



CAPÍTULO 5

LAS MARCAS COLECTIVAS COMO IMAGINARIOS ORGANIZACIONALES Y SOCIO ESTRUCTURALES EN VENEZUELA. CASO DE ESTUDIO: “DR. JOSÉ GREGORIO HERNÁNDEZ”. UN ACERCAMIENTO A LA PRAXIS METODOLÓGICA DE LOS ESTUDIOS ORGANIZACIONALES¹

Leyda Alejandra Blanco Alarcón²

INTRODUCCIÓN

A través de la presente investigación exploratoria, se precisará en el estudio de caso como herramienta útil para abordar fenómenos concretos en las ciencias organizacionales y la adaptación del proyecto de investigación que se está desarrollando como tesis doctoral en el Doctorado en Ciencias Organizacionales de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes, Mérida-Venezuela. Tal proceso de adecuación conlleva la necesidad de comprender la significación del estudio de caso como método de investigación ventajoso y riguroso para las ciencias sociales.

-
1. El contenido de este trabajo representa un avance de las investigaciones previas a la tesis doctoral que adelanta la autora en el marco del Doctorado en Ciencias Organizacionales de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela.
 2. Abogada. Especialista en Propiedad Intelectual. Investigadora en Ciencias Sociales adscrita al Centro de Investigaciones en Propiedad Intelectual de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas de la Universidad de Los Andes, Mérida-Venezuela. Estudiante del Doctorado en Ciencias Organizacionales de la misma Universidad. Correo electrónico: alejandrablancalarcon@gmail.com Registro ORCID <https://orcid.org/0000-0002-7047-9921>

Se ha incorporado en la investigación como caso de estudio al **Dr. José Gregorio Hernández**, lo cual obliga a indagar acerca de un fenómeno organizacional prácticamente desconocido, además de extraordinario desde el punto de vista jurídico, especialmente a partir de la propiedad industrial, fundamentalmente considerándolo como marca colectiva, toda vez que muchas legislaciones internacionales tales como la Primera Directiva 89/104/CEE del Consejo de las Comunidades Europeas de fecha 21 de diciembre de 1988 relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados Miembros en materia de marcas, establece en su artículo 3 numeral 2 ordinal b, sobre las causas de denegación o nulidad; que indica que cualquier Estado miembro podrá solicitar la denegación o en caso de que esté registrada la nulidad en los casos que; “la marca incluya un signo de alto valor simbólico, en particular un símbolo religioso”, de igual manera, resulta necesario revisar lo consagrado en la legislación venezolana en el entendido que el caso concreto de estudio representa un símbolo religioso para el país.

Por su parte, Venezuela cuenta con una considerable legislación en materia de propiedad intelectual, en sus dos grandes áreas, desde el derecho de autor hasta la propiedad industrial, en el país existe una Ley sobre el Derecho de Autor y una Ley sobre Propiedad Industrial; además, la Constitución Nacional en su artículo 98 anuncia que el Estado reconocerá y protegerá la propiedad intelectual, asimismo, ha suscrito importantes convenios internacionales, como en el caso del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, **en materia de** Derecho de Autor, Venezuela se adhirió a la Convención Universal sobre Derecho de Autor, a la Convención de Ginebra y a la Convención de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas, es de destacar, que el país en el año 1984 Decreta la Ley aprobatoria del Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual ratificándolo en todas sus partes para que surta efectos internacionales en el caso de Venezuela. Vale resaltar, la situación particular del caso venezolano, una vez que en el año 2008 el Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (SAPI) anunció mediante resolución emanada de ese mismo órgano la inaplicabilidad de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, indicando que en su lugar se restituye la aplicación de la Ley de Propiedad Industrial promulgada en el año 1955, todo

ello posterior al retiro de Venezuela de la Comunidad Andina de Naciones, hecho suscitado en el año 2006.

Desde el punto de vista social, el caso seleccionado se visualiza a partir de la perspectiva estructuralista, que permite observar los aspectos de la sociedad como estructuras, tal y como afirma Piaget; si bien las mismas pueden transformarse, siempre procurarán el mantenimiento de tal estructura (Manfred Frank, 1993). Por lo tanto, se ha considerado este modelo en virtud de que el caso se circunscribe en el marco de la religión católica, cuyo funcionamiento social y organizacional aún en un mundo posmoderno se circunscribe bajo el modelo de estructura burocrática y de legitimación, teniendo como principal exponente a Max Weber, en ese sentido “las organizaciones que Weber designa como burocráticas, establecen normas y necesitan hacerlas cumplir; tienen reglas y reglamentos y emiten órdenes que deben ser obedecidas si las organizaciones han de funcionar efectivamente” (Etzioni, 1965: 91).

En el contexto del imaginario colectivo, se ha tomado en cuenta la importancia que posee el personaje seleccionado como caso de estudio en la memoria colectiva de gran parte de la población católica venezolana por su alto valor simbólico configurándose como ícono religioso, lo cual queda “demostrado por la dinámica comunicacional que se manifiesta de forma masiva, social e individual, especialmente al momento de dar prueba de que se ha recibido algún favor (González y Finol, 2013: 28-29)

Ahora bien, han surgido una serie de interrogantes que motivaron la incorporación del caso de estudio Dr. José Gregorio Hernández como un elemento fundamental en la investigación de las marcas colectivas como imaginarios sociales y organizacionales a saber son: ¿Es posible otorgarle una perspectiva de marca colectiva icónica al personaje seleccionado? ¿la realidad social y organizacional de la actualidad permitirá darle una nueva connotación al personaje seleccionado? ¿el sentimentalismo religioso hacia el personaje podría ser motivo de obstaculizar la visión económica o comercial que pudiera conformarse alrededor de una marca colectiva para productos y servicios derivados de productores o prestadores de servicios de la población de Isnotú? ¿es posible la institucionalización de un nuevo contexto en torno al personaje? ¿la legislación



tal y como está concebida permite el registro de marcas colectivas de personajes religiosos a favor de artesanos que hacen vida en localidades deprimidas económicamente? Estas inquietudes serán dilucidadas a lo largo de la investigación.

El estudio de caso a manera de praxis³ se configura en un escenario holístico o complejo donde los principios dialógico y hologramático son substanciales, ya que se trata de concebir múltiples dimensiones de un fenómeno concreto, en tal sentido, el objeto de estudio plantea tres dimensiones; la jurídica, la social y la organizacional.

El capítulo contiene dos grandes secciones, la primera aborda el análisis del estudio de caso y su aplicabilidad para los Estudios Organizacionales; y la segunda, comprende el tema central sobre las marcas colectivas como imaginarios organizacionales y socio estructurales, en esta sección, se indaga el soporte epistémico de las marcas colectivas, los imaginarios y el paradigma estructuralista atribuidos al caso de estudio, el andamiaje metodológico, la relevancia del estudio de caso, la relación de las características de las marcas colectivas con el caso y finalmente las dimensiones consideradas.

