



ANEXO III: FORMULARIO DE PROYECTOS DE I+D

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

1. Título del Proyecto de I+D. El desarrollo de la dimensión ética de los estudiantes de la UNO en el marco del acceso a la información y la participación en redes sociales.

2. Departamento/Instituto de radicación: Instituto de Educación, Justicia y Trabajo.

3. Línea de Investigación y Desarrollo de pertenencia:

| | | | |
|-------------|---|----------------|--|
| Prioritaria | X | Complementaria | |
|-------------|---|----------------|--|

Denominación:

Derecho, ética, medios de com

4. Tipo de Proyecto: unicación y redes sociales

| | | | |
|-------------|--|------------------------------|---|
| Acreditable | | Reconocimiento institucional | X |
|-------------|--|------------------------------|---|

5- Período de vigencia:

01/03/2023 al 31/12/2024

6. Justificación del Proyecto

A partir de algunas problemáticas sociales emergentes en la última década, se torna necesario el análisis de los discursos circulantes en los medios de comunicación y redes

sociales para la producción de sentido. Desde la universidad es prioritario crear un espacio de observación, análisis y producción de material que permita otorgar herramientas para que los estudiantes y la sociedad en general pueda desarrollar una mirada crítica no solo de los medios de comunicación tradicionales, sino también, de aquellas plataformas emergentes que proponen una nueva visión de los ciudadanos digitales.

Además, es prioritario formular un mapa sobre los consumos culturales y comunicacionales de los estudiantes de la comunidad, el cual permita comprender cómo ellos significan el mundo y qué instrumentos emplean para informarse y entretenerse. La constitución de este mapa contribuirá a trazar una historia acerca de la manera de vincularse con la información. Desde esta propuesta se podrán generar contenidos contra la "infodemia", construir espacios de debate entre otras opciones que apunten a generar sujetos reflexivos y con ética profesional para proponerse como referentes en diversas disciplinas.

El proyecto cobrará relevancia en la medida en que los estudiantes puedan producir contenidos que impacten no solo en la comunidad universitaria, sino también en la sociedad.

Cabe destacar la relevancia dentro del ámbito académico, ya que instaura un enfoque original sobre el tema con la finalidad de generar nuevas miradas y espacios de debate.

7. Estado actual del conocimiento sobre el tema.

Actualmente se tiene conocimientos sobre algunos estudios generales que establecen relaciones entre la ética y los medios de comunicación. Uno de estos es "La ética y los medios de comunicación" (2006) de Freddy Álvarez, en el cual el autor refuta la idea de que en la universalidad que proponen los medios de comunicación todo vale y, por lo tanto, plantea la idea de una ética que se ubique más allá de la dicotomía del bien y del mal.

También dentro de esta línea de estudios se encuentra la obra de Ignacio Ramonet. En lo expuesto en el artículo "Informarse cuesta"(1997), el autor sostiene la idea de que el periodismo televisivo y como consecuencia de eso otros medios de comunicación han reemplazado la búsqueda de la verdad, como principio ético, por darle prioridad al entretenimiento a través de la espectacularidad de la imágenes con el fin de ganar audiencias. Esto se vincula, ya que Ramonet dirige su análisis a evidenciar el fin de la fiabilidad informativa de los medios masivos de comunicación. Vinculado a este análisis, otro artículo de Ramonet titulado "El quinto poder" (2003) propone la creación de un



observatorio de medios integrado por ciudadanos con el fin de mejorar el acceso a una información veraz. Otros autores que continúan en esta corriente de lectura son Noam Chomsky con "El control de los medios de comunicación" (1992) , conferencia en la que el pensador establece a través de la historia una relación entre el sistema democrático y los medios de comunicación para arribar a la conclusión de que la salud de la democracia depende de la participación de los ciudadanos en un marco de medios completamente libres e imparciales.

8. Objetivos general y específicos

Objetivos generales

- Entender los principios de la ética en medios de comunicación y redes sociales;
- explorar nuevas formas de comunicación y su influencia en los jóvenes;
- construir sujetos digitales con herramientas para el análisis criterioso y la participación responsable en medios de comunicación y redes sociales.

Objetivos específicos

- Realizar un mapeo de los consumos culturales y comunicacionales de los estudiantes de la universidad;
- generar material de análisis que permita que la Universidad Nacional del Oeste cuente con un observatorio de medios de comunicación y redes sociales en donde se puedan analizar estereotipos, patrones, datos y construcciones discursivas que influyan en las prácticas sociales de la comunidad de la Universidad Nacional del Oeste;
- crear un espacio de reflexión institucional que permita pensar sobre la importancia de las redes sociales en la construcción de ciudadanía digital y sus buenas prácticas;
- aportar a los estudiantes y a la comunidad en general herramientas para la creación y gestión de contenidos digitales de calidad.



9. Hipótesis de la Investigación

La hipótesis de trabajo es: "El perfil de estudiante universitario que puede plantear la UNO debe incluir la dimensión de un individuo éticamente responsable y con actitud activa y consciente en la participación en medios de comunicación y redes sociales"

10. Metodología a utilizar

Se implementarán metodologías cualitativas a partir del análisis discursivo de productos culturales, medios de comunicación y redes que conforman el imaginario de los estudiantes de la institución.

Trabajo de campo: se llevarán adelante entrevistas a estudiantes de la universidad Nacional del Oeste sobre cómo se informan y de esta manera conocer los parámetros éticos que implementan a la hora de interactuar en redes sociales. Además, también se prevé entrevistar a docentes de Análisis y Producción del Discurso de la institución y materias a fines.

De acuerdo con las demandas de la propia investigación en sí, es probable que también se requiera el uso de herramientas de tipo cuantitativo para la elaboración de perfiles de los estudiantes y diagnósticos.

11. Resultados Esperados

El principal resultado esperado de este trabajo es el de concretar un material teórico sobre el perfil de estudiante con el que cuenta la universidad en lo referido a su relación con la ética, los medios de comunicación y las redes sociales. A partir de los resultados arrojados por este estudio, se desea que áreas como Secretaria de Bienestar y Extensión Universitaria, realice propuestas acordes que accionen sobre el estudiante real para acercarse al modelo de estudiante deseado. Este estudio también impactará en las materias, ya que también se espera que uno de los ejes dentro de las diferentes asignaturas sea la de trabajar con la dimensión ética de los ciudadanos digitales. La importancia de este aspecto radica en que las acciones de los estudiantes representan a la universidad tanto en la presencialidad como en la virtualidad.

Además se espera que los estudiantes sean sujetos de cambio y esto será posible a través de publicaciones a cargo de estos relacionadas con el tema abordado.



Finalmente se desea comenzar explorar y profundizar este campo dentro la universidad como un espacio de intercambio y crecimiento no solo de los profesionales que desempeñan la investigación, sino el crecimiento de la Universidad y su fortalecimiento dentro de las ciencias.

12. Antecedentes y funciones previstas del Grupo de Investigación en el área temática/disciplina

Los profesionales que conforman este Grupo de Investigación comparten su pertenencia al equipo de trabajo de la materia Análisis y Producción del Discurso. También los docentes que forman parte de este proyecto han investigado sobre la relación entre los medios de comunicación, el acceso a la información y la interacción de los usuarios en redes sociales. Se le suma a esto la experiencia de educar desde el 2020 dentro de un entorno netamente virtual en el que se evidenciaron situaciones de conflictividad entre los alumnos causada principalmente por no poseer un marco ético sobre lo que significa ser estudiante según el perfil que desea la universidad.

Director del proyecto:

Lic. María Liliana Capalbo. Licenciada en la Enseñanza de la Lengua y la Comunicación está centrada en el dictado de clases de Análisis y Producción del Discurso. En este sentido llevó a cabo la recopilación permanente de discursos de circulación actual para su posterior análisis, la evaluación de cuáles son las estrategias de transposición más efectivas en cada caso y las selección de aquellos discursos mediáticos, publicitarios y otros que resulten significativos para el espacio de análisis de la materia. Se encargará de dirigir el proyecto de investigación y asesorar técnicamente a los investigadores.

Lic. María Victoria Barreto Kramer. Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social en la Universidad de Buenos Aires. Tesis de grado: "Las representaciones de la mujer en Mafalda, publicada en <http://repositorio.sociales.uba.ar/items/show/2488>. Profesora en Docencia Superior por la Universidad Tecnológica Nacional y diplomada en Fotografía Documental por la Facultad de Filosofía y Letras de UBA . Estará a cargo de la confección del corpus, análisis teórico del mismo y la redacción del material que surja de la investigación.

Pedro Díaz. Profesor en Letras y estudiante de la carrera de Técnico Superior en la Redacción de Textos en el Instituto Eduardo Mallea. Además cuenta con capacitaciones realizadas en el CIE sobre Educación en entornos virtuales y actualmente cursa en INFOD



la capacitación "Planificando en entornos virtuales" Estará a cargo de la organización de materiales, diseño de entrevistas y en la redacción y corrección del material teórico.

Lic. Ana Belén Fernandez. Licenciada en Comunicación Social y Técnica Universitaria en Periodismo de la Universidad Nacional de La Matanza. Docente formada en el Instituto Superior de Formación Docente SUETRA. Estará a cargo de la recopilación y análisis de bibliografía, realización de entrevistas y encuestas, confección y redacción de los resultados obtenidos.

13. Transferencia de Resultados.

(Máximo 800 palabras. Detalle el objeto de la transferencia, su importancia, los destinatarios concretos o posibles y los procedimientos para concretarla)

La importancia de este proyecto radica en crear ciudadanos digitales con criterios de responsabilidad y criterios éticos con el fin de que estos puedan hacer un uso apropiado de la información y que participen de forma reflexiva en los medios de comunicación y en las redes sociales. Si bien este proyecto tiene como foco a los alumnos de la Universidad Nacional del Oeste, también se propone a futuro alcanzar a docentes de la universidad, como así también docentes y alumnos de las escuelas del partido de Merlo e institutos de la zona. Para poder llevar a cabo los objetivos de esta propuesta se generará material de análisis de medios de comunicación y redes sociales con el propósito de analizar conductas, construcciones y patrones de los individuos *mass media*. También se busca crear un espacio traducido en un seminario en donde los estudiante puedan reflexionar sobre la información que circula y su participación activa en las redes sociales a partir de la construcción del ser como ciudadanos digitales.

14. Viabilidad y Factibilidad Técnica

Consideramos que es una investigación viable y con un presupuesto acorde que permitirá obtener resultados y avances en términos científicos para la Universidad y el Instituto.

15. Aspectos Éticos.

Se cuidarán los aspectos éticos y profesionales con la finalidad de generar buenas prácticas.

En cuanto a los datos personales que surjan en la investigación se tratarán con la sensibilidad que requiera y se respetará la confidencialidad.

**16. Aspectos de Seguridad Laboral, Ambiental y Bioseguridad requeridos**

No son pertinentes en este caso.

17. Intervención de terceros

No es pertinente en este caso.

18. Cronograma de Actividades.**1^{er} Año**

| Actividad | Mes | | | | | | | | | | | |
|--|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Diagnóstico sobre los consumos culturales de los estudiantes | x | x | x | | | | | | | | | |
| Conformación del corpus de la investigación | | | | x | x | x | x | x | | | | |
| Confección de un mapa de consumos culturales de la comunidad educativa | | | | | | | | | x | x | x | x |

2^{do} Año

| Actividad | Mes | | | | | | | | | | | |
|---|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Conformación de trabajo con estudiantes y becarios. Tutorías y acompañamiento | x | x | x | | | | | | | | | |
| Análisis del corpus | | | | x | x | x | x | x | | | | |
| Elaboración de hipótesis y conclusiones | | | | | | | | | x | x | x | x |

19. Presupuesto

Presupuesto del Primer año de ejecución

| Rubro | Descripción | Monto |
|-------|-------------|-------|
|-------|-------------|-------|



| | | | |
|---------------------|-------------------------------------|---|------------------|
| 1 | Bienes de consumo | Útiles de oficina Fotocopias | 10.000 |
| 2 | Servicios no personales | | |
| 3 | Servicios técnicos y profesionales | Desgrabación de entrevistas | 25.000 |
| 4 | Servicios comerciales y financieros | | |
| 5 | Pasajes y viáticos | Viáticos | 30.000 |
| 6 | Bienes de uso | Libros y material teórico | 50.000 |
| 7 | Equipamiento | Computadoras Impresoras Conexión a internet | 150.000 |
| Total 1° Año | | | \$265.000 |

Presupuesto del Segundo año de ejecución

| | Rubro | Descripción | Monto |
|---|-------------------------------------|--------------------|--------------|
| 1 | Bienes de consumo | Librería | 40.000 |
| 2 | Servicios no personales | | |
| 3 | Servicios técnicos y profesionales | | |
| 4 | Servicios comerciales y financieros | Internet | 10.000 |
| 5 | Pasajes y viáticos | Viáticos | 50.000 |



| | | | |
|---------------------|---------------|----------------------------|------------------|
| 6 | Bienes de uso | | |
| 7 | Equipamiento | Computadoras Impresoras | 50.000 |
| Total 2° Año | | | \$150.000 |

Rubros

1. Bienes de consumo: insumos de laboratorio, útiles de oficina, librería, fotocopias, etc.
2. Servicios no personales: alquiler de equipos y mantenimiento, etc.
3. Servicios técnicos y profesionales: traducciones, desgrabaciones, data-entry, etc.
4. Servicios comerciales y financieros: imprenta, internet, transporte y almacenamiento, etc.
5. Pasajes y viáticos en ámbito nacional, inscripciones a congresos nacionales o internacionales.
6. Bienes de uso: libros, revistas, programas de computación, etc.
7. Equipamiento

20. Referencias bibliográficas

(Consigne la bibliografía utilizada para la formulación del Proyecto)

Alvarez, F. (2008). La ética y los medios de comunicación. *Revista Alteridad*, volumen 3 (número 1), pp 6-19.

Becker, H. (2014). *Manual de escritura para científicos sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.

Calsamiglia, B., y Tusón Valls, H. (2002). Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso. Barcelona: Ariel.

Chomsky, N (1992). El control de los medios de comunicación. *Videoconferencia Fabricando consensos* (Disponible en) www.upv.es

Eco, U. (1979). *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Barcelona: Lumen, 1993.

Ramonet, I. (2006). Informarse cuesta. *Le Monde Diplomatique*.
<https://www.mondiplo.net/Informarse-cuesta>

Ramonet, I. (2004). El quinto poder. *Le Monde Diplomatique*.
<https://www.lemondediplomatique.cl/2003/10/el-quinto-poder.html>



2022 - "LAS MALVINAS SON ARGENTINAS"

Universidad Nacional del Oeste

Zechetto, V. (2003). *La danza de los signos*. Buenos Aires: La cruzía.



2022 - "LAS MALVINAS SON ARGENTINAS"

Universidad Nacional del Oeste