



ISSN 1669-7227

# RED DE ESTUDIOS DE HISTORIA DE EMPRESAS

BOLETÍN VIRTUAL Nº 31

DICIEMBRE · 2020

DEBATES

NOVEDADES

RESEÑAS

EVENTOS/CONVOCATORIAS

TESIS

RECURSOS

ARCHIVOS

SUMMARY

Hoy presentamos, con mucha satisfacción, el número 31 del Boletín Virtual de la Red de Estudios de Historia de Empresa. Al terminar este año tan desafiante y complejo, nos alegra la satisfacción de haber podido sostener esta iniciativa ya por más de 16 años.

Nuestro principal objetivo fue y sigue siendo el de ofrecer un espacio de difusión, destinado a visibilizar debates internacionales en el campo de la Historia

de Empresas y a generar puentes e interconexiones entre el mundo académico argentino y latinoamericano -por una parte- y el de aquellos países en los que nuestra disciplina ha tenido un mayor desarrollo, en particular los Estados Unidos y diversas naciones europeas -por otra-.

*Editores: María Inés Barbero, (UBA) Andrea Lluch (UNLPam - CONICET), Daniel Moyano (UNT - CONICET) y Patricia Olgún (UNCuyo - CONICET)*

AUSPICIAN LA EDICIÓN DEL BOLETÍN



## RED DE ESTUDIOS DE HISTORIA DE EMPRESAS

Consejo Asesor de la Red

Andrés Regalsky (UNLu – UNTREF - CONICET); Norma Lanciotti (UNR - CONICET); Raúl Jacob (Universidad de la República, Uruguay); Roberto Schmit (UBA - Instituto Emilio Ravignani - UNGS); Sandra Kuntz (El Colegio de México, México)

Colaboradora externa

Beatriz Rodríguez-Satizabal (Universidad de Los Andes, Colombia)

# El capitalismo y los sentidos

AiHisano

Universidad de Kyoto, Japón

<https://www.econ.kyoto-u.ac.jp/en/faculty-members/professor/hisanoai/>

Link al libro <https://www.hup.harvard.edu/catalog.php?isbn=9780674983892>

Los negocios y las empresas han dado forma a nuestras experiencias sensoriales del mundo. A partir de finales del siglo XIX, los fabricantes de alimentos, saboristas y perfumistas de los Estados Unidos y otros países experimentaron con nuevas tecnologías para estandarizar algo aparentemente personal e intangible: los sentidos. Así como habían comenzado a fabricar en masa productos de consumo, buscaron crear la percepción sensorial cuantificando el color y analizando la sensación olfativa a partir de componentes químicos.<sup>1</sup>

Esta creación de nuevas sensaciones fue una dimensión importante, aunque muy descuidada, en la evolución del capitalismo. En los Estados Unidos, por ejemplo, con la rápida industrialización y la expansión del mercado a partir del decenio de 1870, las empresas comenzaron a desarrollar estrategias de fabricación y comercialización a escala masiva basadas en la gestión sistemática, y en el conocimiento de la ciencia moderna.<sup>2</sup> La producción en masa y la estandarización permitieron una variación sin precedentes de los productos en cuanto a su color, olor, textura, etc. Las variaciones de los productos se convirtieron en un factor importante en la producción y comercialización en masa de productos estandarizados. Al contemplar las implicaciones de la estandarización, el fabricante icónico de automóviles Henry Ford afirmó en 1931 que la estandarización "introdujo una variedad inaudita en nuestra vida" en lugar de "hacer que fuera igual". "La producción de máquinas", continuó Ford, "diversificó nuestra vida, [y] dio una mayor variedad de artículos de lo que nunca antes se había creído posible".<sup>3</sup> Su declaración - aparentemente contradic-

1 Para ampliar este ensayo introductorio, ver Ai Hisano, *Visualizing Taste: How Business Changed the Look of What You Eat* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 2019).

2 Alfred D. Chandler Jr., *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1977).

3 Citado en Thomas K. McCraw and Richard S. Tedlow, "Henry Ford, Alfred Sloan, and the Three Phases of Marketing," in *Creating Modern Capitalism: How Entrepreneurs, Companies, and Countries Triumphed in Three Industrial Revolutions*, ed. Thomas K. McCraw (Cambridge,

## VISUALIZING TASTE

How Business Changed the  
Look of What You Eat



Ai Hisano

toria, ya que Ford al principio sólo fabricaba coches negros - apunta a las muchas nuevas variaciones que entraron en la vida americana con la estandarización. La estandarización condujo a ejercicios con colores y estilos. Al tiempo que les permitió a los fabricantes reducir los costos de producción; los consumidores pudieron comprar más bienes y sentir un mayor nivel de apego a esos bienes.

Desde entonces no hizo solo posible sino también crucial que los fabricantes determinaran el olor, el sonido, el tacto y el aspecto correcto de sus productos para obtener la respuesta

MA: Harvard University Press, 1995), 273.

deseada de los consumidores. A medida que los científicos, publicistas, consultores y fabricantes de diversas industrias comenzaron a desarrollar nuevas técnicas de medición y reproducción de la percepción sensorial, surgió toda una industria que creó realidades alternativas y nuevos mundos de vista, sonido, olfato y tacto. Desde finales del siglo XIX, con la aparición de lo que el historiador de la ciencia Steven Shapin ha llamado el "complejo estético-industrial", los fabricantes, científicos, diseñadores y comercializadores crearon conjuntamente una vertiginosa gama de productos, que van desde los cosméticos y los artículos de tocador hasta los alimentos y la moda, con diferentes colores, formas, olores, texturas y sabores en el mundo industrializado, incluidos los Estados Unidos, Europa y Asia.<sup>4</sup> Las empresas de bienes de consumo combinaron múltiples estímulos sensoriales para complementar cada sentido e intensificar las sensaciones de los consumidores.

La presentación de los bienes en los puntos de venta, primero en los grandes almacenes y después en los supermercados, se convirtió en un medio importante y eficaz para estimular los deseos de los consumidores.<sup>5</sup> Los estudiosos y críticos culturales contemporáneos, entre ellos Thorstein Veblen, Theodor Adorno y Walter Benjamin, identificaron y comprendieron la nueva capacidad de las empresas de emplear técnicas psicológicas para influir en la compra y venta de bienes. Hicieron hincapié en las nuevas estrategias de la empresa capitalista para mercantilizar la actividad humana, el gusto y el sentimiento. En esta nueva era del capitalismo consumista, apelar a los sentidos y reinventar lo que los consumidores querían se convirtió en una parte crucial de las prácticas de fabricación y comercialización para estimular el apetito de los consumidores.

Pero no se trataba sólo de una nueva estrategia de comercialización, sino que las consecuencias de la gestión de los sentidos eran profundas y de gran alcance. Era una nueva forma vía para que las empresas remodelaran la forma en que

la gente percibía el mundo. Nuevas técnicas de estimulación y control de la percepción sensorial - desde fragancias para cosméticos y artículos de tocador hasta alimentos con sabores y colores artificiales, fibras sintéticas con una textura similar a la del cuero y sonidos reproducidos en forma de música - dieron forma al modo en que la gente entendía el entorno.

Con el tiempo, los negocios han creado un mundo sensorial completamente nuevo. A medida que el manejo corporativo de la percepción sensorial se ha vuelto más poderoso y efectivo, su impacto se ha vuelto más difuso y penetrante en la sociedad. Al igual que el color de los alimentos, otras experiencias sensoriales, como el olor del "aire fresco" creado por los ambientadores y el sonido de las "olas del océano" utilizado como música de relajación, se han normalizado y separado de sus contextos temporales y espaciales. De esta manera, los mundos artificiales se han convertido en mundos reales.

La historización de las experiencias sensoriales es un tema poco convencional en la literatura de historia de empresas. Pero ha recibido una considerable atención desde la antropología, historia social e historia cultural en las últimas décadas. En su libro de 1982, *Le miasme et la jonquille* (traducción inglesa, *The Foul and the Fragrant*, en 1986), el historiador francés Alain Corbin exploró la vida social a través de la lente de los olores y analizó, por ejemplo, las campañas de desodorización, las conexiones entre el olor y la higiene, el olor como marcador de la propia condición o estatus.<sup>6</sup> Sobre la base de los trabajos de Corbin y otros anteriores, los antropólogos canadienses David Howes y Constance Classen, ambos de Concordia University de Montreal, han demostrado la importancia de los sentidos para enriquecer la comprensión de la forma en que las personas "dan sentido" a su sociedad.<sup>7</sup> Classen subrayó la importancia de estudiar los sentidos como historia social y no en el ámbito de la historia "natural" simplemente como un fenómeno biológico. Haciéndose eco de Classen, Howes sostuvo que el sistema de valores sensoria-

4 Steven Shapin, "The Sciences of Subjectivity," *Social Studies of Science* 42, no. 2 (April 2012): 179.

5 Vicki Howard, *From Main Street to Mall: The Rise and Fall of the American Department Store* (Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2015); William Leach, *Land of Desire: Merchants, Power, and the Rise of a New American Culture* (New York: Pantheon Books, 1993); Michael B. Miller, *Bon Marché: Bourgeois Culture and the Department Store, 1869–1920* (Princeton, NJ: Princeton University Press, 1981).

6 Ver Constance Classen, *Worlds of Sense: Exploring the Senses in History and Across Cultures* (New York: Routledge, 1993); David Howes, *Sensual Relations: Engaging the Senses in Culture and Social Theory* (Ann Arbor: University of Michigan Press, 2003); David Howes, ed., *Empire of the Senses: The Sensual Culture Reader* (New York: Berg, 2005); David Howes and Constance Classen, *Ways of Sensing: Understanding the Senses in Society* (New York: Routledge, 2014).

7 Alain Corbin, *Le miasme et la jonquille: L'odorat et l'imaginaire social, XVIIIe-XIXe siècles* (Paris, Aubier Montaigne, 1982); English translation: *The Foul and the Fragrant: Odor and the French Social Imagination* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1986).

les "es practicado y experimentado (y a veces desafiado) por los humanos como portadores de cultura" y el orden sensorial "es algo que se vive".<sup>8</sup> El objetivo de "la revolución sensual" es, según Howes, "recuperar la percepción del laboratorio". Como Howes, Classen y otros estudiosos de la historia de los sentidos han afirmado, los sentidos "se hacen, no se dan", en otras palabras, "los sentidos tienen una historia".<sup>9</sup>

Aunque los historiadores de empresas no se han comprometido estrechamente con los sentidos como marco analítico, el creciente conjunto de trabajos interdisciplinarios ha descrito las estrategias comerciales, el espíritu empresarial y los cambios tecnológicos como factores clave en la creación de nuevas formas de percibir el mundo. El auge del negocio de la música en los Estados Unidos entre los decenios de 1870 y 1930, por ejemplo, facilitó la comercialización de los sonidos y contribuyó a configurar la cultura de la escucha de la música mediante la difusión de ciertas melodías y sonidos como más comercializables que otras.<sup>10</sup> La "revolución del color" en la comercialización y venta al por menor de bienes de consumo, como automóviles y ropa, transformó las prácticas comerciales y el entorno visual más amplio de la sociedad estadounidense.<sup>11</sup> En la industria de la belleza, los empresarios desempeñaron un papel fundamental no sólo en la expansión del mercado mundial, sino también en el cambio de las ideas de la gente sobre la belleza. La forma y el color del cuerpo y la cara, la suavidad de la piel y el olor corporal significaban el estatus social y económico de cada uno. Si bien una creciente variedad de productos de belleza parecía ofrecer a los consumidores una amplia variedad de opciones, la globalización de la industria de la belleza ayudó a estandarizar lo que significaba la belleza en todas las culturas.<sup>12</sup>

Estos estudios sobre los sentidos nos ayudan a comprender

cómo los asuntos aparentemente personales que muchas personas dan por sentado se insertan en contextos políticos, económicos y sociales más amplios, y cómo las empresas desempeñaron un papel importante en este proceso, es decir, las amplias implicaciones de las prácticas comerciales para la sociedad y las personas ajenas a la empresa. Es importante explorar no sólo la forma en que cambió la gestión en el tiempo o la forma en que una empresa desarrolló estrategias comerciales, o bien generalizar sobre el "capitalismo", sino, por ejemplo, entender por qué las estrategias de comercialización de las empresas tienen importancia en el panorama general de la historia de la humanidad, y cómo los cambios al interior de las empresas globales influyeron en la sociedad en general. Ha llegado el momento de volver a examinar por qué los negocios son importantes como tema de estudio académico y como actor de la historia.

8 Howes, "Introduction: Empires of the Senses," in Howes, *Empire of the Senses*, 3–4.

9 David Howes, "The 'Race to Embrace the Senses' in Marketing: An Ethnographic Perspective," *Ethnographic Praxis in Industry Conference* (2013): 13.

10 David Suisman, *Selling Sounds: The Commercial Revolution in American Music* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 2009).

11 Regina Lee Blaszczyk, *The Color Revolution* (Cambridge, MA: MIT Press, 2012); Regina Lee Blaszczyk and Uwe Spiekermann, *Bright Modernity: Color, Commerce, and Consumer Culture* (London: Palgrave Macmillan, 2017).

12 Geoffrey Jones, *Beauty Imagined: A History of the Global Beauty Industry* (New York: Oxford University Press, 2010).

# Barbagallo, Lionel y Cuesta, E. Martín (Comps.) (2020). *Rentabilidad y Patrimonio de Grandes Empresas en Argentina. Una Historia*. Emerald CABA: L&C, 336 págs.

## ÍNDICE

La Estancia de Baring Brothers: La Curamalán. Patrimonio y gestión de una gran estancia Argentina. Martín Cuesta

La Argentina y la diplomacia del dólar: la evolución de la deuda pública argentina, 1900-1930.

Agustina Vence Conti

Patrimonio y Rentabilidad de una gran empresa textil argentina: Alpargatas S.A. (1926-1950).

Lionel Barbagallo y E. Martín Cuesta

Tasa de ganancia en la industria argentina en el siglo XX. Medición para empresas seleccionadas automotrices, autoparlistas y metalúrgicas (1947-1967). Damián Andrés Bil, Ianina Harari y Jonathan Bastida Bellot

La crisis de la capitalización bursátil en la Argentina en la década de 1960. Lionel Barbagallo

Coyuntura económica, cambio político y rentabilidad de la gran empresa en la Argentina de entre siglos, 1990-2017. Un ensayo comparativo. Javier Moreno Lázaro

El libro está [disponible aquí](#).





## López, Mario Justo (2020). *Trenes ingleses en Argentina. Monopolio y control estatal (1897-1916)*. Carapachay: Lenguaje Claro Editora, 492 págs.

