

PUBLICIDAD Y CONTROVERSIAS LIMÍTROFE ANGLO-VENEZOLANA EN LA PRENSA TACHIRENSE (1895-1897)

Emad Aboasi El Nimer
Universidad de los Andes. Venezuela
emaboasi@hotmail.com

Resumen

Desde 1876, Venezuela comenzó a solicitar a los Estados Unidos de Norteamérica que interviniera en el conflicto limítrofe anglo-venezolano, para conminar al gobierno inglés a dirimir el asunto de manera amistosa. Casi veinte años después, específicamente el 3 de diciembre de 1894, el gobierno norteamericano participó como mediador en la búsqueda de una solución pacífica sobre la Guyana, cuyo resultado fue la firma de un tratado arbitral el 2 de febrero de 1897. El escenario de discusiones generado en esos años captó la atención de la prensa tachirensis, que como en años anteriores, divulgó noticias concernientes al asunto. Esto sirvió de aliciente para que algunos comerciantes de provincia diseñaran una publicidad ingeniosa, usando las divergencias limítrofes como excusa de anzuelo mercantil y así pescar clientes. En el presente artículo, se analizará –desde el enfoque de las mentalidades– cómo fue desarrollada esta actividad publicitaria.

Palabras clave: Publicidad, Problemas limítrofes, Venezuela, Inglaterra, Guyana Británica.

Advertising and anglo-venezuelan border dispute

In the press Tachira (1895-1897)

Abstract

Since 1876, Venezuela began to ask the United States to intervene in the Anglo-Venezuelan boundary dispute, to require the British government to settle the matter amicably. Almost twenty years later, specifically on December 3, 1894, the U.S. government acted as mediator in the search for a peaceful solution of the Guyana, which resulted in the signing of a treaty arbitration on February 2, 1897. The discussion scenario generated in those years caught the attention of the press Tachira, which as in previous years, reported news concerning the matter. This served as an incentive for some provincial traders design a clever advertising, using as an excuse the differences neighboring commercial hook and fishing and customers. In this paper, we analyze, from the perspective of mentality-how was developed this advertising activity.

Keywords: Advertising, Problems neighboring Venezuela, England, British Guyana.

Recibido: 05/12/2012 Aprobado: 24/01/2013

1. Una ojeada histórica a la controversia limítrofe anglo-venezolana (1814-1899)

Cuando en 1814 Holanda cede a la Corona Británica una parte del territorio guyanés que venía ocupando desde 1623, Venezuela –aún en su proceso independentista– empieza a vivir los embates limítrofes hacia el Noreste, debido a que desde entonces, la nación inglesa irá ocupando el territorio nacional en torno a la margen occidental del río Esequibo. En 1822, José Rafael Revenga, siguiendo instrucciones de El Libertador a través del Ministro Gual, protesta ante el gobierno monárquico inglés la intromisión en suelo patrio, y sin obtenerse respuesta satisfactoria, los incidentes y las discusiones siguieron discurriendo¹.

En 1841, Venezuela –por intermedio del doctor Alejo Fortique, Ministro Plenipotenciario de Venezuela ante el Gobierno Británico– realiza una reclamación apoyada en mapas, títulos de propiedad españoles y holandeses, documentación histórica y legal (de fuente inglesa y de épocas anteriores y posteriores al Tratado de 1814) que demostraban los legítimos derechos patrios², consagrados en el principio: *Utis possidetis iuris*. Inglaterra, como salida a tal reclamación, encomendó al agrimensor naturalista prusiano Robert H. Schomburgk a realizar un levantamiento topográfico de la zona en disputa, debido a que él la había explorado en 1835³. Éste diseñó un mapa fijando “(...) postes y señales en las mismas Bocas del Orinoco”⁴.

Las demarcaciones no fueron compartidas por el gobierno venezolano, porque se usurpaba parte del territorio nacional y se le despojaba de las bocas orinoquenses y del río Esequibo. La diplomacia británica, por el contrario, las utilizó como excusa de “(...) medida previa para futura

¹ Cfr.: J.L. Salcedo Bastardo. *Historia Fundamental de Venezuela*, p. 406.

² Vid: *Idem*. Ministerio de Relaciones Exteriores. Dirección de Derecho Público Exterior, Comunicación Número 1392 enviada por el Dr. Rojas al Cónsul de Venezuela en Demerara. En: *Historia Oficial de la discusión entre Venezuela y la Gran Bretaña sobre sus límites en la Guayana*, p. 278.

³ Remítase a: Hermann González y Manuel Alberto Donís Ríos. “Fronteras”. *Diccionario de Historia de Venezuela*. Tomo II (D-L), p. 402.

⁴ Enrique Bernardo Nuñez. *Tres momentos en la controversia de límites de Guayana*, p. 11.

*discusión (...)*⁵, bajo el alegato de que: “(...) tales señales (...) (eran) único medio tangible de prepararse a discutir la cuestión de límites con el Gobierno de Venezuela”⁶.

En 1845, España reconoció la soberanía de Venezuela y para su extensión territorial tomó como referencia geohistórica la Capitanía General, donde quedó incluida la otrora “Provincia de Guayana española”, cuya demarcación hacia el este, era el río Esequibo⁷. En 1849, la nación inglesa –haciendo caso omiso del anterior reconocimiento– siguió anexionándose parte del territorio nacional en torno a la margen oeste del mencionado río. En 1850, ambas naciones en conflicto deciden firmar un pacto, donde acuerdan no ocupar la región ubicada entre las líneas de Schomburgk –reclamación inglesa– y el río Esequibo –frontera exigida por Venezuela–⁸.

A partir de 1857, la zona del Yuruari –ubicada en la región limítrofe en disputa– empieza a llamar la atención de los ingleses, debido a que en ese año, mediante una exploración científica, sus autoridades se cercioraron de la existencia de grandes yacimientos auríferos⁹. Esto inflamó con mayor vehemencia las ansias expansivas de la Inglaterra victoriana en pleno apogeo “(...) *del librecambismo y de su imperialismo económico, político y cultural*”¹⁰. Razón por la cual, siguió moviendo sus fronteras para usurpar suelo venezolano, rico en minerales y metales preciosos.

Luego de casi dos décadas, el 14 de noviembre de 1876, Eduardo Calcaño, Ministro de Relaciones Exteriores, siguiendo orden del mandatario nacional, Antonio Guzmán Blanco, mediante una comunicación enviada al Ministro de Estado inglés, describe los derechos limítrofes del país frente a Guyana. Además, ese mismo día, el gobierno nacional envía misiva al Secretario de Estado norteamericano indicándole la necesidad de una pronta solución, y apelando a la Doctrina Monroe, por primera vez le solicita interceder en el conflicto para incitar a

⁵ *Ibidem*, p. 14.

⁶ *Idem*.

⁷ Vid: Carlos Romero. *Política Exterior de Venezuela. Relaciones con Usa, Colombia, Guyana, Cuba y el Caribe*, p. 18.

⁸ Véase: *Ibidem*, p. 19.

⁹ Cfr.: Enrique Bernardo Nuñez. *Op. Cit.*, pp. 25 y 28.

¹⁰ José Luis Salcedo Bastardo. *Op. Cit.*, p. 406.

Inglaterra a zanjar las diferencias limítrofes ante un tribunal de arbitraje¹¹. Mientras tanto, los ingleses no detenían su avance.

El 13 de febrero de 1877, el Ministro Rojas sugiere al gobierno inglés celebrar un tratado de límites para fijar una línea convencional. Como no obtuvo respuesta oportuna, unos meses después, Guzmán Blanco, al notar la ambición inglesa de seguir moviendo sus fronteras, agitó el asunto a través de su Ministro Eduardo Calcaño, y luego, mediante Diego Bautista Urbaneja, a fin de hallar algún final feliz. Como esto fue imposible, rompió relaciones diplomáticas con Inglaterra¹². Sin embargo, la codicia inglesa de seguir extendiendo “(...) *el radio de la ocupación, con transgresión manifiesta del status quo convenido en 1850, (...)*”¹³ seguía avanzando, en desmedro de la soberanía nacional.

Cuatro años después, el 21 de febrero de 1881, el Ministro Rojas propone “(...) *dos maneras de resolver la diferencia: títulos de estricto derecho o transacción amistosa*”¹⁴. Además, fija unas líneas para demarcar las fronteras, bajo el alegato de que si las mismas no eran aceptadas sugería hacerlo según las leyes, o en su defecto, someter la decisión a un arbitraje o tribunal que fallase definitivamente. Debido a las tácticas dilatorias inglesas de evadir tal proposición, no hubo respuesta. En julio de 1882, el Secretario de Estado norteamericano informa al Ministro Rojas “(...) *que si Venezuela lo desea, el Gobierno de Estados Unidos, puede proponer al de Gran Bretaña someter la diferencia a la decisión de un Árbitro*”¹⁵. El 29 de marzo de 1884, Inglaterra expresa que no aceptará ningún arbitraje. El 6 de agosto, manifiesta que esa no es la vía para solucionar el asunto; lo mejor es negociar de mutuo acuerdo¹⁶.

¹¹ Véase: Enrique Bernardo Nuñez. *Op. Cit.*, pp. 25-26.

¹² Remítase a: José Luis Salcedo Bastardo. *Op. Cit.*, p. 407.

¹³ Ministerio de Relaciones Exteriores. Dirección de Derecho Público Exterior, Comunicación Número 1389 enviada por el Dr. Ezequiel Rojas al Honorable Barón de Bodman. En: *Historia Oficial de la discusión...*, p. 274.

¹⁴ Enrique Bernardo Nuñez. *Op. Cit.*, p. 31.

¹⁵ *Ibidem*, p. 35.

¹⁶ Vid: *Ibidem*, pp. 37-38.

Así entonces, el 12 de mayo de 1887, el Congreso de Venezuela denunció la violación de la Doctrina Monroe por Inglaterra, como una manera de persuadir a Norteamérica a intervenir en la controversia limítrofe. Estrategia que vio su fruto el 3 de diciembre de 1894, cuando el mandatario norteamericano Grover Cleveland, en su último mensaje presidencial ante el Congreso, mostró interés por participar en las discusiones para “(...) *asegurar la paz por medio del arbitraje*”¹⁷, tal vez como una medida de frenar “(...) *las aspiraciones de supremacía británica en Sudamérica*”¹⁸.

No va a ser sino hasta el 22 de febrero de 1895, cuando el Congreso norteamericano envía sendas Resoluciones al gobierno inglés y al venezolano, sugiriéndoles plegarse a la intención de su mandatario sobre el arbitraje¹⁹. “*El 1 de enero de 1896, el Presidente autorizado por el Congreso (norteamericano), designa la Comisión Investigadora de Límites de Guayana*”²⁰. Una vez realizada la investigación, se concluyó el proyecto del tratado arbitral el 12 de noviembre, en el que el país no participó²¹. El 2 de febrero de 1897, Venezuela y la Gran Bretaña suscribieron el tratado que “(...) *sometía la cuestión fronteriza a un tribunal arbitral, cuyas sesiones tendrían lugar en París. La Comisión de Límites de los Estados Unidos fue de seguidas disuelta, ya que el problema se trasladaba a un nuevo tribunal*”²². El 18 de marzo, el mandatario nacional lo remitió al Congreso, donde fue aprobado el 5 de abril. El canje de ratificaciones de este pacto, se realizó el 14 de junio²³. Desde marzo de 1898 hasta el 27 de septiembre de 1899, ambas partes presentaron sus alegatos, sus contra-alegatos y debatieron en varias sesiones ante el Tribunal de Arbitraje francés. El 3 de octubre de 1899, se dictó sentencia unánime que, prácticamente, legalizó la ocupación inglesa en territorio venezolano, al concederle aproximadamente el 90 por

¹⁷ Grover Cleveland. Citado por: Enrique Bernardo Nuñez. *Op.Cit.*, p. 73.

¹⁸ José Luis Salcedo Bastardo. *Op. Cit.*, p. 407.

¹⁹ Cfr.: Enrique Bernardo Nuñez. *Op. Cit.*, p. 77.

²⁰ *Ibidem*, p. 90.

²¹ Concúrrase a: *Ibidem*, p. 93.

²² “El Memorandum de Severo Mallet-Prevost por el doctor Otto Schoenrich”. Citado por: *Ibidem*, p. 109.

²³ Vid: Enrique Bernardo Nuñez. *Op. Cit.*, pp., 94-95.

ciento de la zona en litigio²⁴. Mientras que a Venezuela, tan solo se le reconoció la boca del Orinoco y una región de unas 5.000 millas cuadradas en la zona sudoriental de las cabeceras de dicho río²⁵.

De este modo, discurrieron las disputas sobre la extensión que cada nación vecina reclamaba a lo largo del siglo XIX. Sin embargo, como pudimos observar, los “(...) británicos consiguieron lo que querían, engolfar a Venezuela en una larga discusión sobre linderos mientras pasaba el tiempo. Factor que siempre les había favorecido”²⁶. Logrando así, despojarla de los espacios que por tradición histórica le correspondían.

Ahora bien, luego de este bosquejo general –tan necesario para conocer el contexto histórico con mayor amplitud– en el presente trabajo, solamente develaremos el impacto que tuvo el problema limítrofe anglo-venezolano en la publicidad de la prensa tachirensis durante el corto periodo histórico de 1895 a 1897, momento en que la nación norteamericana decidió intervenir como mediadora en la controversia, captando la atención de la prensa nacional, y en especial, la tachirensis que es nuestro objeto de estudio²⁷. Así pues, leeremos el incidente desde la región del Táchira y según el enfoque de las mentalidades, en específico, desde el imaginario publicitario.

Es de aclarar que, la información sobre el desarrollo de las negociaciones salía a relucir tanto en los periódicos capitalinos como en los de provincia²⁸. En los tachirenses, por ejemplo, notamos

²⁴ Cfr.: “El Memorandum de Severo Mallet-Prevost por el doctor Otto Schoenrich”. Citado por: *Ibidem*, p. 109.

²⁵ Véase: *Idem*.

²⁶ Horacio Cabrera Sifontes. *La verdad sobre nuestra Guayana Esequiba*, p. 53.

²⁷ Apenas logramos revisar los microfilms contentivos de ejemplares sueltos de la prensa tachirensis decimonónica que conserva la Biblioteca Nacional Febrer Cordero de Mérida. Aun cuando esto no nos permite ampliar nuestras ideas en cuanto a dar mayores detalles sobre la secuencia publicitaria diaria, mes por mes, sin embargo, nos ofrece una visión general sobre el marketing empleado en el Táchira a fines del siglo XIX.

²⁸ Se ha de advertir al lector que en las citas se respetará la grafía original de los anuncios y para darle mayor fluidez a la lectura de los mismos, se obviará colocar la locución latina *Sic*.

que se le dio cobertura con artículos de opinión²⁹, avisos de protesta, poemas³⁰, himnos patrióticos, sucesos³¹, documentos de rechazo de organismos regionales públicos³², no solo porque era tema de interés patrio, sino también, por su condición de estado fronterizo con Colombia, con quien también se tenían disputas limítrofes³³.

Ante esta situación, es muy posible que los avisos alusivos a cualquier reclamación de límites con países vecinos, llamase la atención del lector de la prensa tachirensis, quien ávido de información, era probable que cayese en la estrategia publicitaria y fuese inducido a la obtención del producto o tuviese interés en la prestación de servicios divulgados en los anuncios, que a renglón seguido, analizaremos.

2. Publicidad limítrofe (1895-1897)

²⁹ Remítase a: “Guayana”. *El Tiempo*. Rubio, 23 de julio de 1896, pp. 1-2. “Patriotismo”. *El Tiempo*. Rubio, 21 de diciembre de 1895, pp. 2-4.

³⁰ Véase los poemas: “Guayana. A los venezolanos y á la prensa de la República”. *El Cisne*. La Grita, 25 de diciembre de 1895, pp. 22-24; Pablo Romero D. “A la altiva juventud venezolana”. *El Cisne*. La Grita, 15 de enero de 1896, pp. 33; entre otros.

³¹ Citemos como ejemplo, el siguiente suceso que, cual fábula, concluye con una moraleja civilizadora y patriótica: “*Malos entusiasmos.- En el lugar denominado La Guayana (Parroquia Santa Rosa) hubo ayer una verdadera batalla campal entre venezolanos é ingleses. Parece que llevados de su entusiasmo patriótico, los concurrentes convinieron en dividirse en dos bandos: venezolanos que sostenían la Guayana é ingleses que venían á atacarla. La cosa empezó de juego; poco a poco se enardecieron los ánimos y el plomeo se prendió de firme. En la refriega fueron rechazados los que hacían de ingleses, quienes tuvieron en sus filas varios heridos y contusos. La policía acudió, hizo algunos arrestos y puso en paz a los contendores. Malos juegos son esos. Guárdense las energías y el entusiasmo para cuando estemos en presencia de verdaderos ingleses invasores. (Tomado de El Maracaibo, de Maracaibo)*”. “Malos entusiasmos”. *La Limosna*. Rubio, 1 de marzo de 1896, p. 4.

³² Véase: “Discurso pronunciado por el Señor General Francisco Alvarado, Senador por el Estado Los Andes, al discutirse en el Congreso de la República el Decreto sobre voto de gracias al Gobierno y Pueblo Norteamericano por su actitud en la cuestión Guayana”. *El Eco del Distrito*. Táriba, 15 de mayo de 1896, p. 2.

³³ En 1891, se firmó un laudo arbitral en Madrid que fijaba la punta de Castilletes como el límite de la frontera en La Goajira. A partir de marzo de 1895, hubo mucha tensión en la frontera colombo-venezolana por el movimiento de 15.000 hombres de las tropas colombianas; el 16 de septiembre, luego de un enfrentamiento con los revolucionarios liberales venezolanos, en número de 900 plazas, entraron al río Arauca. Dos días después, 100 hombres armados cruzaron el río hacia El Amparo, llegaron a la morada del Jefe Civil, a quien mediante coacción lo obligaron a que los guiara para buscar a varios ciudadanos que se llevaron como prisioneros. En noviembre, se solventaron las aristas de la discordia, luego de que ambas naciones celebraran un Tratado sobre navegación y comercio fronterizos y de tránsito y sobre ejecución del Laudo de límites, que se venía discutiendo desde 1894. Cfr.: Consúltase: José Manuel Bricenío Monzillo. *Venezuela y sus fronteras con Colombia*, págs. 58-65. J.T. Colmenares. “Colombia y Venezuela”. *Boletín* Número 1 del *Boletín Comercial*. Táriba, 30 de marzo de 1895, pág. 4. “Invasión colombiana”. *El Tiempo*. Rubio, 23 de noviembre de 1895, pág. 3. “Colombia y Venezuela”. *Boletín Comercial*. Táriba, 30 de enero de 1897, p. 1. “Plenipotencia”. *Boletín Comercial*. Táriba, 17 de julio de 1895, p. 1.

Como el panorama sobre las diferencias limítrofes anglo-venezolanas era un tema de referencia inmediata y de suma divulgación en la prensa del Táchira entre 1895-1897, algunos comerciantes aprovecharon el momento para cultivar su astucia publicitaria³⁴. Utilizaron las discusiones diplomáticas como excusa para diseñar sus anuncios comerciales, a fin de atraer lectores. Titularon sus avisos con lemas alusivos a este tema de actualidad como *treta mercantil*³⁵.

En las páginas de los pocos números de periódicos consultados para este artículo, notamos el juego publicitario. Verbigracia, como P. V. López Fontainés propuso ante el “(...) *Centro Científico Literario de Caracas* (...) *el estudio de medidas importantes sobre* (...) (el) *asunto* (de) *límites de Guayana*”³⁶; sugiriendo una guerra mercantil a Inglaterra³⁷ mientras no reconociera los derechos del país en el territorio usurpado³⁸, Julio A. Peñuela aprovecha esa noticia para publicar en el periódico *El Tiempo* de Rubio un anuncio bajo el título “Guerra a

³⁴ Esta táctica se había empleado antes, en temas referidos a panoramas bélicos, electorales, sísmicos, patriotas, entre otros. Para ampliar más sobre este tópico, consúltese: Emad Aboasi El Nimer. “Publicidad y Guerra Federal (1858-1863)”. *Boletín de la Academia Nacional de la Historia*. (Tomo LXXXVII), Número 348, pp. 93-101. Emad Aboasi El Nimer. *Ideas y Letras durante la Guerra Federal*. Capítulo IV, págs. 163-193. Emad Aboasi El Nimer. “Sismos de publicidad en Mérida”. *Boletín de la Academia Nacional de la Historia*. (Tomo XCIV), Número 373, pp. 89-100. Emad Aboasi El Nimer. “Publicidad y Elecciones en Venezuela (1897)”. *El Desafío de la Historia*, Año 5, Número 38, Revista 38, pp. 60-62.

³⁵ El problema limítrofe anglo-venezolano, por ser de capital importancia para la Nación, fue tema de opinión en las páginas periodísticas, incluso, mucho antes a nuestro objeto de estudio. La publicidad alusiva a las demarcaciones, ya se había empleado décadas antes. Para ilustrar véase los anuncios de: Diego Lara. “Bloqueo de la Guaira”. *El Porvenir*. San Cristóbal, 27 de febrero de 1876, p. 722. Carlos Luján. “Límites Anglo-Venezolanos”. *La Paz del Táchira*. San Cristóbal, 12 de agosto de 1890, p. 4, entre otros.

³⁶ “Guayana”. *Boletín Comercial*. Tárriba, 15 de febrero de 1895, p. 4.

³⁷ Esta propuesta de López Fontainés, fue secundada en el *Boletín Comercial* y en *La Limosna*. En el primero, se publicó un artículo el 1 de agosto titulado “Guerra Mercantil”, en el que se expresó que si la nación británica no le devolvía al país los territorios usurpados, lo mejor era romper todo tipo de relaciones con ella. Pues, sus producciones eran suplidas por las americanas y las alemanas. Además, se aupaba a los detalladores a organizarse en una liga, que no compraran mercancía inglesa y negociaran con casas importadoras que les garantizara venderles mercancía de otra procedencia distante a la británica. En el segundo periódico, se publicó un artículo el 15 de agosto, titulado: “Guerra mercantil a Inglaterra”. En él se advierte que el repudio a la manufactura inglesa favorece a los negociantes tachirenses que venden bienes importados desde otras latitudes, porque al haber reducción en la demanda de productos anglosajones en el mercado interno, la balanza comercial se inclinaría a su favor, aumentando sus ventas y ganancias. Entonces, para evitar “(...) esas vejeces de patriotismo, (...) que no tendrían en cuenta sino la comodidad de precios (...)”, que afectarían al consumidor, sugirió otra estrategia comercial de protesta: cobrar un derecho preferencial de 30 por ciento a los productos británicos, salvo a las maquinarias útiles para el desarrollo de la riqueza nacional. Además, propuso que se le descontaran en un 5 por ciento los derechos de importación a las naciones amigas, para darles mayor fuerza comercial. Luego concluyó con este lema: “*Que la prensa discuta é indique las medidas que estén á nuestro alcance para dañar á Inglaterra, creemos labor patriótica, porque... los ingleses avanzan!*”. Vid: “Guerra mercantil”. *Boletín Comercial*. Tárriba, 1 de agosto de 1895, pp. 3-4. “Guerra mercantil a Inglaterra”. *La Limosna*. Rubio, 15 de agosto de 1895, pág. 23.

³⁸ Vid: *Idem*.

muerte!”, con el fin de informar sobre la venta de una casa de tapia pisada y teja, con solar cercado, ubicada en el sector Cerro de Las Flores de la ciudad de Rubio. El aviso resulta algo paradójico, pues, ¿cómo es posible clamar por una beligerancia hasta perder la existencia a fin de dirimir el conflicto, y luego divulgar que se enajena una vivienda bien edificada y con un patio? ¿Acaso dicha casa no simbolizaba el buen vivir de quien estaba pensando en la paz? ¿Será que la presunta conflagración letal era precisamente para la cómoda existencia?:

GUERRA A MUERTE!

Se vende una casa situada en el “Centro de las flores,” bien construida de tapia pisada y teja, y con buen solar cercado.

Para informes entenderse con

JULIO A. PEÑUELA.

Rubio, Junio 22 de 1895.

4-1³⁹.

La dinámica mercantil, se construye a través del ludismo del imaginario limítrofe anglo-venezolano. El título alusivo al conflicto como hecho de interés nacional, es una táctica subliminal publicitaria de algunos comerciantes tachirenses, que valiéndose de la realidad social y política, lo utilizan en la prensa para jugar con la imaginación del lector, y de manera ingeniosa, transformar la mercancía en un objeto de sumo interés, conminándolo al consumo. ¿Acaso se hace una reinención ética del consumo? ¿Hay una reconstrucción de la calidad del producto?

Este tipo de publicidad, que pervive en la prensa nacional, local y regional desde mediados del siglo XIX y que se mantiene en buena parte del siglo XX⁴⁰, devela manifestaciones culturales que permiten reinterpretar el país desde dos simbologías: la comercial y la histórica. Ambas son fusionadas en un solo tipo de anuncios y, cual códigos secretos, denotan mecanismos incipientes

³⁹ “Guerra a muerte”. *El Tiempo*. Rubio, 22 de junio de 1895, p. 1.

⁴⁰ Véase nuestro trabajo: “Publicidad lunar en Venezuela (1969)”. En imprenta.

de mercantilización en la región tachireNSE. La presencia solapada de estructuras de imaginarios culturales en el lenguaje comercial, da cuenta de las preocupaciones reales que mueven al colectivo. Como la noticia de actualidad es de su interés, se apela al tema limítrofe por ser el hecho de mayor divulgación en la prensa regional de la época en estudio.

En tal sentido, Virgilio Ramírez, dueño de la Panadería Zuliana, ubicada en la calle El Topón de Rubio, publicó en el periódico *El Tiempo* un aviso con el título “Llegó la invasión”, para ofrecer el pan que elabora. El anuncio tiene la peculiaridad de estar abordado como un mini cuento de la literatura fantástica, para develar que la supuesta incursión foránea en suelo patrio, aumenta el consumo por parte de los invasores. La ironía está en mostrar al ejército enemigo como glotón, que viene al país a degustar las delicias gastronómicas, sin rival. La metáfora, tal vez, radica en el hecho de resaltar que las riquezas nacionales son tan seductoras que no tienen contrincantes, por tanto, despertaron el mayor interés en naciones imperiales. El comerciante, de manera sarcástica juega con el discurso noticioso de la prensa y con conceptos económicos para mostrar que, sean militares o no, a fin de cuentas, son consumidores que se ven atraídos por su mercancía:

LLEGO LA INVASION

Un numeroso ejército compuesto de personas (...) de diferentes nacionalidades y montante al número de 25.000 hombres es el que acaba de llegar en estos días, con el único propósito de saborear el exquisito y sin rival pan que se elabora en la “Panadería Zuliana” de Virgilio Ramírez, sita en la calle de “El Topón”⁴¹.

El estilo literario del anterior anuncio, no es en vano. Más bien, es el corolario de los cambios que se van suscitando en el país a partir de 1870: el inicio de la educación gratuita, obligatoria y laica; la fundación de las Academias de Ciencias y el patrocinio de las letras por parte del Estado guzmanista, que conllevaron a la propagación de nuevos estilos de vida adosados al acontecer

⁴¹ “Llegó la invasión”. *El Tiempo*. Rubio, 21 de septiembre de 1895, p. 1.

cultural, regidos por la literatura⁴². Además, “(...) después de 1880 (...) se perfiló en Venezuela un movimiento literario de inspiración nacional, con propósito específico de crear formas e ideas estéticas, con voluntad de indagar la vida, el complejo social, los rasgos psicológicos propios, no en las leyes, sino en los hechos del acontecer vital”⁴³. Por ello, algunos anuncios de esta índole, adquieren también una tonalidad culta, intelectual.

El 23 de noviembre de 1895, el periódico *El Tiempo* publicó un artículo de J. Rojas F. titulado “Guerra”, donde informa: “(...) Inglaterra (...) ha dicho en su ultimátum: (...) que ocupará el territorio guayanés por la fuerza, si las circunstancias lo exigen”⁴⁴. Ese mismo día, un anuncio publicitario como el anterior, usa el lema “Invasión”. Al leer el contenido observamos que un doctor de nombre C. Ospina Sayer, participa que en su tipografía tiene en venta la novela *Cosas del Mundo* a un precio de 50 centavos de bolívar. A nuestro parecer, tanto el título del aviso como el de la obra literaria reflejan un engranaje lingüístico, para sugerir que la incursión británica es un suceso del universo de naciones y puede ser entendido con palabras que, probablemente, el lector encuentre en dicha obra:

INVASION⁴⁵

En esta tipografía se halla en venta la novela titulada
“Cosas del Mundo”, del Dr. C. Ospina Sayer á 50 centavos el
ejemplar⁴⁶.

⁴² Para ampliar más sobre estas ideas, recomendamos la lectura completa del libro: Paullette Silva Beauregard. *Una Vasta morada de enmascarados. Poesía, Cultura y Modernización en Venezuela a finales del siglo XIX*.

⁴³ Alexis Márquez Rodríguez. “Literatura”. *Diccionario de Historia de Venezuela*. Tomo II (D-L), p. 977.

⁴⁴ J. Rojas F. “Guerra”. *El Tiempo*. Rubio, 23 de noviembre de 1895, p. 2.

⁴⁵ Con respecto al lema de este aviso queremos advertir que, como ese mismo día se anunció la invasión colombiana en la región del Arauca y El Amparo, es muy probable que el juego publicitario se haya hecho con doble intención, pues de ese modo, la curiosidad del lector sería mayor al querer saber a qué invasión del territorio venezolano se refería, si a la inglesa o a la colombiana.

⁴⁶ “Invasión”. *El Tiempo*. Rubio, 23 de noviembre de 1895, p. 1.

Tres días después, el *Boletín Comercial* de Táriba, informó que –según mensajes cablegráficos leídos en periódicos caraqueños hasta el 4 de noviembre–, la monarquía inglesa había enviado un ultimátum al Gobierno venezolano, donde se hablaba de naves acorazadas que llegarían a puertos del país⁴⁷. Faltando poco para finalizar el año de 1895, aún no se habían iniciado las discusiones limítrofes, porque “*Gran Bretaña (...) (había rechazado) el recurso de arbitramento que se le propuso con el objeto de conocer los méritos de la controversia de límites directamente ligada a la doctrina (Monroe) (...)*”⁴⁸, por lo que la situación diplomática seguía tensa. Razón por la cual, el 24 de diciembre, el *Boletín Comercial* publica un artículo en el que –de manera firme y categórica– cuestiona la lentitud de la diplomacia por ser lesiva al honor de la nación, y además, denuncia la codicia inglesa en seguir usurpando terrenos del extremo oriental de la República, por lo que insta al colectivo a prepararse para la lucha armada, a fin de resolver este asunto de soberanía territorial⁴⁹. Tal fervor heroico, también se vio reflejado en la poesía de la época⁵⁰.

Ante este escenario, donde se tejían disímiles enfrentamientos discursivos por las reclamaciones territoriales entre Venezuela y la Guyana Británica, es obvio que el revés de la agresividad se reflejase en lemas que auparan a la armonía. Tal estrategia también llamaría la atención del público que ansiaba la paz. Y más, si acababa de culminar la temporada decembrina, donde muchos habrían pedido sosiego para el país. Por ello, el 1 de enero de 1896, cuando apenas se

⁴⁷ Vid: “Guayana”. *Boletín Comercial*. Táriba, 28 de noviembre de 1895, p. 4.

⁴⁸ Enrique Bernardo Nuñez. *Op. Cit.*, p. 86.

⁴⁹ Cfr.: “Guayana”. *Boletín Comercial*. Táriba, 24 de diciembre de 1895, pp. 1-2.

⁵⁰ Pues, el 25 de diciembre de 1895, el periódico *El Cisne* de La Grita, publicó un poema de Carlos Blunck Veloz⁵⁰ titulado “Guayana”, que fue dedicado a los venezolanos y a la prensa de la República, a través del cual, insta al combate para la reivindicación nacional. Citemos algunos versos:

(...)
Contra el inglés inhumano
que hace alarde de poder,
guerra á muerte debe ser,
(...)

está iniciando un año nuevo, y el Presidente de los Estados Unidos de Norteamérica designa la Comisión Investigadora de Límites de Guayana⁵¹, la Botica Alemana publicó un anuncio en *La Limosna* de Rubio, con el título “¡Viva la paz!”, no precisamente para informar sobre el arbitraje, sino más bien, sobre la venta de artículos importados de primera calidad, tales como: licores en botellas y garrafones, frutas, dulces y galletas. Desde las líneas iniciales del aviso, se sugiere que la paz es lo más ansiado por el colectivo nacional; frente a una estancada agricultura, como secuela del ambiente bélico, el comercio fortalecido es el que empuja “*la gran máquina del progreso de estos pueblos*”; por tanto, los productos promocionados son ofrecidos como los únicos que imponen tranquilidad social:

¡VIVA LA PAZ!

Este es el grito que unsono se deja oír por los ámbitos de la Patria.- La agricultura prosigue las faenas interrumpidas por la odiosa guerra⁵² y el comercio animado de nueva vida dá vigoroso empuje á la gran máquina del progreso de estos pueblos y como corolario de ello encontrareis que las Bodegas bien surtidas no pueden estar sin el afamado Brandy, Menckow en botellas y garrafones.- Legítimo Hennessy.- Frutas exquisitas americanas.- Vinos tintos de Burdeos y Borgoña.- Dulces de California y éspumosos de Champaña.- Cerveza franciscana y negra Holsatin.- Galletas de todas clases y gran variedad de artículos de superior calidad que importa constantemente.- LA BOTICA ALEMANA⁵³.

Así entonces, la cotidianidad inmersa en actividades mercantiles se reinterpreta con la identidad nacional y el sentimiento de defensa del suelo patrio. Los anuncios fungen como formas de protesta épica, sin suspender la actividad comercial. Hay una especie de invitación a que nadie paralice sus labores, sino más bien, que siga en su lucha diaria. A través de la prensa se mantiene informado al colectivo sobre la controversia limítrofe anglo-venezolana, de la que no solo los

⁵¹ Véase: Enrique Bernardo Nuñez. *Op. Cit.*, p. 90.

⁵² Por la cercanía de la fecha, es posible que se refiera a la Revolución Legalista ocurrida en 1892.

⁵³ “¡Viva la paz!”. *La Limosna*. Rubio, 1 de enero de 1896, p. 4.

comerciantes ingeniosos seguían pescando clientes en sus avisos mercantiles, sino también, de manera colindante al comercio aparecen algunos bardos anunciando la publicación de sus poemarios. El anzuelo mercantil lo vemos en el contenido del aviso, donde se informa que los versos fueron confeccionados con el numen épico para avivar el sentimiento nacionalista:

“ECOS DE LA PATRIA”

Así se titulará una colección de composiciones patrióticas q´ **su autor el inspirado poeta propone publicar con el fin de despertar mas el entusiasmo sobre la cuestion palpitante de Guayana**. La recomendamos sobremanera⁵⁴. (Resaltado nuestro).

Como el teatro propagandístico limítrofe seguía moviéndose paralelo a las reclamaciones que expresaban “(...) *con patriótico entusiasmo: ¡Viva el pueblo venezolano! Vivan los EE.UU. del Norte*”⁵⁵, la perspicacia publicitaria iba haciendo de las suyas para motorizar las ventas en el comercio tachirenses. En tal sentido, Juan Urdaneta publicó un anuncio en *El Tiempo* de Rubio bajo el título: “A las armas!!” (con el cual posiblemente hacía alusión al coro del Himno patriótico de Parbulo⁵⁶, publicado en *El Cisne* de La Grita, unos días antes⁵⁷) con el pretexto de

⁵⁴ “Ecos de la patria”. *El Cisne*. La Grita, 15 de enero de 1896, p. 34.

⁵⁵ J. Gregorio Noguera. “Amor patrio”. *El Cisne*. La Grita, 12 de marzo de 1896, p. 49.

⁵⁶ No sabemos a ciencia cierta qué escritor se escudó tras ese seudónimo.

⁵⁷ Citemos algunos versos de este Himno que fue dedicado a la Patria y al Doctor Emilio C. Guerrero:

A las armas volad compañeros
Ha llegado el momento, volad
A mostrar á la vieja Inglaterra
Cuanto vale el honor nacional
(...)

A las armas & & &

De Bolívar de Sucre y de Páez
El ejemplo debemos seguir:
De los héroes que Patria nos dieron
Y por ella supieron morir.

A las armas & & &

informar que en su Bodega “Tempestad” vende armas de precisión a un precio muy barato y un Hotel equipado a la francesa, donde sirven platos de distintos precios. En este aviso, existe una relativa correspondencia entre el título y el primer artículo ofrecido; se trata de persuadir al lector de que es un producto de primera necesidad y “cada compatriota” debe adquirirlo para la custodia del suelo nacional. Evidentemente, se juega con algo de sensacionalismo y chauvinismo. Con la excusa de defender la patria de la invasión inglesa, el comerciante quiere motorizar el negocio de la venta de armas. En el segundo producto, se mantiene el espíritu de los anuncios ya analizados. El lema es una maniobra seductora del horizonte publicitario. Es decir, no guarda relación entre el producto y lo ofrecido. Haciendo una valoración general del aviso, nos interrogamos: ¿Será que sugiere al colectivo que quien tiene un arma contribuye en resguardar a la Nación, y estando protegida se podían satisfacer los antojos a cualquier precio en un hotel a la francesa como revés a la moda y comida británica?:

A LAS ARMAS!!

Tendremos qué tomarlas en defensa de nuestra patria, que se ve amenazada por una Nación extranjera; para evitar un asalto, cada compatriota podrá obtener por una suma enteramente módica una arma de precisión en la bodega “Tempestad,” de Juan E. Urdaneta. También ofrece al público un Hotel montado á la francesa, donde se sirve desde el más humilde plato hasta remontarse á la categoría del primer antojo.

Rubio, Enero de 1896⁵⁸.

Ampliando la mirada hacia el ámbito económico de Táchira, notamos que en 1896, algunos periódicos –siguiendo la propuesta de López Fontainés– de manera secuencial publicaron anuncios de censura a los productos ingleses que incitaban al colectivo a no adquirirlos en el

(...)

Parbulo. “Himno Patriótico”. *El Cisne*. La Grita, 15 de enero de 1896, p. 28.

⁵⁸ “A las armas”. *El Tiempo*. Rubio, 25 de enero de 1896, p. 1.

mercado⁵⁹:

Al pueblo

Quien compra un producto inglés,
aumenta con su trabajo el poder
de Inglaterra⁶⁰.

De lo anterior se colige que las expresiones mercantiles confluyen hacia lo autóctono. Sin embargo, así como se proponían maneras de afectar la importación de mercancía venida de Inglaterra, también se asomaban atisbos de posible arreglo amistoso en el plano diplomático, con el apoyo irrestricto de Norteamérica a Venezuela frente al apoyo de Francia, Austro-Hungría y Alemania a los ingleses. No en balde, a finales de febrero de 1896, en la prensa tachirenses fueron circulando noticias de que gracias a la mediación de los Estados Unidos de Norteamérica, las diferencias limítrofes anglo-venezolanas se arreglarían. Un artículo publicado el día 22 de ese mes, informaba que el gobierno inglés había manifestado su voluntad de someterse a un arbitraje como salida pacífica. Tal noticia, obviamente, traía nuevos vientos de tranquilidad nacional y regional, porque ya no era menester la tramitación bélica. Con el arreglo diplomático, se fijarían amistosamente las demarcaciones territoriales de Guyana con Venezuela⁶¹. Esto fue visto como una victoria nacional. Así se deduce de lo expresado por el *Boletín Comercial* de Táriba: “*Lo que ayer suplicábamos con la insistencia del débil, se nos propone hoy por el poderoso! La razón ha triunfado, pero para triunfar se ha necesitado todo el esfuerzo de una Nación amiga, (...)*”⁶².

Unos días después, el 1 de marzo, el periódico *La Limosna* de Rubio hizo alarde de la hidalguía femenina venezolana heredada desde la Gesta Emancipadora, al informar que en Táriba unas señoras y señoritas constituyeron una Junta Patriótica con el fin de “(...) *arbitrar recursos con*

⁵⁹ Vid: José R. Nuñez. “Telégrafo nacional. – Oficial. –De Carácas á Maracaibo. –El 21 de Diciembre de 1895. –Las 11 h. a. m.” En: *El Tiempo*. Rubio, 6 de enero de 1896, p. 2.

⁶⁰ “Al pueblo”. *Boletín Comercial*. Táriba, 22 de febrero de 1896, p. 2.

⁶¹ Consúltese: “Guayana”. *Boletín Comercial*. Táriba, 22 de febrero de 1896, p. 1.

⁶² *Idem*.

que ayudar á sostener el territorio nacional”⁶³. Llama la atención que, como en el plano diplomático se estaba hablando de arbitraje, se haya utilizado el término *arbitrar*, para dejar claro que tales “matronas”⁶⁴ comprometerían o aportarían caudales como una manera de cooperar en la solución del asunto⁶⁵.

Como corolario de lo anterior, se observa que el arbitraje era visto –por algunos– con muy buenos ojos, por considerarlo como una victoria nacional⁶⁶. Por ende, Evangelista Quintero publica un aviso en el periódico *El Cisne* de La Grita con el título: “Primera derrota de los ingleses”, para informar que en su taller de sastrería tiene las mejores telas de lana y las más económicas de la ciudad de La Grita, con las que confecciona los atuendos exigidos a los alumnos del Colegio Sagrado Corazón de Jesús. Además, anuncia la fabricación de vestidos a la moda del día o el gusto del cliente, todo con los mejores precios del mercado, ajustado a la situación económica. Y nos preguntamos: ¿A qué derrota se refiere Quintero? ¿Al resultado de qué pugilato alude? Posiblemente se esté refiriendo a la intervención norteamericana en el conflicto como mediadora, quien además, reconoció el derecho de Venezuela en reclamar su territorio invadido. Esta aseveración la hacemos debido a que en el Acta levantada en la reunión de la Junta Patriótica de La Grita el 6 de enero, donde se protestó contra la usurpación inglesa en

⁶³ “Patriotismo ejemplar”. *El Táchira* de San Cristobal. En: *La Limosna*. Rubio, 1 de marzo de 1896, p. 4.

⁶⁴ Vid: *Idem*.

⁶⁵ Además, ese día, dicho periódico informó sobre la existencia de documentación histórica habida en El Vaticano, la cual inclinaba la balanza jurídica a favor de Venezuela. Por lo que vale la pena citar textualmente la nota: “Dícese de Roma.- Que en los archivos del vaticano se han encontrado importantes documentos concernientes á las misiones católicas en Venezuela. Estos documentos prueban que el territorio que reclama Inglaterra, estaba comprendido en la Diócesis de Caracas, antes de la época de la adquisición de Guayana por Inglaterra”. *Idem*.

⁶⁶ Otros, por el contrario, aupaban por el combate. Como se colige del himno anti-inglés, letra de Lisandro Acosta Canales y música del Profesor Alejandro Fernández, del que apenas citaremos el coro:

Que el Clarín toque airado ¡a la carga!
Y responda á su voz la metralla,
Que nos mate, si puede, el canalla,
Que la vida sin honra es amarga.

“Himno anti-inglés”. *La Limosna*. Rubio, 1 de marzo de 1896, p. 1.

territorio patrio, aparece la firma de este sastre⁶⁷. Sin embargo, nos surgen otras interrogantes: ¿Acaso se alude que la producción local de vestimentas para colegiales, colegialas y damas era un fracaso para los anglosajones porque no detuvieron la actividad mercantil en La Grita, ni generaron inflación en tales productos demandados por buena parte del colectivo? ¿O las actividades educativas no se vieron afectadas por falta de uniforme de sus alumnos? Ante tantas preguntas, puede que sobren las respuestas. Pero no se puede negar que la idealización patriota en el título del anuncio forma parte del juego mercantil:

Aviso
PRIMERA DERROTA DE LOS INGLESES
EVANGELISTA QUINTERO

participa á todos sus clientes, padres de familia ó encargados de jóvenes alumnos del Colegio del Sagrado Corazón de Jesús de La Grita, que en su Taller de Sastrería, se encuentran las mejores telas de lana, y más baratas que en cualquier otro establecimiento de esta Ciudad, y muy de acuerdo con las que comúnmente ordena el reglamento de dicho Colegio, que deban usarse.- También ofrece confeccionar vestidos á la moda del dia, ó al gusto de la persona, todo á precios sumamente módicos y de acuerdo con la situación actual.

La Grita, Enero 24 de 1896⁶⁸.

Mientras discurría el evento diplomático, para dirimir la controversia limítrofe, la prensa tachirensis se ocupaba “(...) *con preferencia de (este) asunto de tanta vitalidad*”⁶⁹, con el propósito de que “(...) (los) *lectores (...) (estuviesen) al corriente de la gran cuestión que (...) (tenía) en suspenso á todos los venezolanos, (...)*”⁷⁰. Además, ponía “(...) *á disposición del público las columnas (...) (del) diario*”⁷¹. Era la noticia de mayor interés, la que más atención exigía a quienes le seguían el rastro desde la información salida en los periódicos de provincia para conocer sobre su desenlace.

⁶⁷ Vid: “Descripción de la fiesta con que la Junta Patriótica de La Grita protestó contra la usurpación de Inglaterra, el día 6 del presente mes”. *El Cisne*. La Grita, 15 de enero de 1896, p. 27.

⁶⁸ Aviso. “Primera derrota de los ingleses”. *El Cisne*. La Grita, 12 de marzo de 1896, p. 56.

⁶⁹ “Guayana”. *El Republicano*. San Cristóbal, 18 de abril de 1896, p. 1.

⁷⁰ *Idem*.

⁷¹ *Idem*.

El 20 de octubre de 1896, mediante un telegrama enviado desde Caracas a Táriba al Presidente de la Sociedad Patriótica: “*Se anuncia de Washington que la cuestión Guayana ha sido felizmente arreglada*”⁷². El 12 de noviembre se concluyó el proyecto del tratado arbitral, sin haberle dado participación a Venezuela. Una semana después, los comerciantes J. Joaquín Zamora y Carmelo Rojas, en actitud patriota, publican un anuncio en *El Tiempo* de Rubio bajo el título: “Guayana es nuestra”, pero con el fin de informar sobre la ubicación de su taller de Peluquería y Sombrerería. ¿Acaso la alusión a Guayana con el taller es por el arreglo amistoso con los ingleses y tales vendedores querían significar que ellos solucionaban cualquier desperfecto en los sombreros en buenos términos? ¿Como los del Tratado?:

GUAYANA ES NUESTRA

Participamos á nuestros clientes y al público en general, que nuestro taller de Peluquería y Sombrerería se encuentra situado frente á “Los Corredores” de esta ciudad, donde en ambos ramos ofrecemos dejar satisfecho el gusto más exigente. También se reciben sombreros para componer en la casa de habitación del primero.

Rubio, Noviembre de 1896.

*J. Joaquín Zamora — Carmelo Rojas*⁷³.

Un mes después, J. Joaquín Zamora utiliza el mismo anuncio para informar –de manera personal– sobre los servicios ofrecidos en su establecimiento. Posiblemente la sociedad con Carmelo se haya disuelto y era sobre él que recaía la responsabilidad de llevar los destinos del negocio, donde sigue prometiendo “*dejar satisfecho el gusto más exigente*”, pero no anuncia que en su casa recibe sombreros para arreglar, como en el anterior anuncio. Leamos:

GUAYANA ES NUESTRA

Participo á mis clientes y al público en general, que mi Establecimiento de Peluquería y Sombrerería está

⁷² “Guayana”. *Boletín Comercial*. Táriba, 7 de noviembre de 1896, p. 2.

⁷³ J. Joaquín Zamora y Carmelo Rojas. “Guayana es nuestra”. *El Tiempo*. Rubio, 19 de noviembre de 1896, p. 4.

situado frente á “Los Corredores” de esta ciudad, donde enambos ramos ofrezco dejar satisfecho el gusto más exigente.

Rubio, Diciembre de 1896

*J. Joaquín Zamora*⁷⁴

De este modo, ante el escenario de discusiones sobre los límites anglo-venezolanos, ciertos comerciantes, poetas y publicistas en general, aprovecharon el momento para vincularlo con el diseño de los anuncios en la prensa tachirenses entre 1895-1897, amoldándolos al espectro noticioso de mayor impacto. Usaron la información en torno a las controversias de los territorios fronterizos, fusionándola con la mercadería en venta como gancho comercial, siguiendo así, con el ingenio utilizado años atrás. Desde su labor mercantil, fijaron posición en la protesta nacional sin paralizar sus actividades; convirtieron el anuncio en doble lectura, pero para un único fin: vender productos, más allá de la protesta. Tal vez, éste fue un modo para ellos vincularse al reclamo patrio, pero con prebendas personales.

3. Palabras finales, sin límites

Las tácticas empleadas por los publicistas en la prensa tachirenses de finales de siglo XIX, despiertan en el lector un interés de consumo hacia lo ofrecido. La estrategia subliminal consiste en hacer anuncios con títulos concernientes al incidente limítrofe, como un medio para hacer de lo ofrecido un objeto de mayor demanda. La publicidad se ve imantada hacia la noticia de actualidad. Los anuncios son diseñados con un lenguaje táctico para cohabitar con la cotidianidad del lector.

⁷⁴ J. Joaquín Zamora. “Guayana es nuestra”. *El Tiempo*. Rubio, 26 de diciembre de 1896, p. 4.

La realidad cotidiana funge de referente para la confección del anuncio. El lenguaje publicitario se acomoda a las necesidades del comerciante u oferente, de acuerdo a la circunstancia histórica. El anuncio se titula de una manera, pero informa sobre otro contenido. Es un modo genial de seducir a consumidores para la adquisición de mercancías. En el orden lógico del discurso existe un falseamiento intencional del mensaje, con efectos mercantiles.

Partiendo de esa realidad, la oferta y el producto son reinventados en la imaginación del oferente, haciendo del contexto publicitario un horizonte entre realidad y entelequia, con la que cualquier consumidor puede identificarse. Obviamente, en el mercado tachirenses el producto es fusionado con la representación objetiva como camino referencial, para conllevar a su adquisición. La realidad se integra a la mercancía. En este caso, el hecho noticioso limítrofe, ha sido la excusa.

Fuentes de Consulta

I) Fuentes documentales impresas

Departamento de Estado. Comunicación del Sr. W. Q. Gresham enviada al Sr. Rojas Andrade. En: *Historia Oficial de la discusión entre Venezuela y la Gran Bretaña sobre sus límites en la Guayana*. Ministerio de Relaciones Exteriores, Caracas, 1981.

“El Memorandum de Severo Mallet-Prevost por el doctor Otto Schoenrich”. En: Nuñez, Enrique Bernardo. *Tres momentos en la controversia de límites de Guayana*. Publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores, Imprenta Nacional, Caracas, 1962.

Ministerio de Relaciones Exteriores. Dirección de Derecho Público Exterior, Comunicación Número 1392 enviada por el Dr. Rojas al Cónsul de Venezuela en Demerara. En: *Historia Oficial de la discusión entre Venezuela y la Gran Bretaña sobre sus límites en la Guayana*. Ministerio de Relaciones Exteriores, Caracas, 1981.

Ministerio de Relaciones Exteriores. Dirección de Derecho Público Exterior, Comunicación Número 1389 enviada por el Dr. Ezequiel Rojas al Honorable Barón de Bodman. En: *Historia Oficial de la discusión entre Venezuela y la Gran Bretaña sobre sus límites en la Guayana*. Ministerio de Relaciones Exteriores, Caracas, 1981.

Romero, Carlos. *Política Exterior de Venezuela. Relaciones con Usa, Colombia, Guyana, Cuba y el Caribe*. Curso de Formación sociopolítica, Nro. 24, Centro Gumilla, Caracas, 1984.

II) Fuentes Hemerográficas

a) Prensa

“A las armas”. *El Tiempo*. Año I, Número 26. Rubio, 25 de enero de 1896.

“Al pueblo”. *Boletín Comercial*. Año III, Número 50. Táriba, 22 de febrero de 1896.

Aviso. “Primera derrota de los ingleses”. *El Cisne*, Año I, Número 5. La Grita, 12 de marzo de 1896.

Blunck Veloz, Carlos. “Guayana”. *El Cisne*. Año I, Número 2. La Grita, 25 de diciembre de 1895.

Colmenares, J. T. “Colombia y Venezuela”. *Boletín* Número 1 del *Boletín Comercial*. Año II, Número 31. Táriba, 30 de marzo de 1895.

“Colombia y Venezuela”. *Boletín Comercial*. Año IV, Número 86. Táriba, 30 de enero de 1897.

“Descripción de la fiesta con que la Junta Patriótica de La Grita protestó contra la Usurpación de Inglaterra, el día 6 del presente mes”. *El Cisne*. Año I, Número 3. La Grita, 15 de enero de 1896.

“Discurso pronunciado por el Señor General Francisco Alvarado, Senador por el estado Los Andes, al discutirse en el Congreso de la República el Decreto sobre voto de gracias al Gobierno y Pueblo Norteamericano por su actitud en la cuestión Guayana”. *El Eco del Distrito*, Año I, Número 4. Táriba, 15 de mayo de 1896.

“Ecos de la patria”. *El Cisne*. Año I, Número 3. La Grita, 15 de enero de 1896.

“Guayana”. *Boletín Comercial*. Año II, Número 28. Táriba, 15 de febrero de 1895.

“Guayana”. *Boletín Comercial*. Año II, Número 45. Táriba, 28 de noviembre de 1895.

“Guayana”. *Boletín Comercial*. Año II, Número 47. Táriba, 24 de diciembre de 1895.

“Guayana. A los venezolanos y á la prensa de la República”. *El Cisne*. Año I, Número 22. La Grita, 25 de diciembre de 1895.

- “Guayana”. *Boletín Comercial*. Año III, Número 50. Táriba, 22 de febrero de 1896.
- “Guayana”. *El Republicano*. Año I, Número 1. San Cristóbal, 18 de abril de 1896.
- “Guayana”. *El Tiempo*. Año II, Número 33. Rubio, 23 de julio de 1896.
- “Guayana”. *Boletín Comercial*. Año III, Número 76. Táriba, 7 de noviembre de 1896
- “Guerra a muerte”. *El Tiempo*. Año I, Número 3. Rubio, 22 de junio de 1895.
- “Guerra mercantil”. *Boletín Comercial*. Año II, Número 38. Táriba, 1 de agosto de 1895.
- “Guerra mercantil a Inglaterra”. *La Limosna*. Año I, Número 6. Rubio, 15 de agosto de 1895.
- “Himno anti-inglés”. *La limosna*. Año I, Número 19. Rubio, 1 de marzo de 1896.
- “Invasión”. *El Tiempo*. Año I, Número 19. Rubio, 23 de noviembre de 1895.
- “Invasión colombiana”. *El Tiempo*. Año I, Número 19. Rubio, 23 de noviembre de 1895.
- Lara, Diego. “Bloqueo de la Guaira”. *El Porvenir*. Año V, Segunda época, Trimestre XVI, Número 181. San Cristóbal, 27 de febrero de 1876.
- Luján, Carlos. “Límites Anglo-Venezolanos”. *La Paz del Táchira*. Año 28, Número 110. San Cristóbal, 12 de agosto de 1890.
- “Llegó la invasión”. *El Tiempo*. Año I, Número 16. Rubio, 21 de septiembre de 1895.
- “Malos entusiasmos”. *El Maracaibo*. Maracaibo. En: *La Limosna*, Año I. Rubio, 1 de marzo de 1896.
- Noguera, J. Gregorio. “Amor patrio”. *El Cisne*. Año I, Número 5. La Grita, 12 de marzo de 1896.
- Núñez, José R. “Telégrafo nacional. – Oficial. –De Carácas á Maracaibo. –El 21 de Diciembre de 1895. –Las 11 h. a. m. En: *El Tiempo*. Año I, Número 24. Rubio, 6 de enero de 1896.
- Parbulo. “Himno Patriótico”. *El Cisne*. Año I, Número 3. La Grita, 15 de enero de 1896.
- “Patriotismo”. *El Tiempo*. Año I, Número 22. Rubio, 21 de diciembre de 1895.
- “Patriotismo ejemplar”. *El Táchira* de San Cristobal. En: *La Limosna*. Año I. Rubio, 1 de marzo de 1896.
- “Plenipotencia”. *Boletín Comercial*. Año II, Número 37. Táriba, 17 de julio de 1895.
- Rojas F., J. “Guerra”. *El Tiempo*. Año I, Número 19. Rubio, 23 de noviembre de 1895.

Romero D., Pablo. "A la altiva juventud venezolana". *El Cisne*. Año I, Número 3. La Grita, 15 de enero de 1896.

"¡Viva la paz!". *La Limosna*. Año I, Número 15, Rubio, 1 de enero de 1896.

Zamora, J. Joaquín. "Guayana es nuestra". *El Tiempo*. Año II, Número 41. Rubio, 26 de diciembre de 1896.

Zamora, J. Joaquín y Carmelo Rojas. "Guayana es nuestra". *El Tiempo*. Año II, Número 40. Rubio, 19 de noviembre de 1896.

b) Boletines y Revistas

Aboaasi El Nimer, Emad. "Publicidad y Guerra Federal (1858-1863)". *Boletín de la Academia Nacional de la Historia*. (Tomo LXXXVII), Caracas, octubre – diciembre de 2004, Número 348, págs. 93-101.

_____. "Sismos de publicidad en Mérida (1894)". *Boletín de la Academia Nacional de la Historia*. (Tomo XCIV), Caracas, enero – marzo de 2011, Número 373, págs. 89-100.

_____. "Publicidad y Elecciones en Venezuela (1897)". *El Desafío de la Historia*, Caracas, Año 5, Revista 38, Número 38.

III) Fuentes Bibliográficas

Aboaasi El Nimer, Emad. *Ideas y Letras durante la Guerra Federal*. Vicerrectorado Administrativo, Universidad de Los Andes, Mérida-Venezuela, 2011.

Briceño Monzillo, José Manuel. *Venezuela y sus fronteras con Colombia*. Universidad de Los Andes, Consejo de Publicaciones, Mérida, 1995.

Cabrera Sifontes, Horacio. *La verdad sobre nuestra Guayana Esequiba*. Monte Ávila Editores, C.A., Caracas, 1988.

Núñez, Enrique Bernardo. *Tres momentos en la controversia de límites de Guayana*. Publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores, Imprenta Nacional, Caracas, 1962.

Salcedo Bastardo, J.L. *Historia Fundamental de Venezuela*. Universidad Central de Venezuela, Ediciones de la Biblioteca, Caracas, 1993.

Silva Beauregard, Paullette. *Una Vasta morada de enmascarados. Poesía, Cultura y Modernización en Venezuela a finales del siglo XIX*. Ediciones La Casa de Bello, Caracas, 1993.

IV) Fuentes de Referencia

González, Hermann y Manuel Alberto Donís Ríos. "Fronteras". *Diccionario de Historia de Venezuela*. Fundación Polar, Caracas, 1997, Tomo II (D-L).

Márquez Rodríguez, Alexis. “Literatura”. *Diccionario de Historia de Venezuela*. Fundación Polar, Caracas, 1997, Tomo II (D-L).

V) Fuentes mimeografiadas

Aboaasi El Nimer, Emad. “Publicidad lunar en Venezuela (1969)”. En imprenta.