Código	FPI-002
Objeto	Protocolo de presentación de proyectos de investigación
Usuario	Director de proyecto de investigación
Autor	Secretaría de Ciencia y Tecnología de la UNLaM
Versión	2.2
Vigencia	20/10/2015

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA
FOJA Nº 4

Unidad Ejecutora:
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Título del proyecto de investigación:

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL GUBERNAMENTAL DE MUNICIPIOS DURANTE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES. UN ANÁLISIS SEMIÓTICO.

Programa de acreditación:

CYTMA2

Directora del proyecto:

CICALESE, Gabriela Rosa

Integrantes del equipo:

Docentes investigadores: BALSAS, Hernán Ariel; GÓMEZ, Verónica Andrea; JANCAR, Verónica; PINO, Florencia; SADOVIAK, María Luciana; SCHELL, Alejandro Maximiliano

Alumnos investigadores: FAGIOLI, Florencia Soledad; LENCINA, Andrés Esteban; RAMÍREZ, Darío Ariel

Fecha de inicio:

01/01/2018

Fecha de finalización:

31/12/2019

Sumario

1. Identificación del proyecto de investigación..... p. nº 2
2. Composición del equipo de investigación..... p. nº 3
3. Plan de investigación..... p. nº 9
4. Presupuesto solicitado..... p. nº 19
5. Nota de compromiso del director e integrantes del equipo..... p. nº 20

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN			
1.1 Programa de acreditación	PROINCE (Programa de Incentivos. SPU-ME)		
	CyTMA2 (Programa de Investigación Científica, Desarrollo y Transferencia de Tecnologías e Innovaciones. UNLaM)		X
1.2 Modalidad de ejecución	Unidepartamental		X
	PIDC (Programa de Investigación con Dependencia Compartida)		
	PDTS-UNLaM (Proyecto de Desarrollo Tecnológico y Social-UNLaM)		
1.3 Unidad Ejecutora en la cual se presenta el proyecto	Departamentos	Humanidades y Ciencias Sociales	X
		Ingeniería e Investigaciones Tecnológicas	
		Ciencias Económicas	
		Derecho y Ciencia Política	
		Ciencias de la Salud	
	Escuelas	Escuela de Posgrado	
1.4 Unidad/es Académica u Órgano/s de Gestión/Dirección que participan en la elaboración del proyecto de investigación bajo la modalidad PIDC	Secretarías	General	
		Académica	
		Ciencia y Tecnología	
		Extensión	
		Administrativa	
		Legal y Técnica	
		Informática y Comunicaciones	
		Planeamiento y Control de Gestión	
		Transferencia de Servicios	
	Institutos	Cooperación Internacional	
		Medio Ambiente	
		Medios de Comunicación	
	Escuelas	Formación Continua	
1.5 Otra entidad participante en el proyecto externa a la UNLaM			
1.6 Entidad/es demandante/s y/o adoptante/s externas a UNLaM			
1.7 Título del Proyecto	**Comunicación Institucional Gubernamental de municipios durante las campañas electorales. Un análisis semiótico.**		
1.8 Programa de investigación	**CYTMA2**		
1.9 Línea de investigación			
1.10 Apellido y Nombre del Director de proyecto	**Cicalese, Gabriela Rosa**		
1.11 Apellido y Nombre del Co-Director de proyecto			
1.12 Fecha de inicio	**01/01/2018**		
1.13 Fecha de finalización	**31/12/2019**		

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA
5
FOJA Nº

2. COMPOSICIÓN DEL EQUIPO DE INVESTIGACIÓN			
2.1 Director de proyecto	Apellido y nombre	**Cicalese, Gabriela Rosa**	
	CUIL	**27-21768927-4**	
	Máxima titulación alcanzada	**Doctora en Comunicación Social**	
	Cargo docente actual UNLaM	Profesor Emérito	
		Profesor Consulto	
		Profesor Titular	
		Profesor Asociado	
		Profesor Adjunto	X
		Jefe de Trabajos Prácticos	
	Dedicación docente actual UNLaM	7 Por Contrato	
		6 Exclusiva	
		5 Tiempo Completo	
		4 Semiexclusiva	X
		3 Parcial	
		2 Simple	
		1 Básica	
		0 Ad-Honorem	
	Dependencia donde tiene la designación docente actual	**Humanidades y Ciencias Sociales**	
	Cantidad de horas semanales dedicadas a este proyecto	**3**	
	Categoría vigente asignada en el Programa de Incentivos		
	Nro. de resolución de la última categoría asignada por la SPU		
	Fecha de resolución de la última categoría asignada por la SPU		
	Participa como investigador en CONICET–CIC- INTA-INTI-CNEA u otros		
2.2 Co-Director de proyecto	Apellido y nombre		
	CUIL		
	Máxima titulación alcanzada		
	Cargo docente actual UNLaM	Profesor Emérito	
		Profesor Consulto	
		Profesor Titular	
		Profesor Asociado	
		Profesor Adjunto	
		Jefe de Trabajos Prácticos	
	Dedicación docente actual UNLaM	7 Por Contrato	
		6 Exclusiva	
		5 Tiempo Completo	
		4 Semiexclusiva	
		3 Parcial	
		2 Simple	
		1 Básica	
		0 Ad-Honorem	
	Dependencia donde tiene la designación docente actual		
	Cantidad de horas semanales dedicadas a este proyecto		
	Categoría vigente asignada en el Programa de Incentivos		
	Nro. de resolución de la última categoría asignada por la SPU		
	Fecha de resolución de la última categoría		

	asignada por la SPU		
	Participa como investigador en CONICET–CIC- INTA-INTI-CNEA u otros		
2.3 Docente-investigador UNLaM	Apellido y nombre	**Balsas Hernán Ariel**	
	CUIL	**20-36806190-6**	
	Máxima titulación alcanzada	**Licenciado en Relaciones Públicas**	
	Cargo docente actual UNLaM	Profesor Emérito	
		Profesor Consulto	
		Profesor Titular	
		Profesor Asociado	
		Profesor Adjunto	
		Jefe de Trabajos Prácticos	
		Auxiliar de 1ra	X
		Auxiliar de 2da	
		Bedel	
	Dedicación docente actual UNLaM	7 Por Contrato	
		6 Exclusiva	
		5 Tiempo Completo	
		4 Semiexclusiva	
		3 Parcial	
		2 Simple	X
		1 Básica	
		0 Ad-Honorem	
	Dependencia donde tiene la designación docente actual	**Humanidades y Ciencias Sociales**	
	Cantidad de horas semanales dedicadas a este proyecto	**6 (seis)**	
	Categoría vigente asignada en el Programa de Incentivos		
	Nro. de resolución de la última categoría asignada por la SPU		
	Fecha de resolución de la última categoría asignada por la SPU		
	Participa como investigador en CONICET–CIC- INTA-INTI-CNEA u otros		
2.3 Docente-investigador UNLaM	Apellido y nombre	**Gómez Verónica Andrea**	
	CUIL	**27-35793552-6**	
	Máxima titulación alcanzada	**Licenciada en Relaciones Públicas**	
	Cargo docente actual UNLaM	Profesor Emérito	
		Profesor Consulto	
		Profesor Titular	
		Profesor Asociado	
		Profesor Adjunto	
		Jefe de Trabajos Prácticos	
		Auxiliar de 1ra	X
		Auxiliar de 2da	
		Bedel	
	Dedicación docente actual UNLaM	7 Por Contrato	
		6 Exclusiva	
		5 Tiempo Completo	
		4 Semiexclusiva	
		3 Parcial	
		2 Simple	X
		1 Básica	
		0 Ad-Honorem	

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA
FOJA N° 6

	Dependencia donde tiene la designación docente actual	**Humanidades y Ciencias Sociales**	
	Cantidad de horas semanales dedicadas a este proyecto	**6 (seis)**	
	Categoría vigente asignada en el Programa de Incentivos		
	Nro. de resolución de la última categoría asignada por la SPU		
	Fecha de resolución de la última categoría asignada por la SPU		
	Participa como investigador en CONICET–CIC- INTA-INTI-CNEA u otros		
2.3 Docente-investigador UNLaM	Apellido y nombre	**Jancar Verónica Cecilia**	
	CUIL	**27-21558451-3**	
	Máxima titulación alcanzada	**Corrector Literario**	
	Cargo docente actual UNLaM	Profesor Emérito	
		Profesor Consulto	
		Profesor Titular	
		Profesor Asociado	
		Profesor Adjunto	
		Jefe de Trabajos Prácticos	
		Auxiliar de 1ra	X
		Auxiliar de 2da	
		Bedel	
	Dedicación docente actual UNLaM	7 Por Contrato	
		6 Exclusiva	
		5 Tiempo Completo	
		4 Semiexclusiva	
		3 Parcial	X
		2 Simple	
		1 Básica	
		0 Ad-Honorem	
	Dependencia donde tiene la designación docente actual	**Humanidades y Ciencias Sociales**	
	Cantidad de horas semanales dedicadas a este proyecto	**6 (seis)**	
	Categoría vigente asignada en el Programa de Incentivos		
	Nro. de resolución de la última categoría asignada por la SPU		
	Fecha de resolución de la última categoría asignada por la SPU		
	Participa como investigador en CONICET–CIC- INTA-INTI-CNEA u otros		
2.3 Docente-investigador UNLaM	Apellido y nombre	**Pino Florencia**	
	CUIL	**27-34424182-7**	
	Máxima titulación alcanzada	**Licenciada en Relaciones Públicas**	
	Cargo docente actual UNLaM	Profesor Emérito	
		Profesor Consulto	
		Profesor Titular	
		Profesor Asociado	
		Profesor Adjunto	
		Jefe de Trabajos Prácticos	
		Auxiliar de 1ra	X
		Auxiliar de 2da	

		Bedel	
	Dedicación docente actual UNLaM	7 Por Contrato	
		6 Exclusiva	
		5 Tiempo Completo	
		4 Semiexclusiva	X
		3 Parcial	
		2 Simple	
		1 Básica	
		0 Ad-Honorem	
	Dependencia donde tiene la designación docente actual	**Humanidades y Ciencias Sociales**	
	Cantidad de horas semanales dedicadas a este proyecto	**7 (siete)**	
	Categoría vigente asignada en el Programa de Incentivos		
	Nro. de resolución de la última categoría asignada por la SPU		
	Fecha de resolución de la última categoría asignada por la SPU		
	Participa como investigador en CONICET–CIC- INTA-INTI-CNEA u otros		
2.3 Docente-investigador UNLaM	Apellido y nombre	**Sadoviak María Luciana**	
	CUIL	**23-29952930-4**	
	Máxima titulación alcanzada	**Licenciada en Comunicación Social**	
	Cargo docente actual UNLaM	Profesor Emérito	
		Profesor Consulto	
		Profesor Titular	
		Profesor Asociado	
		Profesor Adjunto	
		Jefe de Trabajos Prácticos	X
		Auxiliar de 1ra	
		Auxiliar de 2da	
		Bedel	
	Dedicación docente actual UNLaM	7 Por Contrato	
		6 Exclusiva	X
		5 Tiempo Completo	
		4 Semiexclusiva	
		3 Parcial	
		2 Simple	
		1 Básica	
		0 Ad-Honorem	
	Dependencia donde tiene la designación docente actual	**Humanidades y Ciencias Sociales**	
	Cantidad de horas semanales dedicadas a este proyecto	**18 hs.**	
	Categoría vigente asignada en el Programa de Incentivos	**V**	
	Nro. de resolución de la última categoría asignada por la SPU	**1409**	
	Fecha de resolución de la última categoría asignada por la SPU	**24/06/2016**	
	Participa como investigador en CONICET–CIC- INTA-INTI-CNEA u otros		
2.3 Docente-investigador UNLaM	Apellido y nombre	**Schell Alejandro Maximiliano**	
	CUIL	**20-21094304-9**	

	Máxima titulación alcanzada	**Especialista en Gestión y Conducción del Sistema Educativo y sus Instituciones**	
	Cargo docente actual UNLaM	Profesor Emérito	
		Profesor Consulto	
		Profesor Titular	
		Profesor Asociado	
		Profesor Adjunto	X
		Jefe de Trabajos Prácticos	
		Auxiliar de 1ra	
		Auxiliar de 2da	
		Bedel	
	Dedicación docente actual UNLaM	7 Por Contrato	
		6 Exclusiva	
		5 Tiempo Completo	X
		4 Semiexclusiva	
		3 Parcial	
		2 Simple	
		1 Básica	
		0 Ad-Honorem	
	Dependencia donde tiene la designación docente actual	**Humanidades y Ciencias Sociales**	
	Cantidad de horas semanales dedicadas a este proyecto	**12 hs.**	
	Categoría vigente asignada en el Programa de Incentivos	**V**	
	Nro. de resolución de la última categoría asignada por la SPU	**1409**	
	Fecha de resolución de la última categoría asignada por la SPU	**24/06/2016**	
	Participa como investigador en CONICET–CIC- INTA-INTI-CNEA u otros		
2.4 Investigador Externo a la UNLaM	Apellido y nombre		
	CUIL		
	Máxima titulación alcanzada		
	Filiación Institucional		
	Categoría en el Programa de Incentivos		
	Participa como investigador en CONICET–CIC- INTA-INTI-CNEA u otros		
2.5 Asesor-Especialista Externo a la UNLaM	Apellido y nombre		
	CUIL		
	Máxima titulación alcanzada		
	Filiación Institucional		
	Categoría en el Programa de Incentivos		
	Participa como investigador en CONICET–CIC- INTA-INTI-CNEA u otros		
2.6 Graduado de la UNLaM	Apellido y nombre		
	CUIL		
	Máxima titulación alcanzada en la UNLaM		
	Filiación Institucional		
	Categoría en el Programa de Incentivos		
	Participa como investigador en CONICET–CIC- INTA-INTI-CNEA u otros		
2.7 Alumno de carreras de Postgrado (UNLaM)	Apellido y nombre		
	CUIL		
	Máxima titulación alcanzada		
	Filiación Institucional		

	Categoría en el Programa de Incentivos	
	Participa como investigador en CONICET–CIC- INTA-INTI-CNEA u otros	
	Carrera que se encuentra cursando	
	Cantidad de materias aprobadas	
	Porcentaje de materias aprobadas	
2.8 Alumno de carreras de grado (UNLaM)	Apellido y nombre	**Fagioli Florencia**
	CUIL	**23-35533584-4**
	Carrera que se encuentra cursando	**Licenciatura en Relaciones Públicas**
	Departamento Académico de la UNLaM	**Humanidades y Ciencias Sociales**
	Cantidad de materias aprobadas	**32**
	Porcentaje de materias aprobadas	**82%**
	Ayudante alumno	**-**
2.8 Alumno de carreras de grado (UNLaM)	Apellido y nombre	**Lencina Andrés Esteban**
	CUIL	
	Carrera que se encuentra cursando	**Licenciatura en Relaciones Públicas**
	Departamento Académico de la UNLaM	**Humanidades y Ciencias Sociales**
	Cantidad de materias aprobadas	**29**
	Porcentaje de materias aprobadas	**74%**
	Ayudante alumno	**-**
2.8 Alumno de carreras de grado (UNLaM)	Apellido y nombre	**Ramírez Darío Ariel**
	CUIL	**20-36156914-9**
	Carrera que se encuentra cursando	**Licenciatura en Relaciones Públicas**
	Departamento Académico de la UNLaM	**Humanidades y Ciencias Sociales**
	Cantidad de materias aprobadas	**33**
	Porcentaje de materias aprobadas	**85%**
	Ayudante alumno	**-**
2.9 Personal de apoyo técnico administrativo	Apellido y nombre	
	CUIL	
	Dependencia donde tiene la designación docente/no docente actual	

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA
FOJA N° 8

3. PLAN DE INVESTIGACIÓN

3.1 Resumen del Proyecto:
Análisis Semiótico de la comunicación institucional oficial municipal, desplegada a lo largo del período previo a las campañas electorales de 2017 (legislativa) y 2019 (municipales).

3.2 Palabras clave: Comunicación política gubernamental - comunicación electoral - análisis semiótico.

3.3 Tipo de investigación:
3.3.1 Básica:
3.3.2 Aplicada: X
3.3.3 Desarrollo Experimental:

3.4 Área de conocimiento (código numérico y nombre): 4600 Información

3.5 Disciplina de conocimiento (código numérico y nombre): 4601 Comunicaciones Masivas

3.6 Campo de aplicación (código numérico y nombre): 4601 Comunicaciones Masivas

3.7 Estado actual del conocimiento:

Las relaciones entre la comunicación oficial de los gobiernos y las campañas de los partidos políticos a los que pertenecen esos gobiernos se ha investigado desde la perspectiva de las relaciones con periodistas (clientelismo, libertad de expresión) y medios (estrategias de pauta, presiones a los grupos editoriales, favoritismo editorial o cuantitativo hacia los candidatos oficialistas), como así también, se han estudiado las relaciones con los ciudadanos (redes sociales, medios seleccionados, clientelismo, entre otros). Asimismo, se ha empleado el análisis semiótico para comparar estrategias discursivas de campañas de diferentes partidos. En este trabajo, en cambio, se apunta al empleo de herramientas semióticas que permitan comparar los discursos de los gobiernos locales con los de su partido -en ámbitos que a veces superan lo local- en campaña.

