



Universidad Nacional de Rosario
Secretaría de Ciencia y Tecnología

**ACREDITACIÓN DE PROYECTOS DE
INVESTIGACIÓN - AÑO 2016**

**FORMULARIO DE PRESENTACIÓN DE NUEVOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN
PARA SU EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DURANTE EL AÑO 2016**

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.1. CÓDIGO DEL PROYECTO

1POL253

1.2. DENOMINACIÓN DEL PROYECTO

NUEVAS VISIBILIDADES EN LA CULTURA DIGITAL: ESFERA PÚBLICA
CONTEMPORÁNEA Y REDES SOCIALES EN INTERNET

1.3. DIRECTOR DEL PROYECTO

Apellido y Nombre: CASTRO ROJAS , Sebastian Ramiro

Tipo y Nro. Doc: DNI 22095820

Domicilio particular: Pasaje Quilmes BIS 48

Domicilio laboral: Riobamba BIS 250 1

Teléfono: 4850760

FAX:

E-mail: srcastrorojas@gmail.com

1.4. RADICACIÓN DEL PROYECTO

Dependencia: FACULTAD DE CA. POLITICA Y RR.II.

Unidad Ejecutora: Centro de Investigaciones en Mediatizaciones

1.5. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Aplicada

1.6. DISCIPLINA, INTERDISCIPLINA Y ESPECIALIDAD

Tipo de Actividad: Disciplinar

DISCIPLINA

Informacion

ESPECIALIDAD

Comunicaciones masivas

1.7. RESUMEN TÉCNICO

Habitamos en sociedades altamente mediatizadas ya no sólo completamente atravesadas por la acción de los medios masivos de comunicación sino, también, por el desarrollo de las redes sociales en Internet (RSI). Estamos inmersos en una cultura digital en la que se gestan nuevos modos de concebir los procesos de socialización gracias al empleo cada vez más frecuente de plataformas digitales ya sea en los procesos de producción, edición y almacenamiento, así como en la circulación, acceso y consumo de los productos culturales. Por otra parte, al reconocer la naturaleza ambiental y constructiva de los medios masivos de comunicación es posible, también, considerar a la mediatización como modalidad nuclear de construcción de la esfera pública.

En dicho contexto, este proyecto se propone contribuir al conocimiento de la manera en que las RSI participan de la configuración de la esfera pública contemporánea procurando, específicamente, comprender de qué modos los discursos sobre lo público que son visibilizados a partir de ser publicados en las RSI adquieren, fuera de las plataformas propuestas por las mismas, visibilidad situada de la co-presencia propia del espacio público tradicional o visibilidad mediática.

1.8. PALABRAS CLAVES

visibilidad cultura digital esfera pública redes sociales mediatización

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

¿El proyecto es continuidad de uno anterior? **No**

2.1. ESTADO ACTUAL DE LOS CONOCIMIENTOS SOBRE EL TEMA

El presente proyecto se desprende de las vías de indagación que ha dejado abiertas el proyecto Redes sociales, medios y esfera pública: transformaciones en los lazos sociales entre la postmassmediatización y la inmediatez (2012-2015). Partimos de suponer que habitamos en sociedades altamente mediatizadas (Verón, 2013) ya no sólo completamente atravesadas por la acción de los medios masivos de comunicación sino, también, por el desarrollo de las redes sociales en Internet (en adelante, RSI). Estamos inmersos en una cultura digital (Becerra, 2012) en la cual el uso de plataformas digitales para potenciar procesos de producción, edición, almacenamiento, distribución o acceso y consumo de cultura, es una incubadora de nuevos modos de concebir los procesos de socialización (p. 72).

Al reconocer la naturaleza ambiental y constructiva de los medios masivos de comunicación es posible, asimismo, considerar a la mediatización como modalidad nuclear de construcción de la esfera pública (Raimondo Anselmino y Bertone, 2013). Tal como lo han advertido Steimberg y Traversa (1997), la mediatización, asociada al bagaje técnico que incluye, desplaza la oposición entre público y privado, la reformula (p. 114), al punto de que, en este marco, los medios serán agentes de las manifestaciones de la dimensión pública de lo privado y, por qué no, también de lo contrario (p. 114). En este contexto, nos proponemos contribuir al conocimiento de la manera en que las RSI participan de la configuración de la esfera pública contemporánea procurando, específicamente, comprender de qué modos los discursos sobre lo público (es decir, aquellos que tienen por objeto temas de interés colectivo) que son visibilizados a partir de ser publicados y puestos en circulación en las RSI (ONTSI, 2011) adquieren, fuera de las plataformas propuestas por las mismas, alguno de los dos tipos de visibilidad reconocidos por Thompson (2011): ya sea la visibilidad situada de la co-presencia propia del espacio público tradicional o la visibilidad mediática que posibilitan los medios masivos de comunicación. Específicamente, nos proponemos estudiar Facebook y Twitter porque que son dos de las RSI que, según Sinca (2013), tienen mayor cantidad de cuentas activas en la Argentina.