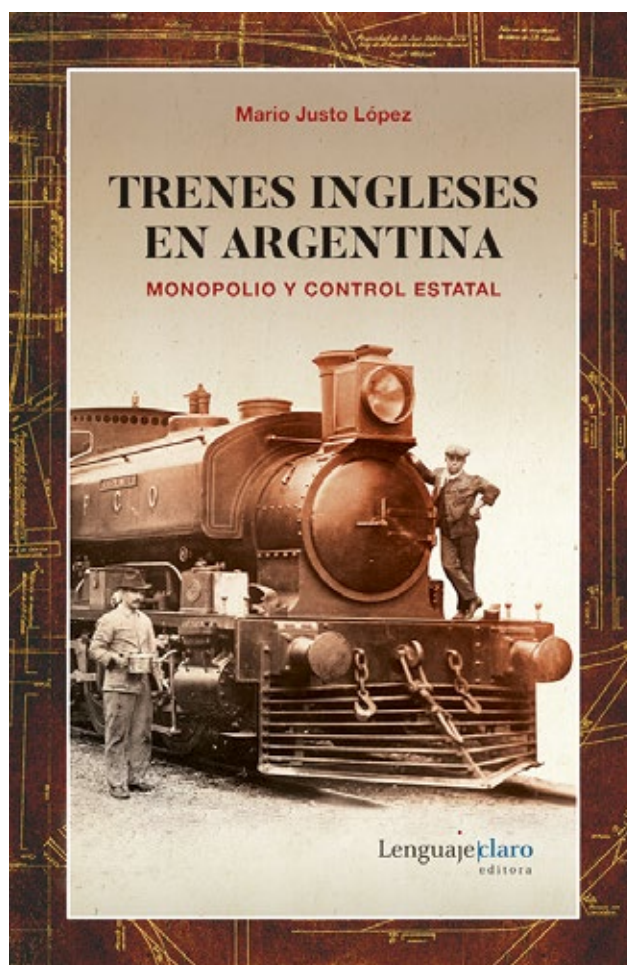
A comienzos del siglo veinte, la llamada “Ley Mitre” –en reconocimiento a Emilio Mitre, autor del proyecto que le dio origen– propuso llevar adelante la explotación ferroviaria en Argentina en base a la acción de pocas y grandes compañías privadas, reguladas y controladas por el poder estatal.

Mario Justo López desarrolla en estas páginas los antecedentes históricos que llevaron a la sanción de la ley 5315, su contenido y consecuencias. Con reconocida autoridad describe las políticas ferroviarias en distintas partes del mundo, las indecisiones al respecto del gobierno argentino antes de la Ley y cómo el cambio de mando permitió la elaboración de un Proyecto para modificar el hasta entonces dudoso y caótico régimen de las concesiones ferroviarias.

Para completar el panorama del período examinado, de 1897 a 1916, el autor da cuenta de otros hechos vinculados con el devenir de la actividad ferroviaria argentina, como la acción de las empresas con sus proyectos, éxitos y fracasos, sus reacciones frente al comportamiento del gobierno, el crecimiento de la red general y su vinculación con el crecimiento económico de Argentina.

Con su nuevo libro, López ofrece una lectura sólida y sorprendente de sucesos vitales para el desarrollo del país, con extraordinaria vigencia hasta nuestros días.

Más información: [Índice detallado y presentación](#)



Basualdo, Victoria, Berghoff, Hartmut and Bucheli, Marcelo (Eds.) (2021). *Big Business and Dictatorships in Latin America. A Transnational History of Profits and Repression*. Palgrave Macmillan, 408 pages.

This edited volume studies the relationship between big business and the Latin American dictatorial regimes during the Cold War. The first section provides a general background about the contemporary history of business corporations and dictatorships in the twentieth century at the international level. The second section comprises chapters that analyze five national cases (Argentina, Brazil, Chile, Uruguay and Peru), as well as a comparative analysis of the banking sector in the Southern Cone (Argentina, Brazil, Chile, and Uruguay). The third section presents six case studies of large companies in Argentina, Brazil, Chile, Colombia and Central America. This book is crucial reading because it provides the first comprehensive analysis of a key yet understudied topic in Cold War history in Latin America.

Table of contents

Crime and (No) Punishment: Business Corporations and Dictatorships. Basualdo, Victoria (et al.)

Business and the Military in the Argentine Dictatorship (1976–1983): Institutional, Economic, and Repressive Relations. Basualdo, Victoria

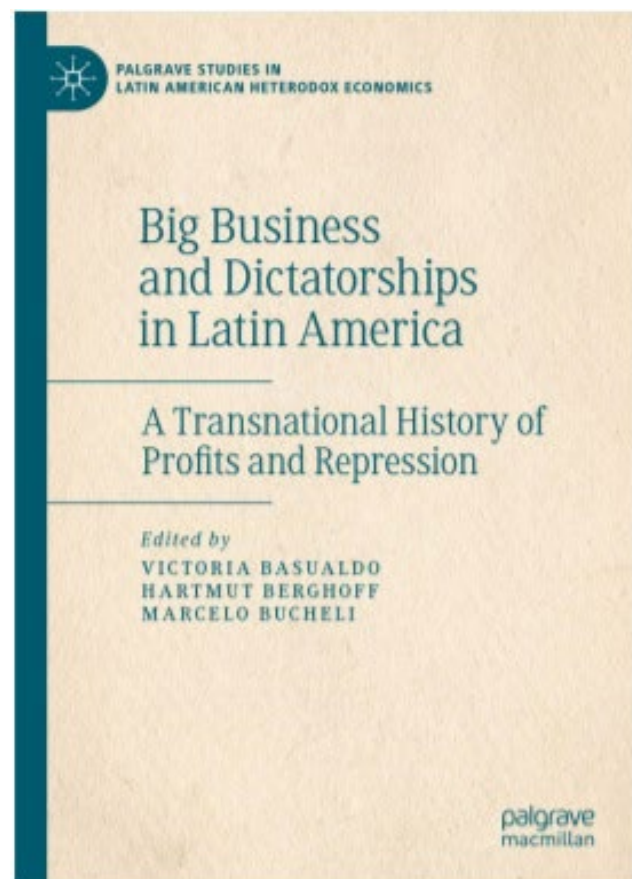
Building the Dictatorship: Construction Companies and Industrialization in Brazil. Pedreira Campos, Pedro Henrique

Authoritarian Rule and Economic Groups in Chile: A Case of Winner-Takes-All Politics. Huneeus, Carlos (et al.)

Big Business and Bureaucratic Authoritarianism in Uruguay: A Network-Based Story of Policy Infiltration for Self-Preservation. Bogliaccini, Juan A. (et al.)

More information:

<https://www.palgrave.com/us/book/9783030439248>



## Nercesian, Inés (2020). *Presidentes empresarios y Estados capturados. América Latina en el siglo XXI*. Buenos Aires: Teseo-IEALC, 246 págs.

¿Por qué tantos presidentes empresarios en América Latina en este siglo XXI? El libro estudia ocho países cuyos gobiernos tuvieron un sesgo empresarial: Argentina, Brasil, México, Chile, Colombia, El Salvador, Paraguay y Perú. Es cierto que la presión de las clases económicamente dominantes hacia el Estado es una variable de larga data, más aún en Latinoamérica, donde los grupos económicos surgieron y subsistieron gracias a la protección estatal. La novedad de este siglo es el modo en que se produjo esa captura de las decisiones estatales y sus mecanismos. Si los empresarios podían financiar campañas, hacer lobby, presionar o comprar medios, ¿por qué no ser directamente la élite estatal? Estos empresarios que expresan a esa generación que se constituyó o consolidó en la década de los noventa entendieron que era momento de ocupar el Estado de manera directa sin intermediarios. Ello se produjo en un contexto de crisis de los elencos políticos y de reacción frente al crecimiento de los gobiernos progresistas. ¿Quiénes son estos hombres y mujeres que se denominaron “el mejor equipo de los últimos 50 años”, “el gobierno de notables”, “el gabinetazo”, “los mejores, los más preparados”, “experiencia política y técnica”, “la selección nacional”, “el gabinete de lujo”?

### ÍNDICE

Agradecimientos

Prólogo

Introducción

1. Los grupos económicos

2. Los empresarios al poder

3. Los empresarios y sus gabinetes

4. ¿Quién es quién? Perfiles de ministros y ministras

5. La reinención. Escenarios híbridos y Estados capturados

Consideraciones finales

Abreviaturas

Bibliografía

Leer el libro [aquí](#)

URL: <https://www.teseopress.com/presidentes>

### PRESIDENTES EMPRESARIOS Y ESTADOS CAPTURADOS

América Latina en el siglo XXI



INÉS NERCESIAN

teseo  IEALC 



## Emigración e internacionalización de empresas italianas después de la Segunda Guerra Mundial. El caso de Fiat en América Latina en dos libros recientes

Federica Bertagna, Università degli Studi di Verona

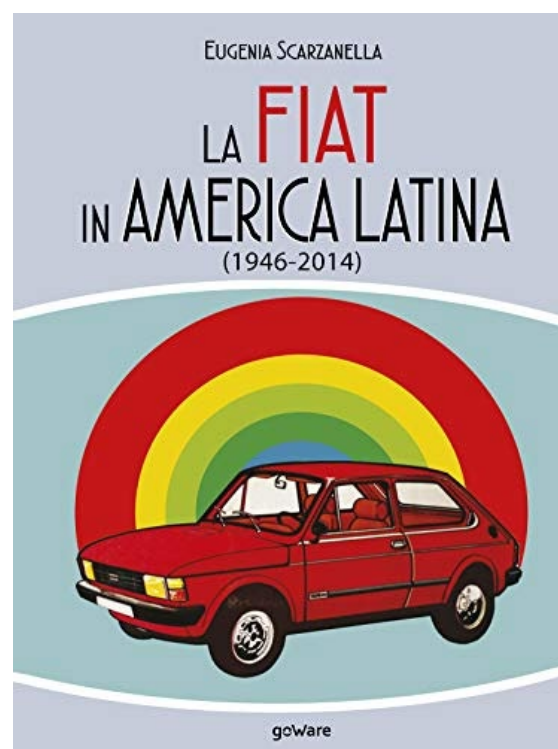
¿Existió después de la Segunda Guerra Mundial una correlación entre la emigración desde Italia a América Latina, y a Argentina y Brasil en particular, y los procesos de internacionalización de las principales empresas italianas en la región? Dos ensayos, de Camillo Robertini y Eugenia Scarzanella<sup>1</sup>, publicados por casualidad con unos meses de distancia entre sí, respectivamente en octubre de 2019 y marzo de 2020, así lo afirman y demuestran, con claridad y fuerza de argumentos, estudiando la expansión post 1945 de la mayor de ellas: Fiat.

Juntos constituyen un avance importante en un tema tanto relevante cuanto largamente ignorado por la historiografía italiana, por distintas razones.

Una está relacionada probablemente con el hecho de que los estudiosos de la emigración italiana no lograron superar la visión que asocia automática y exclusivamente la emigración italiana a América del Sur con la colonización agrícola. Una visión procedente del pasado lejano pero que por otra parte sobrevivió hasta la segunda posguerra en la clase dirigente italiana: en efecto, los gobiernos de la nueva Italia democrática intentaron promover colonias agrícolas, fracasando en casi todos los proyectos apoyados (y en parte cofinanciados) en Argentina, Brasil y Chile, y casi parecieron no darse cuenta que cientos de empresarios, gerentes y técnicos, con miles de trabajadores, se trasladaban con decenas de empresas a esos mismos destinos.

Por otro lado, los estudiosos de historia de las empresas quizás no hayan prestado suficiente atención a lo que sucedió fuera de Italia en los años del boom económico, y en particular

<sup>1</sup> Camillo Robertini, *Quando la Fiat parlava argentino. Una fabbrica italiana e i suoi operai nella Buenos Aires dei militari (1964-1980)*, Le Monnier, Firenze, 2019, pp. 266; Eugenia Scarzanella, *La Fiat in America Latina (1946-2014)*, goWare, Firenze, 2020, pp. 233.



a la penetración de las empresas italianas en una región que ciertamente no era central en clave global en ese momento, como no lo es hoy, pero a la cual aquellas destinaron inversiones directas conspicuas a partir de la década de 1950, así como importantes transferencias de mano de obra y know how, y en algunos casos han logrado controlar cuotas de mercado (y lograr porcentajes de susfacturados) bastante relevantes.

Una segunda razón por la que los estudios de los logros industriales italianos en América Latina y su estrecha relación con los flujos migratorios son escasos emerge indirectamente pero claramente de los dos volúmenes aquí analizados y es de carácter material: la inexistencia o inaccesibilidad de los archivos de las propias empresas protagonistas de estas transferencias. Un vacío aparentemente difícil de llenar (pensemos en la falta de información relativa al personal contratado, lo que permitiría reconstruir sus trayectorias laborales) pero que ambos autores han sabido en gran medida superar.

De hecho, partiendo de diferentes enfoques -Robertini se ha centrado principalmente en las entrevistas y ha utilizado las metodologías de la historia oral, mientras que Scarzanella ha favorecido los archivos y las bibliotecas, aunque a su vez ha integrado la investigación con las entrevistas- han logrado reunir y valorizar un cuerpo muy rico y variado de fuentes: desde testimonios personales hasta la literatura "gris" de folletos, desde la prensa diaria hasta las revistas de la empresa, desde los memoriales hasta la publicidad o el cine.

En ambos casos, los resultados son notables, debido a la capacidad de los autores de cruzar la documentación recopilada a lo largo de los años y la amplitud de perspectivas que se derivan de ella, con reconstrucciones que van más allá de los hechos de la propia empresa y abrazan los ámbitos político y económico, pero también en parte el cultural, en los cuales Fiat operó en Argentina y Brasil, los dos principales Países donde se desarrollan las historias contadas en estos libros.

Por lo demás, son textos profundamente diferentes. Robertini estudia una fábrica, la que Fiat construyó en El Palomar, en el suburbio noroeste de Buenos Aires, en el período comprendido entre 1964 y 1980, cuando el sitio fue uno de los principales polos de producción del grupo y no solo en Argentina que producía casi el 60% de todos los autos pequeños que salieron de las fábricas del País (p. 19).

Si bien, como afirma el autor en la introducción, el libro combina la perspectiva de la historia de empresa con la de la historia del trabajo, es la segunda, que hace unas décadas se habría definido "desde abajo", que prima: más que la iniciativa de Fiat o las estrategias de los directivos que dirigían la fábrica, como veremos ocurre en el ensayo de Scarzanella, en efecto, en el centro están la experiencia y las memorias de los ex trabajadores de El Palomar. Robertini recupera una y otras a través de cuarenta largas entrevistas, realizadas en forma de conversaciones "libres", es decir, sin un cuestionario fijo, aunque los testimonios no sean sus únicas fuentes, como se mencionó.

El libro está dividido en cinco capítulos. El primero analiza el asentamiento industrial de Fiat en las afueras de Buenos Aires a mediados de la década de 1960: desde su inauguración, la fábrica fue aclamada como un éxito italo-argentino y una promesa de progreso no solo por los gerentes sino también por los trabajadores, que eran en un buen porcentaje inmigrantes italianos que llegaron a la Argentina después de la guerra.

Los trabajadores, italianos o no, recuerdan hoy su contratación en Fiat como un golpe de suerte: la realización de "un sueño", hecho de modernidad, acceso a los consumos (a partir de los mismos autos "600" producidos por Fiat) y también de un aumento del prestigio social, porque trabajar en Fiat garantizaba un estatus superior, si no en comparación con el empleo en otras empresas del sector de la automoción, sí ciertamente en comparación con la condición obrera "estándar".

Robertini lo largo del volumen prefiere adoptar el punto de vista "nativo" de los entrevistados, hasta donde ello es posible, ya que siempre hay una contaminación con el punto de vista del observador. Lo hace con sensibilidad y sin énfasis ideológicos, aún si por momentos le cuesta aceptar del todo perspectivas nativas que no encajan mucho con su visión, por ejemplo de lo que significó la "gran fábrica" fordista en términos de disciplinar la fuerza de trabajo, por dentro y por fuera de la fábrica.

En Italia la Fiat en la época de la gestión de Vittorio Valletta hizo largo uso de estas prácticas y en el segundo capítulo, a través del análisis de fuentes internas (desde reglamentos de fábrica hasta boletines y revistas de la empresa), el autor muestra cómo fueron introducidas también en la Argentina a través de una combinación de paternalismo y beneficios corporativos: empero, las entrevistas revelan que estas fueran en

larga medida aceptadas, incluso de buena gana, por una fuerza laboral que era en parte nueva en el empleo en la industria.

En el tercer capítulo es analizado el proceso mediante el cual con el tiempo dentro de la fábrica y en el barrio obrero que surgió es sus alrededores se formó una verdadera comunidad, identificada con los valores del "laburo" y orgullosa de su contribución a la causa de la producción entendida de un modo corporativo, y sentida como causa propia y como causa nacional al mismo tiempo.

Respecto a este último aspecto, el carácter italiano de Fiat pesó ciertamente en hacerla percibir como tal, en un país donde el elemento italiano, tras un largo proceso de reconocimiento (y autorreconocimiento, dada la cantidad de flujos migratorios desde la península), después de la Segunda Guerra Mundial pasó a ser considerado como constitutivo del "ser nacional".

En el primer caso, en cambio, un factor decisivo para favorecer el proceso de identificación de los trabajadores con la empresa Fiat fue la mediación del sindicato UOM, peronista y con fuertes incrustaciones retóricas católicas en ese momento, que en El Palomar fue largamente mayoritario, a diferencia de lo que sucedió por ejemplo en otras plantas de producción de Fiat ubicadas en las provincias del interior de Argentina, y en particular en las de Córdoba.

El dominio del peronismo en los sectores obreros sindicalizados, especialmente en Buenos Aires y en las áreas industriales del primer y segundo cinturón urbanizado alrededor de la capital, es conocido y ampliamente estudiado: aquí, sin embargo, un elemento nuevo es la afiliación masiva al sindicato peronista no tanto de trabajadores provenientes de provincias del interior, como en la interpretación clásica de Germani, sino de inmigrantes italianos, que presumiblemente en muchos casos no carecían de experiencias sindicales de lucha de clases en su país.

Para referirse al régimen de relaciones de fábrica en El Palomar, Robertini utiliza el concepto de corporativismo, la fórmula sociopolítica que miraba a superar el conflicto capital-trabajo en nombre del interés común de trabajadores y empresarios: podemos estar de acuerdo, pero en las memorias de los militantes sindicales entrevistados la adopción de este régimen parece proceder de la doctrina justicialista de Perón más que ser el producto de la acción de Fiat.

Si el microcosmo de la fábrica sigue siendo el centro, la turbulenta y luego trágica historia de la Argentina de los años Sesenta y Setenta irrumpe en los dos últimos capítulos. Los gobiernos militares, primero el de la llamada Revolución Argentina, de 1966 a 1973, y luego especialmente a partir de 1976 la sangrienta dictadura del autodenominado Proceso de Reorganización Nacional, derivaron en una acción represiva que afectó también a la planta El Palomar, con la desaparición de 14 trabajadores y la detención ilegal de decenas más.

En los testimonios recogidos por Robertini, las complicidades de varios tipos de la empresa, si bien las hubo, son significativamente poco evidentes, mientras que, entre los silencios, surgen las de algunos sindicalistas, que aprovecharon la situación para un enfrentamiento con los militantes de formaciones de extrema izquierda presentes en la fábrica. La mayoría de los trabajadores, sin embargo, encontraron inevitablemente una forma de convivencia con la dictadura, considerándose ajenos a hechos que creían no los afectaban directamente: El Palomar no fue una excepción en este sentido, frente al resto de la sociedad argentina.

La dictadura instaurada con el golpe de Estado del 24 de marzo de 1976 representa una ruptura también en el libro de Eugenia Scarzanella: las políticas económicas de la junta militar, que abrió la Argentina a las importaciones, fueron en efecto uno de los factores determinantes que llevaron a Fiat a abandonar el país y trasladar su actividad productiva a Brasil.

Pero vayamos en orden. El volumen de Scarzanella reconstruye la actividad del grupo Fiat en Latinoamérica, concentrada en dos países principalmente, Argentina y Brasil, en el período comprendido entre 1946, cuando la empresa de Turín firmó el primer acuerdo con el gobierno de Perón para abrir una fábrica de camiones (en los veinte años anteriores se había limitado, en un mercado dominado por los fabricantes de automóviles norteamericanos, a exportar automóviles terminados) y 2014, cuando, tras la fusión con Chrysler y el nacimiento de FCA, empezó una nueva historia completamente multinacional del grupo, que la sucesiva reciente fusión con Peugeot-Citroen ha completado.

La perspectiva adoptada por la autora es la de la historia de empresa: los protagonistas no son los trabajadores sino sobre todo los ejecutivos enviados por Fiat al exterior para liderar la expansión en la región, con sus propias estrategias; y sus interlocutores, los directivos de la empresa en Italia, por un

lado, y los políticos locales, por otro.

El peso y condicionamiento que ejercieron estos últimos emerge especialmente en tres de los cuatro capítulos en los que se divide el libro dedicados a las fortunas alternas de Fiat en Argentina. Scarzanella señala que como en Italia también en América Latina (y no solo: pensemos en la aventura en la URSS, con la planta de Togliattigrad inaugurada por Fiat en 1966) Fiat siempre fue pro-gubernamental, tanto con gobiernos civiles como militares. Pero si su lógica, como la de cualquier empresa, fue siempre solo la de maximización de las ganancias, la inestabilidad política argentina, y por ende de la política económica, que ha alternado fases de fuertes protecciones y beneficios a la industria nacional con otras de signo contrario, obligó Fiat en el mediano y largo plazo a cambios de estrategias.

En cualquier caso, Juan Domingo Perón fue el presidente con quien Fiat tuvo la mejor relación (al punto de comprometerse, peligrosamente, en favorecer su regreso en los Setenta): sus políticas, que no sin contradicciones apuntaron a expandir el proceso de sustitución de importaciones, favorecieron el arraigo de Fiat en la Argentina, así como de decenas de otras empresas italianas, en los mismos años en los cuales unos 400.000 inmigrantes llegaron al país desde Italia.

Al respecto, la autora señala que la presencia de grandes comunidades italianas, tanto en Argentina como en Brasil, no fue una razón menor del éxito que la empresa con sede en Turín tuvo en el largo plazo en la región y, de manera más general, subraya cuánto influyeron los factores culturales para determinarla: por ejemplo, el hecho de que la percepción de los italianos como “menos extranjeros” que otros empresarios europeos y todavía menos aún que los norteamericanos facilitó enormemente la actuación de los directivos, todos italianos, elegidos por Fiat para la gestión de sus actividades en la región.

El hombre clave en este sentido fue un gerente de gran visión y talento: Aurelio Peccei, quien provenía del antifascismo en Italia (lo cual demuestra cuánto poco cuentan las afiliaciones políticas cuando se estudia el mundo de las empresas y los empresarios), fue el artífice de las negociaciones con el gobierno peronista que hicieron posible el primer establecimiento productivo de Fiat en el país, y lo será de todas las gestiones posteriores. Peccei aprovechó sus relaciones personales con miembros del aparato burocrático del gobierno,

pero también la red de vínculos en una comunidad empresarial italiana que giraba en torno a técnicos e industriales llegados después de la Segunda Guerra Mundial, comenzando por Agostino Rocca, que en virtud de los éxitos obtenidos con su Techint, sería reconocido como el líder de dicha comunidad durante treinta años.

A partir de mediados de la década de 1950, Fiat comenzó la producción de tractores y luego a partir de 1960 de automóviles. Como en Italia, en Argentina los modelos de Fiat -en particular el “600”, que salió de la planta de El Palomar estudiada por Robertini- se convirtieron en el emblema, en el imaginario colectivo, de la motorización masiva: Scarzanella lo muestra muy bien, utilizando fuentes como carteles publicitarios o cine. Una motorización masiva, señala de paso la autora, que por otra parte se alcanzó en Argentina bastante tarde: a fines de la década de 1960 solo circulaba un automóvil por cada 19 habitantes (para tener una comparación con un país de industrialización tardía, en Italia eran ya uno cada 6).

En el tercer capítulo, Scarzanella analiza los diversos hechos y procesos que llevaron a Fiat a abandonar Argentina a fines de la década de 1970 para trasladar definitivamente el centro de gravedad a Brasil, que se pueden resumir de forma esquemática así: 1) en el contexto de un fuerte aumento de la conflictividad social en el país, desde 1969 en las plantas de Fiat se inició un ciclo de luchas obreras muy duras, con huelgas y ocupaciones de las fábricas y tomas de rehenes, a las que la empresa respondió con despidos masivos; 2) en 1972 fue secuestrado y luego asesinado por el movimiento revolucionario trotskista ERP Oberdan Sallustro, mano derecha de Peccei, al cual este último le había confiado la difícil gestión de las relaciones con los sindicatos; 3) tras la muerte en 1974 de Perón, la Argentina se sumió en el caos económico y político, y en un crescendo de violencia por parte de formaciones armadas y grupos paramilitares ilegales; 4) la crisis del petróleo de 1973 desencadenó un cambio de paradigma a nivel mundial, con la pérdida de centralidad de la industria automotriz y la transición del fordismo al “toyotismo” del just-in-time en las fábricas: desde 1976 para Fiat sus consecuencias se combinaron negativamente con las políticas de apertura a las importaciones de la dictadura militar antes mencionadas, dando como resultado lo que la autora define como una verdadera “fuga” (p. 119) del país, aderezada con transacciones financieras imprudentes, tanto legales como ilegales.

En Brasil, donde Fiat como en Argentina había estado pre-



sente desde la década de 1920 con un concesionario, pero después de la Segunda Guerra Mundial se había centrado solo en las importaciones, especialmente de tractores, la transición a la producción de la marca de turinés comenzó tarde, en comparación con la de sus competidores, a principios de la década de 1970. Los inicios, también por los efectos de la crisis mundial, fueron difíciles, aunque la primera planta, construida tras el acuerdo con el Estado de Minas Gerais, pudo aprovechar abundantes incentivos estatales y el bajo costo y la escasa sindicalización de la mano de obra local.

El punto de inflexión llegaría solo en la década de los Noventa, ligado primero a las ventajas legislativas ofrecidas para los autos de pequeña cilindrada, de los que Fiat era en ese momento el único fabricante en el país, y luego a un cambio de estrategia de la propia Fiat, que decidió producir en Brasil el llamado "world car", un automóvil diseñado específicamente para ser exportado, con pocas adaptaciones, a varios mercados emergentes.

Esta evolución, que ya nos proyecta dentro de la segunda globalización de la economía mundial, desencadenó un crecimiento que llevará a Fiat, cada vez más en dificultad en Italia y Europa, a lograr casi una quinta parte de su facturado en el sector automotriz en Brasil a comienzos del nuevo milenio (p. 166). Esta fase, por su relevancia, hubiese merecido tal vez un análisis más detenido, como en general la parte sobre Brasil, que resulta en su conjunto menos profundizada.

En conclusión, dos libros densos y complejos, que además de ofrecer un análisis amplio de la expansión internacional de Fiat plantean una serie de interrogantes sobre las formas en que se desarrolló el proceso de industrialización en América Latina después de la Segunda Guerra Mundial en un sector clave como el automotriz. No es posible profundizarlos aquí, pero es deseable que los ensayos de Robertini y Scarzanella sirvan de estímulo para nuevas investigaciones. Desde luego que sería interesante, por ejemplo, unir ambos mundos y proponer una historia que reúna ambas perspectivas, sea en sus dimensiones antagónicas, sea en aquellas complementarias, y al hacerlo logre reconstruir lo que fue un entramado de relaciones horizontales y verticales.



## XXVII Jornadas de la Asociación Argentina de Historia Económica.

Asociación Argentina de Historia Económica

Instituto de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales (INCIHUSA), CONICET

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Cuyo

Mendoza, 20, 21 y 22 de octubre de 2021

Los resúmenes para las mesas generales deberán ser remitidos en los plazos abajo estipulados, para ser evaluados por la Comisión Directiva de la Asociación Argentina de Historia Económica a la siguiente dirección de correo electrónico: [joraah@gmail.com](mailto:joraah@gmail.com).

Fecha límite para la recepción de los resúmenes de ponencias para las Mesas Generales: **30 de abril de 2021**

Más información en: <http://incihusa.mendoza-conicet.gob.ar/jornadas/>



# VII Congreso Latinoamericano de Historia Económica, CLADHE

Lima, 3-5 de agosto 2022

## PRIMERA CIRCULAR

Los CLADHE tienen como propósito impulsar la investigación en el campo de la historia económica del continente latinoamericano, poniendo en contacto a sus cultores, así como a éstos en relación con sus colegas de otras regiones del mundo. El Congreso estará organizado en simposios temáticos, paneles y conferencias plenarias. Los idiomas utilizados serán el castellano, portugués e inglés.

## CONVOCATORIA DE PROPUESTAS DE SIMPOSIOS TEMÁTICOS

Los simposios temáticos deben girar en torno a un tema específico de la historia económica que sea de interés para América Latina. Deben ser propuestos por dos o tres colegas con antecedentes y publicaciones en dicho tema, que pertenezcan a instituciones de al menos dos países distintos, bastando que uno de ellos sea miembro de alguna de las asociaciones organizadoras. Las propuestas serán evaluadas por el comité organizador internacional, comunicándose a los coordinadores de los simposios su aceptación. Las propuestas de simposios deben tener entonces estas características:

- Deben ser enviadas **entre el 1 de julio y el 1 de setiembre del 2021**.
- Los simposios que fueron enviados antes de los cambios de fecha generados por la pandemia del COVID19 serán tomados en cuenta, salvo que los organizadores de dichos simposios decidan la no participación.
- Deben incluir título, sumilla explicativa con una extensión de 300-400 palabras, nombres de los coordinadores con su afiliación institucional y lista de un mínimo de ocho ponentes y un máximo de dieciséis, adjuntando sus correos electrónicos y filiación institucional.
- El número de ponentes de una misma afiliación nacional no debe superar el 50%.
- Breve CV de los organizadores del simposio, donde indiquen sus publicaciones en el tema de la mesa propuesta.
- Considerar que una misma persona no debe participar en más de dos simposios como ponente.

Los coordinadores de los simposios temáticos serán los responsables por la aprobación de los contenidos y de la calidad de los textos, así como de la organización de los simposios. El Comité Organizador Local deberá recibir la lista de los ponentes, sus resúmenes y sus artículos, así como el cronograma de las presentaciones del Simposio para su publicación en la página del evento y en el material del congreso.

Dirigir las propuestas al correo del evento: [cladhe7lima2021@gmail.com](mailto:cladhe7lima2021@gmail.com)



## 2nd World Congress Of Business History

Nagoya, September 9-11 2021 (on line)

The 2nd World Congress of Business History (Nanzan University) will take place on September 9-11 2021, online.

ALL papers and panels accepted for the WCBH 2020 remain accepted and maintain their status for the WCBH 2021. Additionally, the Program Committee decided to re-open the Call for Papers for new proposals.

New proposals will be considered until **January 15, 2021**.

Congress contact email: [ProgramCommittee@worldbhc.org](mailto:ProgramCommittee@worldbhc.org)

More information: [Conferencewebsite](#)





## XIX World Economic History Congress - Paris

July 25 – 30, 2022

### UPDATE COVID-19

Update COVID-19

Due to the many difficulties raised by the coronavirus pandemic, the Paris WEHC is postponed to 2022.

It will take place on July 25-29, 2022.

In addition, the deadline of the 2nd call for sessions initially planned for June 30, 2020 is postponed to September 15, 2020.

More information: <http://www.wehc2021.org/>



## XIII Congreso Internacional AEHE

Bilbao 2021, 1-4 de septiembre

### **APLAZAMIENTO DEL CONGRESO HASTA SEPTIEMBRE 2021**

La situación de emergencia en la que nos encontramos como consecuencia de la expansión de la COVID-19, y la gran incertidumbre existente respecto a cuándo se podrá reanudar la actividad académica con normalidad, han hecho que el Comité Organizador Local y el Consejo de la AEHE hayan tomado, con gran pesar, la decisión de retrasar en un año la celebración del Congreso. En concreto, está previsto que se lleve a cabo entre el 1 y el 4 de septiembre de 2021.

Las propuestas de sesión y de comunicación ya aceptadas se mantienen, así como la Jornada Doctoral, aunque previsiblemente será preciso reorganizar el programa para adecuarlo a los espacios disponibles en las nuevas fechas. Sobre todo ello os iremos informando. Los autores de comunicaciones podrán introducir cambios en sus trabajos según los avances en la investigación que se produzcan en los próximos meses o, incluso, retirar su propuesta si así lo estiman oportuno. En todo caso, para cualquier cambio deberán ponerse en comunicación con los organizadores de la sesión en la que participan.

Lamentamos los inconvenientes que esta decisión, que hubiéramos preferido que no hubiera sido necesario tomar, puedan causar y confiamos en que todos volvamos a la normalidad, con salud y renovada ilusión, en breve.

Más información: <https://congresosaehe.es/congreso-internacional-aehe/>



## História e Economia. Revista Interdisciplinar

Se convoca Call for Papers para el monográfico "Empresa y Empresarios en el desarrollo económico de Iberoamérica: Capitalismo, redes de negocios e innovación empresarial (siglos XIX y XX)".

Este número monográfico pretende aglutinar investigaciones de calidad en el ámbito de la historia empresarial contemporánea que pongan en valor a aquellas empresas o empresarios que han desempeñado un papel relevante en el desarrollo económico y en la industrialización de alguno de los países iberoamericanos. Se considerarán para su publicación en el número monográfico, además de historias empresariales al uso, investigaciones que analicen las relaciones interempresariales y las redes de negocios, y en definitiva todos aquellos trabajos que desde un enfoque histórico económico y social aborden la contribución de la empresa y del empresario como institución clave del capitalismo iberoamericano.

Los textos que conformen el monográfico pueden ser escritos en español, inglés y portugués, y en todo caso se someterán al proceso de evaluación de la revista "História e Economia. Revista interdisciplinar", además de al criterio de los editores del número monográfico.

Interesados en participar en este número monográfico, envíen sus contribuciones **antes del 15 de marzo de 2021** a [revistahistoriaeconomia@gmail.com](mailto:revistahistoriaeconomia@gmail.com), indicando expresamente la intención de formar parte del número monográfico en cuestión.

Los editores de este número son Francisco Manuel Parejo Moruno (Universidad de Extremadura), José Francisco Rangel preciado (Universidad de Extremadura) y Esteban Cruz Hidalgo (Universidad de Extremadura).

Se puede realizar cualquier consulta a los coordinadores del monográfico a través del correo: [jfrangelp@unex.es](mailto:jfrangelp@unex.es).

# Mar del Plata: El mercado inmobiliario del ocio. La industria de la construcción y las empresas familiares (1930-1990s)

Victor Pegoraro

Año de defensa: 2020

Directora: María Inés Barbero

Institución: Universidad de San Andrés (UdeSA)

## RESUMEN

La investigación analiza la evolución y el derrotero de la industria de la construcción en la ciudad de Mar del Plata (Provincia de Buenos Aires, Argentina) entre 1930 y los años noventa. Para ello presta especial atención a los empresarios de naturaleza familiar mediante el análisis de tres casos, los cuales sirven para complejizar y profundizar los rasgos de un sector muy dinámico en el largo plazo y del que sabemos poco. El recorte temporal está supeditado a los ciclos de vida de las firmas que se analizan, pudiendo englobar tras de sí amplios procesos sociales de la historia económica argentina. Paralelamente, el estudio aborda las características del crecimiento edilicio descontrolado y las lógicas que atravesaron el mercado inmobiliario, reconociendo su relación con el turismo como principal actividad urbana.

La tesis se encuentra dividida en dos partes, íntimamente relacionadas, que dialogan entre sí de acuerdo a diferentes niveles de observación. La primera es la relativa al abordaje estructural y sectorial, prestando atención a las fluctuaciones económicas y a las transformaciones locales en función de los procesos nacionales. La segunda sección se enfoca en el capitalismo familiar del mundo empresario a través de la reducción de la escala de análisis. Así, se exploran tres empresas pequeñas y medianas a partir de sus estrategias, la cultura organizacional y el desempeño industrial. Para ello se ha consultado un gran corpus de fuentes de tipo cualitativo y cuantitativo en archivos municipales, provinciales y nacionales (documentos empresariales, estadísticas, prensa, revistas especializadas, archivos de obra, folletos publicitarios, fotografías, entrevistas orales, entre otras).

Finalmente, se arriba a la conclusión de que la industria de la construcción fue una pauta de crecimiento y de desarrollo económico local entre 1930 y principios de la década de 1980. En este espacio temporal se abrieron grandes oportunidades de negocios para empresas constructoras, inmobiliarias, martilleros, administradores de edificios e inversionistas circunstanciales provenientes de otros rubros comerciales e industriales. Particularmente, el capitalismo familiar se configuró como el patrón de acumulación más importante, marcando la identidad de los emprendimientos y las posibilidades de las transformaciones. En suma, el "mercado inmobiliario del ocio" no fue un mercado impersonal, sino que se constituyó y desarrolló en base a las redes sociales de los empresarios. En este sentido, las relaciones informales y de confianza fueron los pilares de la matriz de acción. La década de 1930 significó el despegue de las firmas familiares, mientras que los ochenta y noventa determinaron el final de esta cultura emprendedora.





## Fiduciae Circulars Database website

The website Circular Letters Fiduciae Database provides access to data produced under the Fiduciae program (Merchant Relationships in Practice: From the Personal to the Impersonal? (18th–19th centuries), funded by the French National Agency for Research for the 2014–2017 period and led by Arnaud Bartolomei, University of Côte d’Azur. For more information on the Fiduciae Program, its goals and its scientific findings, visit: <https://cmmc-nice.fr/recherches-2/programmes-finances-2/fiduciae/>.

The website offers a synthesis of the main descriptive elements of the database of printed commercial circulars, one of the three databases used in the Fiduciae program:

Individual descriptions of the 2,019 “printed commercial circulars” collected and analyzed for the project.

Nota bene: The “printed commercial circulars” are printed letters used by trading companies to inform their correspondents of diverse events (formation and dissolution of a firm, recruitment of a new associate or partner, opening of a new trading post) starting in the middle of the 18th century. In addition, circular letters usually provided additional information about the company and its internal organization (e.g., names and signatures of the partners). The letters also had a prospective nature and served as commercial offers, as they were often complemented by a list of their companies’ activities, services, and prices. As well as carrying information on the identity of trading houses and a more or less explicit offer of service, the circular letters display a “language of commerce” in which merchants claimed to be “zealous,” worthy of their correspondents’ “trust,” and committed to furthering their correspondents’ “interests.”

Introduction to the five archival collections the circulars belonging to the Greffulhe, Veuve Guérin, Roux, Foache, and Briansiaux collections.

For some of the circular letters, a digital version of the original document is accessible and can be downloaded free of charge:

The digital versions of the Roux, Guérin, Briansiaux and Foache circulars are already accessible online;

Access to the digital versions of the Greffulhe circulars is subject to authorization, and the latter will not be available on the website.

The quality of the digital reproduction of the circulars may vary, as different team members worked over several rounds to collect data.

More information: <https://fiduciae.huma-num.fr/home-english>



## REAL | Red de investigación sobre las Élités de América Latina

La Red Élités América Latina es un espacio de conexión entre las personas que investigan a las élites. Se busca crear un espacio de discusión y colaboración que motive el estudio de los actores más opacos de la sociedad, las élites. La investigación sobre las élites en América Latina está en algún crecimiento, pero aún está algo fragmentada. Esta red busca cohesionar a las personas y grupos de investigación que se interesan por el análisis de élites económicas, políticas, mediáticas, militares, sociales y todos aquellos actores que por su posición o recursos influyen los designios de la sociedad.

Newsletter 11 – Red Élités América Latina (REAL)

En esta newsletter de la REAL les presentamos un special issue sobre las Élités en América Latina (también empresariales) publicado en la Revista Española de Sociología (RES), artículos sobre las élites y la pandemia actual, además de otros artículos, libros y tesis en torno a las élites latinoamericanas.

Más información en: <https://redelites.networksprovidehappiness.com/newsletter-11-red-elites-america-latina/>



## Guía General de Fondos del Archivo Histórico del Banco de México

### 1. PRESENTACIÓN

El Archivo Histórico del Banco de México cuenta con un conjunto de fondos documentales, los cuales representan inestimables fuentes de información para el estudio del devenir económico, financiero, político, social, tecnológico y cultural de México desde el siglo XIX hasta nuestros días. Acceder aquí a la [Guía general](#) y al [inventario general](#).

Los acervos a los que hacemos referencia son:

- Fondo Banco de México; constituido por el conjunto de documentos que el banco central ha generado o recibido en el ejercicio de sus funciones a lo largo del tiempo.

- Fondos incorporados, los cuales son acervos particulares de personajes que han ocupado puestos de relevancia en el Banco de México y/o en otras instituciones públicas relacionadas con la economía de nuestro país:

- Fondo Alberto Mascareñas.
- Fondo Matías Romero.
- Fondo Raúl Martínez Ostos.
- Fondo Ricardo J. Zevada.

### CONTACTO:

De conformidad con el Reglamento de Consulta del Archivo Histórico, para acceder a estos acervos es indispensable solicitar una cita (cuando menos con 2 días hábiles de anticipación), a través del correo electrónico [archivohistorico@banxico.org.mx](mailto:archivohistorico@banxico.org.mx) o a los teléfonos 55-5268-8304 y 55-5237-2000, extensión 3502.

## Centro Cultural Manuel Gómez Morin, A.C.

# Centro Cultural Manuel Gómez Morin

El Centro Cultural Manuel Gómez Morin es una institución académica creada con el objeto de resguardar y conservar el acervo documental y bibliográfico que don Manuel reunió a lo largo de toda su vida.

La biblioteca está conformada por más de trece mil volúmenes en libros, revistas y folletos, mientras que el archivo cuenta con una dimensión aproximada de 70 metros lineales de información.

Las áreas temáticas de la biblioteca son principalmente, derecho, economía, política, filosofía y literatura desde el siglo XVI al XX. Este acervo bibliográfico guarda algunas primeras ediciones, así como libros dedicados o autografiados y aquellos que él editó.

Por su parte el archivo se encuentra dividido en siete secciones (personal, funcionario público, instituciones educativas, bancos, abogado, obra/intelectual y correspondencia); abarca un periodo de cien años y donde se encuentran documentos relativos a su vida personal y escolar hasta sus estudios universitarios, el inicio de su vida profesional, su desempeño en la Secretaría de Hacienda, la fundación del Banco de México y del Banco Nacional de Crédito Agrícola, la rectoría de la Universidad y la fundación del Partido Acción Nacional, entre otros. El registro de este quehacer profesional y político se encuentra en correspondencia, memoranda, proyectos, actas, leyes, etc.

Por la diversidad de su contenido, este acervo es crucial para la investigación de la historia del siglo XX mexicano, ya que Manuel Gómez Morin fue uno de los principales actores en la reconstrucción del México posrevolucionario.

Desde su inicio el Centro Cultural se ha hecho presente en la vida académica del país llevando a cabo actividades de diversa índole, como mesas redondas, conferencias, coloquios, exposiciones y publicaciones.

### ARCHIVO Y BIBLIOTECA, LA PRIMERA PARTE POR ANGÉLICA OLIVER PESQUEIRA

By Gretchen Pierce

El día de hoy tengo el gusto de empezar una serie de cuatro partes sobre el Centro Cultural Manuel Gómez Morin (CC-MGM) en la Ciudad de México. Empezaremos con la biografía de Gómez Morin y continuaremos con dos posts sobre los recursos en el Centro Cultural escritos por Angélica Oliver Pesqueira. Terminaremos con la experiencia mía (Gretchen Pierce) como usuaria del archivo.

Angélica Oliver Pesqueira estudió Historia en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Desde la década de los ochenta se ha desarrollado como archivista, primero en el Archivo Histórico de la UNAM y desde 1992 en el CCMGM, donde tiene a su cargo la dirección de los acervos. Ha participado como ponente en coloquios y seminarios organizados en la UNAM, el CCMGM y la Asociación Mexicana de Archivos y Bibliotecas Privados, AC (AMABPAC). Ha editado las tres ediciones de la Guía de la AMABPAC; Las Memorias del Primer Congreso Internacional de la AMABPAC y varios Recorrido por Archivos y Bibliotecas Privados, entre otros. Es autora de guías e inventarios así como de artículos relacionados con los archivos en los que ha trabajado.

Más información: <https://networks.h-net.org/user/login?destination=node/5882724>





# BUSINESS HISTORY STUDIES NETWORK

The Business History Studies Network Bulletin (Boletín de la Red de Estudios de Historia de Empresas) is issued in Spanish. Its purpose is to provide virtual information and become a discussion forum for researchers from several fields who are interested in business history. The Bulletin/Review contains two main sections –“Debates” and “Archives”- introducing new issues, topics and sources for the study of business history. It also includes a section on bibliographical reviews and current information on seminars, lectures, publications, dissertations and other field-specific materials.

This last number of the Review carries on with the path begun in 2004. Following the aim of strengthening the Latin American business historians’ community, from 2010 the Editorial Committee included international associates.

We reiterate our interest in receiving your suggestions, comments and contributions for future issues. We remind you

that any request for information or proposals for the Bulletin/Review can be made by sending an email to **[hempresas@gmail.com](mailto:hempresas@gmail.com)**

We have now a blog where you can read online or download the Bulletin in PDF format: <http://redhistoriaempresas.org>

You can also view online our Bulletins in the webpage of the Asociación Mexicana de Historia Económica (<http://www.economia.unam.mx/amhe/publi/red01.html>)

Or in the webpage of the Asociación Argentina de Historia Económica (<http://www.aahe.fahce.unlp.edu.ar/folder.2006-06-05.9059218921>)

*Editors: María Inés Barbero (UBA), Andrea Lluch (UNLPam - CONICET), Daniel Moyano (UNT - CONICET) and Patricia Olguín (UNCuyo - CONICET)*

---

## BUSINESS HISTORY STUDIES NETWORK

**Advisory committee:** Andrés Regalsky (UNLu – UNTREF - CONICET); Norma Lanciotti (UNR - CONICET); Raúl Jacob (Universidad de la República, Uruguay); Roberto Schmit (UBA - Instituto Emilio Ravignani - UNGS); Sandra Kuntz (El Colegio de México, México).

**International Collaborator:** Beatriz Rodríguez-Satizabal (Universidad de Los Andes, Colombia).