EL ESTUDIO DE CASO Y SU APLICABILIDAD PARA LOS ESTUDIOS ORGANIZACIONALES

Pareciera que el estudio de caso es un tema simplificador del proceso investigativo, sin embargo, no es así, puesto que se le ha dado importancia para la indagación de fenómenos específicos, teniendo como ruta que investigaciones basadas en estudio de caso muy bien pudieran generar teorías para que sean consideradas como método investigativo de rigurosidad científica. Cuando el estudio de caso es considerado como enfoque investigativo se aborda mediante un propósito metodológico complejo, existiendo una intención investigativa amplia de todo el caso, desde el inicio hasta el fin del fenómeno

3. Según Paulo Freire citado por Masi (2008) "El hombre solo puede alejarse del objeto para admirarlo. Objetivando, los hombres son capaces de actuar conscientemente sobre la realidad objetiva. Es precisamente esto la praxis humana"

estudiado (Simons, 2011). Es importante destacar que el estudio de caso ha sido analizado por diversos autores, y tuvo un auge importante como herramienta útil en la investigación de las ciencias sociales a partir del año 1975, aun así, es uno de los métodos más antiguos utilizado para describir y explicar la vida social (Ardaluz Solano, 2005). Ha sido aplicado en disciplinas como la sociología, la antropología, la historia, la psicología, la medicina y el derecho.

Según Stake citado por Muñiz (2010: 1) “los estudios de caso tienen como característica básica que abordan de forma intensiva una unidad, esta puede referirse a una persona, una familia, un grupo, una organización o una institución”. Por otro lado, Simons (2011: 64) aporta un concepto que permite justificar su utilización como método científico en una investigación para los Estudios Organizacionales y es que;

El estudio de caso es una investigación exhaustiva y desde múltiples perspectivas de la complejidad y unicidad de un determinado proyecto, política, institución, programa o sistema en un contexto “real”. Se basa en la investigación, integra diferentes métodos y se guía por las pruebas. La finalidad primordial es generar una comprensión exhaustiva de un tema determinado (por ejemplo, una tesis), un programa, una política, una institución o un sistema, para generar conocimientos y/o informar el desarrollo de políticas, la práctica profesional y la acción civil o de la comunidad.

Así las cosas, a fin de sistematizar los conceptos de diferentes teóricos que han ejercido influencia sobre el estudio de caso se representan de la siguiente forma:

Tabla 1. El estudio de Casos: Teoría y Práctica

	Mc Donald y Walter (1975)	Merrian (1988)	Yin (1994)	Stake (1995)	Simons (2011)
	Propio de las ciencias sociales	Se aplica con la investigación cualitativa	Es una indagación empírica	Se investiga la complejidad y particularidad de un caso	Es una investigación exhaustiva
APORTES POR AUTOR	Las comparan con formas artísticas	Se realiza una descripción y análisis holístico e intensivo de una entidad	Investiga fenómenos en auténticos desde contextos (se puede realizar con estudios cuantitativos y cualitativos)	Se puede usar desde los métodos naturalista, etnográfico, holístico y fenomenológico	Permite múltiples perspectivas de la complejidad y unicidad
	Se puede generalizar a partir de un caso particular	Hay un particular razonamiento heurístico o creativo del investigador para interpretar datos	Estrategia de investigación exhaustiva	Se aplica para comprender la actividad de diversos fenómenos cuando los límites entre el fenómeno y el contexto no son tan evidentes	Su finalidad es generar comprensión exhaustiva de un determinado tema
El investigador deberá determinar sus preferencias filosóficas, epistemológicas y metodológicas.					

Fuente: Elaboración propia a partir de la lectura de la autora Helen Simons, 2005.

Gracias a las definiciones anteriores, se puede considerar que el estudio de caso entendido como método o enfoque investigativo posee características muy relevantes y útiles para trabajos de investigación de gran rigurosidad, toda vez que se ponen en práctica en las ciencias sociales, permiten la generalización, admiten las descripciones holísticas o complejas de los fenómenos, evidencia la creatividad del investigador, se presenta un componente práctico con prevalencia en el empirismo y permite estudiar fenómenos abstractos. En ese sentido y en el entendido que los Estudios Organizacionales poseen características de flexibilidad, multidisciplinariedad y asumiendo el carácter constructivista, el estudio de caso es perfectamente factible en esta área del conocimiento.

Se comprende que, en virtud de la necesaria rigurosidad científica empleada, así como también la posibilidad de generalización, permite extrapolar el caso concreto a otros fenómenos o realidades, lo cual será motivo suficiente para que el método de estudio de caso sea considerado vía óptima para una investigación científica. En ese sentido, se podría afirmar que el estudio de caso a nivel doctoral muy bien pudiese nacer de la teoría e ir hacia la teoría. Es de resaltar que las teorías no son descubrimientos sino creaciones para explicar teorías (Yacuzzi, 2005). Así como también, las proposiciones teóricas van a guiar la recogida y el análisis de los datos en el estudio de caso. Este último argumento se puede complementar en el hecho de que las teorías en torno a las organizaciones requieren de la pluralidad de conocimientos existentes en la multi y transdisciplinariedad (Pérez y Guzmán, 2015).

Asimismo, al asumir el estudio de caso en las organizaciones se podría afirmar que es necesario disponer de las teorías de la organización como herramientas que permitirán responder muchas inquietudes en relación con los laberintos organizacionales, además de profundizar en todo lo que aporte sentido a la vida simbólica de las personas (Medina, 2010). Por su parte, en el entendido que los Estudios Organizacionales poseen características de flexibilidad, multidisciplinariedad y asumiendo el carácter constructivista, además de su estrecha vinculación con la sociología, el estudio de caso es perfectamente factible en esta área del conocimiento.

Paralelamente surge la inquietud si ¿El estudio de caso puede darse desde una visión holística de la investigación? Pareciera que todo depende del enfoque del investigador, además es la oportunidad que ofrece el carácter flexible y multidisciplinario de los Estudios Organizacionales. Aunado a ello, tal y como advierte Pfeffer citado por Medina (2010) la ausencia de un paradigma científico bien desarrollado como en el caso de los Estudios Organizacionales conlleva considerar que probar la aplicación de diversas o nuevas formas sea más interesante, no obstante, la ausencia de sustento de rigor en una disciplina correría el riesgo de convertirse en una situación pasajera. Por lo tanto, es posible la aplicación de un método que sin dejar de ser riguroso permitiría que el estudio de fenómenos organizacionales concretos sea permanente, tal es el caso propuesto en esta investigación, que indaga el estudio de caso de un personaje religioso a partir de teorías sociales y de la organización para darle la rigurosidad científica necesaria, además de contextualizarlo como posible marca colectiva, enmarcándose de esta manera como fenómeno de estudio desde diferentes disciplinas del conocimiento, lo cual le permitiría dar permanencia al estudio concreto.