Octavio Islas, del Instituto tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, en su artículo *Análisis de Imagen Pública de Precandidatos para las elecciones 2006*, propone dos grandes perspectivas que resultan antecedentes a nuestra investigación. La primera es su grilla comparativa de algunos signos empíricos para el análisis: imagen visual, audiovisual y ambiental. Los ítems que emplea son muy limitados y generales y terminan más convirtiéndose en subtítulos de conclusiones de estudios de opinión pública, ya que las clasificaciones no avanzan más allá de generalidades como signos, color, iluminación o imagen pública y medios, relaciones con la audiencia. Por tanto, la semiótica se vuelve más un instrumento para un análisis político que un eje central de la investigación. En este trabajo, en cambio, la originalidad de una matriz pormenorizada de mediciones convierte a la semiótica en el centro del análisis. La segunda perspectiva interesante del estudio mexicano es la ubicación del trabajo dentro de la categoría Comunicación Organizacional, hecho que liga de algún modo el objeto de análisis con esta línea de trabajo (propia, en nuestro caso, de las Relaciones Públicas). Sin embargo, no hay argumentos en la investigación para avanzar teórica o metodológicamente en esta línea.

Algunos trabajos, centrados más bien en el diseño gráfico, analizan específicamente la imagen en los afiches preelectorales. La Tesis de la Maestría en Análisis de Problemas Políticos, Económicos e Internacionales Contemporáneos de la Universidad del Externado de Colombia, perteneciente a

Carlos Manuel Mendoza Latorre, y titulada "Análisis semiótico de la imagen de los carteles de campaña política del partido liberal entre 2002 y 2015 (campañas presidenciales 2002, 2006, 2010, 2014 y campaña a la alcaldía mayor en Bogotá en 2015)" explora fundamentalmente la relación imagen, intencionalidad comunicacional y contexto político de las distintas campañas, centrando la imagen de los candidatos al posicionamiento de su partido de referencia y la efectividad de sus slogans y las estrategias de gobierno, la militancia política, los imaginarios de cada época.

Lo atractivo del estudio de Juan Manuel Sánchez de la Vega titulado "Semiótica de la propaganda: aplicación de un modelo de análisis formal a vídeos de campaña electoral durante las Elecciones Generales de 2011. El caso de PSOE y PP" deviene de la procedencia del investigador, tratándose de un Trabajo Final en la Carrera Publicidad y Relaciones Públicas, que podría incorporar la perspectiva disciplinaria que estamos proponiendo en la investigación. Sin embargo, se centra en el uso que los jóvenes hacen de esas piezas y pierde la posibilidad de aportar originalidad desde el campo académico incorporando conceptos o herramientas específicas.

Aún en la propuesta formativa de talleres y cursos, el análisis semiótico aplicado a campañas electorales se traduce a un aspecto específico del marketing político. "Define el mensaje que llega a las emociones", propone el lema de Hunter Asociados (México), con el subtítulo "el mensaje ganador" para presentar sus investigaciones y cursos de marketing gubernamental.

La ALICE (Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales) ha realizado VII Congresos internacionales desde el 2012 en distintos puntos de Latinoamérica, vinculados a Comunicación Política y Estrategias de Campañas. Un rastreo por sus Mesas de Trabajo, casi una veintena por Congreso, muestra mesas vinculadas a efectos de las campañas, pero no a su análisis semiótico. Entre los 15 libros publicados por la Asociación, sólo uno se centra en el discurso. Es el caso de "Discursos Mediáticos en Contextos Electorales" (Muñiz y Martínez, 2016) que, como su nombre lo indica, se centra en la ubicación de los Medios en campañas más que en la comunicación institucional de los candidatos, eje de nuestra investigación.

En el caso específico de Argentina, de las 44 Tesis de Maestría en Sociosemiótica del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba, sólo una aborda la temática del discurso político: *Análisis del discurso, Reforma Constitucional y discursos políticos en la provincia de Córdoba*, de Fabiana Martínez (2008). Luego, varias encaran las políticas públicas vinculadas a salud o urbanismo, a discursos dictatoriales y otros aspectos, pero no existen trabajos que conectan la comunicación institucional de gestión con las campañas. Tampoco entre los trabajos de investigación relacionados con el Doctorado en Semiótica de la misma institución.

En la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Univ. de Buenos Aires, Beatriz Sznaider, dirige desde 2011 el equipo de investigación destinado a alumnos. "*Comunicación institucional orientada a gobiernos, instituciones públicas en general, ONGs y a la comunicación externa de empresas*". Sin embargo, su perspectiva no incluye análisis semiótico.

En definitiva, hay estudios que marcan la semiótica como herramienta al marketing político. Muchos menos, que ligan la semiótica a la comunicación organizacional e institucional de gestión, especialmente centradas en la recepción por parte de los ciudadanos. Y prácticamente son nulos los que relacionan la comunicación institucional de gestión gubernamental con los usos de campaña, fundamentando ese vínculo desde la perspectiva semiótica. Por tanto, entendemos que la

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA
9
FOJA Nº

investigación propuesta no sólo es pertinente para la materia en una carrera como Relaciones Públicas, sino que podrá aportar también una mirada nueva en términos teóricos a la investigación del campo disciplinar en Argentina.

3.8 Problemática a investigar:

La relación entre la comunicación institucional de gobiernos locales y partidaria en tiempos de campaña electoral.

3.9 Objetivos:

- Indagar los valores sociales y los mitos relacionados con la opinión pública que son puestos en agenda por los candidatos y la campaña institucional de partidos y gobiernos locales en su discurso electoral.

- Describir los entrecruzamientos discursivos entre comunicación institucional de gestión local y comunicación de campaña en períodos preelectorales a nivel local.

- Indagar los signos comunes entre las piezas de comunicación oficial y de propaganda electoral.

3.10 Marco teórico:

La identidad y los imaginarios de los ciudadanos constituyen variables que inciden en las decisiones ligadas al voto. La convivencia social y la comunicación se constituyen en el vehículo para el intercambio simbólico que conforma esos imaginarios y esa identidad. Y en el nivel local esos intercambios son más frecuentes y estables. Los procesos electivos suponen un esfuerzo de los partidos y los gobiernos por captar la atención de los ciudadanos para influir en la opinión pública y, finalmente en la conducta de los votantes. Las herramientas propias del análisis semiótico permiten analizar los piezas comunicacionales y los discursos como huellas de la intencionalidad con la que fueron diseñadas y producidas. Por otra parte, los circuitos de comunicación gobierno local/ciudadanos son carril preferencial para las necesidades de campaña electoral. El análisis semiótico indaga también sobre los distintos usos y resignificaciones de esos mismos circuitos.

Nos basamos especialmente en la perspectiva de Discurso Social de Marc Angenot, cuyos estudios y reflexiones se caracterizan por otorgar prioridad al análisis de la presencia de una regularidad y una tendencia a la homogenización *interdiscursiva* que sufre todo discurso en las sociedades contemporáneas:

> *"Convengamos en llamar 'discurso social' a todo aquello que se dice y se escribe en un estado de sociedad, todo aquello que se imprime, todo lo que.se habla y se representa hoy en los medios electrónicos. Todo lo que se narra y argumenta, si se plantea que narrar y argumentar son los dos grandes modos de puesta en discurso"* (Marc Angenot, 1998: 17).

Se ha destacado especialmente la funcionalidad de esta perspectiva a los fines de analizar el efectivo desarrollo de la discursividad social, frente a esquemas centrados en la intencionalidad de quienes están involucrados en esos procesos discursivos, o a los que incorporan las prácticas sociales que activan un proceso de socialización, pero no tienen una voluntad de significación.

> *"Lo que acabamos de exponer presupone una distinción tentativa -que atraviesa materialidades y funcionamientos semióticos diversos (simbólicos, indiciales, icónicos)- entre lo que podrían considerarse dos grandes tipos de prácticas sociales: aquellas genuinamente semióticas y aquellas otras que, según los contextos, pueden ver activado un proceso de semiotización. Esta diferenciación conlleva el interrogante -que dejaremos abierto- sobre si en ambos casos sería legítimo hablar de discursos o si sólo constituyen discurso aquellas*

prácticas cuyo fundamento es simbolizar el mundo, construyéndolo e instituyéndolo en el mismo movimiento. Prácticas a las que aquí hemos denominado objetivantes. Es preciso remarcar que incluimos en esta última categoría no sólo a los discursos que tienen como soporte la materia verbal, sino también a aquellos discursos inscriptos en materialidades tan diversas como la imagen (fotografía, cine, tv, etc.) y/ o el cuerpo (representaciones, acciones ritualizadas, etc.)." (Dalmasso, 2005:17)

Metodológicamente, la perspectiva de Angenot, supone la sincronicidad de los corpus a analizar, pero al mismo tiempo, permite avanzar en un la idea de discursos que muestren la comunicación presente entre diferentes campos, para dar inteligibilidad a las prácticas discursivas. A ese fin, ofrece una serie de instrumentos conceptuales que pueden emplearse a fin de analizar esas prácticas discursivas: la lengua legítima, los lugares del verosímil social, la doxa, los fetiches (lo que debe decirse) y tabúes (lo que no debe decirse), temáticas y visión del mundo, entre otros que serán abordados en la investigación.

Como se ha señalado, Angenot plantea asimismo que *en los discursos operan dispositivos que funcionan independientemente de los usos que cada individuo les atribuye, que existen fuera de las conciencias individuales y que están dotados de un poder social en virtud del cual se imponen a una colectividad, con un margen de variaciones, y se interiorizan en las conciencias* (García, 2016: 120).

Y, aunque la hegemonía discursiva se ha interpretado en términos de momentos históricos, podemos por analogía, trasladarlos a un momento específico de campaña, como el que en este trabajo intentamos abordar para el análisis de un discurso que apunta a la conformación de un sujeto político.

Se entiende aquí que tanto la comunicación institucional como la comunicación de campaña apuntan a la configuración de sujetos políticos, pero esas configuraciones deberían tener matices bien diferenciados, que indagaremos en esta investigación.

A ese fin, también los trabajos de Eliseo Verón sobre enunciación, especialmente los conceptos ligados a enunciatario. Una característica estructural del discurso político de este autor, es su triple destinación: prodestinatario (quien comparte los valores del enunciador), contradestinatario (sus valores son antagónicos) y paradestinatario (ni comparte ni rechaza los valores o creencias del enunciador).

Pocas veces se advierte que cuando hablamos de comunicación institucional (no importa aquí si el ámbito es local o no), estamos refiriéndonos precisamente a una dimensión institucional de la comunicación. Vale, en ese sentido aplicar la conceptualización que se aplica a cualquier institución: algunas reglas, que suponen cierto grado de formalidad, con rigor para ser obedecidas y estables como para que los diferentes actores tengan expectativas compartidas acerca de ellas. Ahora bien, "*cuando las instituciones son débiles, los actores las tomarán menos seriamente. Si los políticos no esperan que las reglas de juego perduren o sean cumplidas es poco probable que inviertan en ellas*" (Levitsky y Murillo, 2007: 181) Del mismo modo podemos pensar que un comunicador institucional, por ejemplo, un relacionista público, incorporado al ámbito de la administración pública local, que debe involucrarse con la comunicación en momentos de campaña política.

Se han analizado las consecuencias de la debilidad institucional en el campo político y económico, pero no hay antecedentes que refieran a lo institucional en el campo de la comunicación y por tanto no se pueden hacer inferencias sobre los actores involucrados en los períodos de campaña.

Finalmente, como ha señalado Arendt (2005:20) "*ser políticos, vivir en la polis, quería decir que todo se decidía con las palabras y la persuasión, no con la fuerza y la violencia*" analizar los discursos que circulan en los ámbitos locales es un modo de reconocer también qué valor se otorga a la política y sus actores.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA
10
FOJA N°

3.11 Hipótesis:

La comunicación de gestión gubernamental a nivel local, en etapas preelectorales, se convierte en comunicación de campaña y pierde su carácter institucional.

3.12 Metodología:

Análisis semiótico, desde un enfoque cualitativo, según se detalla en anexo A.

Objeto de estudio: piezas de comunicación institucional de gestión de los municipios de La Matanza, Merlo y Tres de Febrero de la Provincia de Buenos Aires, y piezas de campaña política de los partidos de gobierno en cada uno de esos municipios durante los tiempos previstos por la ley para las campañas electorales de 2017 (se adjunta listado de piezas recogidas, en anexo B) y 2019 y un período equivalente en 2018.

3.13 Bibliografía

ALTHUSSER, L. (2002) *Ideología y aparatos ideológicos del Estado.* Buenos Aires, Nueva Visión.

ANGENOT, M. (2010) *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible,* Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

ANGENOT, M. (2010) *Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias,* Editorial de la Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba (1era. Edición 1998).

ARENDT, H. (2005) La Condición Humana, Barcelona, Paidós

ARISTÓTELES (1978). *El arte de la retórica.* Buenos Aires: Eudeba.

AUSTIN, J. (1982) *Cómo hacer cosas con palabras.* Barcelona, Paidós.

BARTHES, R. (1983) *"Estructura del suceso"*, en Ensayos críticos. Barcelona, Seix Barral.

BARTHES, Roland (1993) *La aventura semiológica.* Barcelona, Paidós.

BAUDRILLARD, J. (1983) *Crítica de la economía política del signo.* México, Siglo XXI.

BENVENISTE, Emile (2004): *Curso de Lingüística general II* - Capítulo 3: La Comunicación. Apartado: El aparato formal de la enunciación (páginas 82 a 94) - Buenos Aires Siglo XXI.

BERTRAND, DENIS (2000) *"Elementos de narratividad"*, en Précis de Sémiotique Littéraire. Paris: Nathan, 2000, pp. 181-190.Traducción: Lelia Gándara.

BENVENISTE, E. (1989) *Problemas de lingüística general.* Dos tomos. México, Siglo XXI.

BETTETINI, G. (1986) *La conversación audiovisual.* Problemas de la enunciación fílmica y televisiva. Madrid, Cátedra.

BOURDIEU P. (1984) *"El mercado lingüístico"*; en: Sociología y cultura. México, Grijalbo.

CICALESE, Gabriela (2010): *Yo soy... ¿nosotros somos? Comunicación e identidades.* Capítulo 2: Definir la identidad entre arquetipos y estereotipos. (páginas 33 a 54)

COLOMBO, F. (1990) *"El ícono ético. La imagen de síntesis y un nuevo paradigma moral"*, en Videoculturas de fin de siglo. Madrid, Cátedra.

DALLERA, Osvaldo: *La teoría semiológica de Greimas* - en ZECHETTO, Vittorino (2002) Seis semiólogos en busca del lector. (páginas 132 a 164) - Ediciones CICCUS/ La Crujía - Buenos Aires.

DALMASSO, M.T. (2005) "Reflexiones semióticas", en *Revista Estudios Nº 17 El mundo, el sujeto y sus signos: reflexiones semióticas,* Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba, pp.11-20.

DEL COTO, M. R. (1996) *"Semiótica y publicidad"*, en De los códigos a los discursos, Buenos Aires, Editorial Docencia. ECO, U. (1981) Tratado de Semiótica General, Barcelona, Lumen.

DUCROT, Oswald y TODOROV, Tzvetan (2011): *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje.* Editorial Siglo XXI - Buenos Aires. Páginas 143 a 149: Lengua y Habla. 294 a 300. Tipología de los hechos de sentido. 380 A 386: Lenguaje y Acción.

ECO, Umberto (1986): *La estructura ausente. Introducción a la semiótica* - Sección A.2: El Universo del Sentido (página 52 a 121)- Editorial Lumen - Barcelona.

ECO, Umberto (1986): *La estructura ausente. Introducción a la semiótica* - Capítulo 5: El mensaje persuasivo: la retórica (página 150 a 165)- Editorial Lumen - Barcelona.

Equipo del Centro de Comunicación La Crujía (2013): *Perspectivas y experiencias de comunicación política* – Buenos Aires.

FABBRI, P. (1995) *Tácticas de los signos. Ensayos de semiótica.* Barcelona, Gedisa.

FAYE, J.-P. (1976) Los lenguajes totalitarios. Madrid, Taurus.

FOUCAULT, M. (1992) *Arqueología del saber.* México, Siglo XXI.

GARCÍA, P (2016) Aproximaciones teóricas para el estudio del discurso desde los postulados de Marc Angenot, en "Los estudios del discurso en la Argentina actual, nuevos desafíos, nuevas miradas" comp. por Mariana Pascual, Universidad Nacional de San Luis

GENETTE, G. (1998) *Nuevo discurso del relato.* Madrid, Cátedra.

GROUPE M. (1993) *Tratado del signo visual.* Barcelona, Cátedra.

HALLIDAY M. A. K.(1982) *El lenguaje como semiótica social.* México, FCE.

KRESS. G. y R. FOWLER (1983) *Lenguaje y control.* México, Fondo de Cultura Económica.

LEVITSKY, S y MURILLO, M (2007) "Teoría sobre instituciones débiles, el caso argentino" en Emiliozzi, Pecheny y Unzué (comp) "La dinámica de la democracia - representación, instituciones y ciudadanía en Argentina" Buenos Aires, Prometeo.

LOTMAN, J. y USPENSKIJ, B. (1979) *Semiótica de la cultura.* Madrid, Cátedra.

LOZANO, J. et al.(1982) *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual.* Madrid,

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA
FOJA Nº 11

Cátedra.

MAINGUENEAU, D (1996) *Términos claves del análisis del discurso.* Buenos Aires: Nueva Visión.

MARTY, C. y MARTY, R.(1992). *La semiótica. 99 respuestas.* Bs.As.: Edicial, 1995.

MENDOZA LATORRE C. M. (2016). Análisis semiótico de la imagen de los carteles de campaña política del partido liberal entre 2002 y 2015 (campañas presidenciales 2002, 2006, 2010, 2014 y campaña a la alcaldía mayor en Bogotá en 2015). Tesis de Maestría en Análisis de Problemas Políticos, Económicos e Internacionales Contemporáneos de la Universidad del Externado de Colombia (publicado en la biblioteca digital de la Universidad).

MOLES, A. (1976) *El afiche en la sociedad urbana.* Buenos Aires, Paidós.

MUÑIZ C. y MARTÍNEZ J. (2016), *Discursos Mediáticos en Contextos Electorales.* Editado por Universidad Autónoma de Nueva León, Monterrey, México (ISBN: 978-607-27-0534-0)

ONG, Walter (1982): *Oralidad y escritura – Tecnologías de la palabra* — Fondo de Cultura Económica – México. Capítulo IV: La escritura reestructura la conciencia (páginas 81 a 116)

PEIRCE, Ch. S., (1987) *Obra lógico-semiótica.* Madrid, Taurus.

PENINOU, G. (1976) *Semiótica de la Publicidad.* Barcelona, Gustavo Gili.

POTTER, J., (1998) *La representación de la realidad. Discurso, retórica y construcción social.* Barcelona, Paidós.

Revista Razón y Palabra www.razonypalabra.org.mx ISSN 1605-4806, sección Libros y Tesis

RICOEUR, P., (1996) *"El mundo del texto y el mundo del lector"*, en Tiempo y narración, México, Siglo XXI.

STEIMBERG, O. y TRAVERSA, O. (1997) *Estilo de época y comunicación mediática*, Buenos Aires, Atuel.

VAN DIJK T. A. (1999) *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria.* Barcelona, Gedisa. (1a. edic. ingl. 1998).

VAN DIJK, Teun A. (compilador) (2001): *El discurso como estructura y proceso.* Gedisa Editorial - Barcelona. Capítulo 3: Semántica del discurso (páginas 107 a 154)

VAN DIJK, Teun A. (compilador) (2005): *El discurso como interacción social.* Gedisa Editorial - Barcelona. Capítulo 2: Pragmática del discurso (páginas 67 a 99)

VERÓN, E. (1987). *El discurso político.* Buenos Aires: Hachette.

VERÓN, E. (1997) *Semiosis de lo ideológico y del poder*, CBC, UBA, Bs.As.

VICTOROFF, D. (1980) *Publicidad e imagen.* Barcelona, Gustavo Gili.

VIGNAUX, Georges (1986): *La argumentación* - Capítulo II: La lógica de la argumentación discursiva (páginas 33 a 47) - Editorial Hachette - Buenos Aires.

WHITE, HAYDEN (1992) *"El valor de la narrativa en la representación de la realidad"*, en El contenido de la forma, Barcelona, Paidós.

ZECCHETTO, Victorino (coordinador) (2002): *Seis semiólogos en busca del lector.* Capítulos 1 y 2 (páginas 15 a 70) - Ediciones CICCUS/ La Crujía - Buenos Aires.

ZECHETTO, Victorino (2003): *La danza de los signos. Nociones de semiótica general.* Capítulo 7: El lenguaje no verbal del cuerpo (páginas 149 a 166) - La Crujía Ediciones - Buenos Aires.

ZUNZUNEGUI, S. (1998) *Pensar la imagen.* Barcelona, Cátedra.

3.14 Programación de actividades (Gantt)
3.14.1 Programación de tareas previas

Actividades / Responsables 2017	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1.1. Búsqueda bibliográfica	x	x	x	x								
1.2. Elaboración marco teórico					x	x						
1.3. Desarrollo de la matriz de análisis				x	x	x	x					
1.4. Selección del corpus de campaña primarias 2017							x	x				
1.5. Selección del corpus de campaña generales 2017									x	x		
1.6. Selección del corpus de comunicación institucional 2017							x	x	x	x		
1.7. Prueba y afinación de la matriz conceptual									x	x		
1.8. Aplicación de matriz a material 2017											x	x

3.14.1 Programación de tareas del 1er. Año

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA
12
FOJA N°

Actividades / Responsables 2018	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1.1. Selección del corpus de comunicación institucional 2018				X	X	X	X	X	X	X		
1.2. Aplicación de matriz a material 2018											X	X
1.3. Participación en Jornadas y Congresos								X	X	X		
1.4. Armado de informe de avances de la investigación											X	X

3.14.2. Programación de tareas del 2do. Año

Actividades / Responsables 2019	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1.1. Selección del corpus de campaña primarias 2019							X	X				
1.2. Selección del corpus de campaña generales 2019									X	X		
1.3. Selección del corpus de comunicación institucional 2019							X	X	X	X		
1.4. Aplicación de matriz a material 2019										X	X	
1.5. Participación en Jornadas y Congresos								X	X	X	X	
1.6. Redacción de artículos											X	X
1.7. Armado de informe final de la investigación												X

3.15 Resultados en cuanto a la producción de conocimiento:

En el área específica de las Relaciones Públicas y de la Comunicación Institucional, se espera aportar evidencia de un uso herramental de la comunicación de gestión contraria a los principios profesionales de los relacionistas públicos, subsumiendo la comunicación institucional al marketing político.

3.16 Resultados en cuanto a la formación de recursos humanos:

Se espera que, en tanto proyecto de investigación de cátedra, permita que los docentes y estudiantes adquieran una perspectiva académica, sostenida en el andamiaje teórico de la semiótica, que pueda superar la mirada maniquea con la que se analizan habitualmente estos discursos electorales.

En términos didácticos, permitirá agregar a la batería de prácticos de la materia una salida a campo que garantice la aplicación concreta sobre los conceptos trabajados, lo que supone brindar a los estudiantes un espacio de práctica.

3.17 Resultados en cuanto a la difusión de resultados:

Se espera que los jóvenes investigadores puedan comenzar a elaborar ponencias científicamente sólidas, en un área particular como es la Semiótica, y robusteces de ese modo su carrera académica.

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

La Semiótica tiene un espacio mínimo en términos de carga horaria dentro de la carrera de Relaciones Públicas. Sin embargo, se trata de una perspectiva fundamental para la producción de los futuros comunicadores institucionales, por lo que una investigación de este tipo, permitirá visibilizar la verdadera dimensión del aporte de la Semiótica a las RRPP.

3.19 Resultados en cuanto a la transferencia de resultados a organismos externos a la UNLaM:

Se prevé hacer llegar las conclusiones a los responsables de la comunicación de los distintos municipios en una jornada de extensión de la materia/ carrera

3.20 Vinculación del proyecto con otros grupos de investigación del país y del extranjero:

Se establecerán las vinculaciones y colaboración académica con grupos de investigación de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ).

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA
13
FOJA N°

4. PRESUPUESTO SOLICITADO

4.1 ORÍGENES DE LOS FONDOS SOLICITADOS	Monto solicitado
4.1.1 Recursos propios (UNLaM)	24.500,00$
4.1.2 Provenientes del CONICET	0,00$
4.1.3 Provenientes de la ANPCyT (FONCYT, FONTAR, y otros)	0,00$
4.1.4 Provenientes de otros Organismos Nacionales y Provinciales	0,00$
4.1.5 Provenientes de Organismos Internacionales	0,00$
4.1.6 Provenientes de otras Universidades Públicas o Privadas	0,00$
4.1.7 Provenientes de Empresas	0,00$
4.1.8 Provenientes de Entidades sin fines de lucro	0,00$
4.1.9 Provenientes de fuentes del exterior	0,00$
4.1.10 Otras fuentes (consignar)	0,00$
Total de fondos solicitados	0,00$
4.2 ASIGNACIÓN DE FONDOS POR RUBRO	**Monto solicitado**
a) Bienes de consumo:	0,00$
a.1)	0,00$
Subtotal rubro Bienes de consumo	0,00$
b) Equipamiento:	0,00$
b.1)	0,00$
Subtotal rubro Equipamiento	0,00$
c) Servicios de Terceros:	0,00$
c.1)) Impresión de materiales para el análisis y de los resultados	4.000,00$
Subtotal rubro Servicios de Terceros	4.000,00$
d) Participación en Eventos científicos:	0,00$
d.1) Viáticos y pasajes	6.000,00$
d.2) Organización de evento de transferencia de los resultados	9.000,00$
Subtotal rubro Participación en Eventos Científicos	15.000,00$
e) Trabajo de campo:	0,00$
e.1) Viáticos	4.000,00$
Subtotal rubro Trabajo de campo	4.000,00$
f) Bibliografía:	0,00$
f.1) Libros	1.500,00$
Subtotal rubro Bibliografía	1.500,00$
g) Licencias:	0,00$
g.1)	
Subtotal rubro Licencias	0,00$
h) Gastos administrativos de cuenta bancaria:	0,00$
h.1)	0,00$
Subtotal rubro Gastos administrativos de cuenta bancaria	0,00$
Total presupuestado	24.500,00$

5. NOTA DE COMPROMISO DEL DIRECTOR E INTEGRANTES DEL EQUIPO

Quienes suscriben *(Cicalese Gabriela Rosa, DNI: 21.768.927; Balsás Hernán Ariel, DNI: 36.806.190; Gómez Verónica Andrea, DNI: 35.793.552; Jancar Verónica Cecilia, DNI: 21.558.451; Pino Florencia, DNI: 34.424.182; Sadoviak María Luciana, DNI: 29.952.930; Schell Alejandro Maximiliano, DNI: 21.094.304; Fagioli Florencia Soledad, DNI: 35.533.584; Lencina Andrés Esteban, DNI: 30.482.235; Ramírez Darío Ariel, DNI: 36.156.914),* manifiestan conocer los derechos y obligaciones que emanan del Reglamento para la Administración de Fondos y Rendición de Cuentas de los Subsidios de Investigación del Programa CyTMA2 (*dejar lo que corresponda),* así como de toda normativa vigente referida a este programa de investigación, y se comprometen a su debido cumplimento. Asimismo, manifiestan conceder los derechos de propiedad intelectual a la Universidad Nacional de La Matanza en cuanto a todo aquello que corresponda al conocimiento producido en el marco del presente proyecto, sus posibilidades de transferencia y capacidad de registrarlo en los ámbitos correspondientes. Asimismo, toman conocimiento que todo equipamiento, bibliografía, bienes de uso y de capital adquiridos a través del presupuesto que se asigne el proyecto una vez acreditado, es patrimonio de la Universidad Nacional de la Matanza, y deberá ser reintegrado a la Unidad Académica en la que se acreditó el proyecto u a otro destino que la autoridad competente designe una vez finalizado el proyecto.--------

.....	.....
Firma del Co-Director del Proyecto	Firma del Director del Proyecto
.....	GABRIELA R. CICALESE
Aclaración de firma	Aclaración de firma
.....	27-21768927-4
CUIL Nº	CUIL Nº
.....	.....
Firma del Integrante del Proyecto	Firma del Integrante del Proyecto
HERNÁN A. BALSAS	Veronica Andrea Gomez
Aclaración de firma	Aclaración de firma
20-36806190-6	27-35793552-6
CUIL Nº	CUIL Nº

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA
FOJA Nº 14

Firma del Integrante del Proyecto

Vero Jancar

JANCAR, VERÓNICA
Aclaración de firma

27-21.558.451-3
CUIL Nº

Firma del Integrante del Proyecto

Pino Florencia
Aclaración de firma

27-34424182-7
CUIL Nº

Firma del Integrante del Proyecto

Luciana

Ma. Luciana Rodríguez
Aclaración de firma

23-29952930-4
CUIL Nº

Firma del Integrante del Proyecto

Alejandro Schell

Alejandro

Aclaración de firma

20-21094304-9
CUIL Nº

Firma del Integrante del Proyecto

FLORENCIA S. FAGIOLI
Aclaración de firma

23-35533584-4
CUIL Nº

Firma del Integrante del Proyecto

Andrés Lencina

Andrés

Aclaración de firma

20-30482235-0
CUIL Nº

Firma del Integrante del Proyecto

DARÍO RAMIREZ

Darío

Aclaración de firma

20-36156914-9
CUIL Nº

Firma del Integrante del Proyecto

Aclaración de firma

CUIL Nº

La información que consta en este protocolo de presentación de proyecto de investigación tiene el carácter de declaración jurada. Autorizo su verificación cuando la Universidad Nacional de La Matanza a través de sus órganos correspondientes lo considere pertinente.

Lugar y fecha: 2 de julio de 2018

.....

Firma del Director del Proyecto

GABRIELA R. CICALESE

.....

Aclaración de firma

27-21768927-4

.....

CUIL Nº