



**PROGRAMA DE POSGRADO  
EN COMUNICACIÓN**

**LISTA DE TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN QUE  
ESTÁN EN LA BIBLIOTECA DEL PPC**

Actualizado al 26 de noviembre de 2019

## Contenido

Discurso sexista en la prensa costarricense, las mujeres y las leyes de la Asamblea Legislativa, 1953-1999.....	7
UCR Zona de cambio. La Universidad de Costa Rica y la trayectoria de la investigación científica.....	7
Diseño Corporativo para el sistema de investigación de la Universidad de Costa Rica. ....	8
Creación sobre Creación. El potencial creativo del video en la danza. Catalogo sobre videos de danza.....	9
Manos creadoras: Un acercamiento a la Microempresa en Guatemala. ....	9
Los Colores de la Vida .....	10
Presa y política en Costa Rica: El discurso editorial del pacto Figueres – Calderón durante 1995 .....	11
Creación de un sitio web del Registro Nacional de Costa Rica: “Sistema de información Registral” .....	12
Propuesta para desarrollar un programa radiofónico de análisis sobre la realidad de la juventud costarricense y nacional, desde una perspectiva política, producido por jóvenes y dirigido a jóvenes.....	14
Doce voces en busca de personaje .....	15
Construcción de memoria y olvido: las mediaciones y la religiosidad popular en la Cofradía Nuestra Señorita la Virgen de Guadalupe .....	16
Caracterización de los procesos comunicacionales en dos congregaciones pentecostales de San José .....	16
Comunicación y cambio tecnológico.....	18
El combo del ICE y La Nación: Análisis para un periodismo socialmente responsable. ....	19
Aulas sin fronteras.....	20
La máscara en cuatro historias .....	21
Representaciones socio-políticas de jóvenes en la Aglomeración metropolitana. Hacia una comprensión del abstencionismo en Costa Rica, desde la semiótica cultural .....	22
Quien te avisa no te engaña .....	23
Propuesta de una estrategia de comunicación que apoye el establecimiento de un plan institucional de recuperación de papel en el sector administrativo de las unidades académicas de la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio de la Universidad de Costa Rica .....	24
Max Jiménez: Las claves de su plástica. ....	25
“Todos saben lo que es un libro”, o... ¿no? .....	27
Elaboración de un portal electrónico para el Consejo de la Política Pública de la Persona Joven. ....	28
La historia aplicada en la comunicación a través de la prensa escrita (análisis de cinco secciones en nacion.com en el bienio 1999-2000) .....	29
Narrativas e Imágenes de Inmigrantes Nicaragüenses sobre Algunos Lugares del Centro de la	

Ciudad de San José .....	29
Incidencia política como estrategia de comunicación social para institucionalizar la equidad de género .....	30
Evaluación de las campañas de información y comunicación de desastres en Nicaragua y dengue en Costa Rica durante los años 2001 y 2005 .....	33
Diseño y formulación de una estrategia de comunicación y mercadeo: “Promoviendo el desarrollo local ecoturístico en la comunidad de Barra del Colorado, zona del Caribe, Costa Rica” .....	34
Ecología y comunicación. Las tortugas marinas en la televisión nacional (estudio de casos) .....	34
El paradigma tecnológico informacional y la biotecnología mediatizada. Tres casos en versiones electrónicas de medios impresos latinoamericanos.....	35
Estructura de diseño de producción para un programa de televisión dirigido a un público entre los 24 y 30 años .....	37
Framing del tratado de Libre Comercio (TLC) en la prensa escrita de opinión en Costa Rica durante el periodo de referendo .....	39
Representaciones de género y su relación con las actitudes y prácticas sexuales de jóvenes con información calificada. Recomendaciones para la comunicación en campañas de prevención de VIH.....	40
Diagnóstico del estado situacional de la comunicación interna en el departamento de recursos humanos de Amanco Costa Rica .....	41
Modelos televisivos y su relación con los trastornos de la conducta alimentaria, en adolescentes de ambos sexos del área metropolitana de San José. ....	42
Amighetti, el legado artístico .....	43
Análisis de los medios de comunicación de honduras como instituciones intermediarias, a partir de la correlación de agendas, de la influencia de los mass media y del acceso a los medios. Caso: El tratado de libre comercio de República Dominicana y Centroamérica con los Estados Unidos en el diario La Prensa de Honduras. Periodos de estudio: Junio-Julio 2004 y abril 2005 .....	44
Las comunidades de Software libre de Costa Rica .....	45
Diseño y modelo de una oficina en línea para el Programa de Posgrado en Comunicación (PPC) de la Universidad de Costa Rica .....	46
El lenguaje visual y la producción documental .....	47
Capítulo piloto para una campaña de mercadeo social en forma de miniserie televisiva de dibujos animados dirigida a escolares para promover la tolerancia a las diferencias .....	48
Evaluación de los canales de comunicación que promovieron la gestión de cambio cultural de los funcionarios del Banco Nacional, por medio del plan estratégico denominado “Proyecto Cumbre 2006-2010”, durante el primer trimestre del año 2011. ....	48
Tendencias en el consumo: Oportunidades para fomentar un estilo de vida saludable. ....	49
Propuesta para un plan de comunicación y podcast para fomentar estilos de vida saludables con personas sedentaria s que trabajan en una institución pública.....	50

