

1.1 Título del Proyecto:

“De los medios a las mediatizaciones (I). Estado de la cuestión.”

1.2 Es continuación de un proyecto anterior: SI

1.2.1 Código: 34/0125

1.3 Datos del lugar de trabajo:

1.3.1 Departamento o Área: Área Transdepartamental de Crítica de Artes

1.3.2 Lugar de Trabajo (indicar departamento, cátedra, instituto): Instituto de Investigaciones y Experimentación en Arte y Crítica (IIEAC)

1.5 Datos de la Dirección:

1.5.1 Director:

- Apellido y Nombre: **Gastón Cingolani**
- Categoría Programa de Incentivos **III**
- DNI **22.798.855**
- Mail: **gastoncingolani@gmail.com**
- Cargo Docente IUNA¹ **Asociado**
- Dedicación **semi-exclusiva**
- Condición² **Ordinario**
- Máximo Título Académico obtenido **Magíster**

1.5.2 Codirector:

- Apellido y Nombre
- Categoría Programa de Incentivos
- DNI
- Mail
- Cargo Docente IUNA³
- Dedicación
- Condición⁴
- Máximo Título Académico obtenido

1.6 Personal afectado al proyecto

Apellido	Nombre	DNI	Unidad Académica	Función en el Proyecto	Categoría en el Proyecto
CAPPA	María Fernanda	27.778.572	Área Transdepartamental de Crítica de Artes	Investigador formado	--
COZZI	María Antonella	34.840.417	Área Transdepartamental de Crítica de Artes	Investigador estudiante	--
DE DIEGO	Julia	29.558.288	Fac. de Periodismo y Comunicación	Becario de investigación	Pendiente de

Funciones:

- **Director:** investigador a cargo de la dirección del proyecto.
- **Codirector:** investigador a cargo de la codirección del proyecto.
- **Investigador Formado:** profesional con méritos científicos y/o artísticos relevantes y probada actividad en investigación.
- **Investigador de Apoyo:** profesional que se dedica a las tareas de investigación en el proyecto, supervisando y siendo responsable del proyecto.
- **Investigador Asistente:** profesional que se dedica a las tareas de investigación debido a que el desarrollo de su tesis de maestría o doctorado se realiza con el apoyo de los integrantes del proyecto de investigación en el marco del proyecto.
- **Investigador Estudiante:** estudiante que se inicia en tareas de investigación en el marco del proyecto.
- **Técnico de apoyo:** personal que trabaja como técnico de I+D (asistentes de laboratorio multimedia, programadores, etc.).
- **Becario de Investigación:** profesional o estudiante que usufructúa una beca del IUNA y desarrolla tareas de investigación en el marco del proyecto.
- **Becario de Investigación en el IUNA:** profesional o estudiante que usufructúa una beca expedida por otra institución y desarrolla tareas de investigación en el marco del proyecto.

			Social UNLP	no-IUNA	evaluación
FERNANDEZ	Mariano Néstor	29.059.434	Área Transdepartamental de Crítica de Artes	Becario de investigación no-IUNA	V
GARIS	Ana Victoria	27.417.822	Fac. de Periodismo y Comunicación Social UNLP	Becario de investigación no-IUNA	V
GÓMEZ ORONÁ	Iñaki Javier	28.991189	Fac. de Periodismo y Comunicación Social UNLP	Investigador estudiante	--

1.7 Área de conocimiento del Proyecto:

~~4600 Información~~
~~4001 Comunicaciones masivas~~

Según su línea de trabajo específica, consigne lo que corresponda:

~~5500 Medios de comunicación~~
~~5501 Medios de comunicación, producción de sentido, tecnologías~~

2. PLAN DE INVESTIGACION

2.1 Resumen

“De los medios a las mediatizaciones (I). Estado de la cuestión.”

Dir.: Gastón Cingolani

gastoncingolani@gmail.com

Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica (IIEAC)

La investigación se propone trabajar sobre la conceptualización de los procesos y problemas identificados bajo la noción de *mediatización*: ¿qué implica, cómo es definida, cómo se caracteriza y cómo es diferenciada de otros procesos? La necesidad y pertinencia del estudio y revisión de la noción y la problemática que convoca, radica en su actual discusión, tanto en Europa como en Latinoamérica, entre otras razones por el impacto de la Red en las prácticas sociales que se habían estabilizado en el período de los medios masivos.

El trabajo no pretende ser solamente un estado de la cuestión teórica, sino que su organización prevé una dimensión empírica, consistente en el contraste con la revisión de casos de diferente relevancia histórica de procesos de transformación social (con atención especial en casos y procesos de nuestro país), a fin de poner a prueba los distintos aspectos de la conceptualización relevada.

2.2 Resumen en inglés

“From media to mediatization (I). State of art.”

Dir.: Gastón Cingolani

gastoncingolani@gmail.com

Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica (IIEAC)

The research aims to work on the conceptualization of the processes and problems identified under the notion of mediation: what means, as defined, as characterized and how is differentiated from other processes?. The need and relevance of the study and review of the concept and the problems that summons, is its current discussion, both in Europe and in Latin America, not least because of the impact of the Internet on social practices that had stabilized in the mass media period.

The work is not intended to be only a theoretical state of affairs, but that his organization provides empirical dimension, consisting of the contrast with the review of cases of different historical relevance of social transformation processes (with special attention to cases and processes of our country) in order to test various aspects of the conceptualization relieved.

