnicas de la consola. La misma era una de las más potentes de su generación, y podía brindar gráficos mucho más realistas que los que presentaba este videojuego. Esta se caracteriza por romper con la estética más realista y oscura empleada en anteriores entregas de la saga (como en *Ocarina of Time* o en *Majora's Mask*) al apostar por una reinterpretación visual de este mundo a través del estilo gráfico denominado *Cel Shading*,

que es comúnmente usado para imitar el estilo de los dibujos animados. Por lo tanto, el estilo visual de un videojuego no está necesariamente determinado por las características del hardware, sino que es el concepto del videojuego lo que los desarrolladores quieren mostrar lo que define el apartado visual.

Para lograr transmitir gráficamente dicho concepto, los diseñadores se valen de herramientas denominadas como motores gráficos, empleados para dar forma a los videojuegos. Pero no son estos los que se adaptan a los motores, sino que son ellos los que deben adecuarse a cada proyecto. En los *Final Fantasy* y los *The Legend of Zelda* analizados cada empresa desarrolló un motor gráfico específico para cada videojuego para poder subsanar las necesidades de diseño de las entregas sin limitaciones. Un ejemplo de esto es el *Crystal Tools*, motor gráfico diseñado por *Square Enix* exclusivamente para el desarrollo de los capítulos de *Final Fantasy* que concebirían para las consolas de alta definición, como lo son *PlayStation 3* y *Xbox 360*.

Qué aspectos morfológicos -tales como el color, la forma o las texturas- se emplean en el diseño de cada videojuego, depende de qué se quiere contar y cómo desean hacerlo. En *The Legend of Zelda: Skyward Sword*, por ejemplo, se optó por utilizar un estilo visual que mezcla otros de naturaleza muy distinta: el realista y el *Cel Shading*. El resultado fue personajes con características caricaturescas y un uso del color que evoca al movimiento artístico vanguardista denominado como *Impresionismo*. Las manchas de colores acuarelados, semejantes a las huellas en el lienzo dejadas por el pincel, le confieren al videojuego una personalidad y estilo visual que busca hacerlo único.

También se puede afirmar que tanto el diseño gráfico como el diseño de videojuegos comparten lineamientos básicos y procesos creativos. Ambas disciplinas, al momento de crear un proyecto, se basan en un concepto principal. Una vez definido, las herramientas con la que disponen los diseñadores son las que se adaptan a él para poder transmitirlo de manera correcta. Si bien no siempre puede coincidir el soporte en el cual se creará, el objetivo es el mismo: transmitir y comunicar una idea, ya sea una historia, una marca o ambas. A pesar de que estas dos profesiones poseen sus propios campos de acción, los procesos creativos, las búsquedas de ideas y la consecuente plasmación de las mismas, son, en gran medida, compartidos.

La evolución visual de los videojuegos ha sido frenética. En poco más de 40 años el software de entretenimiento ha nacido y madurado hasta convertirse en una industria aún más poderosa que la del cine. A nivel visual, con las consolas de nueva generación ya anunciadas y las capacidades de procesamiento gráfico de los *PC* en constante avance, las empresas cuentan con herramientas suficientes para dar un paso adelante en este apartado. Tendrán la posibilidad de innovar en diversos aspectos como las expresiones faciales de los personajes, el renderizado del cabello y cómo éste se comporta, o de los propios tejidos corporales. La búsqueda parece ser brindar a los consumidores productos originales, cada vez más inmersivos y, especialmente, divertidos.

### **Bibliografía referenciada**

Chan, C. (2012). <http://goo.gl/BtE2cj>

Díaz, M. (2010). <http://goo.gl/iRMYBj>

Escandell, D. (2011). <http://goo.gl/W6tzhe>

Pelador, P. (2012). <http://goo.gl/VRyUNL>

**Construcción de la imagen de Capriles y Maduro a partir de los discursos de campaña electoral 2013**

*Construction of the image of Nicolas Maduro and Henrique Capriles in 2013 election campaign speeches*

**Autora:** Guillermina Graf

**Carrera:** Lic. en Relaciones Públicas e Institucionales

**Mail:** guillerminagraf@hotmail.com

**Resumen**

A raíz de la muerte del Comandante Hugo Chávez, la campaña electoral sucedida en Venezuela plantea nuevos desafíos a los candidatos al momento de presentarse ante la audiencia. El trabajo de investigación del cual es producto el presente artículo tuvo como uno de sus objetivos principales analizar cómo se construyó la imagen de los candidatos Nicolás Maduro y Henrique Capriles a partir de sus discursos de campaña electoral 2013. Maduro Moros se inserta dentro de la relación Chávez-chavistas y plantea una relación triangular, donde proyecta la imagen del fiel educando que se presta y sirve a la causa “Revolución Socialista Bolivariana”. Para este propósito hace uso de valores patrióticos y referencias históricas junto al Comandante. Expone que lo pasado se encuentra vinculado con el aquel, y que el porvenir viene de la mano del nuevo “conductor” de la Patria. Capriles Radonski centra su enunciación en hablar al conjunto de la población, sin importar la adhesión política que esta tenga. Propone la unidad a partir de la noción país – ser venezolano, donde proyecta un núcleo y se sitúa junto a los ciudadanos. Capriles muestra

una imagen intrínsecamente relacionada con los preceptos cristianos, y de allí se presenta como una voz íntegra y necesaria para el alcance de la unión y la “lucha” mancomunada.

### **Abstract**

As a result of the death of Commander Hugo Chavez, the electoral campaign in Venezuela raises a variety of new challenges to the candidates at the time to appear before the audience. One of the key objectives of this research was to analyze how the public image of candidates Nicolás Maduro and Henrique Capriles was build based on their 2013 campaign speeches. Maduro Moros is inserted into the Chávez-chavistas union and he proposes a triangular relationship, where he is projected as a loyal follower of the "Bolivarian Social revolution". For this purpose he use patriotic values and national references about the Commander. He states that the past is associated with that, and that the future is in the hands of new "leader" of the Fatherland. Capriles Radonski focuses his speech in being at side of the people, without distinction of the political will of them. Also proposes the people union through the country notion - be venezuelan, where he aim a core and it is situated along to the citizens. Capriles shows his image intrinsically related to Christian precepts. Being him an integral and necessary voice to reach the union and a common "struggle".

**Palabras claves:** Discursos políticos – Eliseo Verón – Ernesto Laclau – Imagen

**Keywords:** Political speeches - Eliseo Verón - Ernesto Laclau - Image

## **I - INTRODUCCIÓN**

### **I.1 - La imagen: En Construcción**

En el proceso de desarrollo de la campaña electoral la imagen representa un activo de relevancia que es necesario tener en cuenta (González Rodríguez, 2008). Dicho activo se encuentra determinado en un primer lugar por el candidato. Aquel es la persona encargada de planificar y detallar la comunicación, un acto de gran importancia ya que allí se determinan cuáles son los componentes, valores, conceptos o ideas que se desean insertar y

transmitir a fin de construir una determinada imagen. En segundo lugar, los receptores son quienes ponen en marcha un proceso de recepción, el cual se ve influenciado por diversos elementos, tales como el contexto, las creencias, valores, necesidades, entre otros.

La imagen es, por tanto, un bien o recurso intangible con el cual cuenta un sujeto (candidato). Esta debe ser modelada, y dotada de características, valores y conceptos o nociones concretas a comunicar o transmitir. Para Eliseo Verón (1987), el enunciador “implica una modelización abstracta que permite el 'anclaje' de las operaciones discursivas a través de las cuales se construye, en el discurso, la imagen del que habla” (Verón, 1987: 16).

Dentro del escenario político de Venezuela, el ex-mandatario Hugo Rafael Chávez Frías introdujo innovaciones dentro de los discursos políticos, distinguiéndose así de presidentes predecesores como Rafael Caldera. Por ello, el fallecimiento del Comandante, quien fuera por más de diez años presidente de la República Bolivariana de Venezuela, generó un estado de vacío al encontrarse la sociedad sin su máximo líder. Es así como se estableció un desafío respecto de las elecciones, la comunicación y la relación entre candidato y votante. Luego del mandato de este personaje histórico-político, resulta de interés analizar cuál es la imagen proyectada por los candidatos presidenciales Henrique Capriles y Nicolás Maduro a través de sus discursos electorales, en miras a ganar las elecciones.

Por lo antedicho, el objetivo que fue eje del trabajo de investigación del cual es producto este escrito, buscó analizar cómo se construyó la imagen de los candidatos Nicolás Maduro y Henrique Capriles a partir de sus discursos de campaña electoral 2013. De allí se desprendieron tres objetivos específicos: identificar y analizar el tipo, género y estrategia de los discursos sociales de Henrique Capriles y Nicolás Maduro; detectar y analizar las entidades del imaginario político y los componentes de los discursos electorales de ambos candidatos y describir los campos de efectos posibles en su imagen a raíz de dichos discursos.

Eliseo Verón (2011) parte de una doble hipótesis respecto de la Teoría de los Discursos Sociales: la primera, plantea que todo acontecimiento social conlleva a una producción de sentido; y la segunda que toda producción de sentido requiere necesariamente explicar las condiciones sociales en las cuales fueron desarrolladas. Es decir: “sólo en el nivel de la



discursividad el sentido manifiesta sus determinaciones sociales y los fenómenos sociales develan su dimensión significante” (Verón, 2011: 126).

La aproximación a la temática conlleva a preguntarnos acerca del componente ideológico que envuelve los discursos políticos. Sin embargo, Verón (2011) aclara que lo ideológico no conforma una tipología diferenciada de discurso, sino que corresponde a una dimensión que se encuentra en todos los discursos producidos dentro de una formación social, en la medida en que se genera dentro de la formación social ha dejado sus *huellas* en el discurso. Es decir, no corresponde a un contenido determinado, sean opiniones o creencias, sino que corresponde a una gramática de producción de sentido.

Al aludir al tipo de discurso que se genera durante la campaña electoral, se lo relaciona con estructuras institucionales complejas y a relaciones sociales que están íntimamente vinculadas con dichas instituciones. Al momento de la producción, se constituye el imaginario sobre la figura del destinatario y el receptor (Verón, 1986). El discurso político se encuentra estrechamente relacionado con el Estado y los partidos políticos (instituciones complejas).