Propuesta de un sistema de comunicación gráfico para la lectura en el periódico Eco Católico .....	51
Análisis del discurso institucional durante el proceso de apertura en telecomunicaciones, visibilizado en medios de comunicación (2009) .....	51
Puntas, Tutú y Corna: un Documental sobre el Ballet Clásico en Costa Rica .....	52
Visión sistémico-compleja de la comunicación institucional de las universidades públicas de Costa Rica: Propuesta integrada de comunicación corporativa para el posicionamiento del sistema de educación superior universitaria estatal desde CONARE .....	53
La comunicación organizacional en la gestión ambiental de proyectos de desarrollo eléctrico: el caso del Centro de Gestión Ambiental (GCA) de la Unidad Estratégica de Negocios Proyectos Y Servicios Asociados (UEN PYSA) del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) .....	54
La estación verde, propuesta de un producto de mercado y su plan estratégico de mercadeo .....	55
Diseño de un modelo conceptual para el análisis de la comunicación corporativa por medio de la aplicación de un diagnóstico. Hacia una relación congruente entre la imagen y la identidad de la Ciudad de los Niños. ....	56
Comunicación para la recaudación de fondos, tres casos y un plan de comunicación institucional con repercusiones en la recaudación de fondos en el hospicio de huérfanos de San José (HHSJ) para el 2012 .....	57
Estrategia de comunicación integrada de mercadeo para la cooperativa de ahorro y crédito de los empleados del Hospital Nacional de Niños – COOPEHOSPINI R.L. ....	58
Representaciones sociales de “lo polo” y “la polada” entre adultos jóvenes universitarios de la Universidad de Costa Rica. ....	59
Los códigos que establecen el orden significativo de lo femenino y lo masculino en Caribe y “El solitario” .....	59
Análisis de los paisajes étnico, tecnológico, mediático e ideológico de la migración intrarregional de América Latina en internet. ....	60
Experiencias de teatro del oprimido costarricense: procesos de comunicación participativa y popular. ....	60
Convergencia Retórica en el Documental Fotográfico y Sonoro para la Web. ....	61
¿Trabajar para vivir?, o , ¿vivir para trabajar?: Una exploración de los sentidos del trabajo en call-centers a través de los relatos de sus trabajadores. ....	61
Lecturas de discursos religiosos y disidencia religiosa. ....	62
Radio Ixchel Estéreo (Guatemala), Radio Victoria (El Salvador) y Radio Stereo Vos (Nicaragua). Relación entre su proyecto político- comunicativo y su programación. ....	63
Proyecto Cinematográfico: La Boca del Monte. ....	64
La Información y consulta a la sociedad civil en la legitimación de políticas públicas: El caso de las negociaciones de Tratados de Libre Comercio de Costa Rica. ....	65
Con las botas puestas por una vida sin violencia. Video educativo para la prevención y el abordaje de la violencia contra las mujeres bribis. ....	66