2.3 Estado actual del conocimiento sobre el tema

La noción de mediatización surge en diferentes reflexiones sobre la relación entre los medios de comunicación y las distintas instancias y formas de socialidad, en el ámbito de las ciencias sociales. Básicamente, puede reconocerse como una reflexión tardía, considerando que el proceso de conformación de estas ciencias es estrictamente contemporáneo de la explosión de invenciones destinadas a la producción tecnológica y distribución masiva de mensajes, entre comienzos y mediados del siglo XIX, y que estas reflexiones no llegan sino hasta cien años después, en el periodo situado entre las dos guerras mundiales del XX. (Wolf 1987, De Fleur - Ball-Rokeach, 1993)

En cualquier caso, el desarrollo evolutivo es pieza clave en la comprensión del tema: los fenómenos llamados de *mediatización* son partícipes necesarios de tensiones entre transformaciones y estabilizaciones. Es así que cabe partir de la premisa de que estos *en sí mismos* son procesos gestores de cambios: la mediatización por definición –en cualquiera de sus conceptualizaciones– promueve tanto la movilización técnica como la diferencia signica (y a menudo, ambas son difíciles de disociar), lo que se materializa en flujos de dimensiones y niveles diferentes. (Hannerz 1992)

Es posible ordenar los fenómenos comprendidos por el concepto de [REDACTED] mediatización en dos series históricas que son, también, dos modos de construir el concepto. Como desde el punto de vista cronológico ambas series terminan por coincidir –tal vez una quede incorporada a la otra– se trata menos de optar por modos paralelos y excluyentes de describir y, llegado el caso, explicar fenómenos y procesos asociados a tecnologías mediáticas, que por brindarle al concepto un alcance expansivo y dotarlo, en ese movimiento, de una historicidad que hasta el momento ha quedado reducida por la fascinación que ha provocado, en muchos investigadores, el desarrollo y consolidación de los medios de comunicación de masas a partir de la segunda mitad del siglo XIX. La hipótesis es que es posible dar cuenta de dos series histórico/conceptuales de la *mediatización*:

- 1- Una serie larga que coincide con un concepto ampliado. Podemos apoyarnos, para fundamentar esta serie, en los planteos de Verón (2012) quien propone a la mediatización como una invariante de la dimensión antropológica del sapiens. Sobre esa invariante, hay que concebir la emergencia de fenómenos mediáticos derivados de la creación de dispositivos técnicos (Leroi-Gourhan 1964, 1965)–desde la talla en piedra hasta Internet– que han operado como aceleradores de procesos de transformación. Esta conceptualización puede articularse, creemos que sin problemas, con la perspectiva sociológica de Luhmann (1998) para quien los *medios* son logros evolutivos que arrancan en los puntos de ruptura de la comunicación: *la escritura* como “solución” a los límites del *entendimiento*; los fenómenos derivados de la invención de la imprenta, soluciones a los límites del *alcance*; y los llamados *medios de comunicación simbólicamente generalizados*, soluciones a los límites del *éxito* de una comunicación ya descontextualizada de los entornos inmediatos espacio-temporales de interacción. (Havelock 2008; Eisenstein 1980, 2005, 2011) Por lo dicho, desde la lógica de su periodización, esta serie abarca *al menos* seis milenios (si consideramos la aparición de las primeras escrituras), y permite incorporar, como fenómenos mediáticos de interés y precursores (en relación a la serie que ya comentaremos) las escrituras/los productos manuscritos, y posteriormente los productos escrito-impresos que no han sido estructurados aún como sistema autónomo (Luhmann 1995, 2000).
- 2- Una serie corta, que coincide con un concepto restringido en sus alcances. Considerando la periodización histórica, esta serie considera inaugurado el proceso de mediatización hacia fines del siglo XIX, con la emergencia de la prensa gráfica de masas (Flichy 1993, Luhmann 2000) y se ha centrado en la consolidación de la televisión a mediados del siglo XX como instancia definitiva del proceso, ya que “es la televisión el medio que, por excelencia, logra producir un pliegue en el proceso de mediatización tornándolo omnipresente, ubicuo y consonante” (Valdettaro, 2007). Conceptualmente, implica restringir el concepto a los procesos de transformación asociados a los medios de comunicación de masas. Esta serie es la que ha dominado, hasta el momento, los estudios sobre la mediatización. En ella, podemos identificar al menos dos perspectivas, que coinciden en este recorte temporal aunque implican dos modos diversos de abordar los fenómenos mediáticos modernos y contemporáneos. (Para mencionar trabajos fundamentales de la historia “corta” de la mediatización en nuestro país, podemos listar: Fernández (2008), Traversa et al (2009), Varela (2005))

Por un lado, una perspectiva ocupada casi exclusivamente en la *mediatización de la política*, y con un desarrollo estrictamente europeo, que se ha preocupado principalmente por analizar los grados en que los medios de comunicación se convierten en “fuente de información” sobre la vida política (van Aels et al, 2008; Strömback, 2008; Kepplinger, 2006; Schulz, 2004; Mazzoleni, 1987; Altheide y Snow, 1979; Hjarvard, 2008 y Krotz son tal vez las excepciones en este grupo, ya que pretenden ampliar los fenómenos alcanzados por el concepto al conjunto de la sociedad) se ha consagrado a investigar las consecuencias de este proceso a partir de la oposición entre una “lógica mediática” y una “lógica política”; mientras la primera es concebida como la combinación entre un código marcado por los valores noticiables y una técnica de narrar (que privilegia la simplificación, la estereotipación, la polarización, la personalización, la visualización, etc.; Stromback, 2008), la lógica política designa el esfuerzo por lograr soluciones, sostenidas desde las instituciones del estado, a partir de programas de acción consensuados y el esfuerzo por alcanzar legitimidad. El concepto de mediatización pretende definir, al mismo tiempo, el grado en que los

medios se instituyen como la fuente dominante de acceso a la información política, el grado de independencia de los medios en relación a las instituciones políticas, y el grado en que el contenido de los medios es definido por una lógica política (o sea, ligada a la preocupación por el *bien común*) o a una lógica mediática.

Por otro lado, al menos en Argentina ha tenido mucha influencia la perspectiva abierta por Eliseo Verón (2004 [1991]) que ha identificado el concepto de *mediatización* con la dinámica histórica iniciada entre mediados y fines del siglo XIX, período a lo largo del cual las prácticas sociales y los conflictos políticos empiezan a transformarse a medida que se consolida la instalación progresiva de dispositivos tecnológicos de comunicación en el tejido. El paso de las *sociedades mediáticas* a las *sociedades mediatizadas* (proceso gradual que se acelera luego de la Segunda Guerra) “expresa en realidad la adaptación de las instituciones de las democracias industriales a los medios, que se transforman en los mediadores insoslayables de la gestión de lo social” (Verón, 2004 [1991]: 225). Desde esta perspectiva es posible problematizar la consolidación del periodismo como una institución que llega a asumir funciones de mediación y representación de colectivos sociales y que allí donde lo hace multiplica zonas de fricción con las instituciones y actores del sistema político. Sin embargo, esta dimensión del proceso de mediatización, directamente vinculada con las transformaciones en los modos de socialización política ha permanecido en un segundo plano, eclipsado por concepciones ya mencionadas que hacen hincapié en la dimensión informativa de la comunicación, y por lo tanto sostenidas en un reduccionismo funcional en relación con el rol que juegan los medios de masas.

Esta problemática, a menudo ligada al impacto de cada nueva transformación cultural/tecnológica, reactualiza la necesidad de revisar las nociones y volver sobre los modos de analizar los comportamientos que se producen en todos estos ámbitos. (Carlón y Scolari (eds.), 2009).

2.4 Marco teórico

Un estado de la cuestión inicial se puede organizar según dos entradas complementarias:

- una entrada historizante, que recoge las reflexiones que han explotado el sesgo del desarrollo cronológico de la mediatización; salvo excepciones, según la carga valorativa, ese desarrollo cronológico tuvo en su forma optimista, la idea de que cada nueva invención trajo alguna suerte de mejora para la organización de los intercambios sociales, mientras que su versión pesimista ha visto la profundización de mecanismos de control y adoctrinamiento, en detrimento de estados utópicos de organización social: lo político y lo estético no mediatizado. También el efecto innovación/sustitución/acumulación de recursos técnicos recurre al eje temporal para esta reflexión. En cualquier caso, la línea temporal en alguna medida operó como metáfora de una continuidad y de una acentuación/deterioro que merece revisarse.

- una entrada socio-tecnológica, con dos versiones contrapuestas: una que encuentra en la dimensión del desarrollo y combinación de las técnicas la matriz de descripción y/o explicación de los fenómenos de mediatización; esta versión suele hacer valer implícitamente un sesgo funcional, consistente en describir un determinado tipo de comportamiento como *producto* o efecto directo de una tecnología. Sin dudas, esta hipótesis también merece revisión, a la luz de la complejidad de los procesos no-lineales en los que la mediatización (como cualquier otro proceso social) se desarrolla. La otra versión se comprende como en relación de ajenidad entre la organización socio-cultural y las tecnologías, según la cual estas invaden o corrompen prácticas y organizaciones, que podrían y hasta deberían prescindir de ellas (llegando, en muchos casos, a ser el modelo de la perspectiva que estuvo en los comienzos de las teorías sociales del siglo XIX).

Estas dos entradas complementarias mantienen, en grados diversos, una relación de exterioridad entre la dimensión social y la instancia tecnológica de los medios, fuera de la asunción de sentido común de que se trata de dos dimensiones imbricadas.

Ante estas dos entradas complementarias, sería posible y deseable situar un punto de inicio para la reflexión sobre la mediatización que conciba una articulación (compleja, no lineal) entre lo social y lo individual, la materialidad y la significación, y la organización de los comportamientos culturales y el involucramiento de diferentes procesos de mediatización, sin disociar estos ejes más que como categorías de análisis (Latour 2008). Esto implica que no se trata simplemente de asumir que todo lo mediático tiene una dimensión social, y viceversa: es necesaria una epistemología que contemple que esa relación está terciada por operaciones y configuraciones que estructuran y desestabilizan esa tensión.

En tal dirección, algunas teorías de la producción de sentido proveen una epistemología que permite observar y describir estos procesos, sin polarizar los criterios tal como mencionamos que se ha hecho en las dos entradas complementarias. Dicho de otro modo, no pretendemos suprimir esas dimensiones, sino recuperarlas e una reintegración de sus potencialidades.

El encuadre principal del trabajo es la teoría de la discursividad (Verón, 1986, 1988) en función de tres aspectos primordiales:

- es una teoría de la producción de sentido concebida como proceso complejo: no parte de la presunción de linealidad y multidimensional, sino de la inestabilidad constitutiva de los procesos sociales;
- es una teoría sobre las materialidades significantes como articulación entre operaciones cognitivas y compuestos de textualidades heterogéneas;
- es una teoría de la producción de lo social (y sus múltiples y heterogéneas configuraciones) y no de la sociedad como estructura preestablecida.

Epistemológicamente, se parte de estados observables materialmente (llamados *discursos*, por su condición signifiicante), que son –a la vez– resultado de los procesos que los generaron, y partícipes de nuevos procesos que serán efectos de los mismos.

Esta epistemología se traduce en que puede partirse siempre de *productos* para arribar a los *procesos* de los que son manifestación. Si la mediatización señala un tipo de proceso en el que intervienen *medios* (independientemente del alcance de la definición de estos), analizar productos mediáticos nos permitirá reconstruir los procesos de mediatización.

Por su parte, para la problemática específica de la organización histórica de los llamados medios masivos, la noción de *sistema* desarrollada en la teoría de sistemas sociales de N. Luhmann (1995, 2007) será central, en virtud de que es una teoría que des-linealiza la relación entre los modos de organización de lo social y el desarrollo comunicacional, incluyendo (primordialmente) las tecnologías.

En una segunda línea, la demarcación de la constitución de lo social será revisado a la luz de la teoría del actor-red de Latour (2008), así como la tensión entre las nociones de *medio* y de *dispositivo* serán materia de aporte desde las conceptualizaciones de corte semiótico, por lo ya expuesto y justificado. (VV.AA, 1999; Meunier, 1999; Traversa, 2001)

2.5 Objetivos e hipótesis de la investigación

Problema: ¿Cuál es el alcance de la noción de *mediatización*? ¿Qué clase de fenómenos describe, o qué clases de operaciones se activan cuando hay mediatización? ¿Qué aspectos de los comportamientos humanos se ven orientados hacia una socialización a partir de la mediatización? ¿En qué medida esta noción tiene sentido cultural/histórico, y en qué medida sus formas diferenciales son producto de condiciones no-mediáticas? ¿Tiene sentido hablar de “sociedades mediáticas” y/o “mediatizadas”? ¿Cómo impacta en la descripción de los fenómenos socioculturales *políticos* y *estéticos*?

Hipótesis: Si la noción de *mediatización* tiene un sentido técnico, será porque su alcance descriptivo de una variedad de comportamientos sociales comprende a estos por alguna cualidad o conjunto de cualidades que los explique, o al menos que permita sistematizar algún orden que correlacione variables que en principio puedan parecer heterogéneas o independientes.

Esta hipótesis se completa con el hecho de que partimos de la premisa según la cual los llamados “medios de comunicación” han sido condición de posibilidad de emergencia de prácticas sociales en algún grado novedosas (y recíprocamente), y por ello transformadas y transformadoras de prácticas sociales previamente estabilizadas o existentes.

Objetivos:

- Desarrollar un estado de la cuestión de la noción de mediatización como descriptora del proceso de transformación social, valorizando los distintos factores que puedan considerarse de orden tecnológico y de orden de la producción de sentido.
- Proponer un eje (o un conjunto de ejes) que permita vertebrar una periodización de procesos de escala o carácter diferencial entre mediatización inter-individual y mediatización masiva.
- Describir operaciones de producción de sentido que den cuenta de las dimensiones política y estética de los procesos sociales de mediatización.

La selección de estos objetivos es simultáneamente táctica y estratégica: es táctica a los fines de la circunscripción heterogénea de ejes y variables que atraviesan los múltiples procesos vinculados (en algún

grado) a la mediatización; y es estratégica considerando la meta de una puesta al día de los debates en estos campos, para su aporte a las próximas fases de investigación y a nutrir el diálogo técnico con las otras investigaciones que se desarrollan en los ámbitos de trabajo compartidos (el Instituto de Investigaciones y Experimentación en Arte y Crítica, el Centro de Investigaciones en Mediatizaciones, y las carreras de grado y posgrado del Área Transdepartamental de Crítica de Artes).

2.6 Metodología

El trabajo está previsto en dos fases parcialmente sucesivas:

1- como un estado de la cuestión:

2- como un relevamiento de zonas y momentos puntuales de emergencia de cambios en las mediatizaciones.

La fase de trabajo 1 tiene como punto de partida el relevamiento bibliográfico, y como meta u horizonte una toma de posición crítica respecto de la conceptualización de *mediatización* que pueda hallarse. El relevamiento se sistematizará siguiendo la pauta de cobertura de las diferentes corrientes de reflexión sobre la problemática abarcada, considerando al mismo tiempo la heterogeneidad de enfoques y la atención sobre los tres ejes de trabajo propuestos (mencionados en los objetivos).

Para la fase 2 el trabajo se dispone como subsidiario del anterior, ya que aportará situaciones de estudio que materialicen las conceptualizaciones relevadas y evaluadas. Al mismo tiempo, esta zona de trabajo funcionará como antesala de proyectos posteriores, donde puedan desplegarse trabajos intensivos de análisis. El proyecto prevé en su faz empírica tomar los núcleos de discusión en función de los siguientes casos-testigo:

- Mediatización / política:
 - la mediatización durante el primer kirchnerismo, y rol de la prensa entre los años 2003 y 2007
 - mediatización y discursos intermediarios en la Argentina contemporánea: reflexiones conceptuales y análisis comparado de discursos políticos y periodísticos en el contexto del conflicto entre el gobierno nacional y el sector agropecuario en 2008.
 - mediatización e identidades: construcción de los intelectuales durante los peronismos en contraste con el kirchnerismo.
- Mediatización / vida cotidiana:
 - Individualidad mediatizada: trayectorias, estrategias y estabilizaciones de los medios en red con visibilidad pública.
 - Relaciones mediatizadas: genealogía de los géneros consultivos en los medios argentinos, surgimiento y pervivencia de estos espacios.
 - Mediatización de lo alimentario en los spots publicitarios de lácteos en la TV pública argentina durante el período 2008-2010.
 - Prácticas de la vida cotidiana en sociedades hipermediatizadas: cotidianeidad vivida y cotidianeidad narrada en las principales prácticas en la web; interfaces específicas de contacto e interactividad en las operaciones de memoria y agenda.

Tomando en cuenta la amplitud histórica y conceptual de la problemática, el conjunto de ejes a observar podría ser efectivamente inabarcable, e inclusive –considerando que su listado es facultativo del proyecto– infinito. A los fines metodológicos, sin embargo, circunscribimos la tarea en las correlaciones que se proyecten primordialmente sobre las siguientes dimensiones relacionales:

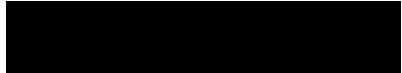
a) lo social y lo individual;

b) lo técnico y lo semiótico;

c) lo político y lo estético.

Sin pretender que las categorías de estos ejes puedan darse por sobreentendidas ni definitivas, funcionarán como horizonte organizador de las lecturas y los análisis. Sin embargo, consideramos que las tres dimensiones se articulan y entrecruzan de modo tal que permiten circunscribir dinámicas que son esencialmente complejas, y no podrían ser abarcadas exhaustivamente.

La organización de las tareas prevé una etapa de indagación teórica y bibliográfica sobre la dimensión nocional (noción de mediatización y adyacentes en diferentes corrientes de investigación históricas y sociológicas sobre medios y procesos de mediatización), y una etapa de análisis de casos donde se pone a prueba la dimensión conceptual analizada. Ambas etapas no son necesariamente sucesivas, sino que funcionarán como fases en mutuo diálogo.



2.7 Antecedentes del equipo en la temática

Este equipo presenta antecedentes de trabajo prolongado en la temática específica del presente proyecto, y del campo teórico-metodológico en general.

La problemática de la mediatización, tratada centralmente en este proyecto, atraviesa todas las investigaciones desarrolladas por el director desde 2001 hasta la actualidad (ver Antecedentes de Gastón Cingolani). Por su parte, tanto en las investigaciones en equipo, como en la faz individual que atañe a la formación de posgrado y en investigación (becas de iniciación, tesis de posgrado), sus integrantes han trabajado siempre con la temática nuclear del presente proyecto (ver Antecedentes de Ana Garis, María Fernanda Cappa, Julia De Diego y Mariano Fernández), tanto en la Universidad Nacional de La Plata, en la Universidad Nacional de Rosario, en la Universidad de Buenos Aires y en el Instituto Universitario Nacional del Arte.

Como equipo, el antecedente más directo es la serie de tres investigaciones bienales (2007-2008 cód: 34/0004, 2009-2010 cód.: 34/0079, y 2011-2012 cód.: 34/0125) que este grupo ha desarrollado, de las que este proyecto es su continuación, además de que desde hace ocho años en esta misma unidad académica y más de una década en la UNLP y la UBA, todos ellos han trabajado en docencia en el mismo encuadre teórico, temático y metodológico. (Pueden verse en detalle en los respectivos formularios de antecedentes personales, donde se consignan los distintos trabajos producidos por los integrantes de este equipo acerca del tema aquí proyectado). Asimismo, todos ellos desarrollan investigaciones para sus respectivas tesis de nivel de posgrado (maestrías y doctorados) y participan al mismo tiempo de otros equipos de investigación en temas relacionados (en UNR e IUNA), y son becarios (Garis en UNLP, Fernández y De Diego en CONICET).

Además, se integran al equipo una estudiante de la Lic. en Crítica de Artes que radica su actividad como adscripta a la cátedra de Medios y Políticas de la Comunicación, Antonella Cozzi; y un estudiante tesista de la Lic. en Comunicación Social de la UNLP que realizará su tesis en el marco de la investigación, y actualmente está iniciando su formación de posgrado en el Área.

Un antecedente relevante es que a partir de Octubre de 2012 el equipo participa además como miembro del CIM – Centro de Investigaciones en Mediatizaciones, de la Universidad Nacional de Rosario (www.cim.unr.edu.ar), donde se nuclean investigadores y equipos de universidades nacionales y del extranjero, orientadas específicamente a este tema, y cuya inserción tiene como fin la coorganización de actividades, publicaciones y flujos de intercambios en diferentes niveles.

2.8 Cronograma de actividades (Consigne sucesivamente cada actividad unitaria)

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Formación de posgrado en etapas III, IV, V y VI (seminarios, talleres, etc.)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Actividad	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Formación de posgrado en etapas III, IV, V y VI (seminarios, talleres, etc.)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Formación de posgrado en etapas III, IV, V y VI (seminarios, talleres, etc.)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

2.9 Resultados y transferencias esperados

Se prevé para el presente proyecto la publicación de resultados, tanto en revistas periódicas como en un volumen general que reúna el trabajo colectivo, y su exposición y tratamiento en reuniones previstas para 2013 y 2014 en el marco del IIEAC y del CIM, además de otros encuentros orientados al tratamiento de esta problemática. También se prevé el volcado de los diferentes avances en el dictado de la asignatura Medios y Políticas de la Comunicación de la Lic. en Crítica de Artes, y la discusión permanente en el marco de las carreras orientadas a la comunicación y el desarrollo mediático de las políticas públicas sobre la regulación de los medios de comunicación.

2.10 Bibliografía

AGAMBEN, Giorgio (2007) *Qu'est-ce qu'un dispositif?*, Paris, Payot & Rivages.
 AUGÉ, Marc (2005) *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona, Gedisa. (orig.: *Non-lieux. Introduction a une anthropologie de la surmodernité*. París, Seuil, 1992)

- BURKE, Peter (2005) *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*, Barcelona, Crítica.
- CAPPA, Fernanda y LOGGIA BERGERO, Ana Inés (2007) “Temporalidades de la discursividad en Internet”, actas del II Congreso Internacional y VII Congreso Nacional de la Asociación Argentina de Semiótica, Universidad Nacional de Rosario, 7 al 10 de Noviembre de 2007.
- CAPPA Fernanda (2008) “Blogs personales: juegos de construcción de identidad en la intertextualidad”, en *Memorias de las XII Jornadas Nacionales de la Red Nacional de Investigadores en Comunicación*, Universidad Nacional de Rosario 16, 17 y 18 de Octubre de 2008.
- CARLÓN, Mario (2004) *Sobre lo televisivo*, Buenos Aires, La Crujía.
- CARLÓN, Mario y SCOLARI, C. (eds.) (2009) *El fin de los medios masivos*, Buenos Aires, La Crujía.
- CHARTIER, Roger (2007) *Escuchar a los muertos con los ojos*, Buenos Aires, Katz conocimiento.
- CINGOLANI, Gastón (ed.) (2006) *Discursividad televisiva*. La Plata, Edulp.
- CINGOLANI (2010) “Crítica de medios: agenda, memoria y opinión colectiva” en *Figuraciones, teoría y crítica de arte*, 6, Área Transdepartamental de Crítica de Artes, IUNA, Buenos Aires.
- CINGOLANI, Gastón y FERNÁNDEZ, Mariano (2011) “Sobre las condiciones mediáticas de la crítica de medios”, *La Trama De La Comunicación*, vol. 15: 201-211, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación, Fac. de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario, Rosario, UNR Editora. ISSN: 1668-5628.
- DARNTON, Robert (1996) *The Forbidden Best-Sellers of Pre-Revolutionary France*, New York, Norton & Co.
- DAYAN, Daniel y KATZ, Elihu (1995) *La historia en directo*, México, GG.
- DE DIEGO, Julia (2012) “Prensa y kirchnerismo. Mediatización, políticas de Estado y demandas populares en el conflicto por las papeleras”, *XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación (ALAIC)*, Universidad de la República, Uruguay, ISSN 2179-7617. URL: <http://www.alaic2012.comunicacion.edu.uy/content/prensa-y-kirchnerismo-mediatizaci%C3%B3n-pol%C3%ADticas-de-estado-y-demandas-populares-en-el-conflicto>
- DE FLEUR, M. L. y BALL-ROKEACH, S. J. (1993) *Teorías de la comunicación de masas*, Paidós, Barcelona.
- EISENSTEIN, Elizabeth L. (1980), *The Printing Press as an Agent of Change* (Vol. 1 y 2) Cambridge University Press.
- EISENSTEIN, Elizabeth L. (2005) *The Printing Revolution in Early Modern Europe*, Cambridge University Press, nueva edición.
- EISENSTEIN, Elizabeth L (2011) *Divine Art, Infernal Machine. The Reception of Printing in the West from First Impressions to the Sense of an Ending*, University of Pennsylvania Press.
- ELSTER, Jon (2006) *El cambio tecnológico*, Barcelona, Gedisa.
- FERNÁNDEZ, José Luis (dir.) (2008) *La construcción de lo radiofónico*, Buenos Aires, La Crujía.
- FERNÁNDEZ, Mariano y CINGOLANI, Gastón (2010) “Auto- y hétero-referencia en discursividad mediática: entre la teoría de sistemas y la teoría de la enunciación”, VII Congreso Nacional y III Internacional de la Asociación Argentina de Semiótica, Posadas, 6-8 Octubre.
- FLICHY, P. (1993) *Una historia de la comunicación moderna*, México, G.Gili.
- GIOVANNINI, Giovanni (1992) *Del pedernal al silicio. Historia de los medios de comunicación masiva*, Buenos Aires, Eudeba.
- GOMBRECHT, H.V. y PFEIFFER, K.L. (Eds.) (1994) *Materialities of communication*, Stanford, Stanford University Press.
- GOODY, Jack (1985) *La domesticación del pensamiento salvaje*, Madrid, Akal/Universitaria.
- HANNERZ, Ulf (1992) *Cultural Complexity. Studies in the Social Organization of Meaning*, N. York, Columbia Univ. Press.
- HAVELOCK, Eric (2008) *La musa aprende a escribir*, Barcelona-Buenos Aires-México, Paidós.
- HJARVARD, Stig (2008) “The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change”, *Nordicom Review* 29, 2, pp. 105-134.
- HOSKINS, Andrew (2009) *Save As... Digital Memories*, Palgrave Macmillan / Garde-Hansen and Reading.
- KEPPLINGER, Hans (2006) “Mediatization of politics, theory and data”, en *Journal of Communication* Vol. 52, 4, Article first published online: 10 JAN 2006.
- KROTZ, Friedrich (2007) “The meta-process of ‘mediatization’ as a conceptual frame.” *Global Media and Communication*; 3; 256. Online version: <http://gmc.sagepub.com>
- LATOURE, Bruno (2008) *Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del actor-red*, Buenos Aires, Ediciones Manantial.
- LEROI-GOURHAN, André (1964), *Le geste et la parole, I Technique et langage*, París, Albin Michel; (1965) *II. La mémoire et les rythmes*, París, Albin Michel.
- LIVET, Pierre (1992) “Medios de comunicación masiva y limitaciones de la comunicación”, en: Jean-Marc Ferry et al., *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa.
- LÓPEZ, Guadalupe y CIUFFOLI, Clara (2012) *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después*, La Crujía, Buenos Aires.
- LUHMANN, Niklas (1995) *Social Systems*, Stanford, Stanford University Press.
- LUHMANN, Niklas (2000) *La realidad de los medios de masas*, Barcelona - México, Anthropos - Universidad Iberoamericana.

- LUHMANN, Niklas (2007) *Introducción a la teoría de sistemas*, México, Universidad Iberoamericana.
- MAZZOLENI, G (1987) “Media logic and Party Logic in Campaign Coverage: The Italian General Election of 1983”, *European Journal of Communication* 2 (1): 81:103.
- MEUNIER, Jean-Pierre (1999) « Dispositif et théories de la communication: deux concepts en rapport de codétermination ». En : *Le dispositif. Entre usage et concept*, Hermès N°25, Paris, CNRS Editions.
- MUMFORD, Lewis ([1934]1945) *Técnica y civilización. Tomo I*, Buenos Aires, Emecé.
- SCHULZ, W (2004) “Reconstructing mediatization as an analytical concept”, *European Journal of communication*, 19, 87.
- SCOLARI, Carlos (2004) *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- SCOLARI, Carlos (2008) *Hipermediaciones*, Barcelona, Gedisa.
- SIBILIA, Paula (2008) *La intimidación como espectáculo*, Buenos Aires, Fondo de Cultura económica.
- STEIMBERG, Oscar (1991) *Semiótica de los medios masivos*, ECA, Buenos Aires.
- STIEGLER, Bernard (2001) *La technique et le temps*, vol.3 Le temps du cinéma et la question du mal-être, Paris, Galilée.
- STRÖMBACK, J (2008) “Four phases of mediatization: an analysis of the mediatization of politics”, en *The International Journal of Press/Politics* 2008; 13; 228.
- TABACHNIK, Silvia (2008) *Conversación y juegos de escritura en la Red. Una incursión por las comunidades virtuales*, tesis de doctorado, inédita.
- TRAVERSA, Oscar (1997) *Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1919-1940*. Barcelona: Gedisa.
- TRAVERSA, Oscar (2001) “Aproximaciones a la noción de dispositivo” en *Signo y Señal*, 12, Buenos Aires.
- TRAVERSA, Oscar (Comp) (2007) *Cuerpos de papel II. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1940-1970*. Buenos Aires: Santiago Arcos editor.
- TRAVERSA, Oscar et al. (2009) *Las tapas de semanarios del siglo XX*, Revista Figuraciones, 5, Área Transdepartamental de Crítica de Artes, IUNA.
- TRAVERSA, Oscar (2011) “Dispositivo-enunciación: en torno a sus modos de articularse” en *El Dispositivo Hipermedial Dinámico Pantallas Críticas*, Santiago Arcos, Buenos Aires.
- URRESTI, Marcelo (ed.) (2008) *Ciberculturas Juveniles*, Buenos Aires, La Crujía.
- VALDETTARO, Sandra (2007): “Medios, actualidad, mediatización”, en Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación Nro. 123, “Medios y Comunicación”, Bs As, Biblioteca del Congreso, Argentina, Publicaciones Periódicas. Disponible en www.cim.unr.edu.ar
- VAN AELST, Maddens et al (2008) “Politicians in the News: Media or Party Logic? Media Attention and Electoral Success in the Belgian Election Campaign of 2003”, *European Journal of Communication* 23: 193.
- VARELA, Mirta (2005) *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna 1951-1969*, Buenos Aires, Edhasa.
- VERÓN, Eliseo, “La mediatización” (1986) en *Semiosis de lo ideológico y el poder. La mediatización*, Buenos Aires, Oficina de Publicaciones del CBC, UBA, 1995.
- VERÓN, Eliseo (1987) *Construir el acontecimiento*, Barcelona, Gedisa.
- VERÓN, Eliseo (1988) *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Barcelona, Gedisa.
- VERÓN, Eliseo (1997) “De la imagen semiológica a las discursividades. El tiempo de una fotografía”, en Veyrat-Masson, I. y Dayan, D., *Espacios públicos en imágenes*, Barcelona, Gedisa.
- VERÓN, E (2001a) “Les publics entre production et réception: problèmes pour une théorie de la reconnaissance”, Cursos de Arrabida, Portugal, septiembre (conferencia inédita).
- VERÓN, Eliseo (2001b), *El cuerpo de las imágenes*, Buenos Aires, Norma.
- VERÓN, Eliseo (2004) *Fragmentos de un tejido*, Barcelona, Gedisa.
- VERÓN, Eliseo (2007) “Du sujet aux acteurs. *La sémiotique ouverte aux interfaces.*”, en Boutaud y Verón, *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication*, Paris, Lavoisier, Hermès Science.
- VILLANUEVA MASILLA, Eduardo (2005) *Comunicación interpersonal en la era digital*, Bogotá, Norma, Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación.
- VV.AA. (1999) *Le dispositif. Entre usage et concept*, Hermès N°25, Paris, CNRS Editions.
- VV.AA. (2003) Rev. Figuraciones. Teoría y crítica de arte, vol. 1-2 “Memoria del arte / memoria de los medios”, Buenos Aires, Área Transdepartamental de Crítica de Artes, Instituto Universitario Nacional del Arte - Asunto Impreso.
- WOLF, Mauro (1987) *La investigación de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós.
- WOLTON, Dominique et al (1998), *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa.

1. PRESUPUESTO.

(Atender al monto máximo financiado por Categoría de Proyecto).

RUBRO	Monto en pesos
Insumos [1]	2000.-
Bibliografía	3000.-
Publicación de resultados del proyecto	600.-
Gastos de servicios técnicos especializados [2]	0.-

Viajes y Viáticos (3)	1400.-
Equipamiento	0.-
Gastos de trabajo de campo (4)	0.-
TOTAL	7000.-

NOTA:

- (1) Insumos para producciones artísticas, cd's, dvd's, útiles de oficina y escritorio, repuestos y accesorios, etc.
- (2) Alquileres de equipos, mantenimiento, servicios técnicos y profesionales, servicios comerciales y financieros, etc.
- (3) Gastos de pasajes, estadías e inscripción a congresos de los integrantes del grupo de investigación. Se contempla la participación en reuniones científicas realizadas en el país y en el exterior. Podrá aplicarse a este rubro hasta el 20% anual (acumulable) del monto total del subsidio asignado.
- (4) Gastos de trabajo de campo que justifiquen el presupuesto solicitado.

3.1 Justificación. Realizar la justificación para cada rubro

Los insumos en papelería (fotocopias, papel y tinta para impresión, dvd's y demás útiles) son imprescindibles para el trabajo de sistematización y análisis que se prevé desarrollar.

Por su parte, la inversión principal es en recursos bibliográficos, que posteriormente pasan a formar parte del patrimonio del Centro de Documentación del Área Transdepartamental de Crítica de Artes.

Como gastos en publicación, se calcula principalmente lo que conlleva una tarea de corrección/edición, y de diseño visual de un volumen de publicación electrónica.

Por último, se requieren gastos para asistir a encuentros y reuniones científicas, así como la recepción en nuestro lugar de trabajo de investigadores con los que se trabaja en el marco del CIM.

3.2. Otras fuentes de financiamiento del proyecto

Fuente de financiamiento	Monto asignado	Periodo

5. Compromiso de la Dirección

Esta presentación tiene el carácter de declaración jurada. La Dirección del proyecto, en la persona del/la Director/a y Codirector/es, declaran conocer y aceptar la normativa vigente para esta convocatoria.

Asimismo, manifiestan que los fondos que puedan asignarse al presente proyecto serán exclusivamente utilizados para su realización de acuerdo con los objetivos y el plan de trabajo que consta en la presente solicitud. Los resultados obtenidos en el marco de la presente convocatoria susceptibles de ser protegidos por normas de propiedad intelectual serán de propiedad exclusiva del Instituto Universitario Nacional del Arte, excepto en los casos en que existieran acuerdos previos firmados que establecieran condiciones especiales. Los recursos que origine la comercialización de los resultados serán distribuidos entre las partes, de acuerdo con las resoluciones del Consejo Superior vigentes al momento de la negociación.

Finalmente, declaran que de acreditarse el proyecto se dispone de los recursos de personal, de infraestructura y el equipamiento adecuado para la ejecución del proyecto.-

_____ Firma del Director	_____ Aclaración	_____ Lugar y Fecha
-----------------------------	---------------------	------------------------

_____ Firma del CoDirector	_____ Aclaración	_____ Lugar y Fecha
-------------------------------	---------------------	------------------------

_____ Firma del CoDirector ⁵	_____ Aclaración	_____ Lugar y Fecha
--	---------------------	------------------------

7. ACUERDO DE LAS AUTORIDADES DE LA UNIDAD ACADÉMICA RESPECTIVA, PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO. CERTIFICACIÓN DE DATOS Y CONFORMIDAD DE LA SEDE FÍSICA (Para tener validez, este acuerdo debe ser firmado por el Decano, los Directores de Área Transdepartamental, los Directores de Instituto o el Secretario de Investigación -o equivalente- de la Unidad Académica.

De ser acreditado el presente proyecto de constancia que esta Unidad Académica otorga su conformidad para su realización en el ámbito de la misma y que los datos de vinculación laboral del personal afectado al proyecto son correctos.

UNIDAD ACADÉMICA _____

CARGO _____

ACLARACIÓN _____

Firma

Lugar y fecha