

ciones laborales en la industria automotriz argentina", en: **Estudios del Trabajo** n. 11, Enero-Julio 1996, Asociación Argentina de Especialistas en Estudios del Trabajo (ASET), Buenos Aires, pág. 63-99

UNIÓN OBRERA METALÚRGICA (UOM), delegación Tandil: **Informe sobre la situación de la industria metalúrgica**, Tandil, junio de 1996, pág. 1-10.

(Aceptación definitiva en diciembre de 2001)

DISTRIBUCION DIFERENCIAL DE LA INDUSTRIA Y BENEFICIOS POTENCIALES DE LA INFORMACION. PROVINCIA DE MENDOZA.

Gladys Molina de Buono

RESUMEN

La presente propuesta metodológica propone una serie de criterios para organizar datos estadísticos sobre la distribución geográfica de establecimientos industriales. Esos criterios son aplicables al tema del "saber" y del acceso a la información.

La discusión conceptual parte del concepto "poder", el cual se constituye en el eje de los razonamientos seguidos en la clasificación de los datos. Se elaboran cuadros clasificatorios para lograr el cruce de dos puntos de vista: los agentes sociales y el territorio. Se reflexiona sobre la expectativa de poder en los agentes sociales y los beneficios o ventajas para el territorio. Como ejemplo, se presentan mapas de la provincia de Mendoza al inicio de la década del '90.

Palabras claves: establecimientos industriales - expectativa de poder- cuadros clasificatorios - territorio.

ABSTRACT

This methodological proposal presents a criterions to organize statistical data of industrial premises' geographic distribution. These criterions are applied to the theme of "to know" and to the access of the information.

The conceptual discussion sets out from the concept of "power", which constitutes the axis of the reasoning taken on account in data classification. Classificatory charts to obtain the crossing of two points of view, the social agents and the territory are elaborated.

We reflect on the power expectancy of the social agents and the benefits

ands loss for the territory. Mapa of the province of Mendoza of the beginning of the 90's decade are also presented.

Key Words: industrial prmises - power expectancy - classificatory charts - territory.

Introducción.

La presente propuesta trata dos temas en escala provincial, la industria y la información. La organización de los datos según "el grado de ventajas económicas y acceso a la información", permite elaborar una cartografía de la provincia de Mendoza, que pone en evidencia la capacidad diferencial de los lugares para captar beneficios. Es así que, como marco teórico, se parte del concepto "poder", que se constituye en criterio central para la clasificación de los datos. Como resultado de su aplicación empírica, se verifica que la diferenciación económica del territorio mendocino está marcada por ciertas ventajas derivadas de la acumulación industrial, pero también existen ventajas potenciales, que pueden ampliar las áreas de beneficios económicos.

Fundamentos para la selección de variables.

La interpretación del concepto "poder" implica distinguirlo como "autoridad" o como "fuerza latente". Es una relación disimétrica entre dos términos, pero no siempre se presenta como un enfrentamiento abierto, manifestándose más bien como una posición ventajosa. Esta última idea, se adecua bastante bien a las inquietudes geográficas y permite elaborar un marco adecuado para analizar las motivaciones de la distribución diferencial de la industria y las posibilidades que ofrece el acceso a la información.

Mirando el territorio con ojos económicos, la concentración ofrece mayores ventajas.

Los recursos materiales para la subsistencia biológica del ser humano no están uniformemente repartidos en el mundo, ni acompañan proporcionalmente la densidad de población, creando tensiones allí donde son menos abundantes. Así, el poder está en la "posesión de recursos escasos", ya que la habilidad para decidir sobre los bienes ha sido causa de dominación desde la antigüedad. Por esto, interesa no sólo la distribución espacial de los recursos, sino también la distribución de intereses económicos de los grupos sociales. La industria es una variable económica muy importante, por ser una actividad productiva de elevado valor agregado, generadora de movimientos financieros, materias de insumos, y otros efectos multiplicadores incontables.

Poseer bienes no otorga poder sobre los demás, pero sí cuando interviene otros factores: que la propiedad sea numerosa o que se dé una situación de monopolio o exclusividad. En primer lugar, la cantidad de establecimientos industriales es importante como fuente de empleo e inductora del crecimiento económico en las ciudades y regiones. En segundo lugar, los sectores industriales de ciertas actividades muy selectivas, tienen un poder potencial debido a la ausencia de competencia. Por tanto, los lugares que reúnen establecimientos de este tipo, están en situación privilegiada por ser elegidos antes que otros.