La construcción de un discurso de estas características viene definido de acuerdo al destinatario al cual se desea llegar. Verón establece en primer lugar al destinatario genérico, que es el ciudadano-nacional. Así mismo es posible disgregar tres subespecies: el destinatario positivo (prodestinatario, con el cual el enunciatario comparte una creencia, se utiliza un mecanismo de refuerzo), el negativo (contradestinatario: para lo verdadero es siempre opuesto a la creencia del que enuncia, aquí se genera un discurso de polémica) y, finalmente, el para-destinatario (este se encuentra en la franja de la indecisión, aquí se da uso de un discurso persuasivo) (Verón, 2004).

## **II.2–La Producción Social del Sentido**

En este punto, es necesario adentrarse en el campo de enunciado en sí, y detallar el plano de su funcionamiento. En *La Palabra Adversativa*, Verón (1987), explica que hay dos niveles de análisis fundamentales a abordar: las entidades del imaginario político y los componentes.

En primer orden, las entidades del imaginario político son propiedades que intervienen en el momento de la construcción del discurso tanto del enunciador como del destinatario. De acuerdo a la situación dependerán los recursos a utilizar en el acto de enunciación. Los tipos de entidades son:

a. Colectivo de identificación: es utilizado para marcar el vínculo entre el enunciador y el prodestinatario. Viene marcado por el “*nosotros*” y funciona como un identificador colectivo.

b. Colectivo de generalización: no opera como mecanismo de identificación, sino más bien se utiliza como una entidad que abarca más que los colectivos. Está principalmente destinado al para-destinatario.

c. Meta-colectivos singulares: se denomina singulares porque no pueden ser fragmentados ni cuantificados y meta-colectivos porque son aún más abarcativos que los colectivos, netamente políticos que configuran la imagen del enunciador.

d. Formas nominalizadas: son fórmulas que poseen autonomía semántica dentro del discurso y se usan para dar un valor metafórico respecto de una posición política. En la cotidianeidad podrían ser equiparadas a los “*slogans*” de las campañas electorales.

e. Formas nominales: son usadas como operadores de interpretación, dan un marco explicativo.

En un segundo orden, los componentes corresponden a un nivel de análisis que trabaja el enlace que se produce entre el enunciado y la enunciación. El mismo permite definir cómo el enunciador construye el discurso teniendo en cuenta el imaginario. Verón (1987) advierte que estos componentes no deben ser interpretados como elementos separados, sino por el contrario, los define como *zonas* o *secciones* del discurso, es decir, estos componentes se articulan permanentemente durante todo el discurso. Los componentes a tomar en cuenta son:

a. Componente descriptivo: está relacionado con la realización de balances de situaciones, es una modalidad de constatación. En donde el enunciador realiza lecturas del pasado y presente constantemente. Por último, en el discurso se observa que predominan los verbos en presente indicativo.

b. Componente didáctico: está relacionado con el saber. Quien enuncia no busca realizar una evaluación sino que busca enunciar una verdad universal y se da en un plano intemporal de la verdad.

c. Componente prescriptivo: se encuentra vinculado con la necesidad del deber, donde se establece una distancia entre el enunciador y aquella regla que establece como necesaria. Esta regla se considera como una verdad universal, pero en el orden de una regla deontológica.

d. Componente programático: se refleja con el orden del poder hacer. Aquí predominan las promesas y en donde el enunciador se compromete con el destinatario, y el discurso se organiza en formas verbales en infinitivo.

Nos proponemos abordar y trabajar con dos conceptos elaborados por Ernesto Laclau (2002): *cadena de equivalencias* y *puntos nodales*, dado que entendemos resultan complementarios a las nociones utilizadas por Eliseo Verón.

Al abordar la noción de *Cadenas de Equivalencias* es necesario en primer lugar establecer que Laclau afirma que el significante nunca se encuentra adherido o enlazado a un solo significado, ya que de lo contrario no se podría dar lugar a la aparición de los significantes flotantes (2002).

Dentro de la cadena de equivalencias se generan dos operaciones centrales: el flotamiento y el vaciamiento. Los significantes vacíos son significantes que carecen de una “significación fija”. En palabras de Laclau: “Un significante vacío, es en el sentido estricto del término, un significado sin significación” (1996: 69). Las cadenas de equivalencias son operaciones que se generan a raíz de los significantes vacíos y flotantes, en donde a partir de la articulación los elementos vacíos son ligados de significación a partir de los significantes flotantes (Laclau, 1996).

En relación a los *Puntos Nodales* o *Points de Capito*, Ernesto Laclau (2004) sostiene que existe una imposibilidad de fijación última de sentido, pero no deja de lado la posibilidad de fijaciones parciales a través de lo que él denomina *puntos nodales*. Laclau los define como puntos discursos privilegiados que anclan el sentido en la cadena significativa.

Luego de enmarcados los conceptos con los cuales se abordó el trabajo de investigación, es necesario aclarar en este punto que únicamente se realizó el correspondiente análisis de contenido de la etapa de producción del discurso. Tal como lo determinan Sigal y Verón (2010) no se produce jamás un sólo efecto a partir de un discurso. Por lo contrario, se genera un campo de efectos posibles. El observador únicamente puede hipotetizar acerca de lo efectos en el receptor pero no podrá dar una descripción acabada sobre dicho efecto.

## **II - METODOLOGÍA**

El tipo de estudio desarrollado fue exploratorio y la metodología cualitativa (Vieytes, 2004). La técnica aplicada a lo largo de la investigación fue el análisis del contenido. Las categorías de análisis utilizadas en el análisis de los datos fueron: Sistema pronominal: primera persona del singular – primera persona del plural (nosotros restringido / nosotros inclusivo). Valores: Pathos – Ethos – Logos. Destinatario: paradestinatario – pro destinatario – contradestinatario. Entidades: colectivo de identificación – colectivo de destinación – metacolectivos. Vínculo: Simetría – Complementariedad (relación de complemento/ relación de status). Componentes: descriptivo – programático – didáctico – prescriptivo (Verón, 2011; 2004; 1987). Puntos nodales o points de capito, cadenas de equivalencias - Significantes vacíos y significantes flotantes (Laclau, 1996; 2002; 2004).

Los discursos abordados para realizar el análisis fueron aquellos discursos electorales proclamados del 2 al 11 de Abril del 2013, por Nicolás Maduro Moros y Henrique Capriles Radonski en Venezuela, en el marco de las elecciones presidenciales. Únicamente se contemplaron los discursos proclamados por los candidatos y que se hubieran producido dentro de los calendarios electorales señalados.

Dado que el sistema productivo propuesto por Eliseo Verón articula producción, circulación y consumo, es necesario precisar que este trabajo de investigación sólo se centró en la etapa de producción del discurso. El objetivo de este último está centrado en descifrar y comprender las condiciones de producción, es decir, detectar o identificar las huellas que han quedado dentro del texto, por medio de las operaciones discursivas.

### III - LÓGICA DE LOS DISCURSOS

En el siguiente apartado y a partir del análisis de datos del corpus seleccionado, se intentará dar cuenta acerca de la lógica de los discursos de ambos candidatos políticos. Para ello proponemos enfocarnos zonas o secciones señalando y detectando las *huellas* presentes en el discurso.

#### III.1 - Nicolás Maduro Moros

En función de lo indicado por el Comandante Hugo Chávez en su discurso: “Si algo ocurriera, que a mí me inhabilite para continuar al frente de la presidencia de la República Bolivariana de Venezuela, (...), sino que mi opinión firme y plena, irrevocable, absoluta, total es que en ese escenario, que obligaría a convocar a elecciones presidenciales, ustedes elijan a Nicolás Maduro como presidente de la República Bolivariana de Venezuela”<sup>1</sup>, Nicolás Maduro Moros se presenta a la candidatura por las elecciones presidenciales por el Partido Socialista Unido por Venezuela.

Al abordar los discursos proclamados por Nicolás Maduro durante la campaña electoral observamos que en la primera zona se observa que el enunciador propone realizar a través del componente descriptivo un balance y recorrido de la incidencia de Hugo Chávez en la historia venezolana.

“Ellos, dieron el golpe de Estado, hace once años, un día como hoy, enloquecieron de odio contra el pueblo, ellos odiaron siempre al comandante Chávez, ahora se quieren vestir de Chavistas, hasta la verruga se mandaron a poner, farsantes, fariseos, hipócritas, creen que pueden engañar al pueblo, ellos creen que pueden engañar al pueblo, ¿este pueblo se va a dejar engañar?, ¡jamás!”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>CHAVEZ, H. *Hugo Chávez. La lucha sigue...* Consultado en: <https://www.youtube.com/watch?v=8HdKoMj-YW8>

<sup>2</sup>Maduro, Moros, N. (2013). *5 de abril 2013 Nicolás Maduro en Maracay, Aragua*. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=mRTZBh2GP3o>

En este discurso el candidato se centra en destacar pasajes trascendentes de la historia reciente de Venezuela como la Asamblea Constituyente, la creación del Proyecto Vivienda, el golpe de estado sucedido en el año 2002, otros; y el impacto positivo que tiene el sistema democrático actual del país. Asimismo, el enunciador en la lectura que realiza sobre el pasado y el presente del país se inserta en él progresivamente, articulando y dando muestras y pruebas de haber mantenido una relación constante, fiel y leal con el Comandante en Jefe Hugo Chávez,

“Psicológicamente yo, siempre estuve presto para ser su apoyo. Cuando salió de la cárcel fui su escolta, el tercer anillo de protección, luego me llamó a la dirección nacional del movimiento bolivariano revolucionario 200, a finales del '94 y allí lo acompañé sin pausa, sin pausa.”<sup>3</sup>

Este enunciador político se muestra durante este balance como el sujeto apropiado y encargado para realizar la tarea encomendada por el ex presidente Chávez. A lo largo del discurso acentúa y da prueba de que es la persona idónea, ya que ha sido preparado a lo largo de los años por el comandante. Se presenta frente a la audiencia como el nuevo “conductor de Venezuela”.

En correspondencia con esta zona, en donde se destaca el componente descriptivo, el enunciador ubica en el desarrollo del escenario histórico a los adversarios o a la oposición.

