

María Silvina Tatavitto

silvintata@yahoo.com.ar

Graduada con honores en letras (Premio Academia Argentina de Letras 1987) y actual doctoranda en Artes (UNA) es Adjunta a cargo de Proyecto de Graduación y Trabajo de Campo II (Licenciatura Crítica de Artes- UNA) y docente del área de Semiótica en otras carreras de grado (Ciencias de la Comunicación, UBA) y de posgrado (UCES y UNLAM). Desde el 2007 dicta el seminario Imagen de Destinos del Ministerio de Turismo de la Nación. Ha sido Directora de la Carrera de Licenciatura de Crítica de Artes (2008-2011). Actual Directora de la investigación *Performatividad y fruición estética: apropiaciones de la ficción narrativa del cine y la literatura* (IIEAC- UNA), diseña o ha diseñado y dirigido proyectos de investigación para organismos públicos y privados, nacionales e internacionales sobre problemas de gestión de políticas y programas sociales, de comunicación, de mercado, de educación y promoción cultural. Desde 1998 integra equipos de investigación de la UBA y de la UNA como investigadora formada y desde el año 2013 es miembro del Comité Académico del Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica (UNA).

María Rosa Moré

mmore@arnet.com.ar

Es Psicóloga (UBA) especializada en Psicología Social y Análisis y Planeamiento de la Comunicación cuya trayectoria incluye el desempeño como docente en esa área disciplinar en las cátedras de Teoría de la Comunicación (FFyL, UBA), Introducción a la publicidad (Facultad de Ciencias Sociales UNLZ) y Técnicas de investigación de mercado (Facultad de Ciencias Sociales UNLZ). En su carácter de consultora ha tenido a su cargo el dictado de seminarios sobre técnicas de promoción de servicios turísticos, organizados por Ministerio de Turismo de la Nación dirigido a instituciones y operadores del sector en todo el país. Es investigadora cualitativa que dirige, o bien ha integrado, equipos de trabajo multidisciplinarios en investigaciones nacionales e internacionales sobre problemas relativos a la salud, la alimentación, la relación entre turismo y comunicación, la producción orgánica de alimentos y la comunicación institucional e interna de organizaciones públicas y privadas.