Sin ánimos de pretender realizar aquí una exposición exhaustiva del estado de la cuestión —aunque, por cierto, una nutrida recopilación de las pioneras investigaciones afines puede verse en Zhang y Leung (2015)—, podemos sí afirmar que la proliferación de fenómenos sociales tales como la denominada primavera árabe, el 15M español, el movimiento de Occupy Wall St. y, más cercanamente en lo geográfico y lo temporal, el movimiento de los estudiantes chilenos, y las diversas manifestaciones generadas alrededor del #yosoy132 en México o del #NiUnaMenos en varias

ciudades latinoamericanas, ha dado lugar a un conjunto considerable de estudios, realizados desde diferentes perspectivas teóricas y metodológicas, que nos sirven de antecedente. Por un lado, están aquellos que abordan la relación entre protestas sociales y RSI —entre otros, véase Anduiza, Cristancho y Sabucedo (2014), Breuer (2012), Bryne (2011), Burch y León (2014), Castells (2012), Eltantawi y Wiest (2011), Ghonim (2012), Harvey et al. (2012), Kiss y Rosa-García (2011) y Sandoval-Almazan y Gil-García (2014)— y, por otro lado, los que examinan la participación política que se vehiculiza a través de las RSI —por ejemplo, Carlón y Fausto Neto (2012), Garrido (2012, 2014), Ross, Fountaine y Comrie (2015), Ward, J. y de Vreese (2011) Castro Rojas (2013, 2014)—. No obstante, la investigación que pretendemos llevar a cabo en el marco de este proyecto se propone estudiar los modos en que tiene lugar una articulación (que es al mismo tiempo un articulación entre regímenes de visibilidad, entre discursos, entre espacios) que hasta el momento no ha sido, tal como la presentamos aquí, analizada.

Para poder abordar el problema de investigación planteado es necesario revisar y renovar la categoría esfera pública, inicialmente propuesta por Habermas (1989) para el estudio de aquel “dominio de nuestra vida social en el que algo así como la opinión pública puede conformarse” (p. 1). Ello implica recuperar no sólo la originaria tesis de Habermas (1999), sino también las principales lecturas críticas de su pensamiento que han realizado diferentes autores desde la década del 60 del siglo XX hasta la actualidad; entre otros, planteos como los propuestos por Dahlgren (2008; 2013), Downey (2014), Fraser (1992), Keane (1997), Mehl (1997), Negt (2007) y Thompson (1996; 1998; 2011).