“No pierdas tu voto. Ese burguesito no te quiere, nunca te ha querido, él está lleno de ambiciones, y yo ratifico la alerta, y digo más, digo más si este señorito se atreviera a desconocer los resultados y llamar al desconocimiento de la constitución, yo llamo al pueblo a hacer lo mismo que hicimos el 13 de abril, a que caprichito se convierta en Carmona, se quede solo como Carmona y a él le deparo si hace eso, el futuro de Carmona, quizás no se vaya pa' Bogotá, pero quizás terminara en Nueva York, en la gran mansión que él tiene.”<sup>4</sup>

Maduro relaciona a su contendiente actual (Henrique Capriles) con los opositores que tenía el ex presidente y expone en su argumentación que los momentos difíciles, las crisis y los boicots políticos provenían de un mismo grupo que él denomina “burgueses o burguesía decadente”, “oligarquía opresora de la patria”, entre otros. En particular, atribuye a

---

<sup>3</sup>Maduro, Moros, N. (2013). *7 de abril 2013 Nicolás Maduro en Apure*. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=LE4gGb2KluI>

<sup>4</sup>Maduro, Moros, N. (2013). *7 de abril 2013 Nicolás Maduro en Apure*. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=LE4gGb2KluI>

Henrique Capriles calificativos como “mantuano” o “burguesito”. Ambos motes están directamente relacionados a la instancia de la independencia de Venezuela.

Estos colectivos de destinación utilizados por el candidato sobreentienden y dotan de calificativos negativos y desfavorables, ya que “mantuano” representa la clase social o casta privilegiada del siglo XVIII que impedía la independencia de la república. También representa la clase opresora de criollos y pardos. Y “burgués” refiere a capitalismo, riqueza, lugar privilegiado, clase acomodada y ampulosa. La conjugación de calificativos semejantes construye una imagen desfavorable del contendiente Henrique Capriles, quien queda representado como un sujeto en contra del progreso y mejoramiento de la clase humilde, o como los llamara Nicolás Maduro, “los pata en el suelo”, movilizandolos todos los medios al alcance de su “clase poderosa, burguesa” para impedir el impulso y desarrollo de Venezuela.

Nicolás Maduro construye en los discursos una persuasión pathos entrelazando su argumentación hacia los receptores que forman parte de la misma creencia, es decir para con el pro-destinatario. Su enfoque y esfuerzo están dirigidos a lograr el traspaso de lealtad y devoción de los seguidores del chavismo hacia su persona. Dentro de la estructura del discurso, su modalidad de convencimiento se centra en los sentimientos de dolor, tragedia, añoranza y melancolía, en cuanto a la pérdida inconmensurable que le significa al país la muerte de Hugo Chávez, y el amor, la bondad, el amor de Cristo y el ser cristiano, la esperanza del futuro, el porvenir y el comienzo de una nueva etapa en la historia de la mano del “hijo de Chávez”.

“Nueve meses, y estamos en la misma Caracas. La cuna revolución sudamericana, el mismo pueblo, las mismas mujeres, los mismos hombres. Hoy, 9 meses después en este marzo, de dolor, de recuerdo, de reflexión, de unión como una sola familia al recordar ese 11 de junio, y el programa de la patria que entrego nuestro comandante.”<sup>5</sup>

Asimismo, entabla una relación entre el pro-destinatario y Nicolás Maduro a través de las entidades del imaginario político: colectivos de identificación en donde se encuentran e identifican ambas figuras con los mismos valores, circunstancias y sentimientos,

---

<sup>5</sup>Maduro, Moros, N. (2013) *Discurso del candidato presidencial Nicolás Maduro tras inscribirse en CNE*. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=bBQdDXRsJ5o>

convergiendo en un mismo ser manifiesto: los hijos de Bolívar, el pueblo bolivariano, revolucionario y chavista:

“Los hijos e hijas de Bolívar y de Chávez están aquí, son la patria hecha pueblo, son el pueblo hecho patria, son los millones de hombres y mujeres, nobles, luchadores, honestos, trabajadores. y mire este detalle, ahora, como ellos sienten aquí como ganas de vomitar cuando ven el pueblo, y cuando hablan del pueblo, miren como nos llaman ellos, escuchen bien, la reflexión, nos llaman el pueblo oficialista.”<sup>6</sup>

A través de dicha entidad política el candidato logra una separación entre aquellos que se identifican como “chavistas” de quienes se erigen como la “oposición”. Como consecuencia, determina de manera categórica que aquellos que se sienten “hijos de Chávez, de la revolución y el Libertador” no debieran ser capaces de emitir un voto a favor de su contendiente Henrique Capriles.

En la segunda zona observamos que Nicolás Maduro Moros utiliza en los discursos el componente programático, y es en esta instancia en la que principalmente el candidato político promete y garantiza llevar a cabo el Plan de la Patria desarrollada y escrita por el ex presidente. Luego formula y expone las propuestas que él mismo ha generado. En esta instancia predomina la utilización del sistema pronominal (primera persona del singular) para anunciar todo lo referido al orden del poder hacer en un futuro y se muestra como el hombre político-conductor capacitado para pronunciar dichas promesas y también para efectivizarlas al momento de convertirse en el nuevo comandante en jefe.

La última zona delimitada corresponde al momento en el que el enunciador interpela directamente con la finalidad de obtener el compromiso incondicional de la audiencia:

“A esos caminos ahora tenemos que ir nosotros. Nos toca a nosotros ir como hijos e hijas de Chávez, a construir la patria que el comandante Chávez dijo, “los que quieran patria (pueblo responde: vengan conmigo)” y cumplió, nos dejó la patria, aquí tenemos la patria, la patria es del hombre, la patria es del niño, la patria es del joven, la patria es mujer. Ahora yo digo a todos los venezolanos un juramento a través de una oración de San Francisco de Asís.”<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup>Maduro, Moros, N. (2013) *Discurso del candidato presidencial Nicolás Maduro tras inscribirse en CNE*. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=bBQdDXRsJ5o>

<sup>7</sup>Maduro, Moros, N. (2013). *8 de abril 2013 Nicolás Maduro en Cumaná, Sucre*. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=EtHu6vRgcnc>



La persuasión utilizada en esta instancia es el ethos y hace referencia al orden de los “valores de la democracia”, “hacer y construir la Patria”, “valores de socialismo” y “lealtad incondicional”. Nicolás Maduro se vincula y fusiona con sus destinatarios de manera simétrica por lo que deja muestras de que el proceso de lucha y trabajo por la Patria es una tarea que les ha sido encomendada por el comandante Chávez, y es responsabilidad de los hijos e hijas de Bolívar ayudar y acompañar al nuevo conductor y obrero de la Patria.

Por último, se observa a lo largo de los discursos el uso reiterado de las entidades del imaginario político, los meta-colectivos. Entidades tales como Comandante Chávez, Libertador/Simón Bolívar, Cristo/cristiano, amor, Patria, pueblo permiten al candidato fusionar sus argumentaciones a los colectivos de identificación previamente nombrados. Estos colectivos políticos dan lugar a que se constituya la identidad de Nicolás Maduro Moros a lo largo de los discursos pronunciados en la campaña electoral.

### **III.2 - Lógica de los discursos de Henrique Capriles**

Henrique Capriles, como candidato único por parte del partido Primero Justicia, construye y sostiene numerosos discursos políticos en diversos estados de Venezuela a lo largo de la campaña electoral presidencial 2013.

Dentro de la estructura del discurso el candidato establece secciones notoriamente diferenciadas. En un primer lugar, se observa que seguido al ritual del saludo inicial da paso a la enunciación de características descriptivas, en donde prevalece la realización del balance que genera el candidato respecto de los acontecimientos recientes ocurridos y la situación general del país, en cuanto a los temas económicos, inseguridad, vivienda y salud.

“Yo quisiera dejar algunas reflexiones en un momento tan difícil para la historia de nuestro país, para el rumbo de nuestra Venezuela.”<sup>8</sup>

“No voy a hacer un discurso largo, sino más bien dejar algunas reflexiones. Lo primero, miren, para mí no es ajeno ni me es extraño el poder conversar, poder ponerme de acuerdo con personas que han sido seguidoras

---

<sup>8</sup>CaprilesRadonski, H. (2013) *Lo que puedo ofrecerles es una Patria unida*. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=yQQdsCPdInA>

de la causa del gobierno. O sea, yo no me siento aquí ni incómodo ni nunca ha sido para mí el tema de la franela roja, nunca ha sido un tema de un problema, jamás”<sup>9</sup>

Capriles denomina esta zona de la estructura del discurso como “reflexión”, es decir, se establece a sí mismo como una persona que posee la inteligibilidad, posición y discernimiento necesarios para “venir a dejar una reflexión” respecto de cómo se encuentra el panorama general de los venezolanos.

Dentro de la descripción/balance que realiza el candidato presidencial predomina una lectura negativa, de incertidumbre social e institucional, respecto de la situación actual de Venezuela. Acentúa su mirada en el gobierno ejercido por Nicolás Maduro en los últimos cien días. En esta sección de la estructura del discurso cobra relevancia la presencia de la entidad del imaginario político: el colectivo de destinación. A través de dicha entidad Capriles modela una imagen de su adversario.

“Y eso sólo será posible sino nosotros cambiamos el gobierno, mi hermano. Si nosotros con este gobierno y con ese enchufado mayor es imposible que los venezolanos tengamos paz. (...) Yo le preguntaría a nuestras hermanas y nuestros hermanos seguidores de la causa de este gobierno, si usted tiene que hacerse una operación, si usted entra a un hospital de urgencia, y usted conoce al médico, pero al momento que lo pasan al quirófano el médico no está, pero le dicen aquí te mande a alguien, ajá pero ¿tú eres médico? Pues no, yo no soy médico, yo no sé operar, ¿usted se dejaría operar por esa persona? Bueno eso es lo mismo que está planteado en Venezuela. Este enchufado mayor no tiene ni idea como solucionar los problemas del pueblo, este caballero y ese grupito está hundiendo a Venezuela, hoy hay más inflación, hoy el salario alcanza la mitad, hoy hay más violencia, hoy van dos devaluaciones, y sólo llevan cien días, ¿ustedes imaginan 5 años de esta pesadilla?”<sup>10</sup>

La utilización principal del calificativo “enchufado” lo señala como una persona que se encuentra en una posición política no meritosa, que a través de influencias o medios dudosos y deshonestos alcanza un lugar político dentro del partido chavista. Los colectivos de destinación destacados con anterioridad se encuentran dirigidos al candidato principal

---

<sup>9</sup>CaprilesRadonski, H. (2013). *Así fue el discurso de Capriles del acto de campaña en Caracas*. Consultado en: [http://www.dailymotion.com/video/xytl03\\_asi-fue-el-discurso-de-capriles-en-el-acto-de-campana-en-caracas\\_news?search\\_algo=1](http://www.dailymotion.com/video/xytl03_asi-fue-el-discurso-de-capriles-en-el-acto-de-campana-en-caracas_news?search_algo=1)

<sup>10</sup>CaprilesRadonski, H. (2013). “*Enchufados son garantía de más inflación, más desempleo*”: Capriles. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=UVlvTjRssYE>

por el Partido Socialista Unido por Venezuela<sup>11</sup> (PSUV) y a los integrantes del “Comando de Campaña Hugo Chávez”.

Por último, dentro del componente descriptivo, Capriles articula anécdotas e historias personales dentro del campo de la política y las relaciona con Hugo Chávez. Define y caracteriza la relación que mantenían ambos funcionarios políticos en distintos momentos emblemáticos, como la primera asunción como presidente electo y las asambleas constituyentes.

Capriles también deja establecidos numerosos problemas e inconvenientes que se suscitan cotidianamente como cortes de luz, inflación, inseguridad, entre otros. A raíz de la problemática planteada se da luz a la segunda sección diferenciada, en donde el enunciador se posiciona como la única y verdadera “solución” a los “problemas” de los venezolanos. A partir de la utilización del componente programático, Henrique Capriles promete y se compromete a perseguir el bienestar de Venezuela.

“Bueno, entonces el problema eléctrico, ese es un compromiso que yo tengo, ese es un compromiso para que más nunca se vaya la luz en Balcón, no más apagones, no más problemas en los servicios públicos, porque no solamente es la luz, aquí también hay problemas de agua, graves, y nuestro país es uno de los países que tiene mayor reservas de agua dulce del planeta.”<sup>12</sup>

No obstante, no establece propuestas concretas respecto de cómo planifica el alcance de dichas mejoras en las diversas aristas de interés como la economía, salud, vivienda, educación, entre otras.

Otra zona dentro de la estructura del discurso es la instancia de invitación a la movilización y al cambio. Aquí se aprecia una mirada positiva y promisoria respecto del futuro. Se acentúa la utilización del vínculo: relación de complemento, ya que propone el encuentro y la unión para la lucha en pos de *“derrotar la maldad, el grupito de enchufados”*.

---

<sup>11</sup>Partido Socialista Unido por Venezuela: Partido fundado por Hugo Chávez el 14 de marzo de 2008 como símbolo y prueba de la Revolución Bolivariana. <http://www.psuv.org.ve/>

<sup>12</sup>CaprilesRadonski, H. (2013). *Gano la presidencia y decreto de al menos 40% del salario mínimo. Parte 2 de 2*. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=keIwUuJXfpM>

“Miren, ahorita entrando me preguntó alguien “¿quiénes son los enchufados?” ¿Quiénes son los enchufados? Los enchufados no es el pueblo, los enchufados son un grupito, un grupito muy pequeño, ustedes lo saben.”<sup>13</sup>

“Yo estoy aquí para servir a los pobres, servir a los humildes, y yo ofrezco estas manos limpias, estas manos limpias para trabajar con todos ustedes, no se trata, repito simplemente de llegar a la presidencia, se trata de cambiar, se trata de que ese anhelo de cambio que vive, que está en el corazón de cada venezolano se logre. Yo quiero que cuando ustedes salgan de aquí, salgan soñando y pensando que viene un cambio en Venezuela, no simplemente que viene un nuevo presidente, sino que viene un cambio y que nos permita a todos trabajar juntos, unírnos como hermanos que somos. Y esta lucha yo sé que no es fácil, yo sé que esta lucha es contra el poderoso, esta lucha incluso yo la califico de una lucha espiritual.”<sup>14</sup>

Manifiesta como necesario que se establezca una comunión entre las partes (enunciador + destinatario). Concluye su acto de enunciación con mensajes cargados de valores: pathos, en cuales predominan sentimientos tales como el amor, la esperanza y la renovación. La utilización del vínculo, o relación de status, se puede observar en diversas instancias del discurso. Asimismo, se acentúa su utilización al momento de realizar la “reflexión” y al anunciar las medidas políticas a tomar al momento de convertirse en presidente electo.

El sistema pronominal empleado por excelencia dentro del discurso es la primera persona del singular. Henrique Capriles entabla una “comunicación” desde el “yo”, en la que su candidatura, valores, ideales, principios y pensamientos se anclan en su persona, es decir en Henrique Capriles Radonski, y no en el partido político en el cual milita, Primero Justicia<sup>15</sup>.

En las instancias en las que hace uso de la primera persona del plural-inclusivo, el acto de enunciación contiene a Henrique Capriles y al pueblo venezolano en general. A través de este recurso el enunciador busca fusionarse con los venezolanos, formar parte del “país” y conformar una masa homogénea de pertenencia. Nicolás Maduro Moros, junto con los actores políticos que le acompañan, quedan por fuera de ese núcleo y exiliados de los valores, idiosincrasia, procesos de aprendizaje, historia y principios que contiene el “ser venezolano”:

---

<sup>13</sup>CaprilesRadonski, H. (2013). “No voy a eliminar nada que signifique un beneficio para el pueblo”: Capriles en Apure. Consultado en: [http://www.youtube.com/watch?v=IUNEsOdI\\_oc](http://www.youtube.com/watch?v=IUNEsOdI_oc)

<sup>14</sup>CaprilesRadonski, H. (2013). “Enchufados son garantía de más inflación, más desempleo”: Capriles. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=UVlvTjRssYE>

<sup>15</sup>Partido Primero Justicia(PJ), tuvo su comienzo como Asociación Civil en el año 1992. A partir del 2000 se consagró como Partido. <http://www.primerojusticia.org.ve/>

“Y una cantidad de acontecimientos que se han ido dando durante las últimas horas, declaraciones de un ministro de la defensa, que yo desde aquí rechazo categóricamente, usted señor ministro de la defensa, usted fue el penúltimo de su promoción, usted es una vergüenza para la fuerza armada nacional, sus declaraciones, todo lo que usted ha dicho es una vergüenza, nos coloca mal a los venezolanos, y a nuestra fuerza armada bolivariana, porque además todos somos hijos de Bolívar. Todo esto para tratar de desmoralizarnos, de hacernos creer que no, mire, que este país es de un grupito, y que este grupito va a decidir el futuro de nuestro país, (...)”<sup>16</sup>

Por último, se emplea la primera persona del plural-restringido, al momento de realizar actos de enunciación en donde se abarca el sentido del partido Primero Justicia. Es decir, al detallar acciones, actividades y procesos, no únicamente desde el candidato Henrique Capriles, sino de manera inclusiva con su equipo de campaña electoral, lo cual genera una expresión de respaldo y acompañamiento. El candidato se centra en su discurso a *hablarle* a todos los venezolanos, sean aquellos partidarios a su ideología política o contrarios.

“Viene una campaña presidencial, ¿quién es el candidato de del PSUV? Le digo a nuestro pueblo seguidor del presidente, sólo Dios quita, sólo Dios da, y sólo Dios quita la vida. (...) Pero ustedes saben perfectamente, que ya el presidente Chávez no está, nadie se los puede devolver, allí está su obra, para algunos buenas y para otros no fue buena, cada quien puede juzgarla.”<sup>17</sup>

De igual manera, se puede observar que el enfoque principal del candidato electo es atraer la atención, la mirada y finalmente los votos de aquellas personas que apoyan el Partido Socialista Unidos por Venezuela, de los venezolanos seguidores de la causa del presidente Chávez, promoviendo la participación y el apoyo de los contradestinatarios.

Dentro de las entidades del imaginario político, el colectivo de identificación corresponde a la fundamentación entre el enunciador y el pro-destinatario. No obstante, Henrique Capriles establece una filiación con todos los destinatarios, sean estos adherentes o no al proyecto político planteado por el candidato. El enunciador, a través del colectivo de identificación, establece unidad y afinidad con los destinatarios respecto de la “situación de malestar” que se vive en el momento gracias al “desgobierno del partido oficial”.

---

<sup>16</sup>CaprilesRadonski, H. (2013) *Lo que puedo ofrecerles es una Patria unida*. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=yQQdsCPdInA>

<sup>17</sup>CaprilesRadonski, H. (2013) *Lo que puedo ofrecerles es una Patria unida*. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=yQQdsCPdInA>

“Yo quiero que los estudiantes se sientan libres, yo quiero que los venezolanos se sientan libres, yo quiero que ustedes sientan que este país es de todos, y Venezuela somos todos. Venezuela no es un grupito. Venezuela no es tuya, Nicolás. Venezuela jamás será tuya, Nicolás. Nicolás, no te vistas que no vas, chico.”<sup>18</sup>

“Estos cien días, se lo digo a nuestro pueblo, a nuestro pueblo, seguidor del partido oficial, estos cien días, quienes han sido defensores de estos años, estos cien días, se los digo clarito, la verdad a veces incomoda pero es preferible la verdad a la mentira, siempre. En cien días están destruyendo los catorce años, porque la verdad, la verdad del tamaño de nuestro país es que el candidato del gobierno no sabe pa’ dónde va, no tiene ni idea cómo solucionar ni un problema de agua en una comunidad, porque una persona que se la ha pasado viajando, regalando los recursos de los venezolanos, (...).”<sup>19</sup>

A partir de dicho colectivo, el candidato establece una frontera que lo separa junto al pueblo de Nicolás Maduro y su comitiva. Es decir, por un lado se encuentra el país, el pueblo que sufre la inflación, la inseguridad, la corrupción, que tiene los valores y el deseo de salir adelante; mientras que en contraposición ubica a su contendiente, que representa lo opuesto, lo nefasto y nocivo para Venezuela.

En cuanto a las entidades del imaginario político, entre los meta-colectivos se encuentran Dios, Venezuela, país, problemas, reflexiones, lucha, respeto, otros. Estos colectivos políticos permiten al enunciador articular los componentes junto con las entidades del imaginario. Es decir, facilita que Henrique Capriles logre vincular su identidad, valores, y razonamientos a los colectivos de identificación y destinación en las distintas zonas del discurso.

#### **IV - REFLEXIONES FINALES**

A través de los discursos presentados a lo largo de la campaña presidencial, Henrique Capriles expone de manera cuidadosa la construcción de su imagen como el candidato preciso para Venezuela. La imagen, como un activo intangible susceptible de ser

---

<sup>18</sup>CaprilesRadonski, H. (2013). *Gano la presidencia y decreto de al menos 40% del salario mínimo. Parte 1 de 2*. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=Qs6pqO0Mb-s>

<sup>19</sup>CaprilesRadonski, H. (2013). *Así fue el discurso de Capriles del acto de campaña en Caracas*. Consultado en: [http://www.dailymotion.com/video/xytl03\\_asi-fue-el-discurso-de-capriles-en-el-acto-de-campana-en-caracas\\_news?search\\_algo=1](http://www.dailymotion.com/video/xytl03_asi-fue-el-discurso-de-capriles-en-el-acto-de-campana-en-caracas_news?search_algo=1)

modelado, permite al candidato idear y planificar de manera cuidadosa la construcción del mismo.

El efecto último deseado por el candidato es conquistar la atención e interés por parte de la audiencia, y principalmente los simpatizantes del PSUV. A raíz de la búsqueda de dicho efecto se configura la imagen, es decir, se modela el cúmulo de valores, ideas, y principios a transmitir. En relación a lo mencionado anteriormente, el candidato se sirve principalmente de dos fuentes para presentarse ante la audiencia. En primer lugar se propone ante los destinatarios como “el sujeto” que viene a desenmascarar, denunciar y develar públicamente la corrupción política llevada adelante por el candidato opositor, así como la crisis social, económica y cultural. Se manifiesta como la fuente moral e íntegra capaz de llevar adelante dicha labor. En segundo lugar, se muestra como el modelo de venezolano-cristiano que propone, a través de su candidatura y su participación en la política, alcanzar la unión y la inclusión de los ciudadanos en una masa homogénea que persiga los mismos objetivos y fines políticos necesarios para el mejoramiento socio-económico de Venezuela. Para ello, Henrique Capriles establece que el único mecanismo posible para alcanzar la unión es a través de la palabra y la participación activa. Idea y propone una lucha mancomunada y busca articular la adhesión de los destinatarios que pertenezcan a diversas fuerzas políticas.

Las fuentes de las cuales se sirve el candidato conjugan una imagen global de reflexión que prima en el eje de la candidatura presidencial. Henrique Capriles teje dentro de las cadenas de enunciación una relación intrínseca entre sus propuestas e ideales con los preceptos de la religión cristiana. Bajo este marco discursivo, el enunciador establece las directrices de lucha a seguir con todos aquellos venezolanos que adhieran a la causa.

Los significantes tales como lucha y reflexión atañen directamente a la construcción de una identidad social del candidato. Estos términos se encuentran vinculados con dogmas y normativas cristianas. El enunciador se presenta como la voz que invita a pensar detenidamente sobre ciertos temas puntuales con la finalidad de alcanzar una conclusión, y en consecuencia actuar y combatir lo cual remite a la figura de un hombre que se muestra ante la comunidad como referente y se brinda al cuidado de la misma. Estos significantes no se encuentran atados únicamente a una cadena discursiva, por el contrario logra

propagarse y teñir al conjunto de enunciaciones, convergiendo en una misma imagen de quien enuncia.

La imagen de Nicolás Maduro se proyecta como un proceso gradual pero firme. La construcción de su imagen en la campaña electoral se presenta como un proceso de transición. Con la muerte del Comandante en Jefe Chávez, el candidato electo propone a través de sus discursos un recorrido que comienza con las proezas y valentía del ex presidente y finaliza con el compromiso y juramento del enunciador.

La naturaleza del candidato se cimenta en lo aprendido a lo largo de su vida al lado de Hugo Chávez. Se erige como el fiel educando que a lo largo de los años se ha nutrido y ha colmado de la cultura, el conocimiento, el valor y el amor a Dios de quien fuera su maestro. A raíz de la falta de este último, Nicolás Maduro se propone como el sujeto que reúne los valores y componentes necesarios para lanzarse como el candidato a presidente por el Partido Unido de Venezuela.

La imagen del candidato se encuentra moldeada por el vínculo que entabla con la audiencia. En orden de poder alcanzar su objetivo final, que es convertirse en el candidato electo, Nicolás Maduro se inserta dentro del núcleo de la relación Chávez-venezolanos a partir de los discursos pronunciados. Es decir, constituye una relación triangular, donde el afecto, el respeto y la admiración deben ser traspasados a su persona por la lealtad jurada hacia el ex comandante.

La base de la discursividad de Nicolás Maduro se funda en el tratamiento que realiza acerca de los pasajes históricos que nombra, y su inserción dentro de los mismos. El candidato busca en la audiencia (en los seguidores de Chávez) el efecto de extrapolación de lealtad y adhesión a su causa, que fuera la misma del Comandante en Jefe.

Remitir, describir e interpretar la evolución de la revolución bolivariana se encuentra enlazado con la búsqueda de una conexión entre los destinatarios y el enunciador, a raíz de la cual el candidato modela y construye su imagen. Asimismo, dicho encuentro permite alcanzar el efecto esperado en la audiencia, es decir, comprometer e involucrar de manera activa a aquellos que se denominan como *chavistas*.



Aún cuando el compromiso requerido está vinculado con la obtención de los votos de los venezolanos, se encuentra también relacionado con la lealtad y el acuerdo establecido entre el ex-presidente y sus seguidores. También con el deber ser venezolano-bolivariano de proteger el país de las fuerzas extranjeras y de los intereses de todas las personas y los recursos de Venezuela, y con la fidelidad al modelo y el proyecto desarrollado por el Comandante en Jefe. Dicho compromiso denota un sinnúmero de valores e ideales que se anclan discursivamente en Nicolás Maduro Moros, y es el enunciador quien busca contagiar y alcanzar el efecto esperado de compromiso y fidelidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAPRILES RADONSKI, H. (2013) *Lo que puedo ofrecerles es una Patria unida*.

Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=yQQdsCPdInA>

CAPRILES RADONSKI, H. (2013). "No voy a eliminar nada que signifique un beneficio para el pueblo": Capriles en Apure. Consultado en:

[http://www.youtube.com/watch?v=IUNEsOdl\\_oc](http://www.youtube.com/watch?v=IUNEsOdl_oc)

CAPRILES RADONSKI, H. (2013). *Gano la presidencia y decreto de al menos 40% del salario mínimo. Parte 1 de 2*. Consultado en:

<http://www.youtube.com/watch?v=Qs6pqO0Mb-s>

CAPRILES RADONSKI, H. (2013). *Gano la presidencia y decreto de al menos 40% del salario mínimo. Parte 2 de 2*. Consultado en:

<http://www.youtube.com/watch?v=keIwUuJXfpM>

CAPRILES RADONSKI, H. (2013). "Enchufados son garantía de más inflación, más desempleo": Capriles. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=UVIvTjRssYE>

CAPRILES RADONSKI, H. (2013). *Así fue el discurso de Capriles del acto de campaña en Caracas*. Consultado en:

[http://www.dailymotion.com/video/xytl03\\_asi-fue-el-discurso-de-capriles-en-el-acto-de-campana-en-caracas\\_news?search\\_algo=1](http://www.dailymotion.com/video/xytl03_asi-fue-el-discurso-de-capriles-en-el-acto-de-campana-en-caracas_news?search_algo=1)

CHAVEZ, H. *Hugo Chávez. La lucha sigue...* Consultado en: <https://www.youtube.com/watch?v=8HdKoMj-YW8>

LACLAU, E. (1996). *Emancipación y diferencia*. Buenos Aires: Ariel.

LACLAU, E. (2002). *Misticismo, Retórica y Política*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

LACLAU, E. MOUFFE, C. (2004) *Hegemonía y Estrategia Socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

MADURO MOROS, N. (2013). *5 de abril 2013 Nicolás Maduro en Maracay, Aragua*. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=mRTZBh2GP3o>

MADURO MOROS, N. (2013). *7 de abril 2013 Nicolás Maduro en Apure*. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=LE4gGb2KluI>

MADURO MOROS, N. (2013) *Discurso del candidato presidencial Nicolás Maduro tras inscribirse en CNE*. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=bBQdDXRsJ5o>

MADURO MOROS, N. (2013). *8 de abril 2013 Nicolás Maduro en Cumaná, Sucre*. Consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=EtHu6vRgcnc>

SIGAL, S. VERÓN, E. (2010). *Perón o Muerte: Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Buenos Aires: Eudeba.

VERÓN, E. (2004). *Fragmento de un tejido social*. Barcelona: Gedisa.

VERÓN, E. (1987). *La Palabra Adversativa: Observaciones sobre la enunciación política. El discurso político. Lenguaje y acontecimiento*. Buenos Aires: Hachette.

VERÓN, E. (2011). *La Semiosis Social*. México DF: Gedisa.

VIEYTES, R. (2004). *Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemologías y técnicas*. Buenos Aires: De Las Ciencias.

**Revista de Ciencia y Técnica de la Universidad Empresarial Siglo 21**

**Año 8 – Número 2**

**Noviembre 2015 – ISSN 1851-4790**

---

**Perfil de mujeres que ocupan puestos de dirección en la Ciudad de  
Córdoba**

*Women's profile for Senior Management positions in Córdoba city*

**Autora:** Carolina Abarca

**Carrera:** Lic. En Gestión de Recursos Humanos

**Mail:** [caroabarcalz@gmail.com](mailto:caroabarcalz@gmail.com)

**RESUMEN**

El presente artículo tiene por objetivo conocer e identificar cuáles son las características de mujeres que ocupan puestos de dirección en diferentes organizaciones de la Ciudad de Córdoba. A través de entrevistas en profundidad se analiza su constitución familiar, trayectoria laboral y académica, significaciones asociadas al trabajo, percepción acerca sus niveles de autoeficiacia y sus propios estilos de liderazgo. El análisis de los datos obtenidos posibilitó la elaboración de perfiles con características comunes que contribuyen a conocer los caminos que llevan a las mujeres a destacarse, romper las barreras asociadas al denominado *Techo de cristal* y ocupar posiciones de poder.

**ABSTRACT**

This paper's objective is to identify the characteristics for women holding senior management positions in different organizations of Córdoba city. Through in-depth interviews we explore their family composition, labor and academic background, work-related significations, levels of self-efficacy perceptions; and their personal leadership

styles. Data analyzed enabled profiling with shared characteristics that contribute to understand the way women excel, breaking the barriers associated with the so called Glass Ceiling and manage to occupy power positions.

**Palabras Clave:** Liderazgo Femenino, Directivos, Techo de Cristal, Autoeficacia, Córdoba

**Key Words:** Female leadership, Senior Management, Glass Ceiling, Self-efficacy, Córdoba

## 1. INTRODUCCIÓN

“Sin la participación activa de la mujer y la incorporación del punto de vista de la mujer a todos los niveles del proceso de adopción de decisiones no se podrán conseguir los objetivos de igualdad, desarrollo y paz”.

Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, Beijing, 1995.

Alcanzar posiciones estratégicas en las empresas implica todavía, para gran parte de las mujeres, romper con barreras basadas en prejuicios actitudinales u organizativos que obstaculizan el avance vertical en las organizaciones. La existencia de estas barreras constituye un fenómeno denominado *techo de cristal* (Powell y Butterfield, 1994). En función del interés que nos suscita conocer estos precedentes del techo de cristal, el presente trabajo de investigación busca conocer e indagar a las mujeres que han logrado romper esta estructura y ascender a puestos directivos.

De acuerdo a los resultados del International Business Report (IBR) 2011 de Grant Thornton, publicado en América Economía<sup>1</sup>, en Argentina las mujeres representan el 18% de los puestos de alta dirección. El mismo informe indica que sólo el 8% de las empresas privadas de todo el mundo con mujeres en altos puestos de dirección tiene una mujer CEO. El porcentaje anteriormente indicado es el mismo para la Argentina. Tomando referencias

---

<sup>1</sup><http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/argentina-la-mitad-de-las-empresas-no-cuenta-con-mujeres-en-puestos-directivos>

comparativas a nivel mundial, el 24% de puestos directivos están ocupados por mujeres y, si observamos la región, Argentina está peor que sus vecinos. Perú, con el 27% es el mejor posicionado, mientras que detrás se ubican Brasil y México (23% cada uno) y Chile (22%).<sup>2</sup> A pesar de que las cifras muestran una tendencia sutilmente favorable (según IBR las cifras locales muestran una leve mejoría con respecto a años anteriores), las barreras de acceso que tienen las mujeres a puestos de alta jerarquía parecen seguir existiendo.

En su número del mes de septiembre de 2013, la Harvard Business Review Magazine publicó un artículo en donde se profundiza la problemática *Mujeres y Liderazgo*. El mismo indica que muchos CEOs que hacen que la diversidad de género sea una prioridad (a través del establecimiento de metas aspiracionales, insistiendo en la diversidad de candidatos para los puestos de responsabilidad, y desarrollando programas de tutoría y formación) se sientan frustrados. Ellos y sus empresas invierten tiempo, dinero, y buenas intenciones en esfuerzos para construir una vía de ascenso más robusta para las mujeres, pero luego no sucede demasiado, de acuerdo al artículo.

Ante esta realidad, resulta de interés indagar acerca de las características del grupo minoritario de mujeres que accede a puestos de alta jerarquía, lo que podría favorecer posteriores avances en el desarrollo de estrategias de recursos humanos efectivas que fomenten la inclusión de mujeres en puestos de dirección.

Analizando su constitución familiar, trayectoria laboral y sus percepciones respecto a los propios estilos de liderazgo y autoeficacia, elaboramos perfiles que nos permiten conocer más acerca de cómo son las mujeres que ocupan actualmente puestos de dirección, desde su propio punto de vista y dio paso a la elaboración de las conclusiones de la investigación.

## **2. MARCO CONCEPTUAL**

La progresiva incorporación de la mujer al mercado laboral puede considerarse uno de los procesos más relevantes del siglo pasado. En las últimas décadas, el acceso de la mujer a trabajos técnicos y profesionales, y la duración de su vida laboral, se han visto

---

<sup>2</sup>[http://www.clarin.com/empresas\\_y\\_negocios/Mujeres\\_0\\_878312398.html](http://www.clarin.com/empresas_y_negocios/Mujeres_0_878312398.html)

incrementados (Godoy y Mladinic, 2009). A pesar de esta situación, como señala Wirth (2004) en un estudio publicado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la presencia de mujeres en cargos directivos es escasa.

En nuestro estudio, investigamos acerca del perfil de las mujeres que han logrado romper las barreras que alejan a muchas de sus pares de los puestos directivos. Estos obstáculos, representan un fenómeno conocido con el nombre *techo de cristal*, que es definido por el Departamento de Trabajo del gobierno federal estadounidense como “aquellas barreras artificiales basadas en prejuicios actitudinales u organizativos que previenen el avance vertical en las organizaciones de individuos calificados” (en Powell y Butterfield, 1994 p.72).

Sarrió (2004) manifiesta que el techo de cristal se explica por factores externos e internos. Cuando se trata de factores externos, la variable principal es la cultura social, que determina una relación asimétrica entre el establecimiento de roles de género entre hombres y mujeres. Esto se encuentra asociado a ciertos estereotipos que se cuelean dentro de la organización, y que en ocasiones resultan mucho mayores a las verdaderas diferencias entre géneros. Respecto a los factores internos, encontramos la identidad de género femenina. No tienden a inculcarse en la mujer actitudes asociadas a funciones de poder y autoridad (en Pizarro y Guerra 2010). A su vez, de acuerdo a Agut y Martin (en Pizarro y Guerra 2010), la baja autoeficacia que se observa en mujeres en algunas áreas tradicionalmente masculinas, constituye otra variable que puede convertirse en una barrera significativa para acceder a cargos de responsabilidad.

La definición de directivo ha sido tomada de Mintzberg (1991) quien indica que directivo es aquella persona que está a cargo de una organización o de una de sus subunidades y que, para ello, cumple papeles interpersonales, decisorios y de integración. La amplitud de esta definición nos permitirá avanzar en nuestra investigación tanto en PyMEs (pequeñas y medianas empresas), como en grandes empresas y organizaciones del Tercer Sector.

### *Liderazgo*

Sin importar el tamaño de la organización, el ramo de actividad, o la persecución de fines de lucro o no, ocupar un puesto de dirección implica en todos los casos ejercer un rol de

liderazgo. Cuadrado, Morales y Recio (2008) proponen agrupar los paradigmas tradicionales del liderazgo en dos estilos: el orientado a las personas y el orientado a tarea o los resultados. No obstante, Sánchez y Apellániz (1997) señalan que existen también otros paradigmas de liderazgo que no centran su atención exclusivamente en el líder, sino que también incluyen la relación entre el que dirige y las personas dirigidas (en Charlo Molina y Nuñez Torrado, 2012). Uno de estos paradigmas, es el del liderazgo transaccional-transformacional que utilizaremos para el análisis del presente trabajo de investigación.

Haremos una primera aproximación a estos estilos de liderazgos a través de la siguiente tabla:

**Tabla 1. Conductas que componen los estilos de liderazgo transformacional y transaccional.**

<b>Conductas</b>	<b>Descripción</b>
<i>Liderazgo Transformacional</i>	
<b>Influencia Idealizada</b>	Los jefes se convierten en modelos de sus subordinados. Son admirados, respetados y fidedignos. Se les atribuye por parte de los subordinados capacidades extraordinarias, persistencia y determinación. Se entiende que sus actos están guiados por hacer las cosas correctas, demostrando altos niveles de conducta ética y moral.
<b>Motivación Inspiracional</b>	Los jefes encuentran maneras de motivar, proporcionando significados y retos a sus subordinados en el día a día. Se potencia el espíritu de equipo, llevando a los subordinados a implicarse en visiones atractivas de estados futuros. Crean expectativas sobre objetivos que los subordinados desean alcanzar con una comunicación clara, así como demuestran compromiso con los fines y la visión compartida.

<b>Estimulación Intelectual</b>	<p>Los jefes estimulan a los subordinados a esforzarse en ser innovadores y creativos, redefiniendo problemas y afrontando viejas situaciones de nuevas maneras. No hay críticas públicas de los errores individuales. Las nuevas ideas no son criticadas o eliminadas por diferir de las del jefe, al contrario, son alentadas.</p>
<b>Consideración Individualizada</b>	<p>Los jefes, en un clima de apoyo, prestan atención especial a cada necesidad individual de sus subordinados en cuanto al logro y el crecimiento, actuando como guía o mentor. Se reconocen las diferencias individuales en términos de necesidades y deseos. Los líderes aceptan las diferencias individuales (p. ej., algunos subordinados reciben mayor apoyo, más autonomía, otros estándares más firmes, y otros más dirección a la tarea). Se fomenta la comunicación bidireccional. Prima la consideración de persona”</p>
<p><b><i>Liderazgo Transaccional</i></b></p>	
<b>Recompensa Contingente</b>	<p>El jefe recompensa en el acto o promete recompensas a aquellos que trabajan en la dirección de los objetivos que se quieren cumplir.</p>
<b>Dirección por Excepción</b>	<p>Consiste en acciones correctivas que realiza el jefe. Estas acciones pueden ser activas, controlando los errores y actuando cuando se detectan, o pasivas, dejando que el subordinado cometa el error en su totalidad y actuando a posteriori.</p>

Nota. Adaptado de Álvarez, Castillo y Falcó (2010)

En concordancia con lo anteriormente expuesto, Bass (1985) agrega que el liderazgo transformador (o transformacional) es una superación del transaccional.

Nuestro trabajo de investigación busca analizar si las mujeres directivas estudiadas perciben en su propio liderazgo la predominancia de características del modelo transaccional, o más bien de del estilo transformacional. No es objetivo de este estudio determinar qué estilo de liderazgo es el más efectivo, ni establecer relaciones causales.



### *Autoeficacia y trayectoria laboral*

La *autoeficacia* ha sido definida como los juicios de las personas acerca de sus capacidades para alcanzar niveles determinados de rendimiento. La misma se relaciona con la creencia de un individuo de que es capaz de dominar las situaciones y controlar los sucesos (Bandura, 1987). Bandura plantea que las creencias de autoeficacia se forman a partir de la información aportada por cuatro fuentes:

- Los *logros de ejecución*, que se basan en experiencias reales. El éxito repetido en determinadas tareas aumenta las evaluaciones positivas de autoeficacia, mientras que los fracasos repetidos las disminuyen.
- La *experiencia vicaria* indica que observando a otras personas ejecutar exitosamente ciertas actividades, o imaginándolos, el sujeto puede llegar a creer que el mismo posee las capacidades suficientes para desempeñarse con igual éxito.
- La *persuasión verbal* consiste en que se le diga al sujeto que puede tener éxito. Cobra importancia especialmente en aquellas personas que ya poseen un nivel elevado de autoeficacia, y necesitan mayor confianza para realizar un esfuerzo extra y lograr el éxito. (Pajares, 1997).
- El estado *fisiológico* del individuo. Existe una gran cantidad de indicadores de activación autonómica, como los dolores y la fatiga. Los mismos pueden ser interpretados por el individuo como signos de su propia ineptitud ya que, en general, las personas tienden a interpretar los estados elevados de ansiedad como signos de vulnerabilidad y, por ende, como indicadores de un bajo rendimiento.