Una vez comprendida la esencia del estudio de caso y su aplicabilidad en investigaciones en el área de los Estudios Organizacionales, se ha considerado abordar un caso de estudio que toca el fenómeno social, jurídico y organizacional ocasionado por un personaje de la historia moderna venezolana, además, tal estudio permite de forma práctica, la interrelación de múltiples áreas del conocimiento que es una característica propia de los Estudios Organizacionales.

LAS MARCAS COLECTIVAS COMO IMAGINARIOS ORGANIZACIONALES Y SOCIO ESTRUCTURALES EN VENEZUELA

Soporte epistémico de las marcas colectivas

La posibilidad ofrecida por el caso de estudio obliga entender a las marcas colectivas haciendo un recorrido a partir de las ciencias jurídicas, así como también la necesaria revisión del tema de los imaginarios,

del funcionamiento estructuralista de la sociedad y de las realidades organizacionales existentes alrededor del personaje, hasta llegar a descifrar por qué el caso del Dr. José Gregorio Hernández puede ser una marca colectiva. El punto de partida se realiza a través de la comprensión de las marcas colectivas que constituyen un elemento propio y natural de la propiedad intelectual y que consisten según Iglesias Darriba (2008: 13) en "...la marca de una pluralidad de individuos. Es la marca de un grupo, de una comunidad", esta visión se presenta interesante toda vez que se refleja la trascendencia organizacional, la diversidad y la relevancia con lo social cuando se hace referencia al término comunidad. De la misma manera "se entenderá por marca colectiva todo signo o combinación de signos que sirvan para distinguir productos o servicios con características o cualidades comunes por pertenecer a los miembros de una determinada asociación quien fungirá como titular de la marca" (Romero, 2012: 28). La anterior definición es comúnmente utilizada por los especialistas en la materia, ya que la circunscribe como un signo distintivo con la capacidad de distinguir productos y servicios con determinadas cualidades, a la vez que destaca que el titular de esta es una asociación.

Un punto importante de las marcas colectivas es que se encuentran protegidas por el legislador con la intención de que sean utilizadas por terceros distintos al titular en virtud de su finalidad e intereses, por lo tanto traspasan la esfera individual del titular (Uzcátegui, 2007). Así las cosas, las marcas colectivas se encuentran consagradas en un amplio cuerpo legislativo, entre los cuales vale la pena destacar el Convenio de París y la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina que incluye un tratamiento especial para las marcas colectivas, así como otras legislaciones nacionales.

Por su parte, La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) define a las marcas colectivas como "signos que permiten distinguir el origen geográfico, el material, el modo de fabricación u otras características comunes de los bienes y servicios de las distintas empresas que utilizan la marca colectiva". En este sentido, estas marcas son ideales para las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), toda vez que les permite a los productores o prestadores de servicios asociarse para crear estrategias conjuntas de productividad

y competitividad, logrando de esta manera hacer frente a las grandes empresas existentes en el mercado, a diferencia de las marcas comunes, las colectivas pretenden distinguir ciertas cualidades de los productos o servicios más que el origen empresarial.

Según el manual de marca colectiva de El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual del Perú (Indecopi), la marca colectiva es un signo distintivo que identifica el origen u otra característica común de productos y servicios pertenecientes a los miembros de una organización. Esta definición permite observar que el elemento trascendental de una marca colectiva es la organización, de allí que deriva el interés investigativo por esta área, hasta ahora concebida únicamente desde el punto de vista jurídico. Se considera que la marca colectiva es una realidad pragmática que traspasa la mirada sesgada del observador, en el entendido de que las mismas pueden ser estudiadas desde argumentos sociológicos y organizacionales.

Las marcas colectivas son figuras tan flexibles que logran ser analizadas desde diferentes contextos, toda vez que comprenden una esencia jurídica, social, económica, política y cultural que resulta un tema interesante de abordar desde un aspecto novedoso. Umberto Eco, en su obra *Signo* hace una clara explicación sobre las marcas, en el punto que atañe el presente trabajo, el *signo* al que hacen referencia las marcas colectivas quedaría circunscrito bajo la categoría de signos “artificiales”, los cuales son colocados de manera intencional por los seres humanos para comunicar algo a otros seres humanos (Eco, 1994: 14).

En ese sentido, asumiendo las definiciones anteriores especialmente la realizada por Eco, es posible tomar en cuenta que la figura del Dr. José Gregorio Hernández como ícono o símbolo religioso que forma parte del imaginario colectivo de la población católica venezolana pueda ser considerado como marca colectiva debido al sentido colectivo y organizacional que existe en buena parte de la cultura nacional, de igual manera, esta representación es un signo religioso creado por los hombres para comunicar algo a otros hombres. Adicional a ello, al hacer referencia al concepto de marca colectiva aportado por la OMPI, cabría la posibilidad que esta marca permita distinguir productos artesanales relacionados con el

personaje, provenientes de la localidad geográfica de Isnotú, estado Trujillo, lugar natal de José Gregorio Hernández, por otra parte, la característica común de los bienes serán fundamentalmente de tipo religioso y permitirá la organización de artesanos, devotos o feligreses y la Iglesia Católica, esta última por ser la principal institución interesada en formar parte de la asociación titular de la marca colectiva.

Por otra parte, vale destacar en relación con la representación del icono o imagen religiosa que;

La mayor parte de los iconos son pinturas, mosaicos o esmaltes en dos dimensiones. No son simplemente representaciones de temas religiosos, sino representaciones con significados religiosos. Ofrecen una visión del Reino de Dios. Tradicionalmente se las considera ventanas a un mundo divino que invitan al espectador a una experiencia espiritual. (Mazzalovo, 2014: 88)

José Gregorio Hernández ha sido representado gráficamente en obras de arte religioso, tal es el caso de pinturas, esculturas, mosaicos, entre otras formas artísticas; con la característica permanente de un hombre bondadoso, sin embargo, desde el punto de vista del derecho de autor, tales pinturas y esculturas estarían protegidas propiamente por sus normativas. No obstante, el punto central de esta investigación no consiste en dilucidar la protección por derecho de autor sobre las obras artísticas que representan al personaje, sino destacar que el mismo a través de estas diferentes representaciones artísticas, se ha ido incorporando en el imaginario colectivo nacional generando como consecuencia que el público comparta el mismo afecto y veneración.

Un punto importante de la investigación consiste en comprender al personaje como marca, al respecto para Mazzalovo (2014: 89) existe una clara diferencia entre un icono y un ídolo, el primero alcanza un nivel simbólico representando cuestiones eternas de la realidad de hombre y el segundo se representan únicamente a ellos mismos, careciendo de valores propios. Por lo tanto, para el caso del Dr. José Gregorio Hernández estamos en presencia de un icono y no de un ídolo. De igual manera, el mismo autor indica las diferencias entre el icono-imagen y el icono-marca, atribuyendo características disímiles a ambas categorías; sin embargo pese a las



diferencias, interesa para el caso de estudio, tomar en cuenta los elementos comunes con la intención de darle carácter de marca, en ese sentido ambas tienen en común el carácter simbólico reconocido por un colectivo, se basan en la relación del significado con el significante y cumplen con la función de representatividad y de reconocimiento colectivo (Mazzalovo, 2014).

Los imaginarios y el paradigma estructuralista atribuidos al caso de estudio

En relación con el imaginario colectivo, según el Diccionario de la Real Academia Española “el imaginario colectivo es la imagen que un grupo social, un país o una época tienen de sí mismos o de algunos de sus rasgos esenciales”, por lo tanto, la figura de José Gregorio Hernández es una imagen creada por buena parte de la comunidad católica venezolana ya que representa sus atributos fundamentales o rasgos esenciales, según datos del Anuario Pontificio reflejados en el informe internacional sobre la libertad de religión en Venezuela del año 2016 “El 79 % de la población es católica. Otras fuentes señalan que el número de católicos supera el 90 %”, no obstante, a pesar de estos datos, el culto hacia este personaje no solo se ha evidenciado en la comunidad católica sino de igual forma en otras corrientes distintas al catolicismo, tal es el caso de la santería, configurándose el llamado sincretismo religioso alrededor de esta figura simbólica (González y Finol, 2013)

Vale destacar, que en una investigación realizada por Calderón y González (2002) indican que los rasgos benevolentes son resaltados y desaparecen rasgos que reflejen cualquier otra emoción, formando parte del imaginario colectivo. Complementariamente, González y Finol (2013: 26) explican que sobre la figura del Dr. José Gregorio Hernández están presentes en el modo simbólico donde el personaje posee el privilegio de entrar a los hogares de los devotos para otorgarles protección divina; en el modo epistémico cuando la imagen tiene una connotación mágica-religiosa llegando a ser considerado uno de los santos principales de la población venezolana; y, en el modo estético con su imagen representada en ropa elegante oscura o vestido de médico, brindando a los devotos mayor confianza en la

búsqueda de sus peticiones. Todas estas consideraciones han hecho posible que el personaje sea reconocido y forme parte del imaginario de la población, logrando que la sociedad venezolana sea única, creando su propia identidad, de tal forma Castoriadis (1997) señala que la importancia en pensar en imaginarios sociales creados por la sociedad, es que se crea todo un sistema de valores, organizaciones, reglas y lineamientos de tipo individual y colectivo, para este autor un ejemplo de significación social instituida e instituyente es Dios.

Por otro lado, consideramos que esta investigación puede justificarse a través de los Estudios Organizacionales, ya que comprende un fenómeno particular capaz de interrelacionarse con las escuelas del pensamiento en torno a la organización, además que sobre una misma figura confluyen múltiples dimensiones o áreas del conocimiento, por lo tanto, permite un recorrido inter y transdisciplinario propio de los estudios organizacionales, mostrando complementariedades con las ciencias sociales (Pérez y Guzmán, 2015). Adicionalmente, el proceso que conlleva la beatificación del personaje forma parte de la estructura burocrática guiada mediante la tipología de la autoridad de Max Weber, ajustada a las organizaciones modernas y de las corrientes clásicas de la teoría organizacional (Etzioni, 1965).

Tanto el proceso de beatificación que implica el control de la institucionalización de la figura del Dr. José Gregorio Hernández por parte de la iglesia⁴ como la configuración de este personaje en el imaginario colectivo de la sociedad venezolana, específicamente para la comunidad católica, sobreviene el hecho que la Iglesia Católica ha ejercido autoridad en la organización social de los devotos, quienes cumplen obedientemente las tradiciones y costumbres impuestas en torno a este símbolo, dicha obediencia de los devotos genera legitimidad de las conductas que se convierten en ley, demostrando así el carácter autoritario que ha tenido dicha

4. En el Boletín de la Oficina de Prensa de la Santa Sede se encuentra la promulgación de Decretos de la Congregación para las causas de los Santos de fecha 19 de junio de 2020 resaltando "el milagro, atribuido a la intercesión del Venerable Siervo de Dios José Gregorio Hernández Cisneros, Fieles Laicos; nacido el 26 de octubre de 1864 en Isnotú (Venezuela) y fallecido el 29 de junio de 1919 en Caracas (Venezuela).

institución (Calderón y González, 2002). Aunado a lo anterior, se podría agregar que luego de la beatificación, se generarán nuevas expresiones sociales y organizacionales con intereses económicos, entre ellas la marca colectiva.

Andamiaje metodológico de la investigación

Al considerar la investigación dentro del pensamiento holístico o complejo se concibe el estudio de las marcas colectivas como fenómeno organizacional y social, percibiéndose su complejidad a la cual hay que traducir, bajo la premisa que no se puede circunscribir el objeto de estudio a una única disciplina, sino que es necesario observar su carácter multidimensional, al respecto Morín (2016: 20) expone lo siguiente:

En *Le vif du sujet*, p. 308, digo: Trato de expresar las mil dimensiones del fenómeno, de unir el análisis que lo descompone a la estructuración que lo sintetiza, de indicar los vínculos e interacciones con los demás fenómenos, de plantear sus ambivalencias, sus múltiples sentidos; quiero darle transparencia, detectando al mismo tiempo la zona de sombra, el núcleo oscuro. Necesariamente tengo que expresar en frases sucesivas la simultaneidad, en frases separadas las interacciones, plantear en el mismo movimiento de escritura los antagonismos, etc.

La comprensión de las marcas colectivas como forma de organización parte de un novedoso punto de vista integrador, que estudia teorías organizacionales, a fin de evaluar la posibilidad de potenciar nuevas actividades institucionalizadas de interés local y replicabilidad que incentiven el desarrollo económico y social del país. El propósito de la investigación subyace en la oportunidad de otorgarles una nueva multidimensionalidad a las marcas colectivas muy distinta a la dimensión unívoca que ofrece la propiedad intelectual. El marco metodológico, se sustenta en la investigación holística planteada por la profesora venezolana Jacqueline Hurtado de Barrera quien concibe a la investigación desde el abordaje cosmológico. Según los holotipos o tipos holísticos los niveles de investigación corresponden al nivel descriptivo, analítico, explicativo e interactivo.