	Menor exclusividad	Mayor exclusividad
Cantidad	Mayor número de localizaciones de una misma rama industrial (hay competencia entre establecimientos)	Menor número de localizaciones de una misma rama industrial (no hay competencia)
Mayor número total de establecimientos industriales (lugares destacados)	PODER TERRITORIAL	PODER DE GRUPOS PODER TERRITORIAL
Menor número total de establecimientos industriales (lugares no destacados)	dependencia territorial de pocas actividades	PODER DE GRUPOS (tienen la exclusividad en un lugar poco destacado)

Fig. 1. Comparación entre el número de localizaciones industriales y la expectativa de poder, desde el punto de vista económico.

El ensayo empírico consiste en elaborar clasificaciones que contemplen tanto los intereses de grupos como los del territorio.

- Desde el punto de vista de los grupos de la actividad, el poder se relaciona con el grado de **exclusividad**.
- Desde el punto de vista del territorio, el poder se vincula con el **número total de localizaciones**.

Distribución diferencial de establecimientos industriales en la provincia de Mendoza.

La mayoría de los estudios específicos de geografía industrial para Mendoza, destacan las actividades dominantes como la especialización vitivinícola, las agroindustrias en general y sus transformaciones recientes. En cambio, las actividades escasas pueden ser menos evidentes en el paisaje, pero su concentración en determinados lugares produce una jerarquización acumulativa de los mismos.

Los datos estadísticos empleados se agrupan en cuatro conjuntos, de los cuales el primero comprende establecimientos cuya especialidad es muy poco frecuente en la provincia. Se establece un umbral de 18 porque, si un artículo fuera de consumo masivo y uniforme, habría por lo menos un establecimiento por departamento, y en Mendoza son 18. En este primer conjunto se incluyen 37 rubros con menos de 18 fábricas cada uno. Estas localizaciones se concentran casi exclusivamente en tres departamentos urbano-industriales del Gran Mendoza: Capital, Guaymallén y Godoy Cruz, con más de 120 establecimientos. Comprende refinería, fabricación de tapices, envases de papel/cartón, vidrio, abonos/plaguicidas, farmacéuticos, cuchillería, etc. Fig. 2.a.

El segundo conjunto reúne otras 20 ramas que totalizan 100 establecimientos cada una, en la provincia. En este caso se encuentran, por ejemplo, confección de prendas, hierro/acero, muebles metálicos, aceites y grasas vegetales, productos plásticos, cemento/yeso, sustancias químicas básicas, etc. Se reitera una distribución geográfica semejante a la anterior, que se podría denominar "beneficio por exclusividad más que por competitividad". Fig. 2.b.

El tercer conjunto incluye ramas industriales bastante más difundidas en todos los departamentos, totalizando entre 100 y 400 establecimientos cada una. A pesar de esta mayor dispersión, aún generan una geografía contrastada: Guaymallén en el norte, y San Rafael en el sur. Comprende por ejemplo, fábricas de muebles no metálicos, materiales para construcción, conservas, bebidas no alcohólicas, productos metálicos estructurales, productos minerales no metálicos, productos de arcilla para construcción, etc. Fig. 2.c.

El cuarto grupo comprende sólo 3 ramas industriales con más de 600 establecimientos cada una: fabricación de productos de panaderías, aserraderos cepillados y otros talleres, e industrias vinícolas. Estas últimas representan la orientación específica de la provincia de Mendoza, y aunque se destacan San

Rafael y San Martín, están presentes en todos los departamentos, y por lo tanto con mayor grado de competencia local. Fig.2.d.

Este análisis se completa con otro indicador económico: número y distribución de bancos. Al diferenciar qué lugares logran captar mayor movimiento financiero, se establecen también diferencias concretas entre ciudades dentro de las áreas productivas. Los bancos no-oficiales aseguran una asociación más estrecha con la distribución de recursos económicos, ya que los otros son en buena medida, auxiliares del Estado para el pago de sueldos de la administración pública y recaudador de impuestos. El Banco de Mendoza, recientemente privatizado, ha cerrado la mayoría de las pequeñas sucursales rurales, lo cual confirma que el poder económico selecciona las localizaciones más rentables. Para las ciudades y pueblos, la coyuntura más favorable sería reunir mayor cantidad posible de bancos no oficiales, además de las condiciones anteriores. Es el caso de Capital y Godoy Cruz, que concentran el 50% de los bancos no-estatales de la provincia. Algunos centros menores con bancos no-oficiales, como Rodeo de la Cruz y Corralitos, en el departamento de Guaymallén; y Rodeo del Medio, Fray Luis Beltrán y Gutiérrez en Maipú, sirven como centros intermedios de la actividad bancaria. Fig.4.

En síntesis, de los cuatro grupos de industria, los dos primeros son los que, con su localización, generan situaciones ventajosas tanto para los grupos de actividad como para los lugares. Su distribución esboza una silueta centrada en Guaymallén, Capital y Godoy Cruz, asociación claramente urbano-industrial, reproducción casi exacta de la configuración espacial producida por la localización de bancos. En cambio, las industrias masivas cuya presencia puede ser entendida como beneficiosa para los lugares, no necesariamente implican poder o privilegio económico para todos los grupos de la actividad, por igual. Este aspecto merecería un estudio en otra escala y con otras fuentes.

Buscando lo nuevo y lo moderno, el territorio espera los beneficios de las sutiles redes del saber y la información.

Hablar de saber/información y de su poder en las relaciones sociales, implica vincular el valor del saber con su utilidad económica. Es el saber tecnológico y organizativo, bienes que "están en la experiencia social más que en objetos determinados". La generación de conocimiento, constituye la razón de

ser de toda labor intelectual. Sin embargo, para que realmente modifique las actividades de la sociedad, debe trascender el ámbito académico, necesita recursos económicos para financiarse, y poder de decisión para aplicarse. No se trata del saber cultural como adorno personal, sino de aquel que produce utilidades y genera redes entre actividades: saber vender, saber organizar, saber dirigir, saber informar, saber captar la atención.

Existe una fuente de poder, identificable con oficinas públicas depositarias de bancos de datos, información de primera necesidad para cualquier trabajo de investigación y/o toma de decisiones. Entrenadas tradicionalmente en una pesada burocracia estatal, suelen constituir verdaderas barreras para la pretendida flexibilización y rapidez de respuestas que hoy exige el medio. Por lo tanto, el saber adquiere mayor poder cuando los agentes sociales tienen mayor acceso a esas fuentes de información, desde censos, estadísticas financieras, registros de propiedades -a veces protegidos por el secreto estadístico- hasta cierta información sobre beneficios, subsidios, programas de desarrollo, organismos de financiamiento. Desde el punto de vista de los lugares, las ventajas derivadas del acceso a esta información serán mayores en la medida que exista mayor fluidez en la transmisión de datos entre oficinas públicas.

a) *Comercio de saberes.* Una guía orientadora de servicios es un aceptable muestreo de empresas vinculadas con este aspecto. Los anuncios publicitarios se refieren al ofrecimiento de enseñanza sobre algún tipo de capacitación, asesoramiento o prestación de servicio para facilitar la toma de decisiones económicas, aplicación del saber a otras actividades, realización de trámites o gestiones.

b) *Las relaciones entre instituciones.* Un indicador de interés para la ciencia geográfica puede ser el listado de convenios realizados entre el Ministerio de Medio Ambiente Urbanismo y Vivienda, con los municipios. El beneficio que reciben los lugares, se traduce indirectamente en la oportunidad que encuentran los sectores sociales para negociar un saber, una información, a través de entrelazamientos con el poder político.

c) *Instituciones de investigación.* Una fuente conveniente y muy actual está representada por las redes de información, que elaboran bancos de datos con información sobre toda la actividad académica de una región, nación y también sobre ofrecimientos de organismos internacionales. Por ejemplo, Red Andina.

		Criterio de la exclusividad	
		Mayor nº de localizac. de un mismo tipo de saber/inform.	Menor nº de localizac. de un mismo tipo de saber/inform.
Criterio de la cantidad		Innovación u oportunidad	Innovación más oportunidad
Mayor nº total localizaciones en actividades generadoras de información	Innovación	PODER TERRITORIAL (comercio de saber)	BENEFICIO EN LOS GRUPOS DE INVESTIGACION CIENTIFICA (variable según relación con otros poderes)
	Oportunidad		Competencia (alianza de grupos)
Menor nº total localizaciones en actividades generadoras de información	Innovación	PODER TERRITORIAL (por difusión)	PODER LOCAL DE GRUPOS
	Oportunidad		

Fig. 3. Comparación entre el número de localizaciones de actividades innovadoras en los lugares, y la expectativa de poder, desde el punto de vista de las redes sociales no espaciales.