La autoeficacia no hace referencia a los recursos que tenga el sujeto, sino a la opinión que uno tenga sobre lo que puede hacer con ellos (Bandura, 1986). La autoeficacia funciona como predictor de la conducta y es un poderoso factor determinante. (Garrido Gutiérrez, Rojo Calvo, 1996).

Otro componente que se analizó del perfil de las mujeres objeto de esta investigación es el de trayectoria laboral. Dicho concepto no presenta una definición unívoca. Davalos (2001) propone una oportuna definición de este concepto que resulta integradora de otros conceptualizaciones, indicando que trayectoria laboral es resultado de la combinación entre

las relativa rigidez de la estructura de segmentación del mercado de trabajo y la percepción que hacen los individuos de su situación, es decir, su propia interpretación que lleva al aprovechamiento o no de su posibilidades para diseñar escenarios futuros más o menos deseables.

Esta definición presenta una concepción activa de los sujetos, entendiendo a las trayectorias como espacios de toma de decisiones que, aunque puedan estar las opciones limitadas por condicionamientos sociales, normativos o institucionales, comprenden siempre un margen de maniobra para hacer frente a los determinantes estructurales (Dávalos, 2001).

Esta postura entiende que todo ser humano, aunque limitado por un tiempo histórico y un contexto espacial específico, es, al mismo tiempo, producto y productor de sus condiciones materiales y culturales de vida. El análisis de las trayectorias de vida no pretende poner el énfasis ni en el condicionamiento social ni en el voluntarismo de los sujetos, sino que intenta lograr una completa articulación entre ambos niveles (Muñoz, Terra y Frassa, 2004).

El acceso de las mujeres a puestos directivos no sólo está vinculado con habilidades, coyunturas organizacionales, estilos de liderazgo o percepciones de autoeficacia. Ocupar un puesto de conducción es también una elección que, en la búsqueda de equilibrio entre el éxito profesional y la realización personal, pareciera ser más difícil para las mujeres. A diferencia de algunos países europeos, la realidad muestra que en América Latina la división del trabajo hombre-mujer no ha evolucionado al mismo ritmo que los cambios demográficos y sociales de los últimos tiempos. Independientemente del aumento de la tasa de actividad externa de las mujeres, la distribución del trabajo domestico continua siendo desigual entre varones y mujeres (Schkolnik, 2004).

“Mientras cambian las condiciones sociodemográficas y culturales, se asume en la práctica que el hombre ya no es el único proveedor, los roles asociados con los trabajos reproductivos (labores domésticas y crianza de hijos) han sido los menos susceptibles a los cambios que ocurren en la sociedad, manteniendo un patrón cultural tradicional. Así la esposa sigue siendo en la mayoría de los casos la responsable de la supervisión y/o realización de las tareas domésticas. La mujer trabaja remuneradamente, pero cuida enfermos, viejos, niños, abastece al hogar de los servicios sociales de lavado, cocina,

aseo, etc. Se redefine el rol de la mujer en la sociedad pero no en la casa (Ariza y De Oliveira, 2004).” (Schkolnik, 2004, p.103)

Según estudio de la OIT (2004)<sup>3</sup>, a nivel mundial, un alto porcentaje de los hombres ejecutivos (75%) tienen una pareja sin empleo a tiempo completo; y se ha demostrado que las mujeres que postergan el matrimonio o la constitución de una familia a fin de consolidar su carrera profesional son un 32% más numerosas que los hombres en la misma situación. En cuanto al interés en formar parte de los comités directivos, un 19% de los hombres de la muestra indicaron desearlo, contra un 9% de mujeres. Por último, otro dato significativo es que más mujeres (34%) que hombres (21%), indicaron que habían reducido sus aspiraciones profesionales en pos de su vida personal y familiar.

Teniendo en cuenta el panorama anteriormente expuesto, resulta de interés conocer cuál es la trayectoria personal y laboral que han transitado las mujeres que han alcanzado puestos directivos de la Ciudad de Córdoba, cuáles son sus concepciones y realidades familiares, cuáles son sus percepciones de autoeficacia, y como perciben el estilo de liderazgo que las identifica y que las ha llevado a ocupar dichas posiciones.

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

La investigación realizada fue de tipo exploratoria y la metodología utilizada la cualitativa. Esta permite examinar las características de las mujeres que ocupan puestos de conducción en organizaciones en Córdoba Capital y nos posibilita comprender el comportamiento desde la mirada de sus protagonistas y así analizar los sentimientos, visiones, sistemas de creencias, y pensamientos (Vieytes, 2004) de las mujeres objeto de nuestra investigación. Dichos elementos, serán fundamentales para producir las conclusiones de nuestra investigación. A diferencia de otros métodos, como el cuantitativo, la investigación cualitativa permite un diseño emergente y en cascada que puede ir construyéndose a

---

<sup>3</sup>[http://intranet.oit.org.pe/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1757&Itemid=1238](http://intranet.oit.org.pe/index.php?option=com_content&task=view&id=1757&Itemid=1238)

medida que avanza la investigación, lo que posibilita flexibilidad y adecuación a la realidad.

La técnica utilizada fue la entrevista en profundidad ya que tiene la ventaja de recolectar información sumamente amplia, de manera flexible y desestructurada (Canales Cerón, 2006). Se utilizó como instrumento una guía de pautas.

Siendo las mujeres que ocupen cargos de dirección en empresas de la Ciudad de Córdoba la población de este estudio, se tomó una muestra de 10 mujeres utilizando un tipo de muestreo no probabilístico por propósitos, en donde “el investigador elige a los sujetos y situaciones según los fines de su estudio, seleccionando aquellos que considera típicos” (Vieytes, 2004, p.404).

#### **4. Interpretación de Resultados**

“El siglo XXI será, sin duda, el siglo de las mujeres; ya nadie detiene el movimiento que ha supuesto la mayor revolución del siglo XX.”

Victoria Camps

Expondremos a continuación algunas de las reflexiones a las que podemos arribar a partir de los resultados obtenidos en las entrevistas de profundidad y del análisis realizado. Como se podrá observar a lo largo del análisis, las categorías con sus diferentes dimensiones están relacionadas y los elementos de unas constituyen a las otras.

En primer lugar, podemos identificar algunas características comunes en las entrevistadas por rango de edad, se desempeñen ellas en una PyME, una gran empresa o en el Tercer Sector. Las entrevistadas menores a 45 años, en todos los casos, manifiestan que comenzaron a tener hijos después de los 33 años y las que no los tienen no expresaron ansiedad por ser madres.

En cuanto al estilo de liderazgo percibido en esta generación de mujeres, el mismo muestra marcados rasgos transformacionales, que según Bass (1985) es una superación del

transaccional. En este caso los componentes presentes de dicho liderazgo son la consideración individualizada, prestando atención, respeto y responsabilidad a los colaboradores; la estimulación intelectual, incentivando la proporción de nuevas ideas y enfoques; y, aunque en menor medida, en la motivación inspiracional.

En lo que refiere a la autoeficacia, encontramos altos niveles percibidos en todos los casos, y la información que constituye estas creencias proviene de las cuatro fuentes de autoeficacia definidas por Bandura; logros de ejecución, experiencia vicaria, persuasión verbal y estado fisiológico. Esto indica que estas entrevistadas se consideran capaces de alcanzar altos niveles de rendimiento, dominar situaciones y controlar sucesos, presentándose como protagonistas de sus vidas y no como víctimas de circunstancias que exceden su zona de influencia.

Al reflexionar sobre sus posiciones, los principales beneficios que las mismas les otorgan están relacionados al crecimiento, desarrollo y a la posibilidad de materializar decisiones. Los costos percibidos, por su parte, tienen que ver con el ritmo voraz que hace que tengan una sensación constante de falta de tiempo. Su definición de éxito se relaciona en todos los casos, aunque expresado con diferentes palabras, con la felicidad. Respecto a la influencia de pertenecer al género femenino en relación con sus actividades laborales, en la mayoría de los casos manifestaron no haber percibido mayores diferencias. Sin embargo, al indagar más profundamente, las entrevistadas fueron descubriendo y relatando diferentes episodios que indicarían que sus trayectorias laborales habían roto estereotipos sin tomar conciencia de ello. El concepto mismo de techo de cristal hace referencia a que estas barreras son en ocasiones invisibles, transparentes como el cristal, pero no por ello están menos presentes.

Por último, respecto a los desafíos que el siglo 21 presenta a las mujeres, coinciden en poner foco en el cuidado del equilibrio entre lo personal y lo laboral. Los estudios que tomamos como antecedente a este trabajo indican que continúa la disparidad en la distribución del trabajo doméstico y el trabajo remunerado entre hombres y mujeres. La participación femenina es notablemente mayor que la masculina en el ámbito doméstico independientemente de la actividad laboral que la persona desempeñe fuera del mismo.

Si bien en algunos casos las entrevistadas indican que cuentan con el apoyo de sus cónyuges, el equilibrio entre lo personal y lo laboral continua siendo un desafío en tanto

dicha participación no es igualitaria en todos los casos y debido a que el entendimiento del ámbito personal excede lo doméstico, incluyendo también la necesidad de hacer actividad física, tener hobbies como "cables a tierra", dedicar tiempo a los seres queridos, entre otros. Otro de los desafíos expuestos es que la mujer pueda realizarse personalmente sin sentir culpa y liberándose de prejuicios respecto a sus opciones, que muchas veces vienen de otras mujeres. Esto puede indicar que romper estereotipos, hacer elecciones o tener estilos de vida que no son los de la mayoría, trae muchas veces asociados juicios de valor negativos de las personas con visiones diferentes. En el caso de estas mujeres, reconocen haber logrado superar el temor a esos juicios y hacer sus propias elecciones pero indican que esto continua siendo un desafío para la mayoría.

El perfil de las mujeres mayores a 45 años difiere al anteriormente expuesto en algunos puntos. En sus familias de origen predominan padres trabajadores a tiempo completo y madres sin estudios universitarios dedicadas principalmente a tareas del hogar y a la crianza. A diferencia de las entrevistadas más jóvenes, todas conformaron sus familias antes de cumplir 30 años.

En cuanto al estilo de liderazgo, presentan rasgos tanto del estilo transaccional como del estilo transformacional, apoyados en la recompensa contingente, la dirección por excepción, la consideración individualizada y la estimulación intelectual. Comparando este perfil con el de las entrevistadas de hasta 45 años, podríamos pensar que las nuevas generaciones están evolucionando hacia un estilo de liderazgo de tipo transformacional que tiene en cuenta a la persona de manera más integral.