Es así como en el presente milenio se tejen nuevas visiones sobre el conocimiento, por ende, es de imperiosa necesidad repensar la naturaleza de los objetos de investigación, en este caso la marca colectiva y la figura de José Gregorio Hernández. La investigación con la incorporación del caso de estudio se sustenta en dos niveles:

Figura 1. Forma de abordaje de la investigación



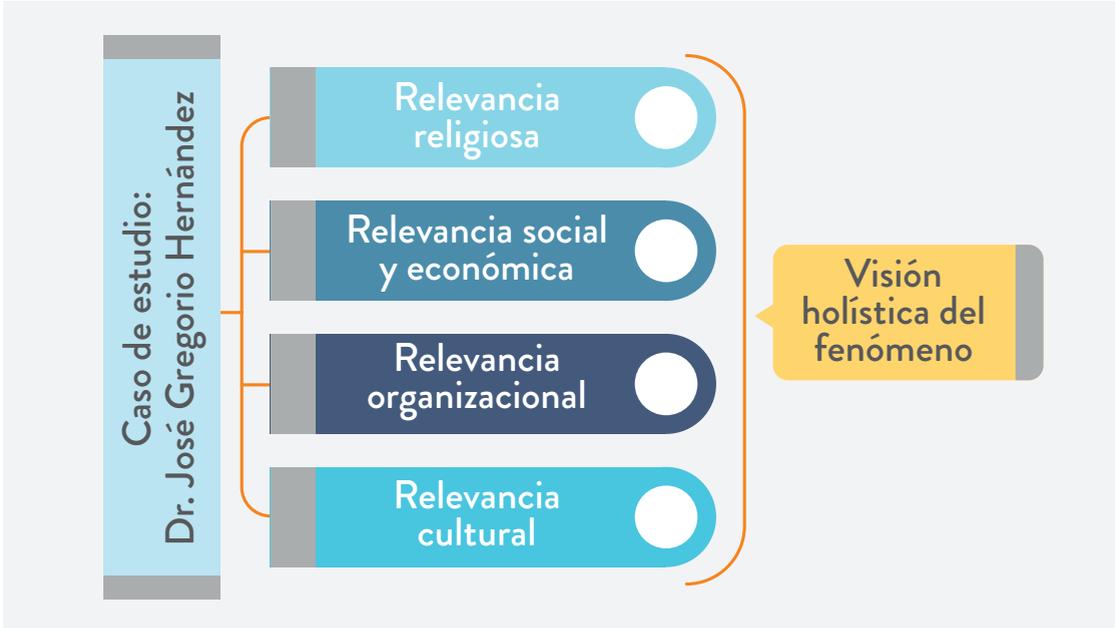
Fuente: elaboración propia.

Conforme con la figura anterior se aborda la investigación a nivel teórico y desde un componente empírico propio del estudio de caso.

Relevancia del caso de estudio Dr. José Gregorio Hernández

En virtud de la reciente promulgación del Decreto de Beatificación del Dr. José Gregorio Hernández y de la conmoción nacional causada por tal acción, surgió la atención investigativa de interrelacionar este personaje que forma parte del imaginario social de la comunidad católica venezolana con el tema de marcas colectivas.

Figura 2. Acercamiento de la investigadora al estudio de caso



Fuente: elaboración propia.

Lo que se pretende demostrar es la interconexión de diversas áreas que se producen en torno a un fenómeno concreto, haciendo uso de la visión holística. Es de interés indagar cada área, ya que dentro de ellas además de existir organización, también se producen elementos que permiten interrelacionarlas y no concebirlas como formas separadas. Por lo tanto, existe participación de diversas estructuras de la sociedad sobre el caso de estudio seleccionado. En primer lugar, está la relevancia religiosa donde existe un conjunto de creencias, normas y códigos de conducta que giran en función del personaje; por ejemplo, la participación de la Conferencia Episcopal Venezolana, el Vaticano, la Congregación para las Causas de los Santos, la comunidad de devotos, entre otros. En segundo lugar está la relevancia social que involucra a la sociedad venezolana, particularmente la católica en la cual subyace en el imaginario la creencia en el Dr. José Gregorio Hernández, según el diario BBC (2020);



Su imagen puede encontrarse por todas partes en el país, en carteles, murales urbanos, afiches, etc. También, junto a las camas de los enfermos y las tumbas de los difuntos, para quienes sus seres queridos reclaman protección. En muchos hogares venezolanos se adornan figurillas con la imagen del doctor enfundado en un traje de chaqueta, con el bigote y el sombrero negro que reconocen al instante.

Todos los elementos coexistentes que permite que la sociedad considere este personaje como santo, contribuye a asemejarlo con un signo distintivo, es decir con una marca; tal y como afirma Eco (1994) las marcas son signos colocados de manera intencional por los seres humanos para comunicar algo a otros seres humanos, por ello es percibido como marca colectiva, además que existe en este signo un componente de asociatividad, tanto de la Iglesia católica como de la comunidad de creyentes, ahora bien, esta percepción pudiera causar desacuerdo en el mundo católico y en el jurídico.

Por otra parte, el componente económico que resulta de una marca colectiva se justifica por la necesidad de apoyar la producción nacional, especialmente a los pequeños y medianos empresarios, como afirma Varsavsky (2014) la forma correcta sería apoyarlos técnica y económicamente, transmitiéndoles objetivos nacionales, además de mostrarles su rol en la sociedad, todo ello mediante instituciones que no ejerzan control. La marca colectiva, como hecho económico no solo busca beneficiar a un solo empresario sino a un grupo, generalmente ubicado en el mismo espacio geográfico. Asimismo, se encuentra presente la relevancia organizacional y la relevancia cultural, toda vez que la beatificación generará impacto en la comunidad venezolana, especialmente en Isnotú, localidad de origen del personaje, al mismo tiempo existe un significativo elemento de identidad de los creyentes que siguen la tradición del cumplimiento de promesas hacia este personaje que ha sido transferida de generación en generación.

Relación de las características de las marcas colectivas con el caso de estudio

Paralelamente al hecho de comprender que la figura del Dr. José Gregorio Hernández representa *per se* una marca colectiva icónica

de tipo religioso, se presentan de igual manera en este fenómeno todas las características de una marca colectiva reuniendo las siguientes condiciones:

- Identidad colectiva: el personaje tiene elevado valor simbólico religioso e identitario compartido por la comunidad católica venezolana, particularmente por la población trujillana de Isnotú (Venezuela).
- Distintividad: es una de las características principales de una marca, en este caso más allá de ser una condición para el registro y que permita determinar el origen empresarial, la capacidad distintiva del personaje se ha adquirido con el tiempo, traspasada por generaciones y consiste en la forma de representación desde el punto de vista material (imágenes del personaje que se observan en retratos, afiches, esculturas) e inmaterial (como signo distintivo de veneración reconocido por los creyentes).
- Unificación: es preferible hacer referencia de unificación en lugar de estandarización, toda vez que no solo al hablar del personaje no se pretende referenciar exclusivamente los productos y servicios (llamados artículos devocionales) sino también al fin utilitario del personaje para la comunidad de feligreses, en el sentido que existen expresiones culturales y religiosas ya unificadas que giran alrededor de la figura del Dr. José Gregorio Hernández.
- Interés social: en este caso se hace referencia a la consideración del personaje como bien público, es decir de todos los ciudadanos, en un sentido de propiedad y responsabilidad que implica el cuidado y afecto, en el entendido de que el personaje forma parte del ser cultural determinado y no determinante.
- Es un signo artificial creado por la sociedad, tal y como afirma Eco. La figura de José Gregorio Hernández muy bien pudiera configurarse como marca toda vez que fue producto del imaginario del hombre para comunicar. Una característica es la construcción de la imagen con rasgos bondadosos lo cual permite atribuir su relación como el “médico de los pobres”.

Dimensiones establecidas del caso de estudio

Dr. José Gregorio Hernández

Dimensión jurídica: soportado sobre las bases de la marca colectiva como elemento de la propiedad industrial, así como también, por la revisión del derecho canónico, especialmente la observación de postulados establecidos en el Código de Derecho Canónico, que es el conjunto de leyes y normas que rigen la Iglesia Católica. Para esta dimensión, se ha indagado sobre las causales de denegación del registro de una marca colectiva de contenido religioso, en ese sentido, la Ley de Propiedad Industrial de Venezuela del año 1955 hace referencia en sus artículos 33 y 34 a los signos que no podrán registrarse como marca, por ende, esta ley no indica taxativamente la prohibición del registro como marca de símbolos religiosos, asimismo el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial tampoco indica prohibiciones al respecto.

Por el contrario, un artículo de investigación publicado en la Revista Latinoamericana de Derecho y Religión incluye un análisis de Bernet Páez relacionado con la prohibición de registro como marca de símbolos religiosos, según la sentencia de la Corte Suprema de Chile de fecha 08 de mayo de 2017, dicho trabajo explica la prohibición del registro como marca de estos símbolos toda vez que sean considerados contrarios al orden público, la moral o las buenas costumbres. No obstante, el caso de estudio no se enmarca en ese contexto, ya que la imagen utilizada como marca colectiva sería la comúnmente conocida por los devotos, por lo cual no afectaría la moral del fanático religioso, en tal sentido para Fernández Novoa citado por Bernet (2019: 9) debe tomarse en cuenta que “la naturaleza de los productos o servicios a los que se aplique la marca destacando símbolos religiosos pueden ser lícitos para individualizar publicaciones que versen sobre la fe”. De esta manera, la naturaleza de los productos que se pretendan identificar con la marca colectiva Dr. José Gregorio Hernández serían los relacionados con artesanías, joyas, metales preciosos, artículos de barro, loza, porcelana, vidrio, cristal, libros, botones, quincallería, artículos de escritorio, fotografías, papelería, según la clasificación de Niza y la establecida en la Ley de Propiedad Industrial venezolana, previendo no afectar el carácter sagrado del personaje atribuido por los devotos o feligreses.

Por su parte, la Primera Directiva 89/104/CEE del Consejo de las Comunidades Europeas de fecha 21 de diciembre de 1988 relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados Miembros en materia de marcas establece en su artículo 3, numeral 2, ordinal b, sobre las causas de denegación o nulidad, que indica que cualquier Estado miembro podrá solicitar la denegación o en caso de que esté registrada la nulidad en los casos que “la marca incluya un signo de alto valor simbólico, en particular un símbolo religioso”.

En otro orden de ideas, hay quienes podrían afirmar que la marca colectiva Dr. José Gregorio Hernández afectaría la libertad de culto y religión consagrada en el artículo 59 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, aun así, el mismo artículo señala en lo adelante que cada culto tiene el derecho de promulgar su fe, además que se garantiza la independencia y autonomía de las iglesias. En tal sentido, una forma de manifestación de la fe sería a través de la marca colectiva, siendo además la misma iglesia católica quien le atribuye la condición de beato al personaje. En virtud de esta consideración, además que la ley venezolana no establece negativa al respecto, es posible justificar la adopción de la marca colectiva por el derecho canónico, en el supuesto que la iglesia podría aceptar las formas de cada tiempo, en ese caso, la imagen religiosa de José Gregorio Hernández (forma y figura) se encuentra en el imaginario colectivo, debido a ello es necesario justificar que la Conferencia Episcopal Venezolana puede formar parte de la asociación titular de la marca además de los artesanos, dado que en caso contrario sería la institución con interés legítimo para oponerse al registro de dicha marca. En consecuencia, con la intención de justificar el registro de la marca colectiva, es de considerar que la marca es una bien material producto de la inmaterialidad, el Código de Derecho Canónico (CDC) en su Libro V de los bienes temporales de la Iglesia, a partir del artículo 1254 hasta el 1310, establece que:

- 1254. 1.** Por derecho nativo e independientemente de la potestad civil, la Iglesia católica puede adquirir, retener, administrar y enajenar bienes temporales para alcanzar sus propios fines.
- 2.** Fines propios son principalmente los siguientes: sostener el culto divino, sustentar honestamente al clero y demás ministros y hacer las obras de apostolado sagrado y de caridad, sobre todo con los necesitados. (p.597)

En ese sentido, siendo la marca colectiva un bien, el anterior precepto da la posibilidad que la Iglesia católica forme parte de la asociación titular ya que puede adquirirla por modos justos para justificar la contemplación hacia este personaje. De igual manera, da la posibilidad de que estos bienes temporales se adquieran por modo justo, de derecho natural o positivo, que estén permitidos a otros (art. 1259 CDC), así como el dominio del bien le corresponde a la persona jurídica que lo haya adquirido de forma legítima (públicas o privadas en la Iglesia) limitadamente según cánones de la iglesia. Los acuerdos entre Venezuela y el Vaticano se rigen por el *Modus Vivendi* que establece las relaciones amistosas entre la República Bolivariana de Venezuela y la Santa Sede. En consecuencia, se ha observado la posibilidad que ofrecen diversas disposiciones para proceder a evaluar la posibilidad del registro de la marca colectiva Dr. José Gregorio Hernández.

Dimensión social: comprende la necesidad de indagar en primer lugar, la función social de la marca colectiva en torno al personaje, y en segundo lugar, comprender el contexto social del imaginario colectivo. Al hablar de marca colectiva hay una estrecha relación con la función social, en el sentido que el caso permite la organización de grupos de productores o prestadores de servicios de Isnotú y otras localidades del país, estos crean un lazo a favor del desarrollo económico y social de las comunidades donde la devoción hacia el personaje es más arraigada, en ese sentido, la función social se evidencia en los sentimientos de orgullo, pertenencia y autoestima que genera la marca en los productores o usuarios de la marca (Romero, 2012).

Desde la visión estructuralista de la sociedad, se considera que el fenómeno en estudio encaja dentro de este paradigma, ya que para los teóricos que defienden su postura, la sociedad se constituye a partir de las complejas interacciones, relaciones y transformaciones de sus partes, por lo tanto estas partes conforman la estructura de un sistema social que cumple una determinada función y esta es muy distinta a la función que cumple el sistema como un todo, para los estructuralistas interesa el estudio de cada parte además de las interrelaciones que se producen (Canestri, 1975). Esta comprensión estructuralista de la sociedad encaja perfectamente en el fenómeno particular o caso de estudio seleccionado, toda vez, que es posible

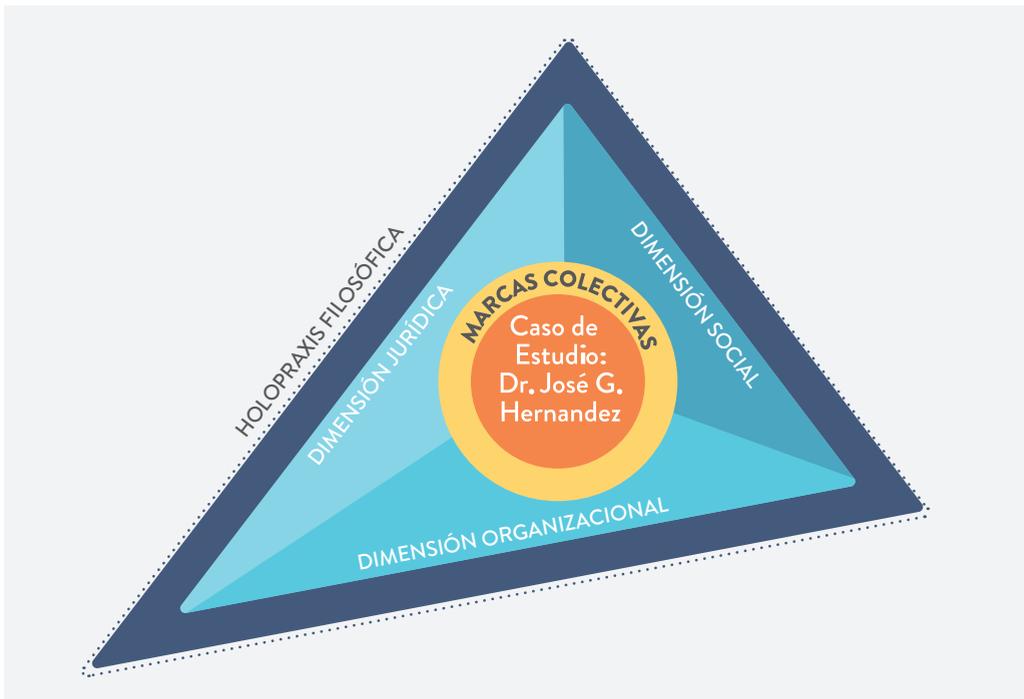
que el caso del Dr. José Gregorio Hernández se produce a partir de las interacciones simples y complejas de las diversas estructuras que forman parte de la sociedad y que cumplen determinada función, por ejemplo, existe interacción de las instituciones religiosas, culturales, científicas sociales, políticas, por mencionar algunas.

Cornelius Castoriadis (1997) utiliza el término creación imaginaria para explicar hechos sucesivos de la historia humana, teniendo en cuenta la idiosincrasia social de cada época. Este término no hace referencia a un hecho ficticio, irreal o especulativo, sino a nuevas formas con posiciones determinantes (no impuestas) y no determinadas (impuestas), para este autor cada sociedad es inigualable por ello hace referencia a la inclusión social, es decir que cada sociedad e integrante ocupa un lugar. A raíz de esto, se crea un sistema de valores, organizaciones, instituciones, normas, reglas y lineamientos tanto individual como colectivo. La idea central de esta visión radica en la importancia del pensar colectivo o en imaginarios sociales que son creados por la sociedad. Para Castoriadis, un ejemplo de significación social determinada y no determinante es Dios, pero también lo es la racionalidad moderna. El imaginario colectivo debe ser el nuevo responsable de la creación imaginaria y no un grupo de personas designadas, al igual que el poder deriva del imaginario instituyente, también hace referencia a las costumbres transmitidas de generación en generación que generalmente se esconden en los trasfondos de la sociedad para mantenerse y resguardarse. El fenómeno particular seleccionado refleja una representación obvia de gran parte de la sociedad católica venezolana, además de establecer identidades, conformándose de esta manera como imaginario instituido determinante en lo subyacente (sociedad) e instituyente o no determinante (oficialidad otorgada por la iglesia católica), reuniendo los elementos propios de una marca colectiva desde una nueva visión.

Dimensión organizacional: esta dimensión implica la interrelación del caso de estudio con las teorías organizacionales. En consecuencia, se considera que el desenvolvimiento organizacional causado por José Gregorio Hernández desde la Iglesia Católica permite hacer el análisis a través de la perspectiva estructuralista de Max Weber, en especial lo que establece en relación con la burocracia que comprende la legitimación y autoridad. En ese contexto, según Etzioni (1975) para Max Weber como mayor influyente del estructuralismo, las

organizaciones burocráticas definen normas que deben ser de obligatorio cumplimiento, haciendo que sobre ellas descansa el poder, así mismo, aseguran el orden y la disciplina dentro de la organización. Cuando el ejercicio del poder es considerado legítimo por sus súbditos, la obediencia resulta más profunda y efectiva, procurando que en caso de que la organización se debilite, estos seguirán cumpliendo las normas, puesto que la legitimidad de las reglas ha sido transformada en valores. Según este enunciado, queda en evidencia que el funcionamiento de la Iglesia Católica se rige bajo el enfoque estructuralista, especialmente a partir de la burocracia y legitimidad, un ejemplo de ello es que el proceso de beatificación y canonización del Dr. José Gregorio Hernández se inició hace 71 años. A continuación, se presenta una figura que demuestra gráficamente el caso de estudio en la presente investigación.

Figura 3. Dimensiones del caso de estudio Dr. José Gregorio Hernández en la concepción holística



Fuente: Elaboración propia.



REFLEXIONES FINALES

Si bien es cierto que con la presente investigación se pudo realizar la interrelación desde tres perspectivas de un fenómeno concreto, tal y como afirman Montaña e Ibarra (1992) traspasando las parcelas institucionalizadas del conocimiento, estableciendo “relaciones diplomáticas” entre las disciplinas, quedó en evidencia el carácter dogmático que poseen las ciencias jurídicas y la religión en relación con nuevas posibilidades, como lo es la marca colectiva.

En cuanto a las formas organizacionales y sociales, fue posible determinar la visión estructuralista, tanto del funcionamiento de la sociedad como de las organizaciones constituidas alrededor del personaje. Por lo tanto, si estas organizaciones ya instituidas desean persistir en la sociedad y cumplir con su fin último, deberán considerar nuevas realidades, de lo contrario seguirá el debilitamiento de estas.

