

## 1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

### 1.1. CÓDIGO DEL PROYECTO - 1POL99

### 1.2. DENOMINACIÓN DEL PROYECTO

INTERFACES EN PANTALLAS: MAPAS Y TERRITORIOS (CELULARES, PC Y TV)

### 1.3. DIRECTOR DEL PROYECTO

**Apellido y Nombre:** Valdetaro , Sandra

**Tipo y Nro. Doc:** DNI 14551480

**Domicilio particular:** Salta 2046 - 8

**Domicilio laboral:** Riobamba y Berutti - Monoblock 1 2

**Teléfono:** 4213071

**E-mail:** [sandra@fcpolit.unr.edu.ar](mailto:sandra@fcpolit.unr.edu.ar)

### 1.4. RADICACIÓN DEL PROYECTO

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

**Unidad Ejecutora:** Departamento de Ciencias de la Comunicación

### 1.5. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Aplicada

### 1.6. DISCIPLINA, INTERDISCIPLINA Y ESPECIALIDAD

Tipo de Actividad: Interdisciplinar

#### DISCIPLINA

Filosofía

Información

Información

#### ESPECIALIDAD

Otras

Comunicaciones masivas

Otras

### 1.7. RESUMEN TÉCNICO

El presente proyecto se plantea el análisis del funcionamiento semiótico de las pantallas en el estadio actual de la mediatización en relación con la construcción de imaginarios, representaciones y lazos sociales. Se partirá de una caracterización, mediante la articulación de perspectivas filosófico-políticas y sociológicas, del estado actual del proceso de mediatización, y se focalizará, en tal contexto, la especificidad del funcionamiento semiótico de las pantallas. Se construirá un mapa de producción y consumo de distintos tipos de productos en soporte pantalla, y se elaborarán, en base a ello, indicadores y matrices de datos específicos. También se analizarán las modalidades estilísticas, retóricas y

enunciativas de la puesta en pantalla, y se explorarán distintas modalidades de consumos y procesos de reconocimiento ligados a prácticas y usos de diversas interfaces en pantallas. A partir de todo ello, se espera producir hipótesis en relación con la construcción de imaginarios, representaciones y lazos sociales en la actualidad.

## **1.8. PALABRAS CLAVES**

mediatización pantallas interfaces vínculos imaginarios

## **2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

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

### **2.1. ESTADO ACTUAL DE LOS CONOCIMIENTOS SOBRE EL TEMA**

El proyecto que a continuación se presenta parte de la consideración de la especificidad semiótica de las pantallas en el contexto actual del proceso de mediatización. El marco general en que se sitúa el análisis corresponde a una caracterización general de los mecanismos de generación del sentido en la actualidad, esto es, en un periodo particular de la modernidad, el "actual", que es considerado desde diversos puntos de vista por distintos autores. Ya se lo nombre como "posmodernidad", "tardomodernidad", "sobremodernidad", "modernidad líquida", etc, la referencia es al periodo histórico que, luego de la caída del Muro de Berlín, inicia una nueva era marcada, en términos generales, por cambios en los procesos productivos a nivel global, por nuevas formas del ejercicio político y por modificaciones profundas en la constitución del lazo público. En dicho marco, se parte de la hipótesis de que uno de los aspectos ineludibles a la hora de la caracterización de dicho estadio del proceso de modernización tiene que ver con la creciente complejización de la mediatización. Abordar los fenómenos mediáticos actuales supone, en principio, especificar las peculiaridades del actual momento del proceso de mediatización y ubicarlos en una secuencia histórica de larga data que tuvo en la escritura, hace unos 5 mil años, la primera manifestación de la magnitud de las modificaciones producidas por una, desde entonces, ininterrumpida exteriorización de los procesos cognitivos. En los últimos 50 años de esa historia puede detectarse una creciente asimetría entre las gramáticas de producción y de reconocimiento que, luego de un dilatado periodo de convergencia entre oferta y demanda asentado en la consolidación de la televisión histórica cuyos antecedentes se remontan a la segunda posguerra, ya durante los 70 y a mediados de los 80 del siglo xx mostraba síntomas de divergencia produciendo, en el campo de los estudios comunicacionales, un "reception turn". La multiplicación de señales, el desarrollo de soportes tecnológicos cada vez más personalizados, el mercado de los dispositivos y las prácticas a ellos asociadas (control remoto, videocasetera), etc, produjeron "ruidos" entre producción y consumo y posicionaron el lugar del receptor como un ámbito de paulatina libertad (libertad de grabar con la videocasetera interrumpiendo de este modo las consecuencias que en la vida cotidiana producían las grillas de programación; libertad de elección de programas mediante la práctica del zapping volviendo indecidible cualquier tipo de política de emisión, de medición de audiencias, y, por tanto, de venta publicitaria de nichos de telespectadores, etc). La evolución de dichos dispositivos hace que el ámbito de la recepción se visualice, actualmente, como progresivamente divergente. Itinerarios de prácticas de consumos mediáticos cada vez más personalizados producen un persistente distanciamiento de las constricciones de la emisión. Por su parte, el perfeccionamiento técnico de los dispositivos icónico-indiciales deriva en soportes que pueden considerarse meta-medios (Internet, celulares) originando un proceso de convergencia tecnológica en el nivel de la producción. Se entiende por convergencia, según el Libro Verde de la Organización de las Naciones Unidas, "la capacidad de diferentes plataformas de red de transportar tipos de servicios esencialmente similares y la aproximación de dispositivos de consumo, como el teléfono, la televisión y la computadora" . Ello implica, tendencialmente, la desaparición de los límites entre los medios de comunicación. Tal convergencia parece depender, actualmente, de la

