

ANEXO II

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Para ser completado por la Secretaría de Investigación y Posgrado.

1.1 **Categoría del Proyecto** (Indicar si es categoría A ó B): A

1.2 **Título del Proyecto:** **Dispositivos mediáticos: las relaciones entre producción y reconocimiento en la prensa femenina en las versiones en papel y digitales**

1.3 **Es continuación de un proyecto anterior:** SI

1.3.1 Código:

1.4 **Datos del lugar de trabajo:**

1.4.1 Departamento o Área: Área Transdepartamental de Crítica de Arte

1.4.2 Lugar de Trabajo: Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica

1.5 **Datos de la Dirección:**

1.5.1 **Director:**

- Apellido y Nombre Oscar Traversa
- Categoría Programa de Incentivos I
- DNI 4.886.732
- Mail otraversa@arnet.com.ar
- Cargo Docente IUNA¹ Profesor Titular
- Dedicación Exclusiva
- Condición² Ordinario
- Máximo Título Académico obtenido Doctor

1.5.2 **Codirector:**

- Apellido y Nombre Carlota Ornani
- Categoría Programa de Incentivos III
- DNI 6.511.777
- Mail: carla.ornani@gmail.com
- Cargo Docente IUNA³ Profesora Titular
- Dedicación Simple
- Condición⁴ Interina
- Máximo Título Académico obtenido Profesora en Letras

1.6 **Personal afectado al proyecto**

Apellido	Nombre	DNI	Unidad Académica	Función en el Proyecto	Categoría en el Programa de Incentivos
----------	--------	-----	------------------	------------------------	--

Funciones:

- **Director:** investigador a cargo de la dirección del proyecto.
- **Codirector:** investigador a cargo de la codirección del proyecto.

Tatavitto	Silvina	14235537	Area Transdepartamental de Crítica de Arte, IUNA	Investigadora	III
Vasallo	Sofia	21757074	Idem	Investigadora	III
Prieto	Carlos	12587746	Idem	Investigador	IV
Buján	Federico	28061640	Idem	Investigador	IV
Temperley	Susana	25218042	Idem	Investigadora	V
Di Cione	Lisa	22471459	Facultad de Filosofía y Letras, UBA	Investigadora	

1.7 Área de conocimiento del Proyecto:

Disciplina	4.800
Rama	4.899

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

Especialidad	Semiótica y Análisis del Discurso
Palabras clave	Dispositivo-Enunciación- Reconocimiento-WEB

- **Investigador Formado:** profesional con méritos científicos y/o artísticos relevantes y probada actividad en investigación.
- **Investigador de Apoyo:** profesional que presta servicios de apoyo a los investigadores bajo la supervisión de un responsable del proyecto, pero que no es responsable de la ejecución de las tareas de investigación.
- **Investigador Asistente:** profesional que presta servicios de apoyo a los investigadores en el desarrollo de las tareas de investigación debido a que el desarrollo de su tesis de maestría o doctorado depende del proyecto de investigación.
- **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 no IUNA:** profesional o estudiante que usufructúa una beca expedida por otra institución y desarrolla tareas de investigación en el marco del proyecto.

2. PLAN DE INVESTIGACION

2.1 Resumen

Dispositivos mediáticos: las relaciones entre producción y reconocimiento en la prensa femenina en las versiones en papel y digitales

Oscar Traversa, otraversa@arnet.com.ar, Área Transdepartamental de Crítica de Arte IUNA

La presente propuesta es la continuación de una investigación realizada en el periodo 2011-2012. En la presente se continuará con un examen de las diferentes relaciones que se establecen entre la prensa femenina que reside en la Web y la que se edita en papel. El universo de la muestra son estudiantes universitarios residentes en Buenos Aires. El estudio, si bien se circunscribe a un limitado espacio mediático (semanarios para el papel, con variaciones de intervalo para la WEB), se propone acercarse por esta vía restringida a las diferencias vinculares entre esas variantes de comunicación. Se han elegido para el estudio –desde la anterior investigación- publicaciones que cuentan con los dos recursos, situación que permite realizar comparaciones en un espacio limitado y con componentes cercanos o idénticos que habilitan dejar de lado, en buena medida, las cualidades de sustancia textual. Dicha restricción da lugar a un mayor acercamiento a las diferencias entre los dispositivos comunicacionales. Esta etapa de la investigación se realizará a través de indagaciones sobre el público por medio de cuestionarios, entrevistas y micro grupos. Estos procedimientos estarán acompañados de estudios de base de carácter discursivo sobre los estímulos que se presentarán ante los entrevistados.

2.2 Resumen en inglés (Para difundir por INTERNET; hasta 200 palabras)

Encabezar consignando título, director, mail y lugar de trabajo.

Dispositives of media: relationships beetwen production and recognition on print and digitale versions of females press.

Oscar Traversa, otraversa@arnet.com.ar

The present proposal is a continuation of research conducted during the period 2011-2012. The study will consist of a survey of the different relationships between on- and off-line female press. The universe chosen for the test consists of college students from Buenos Aires. The study is limited to cases of media, such us paper journals and their digital versions, and proposes to analyze the differences between each, from comparisons in a limited space, and taking into account close or identical components, obviating substantial textual qualities. This restriction allows a better approach to the differences between communication dispositives. This stage of the research will be conducted through public surveys via questionnaires, interviews and micro groups. These procedures will be accompanied by studies based on the discursive character stimuli as presented to respondents.

2.3 Estado actual del conocimiento sobre el tema (Desarrolle en 2 carillas como máximo)

El presente proyecto se propone la continuación de uno anterior (“Dispositivos mediáticos: un examen de las relaciones entre producción y reconocimiento. Las tapas de revistas en papel y las páginas de inicio en soporte digital, 2011-2012), tanto para completar ciertos objetivos aun pendientes como para avanzar sobre un pequeño conjunto de otros, inducidos por la anterior investigación.

El estado actual de la investigación ha sido ampliamente desplegado en dos números de la revista *Figuraciones*, el 5 y el 9, donde se exponen los resultados de dos proyectos precedentes al que ahora nos proponemos continuar. En lo que sigue ofreceremos una síntesis de la sustancia presente en esas revistas y algún agregado fruto de la investigación anterior, a los efectos de conformar un estado actual del conocimiento sobre el tema.

El componente tapa de los semanarios en papel despertó la atención del equipo de trabajo en tanto establece el contacto inmediato con el público lector y se constituye como tal en el elemento de identificación de las diferencias que obran en el conjunto de la oferta de productos semejantes. El

sostenimiento en el tiempo de un lectorado - más o menos estable- y sus variaciones podía suponerse que jugaba un papel de importancia en la permanencia o ruptura de los hábitos de frecuentación. Tal supuesto permitía adelantar que, para cumplir con ese papel, se hacía necesaria la presencia de modalidades de producción de sentido diferenciadas, las que debían operar de un modo singular, no semejante a los componentes que integran el conjunto de la publicación, estos últimos caracterizados por un grado de diversidad, tanto en sustancia como forma, opuestos a la estereotipia propia de las tapas y su reducida ocupación de espacio.

Tanto en lo concerniente a su función y morfología como al tipo de relación que suscitan condujeron a la adjudicación - a ese componente de las revistas- del estatuto de un dispositivo diferenciado del resto, que da lugar a relaciones vinculares diferenciadas y, en consecuencia, a modalidades enunciativas distintas según los diferentes medios de prensa. Tales variaciones, se observó, no eran ajenas a transformaciones ligadas con las épocas y momentos estilísticos que marchaban en consonancia con prácticas propias del campo estético y del diseño.

El empleo, en ese primer estudio, de nociones tales como la de *dispositivo*, *enunciación*, *vínculo e interfaz*, dio lugar a un proyecto de investigación, inmediatamente posterior, donde se reflexionó acerca de sus alcances (“La noción de dispositivo en el contexto de las teorías semióticas”2009-2010). En ese caso, las reflexiones excedieron el universo de la prensa gráfica y se problematizaron esas nociones en el marco de fenómenos que incluían otras series (sonidos, música, imágenes en movimiento).

Derivado de esta ampliación de la problemática nocional, se consideró un campo interesante de estudio aquel que incluyera discursos que asociaran esa complejidad; el caso de semanarios de doble estatuto (publicados en papel y de manera digital) fue considerado como de interés. Se justifica el atenderlo por las siguientes razones: 1. admite establecer comparaciones con un objeto tratado de antemano, bien conocido por el conjunto; 2. puede suponerse que los elementos de diferenciación - sea la tapa en el papel o la página de inicio en el soporte digital - cumplen un rol semejante, al menos en niveles de análisis para determinar; 3. el grado de diversidad de las versiones digitales de las revistas en papel es lo suficientemente amplio como para poder circunscribir modalidades vinculares heterogéneas; 4. las tensiones, que eventualmente podrían registrarse, permiten situar la cuestión en un campo de debate de la mayor actualidad: el que concierne a las posibles migraciones a las aplicaciones digitales o a la homogeneización en la lectura.

A partir de estas consideraciones, se trabajó en la investigación que precede al presente proyecto un conjunto de semanarios locales que tienen doble circulación: en versión papel y en formato digital, y se realizaron, para cada uno de los casos, estudios contrastivos de los procedimientos empleados en las tapas y en las *home page*.

Los resultados de dicho estudio pusieron en evidencia - ahora de manera sistemática- las características distintivas emergentes que se señalan a continuación.

- Las diferentes publicaciones que presentan versión papel y digital establecen una relación diversa entre una y otra variante, relación que se manifiesta en una polaridad que muestra, en uno de sus extremos, la casi identidad de sustancia entre lo vehiculizado por el papel y, en el otro, una diferencia casi absoluta. Entre uno y otro se observan variantes que pueden ser de parcialidad (anuncio de notas), o bien, de variaciones en la sustancia (notas o agregados, referidos o no a lo que se presenta en una de las variantes).
- Las *home page* organizan plurales sistemas de remisiones, ausentes en las tapas en papel; estas remisiones pueden ser a las notas - comunes o no- que constituyen el conjunto de la publicación, o bien, posibles entradas temáticas por tipo de pestañas, características de los títulos o epígrafes y otros.
- Los usuarios de la *home page* tienen ante sí una página dinámica, morfológicamente cambiante, mientras que la tapa de papel, estática, se ofrece al público siempre igual, inmodificable. Una de las razones de la diferenciación de la *home page* se debe a la personalización de la inserción publicitaria, que se adecúa a la pantalla del usuario de acuerdo la memoria de navegación de la dirección ip.

- Mientras que la revista permite el archivo y la conservación de materiales hasta su destrucción física, la variabilidad de los productos digitales altera radicalmente las cuestiones relativas a la archivación, la perduración y la memoria.
- Las operatorias de selección ante la tapa de papel y la home page son diversas; mientras que para la primera *la oferta competitiva* trabaja sobre un eje sintagmático, en el universo digital, en cambio, lo hace sobre un eje paradigmático.
- El “espesor de actualidad” define diferencias significativas entre la tapa de papel y la home page: la digitalización fomenta la permanente actualización de contenidos y acerca la revista *on line* al periódico, a la toma directa, la radio y los canales de noticias; mientras que la versión en papel “cierra” su presente de enunciación con la edición de cada volumen. En otras palabras, la identidad específica de la home page es variable en cada acceso, aunque se mantenga la unidad del ejemplar hasta el próximo número; en la tapa, la identidad específica es invariable y cada ejemplar es una copia con su propia identidad numérica.
- Las remisiones de la tapa a la edición digital se verifican en ciertos productos (*Ohlalá, Para Ti*, entre otros) a través de la identidad de nombre y/o la indicación de la dirección electrónica.
- La presencia de la tapa en la edición digital (aún cuando sea “de fantasía”) funciona a manera de “marca” a través de dos grandes estrategias enunciativas: una, cuando la tapa obtura el acceso a los contenidos, remite a las modalidades discursivas del recordatorio publicitario; la otra, en cambio, se da cuando la tapa permite el acceso a algún contenido hallable en el número impreso, con una enunciación no muy distinta de la promocional.
- El estatuto del *lector* de la tapa -que se presenta como potencial fetiche por el uso programado de la fotografía para seducir-, en la home page se desestabiliza a favor de un usuario que se convierte en *navegante*, o *cibernauta*. En este caso, la página de inicio es comparable a un tablero con comandos que demanda una posición más operatoria que frutiva. Esto ocurre porque la estructura hipertextual de la home page activa concretamente y de modo más veloz, la actividad ya propuesta a todo lector tradicional de ir persiguiendo – metonímicamente, por contigüidad- las líneas de su interés. En este sentido, la pantalla acentúa el carácter de “langosta” de todo lector.
- En relación con lo anterior, -por ej., en el caso de los semanarios de actualidad (*Veintitrés y Noticias*)-, las tapas de papel ponen en juego operaciones de interpelación que suponen una estrategia de seducción, captura/enganche del lector, mientras que en las home pages se verifica más bien una estrategia de retención del lector “langosta”, que es de orden pragmático: el navegante ya está allí y, por lo tanto, hay más economía en términos de presuposición, de inferencias y de apelación a conocimientos compartidos. Se trata, en definitiva, de vínculos diferentes.
- Las entrevistas etnográficas y las encuestas, propias de la investigación que nos proponemos proseguir, agregan, en tanto componente que se suma al conocimiento del sobre el tema, una visión ampliada del modo de lectura, tanto de las tapas como del conjunto de la revista (se han avanzado algunos hallazgos parciales en reuniones de seminario y jornadas de la especialidad), cuyos condicionantes parecen vincularse con la edad, el sexo, el modo de inclusión de la lectura en las prácticas cotidianas y el capital cultural, entre otras variables. La inestabilidad que se presenta en torno a la participación de estas dimensiones ha inducido la adopción de dos decisiones de trabajo –ya parcialmente adoptadas y extendidas en esta propuesta- una, correspondiente a indagar acerca de las relaciones entre “prácticas cotidianas-lectura”, mientras que la otra apunta a “invertir la relación tapa-inteior”. Esto último, en especial, para los medios digitales, en los que difieren los modos de acceso.

2.4 Marco teórico (Desarrolle en 4 carillas como máximo)

Como se ha señalado, este proyecto se propone como continuación de uno anterior, en consecuencia el marco teórico general es coincidente con el precedente, salvo en los aspectos que corresponden a su continuidad. De ellos –unos pocos- se hace un señalamiento expreso.

El presente proyecto de investigación se ocupará de señalar que las diferencias *enunciativas*, y un conjunto inicial de respuestas en cuanto a su reconocimiento por los lectores, que distinguen las tapas de las revistas producidas “en papel” de las páginas de inicio instaladas en la Web, manifiestan relaciones con las costumbres de frecuentación y lectura de diferentes sectores del lectorado (en particular los jóvenes estudiantes); este último aspecto constituye la diferencia más notoria con el proyecto anterior. Tales distinciones encuentran su origen en que, tanto *una* como *otra* variante, constituyen *dispositivos* diferentes del resto de los componentes textuales de esas publicaciones y que, a su vez, las variantes de unos y otros, presentan diferencias derivadas de los atributos del dispositivo.

Si bien el proyecto hace referencia al examen de un “caso mediático”, se trata de un elemento frontera (llámese tapa, portada, front page, etc.) que lo separa de otros productos, sea en un quiosco o en el tráfico cotidiano (si se trata de revistas en papel), o como señal distintiva en una serie indeterminada en el caso de la Web.

El interés del asunto reside en que las diferencias entre las tapas constituyen un componente que se incluye como participante sea de la selección o como “puerta” (Cingolani, G. 2008), la que debe atravesarse tanto para la *entrada* como para la *permanencia*, con el fin de acceder al medio. Es decir, da lugar a la formación de un colectivo de actores (un público) el que, puede suponerse, establece modos permanentes de relación no necesariamente homogéneos, pero derivados o en “sintonía” con alguna de las propiedades que se deriva, en parte, de ese componente. En términos circulatorios, de mercado, se comporta como un filtro decisorio para la construcción del *lectorado* (Verón, E.: 2004) y, en consecuencia, de la existencia misma del medio (entendiendo “lectorado” como un conjunto de cierto grado de permanencia en cuanto a la frecuentación de una publicación).

El punto de partida corresponde a la consideración de que la producción social de sentido se realiza a partir de configuraciones materiales que dan lugar a organizaciones discursivas las que, procesadas por otros actores, permiten nuevas configuraciones. Puede pensarse, entonces, al conjunto de la producción social de la significación como una trama de encadenamientos en los que se suceden advenimientos discursivos (producciones y reconocimientos) de diferentes órdenes de complejidad, proceso que se denomina *semiosis social* (Verón, E.:1987). En el contexto de estos tránsitos, las tapas cumplen roles articulorios singulares y diferenciados, dependientes del modo en que procesan su producción sígnica y la manera en que ésta se socializa (se pone al alcance de los lectores); estas dos propiedades –siempre e indefectiblemente asociadas- le otorgan la condición de *dispositivos* (Traversa, O: 2001).

Los fenómenos a los que se alude por medio del empleo del término “dispositivo” corresponden a los modos en que se articulan los procesos técnicos de producción textual con los diferentes recursos de alcance social. Situaciones que se han hecho particularmente notorias y crecientes desde el advenimiento de la imprenta hasta los empleos actuales de las pantallas electrónicas.

La noción de dispositivo ha sido empleada con frecuencia en el campo de los estudios textuales, sean estos de raíz semiótica o de distintas variantes del análisis discursivo (Peeters y Charlier, 1999; Traversa, 2001; Charaudeau, 2004). En algunos contextos, la noción se acerca a lo tangible, como resultado del particular modo de organización de un artefacto (Verhaegen, 1999); en otros, a un modo de práctica social (Metz, 1973); a estos se suman también los que se refieren a técnicas de producción (Schaeffer, 1987,1999). El conjunto aludido -aunque no sea exhaustivo- señala la participación de esas dimensiones (de artefacto, socialidad o técnica de realización) como coalescentes en la producción social de sentido.

El acuerdo en torno a la concurrencia de esas heterogéneas dimensiones se establece desde un presupuesto de orden general: la producción de sentido se realiza a partir de una manifestación material. Tal materialidad (Gumbrecht y Pfeiffer, 1994) da lugar a una condición insoslayable: el

inicio de todo estudio empírico de producción de sentido encuentra siempre su punto de partida en la observación de conjuntos de materias sensibles cuyas configuraciones son identificables en un soporte -sea sonoro, visual, olfativo o táctil-, incluso en sus diversas combinatorias, todas ellas fragmentos de semiosis identificables por vía del análisis (Metz, 1972; Verón, 1987).

Tales combinatorias, que dan lugar a configuraciones heterogéneas, se asocian con procesos técnicos que habilitan nuevas instalaciones de esas combinatorias (de modo parcial o según distintas fragmentaciones) antes asentados en diferentes recursos (“presentaciones materiales”). Puede pensarse, a modo de ejemplo, el caso de la escritura y sus consecuentes transformaciones tanto en la sustancia como en los vínculos y procesos cognitivos a los que dan lugar las diferencias (McLuhan, 1962; Zumthor 1987; Havelock, 1996; Goody, 1990; Chartier, R.: 2007).

El ejemplo de la escritura –tanto “hacia delante”, con los recursos a la imprenta o las modernas pantallas electrónicas; como “hacia atrás”, en sus relaciones con la voz poética en la larga duración-, es sólo un aspecto del posible despliegue (o lugar analítico) de la noción de dispositivo. Con la suma de hallazgos técnicos que se desarrollaron a partir de la segunda mitad del siglo XIX hasta nuestros días, el espacio de despliegue de la noción se incrementa de manera acelerada. El caso de la televisión constituye una situación paradigmática (y, si se quiere, límite) dada su heterogeneidad - porque articula formas de organización que incluyen la voz y la escritura, junto a una vasta diversidad de procedimientos de producción de imágenes estáticas o en movimiento pero que, a su vez, se conjugan con otros recursos técnicos que los modalizan (Carlón, 2004) y, más aun, si se suman los recursos de la digitalización y la “puesta en red” (San Martín, P.: 2007) para fines educacionales, por caso.

La noción de *dispositivo* permite establecer distinciones en lo concerniente a la producción social de sentido dado que - fundada en la condición *material* de las configuraciones significantes puestas en obra en los procesos comunicacionales - incluye las diferentes dimensiones constitutivas de esos fenómenos. La capacidad taxonómica de esa noción se justifica en que asocia dos componentes básicos de todo *episodio enunciativo*: por un lado, las técnicas que le adjudican un valor significativo y, por otro, las que hacen posible su circulación. De la asociación entre esos dos conjuntos técnicos (la articulación entre las reglas específicas que caracterizan a cada uno de ellos) es de donde se derivan relaciones, *situaciones vinculares*, que definen los modos y las facultades del cuerpo puestos en juego en las distintas situaciones. De allí que sea posible - teniendo en cuenta esas condiciones (cognitivas, atencionales, nemónicas) -determinar variaciones pertinentes, propias de cada situación (“*inflexiones del sentido*”) que, de otro modo, no podrían circunscribirse en términos enunciativos y se remitirían a “*variaciones de lectura*”, sin un anclaje preciso en las cualidades de los procesos comunicacionales considerados determinantes para dar como resultado esas lecturas.

Tales variaciones son solo posibles de ser localizadas a través del reconocimiento, es decir de los actos que devienen de los vínculos –de afección sincrónica- pero enraizada en la diacronía. Las entrevistas, reuniones grupales y cuestionarios se proponen describir las cualidades de los vínculos y las consecuencias en cuanto a las adjudicaciones de sentido.

2.5 Objetivos e hipótesis de la investigación (Desarrolle en 2 carillas como máximo)

2.5.1. Objetivos generales

El presente proyecto, a diferencia del proyecto anterior de investigación, se ocupará de la llamada prensa femenina para señalar las **diferencias enunciativas** que distinguen las tapas de las revistas producidas en papel de las páginas de inicio digitales. Este objetivo se constituye como un “*punto de partida*”, para acercarse a los **diferentes modos de lectura** que se establecen entre esas dos variantes.

Por experiencias anteriores, resulta conveniente, con el propósito de obtener un acercamiento general a los modos de lectura, centrarse sobre un particular –para el caso, las tapas- de manera de evitar la dispersión que conlleva un estímulo tan complejo como las revistas. Tal dispersión de las respuestas es susceptible, entonces, de ser referida a una zona de la publicación de características más restringidas desde el punto de vista de la organización discursiva.

Para cumplir con estos propósitos, se plantea articular dos etapas: una correspondiente a revisar y ajustar los criterios relativos a la *producción* y otra, acompañante, destinada a indagar un conjunto de efectos en *reconocimiento*. Si bien en este proyecto prevalecen los objetivos propios de esta última, no pueden ser abandonados los referidos a la producción, pues los componentes discursivos que se incluyen como estímulos experimentales nunca son homogéneos.

2.5.2. Objetivos particulares

En primer lugar se hace necesario establecer, a modo de “*nociones de trabajo*”, las categorías correspondientes a: **diferencias enunciativas** y **diferentes modos de lectura** para el caso particular de la prensa femenina (dimensiones diferenciales respecto a otro tipo de prensa, evitando la auto definición institucional), objetivo de carácter inicial en producción.

A partir de esas circunscripciones optativas se organizarán los instrumentos y marchas operativas para los estudios en reconocimiento. Es necesario señalar que se cuenta ya con los resultados de la investigación anterior (entrevistas etnográficas y toma de cuestionario al segmento de población que se tomará como sector problema: estudiantes universitarios).

2.5.3. Hipótesis

La formulación de hipótesis, a esta altura de la investigación, no puede ser más que general y tentativa. Las investigaciones sobre el público realizadas hasta el momento libran un conjunto de indicios que admiten formulaciones conjeturales que relacionan las diferencias de lecturas - o, al menos, de **encuadres de hábitos de lectura**- relacionados con la edad, competencias, etc.

Sería apresurada la construcción de un esquema hipotético pues es más productivo, en esta etapa, operar con otro: el que supone que la mediatización, en este momento de su desarrollo, incluye un cambio “catastrófico” cuyo aspecto dominante es el tránsito de los medios tradicionales a la WEB, manifestándose como un operador “caníbal” del resto. Pero esa operatoria no implica el borramiento del resto sino de una relación tensa y de permanente referencia (y diferenciación no pretendida por la WEB). Esta última, como tal, no es un agente intencional, opera según la particular “racionalidad” de la técnica.

De aceptarse estos supuestos no es posible sino avanzar tomando como criterio básico la comparación, es decir, interrogar a los actores como agentes efectivos, potenciales (o “negadores”) de la catástrofe de la que son actores. Operar de este modo nos conduce a formular hipótesis pasada la primera fase de la investigación (fin del 2013), momento en el que se contaría con resultados de mayor consistencia y mejores definiciones de las dimensiones de análisis.

2.6 Metodología (Desarrolle en 2 carillas como máximo)

2.6.1. Análisis en Producción

Objetivo circunscripto 1: examen de las nociones de “diferencias enunciativas” y “diferentes modos de lectura” para el caso considerado: prensa femenina. Metodología a emplear: estudio contrastivo de las nociones en uso o de las que tienen una relación de cercanía o parentesco.

Objetivo circunscripto 2: examen de los materiales que se empleen como estímulo en las experiencias de reconocimiento. Se fijará el corpus a fin de la primera etapa, diciembre 2013. No se puede, de antemano, fijar sus títulos o extensión pues dependen de los resultados de los estudios en la primera fase de reconocimiento.

La metodología consiste en comparar a través de su descripción fenoménica las tapas papel y las páginas de inicio digitales en términos de su diferente estatuto en cuanto dispositivo, parcialmente cumplida en el proyecto anterior, pero sujeta a homogenización y compatibilización para los diferentes componentes del corpus que se examinará.

2.6.2. Análisis en reconocimiento

Objetivos generales: Describir y analizar los modos de relación del público lector con las tapas y las páginas de inicio seleccionando, a partir de la etapa 1, el conjunto de variables analíticas más pertinentes que se pondrá en obra durante esta instancia articulando las nociones precisadas en el **Objetivo 1** (en producción) y los resultados de los cuestionarios de la investigación anterior.

Objetivos específicos circunscriptos

Nota: los objetivos que se puntualizan a continuación se conservarán para el conjunto de la investigación; desde el punto de vista metodológico, se particularizarán en cada una de las fases de la investigación.

1. Indagar las atribuciones, motivaciones, expectativas y comportamientos frente a la oferta de productos de internet y de soportes gráficos que poseen una denominación o rúbrica común.
2. Detectar si existen circuitos de consumo regulares entre la oferta digital y la gráfica en estos casos en que existen contrapartes en ambos dispositivos (por ejemplo, consumo excluyente - sólo papel o sólo digital- o combinado -del papel a la red y a la inversa- entre otros posibles)
3. Establecer el grado de incidencia de la especificidad de cada dispositivo en las motivaciones de consumo (por ejemplo: si los contenidos obtenidos en internet son redundantes o no con respecto a los proporcionados en dispositivos gráficos; si su forma de efectivizarse en la red implica una ganancia o no en relación con la que se verifica en soportes gráficos; si la gratificación del contacto con uno y otro dispositivo presenta o no intersecciones, superposiciones, etc.).
4. Examinar si el público encuentra diferencias significativas entre los dispositivos evaluados (tapa y página de inicio) en términos de hábitos de consumo y operaciones cognitivas actualizadas en recorridos interpretativos/de lectura (entre otras variables posibles que pudieran estar incidiendo en este aspecto y que surgirán, como se ha dicho, de la etapa nº 1).
5. Verificar, como consecuencia de 1 a 4, la posible emergencia de perfiles enunciativos o colectivos diferenciados en que pudiera potencialmente segmentarse este universo de consumo discursivo.

Metodología circunscripta

Secuencia técnica

Paso 1: Selección, a partir de un conjunto de criterios de pertinencia, del corpus que se utilizará para administrar a la muestra de público.

Paso 2: Organización de las modalidades de articulación entre las técnicas cualitativas de indagación sobre público que se pondrán en obra: entrevistas, observación etnográfica, micro grupos (como proyección inicial, cuya selección definitiva estará supeditada a las definiciones tomadas en el curso de la investigación).

Paso 3: Determinación de la configuración muestral.

Paso 4: Elaboración del instrumento de recolección de datos: definición de la posibilidad de combinar indagaciones convencionales con otras de carácter proyectivo; prever si se realizará una simulación de la situación de lectura y de navegación, entre otras opciones posibles.

Paso 5: Evaluación sobre los tipos de registro que se implementarán, tanto en las sesiones de entrevistas (grupales o individuales) como en el caso de observaciones, si se decidiera incluirlas.

Paso 6: Definir los criterios de presentación de resultados a los efectos de investigaciones posteriores de diferente extensión.

Secuencia de aplicación

La investigación se dividirá en dos fases, la primera será a través de cuestionarios (aprox. 80) a alumnos ingresantes y a los de fin de carrera (aprox 20), siguiendo un modelo (corregido) aplicado en la investigación anterior. La segunda fase, el año siguiente, se realizará por medio de entrevistas y micro grupos a participantes de la primera fase.

2.7 Antecedentes del equipo en la temática

El equipo de investigación es el mismo que participó en las dos investigaciones, algunos de los miembros participaron también en una precedente a estas últimas. Se mencionan algunas de sus

publicaciones en esta solicitud, en los acápite correspondientes al [REDACTED] marco teórico. Los números 5 y 9 de la revista *figuraciones* están totalmente dedicados a las investigaciones realizadas por el equipo.

2.8 Cronograma de actividades (Consigne sucesivamente cada actividad unitaria)

Actividad	Meses Año 2013											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Análisis en producción	x	x	x	x								
Diseño y aplicación de cuestionario					x	x	x					
Análisis de resultados								x	x	x	x	x
Actividad	Meses Año 2014											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Entrevistas y microgrupos	x	x	x	x								
Recolección y análisis de resultados					x	x	x	x				
Informe de resultados									x	x	x	x

2.9 Resultados y transferencias esperados

La transferencia prevista corresponde al ámbito académico, y en parte, a la enseñanza. No se prevén resultados patentables o de mediata aplicación.

2.10 Bibliografía

La lista que sigue incluye los títulos y autores citados a los que se suman unas pocas referencias más, con propósitos orientativos acerca de las características de la investigación que se propone.

- Aumont, Jacques, 1992 (1990), “El papel del dispositivo”, en: *La imagen*, Paidós, Barcelona.
- Berkenbusch, Gabriele, 1998, “De la lingüística del texto al análisis de los procedimientos verbales: emisiones de radio con participación de oyentes”, *Signo y Señal*, Revista del Instituto de Lingüística, Facultad de Filosofía y Letras; UBA, No.10.
- Carlón, Mario, 2004, *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos*, La Crujía, Buenos Aires.
- Casetti, Francesco, 1983, « Les yeux dans les yeux », en : *Enociation et cinema, Communications*, No.38, Editions du Seuil, Paris.
- Charaudeau, Patrick, 2004, “La problemática de los géneros. De la situación a la construcción textual”, en: *Signos*, vol. 37(56), Revista de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Valparaíso.
- Chartier, Roger, 2008, *Escuchar a los muertos con los ojos*, Katz editores, Madrid
- Cingolani, Gastón, 2008 Acerca de la tapa de semanario como dispositivo, Revista *Figuraciones 5*, Área de Crítica de Artes - IUNA, Buenos Aires.
- Cingolani, Gastón, 2008 “Tapas de semanarios. Operaciones enunciativas en sus tres emplazamientos” Revista *Figuraciones 5*, Área de Crítica de Artes - IUNA, Buenos Aires.
- Cuesta, Andrés y Zelcer, Mariano, 2002, Acerca de la configuración de las gramáticas en los nuevos medios, V Congreso de la Federación Latinoamericana de Semiótica, Buenos Aires
- Cuesta, Andrés y Zelcer, Mariano, 2003, Modos de organización de la memoria en medios digitales; el caso de los diarios electrónicos, VII Jornadas de Investigadores en Comunicación, General Roca
- Derrida, Jacques, 1998, *Ecografías de la televisión. Entrevistas filmadas*, EUDEBA, Buenos Aires.
- Fernández, José Luis, 1994, *Los lenguajes de la radio*, Colección del círculo, Atuel, Buenos Aires.

- Fisher, Sophie et Verón, Eliseo, 1999, « Théorie de l'énonciation et discours sociaux », en : Fisher, Sophie, *Énonciation. Manières et territoires*, Ophrys, Paris.
- Flaugéul, Alain, 1999, « Télévision : l'âge d'or des dispositifs 1969-1983 », en : *Le dispositif. Entre usage et concept*, Hermès, No.25. Editions du CNRS, Paris.
- Fontanille, Jacques, 1995, *Sémiotique du visible. Des mondes de lumière*, Puf, Paris.
- Goody, Jack, 1990 (1986), *La lógica de la escritura y la organización de la sociedad*, Alianza, Barcelona.
- Grow, Gerald, 2002, *Magazine Covers and cover lines. An illustrated history*, aejmcmagazine.bsu.edu/Testfolder
- Gumbrecht, Hans U. and Pfeiffer, Ludwig K. (Ed.), 1994, *Materialities of Communication*, Stanford University Press, Stanford, California.
- Havelock, Eric A., 1996 (1986), *La musa aprende a escribir. Reflexiones sobre oralidad y escritura desde la Antigüedad hasta el presente*, Paidós, Barcelona.
- Jäger, Siegfried, 2003(2001), « Discurso y conocimiento: aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y del análisis de dispositivos », en: Wodak, Ruth y Meyer, Michael (Comp.) *Métodos y análisis críticos del discurso*, Gedisa, Barcelona.
- Jost, François, 2002, *L'Empire du loft*, La dispute/Snédit, Paris.
- Jost, François, 1983, « Narration(s) : en deçà et au-delà », en : *Énonciation et cinéma, Communications*, No.38, Editions du Seuil, Paris.
- McLuhan, Marshall, 1998 (1962), *La galaxia Gutenberg. Génesis del homo typographicus*, Círculo de Lectores, Barcelona.
- Metz, Christian, 1971, *Langage et cinéma*, Librairie Larrousse, Paris.
- Metz, Christian, 1975, « Le film de fiction et son spectateur. (Etude métapsychologique) », en : AA.VV., *Psyanalyse et cinéma, Communications* No.23, Seuil, Paris.
- Meunier, Jean- Pierre, 1999, « Dispositif et théories de la communication », en : *Le dispositif. Entre usage et concept Hermès*, No.25. Editions du CNRS, Paris.
- Milner, Jean-Claude, 1995, « L'épistémologie du dispositif », en : *Introduction à une science du langage. Edition abrégée*, Editions du Seuil, Paris.
- Nel, Noël, 1999, « Des dispositifs aux agencements télévisuelles », en : *Le dispositif. Entre usage et concept, Hermès*, No.25. Editions du CNRS, Paris.
- Peeters, Hughes et Charlier, Philippe, 1999, « Contributions à une théorie du dispositif », en : *Le dispositif. Entre usage et concept, Hermès*, No.25. Editions du CNRS, Paris.
- Prieto Carlos y Magnasco Andrea, 2008, « Cuando el cine va a la tapa » Revista Figuraciones 5, Área De Crítica de Arte IUNA, Buenos Aires.
- San Martín, Patricia, 2007, *Hacia un dispositivo hipermedial dinámico. Educación e investigación para el campo audiovisual interactivo*, UNQ editorial, Bernal
- Schaeffer, Jean- Marie, 1987, *L'image précaire. Du dispositif photographique*. Editions du Seuil, Paris.
- Schaeffer, Jean- Marie, 1999, *Pourquoi la fiction ?*, Editions du Seuil, Paris.
- Steimberg, Oscar y Traversa, Oscar, 1997(1985), « Por donde el ojo llega al diario: el estilo de primera página », en: *Estilo de época y comunicación mediática* (T. I), Colección del Círculo, Atuel, Buenos Aires.
- Tatavitto, Silvina, 2008, *Historias de las tapas de revistas: comentario sobre Magazine Cover and Cover Line. An Illustrated History of Gerald Grow y sobre 100 years of magazine covers de Steve Taylor*, en Rev Figuraciones 5
- Taylor, Steve, (2006), *100 years of magazine covers*, London, Black Dog Publishing Limited
- Traversa, Oscar, 2001, « Aproximaciones a la noción de dispositivo », en: *Discursos de los medios, Signo y Señal*, Revista del Instituto de Lingüística, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, No.12, Buenos Aires.
- Verhaegen, Philippe, 1999, « Les dispositifs techno-sémiotiques : signes ou objets ? », en : *Le dispositif. Entre usage et concept, Hermès*, No.25. Editions du CNRS, Paris.

- Verón, Eliseo, 1987, *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Gedisa, Barcelona.
- Verón, Eliseo, 2004 (1982), « El espacio de la sospecha », en: *Fragmentos de un tejido*, Gedisa, Barcelona.
- Verón, Eliseo, 2004, « Prefacio », en: Carlón, Mario, *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos*, La Crujía, Buenos Aires.
- Verón, Eliseo, 1983, « Il est là, je le vois, il me parle », en : *Enonciation et cinema, Communications*, No.38, Editions du Seuil, Paris.
- Xavier, Ismail, 2008, *El discurso cinematográfico. La opacidad y la transparencia*, Manantial texturas, buenos Aires
- Zumthor, Paul, 1987, *La lettre et la voix. De la «littérature» médiévale*, Editions du Seuil, Paris.

2. PRESUPUESTO.

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

RUBRO	Monto en pesos
Insumos (1)	\$1000
Bibliografía	\$2000
Publicación de resultados del proyecto	
Gastos de servicios técnicos especializados (2)	\$2000
Viajes y Viáticos (3)	
Equipamiento	
Gastos de trabajo de campo (4)	\$2000
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

Rubro insumos: compra de tonner y papel.

Rubro bibliografía: publicaciones diversas

Rubro gastos de servicios técnicos especializados: alquiler de cámaras Gesell

Rubro de trabajo de campo: reclutamiento de entrevistados; edición de cuestionarios

3.2. Otras fuentes de financiamiento del proyecto

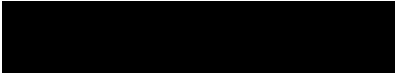
Fuente de financiamiento	Monto asignado	Período



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 CoDirector⁵

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