Un estudio publicado en la Harvard Business Review del mes de julio de 2007<sup>4</sup> realiza una caracterización de la Generación Y que, por ejemplo, resalta características como “son impacientes y quieren hacer cosas lo más disfrutables y significativas posibles”, “realmente creen que los demás están interesados en saber lo que ellos piensan”, “aunque resulte sorprendente, muchos de ellos disfrutaban trabajar con personas de la generación BabyBoomers”, “están contentos de manejar grandes trabajos y enfrentar los desafíos con confianza”. Aparentemente, el liderazgo transformacional propone elementos positivos para gestionar y liderar a colaboradores con estas características. En este punto, resultaría de interés profundizar

---

<sup>4</sup><http://blogs.hbr.org/2007/07/what-is-it-with-you-people-and/>

acerca de la relación entre los estilos de liderazgo y las necesidades y expectativas de las nuevas generaciones.

Este grupo presenta también altos niveles de autoeficacia, en este caso apoyada fundamentalmente en dos de las cuatro fuentes definidas por Bandura: logros de ejecución y experiencia vicaria. La presencia de referentes y el ver como otros, sean modelos femeninos o masculinos, han logrado alcanzar sus objetivos ha tenido gran impacto en estas mujeres. Por otra parte, la conciencia de sus propios logros ha multiplicado sus deseos de continuar progresando y la confianza en sus recursos para hacerlo. La persuasión verbal no se encuentra presente como fuente de autoeficacia, por el contrario, en algunos casos manifiestan haber tenido detractores.

En cuanto al género, encontramos ricas experiencias en las protagonistas que, por un lado, dan cuenta de la presencia del "techo de cristal" en las organizaciones donde se desempeñaron y, por otro, de la existencia de estereotipos y preconceptos asociados a las mujeres que no coinciden con sus posibilidades reales.

Finalmente, en lo referente a los desafíos de la mujer para el siglo XXI destacan la necesidad de trabajar en la autoestima de la mujer. Esto resulta particularmente relevante ya que dicho concepto está vinculado al de percepción de autoeficacia, aunque este último lo excede. Si bien la autoeficacia no hace referencia a los recursos reales de los que dispone el sujeto sino a su opinión sobre los mismos, la misma se muestra como predictor de la conducta y es un poderoso factor determinante. Asimismo, buenos niveles de autoestima pueden ejercer influencia en la conducta y las elecciones de las personas llevando a las mujeres a transitar otro de los desafíos manifestados que es que las mujeres se animen a hacer y a hacer que otras mujeres hagan, apostando al despliegue de la potencia creadora que cada una tiene y que, en muchas ocasiones, es depositada más bien en el hombre en cuestiones referidas a lo profesional.

Por otra parte, hacen un llamado a volver a lo esencial y a los orígenes como desafío de las mujeres de las nuevas generaciones. El hecho de que la mujer haya extendido sus ámbitos de realización, dejando de ser ya lo doméstico y familiar la única alternativa posible, trajo aparejados cambios en diversos niveles (económicos, sociales, políticos y espirituales). Por la manera en que este desafío fue expresado por las entrevistadas, la búsqueda de lo esencial y del origen se relaciona con el anhelo de encontrar, entre tantas conquistas, el equilibrio y lo verdadero, lo que lleva a la plenitud, la realización personal y la felicidad. Todo esto dejando ya

de competir con el varón y pudiendo, por fin, hacer pié en la esencia femenina propiamente dicha sin tener que ser la antítesis de nada.

## **5. Conclusiones Finales**

A manera de conclusión final, podemos decir que las mujeres que ocupan puestos de dirección en la Ciudad de Córdoba poseen diversas características comunes. Destacadas trayectorias académicas fruto del entendimiento de la formación como aspecto altamente relevante, entornos predominantemente universitarios, tempranos comienzos laborales, altos niveles de autoeficacia percibidos y estilos de liderazgo con rasgos predominantemente transformacionales son particularidades presentes en la gran mayoría de las entrevistadas, sin distinción de edad o tipo de organización en la que se desempeña.

Existen también particularidades que nos llevan a poder armar perfiles según la edad, como se expuso en los párrafos anteriores de este apartado. Asimismo, cumplidos los objetivos de esta investigación, la información proporcionada por este estudio nos lleva a nuevos cuestionamientos sobre si las características del perfil de las mujeres de la ciudad de Córdoba coinciden o no con las del resto de las ciudades de nuestro país o, yendo más lejos aún, con el de mujeres que ocupan posiciones similares en Latinoamérica. Trazar un perfil más amplio en este sentido, posibilitaría conocer en mayor profundidad los caminos que llevaron a mujeres a destacarse, romper el techo de cristal y ocupar posiciones de poder y toma de decisiones, conocimiento que posibilitaría la implementación de más y mejores programas de empoderamiento y desarrollo profesional para mujeres dentro de las organizaciones (programas que desde hace algunos años existen en grandes empresas y son promovidos también por organizaciones internacionales como Vital Voices).

Inclusión, diversidad, equidad e igualdad de oportunidades no son valores deseables únicamente en el ámbito de lo público, sino que hacen directamente al Clima Organizacional. El modelo que sustenta la encuesta de Clima Organizacional del Instituto Great Place to Work, consultora internacional que desde hace 25 años realiza estudios de Clima Organizacional en más de 45 países y publica anualmente los rankings de las mejores empresas para trabajar, está apoyado en cinco dimensiones: Respeto, Imparcialidad, Credibilidad, Camaradería y Orgullo.



Tres de estas dimensiones (respeto, imparcialidad, credibilidad) hacen referencia a cuestiones relacionadas al acceso de las mujeres a puestos directivos, lo que indica el alto impacto en el clima de las organizaciones que tiene trabajar en políticas de este tipo.

El clima organizacional es una variable que influye en la calidad de vida de los empleados así como en la rentabilidad de la empresa. Según estudios recopilados por la misma consultora<sup>5</sup>, las organizaciones que son excelentes lugares para trabajar reportan grandes beneficios también en lo referido a lo cuantitativo, por ejemplo, 50% menos de rotación voluntaria y la generación de un retorno de inversión dos veces superior a las empresas que no lo son.

Transitando el siglo en el que las mujeres han llegado a ocupar por primera vez posiciones claves de poder y recibir reconocimientos nunca antes recibidos (presidencias, premios nobel o primeros puestos en organizaciones mundiales como el FMI) pero siendo conscientes que dichas mujeres son aún una minoría y con el propósito de generar más y mejores políticas de inclusión, equidad y desarrollo puertas adentro de las organizaciones, consideramos de interés continuar profundizando acerca de las grietas del techo de cristal que imposibilita a muchas mujeres, organizaciones y sociedades alcanzar su pleno potencial.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, O., Castillo, I. y Falcó, C. (2010). Estilos de liderazgo en la Selección Española de taekwondo, *Revista de Psicología del Deporte*, 19, 219-230
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. *Englewood Cliffs, NJ*: Princeton Hall.
- Bandura, A. (1987). *Pensamiento y Acción*. Barcelona: Martínez Roca.
- Bass, B. (1985), *Leadership and Performance Beyond Expectations*, N.Y. Free Press.
- Camps, V. (1998). *El siglo de las mujeres*. Madrid, Cátedra.

---

<sup>5</sup><http://www.greatplacetowork.com.ar/nuestro-enfoque/icuales-son-los-beneficios>

- Canales Cerón, M. (2006). *Metodologías de Investigación Social – Introducción a los oficios* – Lom ediciones. Recuperado en: [Link](#)
- Charlo Molina, M., Núñez Torrado, M. (2012) La mujer directiva en la gran empresa española: perfil, competencias y estilos de dirección, *Estudios Gerenciales*, vol. 28, núm. 124, pp. 87-105 Universidad ICESI Cali, Colombia
- Cuadrado, I; Morales, J.F. y Recio, P. (2008). Woman`s access to managerial positions: An experimental study of leadership styles and gender. *The Spanish journal of psychology 11*
- Dávalos, P. (2001), *Después de la privatización: trayectorias laborales de trabajadores con retiro voluntario*. en Revista Estudios del Trabajo N°21, Diciembre 2001, Buenos Aires.
- Frassa, J. y Muñoz Terra, L. (2004), *Trayectorias laborales: origen y desarrollo de un concepto teórico-metodológico*, en CD de las Cuartas Jornadas de Etnografía y Métodos Cualitativos, Instituto de Desarrollo Económico y Social. Buenos Aires, 2004.
- Garrido Gutiérrez , I., Rojo Calvo , C. (1996) Motivación, cognición y rendimiento, *Revista de Psicología General y Aplic Universidad complutense de Madrid* 49 (1). 5-12
- Godoy, L, Mladinic, A (2009) Estereotipos y Roles de Género en la Evaluación Laboral y Personal de Hombres y Mujeres en Cargos de Dirección. *Psyche* Vol. 18, N° 2, 51-64
- Mintzberg, Henry (1991) - *Mintzberg y la dirección* – Recuperado de: [Link](#)
- Pajares, F. (1997). Currents directions in self-efficacy research, *Maehr, M. & Pintrich, P. (Eds.) Advances in motivation and achievement*. 10, pp. 1-49. Greenwich CT: JAI Press.

- Powell G; Butterfield D. (1994). Investigating the “glass ceiling” phenomenon: an empirical study of actual promotion to top management, *The Academy of Management Journal* , Vol. 37, No. 1, pp. 68-86
- Schkolnik, M. (2004). *Tensión entre familia y trabajo*. En Irma Arriagada I. y Aranda, V. (comp.) *Cambio de las familias en el marco de las transformaciones globales: necesidad de políticas públicas eficaces*. Santiago de Chile
- Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedades: epistemología y técnicas*. Madrid, Ed. de las ciencias.

#### **Otras fuentes consultadas:**

- Artículo ¿Cuáles son los beneficios? <http://www.greatplacetowork.com.ar/nuestro-enfoque/iguales-son-los-beneficios>
- Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer (1995) Beijing. [Link](#)
- Informe OIT (2004) *Romper el techo de cristal: La mujer en puestos de dirección*. [Link](#)
- International Business Report (2011), Grant Thornton. [Link](#)
- Pizarro S.; Guerra G. (2010) Rol de la mujer en la gran empresa – *Centro de Estudios empresariales de la Mujer (CEEM)*