Modelos de comunicación audiovisual y multimedia para el aprendizaje creativo integral de dificultades emocionales y de conducta. ....	67
Cooperativas cafetaleras costarricenses: Características de la comunicación con sus asociados y asociadas. ....	68
Consecuencias sociales para las mujeres privadas de libertad del Centro Institucional El Buen Pastor tras el mensaje que emite la prensa escrita costarricense sobre sus casos judiciales. ....	69
La concesión de los muelles de Moín y Limón, un análisis del discurso del Periódico La Nación.....	70
“Alimentación... Del dicho al hecho... ¿Cuál es el Trecho?”: Exploración de las prácticas alimentarias y los discursos relacionados con alimentación en funcionarios de la Municipalidad de Curridabat. ....	70
Participación política de los jóvenes en la cotidianidad de aula en el Liceo de Alajuelita.....	71
“Genero, Clase y Afectividad: Vínculos y Comunicación En Una Comunidad Trans” .....	72
Tendencias en la programación de la televisión: Costa Rica (1995-2014) .....	73
REDAmiga: Aprendiendo con y del cáncer. Herramientas multimediales para el apoyo asertivo de personas cuidadoras informales de pacientes oncológicos .....	74
La concentración en los medios de Comunicación de Costa Rica: El caso de la radio y la televisión abierta.....	74
Diseño de un documental interactivo con elementos de gamificación para fomentar el involucramiento en el envejecimiento saludable: Vivir es para toda la vida.....	75
Diseño de videojuegos como herramientas de educación informal infantil: El caso de “Robotopia” .....	76
Diseño de videojuegos como instrumentos de observación: Formación de estereotipos de género en niñas y niños .....	76
LEITMOTIV. Objetos de aprendizaje multimedia dirigidos a estudiantes de diseño gráfico en la Universidad de Costa Rica para el 2019 .....	77
La miniserie web, un medio idóneo para fomentar el respeto por la diversidad sexual entre adolescentes de la GAM .....	77
Estrategias de comunicación transmedia para la divulgación del patrimonio cultural alrededor del café en Costa Rica .....	78
Diseño de producción de un documental interactivo para el rescate del patrimonio cultural (El Arte precolombino costarricense): PICTOGRAMA.....	78
Diseño de sitios web para la divulgación de la agroecología desde un enfoque participativo y centrado en el usuario: El caso de la feria agroecológica Mercadito Azul.....	79
<i>Gloria Y.</i> Una comedia dramática serial costarricense .....	79
La Teja, discursos y modos de recepción.....	80
Lo religioso y lo profano en campañas electorales 1936 y 2014 .....	81
De “mejorarse” a “dar a luz”: El discurso del movimiento costarricense por el parto humanizado o respetado .....	81

Diseño de una herramienta interactiva como extensión virtual para un espacio físico que aborda temas educativos de conservación ambiental: AKÁ..... 82

## Discurso sexista en la prensa costarricense, las mujeres y las leyes de la Asamblea Legislativa, 1953-1999.

**Autor:** Eyleen Alfaro Porras.

**Maestría:** Académica.

**Año de Ingreso:** 1999

**Ciclo de presentación:** II - 2000

**Sigla:** T001 EA.

**Directora de tesis:** Nora Garita Bonilla

**Objetivo General:**

Contribuir al desarrollo de los estudios de género en el país, específicamente en el campo de la comunicación.

Analizar cómo construye la prensa escrita costarricense, el imaginario colectivo de las mujeres que alcanzaron puestos de diputación en Costa Rica y las representaciones sociales que de ellas se hacen. Además analizar las representaciones en ciertas coyunturas del final del siglo XIX y principios del siglo XX en Costa Rica.

**Resumen:**

Se ha desarrollado desde tres perspectivas que brindan elementos para el análisis del tema en cuestión: Género, comunicación y política que permite abordar el proceso de incorporación plena de las mujeres a su condición de sujeto de derechos y deberes idénticos a los de los hombres y participe en la formación de decisiones que afectan al conjunto de la sociedad es un proceso inacabado por el que es necesario combatir todos los días.

En el primer capítulo se esbozan los conceptos básicos utilizados en toda la tesis, en el segundo y tercer capítulo se hace un análisis para des construir el avance social que realiza la prensa costarricense sobre las mujeres que lograron elegirse en una curul de la Asamblea Legislativa. En el capítulo tres y cuatro se utiliza el instrumento que se denomina análisis de contenido con perspectiva de género en estudios de comunicación para así dilucidar que el sexismo en la prensa costarricense existe. En el capítulo cuatro el tema planteado es el aborto, tema tabú en la sociedad costarricense.

## UCR Zona de cambio. La Universidad de Costa Rica y la trayectoria de la investigación científica.

**Autores:** Lilliana Zeledón Cambronero

Efraín Cavallini Acuña

Gerardo Chavarría Vega

**Maestría:** Profesional en Comunicación.

**Año de Ingreso:** 1997

**Ciclo de presentación:** II - 2000

**Sigla:** T002-I

**Directora de Trabajo Final:** Sylvia Carbonell Vicente

**Objetivo General:** Elaborar un documental divulgativo en formato Betacam, sobre la Investigación Científica en la Universidad de Costa Rica acumulada hasta nuestros días, haciendo un recuento del estado general del proceso científico de la UCR.

**Resumen:**

Para 1960, Costa Rica contaba con una universidad pública, en 1970 eran cuatro las

universidades existentes y todas eran públicas. Hoy en día a esas cuatro universidades debemos sumarle más de cuarenta y cinco entidades universitarias privadas. Lo anterior nos permite darnos una idea del porqué del panorama de los estudios superiores en el país es tan complicado y delicado a su vez.