digitalización. Tres dispositivos diferentes -PC, teléfono móvil y televisión digital- buscan complementarse para lograr la fusión de las pantallas (básicamente la de PC y TV) a través del protocolo de Internet y del sistema de codificación de la televisión digital. La digitalización de la televisión se presenta, entonces, como la vía hacia la convergencia de medios. Detenerse en las consecuencias de dicho fenómeno en todos los órdenes resulta insoslayable. Por ejemplo, la creciente conglomeración de la propiedad de los medios produce, en las rutinas profesionales del periodismo, que el periodista no se especialice sólo en un medio, sino que produzca para todos. Dichos fenómenos, entre otros, son los que interpelan de un modo agudo a los estudios de Economía y Política de Medios y a la Sociología de las Profesiones.

De este modo, la asimetría que siempre caracterizó al proceso productivo de la semiosis – las distintas lógicas entre producción y reconocimiento- se torna radical: convergencia en producción; divergencia en recepción. Suele entenderse que la programación la hace hoy el consumidor, produciendo un deslizamiento en el diseño de las grillas de los productores a los consumidores. Por lo tanto, se hace indispensable analizar las distintas trayectorias de prácticas de consumos de medios ya que los estudios en producción no serán capaces, hoy, sólo por sí mismos, de indicar suficientemente las modalidades en que la sociedad produce semiosis. Aunque la presencia de dichas tendencias parecen constatables a nivel global, sostenemos, sin embargo, que se encuentran interceptadas, en el contexto local de la mediatización, por una serie de rituales ligados a la práctica de ver televisión. Hasta qué punto, en nuestro contexto, el espectador sigue estando prisionero de las grillas es un tema a investigar, pero también el dato de si, por ejemplo, las modificaciones en los horarios de la televisión abierta no es producto de la lectura en caliente de las mediciones de rating, con lo cual las fluctuaciones en el campo de la recepción se posicionarían como marcadores de programación. Sostenemos, en principio, y de manera provisional, que se produce en nuestro contexto una coexistencia de ambos fenómenos (convergencia y divergencia) y, en su caso, de varias televisiones, y creemos que sigue siendo, aun, la televisión, la esfera privilegiada de la mediatización: a más disgregación social, más ritual televisivo. También la prensa en soporte papel sufre, en tal contexto, profundas modificaciones. En tal sentido, a los aportes ya realizados en investigaciones previas (cfr. Proyectos “Delimitación de estrategias discursivas específicas en la prensa argentina de circulación diaria” y “Las estrategias discursivas del contacto”, Directora Sandra Valdetaro, Co-Directores: Rubén Biselli y Nora Moscoloni, SECYT-UNR), agregamos nuevos conceptos que, vale aclararlo, circulan por la capilaridad mediática. Tal el caso del concepto de “viewpapers” (diarios visuales) del periodista francés Jean Francois Fogel, quien se dedica al estudio del modo en que Internet modifica los usos periodísticos, publicados por la revista Ñ en su edición Nro 161 del 28/10/2006: “... la lectura en pantalla, aparentemente, ya no se compara con la lectura del libro (que implica la idea del estudio) o del diario (un momento de reflexión ciudadana). La lectura en pantalla, sobre todo en pequeñas pantallas, es algo más lúdico, interpersonal, emocional que involucrarse con ideas de un autor o los problemas de un país. Es una gran evolución, que justifica, quizá, que en Europa se hable ya de ‘viewpapers’, diarios como pantallas (...) Podemos decir que se trata de captar un contenido en lugar de leer un contenido. Nuestra capacidad de selección se agudiza, además, con la amplitud de la oferta ...” (cfr. “La audiencia ha muerto .. Viva la audiencia!!”, en Revista Ñ, N° 161, del sábado 28 de octubre de 2006, Págs. 14 y 15). Según dicho enfoque, el debate actual dentro del ámbito editorial y periodístico, ya no se centraría en la controvertida opción “sábana” o “tabloide”, sino en el pasaje entre newspapers (diarios de noticias) y viewpapers (diarios visuales).

En este nuevo contexto, se torna indispensable indagar las características peculiares que asume el vínculo enunciativo entre el medio y el destinatario: lector/espectador/usuario/navegante; las condiciones actuales de producción de la noticia, ya no concebida como fin sino como el principio alrededor del cual (mediante la participación del lector) surgirá más información; la posible desaparición del concepto de “sección” tal y como se lo conoció hasta la actualidad; la condición de “metadispositivo” que el diario on-line asume, etc. Incluso el diseño de pantallas hoy en día, en el marco de las nuevas tecnologías e Internet, ha implicado la posibilidad de que muchas personas con

discapacidad puedan acceder a la comunicación y a la cultura. Si se logra la accesibilidad plena se trata, para ello el desafío consiste en convertir el riesgo de exclusión en oportunidad de integración a través de pantallas sonantes y parlantes, pantallas con interactividades múltiples y la redacción de normas de estilo relativas al contenido y estructuración de las mismas. Y ello se articula con el diseño de interfaces que permitan que los ciegos puedan leer las pantallas sin necesidad de un intermediario (es decir, que se introduzca un lector de pantalla que mezcle el sistema auditivo con el sistema braille), así como con el hecho de mejorar el acceso de los sordos a las mismas a través de un aumento del contenido visual, de forma que sean más descriptivas, todo lo cual implica cambios estructurales en la concepción de las pantallas y el manejo de códigos de orientación a los diseñadores de las mismas.

El modo de abordaje que proponemos a dicha problemática puede sintetizarse, entonces, en el concepto de "interfaz". La interfaz define el tipo de relación que se establece con el usuario (cfr. Scolari, C., *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*, Barcelona, Gedisa, 2004). La página digital, por ejemplo, se visualiza como un complejo conglomerado de códigos y lenguajes donde se articulan lo cromático, lo sonoro, lo interactivo, lo topológico. La interfaz es un entre-dos, su función de cópula produce el modo del vínculo enunciativo. Detenerse en el análisis de sus diversas modalidades creemos supone la posibilidad de construir hipótesis acerca de las peculiaridades actuales de la semiosis.

Por último, nos parece necesario explicitar que el estudio que acá se propone parte de ciertas indicaciones de la epistemología batesoniana, y plantea una mirada múltiple que puede sintetizarse en la fórmula: "Mapas y Territorios" (cfr. "El mapa no es el territorio, y el nombre no es la cosa nombrada", en Bateson, G., *Espíritu y Naturaleza*, Bs As, Amorrortu, 1997). La posición de mirada que implica una observación en tanto mapa supone la posibilidad de arribar a una descripción general capaz de revelar, sistemáticamente, la fisonomía de la cuadrícula, sus principales arterias, y sus posibles bifurcaciones en términos de caracterización de tendencias. Se trata de lograr una "clasificación" en el sentido en que lo plantea Bateson: "... en todo pensamiento, o percepción, o comunicación de una percepción, hay una transformación, una codificación, entre la cosa sobre la cual se informa, la Ding an sich, y lo que se informa sobre ella. En especial, la relación entre esa cosa misteriosa y el informe sobre ella suele tener la índole de una clasificación, la asignación de una cosa a una clase. Poner un nombre es siempre clasificar, y trazar un mapa es en esencia lo mismo que poner un nombre" (Ibídem, Págs. 40/41). Un simultáneo posicionamiento en tanto territorio -y dado que "siempre habrá, necesariamente, muchísimas situaciones en las que la respuesta no está guiada por la distinción lógica entre el nombre y la cosa nombrada" (Ibídem, Pág. 41)- implicará un intento de inmersión de dicha mirada en la "cosa", esto es, según nuestros propósitos, en la filigrana de los dispositivos, las prácticas y los imaginarios. El abordaje metodológico, por lo tanto, se corresponde con estos supuestos.

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

### **Objetivo General:**

Analizar, articulando distintos niveles de abordaje, el funcionamiento semiótico de las pantallas en el estadio actual de la mediatización en relación con la construcción de imaginarios, representaciones y lazos sociales.

### **Objetivos Específicos:**

- 1) Caracterizar, articulando perspectivas filosófico-políticas y sociológicas, el estado actual del proceso de mediatización, y focalizar, en tal contexto, la especificidad del funcionamiento semiótico de las pantallas.
- 2) Construir un mapa de producción y consumo de distintos tipos de productos en soporte

pantalla mediante el relevamiento de fuentes secundarias, y elaborar, en base a ello, indicadores y matrices de datos específicos.

3) Describir y analizar los niveles topográficos y estilísticos relativos a distintas modalidades de puesta en pantalla en diversos medios.

4) Explorar distintas modalidades de consumos y procesos de reconocimiento ligados a prácticas y usos de diversas interfaces en pantallas, y elaborar hipótesis en relación con la construcción de imaginarios, representaciones y lazos sociales.

## **2.3. METODOLOGÍA**

Los varios niveles analíticos que constituyen los distintos objetos de esta investigación diseñan un tipo de abordaje metodológico necesariamente múltiple: crítico/interpretativo, descriptivo/clasificadorio, cualitativo/exploratorio; que se irá articulando de acuerdo a los presupuestos de la triangulación metodológica.

Los objetos bajo análisis en esta investigación, las "interfaces", refieren, concretamente, a aquellas que se ponen en acción a través de tres tipos específicos de pantallas: las de los teléfonos celulares, las de los televisores y las de la PC, en distintos niveles -"mapa" y "territorio"- de su performance, en un marco temporal delimitado por la "actualidad", considerando como "actual" el periodo comprendido por la investigación: el tiempo de la investigación coincidirá, en consecuencia, con la temporalidad inherente al objeto de estudio articulada a partir de la praxis misma del presente.

En relación con lo dicho, se plantean distintas fases metodológicas, algunas de las cuales se llevarán a cabo en simultaneidad.

### **I. Fase de diagnóstico y contextualización teórica**

Supone un abordaje de tipo crítico/interpretativo tendiente a la construcción del estado de la cuestión, mediante una exhaustiva actualización bibliográfica. Se realizará un relevamiento y análisis de las distintas perspectivas teóricas que, desde el campo de la socioantropología, la filosofía-política y la sociosemiótica, contribuyen a delimitar claves interpretativas sobre el momento actual de la mediatización.

### **II. Fase cartográfica: Mapas**

En esta fase se realizará un relevamiento de información tendiente a producir un tipo de conocimiento descriptivo/clasificadorio mediante el tratamiento de datos de fuentes secundarias. Los datos a relevar son, básicamente, los relativos a variables de producción y consumo de artefactos con pantallas. El propósito es arribar, a partir del procesamiento y análisis de dichos datos, a la construcción de matrices e indicadores propios en función de los objetivos de investigación, teniendo en cuenta, por ejemplo, variables relativas a niveles y modalidades de consumo -como, por ejemplo, el carácter lúdico del contacto- por sectores sociales diferenciados, a estrategias publicitarias de captación de consumidores, etc. Entre otras, las siguientes figurarán entre las fuentes a considerar: Estadísticas oficiales del INDEC y de organismos internacionales; Estudios específicos realizados por consultoras, cámaras, instituciones académicas y de investigación públicas y privadas tales como: IAB (Internet Advertising Bureau) y WIP (World Internet Project); Proyectos y estudios como el informe "Usabilidad de la banca on line chilena" de e-Banking & Usabilidad del Centro de Estudios de la Economía Digital de la CCS; Estándares internacionales del estudio de celulares, etc.

### **III. Fase exploratoria: Territorios**

III.a) Análisis en producción de un corpus de interfaces de Internet, celular y televisión, focalizando en la dimensión estética de la interfaz y con el propósito de indagar las articulaciones entre las dimensiones estilísticas, retóricas y enunciativas de la puesta en pantalla en distintos servicios.

III.b) Análisis de consumos y reconocimientos. Abordaje descriptivo y cualitativo de carácter exploratorio de consumos y procesos de reconocimiento en base a una utilización complementaria de técnicas cuantitativas y cualitativas: observaciones, encuestas y entrevistas en profundidad.

Se entiende por investigación cualitativa, siguiendo a Taylor y Bogdan, aquella “que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” . Asimismo, como línea orientadora general del abordaje de campo se sigue el enfoque de la Grounded Theory , que consiste en que el investigador construye sus propias teorías de la realidad bajo estudio a partir de una perspectiva más compleja del problema. Los procedimientos metodológicos indicados en este enfoque sugieren ciertos criterios que se consideran adecuados para guiar la investigación.

En cuanto al abordaje cuantitativo, se siguen los presupuestos del Análisis Multidimensional de Datos, que habilita un enfoque descriptivo y exploratorio de datos numéricos, textuales y simbólicos.