Con respecto a la cuestión de la visibilidad de aquello que constituye lo público, nodal en este proyecto, vale advertir que, como bien señalan Steimberg y Traversa (1997) en ocasión de su estudio sobre las figuraciones del cuerpo en los medios, dicha visibilidad es siempre construida a partir de procesos discursivos. Como nos recuerda Thompson (2011), tanto en los originarios planteos de Arendt (2008) como en los de Habermas (1999) ya estaba presente el reconocimiento del lugar esencial otorgado al lenguaje y al discurso como elementos constitutivos de la esfera pública. En este sentido, en Raimondo Anselmino, Reviglio y Diviani (2014) se propone que las RSI han inaugurado un espacio de exposición y circulación de los discursos individuales —ya sea que refieran a la vida privada como a la pública— que no pareciera tener parangón. Ya lo decía Verón (2012): Internet es un gigantesco dispositivo que transforma las condiciones de acceso a los discursos y que “comporta [también] una mutación en las condiciones de acceso a los actores individuales (p. 14). En un texto que tiene ya casi diez años (es decir, de cuando las RSI aún no existían) Rusconi (2006) afirmaba —siguiendo el pensamiento de Caletti (1999)— que los regímenes de visibilidad en relación con la constitución de la esfera pública (así como la definición del bien común y las posibilidades de autopresentación) son históricas y varían de una época a otra (...) [y que] la articulación entre estos elementos está dada en cada momento por una tecnología particular que marca una gramaticalidad específica y un modo característico de sociabilidad (p. 206). No es de extrañar que luego proponga: Así, por ejemplo, en la sociedad burguesa este rol lo cumplió la prensa, en la sociedad de masas la radiodifusión y hoy, en la sociedad mediatizada, el espacio público se organiza en torno a la televisión (Rusconi, 2006: 206). Nueve años después, nos preguntamos: ¿qué sucede, ahora, en el marco de sociedades altamente mediatizadas y atravesadas por el desarrollo de las RSI cuyo funcionamiento está marcado por el crecimiento de un ambiente cultural (una cultura digital) que, como explica Becerra (2012), propone nuevas formas de concebir los procesos de socialización? Considérese, por otra parte, que antes del desarrollo de Internet, la publicidad de las opiniones individuales sobre lo público se hacían visibles de dos maneras: o eran expuestas en un espacio público tradicional —como una asamblea o la calle, es decir, mediante lo que Thompson (2011) denomina como visibilidad situada de la co-presencia (p. 22)— o, bien, trascendían a partir de su publicación en un medio masivo de comunicación —es decir, siendo parte de su agenda, a partir de su visibilidad mediática (Thompson, 2011: 23). Con Internet, surgen algunos otros espacios como el dispuesto por los foros o blogs, aunque es recién con la aparición de RSI como Facebook o Twitter que se inaugura un espacio de puesta en circulación sin precedente hasta entonces. La opinión individual emerge allí sin mediación directa de esas dos instancias previas que se mencionaron anteriormente para, luego, sí poder ser recuperada y resignificada por los medios o por las manifestaciones que tienen lugar en el espacio público urbano. Restaría conocer, entonces, de qué modo se produce dicha articulación y cómo esta nueva habilitación propiciada por las RSI modifica la

fisonomía de lo público.

A su vez, para ello es necesario diferenciar, en el conjunto de los discursos que se hacen visibles (es decir, que se publican) en las RSI, entre aquellos que pertenecen a la esfera de lo público y los que se circunscriben a los ámbitos de la vida privada o íntima porque, como se sostiene en Raimondo Anselmino, Reviglio y Diviani (2014) no todo lo publicado construye esfera pública (p. 216). Y es aquí donde, consideramos, adquiere centralidad la articulación que este proyecto procurará estudiar: se propone que las opiniones individuales puestas en circulación a través de las RSI construyen esfera pública sólo si logran cristalizarse en la constitución de un público que adquiera alguna de las dos visibilidades trabajadas por Thompson (2011) mencionadas con anterioridad (visibilidad situada de la co-presencia o visibilidad mediática). Y esto entra en sintonía, también, con la siguiente afirmación de Rusconi (2006): Cuando un grupo social participa de una deliberación o manifestación respecto de temas de interés colectivo, esta expresión no participa del espacio público si sólo los participantes constituyen el público, es decir que requiere que esa manifestación parcial de la opinión se difunda a un público más amplio (p. 206). En este punto, agregamos, amerita retomarse la perspectiva de Bourdieu (1996) sobre la opinión pública. El autor distingue, dentro de la opinión pública, entre aquellas opiniones que responden a públicos “movilizados en torno a un sistema de intereses explícitamente formulado” (p. 146) y las disposiciones o tendencias que no logran transformarse en un discurso coherente, que no son capaces de movilizar otras opiniones, ni de convertirse, en sentido estricto, en una fuerza de opinión.

Se plantea aquí, por lo tanto, una determinada manera de considerar la relación entre esfera pública o espacio público y práctica política, aspecto respecto del cual acordamos con lo expresado por Grillo (2006): Identificamos a una práctica como política cuando devela o pone al descubierto que, en la distribución de lo dado, el objetivo que le da sentido está ausente o sub-jerarquizado. La base misma de lo político es el disenso con respecto a lo dado, a lo establecido, al consenso existente (p. 190). Así enlazado a la praxis política, el espacio público adquiere la forma de un ámbito en que la sociedad civil se hace visible frente al poder [y que], puede pensarse a partir de ciertas características que han marcado su continuidad más allá de las particularidades históricas (Rusconi, 2006: 205-206). Esas características estarían en conexión con los componentes semánticos que distingue Caletti (1999): el bien común, lo político, la visibilidad y la auto presentación. En síntesis: El espacio público es el lugar donde la sociedad civil puede verse y concebirse como política, como lugar de disputas; el lugar donde puede hablar de los asuntos que le interesan y configuran el bien común (Rusconi, 2006: 206).

ACLARACIÓN SOBRE LA BIBLIOGRAFÍA REFERIDA:

En la Bibliografía sólo se han podido listar (de modo resumido) las principales referencias bibliográficas aquí glosadas, debido a la escasa cantidad de caracteres que se dispone en dicho apartado.

2.2.OBJETIVOS DEL PROYECTO (contribución al avance del conocimiento científico y tecnológico)

Objetivo General:

Analizar los modos en que los discursos sobre lo público visibilizados al ser publicados en Facebook o en Twitter adquieren visibilidad situada de la co-presencia o mediática por fuera de las plataformas de dichas RSI.

Objetivos Específicos:

- Identificar y describir discursos sobre lo público visibilizados originalmente en Facebook o en Twitter.
- Reconocer si los discursos antes identificados han adquirido, por fuera de las plataformas de las RSI, visibilidad situada de la co-presencia y/o visibilidad mediática.
- Distinguir cómo se articulan la visibilidad que los discursos mencionados presentan en las plataformas de Facebook y/o de Twitter con las otras dos visibilidades estudiadas.

2.3. METODOLOGÍA

Se diseñará un abordaje metodológico múltiple que comprenderá tanto momentos crítico-interpretativos como, así también, momentos analíticos en los que se estudiarán casos concretos que resulten significativos para el análisis (compuestos por discursos visibilizados originalmente en

Facebook y/o en Twitter) que se delimitarán en la fase inicial del proyecto.

En primera instancia, se realizará una exploración exhaustiva del estado de la cuestión y la construcción definitiva del marco teórico en pos de determinar las categorías analíticas a emplear en el análisis.

En segunda instancia, se seleccionarán los casos de estudio y se construirá el corpus de análisis definitivo que comprenderá tanto los discursos publicados originalmente a través de las RSI como las repercusiones que los mismos han tenido, por fuera de las plataformas de dichas redes, tanto en los medios masivos de referencia dominante como en el espacio público más tradicional.

Por último, vale aclarar que para el abordaje de los casos se emplearán herramientas digitales acordes al proceso emergente que Berry (2011) denomina como giro computacional en el marco del campo de las Humanidades Digitales. Dicho giro contiene en su seno el impacto proveniente de la producción de conocimiento streaming (gran cantidad de datos no estructurados) que serán objeto/s de investigación en este proyecto y para los cuáles podrán ser empleadas aquellas aplicaciones pertinentes para su identificación, recuperación, análisis y visualización.

2.4. INFRAESTRUCTURA DISPONIBLE EN LA UNIDAD EJECUTORA

Este proyecto de investigación contará con la infraestructura disponible por la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario, en especial con aquella suministrada por el Centro de Investigaciones en Mediatizaciones que se enmarca en el Instituto de Investigaciones de la mencionada Facultad: sala de reuniones, biblioteca, computadoras de escritorio, notebooks, impresora, grabador digital y otros insumos informáticos. Asimismo, los investigadores dedicarán el cobro de sus respectivos incentivos a la investigación para solventar los gastos que deriven de la compra de material bibliográfico, así como de aquellas erogaciones correspondientes a la asistencia a congresos u otras actividades académicas del mismo tenor.

2.5. BIBLIOGRAFIA

ARENDDT (2008) La condición humana. Barcelona: Paidós.

BECERRA (2012) Redes y medios (...). En AAVV En la ruta digital(...) Bs As: Sec de Cultura de la Nación.

BERRY (2011) The philosophy of software (...). London: Palgrave Macmillan.

BOURDIEU (1996) La opinión pública no existe. Voces y Cultura, 10.

BREUER (2012) The Role of Social Media in Mobilizing Political Protest (...). Discussion paper, 10.

BRYNE (2011) The Occupy Handbook. NY: Back Bay Bokss.

CALETTI (1999) Repensar el espacio público. Seminario Internacional Tendencias y retos de la investigación en comunicación en América Latina. Lima: FELAFACS-PUC.

CARLON y FAUSTO NETO (2012) Las políticas de los internautas (...). Bs As: La Crujía.

CASTELLS (2012) Redes de indignación y esperanza (...). Madrid: Alianza.

CASTRO ROJAS (2013) Redes y viralidad del twitter en la política. Rosario: Laborde.

CASTRO ROJAS (2014) Los microrelatos en Twitter (...). En IRIGARAY y LOBATO Hacia la comunicación transmedia. Rosario: UNR.

DAHLGREN (2008) El espacio público y los medios (...) En VEYRAT-MASSON y DAYAN Espacios públicos en imágenes. Barcelona: Gedisa.

DAHLGREN (2013) The political web (...). Basingstoke: Palgrave Macmillan.

DOWNEY (2014) Flux and the public sphere. Media Culture Society, 36(3).

GALLINA RUSSEL (2011) ¿Qué son las humanidades digitales?. Revista Digital Universitaria. 12,7. UNAM.

GARRIDO (2012) Ciberparticipación en Buenos Aires (...) IRIE, 18.

GARRIDO (2014) Medios sociales para fines políticos (...). Tesis inédita de maestría UBA.

GHONIM (2012) Revolution 2.0 (...) Boston: Houghton Mifflin Harcourt.

GRILLO (2006) La participación del público en los medios o la política en el mercado. En GRILLO,

RIZZO y BERTI Con los medios de por medios. Río Cuarto: UNRC.

HABERMAS (1989) The Public Sphere. En SEIDMAN J. Habermas on Society and Politics (...) Boston: Beacon.

HABERMAS (1999) Historia y crítica de la opinión pública (...) Barcelona: Gili.

HARVEY et al (2012) Occupy (...) São Paulo: Bointempo.

KEANE (1997) Transformaciones estructurales de la esfera pública. Estudios Sociológicos, 43.

KISS y Rosa-García (2011) Why do Facebook and Twitter facilitate revolutions more than TV and radio?. Munich Personal RePEc Archive, 33496.

MEHL. (1997) La vida pública privada. En VEYRAT-MASSON y DAYAN Espacios públicos en imágenes. Barcelona: Gedisa.

NEGT (2007) L'espace public oppositionnel. Paris: Payot.

ONTSI (2011) Las redes sociales en Internet. España.

RAIMONDO ANSELMINO y BERTONE (2013) Press and social networking services in the Internet (...), en Brazilian Journalism Research, 9,2.

RAIMONDO ANSELMINO, REVIGLIO y DIVIANI (2014) Preguntas para una aproximación crítica a la categoría esfera pública en tiempos de Facebook. En FAUSTO NETO, RAIMONDO ANSELMINO y GINDIN (eds) Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones. Rosario: UNR.

ROSS, FOUNTAINE y COMRIE (2015) Facing up to Facebook (...). Media, Culture & Society, 37(2).

RUSCONI (2006) Espacio público mediático, comunidad y ciudadanía. En GRILLO, RIZZO y BERTI Con los medios de por medios. Río Cuarto: UNRC.

SANDOVAL-ALMAZAN y GIL-GARCIA (2014) Towards cyberactivism 2.0? (...) Government Information Quarterly, 31(3).

STEIMBERG y TRAVERSSA (1997) De lo privado a lo público (...)Estilo de época y comunicación mediática. Tomo I. Bs As: Atuel.

THOMPSON (1996) La teoría de la esfera pública. Voces y Cultura, 10.

THOMPSON (1998) La transformación de la visibilidad (...) Barcelona: Paidós.

THOMPSON (2011) Los límites cambiantes de la vida pública y privada. Comunicación y Sociedad, NE, 15.

VERÓN (2012) Prólogo. En CARLÓN y FAUSTO NETO Las políticas de los internautas (...) Bs As: La Crujía.

VERÓN (2013) La semiosis social, 2 (...) Bs As: Paidós.

WARD y de VREESE (2011) Political consumerism, young citizens and the Internet. Media Culture & Society, 33(3).

ZHANG y LEUNG (2015) A review of social networking service (SNS) research in communication journals from 2006 to 2011. New Media & Society, 17(7).

3. IMPACTO DEL PROYECTO

3.1. CONTRIBUCIÓN A LA FORMACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

El proyecto cuenta con un total de siete recursos humanos en formación: Mariana Busso e Irene Gindin, dos becarias de posgrado del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet) que se encuentran realizando el Doctorado en Comunicación Social de la UNR; Natalia Coiutti y Virginia Burssa, dos auxiliares de investigación graduadas, la primera de ellas Licenciada en Comunicación Social y la segunda Licenciada en Relaciones Internacionales; y, finalmente, Alejandro Sambrana, Daniela Sánchez y Karen Roberts, tres auxiliares de investigación no graduados, los dos primeros estudiantes avanzados de la Licenciatura en Comunicación Social y la última, una estudiante avanzada de la Licenciatura en Estadística.

Vale destacar que, con excepción de las dos becarias (Mariana Busso e Irene Gindin) y de la estudiante de la Lic. en Estadística (Karen Roberts), la mayoría de los recursos humanos en formación han participado activamente de la investigación Redes sociales, medios y esfera pública: transformaciones en los lazos sociales entre la postmassmediatización y la inmediatez, directo antecedente de este proyecto.

3.2. CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL

Este proyecto apunta a construir un tipo de conocimiento pasible de ser apropiado por las distintas agencias e instituciones tanto públicas como de la sociedad civil, para coadyuvar al mejoramiento de la calidad de su intervención en el marco de la esfera pública contemporánea.

3.3. PERSPECTIVAS DE TRANSFERENCIA DE RESULTADOS

Los resultados del proyecto proveerán información crítica significativa acerca de los modos en que los

discursos expuestos en las redes sociales en Internet adquieren (o se articulan con), por fuera de dichas plataformas, ya sea visibilidad situada de la co-presencia o visibilidad mediática. Este tipo de conocimiento podrá ser recuperado por distintas agencias sociales, públicas y privadas, en relación con el diseño de estrategias concretas de gestión de la comunicación pública en diferentes ámbitos, como el político, el comunitario, el cultural, el propiamente mediático, entre otros. Por otra parte, creemos necesario destacar aquí los considerables antecedentes en materia de extensión, transferencia y vinculación tecnológica que poseen tanto el director como las co-directoras de este proyecto.

4. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

Duración del Proyecto: **Bienal**

TAREA	DURACIÓN (meses)	INICIO (fecha estimada)	FINALIZACIÓN (fecha estimada)
1. Ajuste del proyecto y estudio exhaustivo del “estado de la cuestión”	4	01/01/2016	30/04/2016
2. Actualización bibliográfica para la construcción definitiva del marco	3	01/05/2016	31/07/2016
3. Selección de los casos de estudio y construcción del corpus de análisis	2	01/08/2016	30/09/2016
4. Elaboración de comunicaciones con avances parciales en congresos y rev	6	01/09/2016	28/02/2017
5. Exploración, procesamiento y sistematización de la información recopil	3	01/10/2016	31/12/2016
6. Análisis del corpus	8	01/01/2017	31/08/2017
7. Redacción del informe final de proyecto	4	01/09/2017	31/12/2017
8. Elaboración de comunicaciones con resultados finales en congresos y re	4	01/09/2017	31/12/2017

5. FINANCIAMIENTO

5.1. FINANCIAMIENTO OTORGADO

RUBRO	INSTITUCION	1º AÑO (en \$)	2º AÑO (en \$)	TOTAL
Hs. dedicadas al proyecto en \$	UNR	153.070	153.070	306.140
Hs. dedicadas al proyecto en \$	CONICET	52.000	52.000	104.000

5.2. FINANCIAMIENTO SOLICITADO

RUBRO	INSTITUCION	1º AÑO (en \$)	2º AÑO (en \$)	TOTAL
Material de consumo	Otras fuentes oficiales	400	400	800
Viajes (pasajes y viáticos)	Otras fuentes oficiales	1.500	1.500	3.000
Equipamientos	Otras fuentes oficiales	1.000	1.000	2.000
Bibliografía y documentación	Otras fuentes oficiales	1.000	1.000	2.000

6. RECURSOS HUMANOS

6.1. INTEGRACIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO

APELLIDO Y NOMBRE: CASTRO ROJAS Sebastian Ramiro
TIPO Y N° DE DOCUMENTO: DNI - 22095820
HS. SEMANALES DEDICADAS AL PROY.: 7
FUNCIÓN DENTRO DEL PROYECTO: Director
CARGO DOCENTE: Prof. Adjunto
DEDICACIÓN: Exclusiva
CARGO CIUNR: Sin Categoría
CARGO CONICET: Sin descripción
CATEGORIA FIRME EN EL PROG. DE INCENTIVOS: III
CATEGORÍA EN TRÁMITE EN EL PROG. DE INCENTIVOS: II pend. de evaluación
UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

FIRMA:

APELLIDO Y NOMBRE: Diviani Ricardo José
TIPO Y N° DE DOCUMENTO: DNI - 17413189
HS. SEMANALES DEDICADAS AL PROY.: 10
FUNCIÓN DENTRO DEL PROYECTO: Integrante
MÁXIMO TÍTULO ACADÉMICO ALCANZADO: Doctor en Comunicación Social
CARGO DOCENTE: Jefe Trab. Prácticos
DEDICACIÓN: Exclusiva
CARGO CIUNR: Sin Categoría
CARGO CONICET: Sin descripción
CATEGORÍA FIRME EN EL PROG. DE INCENTIVOS: IV
CATEGORÍA EN TRÁMITE EN EL PROG. DE INCENTIVOS: II pend. de evaluación
UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

FIRMA:

APELLIDO Y NOMBRE: Brussa Ballaris Virginia Susana
TIPO Y N° DE DOCUMENTO: DNI - 24556509

HS. SEMANALES DEDICADAS AL PROY.: 5
FUNCIÓN DENTRO DEL PROYECTO: Auxiliar
MÁXIMO TÍTULO ACADÉMICO ALCANZADO:
CARGO DOCENTE: Otro cargo Adscripta
DEDICACIÓN: Simple
CARGO CIUNR: Sin Categoría
CARGO CONICET: Sin descripción
CATEGORÍA FIRME EN EL PROG. DE INCENTIVOS: Sin descripción
CATEGORÍA EN TRÁMITE EN EL PROG. DE INCENTIVOS: II pend. de evaluación
UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

FIRMA:

APELLIDO Y NOMBRE: Reviglio María Cecilia
TIPO Y N° DE DOCUMENTO: DNI - 25707297
HS. SEMANALES DEDICADAS AL PROY.: 10
FUNCIÓN DENTRO DEL PROYECTO: Codirector
MÁXIMO TÍTULO ACADÉMICO ALCANZADO: Doctora en Comunicación Social
CARGO DOCENTE: Prof. Adjunto
DEDICACIÓN: Simple
CARGO CIUNR: Sin Categoría
CARGO CONICET: Sin descripción
CATEGORÍA FIRME EN EL PROG. DE INCENTIVOS: IV
CATEGORÍA EN TRÁMITE EN EL PROG. DE INCENTIVOS: II pend. de evaluación
UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

FIRMA:

APELLIDO Y NOMBRE: Raimondo Anselmino Natalia
TIPO Y N° DE DOCUMENTO: DNI - 26835219
HS. SEMANALES DEDICADAS AL PROY.: 10
FUNCIÓN DENTRO DEL PROYECTO: Codirector
MÁXIMO TÍTULO ACADÉMICO ALCANZADO: Doctora en Comunicación Social
CARGO DOCENTE: Jefe Trab. Prácticos
DEDICACIÓN: Simple
CARGO CIUNR: Sin Categoría
CARGO CONICET: Asistente

**CATEGORÍA FIRME EN EL
PROG. DE INCENTIVOS:** V
**CATEGORÍA EN TRÁMITE EN EL
PROG. DE INCENTIVOS:** Il pend. de evaluación
UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

FIRMA:

APELLIDO Y NOMBRE: Busso Mariana Patricia
TIPO Y N° DE DOCUMENTO: DNI - 28392444
**HS. SEMANALES
DEDICADAS AL PROY.:** 5
**FUNCIÓN DENTRO
DEL PROYECTO:** Becario
**MÁXIMO TÍTULO
ACADÉMICO ALCANZADO:** Maestría
CARGO DOCENTE: Otro cargo Adscripta
DEDICACIÓN: Simple
CARGO CIUNR: Sin Categoría
CARGO CONICET: Sin descripción
**CATEGORÍA FIRME EN EL
PROG. DE INCENTIVOS:** Sin descripción
**CATEGORÍA EN TRÁMITE EN EL
PROG. DE INCENTIVOS:** Il pend. de evaluación
UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

FIRMA:

APELLIDO Y NOMBRE: Coiutti Natalia
TIPO Y N° DE DOCUMENTO: DNI - 30102060
**HS. SEMANALES
DEDICADAS AL PROY.:** 5
**FUNCIÓN DENTRO
DEL PROYECTO:** Auxiliar
**MÁXIMO TÍTULO
ACADÉMICO ALCANZADO:** Universitario
CARGO DOCENTE: Otro cargo Graduada
DEDICACIÓN: Simple
CARGO CIUNR: Sin Categoría
CARGO CONICET: Sin descripción
**CATEGORÍA FIRME EN EL
PROG. DE INCENTIVOS:** Sin descripción
**CATEGORÍA EN TRÁMITE EN EL
PROG. DE INCENTIVOS:** Il pend. de evaluación
UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

FIRMA:

APELLIDO Y NOMBRE: Gindin Irene Lis
TIPO Y N° DE DOCUMENTO: DNI - 32345129

HS. SEMANALES DEDICADAS AL PROY.: 5
FUNCIÓN DENTRO DEL PROYECTO: Becario
MÁXIMO TÍTULO ACADÉMICO ALCANZADO: Licenciada en Comunicación Social
CARGO DOCENTE: Otro cargo Adscripta
DEDICACIÓN: Simple
CARGO CIUNR: Sin Categoría
CARGO CONICET: Sin descripción
CATEGORÍA FIRME EN EL PROG. DE INCENTIVOS: Sin descripción
CATEGORÍA EN TRÁMITE EN EL PROG. DE INCENTIVOS: II pend. de evaluación
UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

FIRMA:

APELLIDO Y NOMBRE: Sánchez Daniela Karina
TIPO Y N° DE DOCUMENTO: DNI - 34109189
HS. SEMANALES DEDICADAS AL PROY.: 5
FUNCIÓN DENTRO DEL PROYECTO: Auxiliar
MÁXIMO TÍTULO ACADÉMICO ALCANZADO: secundario
CARGO DOCENTE: Ayudante de Segunda
DEDICACIÓN: Simple
CARGO CIUNR: Sin Categoría
CARGO CONICET: Sin descripción
CATEGORÍA FIRME EN EL PROG. DE INCENTIVOS: Sin descripción
CATEGORÍA EN TRÁMITE EN EL PROG. DE INCENTIVOS: II pend. de evaluación
UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

FIRMA:

APELLIDO Y NOMBRE: Roberts Karen Natalí
TIPO Y N° DE DOCUMENTO: DNI - 36009312
HS. SEMANALES DEDICADAS AL PROY.: 5
FUNCIÓN DENTRO DEL PROYECTO: Auxiliar
MÁXIMO TÍTULO ACADÉMICO ALCANZADO: Secundaria
CARGO DOCENTE: Otro cargo Ayudante alumna
DEDICACIÓN: Simple
CARGO CIUNR: Sin Categoría
CARGO CONICET: Sin descripción

**CATEGORÍA FIRME EN EL
PROG. DE INCENTIVOS:** Sin descripción
**CATEGORÍA EN TRÁMITE EN EL
PROG. DE INCENTIVOS:** Il pend. de evaluación
UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

FIRMA:

APELLIDO Y NOMBRE: Sambrana Alejandro Matías
TIPO Y N° DE DOCUMENTO: DNI - 36507976
**HS. SEMANALES
DEDICADAS AL PROY.:** 5
**FUNCIÓN DENTRO
DEL PROYECTO:** Auxiliar
**MÁXIMO TÍTULO
ACADÉMICO ALCANZADO:** Bachiller Universitario en Comunicación Social
CARGO DOCENTE: Ayudante de Segunda
DEDICACIÓN: Simple
CARGO CIUNR: Sin Categoría
CARGO CONICET: Sin descripción
**CATEGORÍA FIRME EN EL
PROG. DE INCENTIVOS:** Sin descripción
**CATEGORÍA EN TRÁMITE EN EL
PROG. DE INCENTIVOS:** Il pend. de evaluación
UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

FIRMA:

7. AVAL INSTITUCIONAL

Aval de la Unidad Académica donde se propone radicar el Proyecto e informando la viabilidad del mismo aunque no tenga financiamiento específico, firmado por las autoridades de la misma:

Firma:

Aclaración:

Cargo:

8. DECLARACIÓN JURADA DEL DIRECTOR DEL PROYECTO

En mi carácter de Director del presente Proyecto, me responsabilizo por la exactitud de la información contenida en el formulario, acepto la revisión ética y autorizo la utilización de los datos contenidos en este formulario:

Firma:

Aclaración:

9. CURRICULUMS

Adjuntar a la presente, curriculums del Director y Codirector (Max. 10.000 caracteres) y de los integrantes (Max. 3.000 caracteres)