De las fuentes mencionadas, sólo la b) puede compensar la situación de privilegio que tienen los centros urbanos mayores, funcionalmente más complejos. En efecto, los intercambios jerárquicos de directivas político-administrativas pueden promover los lugares menos dotados, favoreciendo la distribución del saber, aplicado en estudios o políticas de desarrollo. Esto es particularmente cierto en estos momentos, en que el Estado incentiva la autogestión del desarrollo.

Como se observa en la figura 3, se establecen relaciones entre territorio y actividades, que se pueden sintetizar como sigue:
 - Desde el punto de vista de los grupos, el saber funciona como mercancía, y el poder depende de la innovación y de la oportunidad.
 - Desde el punto de vista territorial, el saber funciona como servicio, y el poder depende del número de saberes y del grado de innovación en cada lugar.

La provincia de Mendoza según ventajas del acceso a distintas formas de información.

Mendoza, como centro particular, goza de prestigio propio en el campo cultural y científico, pero su presencia no se expande por simple contigüidad, sino que existen algunos canales o medios a través de los cuales circulan los beneficios de estos bienes intelectuales. La localización más privada del saber, corresponde a la actividad comercial y representa la posibilidad concreta de comprar y aplicar innovaciones, bajo la forma de los llamados "servicios a la población y a las empresas". La fig.4 toma en cuenta las actividades que se incluyen como servicios comerciales, cuyos avisos comerciales no ofrecen ni un objeto ni una tarea, sino un saber o habilidad muy específico. Por ejemplo, academias, centros de capacitación, informática, asesoramientos, peritajes, emprendimientos, encuestas, marketing, personal, administradoras, agencias de investigación, agencias de publicidad, agencias de empleo, diseños, mensajerías, gestiones y trámites, comercio exterior, cobranzas, representaciones de bodegas, documentación, etc. El departamento Capital polariza estos anuncios publicitarios, ya que la guía de donde se extrae la muestra registra más de 200 avisos de este tipo frente a 50 del lugar que le sigue. Sin embargo, la presencia de otros lugares como San Martín, Tunuyán, San Rafael, Rivadavia, implica una iniciativa de modernizar la gestión. Fig.5.a.

Otro indicador, convenios de asesoramiento entre ministerios y municipios, permite una aproximación a los nexos que se establecen entre Capital y otros lugares, posibilidad de difusión del saber. Se establece un canal de circulación del saber entre dos niveles de gobierno, acompañado casi siempre por recursos financieros. La distribución de las áreas beneficiadas, durante 1988-93, es bastante homogénea en la provincia, y las diferencias se definen más bien por omisión: en este período no aparecen convenios con Rivadavia, Tupungato, Santa Rosa y Capital, los tres últimos de partidos políticos distintos al provincial. Fig.5.b.

Se puede elaborar una cartografía sobre la base de datos más completos recurriendo a un indicador secundario, la distribución de oficinas públicas con teléfono, ya que éstas representan la potencialidad de flujos de información oficial. En primer término, las cabeceras departamentales cubren los 3 niveles jerárquicos (nacional, provincial y municipal) y a la vez retienen oficinas de ministerios poco difundidos en el territorio. De estos centros, sólo Junín, Santa Rosa, La Paz, San Carlos y Tupungato están en inferioridad de condiciones. En segundo lugar, se ubican centros y localidades menores como La Consulta, Uspallata, Rodeo de La Cruz, Palmira, Agrelo, 25 de Mayo.

En síntesis, se puede afirmar que para los lugares alejados es más prioritaria la información que el saber científico. En cambio, los lugares próximos a centros de decisión tienen naturalmente mayor accesibilidad a la información, y por tanto la competitividad de los lugares y grupos sociales se orienta hacia el saber en el sentido de innovación -sea científica, artística, comercial-. La información puede llegar a todos lados, pero el saber elige la mayor rentabilidad.

Conclusiones.

La fuerza de lo económico induce la acumulación de otros tipos de ventajas. Una simple confrontación cartográfica muestra asociaciones y correlaciones directas entre la industria, representativa del peso económico de los lugares, y los beneficios de la información.

En primer lugar, los departamentos favorecidos por las ramas industriales más específicas y escasas son exactamente los mismos que se destacan por el comercio del saber, situación corroborada por la distribución de bancos. Fig. 2.a., 4 y 5.a. Esta comparación muestra que algunos lugares no sólo se benefi-

cian por la acumulación de actividades sino también resultan elegidos por las potencialidades para la innovación, por lo cual se les atribuye mayor poder. Por lo menos, logran captar las novedades comerciales, informativas, profesionales, antes que los restantes lugares. Pocos centros en situación óptima, Capital, Guaymallén y Godoy Cruz, generan una periferia que se puede extender hasta donde existe actividad bancaria, aunque sea del Estado.

En segundo lugar, los departamentos caracterizados por el peso relativo de las industrias numerosas y masivas en esta provincia -vinícolas, aserraderos y panaderías- esbozan una silueta cartográfica muy semejante a la distribución de oficinas públicas con teléfono. En este sentido, es claro el poder a priori que la función político-administrativa deposita en las ciudades cabeceras. O sea, dejando de lado la supremacía de Capital en cuestiones de innovaciones y saber científico y cultural, se puede evaluar el resto de la provincia considerando los núcleos con posibilidades de recepción telefónica de informaciones oficiales, oficinas públicas de distintos ministerios repartidas por todo el territorio. De acuerdo con este criterio, las áreas potencialmente beneficiadas están dentro de los departamentos, como un conjunto incluido en el anterior. Esta confrontación indica que las oficinas de gobierno son aceptables canales para la difusión de innovaciones y pueden ampliar los beneficios económicos del acceso a la información.

Bibliografía.

- BANCO CENTRAL DE LA REP. ARGENTINA: Listado de bancos, Cámara Compensadora de Mendoza, 1994.
- BANCO DE MENDOZA: Memoria y Balance, Ejercicio n. 105, Mendoza, 1993.
- PROVINCIA DE MENDOZA: *Boletín Informativo de Red Andina* n. 6, Mendoza, Universidad Nacional de Cuyo-Gobierno de Mendoza, marzo 1995.
- CLAVAL, P.: *Espacio y poder*, México, F.C.E., 1982.
- CLAVAL, P.: "Le néo-marxisme et l'espace" en: *L'Espace Géographique* n. 3, 1987, pág. 161-166.
- DAHER, A.: "Territorios del capital bancario y previsional" en: *Revista Interamericana de Planificación*, vol. XXVI, n. 102, 1993, pág. 55-73.
- DIARIO LOS ANDES: Guía de comercios adheridos, Mendoza, Club del

lector, 1993.

DRUCKER, P.: *La sociedad poscapitalista*. Buenos Aires, Edit. Sudamericana, 1993.

FINQUELIEVICH, S. y KAROL J.: "Aplicación de nuevas tecnologías de información y comunicación en el funcionamiento urbano: de los países desarrollados a las metrópolis latinoamericanas" en: *Revista Interamericana de Planificación* n. 95, 1991, pág. 151-177.

FRIEDMANN, J. y WEAVER C.: *Territorio y función. La evolución de la planificación regional*. Madrid, I.E.A.L., 1981.

GARCIA de MARTIN, G. y MOLINA de BUONO G.: *Geografía industrial. Dinamismo y dominio de una actividad compleja*, Colección Geográfica, vol. 8, Buenos Aires, CEYNE, 1992.

GILBERT, A.: "L'ideologie spatiale: conceptualisation, mise en forme et portée pour la géographie" en: *L'Espace Géographique* n. 1, 1986, pág. 57-66.

HURTADO BOUCH, J.: "La vigencia futura de la planificación: el rol de los agentes sociales y los nuevos énfasis", en: *Revista Interamericana de Planificación* n. 96, 1991, pág. 154-173.

MEDELLIN, F.: "Autonomía o subordinación. Relaciones de poder en el marco del ordenamiento territorial colombiano", en: *Revista Interamericana de Planificación*, vol. XXV, n. 99, 1992, pág. 102-115.

GOBIERNO DE MENDOZA, Ministerio de Medio Ambiente, Urbanismo y Vivienda) *Convenios efectuados entre el Ministerio, Municipios y otras entidades*, Mendoza, 1994.

RESTREPO, D.: "Transformaciones recientes en América Latina: la descentralización, mito y potencia. El caso colombiano.", en: *Revista Interamericana de Planificación*, vol. XXV, n. 99, 1992, pág. 44-71.

SANCHEZ, J.: *La geografía y el espacio social del poder*, Barcelona, Los Libros de la Frontera, 1981.

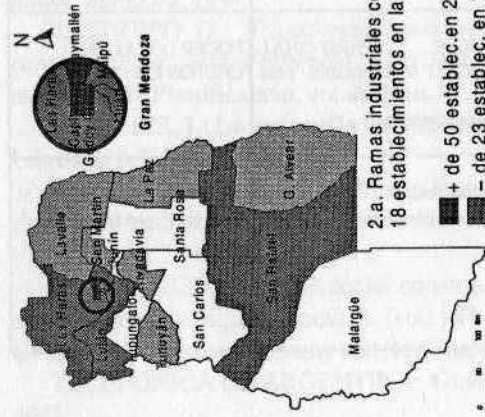
SLATER, D.: "Poder territorial y estado periférico: el argumento de la descentralización", en: *Revista Interamericana de Planificación*, vol. XXI, n. 97, 1992, pág. 7-78.

STRASSOLDO, R.: The social construction and sociological analysis of space. In: Hamm, B., Jalowiecki, B. (edit.) *The social nature of space*, Warszawa Committee for Space Economy and Regional Planning, 1990.

TELEFONICA DE ARGENTINA: *Guía Telefónica 1994-1995*, Mendoza, 1995.

ANEXO

PUNTO DE VISTA DEL TERRITORIO		PUNTO DE VISTA DE LOS GRUPOS CON SABER O CON INFORMACION	
		Si hay mayor número de grupos con un mismo tipo de saber o información, el poder depende de:	Si hay menor número de grupos con un mismo tipo de saber o información, el poder depende de:
Si en un lugar hay mayor número de actividades generadoras de información, el poder en el territorio depende de:	Oportunidad de aplicación, según demandas y acuerdos	La innovación o de la oportunidad	La innovación más la oportunidad
	Sin oportunidad de aplicación, falta de demandas o acuerdos	PODER TERRITORIAL (mayor posibilidad de aplicación de los conocimientos)	BENEFICIO EN LOS GRUPOS (mayor posibilidad de comercio del saber)
		Mayor posibilidad de competencia entre grupos de la misma actividad, en cada lugar	Mayor posibilidad de alianzas entre grupos de la misma actividad, entre diferentes lugares
Si en un lugar hay menor número de actividades generadoras de información, el poder en el territorio depende de:	Oportunidad de aplicación, según demandas y acuerdos	PODER TERRITORIAL LOCAL (oportunidad para la difusión de conocimientos)	PODER LOCAL EN GRUPOS ESPECIFICOS
	Sin oportunidad de aplicación, falta de demandas y acuerdos	Oportunidad para la innovación local	Sin poder ni en grupos ni en el conjunto territorial



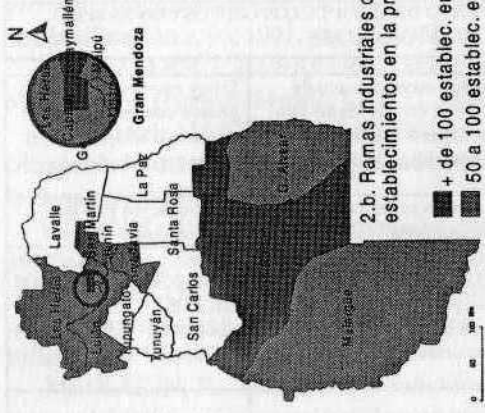
2.a. Ramas industriales con menos de 18 establecimientos en la provincia (1).

- + de 50 establec. en 28 ramas ind.
- - de 23 establec. en 14 ramas ind.
- - de 5 establec. en 5 ramas ind.

(1) 37 ramas incluidas: tapices y alfombras, pieles, refinería petróleo, máquinas oficina, art. deporte, bebidas matedas, textiles, equip. radio, pinturas, motores, instrumentos científ., envases papel y cartón, tejidos, electrodomésticos, molinería, deriv. petróleo, alimento de animales, vidrios, confitería, químicos, caucho, cuero, herramientas ferretería, etc.

Fig.2.a y 2.b. Mendoza. 1991. Distribución de ramas industriales menos representadas en la provincia, por departamentos.

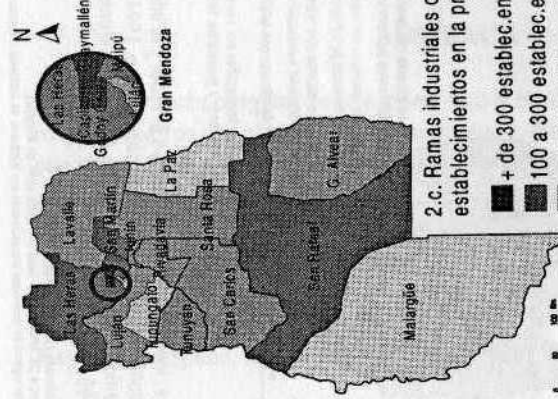
Fuente: elaborado sobre la base de GOBIERNO DE MENDOZA. Plan Anual Estadístico. Estadísticas Económicas, Mendoza. Sistema Estadístico Provincial, 1991, cuadro 43.



2.b. Ramas industriales con 20 a 100 establecimientos en la provincia (2).

- + de 100 establec. en 20 ramas ind.
- 50 a 100 establec. en 15 ramas ind.
- - de 30 establec. en 10 ramas ind.

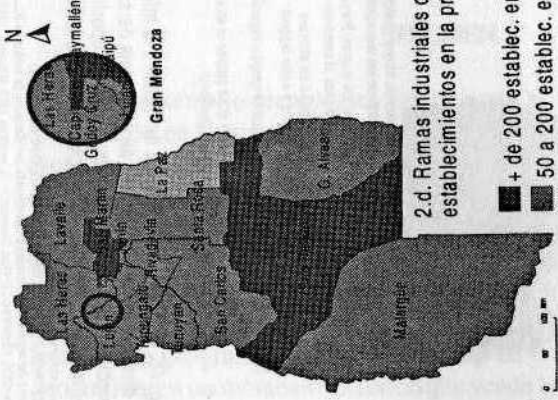
(2) 20 ramas incluidas: textiles (no prendas), hierro y acero, lánias y cámaras, jabones y perfumes, aparatos suminisros eléctricos, muebles y acc.metalicos, aparatos ind eléctricos, vehículos automotores, aceites y grasas vegetales, plásticos, lácteos, obj.barro loza porcelana, equipos industriales, curtidurías, sustancias químicas industrias básicas, matanza ganado y prep. carnes, etc.



2.c. Ramas industriales con 100 a 400 establecimientos en la provincia (1).

- + de 300 establec. en 12 ramas ind.
- 100 a 300 establec. en 12 ramas ind.
- - de 100 establec. en 10 ramas ind.
- - de 25 establec. en 5 ramas ind.

(1) 12 ramas incluidas: máq. equipos agricultura, productos alimenticios, prendas vestir, bebidas no alcohólicas, imprentas editoriales y almes, prod. arcilla piconstrucción, muebles y accesorios no metálicos, conserva frutas y verduras, prod. metálicos estructurales, prod. metálicos no máq. ni equip., envases madera y casetería, prod. minerales no metálicos.



2.d. Ramas industriales con más de 400 establecimientos en la provincia (2).

- + de 200 establec. en 3 ramas ind.
- 50 a 200 establec. en 3 ramas ind.
- - de 15 establec. en 3 ramas ind.

(2) 3 ramas incluidas: fabricación de productos de panadería, industrias vinícolas, aserraderos, cepillados y otros talleres.

Fig.2.c y 2.d. Mendoza. 1991. Distribución de ramas industriales más representadas en la provincia, por departamentos.

Fuente: elaborado sobre la base de GOBIERNO DE MENDOZA. Plan Anual Estadístico. Estadísticas Económicas, Mendoza. Sistema Estadístico Provincial, 1991, cuadro 43.

EL ESPACIO GEOGRÁFICO EN TIEMPOS DE GLOBALIZACIÓN (*)

Delfina Trinca Figuera

RESUMEN.

El desarrollo tecnológico que conoce el mundo de nuestros días es responsable, en buena medida, de la emergencia del fenómeno global. A él se le asocia la idea de que el mundo puede palpitar en cualquier lugar, no importa dónde éste se localice. Este hecho ha traído como consecuencia, entre muchas otras, que numerosos profesionales que tienen entre sus intereses la cuestión territorial, acepten como válidas expresiones que dicen que la geografía está llegando a su fin.

Lo que se pretende con este trabajo es discutir sobre la importancia que le cabe a la geografía, o mejor, a su objeto de estudio, valga decir el espacio geográfico, en un momento histórico que vende la ilusión de que lo importante es el tiempo y no el espacio, difuminando el hecho que reducir distancias no es sinónimo de desaparición del espacio geográfico.

Palabras clave: espacio, tiempo, geografía, globalización.

ABSTRACT.

The technological development that the world is going through is partly responsible for the global state of emergency. To this, the idea that the world can show itself anywhere is associated. One of the consequences of this is the acceptance by professionals interested in territorial matters of expressions that foresee the disappearance of geography.

In this paper the importance of geographical space in the historical context of a time that is dominated by the illusion that time, rather than space, is important is discussed

Key words: space, time, geography, globalisation

(*) Una primera versión de este trabajo se presentó en el IV Congreso Venezolano de Geografía, celebrado en Caracas del 30/05/2001 al 01/06/2001

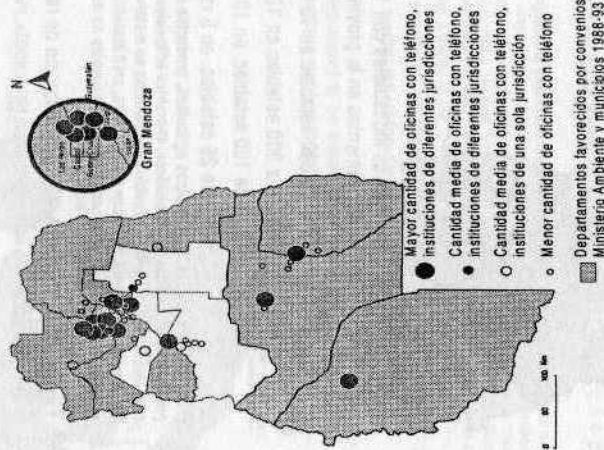


Fig. 4a. Indicadores vinculados con el saber y la información. Distribución de oficinas públicas con teléfono, 1994. Convenios entre Ministerio Medio Ambiente y Municipios 1988-93.

Fuente: elaborado sobre la base de: TELEFONICA DE ARGENTINA. Guía Telefónica 1994, de Mendoza. Muestra del registro de convenios proporcionada por Ministerio de Ambiente Urbanismo y Vivienda, 1994.

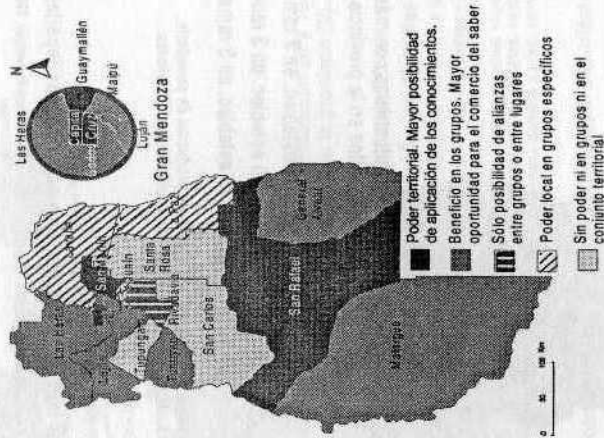


Fig. 4b. Beneficios potenciales del saber y la información según la distribución de indicadores de existencia de saber, canales de comunicación entre oficinas públicas y oportunidad de convenios entre instituciones. Mediados de la década del '90.

Fuente: elaborado sobre la base de: TELEFONICA DE ARGENTINA. Guía Telefónica 1994, de Mendoza. Muestra del registro de convenios proporcionada por Ministerio de Ambiente Urbanismo y Vivienda, 1994. SERVICIOS AGRUPADOS. Guía Orientadora de servicios 1993. Mendoza, 1993.

(Aceptación definitiva en setiembre de 2002)

... de ...
... de ...
... de ...

... de ...
... de ...
... de ...

... de ...
... de ...
... de ...

... de ...
... de ...
... de ...

IMPRESO EN

Grafikart

J. Fugl 361 / Tel. (02293) 15636269 / Tandil / Buenos Aires / Argentina