

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

CARRERA: PUBLICIDAD

MATERIA: SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

TITULAR: PROF. J. B. GONZÁLEZ SABORIDO

ALUMNO: DARIO CEBOLLA BADIE

TEMA: ARMAS, DE LA GEOPOLÍTICA A LA PUBLICIDAD

MES Y AÑO: NOVIEMBRE 1995

AGRADECIMIENTOS

Son muchas las personas que merecen mis más sinceras gracias, desde el profesor Gonzáles Saborido que me convenció de investigar un tema que me intrigaba pero se me antojaba muy difícil, hasta aquellas personas que con su comprensión y cariño supieron darme las fuerzas necesarias para seguir adelante, mis padres, mi hermana y mi novia. Y un gracias muy especial a quién con sus conocimientos evitó que yo sufra un ataque de nervios, a la hora de armar e imprimir este trabajo, Ivonne. A todos ellos muchísimas gracias.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

¿POR QUÉ ESTE TEMA ?

Debo confesar, que el tema original distaba bastante, por no decir muchísimo, del que he desarrollado en las siguientes páginas. Así que empezaré por la idea primigenia, que como no podía ser de otra manera -por la carrera cursada- era: " La publicidad gráfica sobre Armas ", tema por el que opté, debido a que me interesaba investigar como se puede ofrecer un elemento de destrucción para su venta mediante un aviso publicitario, llegando al consumidor potencial e impactando en él. Del análisis de los diversos avisos, surgieron a su vez muchos interrogantes: ¿Quiénes son los fabricantes de estos elementos?; ¿Qué reglamentación legal, y que ente regulan la comercialización de estos elementos?; ¿Qué límites morales existen en el mundo que regulen éticamente esta actividad?; ¿Qué opina la Iglesia sobre el tema?; ¿Qué fines políticos llevan a un estado a comprar o vender armas a determinados países?; ¿Cual es la situación actual en el mundo, dominado por la ley del más fuerte?. Todos estos interrogantes y muchos más, intentan encontrar respuestas en las páginas de este trabajo, que para ser honesto peca de localismo (dada la posibilidad de acceder a legislaciones y entes nacionales, frente a la imposibilidad de hacerlo a los internacionales) y un poco de nacionalismo, ya que no hace falta investigar demasiado para ver claramente las cuerdas secretas que manejan a su antojo las grandes potencias, que tienen como marionetas a los países del tercer mundo. Por todo lo dicho anteriormente surge este trabajo, con una pizca de todo, y mucha síntesis para algunos temas que por profundos y enmarañados se merecerían un trabajo unitario para lograr un acercamiento valedero. La idea final es simple, intentar desde mis humildes posibilidades, acercarles temas tratados en las altas esferas de poder, que en realidad a quienes más terminan afectando es a nosotros mismos.

ÍNDICE

Agradecimientos.....	1
¿Por qué este tema?.....	2

INTRODUCCIÓN

Objetivos (Hipótesis).....	7
----------------------------	---

DESARROLLO

CAPITULO 1	ENFOQUE PSICO-SOCIAL
-------------------	-----------------------------

◇ Psicología de la violencia.....	9
◇ La milicia de michigan.....	11
◇ El nuevo terrorismo.....	13

CAPITULO 2	ASPECTO LEGAL
-------------------	----------------------

◇ Abuso de armas. cap. v. código penal.....	16
a) Figuras básicas:.....	16
1) Disparo de arma de fuego.....	16
2) Agresión con armas.....	18
b) Figuras derivadas.....	20
◇ Ley de armas y explosivos. N° 20.429/73.....	21
Disposiciones generales.....	21
Clasificación de armas y municiones de guerra.....	21
Armas y municiones de uso civil.....	22
Armas y municiones de colección.....	23

Marcas contraseñas y numeración.....	24
Fabricación y exportación de armas y sus municiones.....	25
Importación.....	25
Registro de importadores.....	26
Registro de comerciantes de armas.....	26
◇ Armas de guerra.....	26
◇ Armas de uso civil.....	31
◇ Registro Nacional de Armas- RENAR.....	33

CAPITULO 3 PUBLICIDAD

◇ Mercado militar.....	39
◇ Mercado civil.....	41
◇ Marca.....	42
◇ Análisis de avisos publicitarios.....	43

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

CAPITULO 4 PRODUCCION DE ARMAS (el caso argentino)

◇ Feria internacional del aire y del espacio, participación argentina	
Ediciones • 1984.....	53
• 1990.....	55
• 1994.....	57
◇ Acuerdo con Lockheed.....	57
◇ Industria nacional.....	58
◇ Análisis político económico actual.....	60

◇ Producción civil de armas.....	62
◇ Avisos.....	63
◇ El desmantelado proyecto cóndor II.....	67
◇ Conclusión.....	70

CAPITULO 5 CONFLICTOS GEOPOLITICOS

◇ La guerrilla en el nuevo orden mundial	
Armas para la guerrilla.....	72
Países con conflicto.....	73
◇ La situación latinoamericana	
La muerte decretada de los ejércitos iberoamericanos.....	79

CAPITULO 6 LA OPINION DE LA IGLESIA

◇ Mirada cristiana I.(extracto de la encíclica "centesimus annus").....	82
◇ Mirada cristiana II. (cultura de la muerte).....	85
◇ La guerra	88
La justa causa.....	88
Autoridad pública.....	88
Carrera armamentista.....	89
◇ La publicidad.....	90
◇ Conclusión.....	91
· CONCLUSIÓN FINAL	93
Bibliografía	94



INTRODUCCIÓN

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

OBJETIVOS (HIPÓTESIS)

Para el tema publicidad buscaré la existencia de un patrón de uso, de métodos publicitarios. Investigando cuales son los canales sociales y psicológicos a los que se recurre para hablar de muerte, sin utilizar palabras directamente relacionadas con el tema. Buscaré analizar diversas opiniones, desde la cristiana a la psicológica, pasando por políticas y estratégicas, para intentar una comprensión racional del tema armas en sí mismo, intentando mostrar una panorámica de la sociedad actual, nacida de un belicismo económico-social, que tiene como uno de sus principales exponentes, el comercio de armas, y como principales progenitores, los diversos polos de poder en que está dividido nuestro planeta.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

CAPITULO 1



ENFOQUE PSICO-SOCIAL

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR