



Código	FPI-002
Objeto	Protocolo de presentación de proyectos de investigación SIGEVA UNLaM
Usuario	Director de proyecto de investigación
Autor	Secretaría de Ciencia y Tecnología de la UNLaM
Versión	5
Vigencia	04/09/2023

**Unidad Ejecutora:
Humanidades y Ciencias Sociales**

**Programa de acreditación:
CyTMA2**

**Título del proyecto de investigación:
Consumos audiovisuales informativos de jóvenes estudiantes de la Licenciatura en
Comunicación Social de la UNLaM: sus implicancias en la enseñanza de la formación
de grado.**

PIDC:

Elija un elemento.

PII

Elija un elemento.

**Director del proyecto:
Daniel De Angelis**

**Co-Director del proyecto:
Alicia Susana Castillo**

**Integrantes del equipo:
Fritz, Romina Nadia
Sartirana, María Eugenia
Andreacchio, Laura**

Fecha de inicio: 01/01/2024

Fecha de finalización: 31/12/2025

1-Cuadro resumen de horas semanales dedicadas al proyecto por parte de director e integrantes del equipo de investigación:¹

Rol del integrante	Nombre y Apellido	Cantidad de horas semanales dedicadas al proyecto	Graduado UNLaM	
			Si	No
Director	Daniel Walter De Angelis	8		X
Co-director	Alicia Susana Castillo	8	X	
Director de Programa				
Docente-investigador UNLaM	Romina Nadia Fritz	8	X	
	María Eugenia Sartirana	7	X	
	Laura Andreacchio	7	X	
Investigador externo ²				
Asesor-Especialista externo ³				
Graduado de la UNLaM ⁴				
Estudiante de carreras de posgrado (UNLaM) ⁵				
Alumno de carreras de grado (UNLaM) ⁶				
Personal de apoyo técnico administrativo				

2-Plan de investigación

2.1 Estado actual del conocimiento:

Dentro del campo existen varias investigaciones y producción sobre los consumos audiovisuales de jóvenes estudiantes. De la búsqueda realizada para este proyecto, la mayoría de estas investigaciones tienen relación con consumos audiovisuales en general, lo cual no especifica la relación con lo informativo, que es el objeto del presente proyecto. Es importante destacar que se han buscado investigaciones recientes y de la región latinoamericana. Asimismo, ninguna pertenece al contexto de este proyecto, radicado en la Universidad Nacional de La Matanza con estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social. En relación con esto último, tampoco parece haber investigaciones de esta índole radicadas dentro de una cátedra universitaria y cuyos resultados

¹ Incluir todos los integrantes del equipo de investigación, agregando tantas filas para cada rol de integrante del equipo de investigación como sea necesario.

² Deberá adjuntar FPI 39 debidamente firmados.

³ Idem nota 2.

⁴ Idem nota 2

⁵ Adjuntar certificado de materias aprobadas de estudiantes de carrera de posgrado.

⁶ Adjuntar certificado de materias aprobadas de estudiantes de carrera de grado.

puedan ser contrastados y utilizados como insumo para la enseñanza universitaria.

Por solo mencionar los más relevantes y como ejemplo de lo antedicho, el trabajo realizado en Perú por Chávez L. y Anderson H. (2021) titulado "Netflix: comunicación audiovisual y nuevos hábitos de consumo televisivo de los estudiantes de Comunicación Social de la UNMSM", supone que el modelo de comunicación audiovisual de Netflix ha causado modificaciones en los nuevos hábitos de consumos televisivos. Para demostrar ello, encuestaron a 199 estudiantes.

Otra de las tesinas halladas, en este caso perteneciente a Colombia de Carvajal Picón, B., Pérez Palencia, A., Ríos Sánchez, P., Serrano Duitama, B., Vásquez Rueda, J. (2019) llamada "Tendencias de consumo cultural audiovisual en estudiantes universitarios de Bucaramanga", se planteó como hipótesis inicial que Netflix reemplaza a la televisión. Sin embargo, de acuerdo con los resultados obtenidos, se descubrió que son las redes sociales el espacio emergente dominante en el consumo audiovisual. En este sentido, YouTube es la plataforma de mayor consumo audiovisual y el dispositivo celular, el soporte más utilizado.

Por otro lado, la tesis de doctorado de Nava Preciado, José María (2010) denominada "El consumo de medios audiovisuales y la construcción de imaginarios en adolescencias de escuelas secundarias urbanas: del conocimiento al mito" tiene como primer objetivo analizar de qué manera la dimensión imaginaria ayuda a comprender los significados que dichos adolescentes construyen alrededor de los consumos audiovisuales y, si bien como tercer objetivo, la investigación se propuso con esa información elaborar mejores propuestas de trabajo educativo, en las conclusiones se observa solo una cuestión más bien reflexiva de ciertas consideraciones a tener en cuenta en la actividad docente.

Luego de haber realizado este breve recorrido por las investigaciones de la región, se puede decir que la información que se pretende obtener a partir de la investigación que se propone aquí, será insumo tanto en el currículum como en la práctica docente en el marco de la cátedra mencionada.

En lo que respecta al contexto argentino, se han encontrado tres investigaciones. Una de ellas radicada en la Universidad Nacional de La Plata denominada "Jóvenes y consumos culturales. Una mirada sobre la recepción tecnológica y audiovisual en estudiantes de comunicación social" de las autoras Luciana Aon y Natalia Zapata del año 2011 presenta una encuesta sobre consumos culturales realizada a jóvenes estudiantes de la carrera de Comunicación Social en la UNLP para reconocer los usos que ellos hacen de los medios de comunicación y de los recursos tecnológicos, específicamente sobre los consumos televisivos y cinematográficos, el uso de internet y el correo electrónico.

Existe otro proyecto de la Universidad Nacional de Córdoba cuyos resultados aún parecen no estar publicados que consiste en caracterizar las prácticas de consumo de medios, tecnologías y

contenidos audiovisuales de los estudiantes de la licenciatura en Cine y Televisión de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Córdoba. Para ello planean hacer encuestas a una muestra de estudiantes por cada año de la carrera para luego comparar los resultados⁷.

Por último, en la Universidad Nacional de La Matanza, se realizó una tesina de grado para culminar los estudios de la Licenciatura en Comunicación Social cuyo autor es Fernando Lizarraga. Se titula "Youtube a la carta ¿prosumidores o consumidores?. Un análisis sobre la producción y el consumo de You Tube conferido por los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Matanza" en la cual el objeto de estudio es el consumo de YouTube por parte de los estudiantes mencionados. En el mismo sentido, se intenta identificar si estos estudiantes son consumidores, productores o prosumidores de dicho medio.

Como se puede observar, ninguno de estos trabajos antes vistos se enfoca en el objeto de estudio del presente plan de trabajo.

2.2. Problemática a investigar:

Este proyecto está pensado en el marco de las asignaturas Taller de Gráfica, Radio y Televisión I y Taller de Gráfica, Radio y Televisión II de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM). Es importante establecer una aclaración respecto de las materias señaladas: estos talleres correlativos comprenden una formación integral en periodismo y comunicación de las y los estudiantes de primer año, es decir, de los recién ingresados a la carrera de Comunicación. Como su nombre lo indica está integrado por tres grandes módulos: Gráfica, Radio y Televisión. En el caso particular de las y los docentes que integran este equipo de investigación, se desempeñan en el módulo Televisión. Al respecto, es importante hacer una aclaración en relación con la denominación del módulo Televisión, ya que, si bien se podría deducir que corresponde a contenidos transmisibles por dicho medio, es importante aclarar que también se abordan contenidos relacionados a la producción, circulación y consumo de contenidos audiovisuales de internet y las redes sociales. Por ende, el módulo Televisión, más allá de la denominación formal, aborda todo tipo de producción periodística posible de ser reproducida en múltiples medios y/o plataformas de comunicación.

Ahora bien, en lo que respecta a la función docente universitaria es necesario establecer ciertos parámetros que se tendrán en cuenta en esta propuesta de investigación. Por un lado, este trabajo entiende que una de las debilidades de la enseñanza dentro de la educación superior es la falta de

⁷ Investigación en proceso, ver más información en <https://cepia.artes.unc.edu.ar/2015/11/03/medios-tecnologias-y-contenidos-audiovisuales-practicas-de-consumo-en-estudiantes-de-la-licenciatura-en-cine-y-televisión-de-la-facultad-de-artes-unc/>

profundización en los aspectos pedagógicos para la transmisión misma de conocimientos. Aunque a simple vista se puede decir que las universidades y la labor docente están más dedicadas a la producción de conocimiento y el desarrollo cognitivo, son muchos los factores que inciden en esta cuestión. Siguiendo a Feldman y Palamidessi (2001) estos propios factores son los que han señalado la necesidad de un tratamiento pedagógico especializado acerca de los problemas del currículum y de la enseñanza universitaria. En este sentido, los autores afirman que, al igual que sucede en otros niveles educativos, la universidad requiere de una fuerte capacidad pedagógica para resolver problemas relacionados con diversas cuestiones como “la diversidad, la definición del contenido, el acortamiento de las carreras tradicionales, la modificación de los perfiles de entrada, la superposición de tradiciones de formación universitaria, la sofisticación del currículum, la distancia con los campos prácticos” (Feldman y Palamidessi, 2001:3).

Respecto a esto último, Paulo Freire (2010) menciona: “La responsabilidad ética, política y profesional del educador le impone el deber de prepararse, de capacitarse, de graduarse antes de iniciar su actividad docente. Esa actividad exige que su preparación, su capacitación y su graduación se transformen en procesos permanentes. Su experiencia docente, si es bien percibida y vivida, va dejando claro que requiere una capacitación constante del educador, capacitación que se basa en el análisis crítico de su práctica” (Freire, 2010:46).

Entonces, la formación de los/las educadores/as constituye un elemento central en la labor docente e incluso hace a la formación y profesionalización continua dentro y fuera del campo. Existen excelentes académicos/as y a la vez excelentes docentes que saben no solo transmitir sus conocimientos sino también, y quizás más importante, guiar con éxito el proceso de enseñanza de sus estudiantes (o participantes). Esto es resultado, no solo de los conocimientos adquiridos y de la experiencia, sino también de haber logrado una mediación pedagógica eficiente y eficaz. En ello, la formación de los/las educadores/as es un factor clave. Es por ello que en el ejercicio de la labor docente no solo basta con formarse y obtener un título, sino que la capacitación tanto en el campo de la profesión como en la pedagogía y en las ciencias de la educación es clave para su ejercicio. En este sentido, siguiendo a Campero Cuenca (2015) la capacitación del educador/a desde un enfoque socioeducativo debe ser constante y proporciona un factor clave en la calidad educativa.

En este sentido, Mariana Maggio (2018) menciona que existen ciertas habilidades para ejercer la docencia en el siglo XXI como comprensión, comunicación, colaboración, creatividad y pensamiento crítico, entre otras. En este sentido, son grandes las expectativas actuales depositadas en esta figura y, por lo tanto, es grande el desafío a enfrentar. Como menciona Oviedo y Pastrana Armírola (2014) quien ejerce la función docente “1) ha de conocer solventemente su disciplina y poseer una significativa experiencia profesional; 2) debe ser ético y mostrar identificación institucional; 3) manifestar una personalidad receptiva y carismática, y comunicarse de modo asertivo y

comprensible. Además, resulta necesario que posea habilidades pedagógicas y que maneje apropiadamente estrategias, técnicas y recursos didácticos diversos, tanto los clásicos como los actuales” (Oviedo y Pastrana Armírola, 2014:14).

Más aún, Schwartzman, G., Tarasow, F. y Trech, M. (2014) mencionan la necesidad de dos requisitos necesarios en la figura de un docente o en varios especializados: tener una buena articulación entre pedagogía (pedagogos) y tecnología (tecnólogos). Estos autores utilizan el concepto de dispositivos tecnopedagógicos citando a César Coll (2011) para referirse a aquel referente de la práctica educativa que condiciona y orienta los usos que profesores y alumnos hacen de las herramientas, recursos y aplicaciones TIC. Entonces afirman que “los usos que profesores y alumnos hagan finalmente de las TIC dependen tanto de las características de las tecnologías concretas que incorpora el diseño como de las opciones instruccionales que lo sustentan” (Schwartzman, G., Tarasow, F. y Trech, M. (2014:47).

En este sentido, Dussel y Quevedo (2010) mencionan que las nuevas tecnologías tienen lógicas y modos de configurar el conocimiento muy diferente a los de la institución educativa. Las primeras funcionan en base a la personalización, la seducción y el involucramiento personal y emocional, y suelen ser muy veloces y con una interacción inmediata. La universidad, en cambio, es una institución basada en el conocimiento disciplinar, más estructurada, menos exploratoria, y con tiempos y espacios determinados de antemano, más lentos y menos porosos. Cabe esperar entonces un proceso de negociación y de reacomodamiento de la institución educativa que no será automático ni inmediato, y que no debería ser leído solo como resistencia al cambio.

Asimismo, es importante hacer una distinción de la actividad docente en general y la actividad docente en las ciencias de la comunicación. Más específicamente, Verano, A., Morandi, G. y Catino, M. (2003) destacan que enseñar en ciencias de la comunicación⁸ conlleva un desafío extra relacionado a su especificidad: las tecnologías de la información y la comunicación, uno de los campos que mayor avance ha tenido en los últimos años, lo que tracciona, como consecuencia inevitable, la actualización docente. Siguiendo a los autores, en cuanto a los proyectos de formación de profesionales, se observa la existencia de una serie de perfiles diferenciados de acuerdo con la

⁸ El trabajo de Verano, A., Morandi, G., Catino, M. (2003) hace un recorrido del escenario en la de educación superior en los noventa para luego hacer un relevamiento específico de las carreras de Comunicación a nivel nacional en universidades tanto públicas como privadas arribando a conclusiones que permiten tener un panorama mayor de la situación. Todo ello, sobre la base de la necesidad de generar “mayor discusión y sistematización de información específica referida a diferentes aspectos relativos a la génesis, desarrollo y situación actual en este país, de la formación universitaria en Comunicación” (Verano, A., Morandi, G., Catino, M., 2003:145).

Todo ello, relacionado con las propias tensiones/discusiones dentro y fuera del campo de la comunicación. Ver Arrueta C. (2012) Discusiones acerca de la interdisciplina en comunicación. Aportes para la especificidad disciplinar. En revista Pensar. Epistemología y Ciencias Sociales, N° 7, Editorial Acceso Libre, Rosario. Disponible en la World Wide Web: <http://revistapensar.org/index.php/pensar/issue/view/7/showToc> www.revistapensar.org – info@revistapensar.org - ISSN N°: 1852-4702

valoración diferencial asignada a la emergencia de nuevas prácticas profesionales, y, a las posibilidades de incorporación y utilización de nuevas tecnologías de la información en el marco de los profundos desafíos que la realidad actual demanda. Por otro lado, y en relación con los proyectos curriculares, se expresan tensiones relativas a los modos posibles de articulación entre diferentes campos del saber que darían cuenta de este campo complejo de la comunicación, no siempre lográndose “resoluciones” satisfactorias en la perspectiva misma de los actores implicados, (grupos de gestión, docentes, alumnos); con las consecuentes tensiones entre teoría-práctica; formación general-formación específica, entre otras.

Si bien, el desafío de enseñanza universitaria es múltiple, la propuesta que se presenta aquí intenta poner atención sobre las herramientas o las decisiones que pueden tomar los y las docentes para mejorar el proceso de enseñanza. Y uno de esos aspectos es la información que puede proveer la población destinataria, es decir los y las estudiantes ya que las formas de educar varían en función del educando.

Llevado a la práctica, es notable que los estudiantes, más la población a la que hace mención este proyecto, estudiantes del primer año de la universidad, traen consigo inquietudes y preferencias relacionadas a consumos culturales audiovisuales de actualidad que proveen mayormente las redes sociales e internet. Asimismo, al estudiante de comunicación pareciera interesarle temas de actualidad y problemáticas coyunturales.

En este contexto, los y las docentes en ciencias de la comunicación no pueden ser ajenos a esta información, con lo cual es imprescindible la actualización y formación constante.

Por otro lado, y en cuanto al consumo de producciones audiovisuales, podemos observar que en el ámbito privado coexisten dos generaciones que comparten el espacio familiar y el tiempo de la vivienda. Dos modos de entender la vida (social, cultural, tecnológica), dos modos de apropiarse de la tecnología y los medios tradicionales:

“Para los más mayores, la televisión es la práctica dominante, el medio en el que nacieron y crecieron. Los “inmigrantes digitales” con un nivel inicial de uso suelen presentar algunas prácticas “tradicionales” como el correo electrónico y la navegación. Este grupo de edad contempla internet como una fuente complementaria de contenidos. Para los más jóvenes, llamas “nativos digitales”, es un medio más, que comparte espacio y tiempo con otros” (Tubella, Tabernero y Dwyer, 2008).

Son los jóvenes del segmento estudiado quienes han tomado la iniciativa en la búsqueda de los contenidos a través de la red o dispositivos móviles, provocando un consumo más adaptado a su tiempo libre y a sus gustos particulares, en consonancia con la tendencia actual de la nueva televisión que marca un disfrute menos familiar e individual. Se produce así lo que podría ser interpretada con

una clara atomización del contenido audiovisual periodístico y una mayor libertad de consumo. A la población joven le atrae más la independencia del teléfono celular en tanto este soporte permite visualizar contenidos audiovisuales en el momento elegido sin estar atado a una programación.

Sin embargo, los nuevos usos y consumos de las TICs apuntan a que no estamos ante el fin de la televisión como medio de comunicación, sino ante el final de un determinado uso. Tal y como señalaban Tubella et al. (2008), la irrupción de las TICs y el desarrollo asociado a nuevas prácticas comunicativas, “no supone necesariamente el fin de la televisión, como mínimo en un futuro próximo, pero sí, con toda probabilidad, el final de su consumo tal y como lo conocemos ahora mismo” (Tubella et al., 2008, p.168).

Existe, por lo tanto, una dinámica de coexistencia de prácticas comunicativas, arraigadas y nuevas, relacionadas con la localización de una amplia gama de dispositivos tecnológicos y medios de comunicación en las diferentes áreas del ámbito doméstico y familiar, y con significativas diferencias en la gestión del tiempo cotidiano. Ya no se habla de una “guerra de pantallas” sino que parece haber dado paso a la sinergia entre pantallas.

En relación con esto Morduchowicz señala que “los medios no se desplazan entre sí: se complementan” ya que “no hay antinomias entre medios porque la utilización de un medio no excluye la utilización del otro: lo que se produce es una suma” (Morduchowicz, 2008: 87).

Así, la combinación del consumo de televisión y de Internet junto con la multiplicación de medios, permiten la aparición del multitasking o multitarea como fenómeno muy generalizado, sobre todo entre jóvenes y supone no dedicarse a un medio en exclusividad, sino que el tiempo con los medios es compartido y nunca excluyente. En 2008, Tubella, Taberner y Dwyer detectaron que la multiplicidad de aplicaciones y la flexibilidad de uso de las TICs facilitan “el desarrollo de la capacidad multitarea de los usuarios y la intersección de muchas prácticas y funciones diversas en diferentes tiempos y contextos”. Estaríamos hablando de un usuario multi-dispositivo y siempre conectado. Pero por otra parte este fenómeno del paso de la cultura lineal a la percepción simultánea, de la inmediatez, el presentismo y la fragmentación (Morduchowicz, 2008) tiene una contraparte negativa. La autora hace referencia a la fragmentación con que los jóvenes se relacionan con los saberes (Morduchowicz, 2008: 28) remarcando en este sentido que los estudiantes hoy no recurren a estudiar con libros, o utilizar las bibliotecas ya que se estudia a partir de fotocopias de capítulos aislados.

Todo esto nos invita a plantearnos, desde el plano de las prácticas educativas, variados interrogantes acerca de los desafíos que se presentan: ¿es posible educar a quién no reconocemos en sus prácticas cotidianas vinculadas a los consumos referentes a los medios y las tecnologías? ¿Qué usos y/o consumos que desarrollan los jóvenes podrían resignificarse en la institución? ¿Existe un interés genuino de la universidad pública y de los actores principales que la habitan, por darle un lugar al

otro, esforzándose por conocerlo y así poder propiciar una experiencia educativa?

Con todo lo antedicho, y a pesar de la actualización cuatrimestral del módulo Televisión con contenidos y materiales didácticos novedosos y actuales, sin dejar de lado los contenidos mínimos que requiere la universidad y atendiendo a su vez a las formas y los consumos audiovisuales informativos de los estudiantes, este trabajo se fundamenta en la necesidad de conocimiento más preciso de esos consumos. Teniendo en cuenta, entonces, la debilidad mencionada por los autores a nivel regional, se espera que con los resultados obtenidos en la investigación que se propone, se pueda rever como cátedra, no sólo los contenidos a enseñar, sino también las formas de transmisión, es decir, la enseñanza.

La problemática para investigar entonces estará centrada en la obtención de datos de consumos audiovisuales periodísticos de los estudiantes para conocer la población destinataria de la planificación de las asignaturas mencionadas y poder establecer una previsión en la planificación de la enseñanza (Feldman y Palamidessi, 2001) adecuada a las necesidades, consumos y gustos de los y las estudiantes.

2.3. Objetivos:⁹

Objetivo General:

- Contribuir al conocimiento sobre los consumos audiovisuales informativos de los estudiantes del primer año de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNLaM para la previsión en la planificación de la enseñanza de grado.

Objetivos Específicos:

- Identificar los consumos audiovisuales informativos de los estudiantes mencionados.
- Analizar las implicancias de esos consumos en los contenidos de la asignatura dictada.
- Categorizar las plataformas de preferencia mediante las cuales los estudiantes se informan.
- Descubrir los temas informativos de mayor interés de los estudiantes.
- Determinar el contexto socioeconómico de los estudiantes.
- Especificar cómo son las formas de consumo.
- Distinguir las plataformas de preferencia.

2.4. Marco teórico:

Para el marco teórico se utilizarán diversos autores para las grandes áreas temáticas que aborda este proyecto. A continuación, se intentará resumirlas. La comunicación es inherente a la actividad humana con lo cual está presente desde el origen mismo de la humanidad. Las primeras expresiones comunicacionales se vieron reflejadas en gestos y sonidos culturales, es decir, los sentidos como la vista y el oído tuvieron un rol fundamental. A partir de allí, el ser humano fue adquiriendo diversas

⁹ Detallar objetivo general y objetivos específicos.

habilidades posibilitando, luego de un extenso camino, las herramientas comunicacionales de la actualidad. Pero, como se mencionó, las primeras expresiones comunicacionales fueron los gestos (posibilitado a través de la imagen) y los sonidos culturales (el audio).

En este sentido, las imágenes tienen la capacidad de hacerse ver y entender sin la necesidad de tener un texto o una explicación de apoyo (Berger, 2000). Por este motivo las imágenes fueron el motor de la comunicación ya que en los primeros tiempos de la humanidad la escritura y por ende la lectura no existía aún. Sin ir más lejos, en la actualidad muchas veces tampoco es necesario verbalizar para simbolizar (Berger, 2000), es decir, las imágenes muchas veces hablan por sí mismas y no requieren explicación alguna. Esto se puede observar también en los niños: el niño mira y ve antes de hablar, es decir, entiende el mensaje de sus padres con solo un gesto y comprende el mundo exterior observando y tocándolo.

El sonido por su parte cumple una función muy importante ya que apela de forma directa a los estados de ánimo: sucede con la música, por ejemplo. Ahora bien, ambas expresiones comunicacionales en conjunto se potencian y conforman lo que se suele llamar el lenguaje audiovisual. Se puede decir entonces que la imagen y el sonido son portadores de un mensaje comunicacional ya que propician información del mundo a través de su contenido audiovisual.

Es así como este trabajo define el lenguaje audiovisual bajo los parámetros de Christian Metz quien aplicó las teorías del lingüista y semiólogo Ferdinand de Saussure al análisis del lenguaje del cine. Por ende, define el lenguaje audiovisual como un sistema de signos que funciona a través de la imagen en movimiento y el sonido. Metz establece que el lenguaje audiovisual utiliza una serie de convenciones y códigos para transmitir significados al espectador. Por ejemplo, la combinación de diferentes planos y montajes puede crear un sentido de continuidad, secuencia temporal, perspectiva y profundidad.

En suma, para la comunicación audiovisual y lo relativo a la imagen propiamente dicha se utilizarán conceptualizaciones de autores como Aumont, Jaques y otros (1996), Barthes (1989); Gubern, Román (1987), Benjamin, Walter (1935), y Metz, Christian (1974), entre otros.

Por otro lado, es sabido que los medios de comunicación son considerados como la herramienta que permite estar informado del acontecer diario. Son un instrumento esencial para la sociedad actual y la vida cotidiana. Hasta el siglo pasado los medios de comunicación de masas eran por excelencia los medios considerados tradicionales: la prensa, la radio y la televisión cuyas funciones se limitaban a la transferencia de información entre emisor y receptor llamado pasivo ya que estos destinatarios no tienen la posibilidad de responder al mensaje que reciben.

Cada uno de estos medios de comunicación llegaron a la vida cotidiana en diferentes momentos de

la historia y a pesar de haberse puesto en duda la continuidad de la radio cuando acudió la televisión, por ejemplo, ambos dispositivos convivieron y conviven hasta el día de hoy. En este sentido, se habla de cambios y continuidades en el panorama de los medios de comunicación.

La llegada de Internet cambió la comunicación entre mucho más que lo que lo había hecho la televisión y generó cambios tanto en los medios de comunicación como en los flujos de información. En la actualidad cualquier persona puede publicar un texto, una imagen o un video desde cualquier computadora y esta puede ser leída en cualquier parte del mundo, recibiendo a su vez aportes y/u opiniones de quien, desde otro lugar, lejano pero próximo, esté leyendo o viendo lo publicado. Para teorizar sobre estos aspectos, se trabajará sobre las conceptualizaciones de Manuel Castells (1997), Carlos Scolari (2008; 2013), entre otros.

En suma, ha cambiado la forma de producción, distribución y consumo de las noticias en los medios de comunicación. Por lo tanto, existen múltiples maneras de construir una noticia en formato audiovisual que varían de acuerdo con el tipo de información a transmitir, el medio por el cual va a circular, la forma de tratar el tema y de los costos de producción dedicados, entre otras variables.

En consecuencia, para analizar las mediatizaciones, la construcción de sentido social y los consumos informativos se utilizarán conceptualizaciones de Garcia Canclini, Nestor (1995), Bauman, Zygmunt (2008), Martín Barbero, Jesús (1987) y McLuhan, Marshall (1964), Verón, Eliseo (1996), entre otros.

En lo que respecta a la elaboración propia del docente y los modos de enseñanza se indagará sobre las teorías de Feldman, D. y Palamidessi, M. (2001), Campero Cuenca, C. (2015), Litwin, E. (2008) y Maggio, M. (2018), entre otros. Sobre este aspecto se elaboró más en detalle en la problematización.

2.5. Hipótesis de trabajo o los supuestos implícitos (según corresponda al diseño metodológico) :¹⁰

Los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNLaM que cursan las materias Taller de Gráfica, Radio y Televisión I y Taller de Gráfica, Radio y Televisión II consumen mayoritariamente contenidos audiovisuales periodísticos de forma online (específicamente en redes sociales) a través de un teléfono móvil.

2.6. Metodología:

Se realizará un proceso de indagación en los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Comunicación Social del Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales de la UNLaM y se trabajará sobre sus consumos audiovisuales informativos.

¹⁰ En proyectos de desarrollo tecnológico puede ser reemplazada una hipótesis de trabajo por la propuesta de solución al problema de investigación mediante el diseño de un prototipo o elemento equivalente.

A partir de la modalidad básica, se llevará a cabo un estudio explicativo que permitirá establecer la tendencia de los consumos audiovisuales informativos a partir de la utilización del método cuantitativo. Se privilegiará, por lo tanto, una técnica de recolección de datos cuantitativa de acuerdo con los objetivos planteados porque se requiere que sea secuencial y probatorio (Hernández Sampieri, 2014). Los instrumentos de recolección incluyen cuestionarios y encuestas a los estudiantes mencionados y recopilación de datos existentes.

Teniendo en cuenta lo que sostiene César Arrueta (2012) en cuanto al carácter multidimensional del objeto de estudio del campo de la comunicación, el proyecto que se presenta aquí intentará abordarlo desde el campo educacional pedagógico (enseñanza) teniendo en cuenta que está circunscripto en el ámbito de una cátedra dentro de la Licenciatura en Comunicación Social. En este sentido, y siguiendo a Arrueta (2012), se parte de la idea que “los procesos sociales de intercambio de significados transitan esferas diversas y complementarias e incluyen otros campos de conocimiento”, de modo tal que no se puede partir desde una perspectiva unitaria de indagación. Esto conlleva a la necesidad de “articular nociones teóricas-ideológicas, metodológicas y procedimentales de distintos campos de conocimiento con el propósito de edificar elementos estructurales y constitutivos lo suficientemente amplios para dar cuenta de esa multidimensionalidad, sin olvidar el lugar disciplinar desde donde se indaga” (Arrueta, 2012:3).

Por lo tanto, la forma de abordar este objeto multidimensional es a través de la interdisciplina: “No es posible pensar en Comunicación en términos de predominio paradigmático. Por el contrario, se reconoce la urgencia de diálogos y construcción desde y con otros campos” (Arrueta, 2012:8). Se trata entonces de pensar al objeto desde diversos modos de aproximación para abordarlo desde perspectivas complementarias.

Por otro lado, el objeto de estudio presentado en este proyecto será abordado también desde la propuesta de César Arrueta (2012) en cuanto contexto tanto institucional como subjetivo. Esto significa que el objeto no puede observarse sin estar en “(...) diálogo con los contextos sociohistóricos; la consideración de los espacios institucionales y el lugar que los sujetos sociales que integran esos espacios le asignan a sus propias prácticas y sentidos de la investigación” Arrueta (2012:12). Esto apunta, no solo a la cultura institucional sino principalmente al contexto de la Universidad Nacional de La Matanza y por lo tanto al contexto de sus estudiantes, quienes acuden a una Universidad ubicada en la localidad de La Matanza, distrito más grande y desigual en términos socioeconómicos de todo el Conurbano Bonaerense. En este sentido, en el instrumento de recolección de datos se destinará una sección a responder preguntas que aludan a esta cuestión.

Se espera además realizar entrevistas tanto a los estudiantes como a los docentes, a los efectos de poder contrastar los datos obtenidos de los consumos audiovisuales que son cuantitativos con metodología cualitativa que permita ampliar la indagación propuesta.

La entrevista es una técnica empleada por diversas profesiones, además de su empleo en el aspecto metodológico, cada disciplina puede permitirse operar esta herramienta con diferente encuadre o

tipología. En la propia trayectoria de este grupo de investigadores se cuenta con esta experiencia desde el aspecto de la entrevista periodística y es realmente diferente la forma y empleo de la entrevista periodística a la forma de la entrevista metodológica. Una entrevista se compone de una serie de momentos: el reconocimiento del entrevistado y su expertiz, que se da a través de la realización de una suerte de estado del arte de la cuestión acerca de la que se va a tratar en la entrevista. El armado del cuestionario y luego, el momento privilegiado del encuentro en sí mismo. Así, podemos afirmar que una entrevista se compone y es una serie de momentos que termina completándose en un encuentro o en varios que permiten la continuidad de nuestra tarea. A veces son el eje central de un proceso de trabajo más amplio, de acuerdo con Guber, los investigadores sociales reúnen estas instancias y conforman un artefacto técnico, consolidando un encuentro de reflexión que dará lugar a una nueva reflexión, espacio en el que se logra arribar a verbalizaciones pero que por ser cara a cara, posee el componente de observación directa y participante (Guber, 2014)

En este sentido y de acuerdo con el objetivo, se adscribe a la idea señalada por Guber de realizar entrevistas con un estado de investigador con atención "flotante" que permite la escucha y la libre asociación que capitalice los temas y los conceptos desde la perspectiva del informante antes que desde la del investigador, en resumen, usando los tres procedimientos de la entrevista antropológica: la atención flotante del investigador, la asociación libre del informante y la categorización diferida del investigador, que podrán emplearse como complemento de los datos obtenidos a través de la investigación cualitativa. (Guber, 2014).

2.7. Bibliografía:

Aon Luciana; Zapata Natalia (2011) Jóvenes y consumos culturales. Una mirada sobre la recepción tecnológica y audiovisual en estudiantes de comunicación social. Universidad Nacional de La Plata. Localización: Question, ISSN-e 1669-6581, Vol. 1, N° 30, 2011. Idioma: español. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5702420>

Arrueta C. (2012) Discusiones acerca de la interdisciplina en comunicación. Aportes para la especificidad disciplinar. En revista Pensar. Epistemología y Ciencias Sociales, N° 7, Editorial Acceso Libre, Rosario. Disponible en la World Wide Web: <http://revistapensar.org/index.php/pensar/issue/view/7/showToc> www.revistapensar.org – info@revistapensar.org - ISSN N°: 1852-4702

Aumont, Jaques y otros (1996) Estética del cine. 2da edición, revisada y ampliada. Paidós.

Barthes, R. (1989). La cámara lúcida. Barcelona: Paidós.

Bauman, Zygmunt (2008), Vida de consumo, Buenos Aires, FCE.

Berger, J. (2000) Modos de ver. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Benjamin, Walter (1935) "La obra de arte en la era de la reproducción técnica". Flash.

Berger, John (2000) Modos de ver. Gustavo Gili.

Campero Cuenca, C. (2015) La formación de los educadores y de las educadoras de personas jóvenes y adultas en Latinoamérica: aportes desde la investigación y la experiencia. ESTUDOS • Rev. Bras. Estud. Pedagog. 96 (244) • Sep-Dec 2015. Disponible en <https://www.scielo.br/j/rbeped/a/tjGTWJyLgJXNNxcNdbxYLkz/abstract/?lang=es>

Carvajal Picón, B., Pérez Palencia, A., Ríos Sánchez, P., Serrano Duitama, B., Vásquez Rueda, J. (2019) Tendencias de consumo cultural audiovisual en estudiantes universitarios de Bucaramanga. Universidad Autónoma de Bucaramanga Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Artes Programa Comunicación Social Bucaramanga. Disponible en <https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/7106>

Cárdenas Aguirre Nury Solange Zúñiga Molina Luis Alfredo. Prácticas en consumo audiovisual y conectividad de los estudiantes adolescentes de la ciudad de Guayaquil. Producción de un programa piloto de periodismo investigativo. Disponible en <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/5034/1/T-UCSG-PRE-FIL-CCS-95.pdf>

Castells, Manuel (1997) La era de la información: economía, sociedad y cultura. Alianza Editorial.

Castells, Manuel (2006) La sociedad red: una visión global. Alianza Editorial.

Chávez L. y Anderson H. (2021) Netflix: comunicación audiovisual y nuevos hábitos de consumo televisivo de los estudiantes de Comunicación Social de la UNMSM. Lima. Disponible en <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/17676>

Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017. Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA). Ministerio de Cultura. Presidencia de la Nación Argentina. Disponible en <https://www.sinca.gob.ar/Encuestas.aspx>

Dussel, I. y Quevedo, L. A. (2010). Educación y nuevas tecnologías: los desafíos pedagógicos ante el mundo digital. Documento Básico del VI Foro Latinoamericano de Educación. Buenos Aires, Santillana.

Eider Urcola Eceiza, Leire Azkunaga García y Ainhoa Fernández de Arroyabe Olaortua. Una brecha generacional: nuevas tendencias del consumo audiovisual entre los jóvenes universitarios. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/363629134_Una_brecha_generacional_nuevas_tendencias_del_consumo_audiovisual_entre_los_jovenes_universitarios

Feldman, D. y Palamidessi, M. (2001). Programación de la enseñanza en la Universidad. San Miguel: Universidad Nacional de General Sarmiento.

García Canclini, Nestor (1995) El consumo sirve para pensar (*) En: Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México, Grijalbo, 1995, pp. 41-55. disponible en https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comunicacionyrecepcion/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/garcia_canclini._el_consumo_sirve_para_pensar.pdf

Gubern, Román (1987) *La mirada opulenta: Exploración de la iconósfera contemporánea*. Barcelona: Gustavo Gili.

Guber, Rosana (2014). "La entrevista etnográfica" o "el arte de la no directividad" en Guber, Roxana. *La etnografía. Método, campo y reflexividad*, Buenos Aires: Siglo XXI editores.

Heram Yamila y Kopp Julián (2019) *Del televisor al celular: un estudio exploratorio sobre los consumos audiovisuales de los y las jóvenes*. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Disponible en: <https://www.aacademica.org/000-023/562>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. (2014) *Metodología de la investigación social*, México. Mc Graw-Hill. 2014.

Litwin, E. (2008). *El oficio de enseñar*. Buenos Aires: Paidós.

Lizarraga, Fernando Alejandro (2010) *Youtube a la carta ¿prosumidores o consumidores?*. Un análisis sobre la producción y el consumo de You Tube conferido por los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Matanza [Documento electrónico]. -- San Justo : UNLaM. -- 111 p.

Maggio, M. (2018) *Habilidades del siglo XXI : cuando el futuro es hoy : documento básico*, XIII Foro Latinoamericano de Educación / Mariana Maggio. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Santillana. Disponible en https://www.fundacionsantillana.com/PDFs/XIII_Foro_Documento_Basico_WEB.pdf

Martín Barbero, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Universidad Autónoma Metropolitana.

Martín-Barbero, J. (1989). *Procesos de comunicación y matrices de cultura*. México D. F.:

Martín Barbero, Jesús (2002) *La educación desde la comunicación*.

Gustavo Gili.

McLuhan, Marshall (1964) *Comprender los medios de comunicación. Extensiones del ser humano*. Ediciones Paidós.

McLuhan, Marshall (1967) *El medio es el mensaje. Un inventario de efectos*. Ediciones Paidós.

Metz, Christian (1974) *El estudio semiológico del lenguaje cinematográfico en Lenguajes*. Revista de lingüística y semiología. publicación de la Asociación Argentina de Semiótica. Año 1, número 2. Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires.

Metz, Christian (2001) *El significante imaginario. Psicoanálisis y cine*. Paidós Comunicación Cine. Barcelona. Buenos Aires. México.

Metz, Christian (2002) *Ensayos sobre la significación en el cine*. Paidós Comunicación Cine. Barcelona.

Metz, C. *Cuatro pasos en las nubes, vuelo teórico [en línea]*. En *L'enonciation impersonnelle ou le site du film*. París: Méridiens Klincksieck (1991). Traducción de Dominic Choi.

[Consulta: 05 de Abril de 2014]. Disponible en: <http://www.slideshare.net/buda333/cuatro-pasos-en-las-nubes-christian-metz>

Monje, D., [et al.] (2018). Consumos audiovisuales en la comunidad educativa de la UNVM : caso Uniteve Villa María: Universidad Nacional de Villa María. Disponible en http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/doc_num.php?explnum_id=1748

Morduchowicz, Roxana (coord.) (2008), Los jóvenes y las pantallas, Barcelona: Gedisa.

Morduchowicz, Roxana (2008) La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales Buenos Aires, Paidós, 2008.

Nava Preciado, J. M. () El consumo de medios audiovisuales y la construcción de imaginarios en adolescencias de escuelas secundarias urbanas: del conocimiento al mito. Disponible en <http://200.23.113.51/pdf/27404.pdf>

O´farrill, Yasnier Hinojosa (2017) El consumo audiovisual de los jóvenes universitarios Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos. Cuba. Atenas, vol. 1, núm. 37, pp. 77-92, 2017. Disponible en <https://www.redalyc.org/journal/4780/478055147006/html/>

Orozco Gomez, Guillermo (2002) Recepción y mediaciones. Buenos Aires: Editorial Norma.

Orozco Gomez (1999) Guillermo, Televidencia y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia, Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Oviedo, P. E. y Pastrana Armírola, L. H. (Comp. o Editor) (2014) Investigaciones y desafíos para la docencia del siglo XXI. Bogotá D.C. Kimpres Universidad de la Salle. Disponible en <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/fce-unisalle/20170117032546/investigacion.pdf>

Pere Marquès, Graells Introducción al Lenguaje Audiovisual [en línea] Departamento de Pedagogía Aplicada, Facultad de Educación, Universitat Autònoma Barcelona (1995) [Consulta: 15 de Marzo de 2014]. Disponible en: http://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/tpm-lenguaje_audiovisual.pdf

Sánchez-Escalonilla, Antonio (2001). Estrategias de guión cinematográfico. Barcelona: Editorial Ariel.

Schwartzman, G., Tarasow, F. y Trech, M. (Comps.) (2014). De la educación a distancia a la educación en línea. Aportes a un campo en construcción. Rosario: Homo Sapiens. Cap. "Dispositivos tecnopedagógicos para enseñar: el diseño en la educación en línea". Verano Alejandro, Morandi Glenda y Catino Magalí, La formación universitaria en comunicación en la argentina: realidades y desafíos en el escenario actual de la educación superior en Oficios Terrestres, FPyCS, UNLP. 2003.

Scolari, Carlos (2008) Hipermediaciones. Elementos para una teoría de una comunicación digital interactiva.

Scolari, Carlos (2013) Narrativas transmedia: cuando los medios cuentan.

Silverstone, Roger (2004) ¿Por qué estudiar los medios?, Buenos Aires-Madrid: Amorrortu Editores.

Steiman, J. (2012). Más didáctica (en la educación superior). Buenos Aires: Miño y Dávila.

Thompson, John (1994), Los media y el desarrollo de las sociedades moderna s. Una teoría de los medios de comunicación, Cambridge.

Tubella, I.; Taberner, C. & Dwyer, V. (2008). Internet y televisión: la guerra de las pantallas. Barcelona: Ariel

Uranga, Washington (2008) Mirar desde la comunicación, La Plata, FPyCS-UNLP, 2008.

Winocur, Rosalía (2006) "Internet en la vida cotidiana de los jóvenes", Revista Mexicana de Sociología 68, num. 3, DF: Universidad Autónoma de México, Instituto de investigaciones Sociales.

Verano, A., Morandi, G., Catino, M. (2003) La formación universitaria en comunicación en la argentina: realidades y desafíos en el escenario actual de la educación superior en Oficios Terrestres; no. 14. ISSN: 1668-5431. Páginas: 144-153. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata.

Verón Eliseo (1996) Semiosis de lo social. Fragmentos de una teoría de la discursividad. España, Gedisa.

Williams, Raymond (1981) Historia de la Comunicación, volumen 2, Madrid: Bosch Comunicación.

2.8. Programación de actividades (Gantt):¹¹

Actividad	Primer año de trabajo (2023)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<i>(todos los miembros participan de todas las actividades)</i>												
Relevamiento Bibliográfico	X	X	X	X	X							
Análisis del material bibliográfico				X	X	X	X					
Realización de encuestas						X	X	X	X	X		
Taller interno de discusión						X	X	X	X	X	X	X
Procesamiento y análisis parcial de la información obtenida										X	X	X
Elaboración de informe de avance											X	X
Actividad	Segundo año de trabajo (2024)											
<i>(todos los miembros participan de todas las actividades)</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Revisión de los objetivos a la luz de los resultados obtenidos el primer año	X	X	X									
Taller interno de discusión				X	X	X	X	X	X	X	X	
Escritura de artículos para presentar en congresos y/o revistas				X	X	X	X	X	X	X		

¹¹ Definir la programación de actividades para cada objetivo específico, y las personas responsables de su ejecución.

Elaboración de conclusiones para la elaboración del informe final y publicación de resultados											X	X	X
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	---	---

2.9. Resultados en cuanto a la producción de conocimiento:

Se espera obtener información válida para el conocimiento sobre los consumos audiovisuales informativos de los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNLaM. Asimismo, se espera que estos resultados sean insumo y provean información a otros docentes tanto universitarios como de terciarios y de modalidad secundaria, con el fin de que puedan orientar el currículum de la asignatura, así como los procesos de enseñanza aprendizaje.

2.10. Resultados en cuanto a la formación de recursos humanos:

En el presente proyecto se otorga especial importancia a la formación de recursos humanos, en virtud de que la mayoría de sus integrantes, incluyendo al director y a la codirectora, son investigadores en formación, por lo que esta investigación reviste capital importancia en el desarrollo de su trayecto como investigadores. Consideramos que la mejor manera de aprender estos procesos es precisamente a través de la práctica. También nos parece oportuno destacar que las trayectorias de formación del equipo tienen su anclaje en la temática presentada y en el escenario en el que ésta se desarrolla. Se espera además, poder incorporar estudiantes de la Licenciatura en Comunicación social como becarios en el segundo año.

2.11. Resultados en cuanto a la difusión de resultados:

Se espera poder difundir los resultados obtenidos en congresos afines a la temática y realizar publicaciones en revistas especializadas para dar cuenta de la difusión en instancias de avance de la investigación. Creemos que los datos obtenidos deben difundirse para dar lugar a estudios interdisciplinarios y también con otras Casas de Altos Estudios.

2.12. Resultados en cuanto a transferencia hacia las actividades de docencia y extensión:

Se espera que los resultados de esta investigación impacten directamente y sirvan de insumo tanto en los contenidos curriculares como en la práctica docente del módulo Televisión del Taller de Gráfica, Radio y Televisión I y Taller de Gráfica, Radio y Televisión II de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNLaM.

2.13. Resultados en cuanto a la transferencia de resultados a organismos externos a la UNLaM:
No se preveen en esta instancia

2.14. Vinculación del proyecto con otros grupos de investigación del país y del exterior:

No se preveen en esta instancia, aunque no se descarta que surjan del devenir de la propia investigación.

2.15. Destinatarios:

Tipo de destinatario		Subtipo de destinatario ¹²	¿Cuál? Especificar	Demandante ¹³	Adoptante ¹⁴
Sector Gubernamental	Gobiernos	Del Poder Ejecutivo nacional			
		Del Poder Ejecutivo provincial			
		Del Poder Ejecutivo municipal			
	Otras Instituciones gubernamentales	Poder Legislativo en sus distintas jurisdicciones			
		Poder Judicial en sus distintas jurisdicciones			
Sector Salud		Hospitales, centros comunitarios de salud y otras entidades del sistema de atención			
Sector Educativo		Sistema universitario			
		Sistema de educación básica y secundaria			
		Sistema de educación terciaria			
Sector Productivo		Empresas			
		Cooperativas de trabajo y producción			
		Asociaciones del Sector			
Sociedad Civil		ONG's y otras organizaciones sin fines de lucro			
		Comunidades locales y particulares			

¹² Marcar con una X

¹³ Demandante: entidad administrativa de gobierno nacional, provincial o municipal constituida como demandante externo de las tecnologías desarrolladas, que determina la necesidad del proyecto por su importancia social. Marcar con una X

¹⁴ Adoptante: beneficiario o usuario en capacidad de aplicar los resultados desarrollados (organismos gubernamentales de ciencia y tecnología nacionales o provinciales; universidades e institutos universitarios de gestión pública o privada; empresas públicas o privadas; entidades administrativas de gobierno nacionales, provinciales o municipales; entidades sin fines de lucro; hospitales públicos o privados; instituciones educativas no universitarias; y organismos multilaterales. Marcar con una X

3-Recursos Existentes¹⁵

Descripción/ concepto	Cantidad	Observaciones

4-Recursos financieros¹⁶

	Rubro	Año 1	Año 2	Total
Gastos de capital (equipamiento)	a) Equipamiento (1)			
	b) Licencias (2)			
	c) Bibliografía (3)	20.000		20.000
	Total Gastos de Capital	\$ 20.000,00	\$ 0,00	\$ 20.000,00
Gastos corrientes (funcionamiento)	d) Bienes de consumo	10.000	10.000	20.000
	e) Viajes y viáticos (4)			
	f) Difusión y/o protección de resultados (5)	90.000	110.000	200.000
	g) Servicios de terceros (6)			
	h) Otros gastos (7)			
	Total Gastos Corrientes	\$ 100.000,00	\$ 120.000,00	\$ 220.000,00
	Total Gastos (Capital + Corrientes)	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$240.000,00

Aclaraciones sobre rubros del presupuesto

1 Equipamiento: Equipamiento, repuestos o accesorios de equipos, etc.

2 Licencias: Adquisición de licencias de tecnología (software, o cualquier otro insumo que implique un contrato de licencia con el proveedor).

3 Bibliografía: En el caso de compra de bibliografía, ésta no debe estar accesible como suscripción en la Biblioteca Electrónica.

4 Viajes y viáticos: Viajes y viáticos en el país: Gastos de viajes, viáticos de campaña y pasantías en otros centros de investigación estrictamente listados en el proyecto. Gastos de viaje en el exterior: (no deberán superar el 20% del monto del proyecto).

5 Difusión y/o protección de resultados: Ej.: (Gastos para publicación de artículos, edición de libros inscripción a congresos y/o reuniones científicas).

6 Servicios de terceros: Servicios de terceros no personales (reparaciones, análisis, fotografía, etc.).

7 Otros gastos: Incluir, si es necesario, gastos a realizar que no fueron incluidos en los otros rubros.

4.1 Origen de los fondos solicitados

Institución	% Financiamiento
UNLaM	100%
Otros (indicar cuál)	-

¹⁵ Antes de confeccionar el presupuesto del proyecto, será necesario que el Director incluya en esta tabla si dispone de recursos adquiridos con fondos de proyectos anteriores (equipamiento, bibliografía, bienes de consumo, etc.) a ser utilizados en el proyecto a presentar, y además se recomienda consultar en la Unidad académica la disponibilidad de recursos existentes factibles de ser utilizados en el presente proyecto.

¹⁶ Justificar presupuesto detallado. Para compras de un importe de entre 6 y 60 módulos, (cuyo valor se regula de acuerdo con el Decreto 1030/16, Art 28) se requieren tres presupuestos. Superado ese límite, las contrataciones se realizarán según la normativa que rige las compras de la Universidad, todo de acuerdo con la Resolución HCS 143/2022.