



VI Colóquio Internacional  
“A educação pelas imagens e suas geografias”

Campinas, 08 a 10 de novembro de 2021.

## CARTOGRAFÍAS MENORES VS GEOGRAFÍAS MAYORES. LA IDEA DE NACIÓN EN LOS ENVOLTORIOS DE CHOCOLATE

Malena Mazzitelli Mastricchio  
CONICET-HITEPAC-UNLP  
[malenamasticchio@gmail.com](mailto:malenamasticchio@gmail.com)

Martina Fantini  
HITEPAC-UNLP  
[rmfantini24@gmail.com](mailto:rmfantini24@gmail.com)

### Resumo

Sabe-se que as imagens nos mostram uma maneira de ver o mundo e que essas formas de ver são construídas política e culturalmente. É por isso que, quando olhamos para certas imagens, elas nos desafiam e nos levam a visualizar certas geografias imaginárias. Sabe-se também que as geografias que saem dos campos acadêmicos reforçam e naturalizam a maneira como pensamos sobre o espaço. Neste trabalho, analisaremos como as imagens publicadas pela marca de chocolate Águila - em 2018 - reproduzem e reforçam uma geografia nacional e um conceito específico de nação. Para isso, o trabalho está dividido em quatro partes: a primeira relacionada às cartografias banais e seu efeito nacionalizante; no segundo, são analisados os ícones escolhidos para representar uma geografia nacional; Em terceiro lugar, veremos a relação estabelecida entre imagem - texto para reforçar essa idéia de nação. Finalmente, tentaremos pensar em como o mapa representado no envelope se torna uma cartografia menor, mas também uma geografia maior.

**Palavras Chave:** Cartografia menores; geografias mayores; chocolates; cartografia banal

### Introducción

La marca de chocolate Águila editó durante el año 2018 una serie titulada “La mirada del Águila”. Esta serie representa al territorio nacional junto a un conjunto de paisajes considerados como parte de la geografía argentina. Esta edición del chocolate es parte de una estrategia mayor de la empresa<sup>1</sup> que, bajo el lema “Águila y las fechas patrias”<sup>2</sup>, intenta resaltar el sentido común que nos unen como nación. En nuestro trabajo la serie seleccionada está compuesta por cuatro imágenes, cada una de ellas representa un sector del territorio

<sup>1</sup> <http://www.chocolatesaguila.com.ar/historia.aspx>

<sup>2</sup> La marca de Chocolate Águila, realizó diversas ediciones especiales como “Acto de la Independencia” con imágenes que nos remiten a los personajes de la época Colonial; “El grito sagrado” haciendo alusión al mundial de fútbol; “Fiestas Patrias” donde se pueden ver diferentes hechos históricos y el Cabildo de fondo; “Haciendo Patria” con fotos del pintor argentino Molina Campos; “La Patria con humor” donde representa a los maestros del humor gráfico en Argentina como Medrano, Divito, Oski y Poch; “Mujeres de Mayo, heroínas en las sombras” con imágenes de Juana Azurday, María Remedio del Valle, María Catalina Echeverría de Vidal y Mariquita Sánchez de Thompson; y “Serie Bicentenario”. Recuperado de <http://www.chocolatesaguila.com.ar/historia.aspx>



VI Colóquio Internacional  
“A educação pelas imagens e suas geografias”

Campinas, 08 a 10 de novembro de 2021.

nacional, de manera tal, que la unión de cada una forma lo que Anderson (2010) llamó mapa logotipo (imagen 1).

Nos proponemos leer estas imágenes desde los estudios visuales, en el cruce con lo que lo que Billig (1998) denominó “nacionalismo banal” y como las imágenes ayudan a construir un nacionalismo cotidiano. Asimismo, retomamos lo que autores como Michael Chevalier (1989) llamó *parageografías*, estas son las geografías hechas por no geógrafos e incluyen las imágenes geográficas que circulan en la televisión o revistas no especializados y podríamos agregar en los envoltorios de chocolate. Por otro lado, Ives Lacoste reconoció, en 1970, que ya no existía la geografía solo de los profesores, sino que existía otra que estaba vinculada a otros soportes y otras formas de circulación (televisión; cine, carteles, imágenes de revistas), que también apela a un conocimiento geográfico adquirido en un ámbito más formal como puede ser la escuela. Estas parageografías apelan a una geografía imaginada que reside en memoria geográfica. Entendemos por imaginación a la capacidad de formar imágenes mentales, especialmente de las cosas que no se ha sido directamente testigo o que no han sido experimentadas (COSGROVE, 2008, p. 8).

Partimos de creer que no sólo los discursos geográficos institucionalizados y hegemónicos son los garantes de la constitución de una geografía nacional, sino que las parageografías se apropiaron de conceptos y nociones creadas dentro de la disciplina. Muchas veces, estas geografías se instalan en los bordes de la disciplina y perduran en el imaginario colectivo más tiempo que en el seno de la misma ciencia geográfica.

En este caso veremos, como nuestras imágenes reproducen un discurso nacionalizante. Veremos que dicen estas imágenes del mundo, pero también cómo nos enseñan a ver el mundo.



Imagen 1 Fuente: <https://www.instagram.com/p/BVIf2y7gqV2/>

## Mapas de chocolate

¿Existe una imagen más nacionalizante que el mapa? Según Anderson (2010) el mapa, junto al censo y el museo, es una de las instituciones nacionalizantes por excelencia que intervienen en la construcción de los Estados Nacionales. El mapa ha sido y es una institución nacionalizante, el cuerpo de la Nación (ANDERSON, 1983; WINICHAKUL, 1994; GOOD; 2013, LOIS, 2014). Al igual que estos autores creemos que el mapa es una herramienta administrativa omnipotente del Estado; es el Estado hecho cuerpo. El mapa –dice Good



VI Colóquio Internacional  
“A educação pelas imagens e suas geografias”

Campinas, 08 a 10 de novembro de 2021.

(2013, p. 27)- “da vida al Estado-nación”. Sin embargo, no solo el mapa realizado a través de organismos estatales o aquellos realizados desde “el dogma de cientificidad” cumple esta función de herramienta administrativas, por el contrario, existen otras cartografías que ayudan a mantener este sentimiento de pertenencia hacia un territorio y que por su circulación masiva son, de alguna manera, más efectiva que la cartografía estatal. Billig & Nuñez (1998), aseguran que el nacionalismo, además de estar en la conformación de los Estados, es reproducido banalmente y cotidianamente a lo largo de la historia de los Estados. Las cartografías banales, son las encargadas de reproducir ese nacionalismo, del que habla los autores. Llamamos cartografías banales a aquellas imágenes cartográficas que reproducen el territorio nacional resaltando sus “cualidades” y que son usadas para promover una percepción positiva del territorio.

En nuestro caso, el mapa localiza los íconos que pretenden representar los paisajes argentinos. Les brinda un contexto nacional, ya que los íconos representados sin la base cartográfica pierden su localización espacial y, por lo tanto, el efecto nacionalizante es menor. En la imagen 2<sup>3</sup> vemos los íconos sin la silueta territorial que les ofrece el mapa. En esta imagen fue necesario ubicar el topónimo “Argentina” y los colores de la bandera a fin de generar el efecto localizador. La relación de los íconos con el topónimo no es casual, sino que el nombre viene a reemplazar la figura nacionalizante del mapa. De hecho, los topónimos tienen el efecto de vincular el nombre a un referente espacial (LOIS, 2010). Además de la potencia nacionalizante que ejerce la presencia del recorte territorial, el mapa genera otro efecto que tiene que ver con la mirada totalizadora. La importancia de localizar aquellos íconos típicos sobre la figura del territorio nacional está resaltando otra de las cualidades de la cartografía: la posibilidad de visualizar todos los elementos simultáneamente y volverlos homogéneos ante la mirada cenital (MAZZITELLI MASTRICCHIO, 2017).

El mapa, siguiendo a Girardi (2017), devuelve una mirada no conflictiva de los lugares que representa. Por otro lado, los mapas activan nuestra memoria espacial y nos permiten recordar los lugares que alguna vez habitamos o lugares que no conocemos, pero los sentimos como propios. El mapa -dice Seeman (2014)- “visualmente trae a la mente un mundo multidimensional que contiene objetos y hasta emociones que no son percibidas en el papel” (SEEMAN, 2014, p. 74). Entonces, en nuestro ejemplo, además del efecto nacionalizante, el mapa interpela las emociones que no son controladas por las imágenes de los paisajes. Cada lector al mirar los íconos de los paisajes experimentará un sentimiento propio (y colectivo), como veremos más adelante, esta libertad de las emociones es limitada por la palabra que acompaña cada envoltorio.

---

<sup>3</sup> BOSQUE es un estudio de diseño gráfico e ilustración. Recuperado de [https://www.behance.net/gallery/48458337/Aguila-Coleccion-Argentina?fbclid=IwAR08ioBjQpiWeZqQiDXqt0NDg5UM3QpYITGiFy07ftejSFI84Tuq\\_8HzLW4](https://www.behance.net/gallery/48458337/Aguila-Coleccion-Argentina?fbclid=IwAR08ioBjQpiWeZqQiDXqt0NDg5UM3QpYITGiFy07ftejSFI84Tuq_8HzLW4)



VI Colóquio Internacional  
“A educação pelas imagens e suas geografias”

Campinas, 08 a 10 de novembro de 2021.



Imagen 2

Fuente: [https://www.behance.net/gallery/48458337/Aguila-Coleccion-Argentina?fbclid=IwAR08ioBjQpiWeZqQiDXqt0NDg5UM3QpYITGiFy07ftejSFI84Tuq\\_8HzLW4](https://www.behance.net/gallery/48458337/Aguila-Coleccion-Argentina?fbclid=IwAR08ioBjQpiWeZqQiDXqt0NDg5UM3QpYITGiFy07ftejSFI84Tuq_8HzLW4)

## La nación en imágenes

¿Qué es lo que convierte a estos sitios geográficos en *paisajes nacionales*? Para que estos paisajes sean valorados y legitimados por la sociedad como propios, es necesario la presencia de ciertos imaginarios instalados en nuestra memoria. Son una construcción social (individual y colectiva) que se produce a partir de nuestra experiencia visual. Partimos de la hipótesis de que estas imágenes activan el recuerdo de espacios que fueron forjadas en el seno de la disciplina. En este sentido, no solo el discurso geográfico consolidó un proyecto de nación (MORAES 2008), sino que ese discurso una vez que salió de la disciplina se *banalizó* y fue tomada y reproducida por las parageografías.

Esta explosión de la geografía se generaliza y una herramienta de esta difusión es el discurso escolar, pero también existen otras prácticas que refuerzan los imaginarios geográficos que ayudan a reafirmar esa idea de nación como ya lo demostraron otros autores para el turismo, para la cartografía (LOIS, 2014) o para la educación (HOLLMAN, 2008). No obstante, creemos que existen discursos geográficos y cartográficos que se instalan en otros medios de circulación y soportes que no necesariamente son producidos por instituciones estatales o académicas y que también construyen una geografía imaginaria que está tan banalizada que nos pasan desapercibidas. Uno de ellos son estos envoltorios de chocolates.

Es interesante analizar qué iconos fueron elegidos para marcar las geografías de los diferentes sectores del territorio: el norte, el centro y el sur del país.

En el norte y centro la estrategia es mostrar elementos que hacen referencia al pasado histórico de independencia. Los sucesos históricos que se localizan en el territorio nacional son aquellos que fueron claves en la construcción de la Nación.

En cambio, en la Patagonia, la estrategia de representación es claramente diferente: no hay evidencia del proceso independentista. El único ícono que refiere a la historia del territorio es la Cueva de las Manos que muestra un pasado indígena superado y sin conflictos. La Patagonia *no* tiene historia. El ícono de la Cueva de las Manos, se establece como una *rugosidad*<sup>4</sup> de un pasado lejano, que reivindica la existencia de pueblos originarios, dejando a un lado su existencia en la actualidad y la lucha por el territorio ancestral. La omisión de la

<sup>4</sup> Recuperamos el concepto de rugosidad de Milton Santos (2000). Si bien el autor se refiere a las cicatrices que los modos de producción dejan sobre el espacio y que luego son redefinidas con nuevas funciones en otro momento económico, creemos que el concepto nos permite dar cuenta de las huellas que las sociedades dejan a través del tiempo en el espacio independientemente si son el resultado de procesos económicos o artísticos.



## VI Colóquio Internacional “A educação pelas imagens e suas geografias”

Campinas, 08 a 10 de novembro de 2021.

historia territorial y la no mención a la conquista de la Patagonia por parte del Estado puede ser pensado como uno de los silencios de las imágenes o como olvido territorial, el cual no es azaroso, sino que representa la otra cara del nacionalismo (BILLIG & NUÑEZ, 1998).

Las imágenes permiten al lector imaginar esas geografías alejadas de su espacialidad, ser testigo de lugares que no se han visitado.

### La nación en palabras

La relación imagen-texto es objeto de estudio de varios autores, no solo por su complejidad, sino por los diversos significados que puede adquirir una imagen ante presencia de diferentes textos. En este caso, en los envoltorios de chocolate Águila, las imágenes vienen acompañadas por un texto escrito por el periodista argentino Mario Markic.

No obstante, el primer texto que se advierte es el título de la serie: “La mirada del águila”. Si bien utilizar “águila” pretende recuperar la marca del chocolate, también es cierto que la *mirada del águila* implica una visión aguda, pero sobre todo totalizadora.

El texto refuerza la ficción de poner todos los paisajes bajo nuestra mirada soberana. La información que se despliega en el texto se traduce en la imagen (LOIS, 2010). Las frases nos limitan ese cúmulo de sensaciones que las imágenes (incluido el mapa) nos permite experimentar. Nos “obliga” a sentir *orgullo* y a *identificarnos* con los lugares. En este sentido el texto guía nuestras emociones y nuestra interpretación sobre las imágenes representantes de la geografía argentina.

El texto es complementario de la imagen, no sólo por su lugar secundario en el envoltorio, sino porque en algún punto describe (y refuerza) la estrategia que plantea la imagen. Leerlo implica activar esas geografías imaginadas que se fueron forjando en nuestra memoria a lo largo del tiempo.

### Cartografías menores, geografías mayores<sup>5</sup>

El libro de Deleuze y Guattari, *Kafka, para una literatura menor* ha servido de inspiración para analizar la geografía y la cartografía. En este sentido Oliveira Jr. (2009; 2019) habla de “geografías menores” y Girardi (2013) de “cartografías menores”. Para los autores la menoridad no se refiere a una minoría en términos peyorativos, sino, por el contrario, una literatura menor es aquella literatura que “hace una minoría de una lengua [de una cartografía/geografía] mayor” (DELEUZE & GUATTARI, 2002, p. 26). De manera similar lo mayor, no hace referencia a lo cuantificable sino a la estabilidad, a una posición hegemónica. La menoridad pone en tensión esa hegemonía. En qué sentido nuestro mapa de chocolate puede ser leído como una cartografía menor.

Como ya lo demostró Girardi (2013, p. 81) estos mapas son menores en tanto que rompen con la representación hegemónica del espacio.

---

<sup>5</sup> Queremos agradecer las discusiones en el seminario de la Red de Imágenes, polo Buenos Aires dirigido por la Dra. Hollman UBA, en donde contamos con la presencia del Dr. Oliveira Jr.



VI Colóquio Internacional  
“A educação pelas imagens e suas geografias”

Campinas, 08 a 10 de novembro de 2021.

No obstante, al parecer, al igual que la lengua una imagen puede cumplir una función en un caso y otra en otro caso (DELEUZE & GUATTARI, 2002). De manera tal, que la imagen del envoltorio de chocolate Águila, a pesar ser una cartografía menor en el marco de la corporación cartográfica, puede ser pensada como una geografía mayor si tenemos en cuenta el discurso nacionalizante y hegemónico que promueve. La imagen tiene el poder de hacernos sentir *nosotros*, oculta los conflictos territoriales; silencia el reclamo indígena y las relaciones sociales. Dicho en otras palabras: el imaginario de nación que promueve reproduce el nacionalismo más banal y tradicional. Empero, vuelve a adquirir su carácter de minoridad cuando analizamos el discurso que escribe el periodista Markic desde la geografía académica: “he sido agasajado en San Luis con el microclima benefactor, que como un misterio rodea a la villa de Merlo durante todo el año; me cobijé del calor bajo los altos palmes de Entre Ríos y celebro la amistad que me regalaron los gauchos de la Pampa infinita”. Nada de lo que contiene su prosa puede ser concebido como un discurso de la geografía académica, ningún (o pocos) geógrafos podría escribir en un artículo académico argumentando que el clima de San Luis es un misterio o hablar de la Pampa es infinita, sin cuestionar la tenencia de la tierra. Este tipo de descripciones del territorio no son consideradas geografías estable de la academia.

**Bibliografía:**

ANDERSON, B. **Comunidades imaginadas**: Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo. México: Fondo de Cultura Económica, 1983.

BILLIG, M y NÚÑEZ, R. El nacionalismo banal y la reproducción de la identidad nacional. Revista Mexicana de Sociología, n°1, 1998. Recuperado el día 18 de abril de 2020, de <https://www.jstor.org/stable/3541255?seq=1>.

COSGROVE, D. **Social Formation and Symbolic Landscape**. Madison y Londres: The University of Wisconsin Press. 1998.

DELEUZE, G. y GUATTARI, F. **Kafka por una literatura menos**. Madrid: Editorial Nacional, Biblioteca de Filosofía, 2002.

GIRARDI, G. Arte e mapeamento ou como fazer um mapa arder?. En Gasparotti Nunes, F. y Franco de Novaes, Í. (Orgs.) **Encontros, derivas, rasuras: potências das imagens na educação geográfica** (pp. 104-132) Uberlândia (MG), Assis. 2017.

HOLMAN, V. “Mirando” la instrucción visual en la geografía escolar. Santa Fé: VIII Jornada de Investigación en Geografía, 2008.

LOIS, C. Paisajes toponímicos. La potencia visual de los topónimos y el imaginario geográfico sobre la Patagonia en la segunda mitad del siglo XIX. Em Oliveira, R. D. F. y Vargas, H. M. (Coods.) **La cartografía y la construcción territorial de los espacios americanos: siglos XVI al XIX**. (p. 317-341) Mexico y Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa e Instituto de Geografia, Universidad Nacional Autónoma de México, 2010.

MAZZITELLI MASTRICCHIO, M. **Paisajes montados: El uso de vistas, bosquejos, notas, fotografías y otros insumos visuales para la traducción de información**





VI Colóquio Internacional  
“A educação pelas imagens e suas geografias”

Campinas, 08 a 10 de novembro de 2021.

**topografias en la cartografía topográfica de la Dirección Nacional de Minas, Geología e Hidrología** [Tesis doctoral]. Buenos Aires, FFyL, UBA. 2017

MORAES, A. C. R. **Território e história no Brasil**. São Paulo: ANNABLUME, 2008.

OLIVEIRA, W. Grafar o espaço, educar os olhos. Rumo a geografias menores. *Proposições*, nº3, 2009. Recuperado el 30 de abril de 2020 de [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010373072009000300002&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010373072009000300002&script=sci_arttext&tlng=pt).

OLIVEIRA, W. Geografias menores: potências de expressão entre imagens, pesquisa, educação. *Revista Brasileira de Educação em Geografia*, 9 (17), 27-43. 2019.

SANTOS, M. **La naturaleza del espacio: Técnica y tiempo. Razón y emoción**. Barcelona: Ariel S.A, 2000.

SEEMANN, J. Tradicoes Humanistas na cartografia e a Poética dos Mapas. En Marandola JR., E., Holzer, W. y Oliveira, L. (Orgs.) **Qual o espaço do lugar?** (p. 69-91) Sao Paulo Perspectiva, 2014. Recuperado el 30 de marzo de 2020 en [https://www.academia.edu/1952877/Tradi%C3%A7%C3%B5es\\_Humanistas\\_na\\_Cartografia\\_e\\_a\\_Po%C3%A9tica\\_dos\\_Mapas](https://www.academia.edu/1952877/Tradi%C3%A7%C3%B5es_Humanistas_na_Cartografia_e_a_Po%C3%A9tica_dos_Mapas)

WINICHAKUL, T. **Siam mapped. A history of the Geo-Body of a nation**. Honolulu, University of Hawai'i Press, 1994.

WOOD, D. Dogma visualizado: Estado-nação, Tierras Rios. En Cazetta & Oliveira Jr. (Org.) **Grafias do espaço**, Campinas: Alínea, 2013.