



Código	FPI-009
Objeto	Guía de elaboración de Informe de avance/final de proyecto
Usuario	Director de proyecto de investigación
Autor	Secretaría de Ciencia y Tecnología de la UNLaM
Versión	7
Vigencia	04/09/2023

Departamento: Derecho y Ciencia Política

**Programa de acreditación:
CyTMA2**

Programa de Investigación¹:

Código del Proyecto: C2DER-PIDC-073

**Título del proyecto:
Prácticas de consumo en contextos de pandemia. La Matanza 2022-2023**

PIDC:
Secretaría De Ciencia Y Tecnología

PII:
Elija un elemento.

Informe de Avance/Final

Director: Andrea Dettano

Director externo:

Codirector:

¹ Los Programas de Investigación de la UNLaM están acreditados con resolución rectoral, según lo indica la Resolución HCS N° 014/15 sobre **Lineamientos generales para el establecimiento, desarrollo y gestión de Programas de Investigación a desarrollarse en la Universidad Nacional de La Matanza**. Consultar en el departamento académico correspondiente la inscripción del proyecto en un Programa acreditado.



Código	FPI-009
Objeto	Guía de elaboración de Informe de avance/final de proyecto
Usuario	Director de proyecto de investigación
Autor	Secretaría de Ciencia y Tecnología de la UNLaM
Versión	7
Vigencia	04/09/2023

A. Desarrollo del proyecto

A.1. Grado de ejecución de los objetivos inicialmente planteados, modificaciones o ampliaciones u obstáculos encontrados para su realización (desarrolle en no más de dos (2) páginas)

INCLUIR ALGO INTRO SOBRE MATANZA Y CONSUMO

En este marco y dada la creciente centralidad del consumo en las estructuras sociales del Siglo XXI (Scribano, 2015; Alonso, 2005), el presente proyecto ha tenido como objetivo general explorar las prácticas de consumo asociadas a la reproducción cotidiana y del hogar y los sentires a ellas asociadas en el Municipio de La Matanza en el período 2022-2023. A su vez, ha presentado como objetivos específicos:

1. Mapear las prácticas de consumo de las personas que viven en el Municipio de la Matanza en términos geográficos y según tipo de población;
2. Caracterizar tipos de consumos de la población matancera;
3. Identificar las emociones asociadas al consumo en general y a los distintos tipos de consumos;
4. Establecer modalidades e instrumentos para la concretización de los consumos;
5. Sistematizar episodios vinculados a situaciones conflictivas en relación al consumo de bienes o servicios.

Los objetivos inicialmente planteados se han llevado adelante. Se ha realizado una exhaustiva revisión bibliográfica en relación a las prácticas de consumo. Asimismo, se han revisado datos secundarios sobre el partido para efectuar su caracterización. Ambas revisiones bibliográficas y de datos han posibilitado la inmersión temática que permitió y permitirá seguir analizando los resultados de las encuestas y entrevistas propuestas en la estrategia metodológica. La revisión y discusión bibliográfica tuvo lugar como producto de reuniones de equipo, a las cuales en el 2023 se sumaron cuatro becarios UNLaM.

De acuerdo con el protocolo presentado, la estrategia metodológica propuesta ha sido multi-método (De Sena, 2015) realizada a partir del uso de tecnologías móviles e internet. Las estrategias multi-método implican combinación y complementación, lo que hace posible generar dos –o más– imágenes del objeto analizado: una deriva de métodos cuantitativos y otra de métodos cualitativos, iluminando diferentes dimensiones y aspectos. También implica combinar diferentes técnicas, donde en algunos casos una trata de compensar las debilidades de la otra o complementarla (Bericat, 1998; Piovani, 2007; De Sena, 2015) a la vez que potencia la confianza en los resultados de la investigación y podría contribuir a la reducción del sesgo en las mismas (Maxwell, 1996).

El presente proyecto, combinando la realización de encuestas y entrevistas de manera virtual, permitió producir conocimiento sobre la organización de las compras y el gasto cotidiano, estrategias de realización de las mismas, medios y modalidades de pago, así como –por medio de las entrevistas– obtener las miradas y perspectivas de las personas que viven en el Municipio sobre las sociabilidades y vivencialidades que se organizan y traman en las prácticas de consumo. A su vez, la revisión de datos secundarios que hemos realizado ha permitido revisar indicadores que contextualizan y enmarcan las condiciones en las que los consumos se llevan a cabo (índice de precios al consumidor, distribución del ingreso, pobreza).

De las actividades requeridas para la ejecución de la estrategia metodológica en el primer año, se ha elaborado el instrumento cuantitativo (encuesta) y se ha cumplido con la etapa de prueba del mismo. Ello ha implicado que todos los integrantes del equipo compartieran el instrumento para corroborar su coherencia interna. Asimismo, se ha trabajado en el guion de pautas que ha permitido



que

Código	FPI-009
Objeto	Guía de elaboración de Informe de avance/final de proyecto
Usuario	Director de proyecto de investigación
Autor	Secretaría de Ciencia y Tecnología de la UNLAM
Versión	7
Vigencia	04/09/2023

se
reali-

cen las

primeras entrevistas en profundidad a residentes del Municipio. Ambos instrumentos, -encuestas y entrevistas- permitirán abordar los objetivos específicos 1,2, 3 y 4.

En el segundo año (2023) se ha llevado a cabo la encuesta virtual, alcanzando los 579 casos. La misma se realizó durante la última semana de febrero y la primera de marzo. Se distribuyó entre los contactos producto de indagaciones previas del Centro de Investigaciones Sociales y luego se siguió una estrategia de bola de nieve, tratando de aumentar el número de respuestas. En los meses siguientes se avanzó en la limpieza y edición de la base de datos producto de la encuesta, así como el cierre y edición de preguntas abiertas para su posterior análisis (objetivos específicos 1,2, 3 y 4). En cuanto al objetivo N°5, se han rastreado informes y datos secundarios sobre situaciones conflictivas derivadas del consumo.

A su vez, se realizaron 12 entrevistas semiestructuradas buscando profundizar en las estrategias de consumo de la población matancera, modalidades que fueron asumiendo y los sentires que se han ido organizando. El avance en el trabajo de campo dio como resultado la presentación a diferentes congresos por parte de los investigadores/as del equipo en conjunto con estudiantes y becarios del mismo. También serán insumo para publicaciones futuras, así como son insumo para escritos ya en evaluación por pares.

En este sentido, hemos asistido (solo por mencionar algunas) al XX ISA WORLD CONGRESS OF SOCIOLOGY (Research Committee19: Poverty, Social Welfare and Social Policy), presentando el trabajo: Emociones y Consumo En Receptores De Políticas Sociales Del Municipio De La Matanza, Buenos Aires, Argentina. Al 2nd RedISS International Congress (WG07: Consumption and Emotions), presentando el trabajo "Consumos y compras cotidianas en el Municipio de La Matanza". Hemos asistido a las XV Jornadas de la Carrera de Sociología Facultad de Ciencias Sociales- Universidad de Buenos Aires, presentando el trabajo: "Prácticas de consumo en el Municipio de La Matanza: una mirada a los receptores de políticas sociales (2022-2023)". También hemos asistido al VIII Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales: Desigualdades, territorios y fronteras: desafíos metodológicos para su abordaje en América Latina, presentando el trabajo "Investigar desde la práctica: algunas reflexiones sobre el inicio a la investigación de alumnos de grado". La asistencia a congresos y jornadas nos ha permitido comenzar a presentar avances del trabajo de campo realizado a la vez que son insumo para publicaciones que están en proceso de escritura y publicación.

El trabajo realizado no solo ha permitido alcanzar los objetivos propuestos, elaborar diferentes resultados de investigación y publicaciones sino también colaborar en la formación en investigación de los diferentes integrantes del proyecto.

A.2. Actualizar *Publicaciones, Desarrollos, Formación de RRHH*, y demás actividades en el **Banco de datos de actividades de CyT** dentro de SIGEVA UNLAM, para que se vea reflejado en el informe dentro de la plataforma.



Código	FPI-009
Objeto	Guía de elaboración de Informe de avance/final de proyecto
Usuario	Director de proyecto de investigación
Autor	Secretaría de Ciencia y Tecnología de la UNLaM
Versión	7
Vigencia	04/09/2023

B. Vincula-

ción²: Indicar conformación de redes, intercambio científico, etc. con otros grupos de investigación; con el ámbito productivo o con entidades públicas. Desarrolle en no más de dos (2) páginas.

Se ha participado en la coordinación del WG07: Consumption and Emotions, en el del 2nd RedISS International Congress. Ello ha permitido establecer dialogo con investigadores de Europa y América Latina, estableciendo lazos para futuras discusiones y publicaciones conjuntas.

C. Otra información. Incluir toda otra información que se considere pertinente.

D. Cuerpo de anexos:

- Anexo I:
 - FPI-013: Evaluación de alumnos integrantes. (si corresponde)
 - FPI-014: Comprobante de liquidación y rendición de viáticos. (si corresponde)
 - FPI-015: Rendición de gastos del proyecto de investigación acompañado de las hojas foliadas con los comprobantes de gastos.
 - FPI-035: Formulario de reasignación de fondos en Presupuesto.
- Anexo II: FPI 017³ Alta patrimonial de los bienes adquiridos con presupuesto del proyecto
- Nota justificando baja de integrantes del equipo de investigación.

Andrea Dettano

Firma y aclaración
del director del proyecto.

Lugar y fecha : San Justo, 15 de enero de 2024

² Entendemos por acciones de “vinculación” aquellas que tienen por objetivo dar respuesta a problemas, generando la creación de productos o servicios innovadores y confeccionados “a medida” de sus contrapartes.

³ Solo ante la presentación del Informe Final



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	4
Vigencia	12/11/2021

Unidad Ejecutora:
Dpto. de Derecho y Ciencia Política

Programa de acreditación:
CyTMA2

Título del Programa de Investigación¹:

Director del Programa:

Título del proyecto de investigación:
Prácticas de consumo en contextos de pandemia. La Matanza 2022-2023

PIDC: XX

PII

Director del proyecto:

Andrea Dettano

Co-Director del proyecto:

Integrantes del equipo:

Angélica De Sena

Florencia Bareiro Gardenal

Constanza Faracce Macía

Sancci, Lucila

Pierola Cayola, Melany

¹ Completar solo en caso de que el presente proyecto se encuadre en el marco de un Programa de Investigación



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	4
Vigencia	12/11/2021

Tremul De La Puente, Camila

Silvestro Candela

Fecha de inicio:

01/01/2022

Fecha de finalización:

31/12/2023



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	4
Vigencia	12/11/2021

1-Cuadro resumen de horas semanales dedicadas al proyecto por parte de director e integrantes del equipo de investigación:²

Rol del integrante	Nombre y Apellido	Cantidad de horas semanales dedicadas al proyecto
Director	Andrea Dettano	15
Co-director		
Director de Programa		
Docente-investigador UNLaM	Angélica De Sena; Florencia Bareiro Gardenal	10
Investigador externo ³	Constanza Faracce Macía	10
Asesor-Especialista externo ⁴		
Graduado de la UNLaM ⁵		
Estudiante de carreras de posgrado (UNLaM) ⁶		
Alumno de carreras de grado (UNLaM) ⁷	Lucila Sancci; Pierola Cayola, Melany; Tremul De La Puente, Camila; Silvestro Candela	5
Personal de apoyo técnico administrativo		

2-Plan de investigación

2.1. Resumen del Proyecto:

El presente Proyecto se enmarca en líneas de investigación que vienen teniendo lugar desde 2017 en la universidad, primero en el Observatorio Social Región Oeste y actualmente en el Centro de Investigaciones Sociales (CIS-UNLaM), con el propósito de identificar los principales vectores de los actuales procesos de estructuración social en el Municipio de La Matanza.

En dichos procesos, las prácticas de consumo son elementos centrales en el presente siglo y su importancia reside en que abarca diferentes aspectos y procesos del mundo social, económico, político. Sintetiza un conjunto de ámbitos como la distribución de rentas originadas en el proceso de trabajo, la construcción de las necesidades reconocidas por parte de los consumidores, marcos regulatorios, los discursos y el aparato publicitario, la conciencia de los grupos sociales, las instituciones formales e informales, la emulación social, las prácticas cotidianas y los modos de sentir.

En esta línea, a partir de la recuperación de abordajes previos, el Municipio de La Matanza presenta características heterogéneas a lo largo de sus tres cordones de extensión. En vista de ello y de la importancia que reviste el consumo en los escenarios

² Incluir todos los integrantes del equipo de investigación, agregando tantas filas para cada rol de integrante del equipo de investigación como sea necesario.

³ Deberá adjuntar FPI 28, 29 y 30 debidamente firmados.

⁴ Idem nota 2.

⁵ Idem nota 2

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

⁷ Adjuntar certificado de materias aprobadas de estudiantes de carrera de grado.



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	4
Vigencia	12/11/2021

actuales, el objetivo del presente proyecto consiste en explorar las prácticas de consumo asociadas a la reproducción cotidiana y del hogar y los sentimientos a ellas asociadas en el Municipio de La Matanza en el período 2022-2023. Para su concreción, se plantea una estrategia múltiple-método, llevando adelante una encuesta y entrevistas semi-estructuradas en modalidad online.

2.2. Palabras clave: Consumo; La Matanza; Emociones; Sensibilidades.

2.3 Resumen del Proyecto (inglés):

This Project is part of lines of research that have been taking place since 2017 at the university, first at the Social Observatory and currently at the Center for Social Research (CIS-UNLaM), with the purpose of identifying the main vectors of the current processes of social structuring in the Municipality of La Matanza.

In these processes, consumption practices are central elements in the present century and its importance lies in the fact that it encompasses different aspects and processes of the social, economic, and political world. It synthesizes a set of areas such as the distribution of income originating in the work process, the construction of the needs recognized by consumers, regulatory frameworks, speeches and the advertising apparatus, the awareness of social groups, formal institutions and informal, social emulation, daily practices and ways of feeling.

In this line, from the recovery of previous approaches, the Municipality of La Matanza presents heterogeneous characteristics along its three extension spaces. In view of this and the importance of consumption in current scenarios, the objective of this project is to explore the consumption practices associated with daily and home reproduction and the feelings associated with them in the Municipality of La Matanza in the period 2022-2023. For its concretion, a multi-method strategy is proposed, carrying out a survey and semi-structured interviews in online mode.

2.4 Palabras clave (inglés): Consumption; La Matanza; Emotions; sensibilities

2.5 Disciplina desagregada: Sociología

2.6 Campo de aplicación: 5006 Organización Social, Estructura e Instituciones

2.7 Especialidad: 5000 Sociología

2.8 Estado actual del conocimiento:

El consumo se ha vuelto un elemento central de los entramados actuales y un objeto de vastos análisis desde la teoría social, la investigación de mercado, la publicidad e incluso desde agencias estatales, buscando observar los modos en que los sujetos se relacionan con la adquisición y uso de los bienes.⁸ Se ha entendido como una práctica que, si bien parece ser producto de decisiones individuales o “íntimas” se encuentra atravesada por el mundo social, por lo que no cabría pensar en un consumidor ni en bienes aislados (Alonso, 2005; Baudrillard, 2011; Douglas y Isherwood, 1990). Se ha estudiado cómo el consumo es un fenómeno que atraviesa y constituye los regímenes de acumulación capitalista que, variando en intensidades y en sus modalidades, acompaña los diversos modos de producción y distribución de mercancías y de sensaciones (Ivanova, 2011; Scribano, 2015; Alonso, 2005). Desde la historiografía, se ha considerado como su estudio no puede reducirse a lo acontecido en el siglo XX⁹ en

⁸ No por ello, los estudios sobre el consumo se reducen a la adquisición y uso de bienes materiales, también se asocian a los servicios, experiencias, entre diferentes prácticas.

⁹ Trentmann (2016) ha realizado un recorrido que permite rastrear y observar la relación de los sujetos con las mercancías desde el Siglo XV. Invita a considerar la circulación de objetos antes y después de la conquista de América, como un hito que cambia las rutas, así como el objeto mismo del comercio así como los sentidos que se le asocian.



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	4
Vigencia	12/11/2021

relación al modo de producción fordista, así como tampoco al mundo occidental (Trentmann, 2016; Brewer, 2004).

Partiendo desde el siglo XX, no pocos autores (Cohen, 2003; Alonso, 2005; Bauman, 2007; García Canclini, 1995; Lipovetsky, 2007; Gabriel y Lang, 2008; Illouz, 2009; Stavrakakis, 2010; Baudrillard, 2011; Ivanova, 2011; Dettano, 2015; Featherstone, 2000) consideran los entramados actuales como sociedad de consumo o hiperconsumo, en contraposición con una “sociedad de productores” situada históricamente en la segunda posguerra. La denominada sociedad de consumo ha sido conceptualizada como el proceso que se inicia en los setenta, al calor de las transformaciones en el régimen de acumulación (Lipietz, 1994; Harvey, 2008), donde el lugar del consumidor ya no se encuentra subordinado a una posición en el proceso productivo debido a las profundas transformaciones y flexibilizaciones en los mercados de trabajo a nivel global. En el marco de estas transformaciones que dieran lugar a diferentes producciones sobre la sociedad de consumo, esta práctica ha sido concebida en relación a diferentes posiciones y espacios sociales. Es decir, no se encontraría, como se ha mencionado, exclusivamente ligada al lugar de productor, asalariado, trabajador (asociación que se cimentó desde la segunda posguerra) (Castel, 2009; Marinas, 2001), así como tampoco a diferentes formas de opulencia (Alonso y García González, 2019) sino que invitan a considerarlo en relación a todos los sectores sociales, incluso aquellos cuya reproducción cotidiana depende de un programa de atención a la pobreza (Lipovetsky, 2007; Scribano y De Sena, 2014; 2018; Dettano, 2015; 2017; 2020b). Aún más, el consumo ha sido estudiado cómo uno de esos procesos que atraviesan y han atravesado el “hacer” desde el Estado, a partir de la implementación de diferentes políticas públicas apuntadas a su fomento, incentivo y/o direccionamiento (Cohen, 2003; Kroen, 2004; Fridman, 2008; Milanese, 2014; De Sena y Scribano, 2014).

También se han abordado los consumos realizados particularmente por los hogares observando cómo estos incluyen una amplia variedad de rubros y permiten observar el uso que hacen estos de los ingresos monetarios y las transferencias de dinero que reciben (Marshall, 2017; Pilorget, 2015). Las compras o gastos de los hogares presentan variaciones dependiendo de los niveles de ingresos, del clima educativo, de las regiones del país, etc. (INDEC, 2019). En concomitancia, las compras de alimentos en supermercados también van presentando variaciones de acuerdo a diferentes cuestiones, como los procesos de ajuste económico (Boragnio y Mairano, 2020), así como el contexto de pandemia ha incidido sobre las modalidades y vías de efectivización de los consumos (Kantar, 2020; 2021) y, principalmente, ha implicado importantes reducciones en el ingreso de la población impactando en los niveles y tipos de consumo (INDEC, 2021).

Los gastos y compras de las unidades domésticas, su jerarquización y distribución nunca aparecen desprovistos de sentidos y sentires, así como permiten discutir aquello que se constituye y define como una necesidad (Figueiro, 2013; De Sena y Dettano, 2020; Miller, 1999). En esta línea, el consumo ha sido trabajado como un proceso que atraviesa, de diferentes formas los mundos de la vida de los sujetos en el presente siglo y sus emociones. Se ha vinculado a diferentes tipos de sensibilidades y consumos “de plataforma”, a diferentes formas de persecución del disfrute y banalización del bien y a diferentes modos de estetización de la vida (Featherstone, 2000; Scribano, 2015; Linne, 2020). Sin embargo, también se ha estudiado su vinculación con diferentes éticas (Valdivielso, 2011; Barbeta Viñas, 2020; García Martínez *et al.*, 2017) y diferentes modos de soportar desigualdades y expropiaciones. Como práctica también se ve atravesada por múltiples regulaciones, imperativos, responsabilidades, obligaciones, entre otros elementos (Miller, 1999; Bourdieu, 2012; Dettano *et al.*, 2019; Dettano, 2017; 2020b), como la insuficiencia y la falta asociada a situaciones de pobreza (De Sena y



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	4
Vigencia	12/11/2021

Dettano, 2020). El consumo y su centralidad también han impactado en los marcos regulatorios y en diferentes intervenciones estatales que buscan incidir sobre precios, productos, educación y arbitraje de conflictos a partir de la sanción de la Ley de Defensa del consumidor (Ley N°24240) (Lorenzetti, 2009; De Sena y Chahbenderian, 2020).

2.9. Problemática a investigar:

Las prácticas de consumo constituyen un elemento de creciente centralidad desde finales del Siglo XX. Considerando las transformaciones que ha atravesado el mundo del trabajo, el consumo ha ido asumiendo mayor importancia, sin estar directamente asociado a la figura del trabajador asalariado que promediaba el siglo XX. En esta línea, es de suma importancia asir sus contornos en el presente siglo y en relación con diferentes elementos como el mundo digital/virtual en el marco de las denominadas sociedades 4.0, la masividad de las intervenciones del Estado a la población en situación de pobreza a lo que se suma el contexto de pandemia por Covid-19.

Dentro del denominado conurbano bonaerense, el Partido de la Matanza, es el municipio más extenso y poblado, contando con una superficie total de 325,71 kilómetros cuadrados y 1.775.816 habitantes (Acumar, 2014, INDEC, 2010). Se divide en 16 localidades y tiene tres espacios territoriales que expresan perfiles sociales, económicos y condiciones de vida distintas, así como diferente comportamiento en relación al empleo (PNUD, 2009).¹⁰

El recorte geográfico seleccionado, reviste particularidades, y “morbididades preexistentes” (De Sena, 2020). Algunos estudios previos a la situación de pandemia, han identificado diferentes tipos de “precariedades” en el territorio de La Matanza; principalmente asociadas a, al menos, cinco grandes dimensiones: acceso a los servicios, nivel de hacinamiento, estudios alcanzados, condiciones laborales, y por ende en las condiciones básicas de vida (PNUD, 2009; ACUMAR, 2014; De Sena, 2019; 2020). Esto constituye una oportunidad para reflexionar e indagar acerca de los modos de estructuración de los consumos y los modos de sentir a ello asociadas, atendiendo a dicho fenómeno como un proceso que enlaza los modos de acumulación y distribución con los modos en que los sujetos le atribuyen sentido al mundo material, revelando aspectos de sus mundos de la vida, así como de diferentes desigualdades y estratificaciones.

Es en este marco que surge el tercer elemento en el año 2020 con la circulación del virus Covid-19 a nivel global, que llevó a que en un momento más de 3.000.000.000 de personas debieran cumplir con variados regímenes de aislamiento social. Todas las medidas sanitarias implementadas y las aun en vigor, han conllevado grandes transformaciones en la organización de la vida cotidiana empezando por la suspensión de actividades de modo presencial, lo que conllevó, en muchos casos la imposibilidad de obtener ingresos y una gran transformación en los consumos, así como en las estrategias para su consecución. De acuerdo con un relevamiento realizado por el INDEC (2021c), en el año 2020 el 49,3% de los hogares tuvo una reducción de su ingreso total, lo que implicó el despliegue de estrategias destinadas a reponer las pérdidas de ingreso. Del total de hogares consultados, el 70,6% manifestó haber recurrido a algún tipo de medida para hacer frente al impacto de la pandemia en su economía. De ese conjunto, más de la mitad (58,3%) contó también con asistencia del Estado y de organizaciones comunitarias, como transferencias directas de ingresos o alimentos. El porcentaje de hogares que manifestó haber recurrido a algún tipo de

¹⁰ Según datos de DINREP en base a los censos nacionales de Población, Hogares y Viviendas de 2001 y 2010, el índice de NBI del Partido de La Matanza es del 12%: de un total de 484.909 hogares, 58.053 tienen necesidades básicas insatisfechas (De Sena, 2018c; 2019).



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	4
Vigencia	12/11/2021

estrategia alcanza el 74,3% en el conurbano bonaerense y entre las mismas se encuentran: el endeudamiento, el gasto de ahorros, el pedido de dinero por adelantado, así como la reducción en el consumo de alimentos.

En este contexto, han retomado protagonismo un conjunto de debates en relación a la informalidad laboral, los comedores comunitarios, las diferentes problemáticas habitacionales, el teletrabajo, la digitalización de la vida, el Ingreso Ciudadano Universal, el congelamiento de tarifas y regulación de los precios máximos de algunos servicios esenciales, evidenciando grandes transformaciones y problemáticas preexistentes que impactarían en los modos de alcanzar la reproducción de la vida y en las formas de consumo.

En vista de lo mencionado, y de acuerdo con abordajes previos sobre la problemática, se pretende describir las prácticas de consumo, su distribución, su jerarquización, modalidades y el sentido que subyace a las mismas luego de dos años de pandemia.

2.10. Objetivos:¹¹

Objetivo General:

Explorar las prácticas de consumo asociadas a la reproducción cotidiana y del hogar y las sensibilidades a ellas asociadas en el Municipio de La Matanza en el período 2022-2023 en contexto de Pandemia

Objetivos específicos:

1. Mapear las prácticas de consumo de las personas que viven en el Municipio de la Matanza en términos geográficos y según tipo de población;
2. Caracterizar tipos de consumos de la población matancera;
3. Identificar las emociones asociadas al consumo en general y a los distintos tipos de consumos;
4. Establecer modalidades e instrumentos para la concretización de los consumos;
5. Sistematizar episodios vinculados a situaciones conflictivas en relación al consumo de bienes o servicios.

2.11. Marco teórico:

El presente proyecto cobra lugar desde el cruce teórico entre un abordaje sociológico del consumo y los estudios sociales sobre las emociones.

Se considera como punto de partida que los modos de producción, distribución y consumo requieren para su proliferación del establecimiento de determinados modos de regular las prácticas, los comportamientos, los modos de pensar y sentir. Un régimen de acumulación, es entendido aquí como "...una forma de compatibilidad regular entre las transformaciones dentro de la producción (cantidad, calidad) y las transformaciones en el uso social del producto, sea consumo de los ricos o de los pobres, consumo de la administración Estatal, inversiones, exportaciones, en fin, todos los usos del producto" (Lipietz, 1994 :4). Tal como señala Harvey (2004), lo central es que los comportamientos de todo tipo de individuos guarden coherencia con dicho régimen, es decir, se adapten manteniéndolo en funcionamiento. Esto implica que dicho régimen se materialice bajo la forma de normas, hábitos, leyes, redes de regulación, etc. "...Que aseguren la unidad del proceso, es decir, la conveniente consistencia de los comportamientos individuales respecto del esquema de reproducción" (Lipietz, 1986: 19).

¹¹ Detallar objetivo general y objetivos específicos.



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	4
Vigencia	12/11/2021

La práctica social del consumo ha sido pensada como el conjunto de procesos socioculturales vinculados con la apropiación y el uso de los bienes (García Canclini, 1995), se ha asociado a los modos de producción y circulación de mercancías denominados fordistas (Bauman, 2007; Ivanova, 2009), así como más allá de dichos procesos y del mundo occidental (Brewer, 2004; Trentmann, 2006). Tal como señala Alonso (2004:8), esta práctica debe ser considerada como forma concreta, desigual y conflictiva de apropiación material y utilización del sentido de los objetos y los signos que se producen por parte de grupos sociales con capitales (económicos, simbólicos, sociales, culturales) distintos y desde posiciones sociales determinadas por el proceso de trabajo. También podemos definir al consumo como prácticas de uso, adquisición de bienes, servicios, sujetos y experiencias que, en el marco de un régimen de acumulación particular, implica unas formas de experimentar, estar en el mundo y con los otros (Dettano, 2020). En tanto elemento central de los procesos de estructuración actual, involucra cada vez más actores y fenómenos y permite visibilizar los sentidos que se inscriben en “las cosas” y más allá de las cosas, pues atraviesa, de diferentes formas los mundos de la vida de los sujetos en el presente siglo y sus emociones (Scribano, 2015; García Martínez et al., 2017; Linne, 2020).

En suma, podría desagregarse en, al menos, tres aspectos: a) su vinculación con los procesos de mercantilización creciente, los cuales no solo implican que el acceso a bienes, servicios y experiencias se de por la vía del mercado, sino también, la expansión constante de la lógica de compraventa a diferentes ámbitos de la vida cotidiana; b) su relación con los procesos de producción y la ubicación de los sujetos en el proceso productivo, en el mundo del trabajo; c) el modo en que involucra diferentes prácticas y experiencias así como diferentes formas de sentir.

Ahora bien, al ganar espacio en el debate sociológico actual, requiere de resignificaciones y la incorporación de nuevos elementos para su problematización. En este sentido, el advenimiento de internet dio lugar a múltiples transformaciones, hasta la llegada de lo que hoy se denomina sociedad 4.0, entendida esta como un conjunto de procesos económicos y sociales configurados en torno a la masificación planetaria de las nuevas tecnologías de la información (Scribano y Lisdero, 2019) que implicaron la profundización de procesos de digitalización de la vida (Cena y Dettano, 2020). Ello, ha significado el desenvolvimiento de lo que se conoce como consumo electrónico o e-commerce (Castelló Martínez, 2011), de las denominadas economías de plataforma y de la, instalación del algoritmo como una de las formas de personalización del servicio al consumidor y construcción de perfiles que van guiando y reafirmando gustos y preferencias (Alonso y Fernández Rodríguez, 2021). Estas modalidades, se han sumado y complementan los modos de consumo offline, pero valiéndose de nuevos dispositivos y conllevando otros modos de sentir y significar el acto de consumo (Scribano, 2020; Kantar, 2019; 2020; 2021).

A diferencia de lo que sucedía promediando el Siglo XX en pleno auge del modo de producción fordista, en el Siglo XXI trabajar no es exclusivamente sinónimo de ascenso social ni de mejora de las condiciones de vida, así como consumir tampoco implica ser trabajador ni gozar de una mayor participación salarial. Tal como lo han desarrollado Alonso et al, (2020), en estas transformaciones se van delineando unos modos de consumo low cost, acompañados por la fragmentación de los mercados y la emergencia de diferentes nichos de consumo, que son reflejo, a la vez que reflejan “ciudadanías laborales más débiles” (p. 3). Así, las poblaciones más desfavorecidas, en situación de pobreza e incertidumbres en relación al empleo, pueden acceder a diferentes tipos de productos, por la diversificación de la producción, así como por la masificación del crédito. Sin embargo, este fenómeno no solo alcanza a los sectores en situación de



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	4
Vigencia	12/11/2021

pobreza, sino que también incluye a sectores medios empobrecidos generalizando la fragmentación en la producción y consumo de objetos y servicios de bajo costo.

En relación directa con la fragmentación de los consumos, aparece la problemática del endeudamiento creciente generado por la expansión del crédito. Dicha expansión, se ha presentado como fuerza motora para el crecimiento del consumo de masas y como vía para su democratización, alcanzando incluso a aquellos sectores receptores de programas de atención a la pobreza por parte del Estado. Sin embargo, diferentes trabajos harán hincapié en cómo, su desenvolvimiento ha conllevado que, en el denominado Sur Global, se instalen nuevos tipos de desigualdades, estratificaciones y expropiaciones en vista de las condiciones diferenciales de acceso al crédito para los diferentes sectores sociales (PROCELAC, 2013; Chahbenderian, 2017; Wilkis y Hornes, 2017; Marambio Tapia, 2012; Dettano, et al., 2019).

Regímenes de acumulación, organización del mundo del trabajo, vías y estrategias de concreción, estratificaciones, sentidos y sentires implicados, son algunos de los ejes trabajados en torno a las prácticas de consumo. Dichos ejes, incluyen miradas y análisis que lo promueven -asociando dicha práctica al crecimiento económico y productivo-, pero también un conjunto de miradas que alertan sobre la necesidad de moderación, educación y aleccionamiento, reclamando la necesidad de dar cuenta de los efectos del consumo en el medioambiente, la evitación del derroche, el desperdicio, así como la observancia de las condiciones laborales de las personas que producen los bienes (Murgado Armenteros, 2016).

Aún más, en relación con incentivar o regular/limitar los consumos han tenido lugar, leyes y políticas públicas que persiguen aumentar el conocimiento de marcos protectorios e instancias de reclamo para las relaciones de consumo, la regulación de precios, el ofrecimiento de capacitaciones y cursos, diferentes programas de financiamiento, así como un servicio de arbitraje orientado a canalizar reclamos de las/os consumidoras/es (Ministerio de Desarrollo Productivo, 2021; De Sena y Chahbenderian, 2020).

En vista de todo lo mencionado, la práctica bajo estudio y su relación con el trabajo, las tecnologías de la información, el endeudamiento, el cuidado del medio ambiente, los marcos regulatorios, entre otros aspectos, dan cuenta que constituye un espacio de cohesiones, conflictos, desigualdades y estratificaciones que no puede dejar de ser observado.

Ahora bien, como se ha mencionado párrafos atrás, los regímenes de acumulación no solo regulan los modos de producción, distribución y consumo, sino que requieren para su persistencia y proliferación de determinados mecanismos que aseguren la aceptación y la subordinación de los sujetos a este modo de organización social. En este sentido es que cada contexto elabora una política de las sensibilidades, en tanto modo de regulación y ordenamiento de la vida individual y social. Estas permiten delimitar, posibilitar y propiciar determinadas maneras de sentir, actuar y pensar de los sujetos. Las políticas de las sensibilidades pueden ser entendidas como un conjunto de prácticas sociales cognitivas afectivas dirigidas a la producción, gestión y reproducción de horizontes de acción, disposición y cognición. Esto refiere a los modos de organizar la vida cotidiana, a la información utilizada para ordenar y organizar preferencias y valores y a los parámetros para la gestión espacio/tiempo (De Sena y Scribano, 2020; Cena, 2018)

Las estructuras cognitivo-afectivas resultantes de los procesos de ser, estar y habitar el mundo donde los sujetos desarrollan los esquemas perceptivos que les permiten entender su entorno, adjudicarle sensaciones e imputaciones de sentido son aquello que entendemos por emociones (Scribano, 2013, Le Breton, 2012). Éstas, así como las sensibilidades poseen una constitución eminentemente social, involucran al cuerpo



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	4
Vigencia	12/11/2021

(Scribano, 2007; 2012), al pensamiento y al contexto (Williams, 2009; Solomon, 1989; Hochschild, 2011). Son un elemento necesario para explicar los fundamentos de la conducta social (Hochschild, 2011; Bericat, 2012), a la vez que son centrales para comprender la regulación de las acciones, al habilitar unos comportamientos y no otros en relación con afectos construidos, tales como el miedo o la vergüenza (Elías, 2009; Luna Zamora, 2005). Así entendidas, constituyen una vía privilegiada para acceder a diferentes y variados aspectos del mundo social (Bericat, 2012; Dettano, 2020) a la vez que permiten abordar y explicar el o los modos a través de los cuales el régimen de acumulación vigente se reproduce en medio de grandes desigualdades y apropiaciones (Scribano y De Sena, 2014; Cervio, 2012; Cena, 2018).

De cara a las transformaciones citadas, el consumo es un fenómeno para nada menor, que atraviesa diferentes procesos, aspectos y conlleva a pensar unos mundos de la vida donde hay diferentes modos de trabajar o de acceder a ingresos, donde se asiste a diferentes procesos de digitalización de la vida, donde surgen diferentes conflictos en base a los intercambios comerciales, donde proliferan diferentes modalidades de endeudamiento y diferentes condiciones de vida. Todo ello, implica reflexionar y analizar todas esas particularidades en simultáneo, al involucrar, no solo formas de producción y consumo particulares, sino también unos modos de sentir que acompañan dichas transformaciones.

2.12. Hipótesis de trabajo o los supuestos implícitos (según corresponda al diseño metodológico) :¹²

El consumo es un elemento central de las políticas de las sensibilidades, se constituye como un organizador social y estructurador de la vida cotidiana y ha sufrido transformaciones y reorganizaciones en contexto de pandemia (cambios en las estrategias, volumen). Además de exhibir una relación con el disfrute, el consumo se asocia a emociones ligadas a la insuficiencia y la falta, principalmente en aquellos sectores que reciben intervenciones estatales de atención a la pobreza y/o desempleo.

2.13. Metodología:

En pos de enriquecer la mirada sobre los fenómenos sociales, el abordaje propuesto para la realización de los objetivos consiste en una estrategia multi-método (De Sena, 2015) a realizar a partir del uso de tecnologías móviles e internet. Hace ya tiempo que ha dejado de decirse que existe una dicotomía entre la investigación cuantitativa y la cualitativa, construyendo un consenso en considerar que ambas son necesarias y complementarias (Jick, 1979; Cook y Reichart, 1986; Dos Santos Filho, 1995, Errandonea 1986, LeCompte, 1995, Scribano 2004; 2008; Barriga, 2012), dado que comparten la pretensión de analizar y comprender aspectos diferentes de una misma realidad. Tal como señala Scribano (2008:15) "...no hay argumentos sustanciales para mantener la 'puja' entre los enfoques cualitativistas y cuantitativistas. Esta antinomia debe ser considerada como una de las parejas epistemológicas disueltas en el actual contexto post-empirista de la ciencia".

En esta línea, las estrategias multi-método implican combinación y complementación. Algunos autores refieren también a la triangulación (Cook y Reichart, 1986; Piovani, 2018) incorporando la combinación de investigadores, la combinación de diferentes teorías en la construcción de marcos teóricos, así como la articulación de métodos cuantitativos y cualitativos.

La utilización de una estrategia multi-método en la investigación social hace posible generar dos –o más- imágenes del objeto analizado: una deriva de métodos

¹² 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.



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	4
Vigencia	12/11/2021

cuantitativos y otra de métodos cualitativos, iluminando diferentes dimensiones y aspectos. También implica combinar diferentes técnicas, donde en algunos casos una trata de compensar las debilidades de la otra o complementarla (Bericat, 1998; Piovani, 2007; De Sena, 2015). A su vez, la utilización de métodos mixtos potencia la confianza en los resultados de la investigación y podría contribuir a la reducción del sesgo en las mismas (Maxwell, 1996).

De esta forma, el presente proyecto, haciendo uso de una estrategia multi-método, combina la realización de encuestas y entrevistas de manera virtual. Ambas permitirán producir conocimiento sobre la organización de las compras y el gasto cotidiano, estrategias de realización de las mismas, medios y modalidades de pago, así como – por medio de las entrevistas- obtener las miradas y perspectivas de las personas que viven en el Municipio sobre las sociabilidades y vivencialidades que se organizan y tramam en las prácticas de consumo.

Internet, como artefacto cultural, se ha vuelto un elemento vertebrador de las interacciones cotidianas y un espacio de relevancia para la investigación social. Ello, no solo poniendo la atención en las tecnologías en sí mismas, sino en cómo estas son utilizadas, apropiadas, en tanto espacios y plataformas donde se despliegan tramas de interacción preexistentes o nuevas.

Los dispositivos y plataformas vinculados al uso de internet, no solo permiten la generación de datos sin reemplazar las técnicas tradicionales de las ciencias sociales, sino que aumentan las capacidades de recolección de información e invitan a repensar los modos de trabajar en el campo (Hine, 2004; Raento, Oulasvirta y Eagle, 2009; Osorio, 2017; De Sena y Lisdero, 2015).

Tomando como indicadores las compras y el gasto cotidiano, se prevé, en una primera etapa la realización de una encuesta no probabilística en modalidad online (Formulario auto-administrado Google Forms). Se utilizará una estrategia de muestreo tipo “bola de nieve” (Permite abordar objetivos específicos N°1,2,3 y 4) a personas mayores de 18 años que residan en el territorio bajo estudio.¹³ Además de la producción de datos primarios sobre organización, distribución y jerarquización de los gastos y compras cotidianas, la encuesta permitirá obtener datos sociodemográficos y las sensibilidades en torno al consumo.

En una segunda etapa, y para profundizar la comprensión de los sentires relacionados al consumo, se prevé, desde un abordaje cualitativo (Taylor y Bogdan, 1987), la realización de entrevistas semi-estructuradas de manera presencial y virtual -por medio de la plataforma Whatsapp- (Objetivos específicos N°2 y 3). Ello complementará, a su vez, los datos producidos por medio de la encuesta

Para la concreción de ambas técnicas y asegurando su factibilidad, se utilizarán las bases de investigaciones previas del Centro de Investigaciones sociales Para el procesamiento de la información se utilizará el software SPSS y el ATLAS TI. Por último, y para abordar el objetivo específico N°5, se buscará sistematizar información proveniente de la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor, buscando rastrear conflictos y reclamos jurídicos asociados a las prácticas de consumo.

2.14. Bibliografía:

ACUMAR (2014) “Informe sociodemográfico y de salud partido de La Matanza” Observatorio Unidad Sanitaria Ambiental Virrey del Pino. Dirección general de Salud Ambiental. Disponible en: <https://docplayer.es/42034100-Informe-sociodemografico-y->

¹³ Sobre dicha estrategia, cabe mencionar que en el marco del Proyecto Vincular 2020 “La cuestión social en el partido de La Matanza en contexto de pandemia” (Res. 218/20), en el centro de Investigaciones Sociales (CIS-UNLaM), dependiente de la Secretaría de Ciencia y Tecnología, ya se han realizado este tipo de encuestas.



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	4
Vigencia	12/11/2021

de-salud-partido-de-la-matanza-observatorio-unidad-sanitaria-ambiental-virrey-del-pino-direccion-general-de-salud.html

ALONSO, L. E. (2005) *La Era del Consumo*. Madrid: Siglo XXI Editores.

ALONSO, L. E. y GARCÍA GONZÁLEZ, D. (2019) "Lo que debe interesarnos es el consumo como relación social". *Revista Colombiana de Sociología*. Vol. 42, N.01, (PP.303-313)

ALONSO, L. E., FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C. J., IBÁÑEZ ROJO, R. (2020): "Del low cost a la gig economy: el consumo en el postfordismo del siglo XXI", en Alonso, L. E., Fernández Rodríguez, C. J., Ibáñez Rojo, R. (Coord.), *Estudios sociales sobre el consumo*, Madrid, CIS, pp. 241-260.

ANTUNES, R. (2005) *Los sentidos del trabajo. Ensayo sobre la Afirmación y la negación del trabajo*. Buenos Aires: Ediciones Herramienta.

BARBETA VIÑAS, M. (2020) "Nuevas formas de estructuración emocional en el consumo: experiencias y consumos defensivos". En: Dettano, A. (Comp.) *Topografías del consumo*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora. (Pp. 199-224).

BAUDRILLARD, J. (2011) *La sociedad de Consumo. Sus mitos, sus estructuras*. España: Siglo XXI Editores.

BAUMAN, Z. (2007) *Vida de consumo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

BERICAT ALASTUEY, Eduardo (2000) "La sociología de la emoción y la emoción en la sociología." *Papers* N. 62, p. 145-176.

BORAGNIO, A. y MAIRANO, V. (2020) "(Re)Pensando el consumo de alimentos, un análisis a partir de las ventas en supermercados en Argentina". En: Dettano, A. (Comp.) *Topografías del consumo*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora. (Pp. 93-118).

BOURDIEU, P. (2012). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Buenos Aires: Taurus.

BREWER, J. (2004) "The Error of our Ways: Historians and the Birth of Consumer Society", *Cultures of Consumption, Working Papers Series*, 12.

CASTEL, R. (2009) *La Metamorfosis de la Cuestión Social*. Buenos Aires: Paidós.

CASTELLÓ MARTÍNEZ, A. (2019) La venta online a través de medios sociales: el social commerce. *FISEC-Estrategias - Año VI, Número 15*. (pp 83-104).

COHEN, L. (2003) *Consumer's Republic: The politics of mass consumption in postwar America*. New York: Vintage Books.

CENA, R. (2018) "Los tránsitos por la inestabilidad: hacia un abordaje de las políticas sociales desde las sensibilidades". En: De Sena, A. (Edit.) *La intervención Social del Siglo XXI: transferencias condicionadas en el orden global*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora. (Pp. 231-252).

CENA, R. Y DETTANO, A. (2020) "Políticas sociales y emociones en el marco del COVID-19: sobre <viejos> nuevos debates e intersticios". *Cuadernos del Pensamiento Crítico Latinoamericano*, N°80. Disponible en: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20201110015539/CuadernoPLC-N80.pdf>

CERVIO, A. L. (2012) *Las tramas del Sentir*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora.

COOK, T.D. Y REICHARDT, CH.T.: (1986) "Hacia una superación del enfrentamiento entre los métodos cualitativos y los cuantitativos". En *Métodos cualitativos y cuantitativos en la investigación evaluativa*, Ed. Morata. Madrid.

CHAHBENDERIAN, F. (2017) "Créditos y transferencias: una reflexión en torno a la expansión del consumo en américa latina". *Revista Novos Rumos Sociológicos*. Vol. 5, nº 8. (Pp. 72-91).

DE SENA, A. (2015) Multi-método: un bosquejo sobre su sentido y organización. En De Sena, A. *Caminos Cualitativos*. Buenos Aires:Ediciones CICCUS. (PP. 141-164).



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	4
Vigencia	12/11/2021

DE SENA, A. (2018c) Principales rasgos de la “cuestión social” al comienzo del siglo XXI. La Matanza 2017-2019. Observatorio Social Región Oeste, Secretaría de Ciencia y Tecnología. UNLAM. “Mimeo”

DE SENA, A. (2019) “Hogares receptores de programas sociales y emociones del Municipio de La Matanza”. RELACES N°31. (Pp.48-63).

DE SENA, A. (2020) ¿Cómo se está viviendo la cuarentena en La Matanza? Boletín Síntesis Clave N°150. Centro de investigaciones Sociales, Secretaría de Ciencia y Tecnología, UNLaM.

DE SENA, A. y CHAHBENDERIAN, F. (2020) Apostillas sobre consumo, educación para el consumo y educación de las emociones. En: De Sena, A. *La cuestión educativa: formas y actores en debate*. Pp. 19-40. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Universidad del Salvador.

DE SENA, A. y DETTANO, A (2020) “Atención a la pobreza y consumo: las intervenciones del “no alcanza”. En: Dettano, A. (Comp.) *Topografías del consumo*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora. (Pp. 139-178).

DE SENA, A. y SCRIBANO, A. (2014) “Consumo Compensatorio: ¿Una nueva forma de construir sensibilidades desde el Estado?” *RELACES*. (Pp. 65-82). Disponible en: <http://www.relaces.com.ar/index.php/relaces/article/view/335>

DE SENA, ANGÉLICA; LISDERO, PEDRO. (2015). “Etnografía Virtual: aportes para su discusión y diseño”. En A. De Sena (ed.). *Caminos Cualitativos. Aportes para la investigación en Ciencias Sociales*, 71-100. Buenos Aires: Ediciones CICCUS.

DETTANO, A. (2015) “El consumo como signifiante en disputa: una aproximación desde el psicoanálisis”. En *Revista Diferencias*. Año 1, N°1. Pp. 93-112. ISSN: 2469-1100 Disponible En:

<http://www.revista.diferencias.com.ar/index.php/diferencias/issue/view/1>

DETTANO, A. (2017) “Prácticas de consumo y emociones de las destinatarias de programas de transferencias condicionadas de ingreso en la Ciudad de Buenos Aires” *Revista Novos Rumos Sociológicos*. Vol. 5, N° 8. (Pp.8-32).

DETTANO, A. (2020) Los estudios sociales sobre las emociones: un recorrido introductorio. *Sapiens Research*. Vol. 10 N°2. Pp. 53-60. Disponible en: <https://www.srg.com.co/bcsr/index.php/bcsr/article/view/400/297>

DETTANO, A., SORDINI, M. V., & CHAHBENDERIAN, F. (2019) “Social Policies, Conditional Cash Transfer Programs and Types of Indebtedness: Possible Articulations in Twenty First Century Argentina”. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 6(5) 276-292. <https://journals.scholarpublishing.org/index.php/ASSRJ/article/view/6579>

DETTANO, A. (2020) *Topografías del Consumo*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora

DETTANO, A. (2020b). “Las políticas sociales desde una sociología de las emociones: un estudio de las prácticas de consumo de sus destinatarias”. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 85, 129-147, <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/adettano.pdf>

ERRANDONEA, A (1986) ¿Metodología cualitativa vs. metodología cuantitativa? *Cuadernos del Claeh* n° 35, Montevideo.

FEATHERSTONE, M. (2000) *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu.

FIGUEIRO, P. (2013) *Lógicas sociales del consumo: el gasto improductivo en un asentamiento bonaerense*. Universidad Nacional de San Martín. San Martín: UNSAM EDITA.

FYSZBEIN, A. y SCHADY N. (2009) “Panorama general. Transferencias Monetarias Condicionadas. Reduciendo la Pobreza Actual y Futura”. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial, Washington, DC.



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	4
Vigencia	12/11/2021

- FRIDMAN, D. (2008) "La creación de los consumidores en la última dictadura argentina" *Apuntes De Investigación Del CECYP*, N° 14. (Pp. 71-92). Disponible en: <http://www.apuntescecy.com.ar/index.php/apuntes/article/view/124>
- GABRIEL, Y.; LANG, T. (2008) "New Faces and New Masks of Today's Consumer". *Journal of Consumer Culture*. N° 8. Sage publications. Disponible en <http://joc.sagepub.com/content/8/3/32>. Fecha de consulta: 15/06/2011
- GAGO, V. Y MEZZADRA, S. (2015) "Para una crítica de las operaciones extractivas del capital. Patrón de acumulación y luchas sociales en el tiempo de la financiarización". *Nueva Sociedad*. N° 255. (Pp. 38-52).
- GARCÍA CANCLINI, N. (1995) *CONSUMIDORES Y CIUDADANOS Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- GARCÍA MARTINEZ, J.; JURADO HERRERA, A.; BARRIONUEVO MOLINO, M. (2017) "Dominar el deseo: el imperativo de la felicidad en el capitalismo emocional". *Intersticios*. Vol. 11, N° 2. (Pp 51-69).
- HARVEY, D. (2008) *La condición de la postmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.
- HINE, C. (2004). *Etnografía Virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- HOCHSCHILD A. (2011) *La mercantilización de la vida íntima. Apuntes de la casa y el trabajo*. Buenos Aires: Ed. Katz.
- INDEC (2019) Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 2017-2018 Resultados preliminares. Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 2017-2018: resultados preliminares / 1a ed . - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadística y Censos – INDEC. Disponible en: https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/sociedad/engho_2017_2018_resultados_preliminares.pdf
- INDEC (2021c) Segundo Informe de Resultados. Estudio sobre el impacto de la COVID-19 en los hogares del Gran Buenos Aires Agosto-octubre 2020. Disponible en: https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/sociedad/EICOVID_segundo_informe.pdf
- IVANOVA, M. (2011) "Consumerism and the Crisis: Wither "The American Dream"?" *Critical Sociology*, N°37. Sage Publications.
- JICK, T. (1979) Mezclando Métodos cualitativos y cuantitativos: Triangulación en acción. *Administrative Science Quarterly*. Diciembre.
- KANTAR (2019) Los argentinos y el e-Commerce: ¿Cómo compramos y vendemos online? Cámara Argentina de Comercio Electrónico. Disponible en: <https://www.cace.org.ar/estadisticas>. Fecha de consulta: 02/04/2020.
- Kantar (2020) Los argentinos y el e-Commerce ¿Cómo compramos y vendemos online? <https://cace.org.ar/uploads/estudios/Estudio%20Anual%20Comercio%20Electr%C3%B3nico%20CACE%202020%20-%20Resumen.pdf>
- Kantar (2021) Informe Mid Term 2021. Preparado especialmente para: CAECE. Disponible en: <https://cace.org.ar/uploads/estudios/informe-mid-2021-final-prensa-final.pdf>
- KROEN, S. (2004) "A Political History of the Consumer". *The Historical Journal*, Vol. 47, N°3. (Pp. 709-736). Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/4091762>
- LE BRETON, D. (2012) "Por una antropología de las emociones" en: *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad - RELACES*. N°10. Año 4. (Pp. 69-79). Disponible en: <http://www.relaces.com.ar/index.php/relaces/article/view/208>
- LINNE, J. (2020) "No sos vos, es Tinder". Gamificación, consumo, gestión cotidiana y performance en aplicaciones de "levante". *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, vol. 27. (pp. 1-26).



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	4
Vigencia	12/11/2021

- LIPIETZ, A. (1994) "El posfordismo y sus espacios. Las relaciones capital-trabajo en el mundo" en: Serie Seminarios Intensivos de Investigación. Documento de trabajo N°4. Programa de Investigaciones Económicas sobre Tecnología, Trabajo y Empleo PIETTE Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Buenos Aires.
- LIPOVETSKY, G. (2007) *La felicidad Paradójica*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- LORENZETTI, R. (2009) Consumidores. Editorial Rubinzal-Culzoni
- LUNA ZAMORA, R. (2005) Sociología del miedo. Un estudio sobre las ánimas, diablos y elementos naturales. México: Universidad de Guadalajara.
- MARAMBIO TAPIA, Alejandro (2012) "Endeudamiento y bancarización como proyectos de movilidad en clases medias urbanas de Santiago de Chile" *Investigación histórica y etnográfica sobre las clases medias*, IDES, 6-7 de noviembre de 2012, Buenos Aires, Argentina.
- MARINAS, J. M. (2001) *La fábula del bazar. Orígenes de la cultura del consumo*. Madrid: Machado Libros.
- MARSHALL, A. (2017) Comportamientos ¿inusuales? del consumo de las familias: sobre-gasto y gasto cero o infrecuente (Argentina, 1996/97 y 2012/13). Cuadernos del IDES. Serie Documentos para discusión.
- MILANESIO, N. (2014) *Cuando los trabajadores salieron de compras. Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- MILLER, D. (1999) *Ir de compras. Una teoría*. Siglo Veintiuno Editores. Madrid, España.
- Ministerio de Desarrollo Productivo (2021) Informe de reclamos. Indicadores por área. Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/dndc_indicadores_dic_2021_.pdf
- MURGADO ARMENTEROS, E. M. (2016) El consumo socialmente responsable: un enfoque conceptual. *Revista de Antropología Experimental*, nº 16, 2016. Pp. 59-69.
- OSORIO, Francisco (2017). "El uso de teléfonos móviles como herramientas de apoyo a la investigación social". *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social - ReLMIS*. Nº13. Año 7. Pp. 23-32. Disponible en: <http://www.relmis.com.ar/ojs/index.php/relmis/article/view/196>
- PILORGET, J. (2015). *Rupturas y continuidades en las condiciones de vida en la Argentina: un análisis a partir del gasto de consumo de los hogares entre 1996 y 2013*. III Seminario Internacional Desigualdad y Movilidad Social en América Latina, 13 al 15 de mayo de 2015, Bariloche, Argentina. EN: Actas. Ensenada: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Centro Interdisciplinario de Metodología de las Ciencias Sociales. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.9390/ev.9390.pdf
- PNUD (2009) Objetivos del Milenio en el Municipio de La Matanza. Desarrollo Metodológico y Estado de Situación 2009. Recuperado de: https://www.cepal.org/MDG/noticias/paginas/5/44335/Objetivos_del_milenio_en_La_Matanza.pdf
- PNUD (2009) Objetivos del Milenio en el Municipio de La Matanza. Desarrollo Metodológico y Estado de Situación 2009. Recuperado de: https://www.cepal.org/MDG/noticias/paginas/5/44335/Objetivos_del_milenio_en_La_Matanza.pdf
- PROCELAC (2013). "Créditos para el consumo. Análisis del fenómeno socioeconómico y su impacto en los sectores populares". Procuraduría de criminalidad económica y lavado de activos. Ministerio Público Fiscal. Procuración General de la Nación.
- RAENTO, M., OULASVIRTA, A., EAGLE, N. (2009) "Smartphones: An Emerging Tool for Social Scientists." *Sociological Methods & Research* 37 (3), p. 426-454. doi: 10.1177/0049124108330005.



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	4
Vigencia	12/11/2021

SCRIBANO, A. (2004) “Conocimiento socialmente disponible y construcción de conocimiento sociológico desde América Latina”. Revista Investigaciones Sociales. Instituto de Investigaciones Histórico Sociales. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Perú Año VIII N° 12.

SCRIBANO, A. (2007) “La Sociedad hecha callo: conflictividad, dolor social y regulación de las sensaciones”, en Adrián Scribano (Comp.) *Mapeando Interiores. Cuerpo, conflicto y sensaciones*. Córdoba: Universitas, (Pp. 119-143).

SCRIBANO, A. (2008) *El proceso de Investigación Social Cualitativo*. Buenos Aires: Prometeo.

SCRIBANO, A. (2012) “Sociología de los cuerpos/emociones”. En: Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad - RELACES. N°10. Año 4. (Pp. 93-113). Disponible en: <http://www.relaces.com.ar/index.php/relaces/article/view/224>

SCRIBANO, A. (2013) “La religión neo-colonial como la forma actual de la economía política de la moral”. En: *De Prácticas y discursos*. Universidad Nacional del Nordeste. Centro de Estudios Sociales. Año 2, N°2. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/35143669.pdf>

SCRIBANO, A. (2015) *¡Disfrútalos! Una aproximación a la economía política de la moral desde el consumo*. Buenos Aires: elaleph.com

SCRIBANO, A. (2020) Consumo Digital y Sensibilidades de Plataforma. Algunas pistas para su análisis. En: Dettano, A. (Comp.) *Topografías del consumo*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora. (Pp. 225-248).

SCRIBANO, A. y LISDERO, P. (2019) *Digital Labour, Society and the Politics of Sensibilities*. London: Palgrave Macmillan. DOI 10.1007/978-3-030-12306-2

SCRIBANO, A.; CERVIO, A.; CHAHBENDERIAN, F. (2015) Regulación de las sensaciones y construcción de sensibilidades en la Argentina del 2010-2012. *Documentos de trabajo del CIES*. Disponible en: <http://estudiosociologicos.org/portal/regulacion-de-las-sensaciones-y-construccion-de-sensibilidades-en-la-argentina-del-2010-2012/>

SOLOMON, R. (1989) “Emociones y elección”. En: Calhoun, c. y Solomon, R. (compiladores). *¿Qué es una Emoción? Lecturas clásicas de Psicología filosófica*. México: Fondo de Cultura Económica. (Pp.321-334).

TAYLOR, C. (2006) *Fuentes del yo. La construcción de la identidad moderna*. España: Editorial Paidós.

TAYLOR, S. J., & BOGDAN, R. (1987) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Editorial Paidós.

TRENTMANN, F. (2016) *The empire of things*. UK: Penguin Random House.

VALDIVIELSO, J. (2011) *Ciudadanos, naturalmente. Reciclar los valores cívicos en clave ecológica*. Barcelona: Horsori Editorial.

WILKIS, Ariel y HORNES, Martin (2017) “Negociando la inclusión al mercado de consumo.” *Civitas*, Dossiê: Finanças e sociedade v. 17, n. 1, p. 61-78.

2.15. Programación de actividades (Gantt):¹⁴

	Año 1											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Revisión del marco teórico y antecedentes	X	X	X	X	X	X						

¹⁴ Definir la programación de actividades para cada objetivo específico, y las personas responsables de su ejecución.



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	4
Vigencia	12/11/2021

Capacitación permanente en Investigación online				X	X	X	X	X				
Realización de encuestas							X	X				
Procesamiento de las encuestas							X	X	X	X	X	
Realización de entrevistas semi-estructuradas						X	X	X	X	X	X	X
Elaboración de Informe de avance para su publicación											X	X
Participación congresos/ Jornadas/ Encuentros							X	X	X	X	X	

Año 2												
	Mes1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Escritura artículos / capítulos para su publicación a partir de los resultados		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Realización de entrevistas			X	X	X	X	X					
Participación congresos/ Jornadas/ Encuentros				X	X	X	X	X	X			
Reuniones de discusiones y lecturas bibliográficas		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Análisis del material en conjunto de todas las etapas		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	

2.16. Resultados en cuanto a la producción de conocimiento:

El proyecto espera producir conocimiento respecto a a) rasgos y características de las prácticas de consumo en las diferentes regiones del Municipio; conocer qué se consume, vías de concreción, transformaciones ante eventos como la situación de pandemia; b) Sentires y sensibilidades asociadas a dichas prácticas y c) los posibles conflictos jurídicos que las mismas habilitan.

Se espera que los resultados obtenidos brinden una primera aproximación a diferentes rasgos en relación al consumo, desde una base de información primaria de carácter cuantitativo y cualitativo. Esto permitirá observar, no solo la distribución, organización y jerarquización de los consumos, y los modos de sentir a ello asociados, sino también las modalidades y estrategias para su realización. A su vez, se establecerán vinculaciones con resultados de investigaciones previas sobre diferentes rasgos de la Cuestión Social en La Matanza, considerando el consumo un elemento central de dicha cuestión.

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

Se desarrollarán seminarios que profundicen la formación en investigación social de los integrantes del equipo. Principalmente en lo vinculado al presente proyecto: elaboración



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	4
Vigencia	12/11/2021

de cuestionarios, guiones de pautas, análisis del material empírico tanto cuantitativo como cualitativo.

Se desarrollarán seminarios/talleres de discusión vinculados a las temáticas centrales del proyecto. También se prevé la participación en eventos académicos nacionales e internacionales para la difusión de resultados y reflexiones y la publicación de artículos en revistas y libros científicos.

Se espera que la realización del proyecto contribuya con la finalización de trabajos de posgrado, así como pueda ser insumo para la realización de los trabajos finales de grado de las integrantes.

2.18. Resultados en cuanto a la difusión de resultados:

La realización de este proyecto pretende ser insumo para diferentes tipos de producciones. Se espera la presentación de avances y reflexiones teórico-metodológicas en diferentes eventos académicos nacionales e internacionales como las Jornadas de la Carrera de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (FSOC-UBA), las Jornadas de Jóvenes Investigadores del Instituto Gino Germani (UBA), el Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS), así como encuentros y jornadas organizadas desde el Centro de Investigaciones Sociales (CIS-UNLaM). Además de presentar avances, se espera que dichas instancias propicien el intercambio con otros investigadores/as y sus respectivos trabajos. También se prevé la publicación de artículos en revistas indexadas, capítulos de libros, documentos de trabajo, entre otros formatos posibles.

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

Se prevé, como hemos mencionado, la realización de seminarios y talleres sobre diferentes cuestiones teórico-metodológicas que son de importancia central para esta investigación.

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

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

Se prevé el vínculo con la Red Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales, de la cual la Universidad forma parte como Nodo. Se prevé el establecimiento de vínculos con investigadores/as externos, para lo cual se organizarán en el marco del Centro de Investigaciones Sociales (UNLaM) diferentes jornadas y encuentros, habilitando intercambios y presentación de resultados de investigación.

2.22. Destinatarios:

Tipo de destinatario	Subtipo de destinatario¹⁵	¿Cuál? Especificar	Demandante¹⁶	Adoptante¹⁷
-----------------------------	---	-------------------------------	--------------------------------	-------------------------------

¹⁵ Marcar con una X

¹⁶ 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

¹⁷ 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



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	4
Vigencia	12/11/2021

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			

nacionales, provinciales o municipales; entidades sin fines de lucro; hospitales públicos o privados; instituciones educativas no universitarias; y organismos multilaterales. Marcar con una X



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	4
Vigencia	12/11/2021

3-Recursos Existentes¹⁸

Descripción/ concepto	Cantidad	Observaciones

4-Recursos financieros¹⁹

	Rubro	Año 1	Año 2	Total
Gastos de capital (equipamiento)	a) Equipamiento (1)			
	b) Licencias (2)			
	c) Bibliografía (3)			
	Total Gastos de Capital	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gastos corrientes (funcionamiento)	d) Bienes de consumo			
	e) Viajes y viáticos (4)			
	f) Difusión y/o protección de resultados (5)	5000	15000	
	g) Servicios de terceros (6)	30000	50000	
	h) Otros gastos (7)			
	Total Gastos Corrientes	\$ 35000,00	\$ 65000,00	\$ 100000,00
	Total Gastos (Capital + Corrientes)	\$35000,00	\$65000,00	\$100000,00

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
-------------	------------------

¹⁸ 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.

¹⁹ Justificar presupuesto detallado. Para compras de un importe superior a \$15000.- se requieren tres presupuestos. (Resolución Rectoral N°177/2021.)



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	4
Vigencia	12/11/2021

UNLaM	100%
Otros (indicar cuál)	