Con respecto a las técnicas de recolección de la información, se propone una complementación de las mismas en función de un aprovechamiento de las ventajas de los diferentes enfoques tendiendo a minimizar sus inconvenientes.

Para la selección de las entrevistas se construirá una tipología social de los estudiantes de la UNR según los indicadores contenidos en las bases de datos de la Dirección de Estadística de la misma. La tipología construida con técnicas de AMD proveerá los individuos más característicos de cada grupo (parangones), a partir de los cuales se podrán seleccionar sus familias, con integrantes de diversa edad, para realizar las observaciones y las entrevistas en profundidad .

De tal modo, los criterios a partir de los cuales se construirán las muestras tienen que ver con la consideración de las siguientes variables, entre otras: socio-económicas, generacionales, de género, de distintas modalidades de acceso a tecnología, de distintas formas de consumos, de diversas prácticas.

En relación con la delimitación de distintas dimensiones del estudio, se tendrán en cuenta, tanto para las entrevistas como para las observaciones, los siguientes aspectos: los cambios culturales producidos en el ámbito de la familia, el trabajo, la política, los vínculos afectivos, el ocio, etc; las nuevas formas de convivencia pública y privada, y los cambios en los estilos de vida; las motivaciones que guían la elección, adquisición y uso de aparatos y las percepciones e imaginarios a ellos ligados; etc.

El análisis de la información se realizará a partir de categorías provenientes de la sociosemiótica, la filosofía-política y la socio-antropología y, a partir del mismo, se espera producir una serie de hipótesis en relación con las modalidades actuales de construcción de imaginarios, representaciones y lazos sociales. A partir de la identificación de prácticas y consumos tecnológicos específicos se intentarán formular distintas tipologías de consumos culturales y de usuarios que tendrán en cuenta, entre otros, aspectos relativos a las formas de experimentar lo privado y lo público, la seguridad y el control, la socialización, etc, y que demarcarán diversos modos de posicionamiento frente a lo tecnológico (usuarios más o menos concordantes o resistentes, intensos o débiles, pragmáticos o tribales, etc).

## **2.4. INFRAESTRUCTURA DISPONIBLE EN LA UNIDAD EJECUTORA**

La infraestructura disponible es la existente en la Facultad de Ciencia Política y RRH, y en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la misma: computadoras, acceso a Internet, biblioteca, artículos de librería, oficinas, etc. Asimismo se cuenta con la infraestructura del Programa Interdisciplinario de Análisis de Datos sito en Sede de Gobierno

de la UNR. Además, los investigadores dedicarán el cobro de incentivos a la investigación para solventar los gastos que deriven de la compra de bibliografía, asistencia a congresos y simposios, publicaciones, etc.

## 2.5. BIBLIOGRAFIA

La bibliografía que acá se presenta está sujeta a ampliaciones:

- Badiou, A, Filosofía del presente, Bs As, Libros del Zorzal, 2005.
- Bateson, G., Espíritu y Naturaleza, Bs As, Amorrortu, 1997.
- Bauman, Z., Amor Líquido, Bs As, FCE, 2005.
- Bauman, Z., La sociedad sitiada, Bs As, FCE, 2005.
- Belinche, M., Viale, P. y Tovar, C., Los grupos de telecomunicaciones en la Argentina, Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, Centro de Estudios y Observación de Medios de La Plata, 2006.
- Biselli, R. y Valdetaro, S., "Las estrategias discursivas del contacto en la prensa escrita", en La Trama de la Comunicación, Anuario del Depto de Cs de la Comunicación, Volumen 9, Rosario, UNR Editora, 2004.
- Biselli, R. y Valdetaro, S., "Las portadas de los diarios como secciones temáticas", en CD: Ponencias Encuentro Argentino de Comunicación Social, San Juan, Argentina, 2003.
- Carlón, M., De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad, BsAs, Editorial La Crujía, 2006.
- Carlón, M., Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos, Bs As, La Crujía, 2004.
- Castells, M., La era de la información, 3 volúmenes, Madrid, Alianza, 1999.
- Chartier, R., El mundo como representación, Barcelona, Gedisa, 1996.
- Debray, R., Vida y muerte de la imagen, Barcelona, Paidós, 1992.
- Derrida, J., Ecografías de la televisión, Bs As, Eudeba, 1998.
- Douglas, M., Estilos de pensar, Barcelona, Gedisa, 1996.
- Eco, U., La estrategia de la ilusión, Barcelona, Lumen, 1982.
- Eco, U., Signo, Barcelona, Editorial Labor, 1980.
- Huysen, A., Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo, Bs As, Adriana Hidalgo, 2002.
- Jameson, F., Postmodernismo o la lógica cultural del capitalismo tardío, Barcelona, Paidós, 1991.
- Jameson, F., El giro cultural, Bs As, Manantial, 1999.
- Jameson, F., Una modernidad singular, Barcelona, Gedisa, 2004.
- Laclau, E., El discurso populista, Bs As, FCE, 2005.
- Luhmann, N., La realidad de los medios de masas, México, Antrophos y Universidad Iberoamericana, 2000.
- Mastrini, G. y Becerra, M, Globalización y monopolio en la comunicación de América Latina.
- Mayans i Planeés, J., Género Chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio, Madrid, Gedisa, 2002.
- Negri, A. y Hardt, M., Imperio, Bs As, Paidós, 2002.
- Scolari, C., Hacer click. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales, Barcelona, Gedisa, 2004.
- Steimberg, O. y Traversa, O., Estilo de época y comunicación mediática, Bs As, Atuel, 1997.
- Steimberg, O., La recepción del género, Bs As, Univ Nac de Lomas de Zamora, Fac de Cs Soc, 1988.
- Steimberg, O., Semiótica de los medios masivos, Bs As, Atuel, 1998.
- Turkle, Sh., La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet, Paidós, Barcelona, 1987.
- Valdetaro, S., "La puerta de entrada a Página 12", en La Trama de la Comunicación, Vol. 8, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación, Rosario, UNR Ed., 2003.
- Verón, E., Construir el acontecimiento, Bs As, Gedisa, 1983.
- Verón, E., El cuerpo de las imágenes, Bs. As., Editorial Norma, 2001.
- Verón, E., Espacios Mentales. Efectos de Agenda 2, Barcelona, Gedisa, 2004.

- Veyrat Masson, E., y Dayan, D. comp, Espacios públicos en imágenes, Barcelona, Gedisa, 1997.
- Virilio, P, Ciudad Pánico, Bs As, Libros del Zorzal, 2006.
- Virilio, P., El arte del motor, Bs As, Manantial, 2003.
- Virilio, P., La velocidad de liberación, Bs As, Manantial, 1997.
- Virno, P., Cuando el verbo se hace carne, Bs As, Cactus, 2004.
- Virno, P., Gramática de la multitud, Bs As, Colihue, 2003.
- VvAa, El nuevo espacio público, Barcelona, Gedisa, 1992.
- Wolton, D., Sobrevivir a Internet, Barcelona, Gedisa, 2000.
- Wolton., D., Internet y después, Barcelona, Gedisa, 2000.
- Yus, F., "Ciberpragmática. Entre la compensación y el desconcierto", 2001, en [www.cibersociedad.net/archivo/artículo.php-art42](http://www.cibersociedad.net/archivo/artículo.php-art42)
- Zizek, S, El acoso de la fantasía, Bs As, Siglo XXI, 1999.
- Zizek; S, La suspensión política de la ética, Bs As, FCE, 2005.

### **3. IMPACTO DEL PROYECTO**

#### **3.1. CONTRIBUCIÓN A LA FORMACIÓN DE RECURSOS HUMANOS**

El proyecto cuenta en la actualidad con la participación de una ayudante de investigación, Natalia Bernasconi, alumna del ciclo superior de la carrera de Comunicación Social de la UNR. Además, durante el mes de marzo de 2007 se llamará a un Concurso de Ayudantes y Adscriptos de Investigación, dirigido a alumnos del Ciclo Superior de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política y RRH, y a graduados recientes de la misma carrera. Se seleccionarán los postulantes teniendo en cuenta tanto la calidad de su desarrollo académico como la motivación en relación con la tarea investigativa.

#### **3.2.CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL**

El tipo de conocimiento a producir en el marco del proyecto, en la medida en que se aplique en distintos niveles de la planificación y el diseño de estrategias de intervención, públicas y privadas, coadyuvará a un mejoramiento de la calidad de la comunicación, y, con ello, podrá contribuir a un desarrollo tanto económico como social.

#### **3.3.PERSPECTIVAS DE TRANSFERENCIA DE RESULTADOS**

Los resultados y las hipótesis de esta investigación constituirán insumos de conocimiento transferibles en relación con la planificación y el diseño de distintos tipos de estrategias de intervención, públicas y privadas, cuyos propósitos se plantéen un mejoramiento en la calidad de la comunicación. Tanto la gestión de políticas públicas en distintos niveles, como las empresas de medios, o las instituciones educativas, entre otras agencias sociales, podrán disponer de dichos resultados en términos de acceder a claves interpretativas específicas acerca de la perspectiva en que los diversos actores sociales producen lazos comunicativos. Podrán constituir, asimismo, una base de información indispensable para el desarrollo de intervenciones específicas: pantallas y discapacidad, pantallas y ejercicio político, pantallas y educación, pantallas y trabajo, pantallas y publicidad, entre otras.

### **4. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES**

Duración del Proyecto: **Cuatrienal**

TAREA	DURACIÓN (meses)	INICIO (fecha estimada)	FINALIZACIÓN (fecha estimada)
1. Revisión bibliográfica. Construcción del estado de la cuestión.	6	01/01/2007	30/06/2007
2. Actualización bibliográfica. Exploración construcción del corpus.	12	01/07/2007	30/06/2008
3. Análisis preliminar. Actualización del corpus y trabajo de campo.	12	01/07/2008	30/06/2009
4. Ajuste del corpus. Trabajo empírico. Elaboración de interpretaciones.	12	01/07/2009	30/06/2010
5. Redacción de informes parciales y finales.	6	01/07/2010	31/12/2010

## 5. FINANCIAMIENTO

### 5.1. FINANCIAMIENTO OTORGADO

### 5.2. FINANCIAMIENTO SOLICITADO

RUBRO	INSTITUCION	1º AÑO (en \$)	2º AÑO (en \$)	3º AÑO (en \$)	4º AÑO (en \$)	TOTAL
Material de consumo	Agencia Nacional	10	10	10	10	40

## 6. RECURSOS HUMANOS

### 6.1. INTEGRACIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO

**APELLIDO Y NOMBRE:** Valdettaro Sandra  
**TIPO Y N° DE DOCUMENTO:** DNI - 14551480  
**HS. SEMANALES**  
**DEDICADAS AL PROY.:** 22  
**FUNCIÓN DENTRO**  
**DEL PROYECTO:** Director  
**CARGO DOCENTE:** Prof. Titular  
**DEDICACIÓN:** Exclusiva  
**CARGO CIUNR:** Sin Categoría  
**CARGO CONICET:** Sin descripción  
**CATEGORIA FIRME EN EL**  
**PROG. DE INCENTIVOS:** II  
**CATEGORÍA EN TRÁMITE EN EL**  
**PROG. DE INCENTIVOS:** Sin descripción  
**UNIVERSIDAD:** UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

**APELLIDO Y NOMBRE:** Raimondo Anselmino Natalia  
**TIPO Y N° DE DOCUMENTO:** DNI - 26835219  
**HS. SEMANALES**  
**DEDICADAS AL PROY.:** 11  
**FUNCIÓN DENTRO**  
**DEL PROYECTO:** Integrante

**MÁXIMO TÍTULO**

**ACADÉMICO ALCANZADO:** Lic. en Comunicación Social  
**CARGO DOCENTE:** Jefe Trab. Prácticos  
**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:** Sin descripción  
**UNIVERSIDAD:** UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

**APELLIDO Y NOMBRE:** Diviani Ricardo José  
**TIPO Y N° DE DOCUMENTO:** DNI - 17413189

**HS. SEMANALES**

**DEDICADAS AL PROY.:** 11  
**FUNCIÓN DENTRO**  
**DEL PROYECTO:** Integrante

**MÁXIMO TÍTULO**

**ACADÉMICO ALCANZADO:**  
**CARGO DOCENTE:** Jefe Trab. Prácticos  
**DEDICACIÓN:** Simple  
**CARGO CIUNR:** Sin Categoría  
**CARGO CONICET:** Sin descripción  
**CATEGORÍA FIRME EN EL**  
**PROG. DE INCENTIVOS:** V  
**CATEGORÍA EN TRÁMITE EN EL**  
**PROG. DE INCENTIVOS:** Sin descripción  
**UNIVERSIDAD:** UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

**APELLIDO Y NOMBRE:** Castro Rojas Sebastián Ramiro  
**TIPO Y N° DE DOCUMENTO:** DNI - 22095820

**HS. SEMANALES**

**DEDICADAS AL PROY.:** 6  
**FUNCIÓN DENTRO**  
**DEL PROYECTO:** Integrante

**MÁXIMO TÍTULO**

**ACADÉMICO ALCANZADO:** Master en Comunicación  
**CARGO DOCENTE:** Jefe Trab. Prácticos  
**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:** Sin descripción  
**UNIVERSIDAD:** UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

**APELLIDO Y NOMBRE:** Camusso Mariángeles  
**TIPO Y N° DE DOCUMENTO:** DNI - 21985544

**HS. SEMANALES**

**DEDICADAS AL PROY.:** 6  
**FUNCIÓN DENTRO**  
**DEL PROYECTO:** Integrante

**MÁXIMO TÍTULO**

**ACADÉMICO ALCANZADO:** Licenciatura en Comunicación Social  
**CARGO DOCENTE:** Jefe Trab. Prácticos

**DEDICACIÓN:** Simple  
**CARGO CIUNR:** Sin Categoría  
**CARGO CONICET:** Sin descripción  
**CATEGORÍA FIRME EN EL  
PROG. DE INCENTIVOS:** V  
**CATEGORÍA EN TRÁMITE EN EL  
PROG. DE INCENTIVOS:** Sin descripción  
**UNIVERSIDAD:** UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

**APELLIDO Y NOMBRE:** Marchetti Viviana Merced  
**TIPO Y N° DE DOCUMENTO:** DNI - 16445907  
**HS. SEMANALES  
DEDICADAS AL PROY.:** 5  
**FUNCIÓN DENTRO  
DEL PROYECTO:** Integrante  
**MÁXIMO TÍTULO  
ACADÉMICO ALCANZADO:** Licenciada en Comunicación Social  
**CARGO DOCENTE:** Prof. Titular  
**DEDICACIÓN:** Simple  
**CARGO CIUNR:** Sin Categoría  
**CARGO CONICET:** Sin descripción  
**CATEGORÍA FIRME EN EL  
PROG. DE INCENTIVOS:** V  
**CATEGORÍA EN TRÁMITE EN EL  
PROG. DE INCENTIVOS:** Sin descripción  
**UNIVERSIDAD:** UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

**APELLIDO Y NOMBRE:** Menéndez Carina Mabel  
**TIPO Y N° DE DOCUMENTO:** DNI - 22400690  
**HS. SEMANALES  
DEDICADAS AL PROY.:** 8  
**FUNCIÓN DENTRO  
DEL PROYECTO:** Integrante  
**MÁXIMO TÍTULO  
ACADÉMICO ALCANZADO:** Licenciada  
**CARGO DOCENTE:** Jefe Trab. Prácticos  
**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:** Sin descripción  
**UNIVERSIDAD:** UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

**APELLIDO Y NOMBRE:** BISELLI RUBEN ARMANDO  
**TIPO Y N° DE DOCUMENTO:** DNI - 14729088  
**HS. SEMANALES  
DEDICADAS AL PROY.:** 11  
**FUNCIÓN DENTRO  
DEL PROYECTO:** Codirector  
**MÁXIMO TÍTULO  
ACADÉMICO ALCANZADO:** Prof. de Ens. Media y Sup. en Letras  
**CARGO DOCENTE:** Prof. Adjunto

**DEDICACIÓN:** Semi 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:** Sin descripción  
**UNIVERSIDAD:** UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

**APELLIDO Y NOMBRE:** Moscoloni Nora Ana María  
**TIPO Y N° DE DOCUMENTO:** LC - 5588426  
**HS. SEMANALES  
DEDICADAS AL PROY.:** 13  
**FUNCIÓN DENTRO  
DEL PROYECTO:** Codirector  
**MÁXIMO TÍTULO  
ACADÉMICO ALCANZADO:** Doctora  
**CARGO DOCENTE:** Prof. Titular  
**DEDICACIÓN:** Exclusiva  
**CARGO CIUNR:** Sin Categoría  
**CARGO CONICET:** Sin descripción  
**CATEGORÍA FIRME EN EL  
PROG. DE INCENTIVOS:** II  
**CATEGORÍA EN TRÁMITE EN EL  
PROG. DE INCENTIVOS:** Sin descripción  
**UNIVERSIDAD:** UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

**APELLIDO Y NOMBRE:** Maestri Mariana Andrea  
**TIPO Y N° DE DOCUMENTO:** DNI - 20274022  
**HS. SEMANALES  
DEDICADAS AL PROY.:** 6  
**FUNCIÓN DENTRO  
DEL PROYECTO:** Codirector  
**MÁXIMO TÍTULO  
ACADÉMICO ALCANZADO:** Diploma Superior en Ciencias Sociales - FLACSO  
**CARGO DOCENTE:** Prof. Adjunto  
**DEDICACIÓN:** Simple  
**CARGO CIUNR:** Sin Categoría  
**CARGO CONICET:** Sin descripción  
**CATEGORÍA FIRME EN EL  
PROG. DE INCENTIVOS:** V  
**CATEGORÍA EN TRÁMITE EN EL  
PROG. DE INCENTIVOS:** Sin descripción  
**UNIVERSIDAD:** UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

## **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:

## **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: