

Universidad Nacional de Cuyo
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Centro de Investigaciones Científicas

INFORME FINAL

Título del proyecto:

**“Representaciones sociales e imaginarios que acerca del pueblo
huarpe de la provincia de Mendoza vehiculizan dos periódicos
hegemónicos locales: Los Andes y UNO, 1998-2001”**

(Proyecto acreedor de aval académico según resolución N° 116-10-CD)

Becario: Lic. Gerardo Marzán

Categoría: Becas de perfeccionamiento para la Formación de Investigadores

Director de Beca: Lic. Ernesto Espeche

Mendoza, marzo de 2011

1. Actividades realizadas en el marco del Proyecto: ajustes acerca de la problemática abordada, corrección de título: Luego de avanzar en el desarrollo de nuestra investigación, advertimos que nuestro objetivo central era profundizar en las visibilidades e invisibilidades huarpes en la prensa gráfica mendocina hegemónica, es decir, llegar a conocer, a través del análisis del discurso periodístico de dos diarios hegemónicos, qué se invisibilizaba o se invisibilizaba de *lo huarpe* y con qué mecanismos o estrategias operaban estas (in) visibilidades. Consideramos que si bien ciertas representaciones sociales e imaginarios son difundidas (y consolidadas) por los medios en su papel de constructores de sentidos hegemónicos, ello aparecía más como un tema secundario. Por tanto, con mayor precisión denominamos a nuestra propuesta: **“(In) visibilidades del pueblo huarpe en la prensa hegemónica mendocina, casos: diarios Los Andes y Uno, 1998-2001. Un análisis desde la perspectiva teórico-metodológica de la Intencionalidad editorial”**.

Como ya habíamos señalado en el informe de avance, durante un período 3 años en que se producen ciertos hitos en la lucha del pueblo huarpe -y, por tanto, donde la prensa habla de ellos-¹, podemos obtener un *corpus de trabajo* más o menos amplio en que basaremos nuestras conclusiones finales. Durante ese período relevamos piezas periodísticas referentes a “tematizaciones” huarpes (conflicto por la tierra, acceso al agua, etc.). Para realizar el análisis de las piezas periodísticas y obtener las conclusiones apoyadas por datos cuali-cuantitativos, utilizamos, como indica el título de nuestra propuesta, la perspectiva teórica-metodológica de Intencionalidad Editorial que nos permite trabajar con cierto rigor científico y con un método adecuado a nuestro campo de estudio. En este tiempo de trabajo hemos profundizado en aspectos teóricos y metodológicos de esta perspectiva y a ello nos referimos a continuación.

2. La perspectiva teórica-metodológica de Intencionalidad Editorial: Este método nos lleva a detectar los niveles de parcialidad en la construcción de los discursos periodísticos y cuestiona la pretendida objetividad en que se funda el hacer periodístico. Como dice el Prof. Víctor Ego Ducrot “Las producciones periodísticas son parciales. Reflejan tomas de partido a favor o en contra de determinados intereses de clase o

¹ Nuestro trabajo comienza en 1998 con el proceso de institucionalización de las comunidades huarpes del noreste del desierto de Lavalle y “culmina” el 2001, con el histórico fallo que ordena la restitución de las tierras reclamadas por estos pobladores y su expropiación a, hasta ese momento, sus tenedores y/o propietarios.

grupos y tienen como objetivo final la creación de sentidos comunes hegemónicos”.² Y luego agrega: “El discurso periodístico del bloque de poder [convierte] su Parcialidad (discurso de clase o grupo) en Objetividad (en discurso universal).³

Nos situamos dentro de la teoría marxista y específicamente dentro de la teoría de la hegemonía propuesta por Gramsci que establece que los medios de comunicación -una parte del aparato cultural- son herramientas relativamente autónomas de transmisión de los valores de las ideologías de los sectores dominantes y campo de consenso para ejercer liderazgo y, por ende, ideología. En un nivel básico, configuran sentido común y reproducen y/o construyen visiones representativas largamente ancladas en la sociedad sobre determinados sectores.

Para trabajar en el relevamiento de información de prensa en los diarios Los Andes y UNO utilizando la perspectiva de Intencionalidad Editorial trabajamos los siguientes aspectos, de acuerdo al tipo de medio considerado (en este caso el medio gráfico):

I). Definición de tema y encuadre general. La elección del tema implica relacionar dos elementos:

A. Una problemática general o suceso relevante, de una extensión más o menos prolongada en el tiempo, y susceptible de ser incorporada en el debate general de la disputa hegemónica. En este caso, abordamos la problemática aborígen huarpe a través de la prensa mendocina. Y esta problemática plantea, entre otras cosas, el conflicto permanente entre el estado -y otros grupos de poder- y estos grupos subalternos.

B. Uno o más medios de comunicación. En este caso utilizamos dos medios - Los Andes y UNO-, lo cual nos sirve para contrastar o comparar el discurso que ambos refieren respecto al pueblo aborígen huarpe.

Recorte espacio-temporal: lo cual implica considerar qué medios de prensa vamos a analizar y en qué fecha (período) vamos a realizar la observación. La elección de uno o más medios para analizar no es azarosa. Cada medio se inscribe en la dialéctica general del poder y expresa (representa) en el plano ideológico la posición del grupo o facción de clase a la que pertenece como empresa. Entre otros aspectos, la estructura financiera del medio y estilo son elementos a considerar en la definición de la empresa periodística a considerar. En este caso, trabajamos con dos medios: Los Andes, por tiraje e historia, y por pertenecer a uno de los grandes multimedios de la actualidad como es el grupo Clarín; por otro lado, consideramos a UNO, diario que fue fundado en 1991, en pleno auge del neoliberalismo, y que pertenece a un gran

² DUCROT, Víctor Hugo, *Observatorio de Medios*, En: En: www.prensamercosur.com.ar

³ DUCROT, Víctor Hugo, *Objetividad o subjetividad: mito del periodismo hegemónico*, En: www.prensamercosur.com.ar

conglomerado mediático como es el Grupo Vila-Manzano. Los dos son los principales diarios de nuestra provincia.

Cabe destacar que el recorte temporal estará sujeto al tipo de escenario definido (punto a del tema). Si se trata de un suceso coyuntural, la selección de las ediciones a analizar es sencilla: sólo hay que partir de la fecha en que ocurrieron los hechos hasta que el tema ya no fue más cubierto por el medio. Si se trata de escenarios más permanentes -como es en nuestro caso de manera global la problemática indígena- podemos trabajar con hitos o momentos clave en que el tema se centró en la agenda mediática. El recorte debe explicitar, qué secciones del medio gráfico consideraremos para la investigación. Y si bien las páginas de opinión y los editoriales son importantes para detectar la intencionalidad editorial del medio, no hay que descartar el género informativo.

Pregunta guía y objetivos: Previo al momento de la observación es necesario plantear una pregunta de investigación. Se trata de un interrogante que guiará las etapas del proceso y que, por tanto, deberá enunciar con suficiente complejidad y claridad los ejes que vertebran la observación.

Referencias temáticas: Se trata de ubicar la pieza dentro de un tema general que la englobe. Generalmente se establecen (dos o más) pares dicotómicos de referencia con el fin de ubicar, tanto en el análisis cualitativo como cuantitativo, las piezas seleccionadas publicadas en el medio observado. Esa ubicación estará dada, principalmente, por los recursos gramaticales y las fuentes que utiliza la nota. Esto irá determinando el posicionamiento político-editorial del medio en el tema planteado.

II) Líneas de acción para el análisis cuantitativo:

-Identificar los artículos relacionando el tema en la totalidad del medio (secciones definidas) y recolectar la información necesaria para realizar el análisis cuantitativo. El/la observador/a contará con dos planillas en las que deberá volcar los datos que surjan de su monitoreo: Planillas N° 1 y 2.

Planilla de observación N° 1: Primera Plana o Portada

1. Tema del observatorio
2. Nombre del medio
3. Nombre del observador
4. Fecha
5. Titulares: Transcribir cada uno de los titulares de portada.
6. Selección de titulares: Ampliar el titular que se refiera al tema del observatorio
7. Autor/a: Indicar autor del titular en caso de que corresponda
8. Referencia temática

9. Fuentes: Mencionar fuentes del titular en caso de que aparezcan señaladas.
10. Ubicación: Indicar con una cruz si el titular tiene una ubicación “destacada”, “secundaria” o “complementaria”.
11. Género: Indicar con una cruz si el titular pertenece a una pieza “Informativa” o de “Opinión”.
12. Imagen: Indicar con una cruz si el titular está acompañado de una imagen (Sí o No), ya sea foto de prensa, fotomontaje, infografía o dibujo.
13. Indicadores de Intencionalidad Editorial: Consignar breve comentario sobre los siguientes puntos:
 - . Características de adjetivación en títulos y textos (valoración calificatoria o descalificatoria del tema observado).
 - . Aproximación sobre el peso informativo del tema observado (en relación al peso-extensión y ubicación de la información en página y relieve o importancia de títulos) respecto de otros temas.
 - . Breve comentario sobre el posicionamiento político-editorial en título y texto.

Planilla de observación N° 1: Primera plana

Observatorio:		Medio:			Observador:			Fecha:			
Todos los titulares	Selección de titulares	Autor	Referencia Temática	Fuentes	Ubicación			Género		Imagen	
					Dest	Sec	Com	Inf	Op	Sí	No
1)	1)										
2)	2)										
3)	3)										
4)	4)										
5)	5)										
Indicadores Intencionalidad Editorial:											

Ubicación: **D** (Destacada), **S** (Secundaria), **C** (Complementaria)
 Género: **INF** (Información), **OP** (Opinión)

Planilla de observación N° 2: Páginas interiores

1. Tema del observatorio
2. Nombre del medio
3. Nombre del observador
4. Fecha
5. Títulos de notas: Transcribir los títulos de las notas sobre el tema del observatorio.
6. Autor/a: Indicar autor de la nota en caso de que corresponda.
7. Sección: Indicar sección en la que aparece la nota.
8. Referencia temática.
9. Fuentes: Mencionar fuentes en caso de que aparezcan señaladas.
10. Ubicación: Indicar con una cruz si la nota tiene una ubicación “destacada”, “secundaria” o “complementaria”.
11. Género: Indicar con una cruz si la nota pertenece a una pieza “Informativa” o de “Opinión”.
12. Imagen: Indicar con una cruz si la nota está acompañado de una imagen (Sí o No), ya sea foto de prensa, fotomontaje, infografía o dibujo.
13. Indicadores de Intencionalidad Editorial: Consignar breve comentario sobre los siguientes puntos:
 - . Características de adjetivación en títulos y textos (valoración calificatoria o descalificatoria del tema observado).
 - . Aproximación sobre el peso informativo del tema observado (en relación al peso-extensión y ubicación de la información en página y relieve o importancia de títulos) respecto de otros temas.
 - . Breve comentario sobre el posicionamiento político-editorial en título y texto.
 - . Si es posible, referencia del autor de la nota, si aparece firmada.
 - . Breve comentario sobre tipos de fuentes, sobre todo consignar si aparece más de una fuente y si son contrastadas, es decir si aparecen fuentes de posiciones enfrentadas.

Planilla de observación N° 2: Páginas Interiores

Ubicación: **D** (Destacada), **S** (Secundaria), **C** (Complementaria); Género: **INF** (Información), **OP** (Opinión).

Observatorio:		Medio:			Observador:			Fecha:			
Títulos de notas	Autor	Sección	Referencia Temática	Fuentes	Ubicación			Género		Imagen	
					Dest	Sec	Com	Inf	Op	Sí	No
1)											
2)											
3)											
4)											
5)											
6)											
Indicadores Intencionalidad Editorial:					Notas tema:						
					Otros temas:						

Ubicación: La ubicación de las piezas dentro del diario es un dato importante en términos cuantitativos porque permite saber qué cantidad de titulares o notas ocuparon los espacios principales y/o marginales del medio, obteniendo una primera aproximación sobre la relevancia del medio observado. Los criterios para determinar la ubicación son preeminencia de volanta, título y bajada, ubicación en portada y páginas interiores (inferior/superior), espacio ocupado y contenido de imágenes, de acuerdo al estilo de cada medio.

Titulares (Planilla 1): Destacado (D): Como su nombre lo indica, es el titular más importante. Todos los medio gráficos privilegian un titular por sobre el resto, de acuerdo a su agenda. **Secundario (S):** Los titulares secundarios pueden o no tener imágenes, contar o no con los tres elementos de titulación (volanta, título y bajada), pero en general se caracterizan por su menor tamaño y su marginalidad en la portada. **Complementarios (C):** Son los titulares más pequeños de la portada o aquellos que complementan la información de los titulares que se inscriben en las categorías precedentes.

Páginas interiores (Planilla 2): Se considerará cada página como unidad de análisis para determinar si una nota es Destacada, Secundaria o Complementaria. **Destacada (D):** Es la nota más relevante de la página, la que posee mayor tipografía en título, extensión y/o ubicación principal por sobre el resto de las piezas. Generalmente, cuenta con los tres elementos de titulación (volanta, título y bajada). También suele estar acompañada al menos por una imagen (fotografía, infografía o caricatura). **Secundaria (S):** Esta nota cuenta con una menor tipografía en el título, está ubicada en espacios marginales y suele ser menos extensa que la destacada. **Complementaria (C):** Es la nota más pequeña en extensión y, en general, no posee volanta ni bajada, así como tampoco imagen. La tipografía del título de las notas complementarias es menor en relevancia que la de las secundarias.

Género:

Las columnas de las Planillas y 2 donde se debe cuantificar el género de las piezas observadas se refiere específicamente a los géneros periodísticos. Para simplificar la tarea de recolección de datos se los acota en dos grandes grupos: géneros de información (INF) y de Opinión (OP).

Esta tarea no tiene mayores dificultades ya que los medios diferencian ambos tópicos en un intento por marcar lo que presentan como “objetivo” y “subjetivo”, según las corrientes dominantes que influyen sobre el periodismo.

En los géneros informativos se incluyen la noticia, la crónica, la entrevista, etc. En lo géneros de opinión están la columna, el editorial, la crítica y las cartas de lectores.

La mayoría de los medios gráficos intercalan ambos géneros en sus páginas, aunque las piezas dedicadas a la opinión tienen secciones específicas que las incluyen.

III) Líneas de acción para el análisis cualitativo:

1. Seleccionar, a partir de la muestra cuantitativa, las piezas más relevantes que sirvan para el análisis de la Intencionalidad Editorial.

2. Análisis de las piezas seleccionadas, siguiendo los indicadores de Intencionalidad Editorial de las planillas, y profundizando en los mismos:

.Características de adjetivación en títulos y textos (valoración calificatoria o descalificatoria del tema observado).

. Peso informativo del tema observado (en relación al peso-extensión y ubicación de la información en página y relieve o importancia de títulos) respecto de otros temas.

. Comentario sobre el posicionamiento político-editorial en título y texto.

. Si es posible, referencia del/la autor/a de la nota, si aparece firmada.

.Comentario sobre tipos de fuentes, sobre todo consignar si aparece más de una fuente y si son contrastadas, es decir si aparecen fuentes de posiciones enfrentadas.

3. Las piezas serán sometidas a una contextualización analítica, tomando artículos anteriores del mismo autor, del mismo diario y de otros medios regionales y nacionales, con el fin de compararlos entre sí y determinar el comportamiento histórico-político de los periodistas y los medios involucrados al respecto.

4. Se investigarán cuestiones relacionadas a la conformación histórica de los medios en cuestión, así como sus actuales pertenencias corporativas, estructuras societarias e ingenierías financieras. También se buscarán establecer relaciones entre estos diarios y el medio cultural, económico, social y político, tanto local como internacional.

III) Líneas de acción para el informe final de los observadores

A) Volcado de los datos cuantitativos (síntesis de datos obtenidos en las planillas).

B) Análisis cualitativo con fundamento, citas y ejemplos extraídos de los resultados del análisis cuantitativo.

C) Conclusiones finales sobre los resultados obtenidos en los análisis cuantitativo y cualitativo, teniendo en cuenta el marco teórico-metodológico del modelo de Intencionalidad Editorial.

Instructivo para el informe

1. Nombre del medio
2. Nombre del observador

A) Volcado de los datos cuantitativos del período de observación.

1. Portada

1.1. Consignar cuáles fueron los temas más importantes del mes, a partir de los titulares aparecidos en la portada.

-
-
-

1.2. Determinar qué lugar ocupó el tema analizado (porcentaje de titulares en relación a otros temas).

Titulares	Cantidad	Porcentaje
Otros temas		
Totales		100%

1.3. Ubicación de los titulares en relación a referencias temáticas

Ubicación “destacada”	Cantidad	Porcentaje
Totales		100%

Ubicación “secundaria”	Cantidad	Porcentaje
Totales		100%

Ubicación “complementaria”	Cantidad	Porcentaje
Totales		100%

1.4. Género en relación a referencias temáticas

Información	Cantidad	Porcentaje
Totales		100%

Opinión	Cantidad	Porcentaje
Totales		100%

2. Páginas interiores

2.1. Estadística del tema analizado: calcular porcentaje total de notas aparecidas en relación con otros temas.

Resultados de todas las secciones	Cantidad	Porcentaje
Totales		100%

2.2. Estadística del tema analizado por sección y en relación a referencias temáticas. En las siguientes tablas se deberá completar el nombre de cada una de las secciones del medio en las que se hayan detectado piezas sobre el tema observado (Ej. Sección 1: Economía, Sección 2: Política, etc.) y calcular la cantidad de notas según referencias temáticas. Utilizar una tabla por sección.

Sección 1:	Cantidad	Porcentaje
Totales		100%

Sección 2:	Cantidad	Porcentaje
Totales		100%

2.3. Géneros de las notas en relación a las referencias temáticas

Información	Cantidad	Porcentaje
Totales		100%

Opinión	Cantidad	Porcentaje
Totales		100%

2.4. Ubicación de las notas en relación a referencias temáticas

Ubicación “destacada”	Cantidad	Porcentaje
Totales		100%

Ubicación “secundaria”	Cantidad	Porcentaje
Totales		100%

Ubicación “complementaria”	Cantidad	Porcentaje
Totales		100%

3. Contabilización de actores y sujetos

Actores-Sujetos	Cantidad	Porcentaje
Totales		100%

B) Análisis cualitativo

1. Selección de titulares de portada y notas identificadas durante el proceso cuantitativo. Seleccionar los casos más relevantes en indicadores de intencionalidad editorial.
2. Síntesis del comportamiento del medio durante el período de observación a partir de los datos relevados, incluyendo los indicadores de intencionalidad editorial y principales hallazgos en portadas y páginas interiores. Utilizar las piezas seleccionadas en el punto 1 para extraer fundamentos, citas y ejemplos.

Considerar:

-Referencia del autor/a en caso de que aparezca su firma en el artículo observado.

-Carga valorativa: **adjetivaciones y calificaciones** del fenómeno observado, así como las técnicas y gramáticas de construcción noticiosa, utilizadas para instalar en agenda los discursos parciales del medio como valores universales.

-Identificación y **características de sujetos, actores y fuentes**: analizar la forma en que el medio trata las fuentes, es decir, cómo pregunta, cómo las presenta, si la contrasta con otras fuentes o las ratifica unilateralmente con otras de postura semejante. También es importante determinar **si se afirman hechos sin recurrir a fuentes**.

-**Tratamiento de imágenes**: Identificación de la intencionalidad de fotografías, infografías, ilustraciones, etc., desde un análisis contextualizado.

-**Posicionamiento político-editorial: parcialidad** que adopte el medio en cada caso, determinada como síntesis final de los ítems anteriores.

Conclusiones finales, desarrolladas sobre la base del marco teórico-metodológico de Intencionalidad Editorial y los resultados obtenidos en los análisis cuantitativo y cualitativo.

3. Conclusiones parciales obtenidas:

Aunque no se ha realizado aun el análisis cuanti-cualitativo de las notas revisadas, es posible afirmar en esta etapa del proyecto que los medios analizados se encargan de deslegitimar e invisibilizar las luchas de las minorías aborígenes. Las corporaciones mediáticas en Argentina -que actúan en bloque en defensa de sus intereses- reafirman su posición de continuar considerando a los aborígenes como extranjeros y como seres conflictivos que exigen tierra y recursos que no les pertenecen. La prensa escrita, como ámbito privilegiado del poder, ejerce la continuidad ideológica que se opone a las demandas concretas y al reconocimiento pleno de derechos a las minorías aborígenes de nuestro país, y al pueblo huarpe en particular. En cuanto a invisibilizaciones, no es un

dato menor que los diarios Los Andes y UNO otorguen escasa o nula cobertura al tema huarpe. Seguramente estos temas no forman parte de la agenda mediática de los medios comerciales por ser temas conflictivos que no tiene interés para su gran grupo de lectores. Ciertamente, éstas son observaciones preliminares y queda por avanzar en este trabajo para observar con más detalle otros aspectos de la prensa en donde se manifiesta el ocultamiento/negación/invisibilidad de la identidad y de la lucha huarpe en Mendoza.

4. Otras actividades desarrolladas: Cabe mencionar que este becario ha realizado en el año en que desarrolló este proyecto con aval académico, diversas actividades que han colaborado a su crecimiento como investigador. Así, desde junio comencé a cursar el Taller de Investigación I “Diseño de la Investigación” en el marco del Trayecto Integrado de Talleres de Investigación y Posgrado que imparte el Centro de Investigaciones conjuntamente con la Secretaría de Posgrado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

También, dentro de otras actividades realizadas en este primer semestre, cabe mencionar los Curso y Talleres de Comunicación Popular realizados los días 7, 8 y 9 de junio de 2010 en el Teatro Universidad y en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales en donde, además de otros talleres, se obtuvo capacitación específica respecto al modelo de intencionalidad editorial con el que trabajamos en este proyecto. Además, este maestrando participó con su ponencia en el 8° ENACOM (Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación) organizado por FADECCOS (Federación argentina de carreras de Comunicación Social) que se realizó en Jujuy los días 19,20 y 21 de agosto de 2010.

Por último, participé del XII Congreso de REDCOM (Red de carreras de Comunicación Social y Periodismo) denominado “Los desafíos del periodismo y la comunicación social en el bicentenario” y desarrollado en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNCuyo los días 7, 8 y 9 de octubre de 2010. Allí presenté la Ponencia: “Identidades huarpes y un inédito proceso de reemergencia huarpe en el contexto neoliberal (1990-2001)”.

5. Bibliografía:

- DUCROT, Víctor Hugo, *Objetividad o subjetividad: mito del periodismo hegemónico*, En: www.prensamercosur.com.ar
- DUCROT, Víctor Hugo, *Coca-Cola NO refresca mejor*, En: www.prensamercosur.com.ar, 30 de noviembre de 2004.
- DUCROT, Víctor Hugo, *Intencionalidad editorial. Una síntesis introductoria. Hacia un método propio para el análisis del discurso periodístico*, En: Revista Question, Vol. 6, 25 de mayo de 2005.
- ESCOLAR, Diego, *¿Mestizaje sin mestizos?: etnogénesis huarpe, campo intelectual y regímenes de visibilidad en Cuyo, décadas de 1920-1940*, Anuario IEHS, Tandil, pp. 151-180.
- ESCOLAR, Diego, *Los dones étnicos de la Nación, Identidades huarpe y modos de producción de soberanía en Argentina*, Buenos Aires, Prometeo, 2007.
- FORD, Aníbal y OTROS, *Medios de Comunicación y Cultura Popular*, Buenos Aires, Legasa, 1990.
- GARCÍA, A., *Tras las huellas de la identidad huarpe*, Mendoza, CEIDER, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo.
- GOMIS, L., *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*, Paidós, México, 1991.
- ISLA, A., *Los usos políticos de la identidad. Indigenismo y estado*, Buenos Aires, Editorial de las ciencias.
- SALTALAMACCHIA, Homero, *Del proyecto al análisis: Aportes a una investigación cualitativa socialmente útil*, Buenos Aires, 1ra. ed., Tomo 1.
- CAMPIONE, Daniel, *Para leer a Gramsci*, 1ra. Edición, Buenos Aires, Ediciones del CCC, 2007.
- MARTÍN BARBERO, Jesús, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, México, Gustavo Gili, 1993.
- MARX, Karl, *El Capital*, Buenos Aires, Siglo XXI Editores, Argentina, 2003.

- WALLERSTEIN, I., *La construcción de los pueblos: racismo, nacionalismo, etnicidad*, En: BALIBAR., E y WALLERSTEIN I., (eds.): *Raza, Nación y Clase*, IEPALA, pp. 111-134.

.....

Lic. Gerardo Marzán

.....

Lic. Ernesto Espeche

Firma del Director del Proyecto