La posibilidad de conformar una marca colectiva Dr. José Gregorio Hernández permitiría abrir las puertas hacia nuevos escenarios, quizá no posmodernos debido a las posturas radicales de las áreas que se tocan en la investigación, pero si dará paso a nuevas realidades de interacción y comunicación (más allá del control institucional) mediante un símbolo religioso que subyace en el imaginario de la sociedad.

Finalmente, tal y como afirman Pérez y Guzmán (2015) la importancia de aplicar el planteamiento Moriniano a los Estudios Organizacionales, conlleva la necesidad de trascender la concepción estructuralista de las organizaciones hacia la contemplación de un todo social.



REFERENCIAS

Arzaluz Solano, S. (2005). La utilización del estudio de caso en el análisis local. *Región y sociedad*, 17(32), 107-144. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-39252005000100004&script=sci_arttext&lng=en

Bernet, P.M. (2019). La Prohibición de Registro como Marca de Símbolos Religiosos. Corte Suprema, Sentencia de 8 de mayo de 2017 (ROL N° 55054-2016; CL/JUR/2870/2017). *Revista Latinoamericana de Derecho y Religión*, 5(1), 1-25. <http://www.redae.uc.cl/index.php/RLDR/article/view/2428/2410>

Calderón, D y González, R (2002). Trabajo Especial de Grado para optar al título de Licenciado en Sociología. La cotidianidad de un santo. Descripción sociológica del fenómeno devocional hacia José Gregorio Hernández. Universidad Católica Andrés Bello. <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAP8016.pdf>

Canestri, F. (1975). *Instrumentos para el aprendizaje en ciencias sociales*. Editorial Agencia Musical.

Católica, I. (1983). Código de Derecho Canónico.

Castoriadis, C. (1997). *El avance de la insignificancia*. Universidad de Buenos Aires, Argentina.

Iglesias Darriba, C. (2008). Marca Colectiva, Ley 26.355 comentada. *Editorial Teseo*.

D. Olmo Guillermo. Diario BBC Mundo. Quién fue José Gregorio Hernández, el “médico de los pobres” de Venezuela al que el papa Francisco hará beato de la Iglesia católica. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-53116833>

Etzioni, A. (1975). Organizaciones modernas.

Embajada Virtual de los Estados Unidos, Venezuela (2016). Informe Internacional sobre la Libertad de Religión. Venezuela. Resumen Ejecutivo. <https://ve.usembassy.gov/es/informe-internacional-sobre-la-libertad-de-religion-venezuela-2016/>

González, A. M., y Finol, J. E. (2013). Antropo-Semiótica del rito: El culto a José Gregorio Hernández. *Omnia*, 19(1), 11-30.

Masi, A. (2008) El concepto de praxis en Paulo Freire. En publicación: Paulo Freire. Contribuciones para la pedagogía. Moacir Godotti, Margarita Victoria Gómez, Jason Mafra, Anderson Fernandes de Alencar (compiladores). CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires. Enero 2008. ISBN 978-987-1183-81-4 Disponible en: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/campus/freire/09Masi.pdf>

Manfred Frank (1983) ¿Qué es el neoestructuralismo? http://www.ub.edu/las_nubes/archivo/17/nubesyclaros/textos/que-es-el-neoestructuralismo.pdf

Mazzalovo, G. (2015). Las marcas icónicas: ejemplo de deriva semántica. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 20, 87-94. <file:///C:/Users/Admin/Downloads/48960-Texto%20del%20art%C3%ADculo-84154-4-10-20151104.pdf>

Medina, C. (2010). Los estudios organizacionales entre la unidad y la fragmentación. *Cinta de moebio*, (38), 91-109. <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/38/medina.pdf>

Montaño, L., Ibarra, E. (1992). Mito y Poder en las Organizaciones. México: Editorial Trillas. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cmoebio/n38/art05.pdf>

Morin, E. (2016). *Le vif du sujet*. Le Seuil.

Muñiz, M. (2010). Estudios de caso en la investigación cualitativa. *División de estudios de posgrado universidad autónoma de nuevo León. Facultad de psicología. México*, 1-8. https://psico.edu.uy/sites/default/files/cursos/1_estudios-de-caso-en-la-investigacion-cualitativa.pdf

Primera Directiva 89/104/CEE del Consejo de 21 de diciembre de 1988 relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados Miembros en materia de marcas

Pérez, Augusto, Guzmán, Maricela. (2015). Los estudios organizacionales como programa de investigación. *Cinta de moebio*, (53), 104-123. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2015000200001>



Portal Web, O. M. P. I. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

Real Academia Española: *Diccionario de la lengua española*, 23.ª ed., [versión 23.3 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [20 de julio de 2020].

República Bolivariana de Venezuela. Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). Gaceta Oficial Extraordinaria N° 36.860. Recuperado en: https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ven/sp_ven-int-const.html

República Bolivariana de Venezuela. Ley de Propiedad Industrial, Gaceta Oficial N° 24873 del 14 de octubre de 1955. Recuperada en: <https://es.scribd.com/document/86308417/Ley-de-Propiedad-Industrial-1955>

Romero, C.J. (2012). Las marcas colectivas en el nuevo contexto venezolano. *Revista Saberes y Propiedad No. 2*. Debates sobre propiedad intelectual. MinComercio. Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual. Venezuela, 28-35.

Simons, H. (2011). *El estudio de caso: Teoría y práctica*. Ediciones Morata. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WZxyAgAA-QBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=estudio+de+caso&ots=r358C7Mh-cE&sig=T0w3DbTj9-zSrMHLrAHZxtM4klQ#v=onepage&q=estudio%20de%20caso&f=false>

Eco, U., Cantarell, F. S. (1994). *Signo* (Vol. 724). Bogota: Labor. http://libros-para-artistas.fredblack.org/wp-content/uploads/2017/03/Umberto_Eco_Signo.pdf

Uzcátegui, A (2007); Mérida; *La Propiedad Intelectual como Potenciadora del Desarrollo Endógeno. Marcas colectivas, marcas de certificación y denominaciones geográficas, herramientas que revalorizan los patrimonios económico y cultural*; Cuadernos del CEPESAL 4; Consejo de Publicaciones de la Universidad de Los Andes.

Yacuzzi, E. (2005). *El estudio de caso como metodología de investigación: teoría, mecanismos causales, validación* (No. 296).



Serie Documentos de Trabajo. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/84390/1/496805126.pdf>

Varsavsky, O. (2014). *Estilos Tecnológicos. Propuestas para la selección de tecnologías bajo racionalidad socialista*. Ediciones Pensamiento Crítico. Fundacite Mérida, Mérida-Venezuela.