Este panorama ha variado radicalmente respecto a lo que era la oferta académica diez años atrás, al surgimiento de nuevas necesidades educativas y a la inserción de la Universidad de Costa Rica en un entorno globalizado en donde surgen relaciones, compromisos y oportunidades de nuevo cuño y la oferta y la demanda se mueven con parámetros diferentes a los que se utilizaban hace treinta años. Competencia, rapidez y costo se convierten en términos de mercadeo y transacción, conocimiento se convierte en mercancía y la enseñanza y aprendizaje se mimetizan por diferentes medios, con prestidigitación y rapidez.

## **Diseño Corporativo para el sistema de investigación de la Universidad de Costa Rica.**

**Autor:** Rafael Ángel Cortés Villegas

**Maestría:** Profesional en Comunicación.

**Año de Ingreso:** 1997

**Ciclo de presentación:** II -2000

**Sigla:** T003 RAC

**Directora de trabajo final:** Yamileth González García.

**Objetivo General:** Definir los aspectos que determinan la elaboración del diseño corporativo para el Sistema de Investigación de la Universidad de Costa Rica.

### **Resumen:**

La elaboración de un proyecto de diseño corporativo es uno de los perfiles profesionales del diseñador gráfico como comunicador contemporáneo. Su confección exige análisis e investigaciones que deberán reflejar cuáles son los objetivos organizacionales de la entidad, qué hace y cómo lo realiza, etc. En dicho proyecto la principal intención es obtener una serie de elementos, los cuales deben influir en forma positiva en el público, el personal y las demás instituciones del mercado.

Tales componentes deben funcionar de modo coherente, así, cualquier mensaje enviado por uno de ellos será el mismo que emitiría una parte del grupo o el conjunto completo. Para lograrlo el diseñador gráfico como comunicador, recurre a diferentes herramientas. Por ejemplo, el empleo de la psicología del color y su influencia sobre el ser humano; la psicología de la línea, sus connotaciones y denotaciones, la tipografía y el uso de la imagen como medio de comunicación visual.

En Costa Rica, al igual que en el resto del mundo, la utilización de proyectos de diseño corporativo se da tanto a nivel comercial como institucional, pero los mejores exponentes en este campo se encuentran insertados en el primer ámbito. Dentro de los parámetros gubernamentales su aplicación no es muy eficiente, aunque existen proyectos ejecutados de modo excelente en entidades estatales.

El mayor problema que presentan las instituciones del Estado es el desorden en su imagen proyectada. La incoherencia y despreocupación por mantener una buena apariencia ante el público, unidas a la falta de datos e improvisación al crear los elementos de promoción de la entidad, son antecedentes esenciales del mal manejo de un diseño corporativo y del desaprovechamiento de elementos valiosos para una buena proyección hacia el usuario y consumidor. Todos estos aspectos preceden al mayor y más nocivo problema que enfrenta

una imagen corporativa: el fenómeno de difusión de imagen.

Una entidad u organismo debe planificar, diseñar y controlar los diferentes elementos gráficos que componen su imagen, por cuanto estos constituyen sus rasgos distintivos en el medio cultural y le confieren un estilo propio.

Normalmente las instituciones diseñan la marca al inicio de sus operaciones y aunque este trabajo no siempre es el producto de un adecuado proceso de análisis, representa una inversión considerable de recursos. Así mismo, muchas veces dicho identificador gráfico se aplica en forma errónea.

El presente proyecto es un esfuerzo, por demostrar que, en nuestro medio, el diseño gráfico, aplicado a la comunicación institucional se puede desarrollar con un alto nivel profesional.

Además se pretende dotar al Sistema de Investigación de la Universidad de Costa Rica, de un diseño corporativo por medio de una imagen corporativa, planificada y coherente, y de los instrumentos necesarios para lograr un adecuado manejo de la misma. Esto permitirá proyectarse en sus diferentes campos de acción hacia otras instituciones privadas o públicas, nacionales o internacionales.

Se busca lograr mediante la elaboración de un proyecto de diseño corporativo una coherencia visual, que permita sobresalir ante la opinión pública costarricense y aumentar su proyección profesional en el campo de la investigación, en forma más clara; sin que la Vicerrectoría de Investigación sea percibida como un ente separado de la Universidad de Costa Rica.

## **Creación sobre Creación. El potencial creativo del video en la danza. Catalogo sobre videos de danza.**

**Autor:** Katia Grau Ibarra

**Sigla:** T004 KG

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 1997

**Ciclo de presentación:** II - 2000

**Directora de trabajo final:** Ana Xochitl Alarcón.

**Objetivo General:**

Crear un catálogo en el cual se registren los videos de danza desde su inicio alrededor de los 80's hasta 1999.

**Resumen:**

El presente documento es un compendio de fichas técnicas acerca de los videos que se registraron sobre la danza en Costa Rica desde que se inició el registro de la danza en video alrededor de los años 80 hasta 1999. En el catálogo se incluyen a carí la totalidad de las agrupaciones actuales y algunas ya desaparecidas, de vida efímera

## **Manos creadoras: Un acercamiento a la Microempresa en Guatemala.**

**Autor:** Carol Lucas Arauz.

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 1998

**Ciclo de presentación:** I - 2000

**Director de trabajo final:** Roberto Román González.

**Sigla:** T005 CL

**Objetivo General:** será el objetivo del video visualizar la Microempresa en Guatemala, a través de la producción de un video documental que identifique y caracterice los diferentes estragos que componen de acuerdo a su origen, productividad, competitividad y acumulación de capital. De esta forma GTZ-PROMOCAP pretende llenar el vacío de conocimientos sobre la situación actual de la ME en Guatemala y brindar información útil a las instancias de apoyo al sector de la ME como instituciones, organizaciones, ONGs, programas de la cooperación internacional, etc. siendo éstos el grupo meta a lo cual va dirigido el video.

**Resumen:**

La nueva cara de la globalización nos presenta diferentes formas de producción y de mercadeo

, ante el cual los empresarios y empresarias de la microempresa se enfrentan a nuevos retos y desafíos. Debido al crecimiento rápido de este sector, los espacios en que operan son cada vez más reducidos, impidiéndoles insertarse de manera adecuada y formal en el mercado globalizado.

El propósito de este documental es obtener un perfil de este mundo variado y complejo en que se desarrolla actualmente la Microempresa en Guatemala.

Para obtener un acercamiento adecuado fue necesario identificar los diferentes estratos en que se divide la Microempresa y visibilizar claramente su situación.

## Los Colores de la Vida

**Autor:** Ana María Núñez Cortes

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 1998

**Ciclo de presentación:** II - 2001

**Director de trabajo final:** Roberto Román González

**Sigla:** T006 AMN

**Objetivo General:** El documental-biográfico “Los Colores de la Vida”, tuvo como objetivo general el rescatar la gran labor profesional de Francisco María Núñez, como periodista e historiador tanto en el ámbito nacional como también su proyección y desempeño a nivel internacional.

**Resumen:**

La vida y obra de Francisco María Núñez, se enmarca dentro de un contexto social, político, económico, y cultural muy amplio; que va desde 1982 año de su nacimiento hasta 1984 fecha en que fallece.

Este periodo es de una gran riqueza histórica para nuestro país, mencionar fechas como 1917, año en que toman el poder los Tinoco, o los conflictos civiles de 1948 y 1956; son algunos de los momentos que han generado espacios coyunturales muy importantes para la sociedad costarricense. Cambios que han modificado a la sociedad civil y en general todo el patrón cultural de una Costa Rica que fue más reactiva a los conflictos políticos.

Ante esta ventana de modernidad, se tejen los nuevos conceptos de cultura e identidad que mantenemos incluso hasta nuestros días. García Canclini comenta en su libro: Consumidores y Ciudadanos. Conflictos Multiculturales de la Globalización.

*“que la identidad es una construcción que se relata”.*

Esta afirmación es coincidente con la estructura filosófica presente en el discurso narrativo

de la obra de Francisco María Núñez. Ya que en la mayoría de sus trabajos existe la intención de rescatar las tradiciones y la historia de los diferentes sitios que visitó. Con visión futurista este autor inicia ya desde sus primeras obras, estudios estadísticos y geográficos de nuestro país; pensando que serán de gran utilidad para las generaciones venideras.

Serán también puntos de contacto y comparación conforme avanzan los años, y se hace cada vez más necesario el análisis histórico de la evolución de Costa Rica. Francisco María Núñez convierte así sus trabajos en escenarios donde él mismo actuó, y fue creando con su propia obra un verdadero testimonio cultural.

Sin embargo esta importante labor que realizó a lo largo de toda su vida, no es conocida actualmente, razón fundamental que justifica y sustenta esta investigación, que pretende recopilar y proyectar en nuestro medio la vida y obra de Francisco María Núñez

## **Presa y política en Costa Rica: El discurso editorial del pacto Figueres – Calderón durante 1995**

**Autor:** María Elena Rodríguez Molina

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 1996

**Ciclo de presentación:** II - 2000

**Sigla:** T007 MER

**Director de Tesis:** Mario Zeledón Cambronerero.

**Objetivo General:** Analizar las versiones sociales de realidad sobre el Pacto Figueres – Calderón que los periódicos *La Nación* y *La República* construyen mediante sus editoriales, con el propósito de estudiar el discurso político-ideológico y el papel protagónico de estos medios en el contexto histórico neo-liberal.

### **Resumen:**

Este trabajo analiza desde la comunicación social y con una visión histórica, el discurso del Pacto Figueres Olsen – Calderón Fournier en Costa Rica, en la década de los noventa. Con este propósito, se analizan los editoriales de dos periódicos hegemónicos, *La Nación* y *La República*, además de la percepción de los sectores populares sobre este acuerdo político.

El mencionado pacto es institucionalizado y confirmado en 1995 entre José Ma. Figueres Olsen y Rafael Ángel Calderón Fournier, ex presidentes de la República e hijos de caudillos de los años cuarenta, a fin de llevar a la práctica el Programa de Ajuste Estructural III, a saber, las reformas económicas neoliberales y de modelo de estado.

La investigación se centra en utilizar varias modalidades discursivas, de carácter dialógico entre los enunciadores y los receptores, para comprender el proceso de Pacto y su plano referencial, además de entender su propuesta de legitimación. Destacan, así, las enunciaciones ónticas, que caracterizan la naturaleza democrática y constitucional del sistema neoliberal; las prescriptivas que determinan comportamientos y posiciones del lector del material significativo del Pacto; las performativas, cuyo poder del lenguaje conduce a las acciones reformistas, las deónticas que establecen los deberes y obligaciones del estado neoliberal; las aleticas, que indican la necesidad del Pacto; y las axiológicas que enuncian valores y conforman juicios veredictivos sobre el desarrollo de la concertación adjetivada consensual.

Mediante esta metodología explicamos la posición político ideológica de la prensa escrita costarricense en su calidad de agente rector, fuerza política y canal de transmisión ideológica, legitimando y legalizando el proyecto político neo-liberal. Así mismo, establecemos la

confluencia ideológica entre los medios y algunos sectores políticos, empresariales, del estado, tecnócratas y financistas vinculados con el gobierno y los partidos Unidad Social Cristiana y Liberación Nacional, así como las divergencias que afloran en estar interrelaciones sociales.

En el contexto de la mundialización económica, en donde se articulan los entes financieros internacionales con las burguesías subalternas del país, el diario *La Nación* respalda y lidera editorialmente el proyecto ideológico de la sociedad neo-liberal, mediante anclajes explícitos e implícitos del texto a la realidad empírica. *La República* articula un discurso, si bien es cierto neo-liberal en cuanto a las modificaciones económicas, también enfatiza la función del estado social, cuestionando, a la vez, la yuxtaposición mercado – estado. Dicha dinámica social se produce dentro de una evolución histórica de la antesala del Pacto, puesta en marcha y ratificación del Pacto y, finalmente, agotamiento del Pacto.

Las transformaciones neo-liberales procuran realizarse para satisfacer los intereses particulares de grupos de poder, producto de las articulaciones hegemónicas al calor de la globalización y como imposiciones de los organismos financieros internacionales. No obstante, chocan con los movimientos sociales de los trabajadores que están en desacuerdo con estas medidas. A pesar de que en las versiones de realidad se teje un discurso nacionalista, popular y democrático, aparentando, a la vez, espacios consensuados, con el fin de lograr aceptación social, no obstante surgen voces y acciones de protesta social por parte de los sectores subalternos, expresándose de esta manera, los espacios de la diferencia.

## Creación de un sitio web del Registro Nacional de Costa Rica: “Sistema de información Registral”

**Autor:** Rose Marie Thomas Echeverría

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 1996

**Ciclo de presentación:** II - 2000

**Sigla:** T008 RMT

**Director de Trabajo Final:** Javier Gainza Echeverría

**Objetivo General:** Crear e implementar el sitio web para el Registro Nacional.

Diseñar, ejecutar y mantener una plataforma de información del Registro Nacional, que fomente el acercamiento de los usuarios a la institución y permita el acceso ágil y eficaz e interactivo de la información.

**Resumen:**

La creación de un sitio web del Registro Nacional, surge de la gran necesidad que tienen tanto los usuarios como el personal de esta institución, de localizar en un solo lugar, toda la información relacionada con la actividad que ahí se desarrolla.

El Registro Nacional es una institución del gobierno de Costa Rica y forma parte del Ministerio de Justicia y Gracia. Sus funciones son muy especializadas dentro del campo del derecho y están designadas por ley de la República. Su labor principal, es la de garantizar la seguridad registral en Costa Rica.

Aquí laboran más de 800 funcionarios y acuden diariamente alrededor de diez mil personas a realizar todo tipo de trámites.

Más de seis mil notarios de todo el país, realizan sus trámites constantemente, lo que la convierte en una institución de grandes dimensiones y muy compleja, debido a la

especialidad de las diferentes materias que trata y a lo delicado de su función.

Estructuralmente está compuesta por seis registros que son: registro de Bienes Inmuebles, Registro de Bienes Muebles, Catastro Nacional, Personas Jurídicas, Propiedad Industrial y Derechos de Autor y Conexos.

Está dirigida por una Junta Administrativa compuesta por dieciocho personas, representantes de diversos sectores relacionados con la materia registral que son: la Dirección Nacional de Notariado, el Colegio de Abogados, el Colegio de Ingenieros Topógrafos, el Instituto Costarricense de Derecho Notarial, la Procuraduría General de la República y abogados y notarios litigantes.

Preside la Junta Administrativa, la Ministra de Justicia y Gracia y cuenta con un Director General, que se encarga de acatar los acuerdos tomados por la Junta y dirigir la Institución.

Como toda institución del Estado, tiene una estructura orgánica aprobada por el Ministerio de Planificación, MIDEPLAN.

Según mencionamos anteriormente, el Registro Nacional, como su nombre lo indica, se encarga de la inscripción de los bienes de los costarricenses se encarga de llevar el registro de los bienes muebles e inmuebles de nuestro país como por ejemplo: lotes, casas, fincas, urbanizaciones, automóviles, buques, motocicletas, taxis, furgones, etc. Además de llevar un registro de las marcas comerciales, denominaciones de origen, marcas de ganado y todo lo relacionado con la propiedad intelectual como derechos de autor y conexos, inscripción de obras de arte, libros, dibujos, mapas, programas de cómputo, etc.

El Registro Nacional, es una institución que tiene casi dos siglos de existencia y por lo tanto contiene millones de documentos inscritos que son patrimonio de los costarricenses y mucha información muy valiosa y especializada.

La idea de realizar en formato digital un sitio web que recopile y resuma la información más importante, surgió de la práctica profesional dentro de la institución.

Diariamente llegan ahí miles de personas que requieren de la información para realizar diferentes trámites y no existía nada que la recogiera de modo sistemático. Lo que había era mucha información desperdigada en cada uno de los registros, pero nada accesible que estuviese al alcance ni del público ni de los funcionarios.

La labor de recopilación y sistematización de la información ha sido ardua y difícil, porque en algunos de los casos, partimos de cero.

Esta tarea nos llevó más de un año, donde recopilamos la información, la procesamos, hicimos un archivo fotográfico digital y contamos ahora, con un banco de datos bastante completo que nos permitirá darle soporte al sitio web.

Este sitio es importante por varias razones: se convierte en la fuente informativa oficial de la institución, cuenta con el apoyo de las autoridades, suple una necesidad de los usuarios y tendrá tener sostenibilidad permanente.

El sitio web del Registro Nacional, marca una actividad innovadora, donde la información se convierte en una herramienta útil que permite a los ciudadanos acceder a una plataforma de información confiable, inmediata e interactiva para la toma de decisiones.

## Propuesta para desarrollar un programa radiofónico de análisis sobre la realidad de la juventud costarricense y nacional, desde una perspectiva política, producido por jóvenes y dirigido a jóvenes.

**Autor:** Tatiana López Gianolli

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 1998

**Ciclo de presentación:** I-2001

**Sigla:** T010 TL

**Director de Trabajo Final:** Mario Zeledón Cambronero

### **Objetivo General:**

Elaborar una propuesta para la producción de un programa radiofónico de análisis de la realidad juvenil costarricense y de su país, desde una perspectiva política, producido por jóvenes y dirigido a jóvenes el cual promueva la formación de opinión pública y el desarrollo de una cultura política juvenil.

### **Resumen:**

Medios de comunicación, juventud y política son los ejes temáticos que constituyen la base de la presente investigación aplicada. De esta traidada nace la idea de ahondar en el siguiente objeto de estudio: participación juvenil costarricense en espacios de opinión sobre su realidad y la del país desde una perspectiva política en medios de comunicación.

Conforme se avanza y se profundiza en el conocimiento de tal tópico, la escasez que casi se torna en ausencia de este tipo de espacios se visualiza con mayor claridad, lo cual da pie a plantear la idea de crear un programa radiofónico con dichas características. Se pretende que dicho programa sea una contribución para disminuir este problema y a la vez, sea un aliciente para el desarrollo político general del país, tanto como en el particular de la juventud. ¿Con qué coyuntura se enfrenta esta iniciativa?, ¿qué fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas presenta?, ¿qué elementos teóricos claves en materia de producción radiofónica, juventud y política pueden orientarla y definirla?, ¿cómo es el público meta al cual se pretende dirigir el programa?, ¿cuál es su perfil?, ¿cuáles son sus gustos y preferencias, el grado de interés y participación que muestran ante esta iniciativa?, ¿qué asidero tiene en la realidad?

A partir de estas interrogantes, se conforman en este proyecto de investigación dos capítulos los cuales presentan un proceso investigativo minucioso; primero una recolección de características y evidencias que conforman esta propuesta, las muestran su viabilidad dentro de la coyuntura en que se plantean y segundo, cómo se clarifican sus aportes, a partir de la realidad existente.

El primer capítulo expone: el planteamiento del problema, sus causas y efectos; la pertinencia del proyecto de investigación y la justificación del medio de comunicación idóneo para la realización de la propuesta.

En el segundo capítulo se abordan cuatro apartados que en conjunto conforman la fase investigativa del proyecto; un diagnóstico minucioso que constituye la base científica y los insumos informativos claves para la formulación de la propuesta, insumos que a su vez determinan su viabilidad.

Comprende en su primer apartado, un análisis FODA: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. En el segundo apartado la configuración de un marco conceptual de carácter eclético. El tercer apartado presenta un diseño y aplicación de un sondeo público meta, a la audiencia potencial que tendría el programa. El cuarto apartado expone una descripción y

evaluación de la fase experimental realizada en Radio U Juvenil.

## Doce voces en busca de personaje

**Autor:** Rodolfo Rodríguez Blanco

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 1996

**Ciclo de presentación:** I - 2001

**Sigla:** T011

**Directora de Trabajo Final:** Sylvia Carbonell Vicente

### **Objetivo General:**

1. Construir conocimiento acerca de cómo la audiencia percibe y reconstruye la imagen de los personajes de ficción en una narración dramática radiofónica.
2. Conocer cómo los rasgos acústicos de la voz condicionan interpretaciones estereotipadas e intervienen en la construcción de personajes de ficción radiofónica

### **Resumen:**

Después de algunos años de estancamiento, en los cuales algunos incluso hablan retroceso, la radiodifusión en Costa Rica vive un renacer en sus prácticas productivas y estéticas. Para muchos constituye un medio que ha sido desplazado por la televisión y que pertenece al pasado. Para otros, mantiene un potencial, con su propio nicho de mercado.

Lo cierto es que cada hogar costarricense contabiliza por lo menos tres o cuatro aparatos de recepción radiofónica, y en muchas familias cada miembro tiene el suyo. También en el trabajo, en el autobús, en el automóvil, o en el negocio, donde quiera que esté, la radio acompaña al costarricense en todos los momentos de la vida social. Ha sabido mantenerse presente y cumple diversas funciones sociales, formativas, informativas, de entretenimiento y como formador de opinión.

El gran poder de la radio en Costa Rica se certifica con la existencia de 53 emisoras en amplitud modulada (AM) y 55 en frecuencia modulada (FM). La influencia de este medio en el mundo de hoy es tan importante como poco estudiada. La producción de programas de ficción radiofónica ha vuelto a tomar auge en el medio. Radio Monumental y su competidora Radio Reloj, dos de las emisoras más escuchadas, han vuelto a incursionar en este género. Obras recientes como *Sin máscaras*, *Lomas de Pasión*, *La quinta esquina*, *Rosa* y la repetición de la inolvidable *La isla de los hombres solos*, donde se destaca una de las mejores voces que ha producido la radio nacional, la de don Carlos Alberto Patiño, hoy fallecido, en el papel del comandante Benancio, son alguna de las que el público costarricense disfruta hoy en el dial.

La renovación de la radio abre una brecha en el estudio de la voz radiofónica, especialmente en el diseño de personajes de ficción dramática. La presente investigación resume una gran pasión por este medio comunicativo y se preocupa por el estudio de la voz. Se ubica en la percepción que tiene la audiencia de los personajes de ficción, de cómo se los imagina a partir de la voz, pues es ella la que con su aceptación o rechazo determina los parámetros que hacen que una radionovela tenga éxito o fracase.

La ficción dramática radiofónica se ha definido, como un teatro para ciegos-. Ese es su encanto y su misterio; pero también un reto apasionante para el investigador de la voz.

## Construcción de memoria y olvido: las mediaciones y la religiosidad popular en la Cofradía Nuestra Señorita la Virgen de Guadalupe

**Autor:** Ligia Carvajal Mena

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 1997

**Ciclo de presentación:** II - 2002

**Sigla:** T012 LC

**Director de Tesis:** Luis Rivera Pérez

**Objetivo General:** Interpretar las funciones de las mediaciones oral, escrita y electrónica como formas de comunicación y organización de la experiencia en la reconstrucción de la memoria y el olvido en la Cofradía Nuestra Señorita la Virgen de Guadalupe de Nicoya, Costa Rica, a fin de determinar el proceso de continuidad de esta práctica cultural dentro de una memoria colectiva

**Resumen:** El objeto de estudio de esta investigación se centra en las mediaciones y la religiosidad popular en la Cofradía Nuestra Señorita la Virgen de Guadalupe, ubicada en Nicoya, Guanacaste.

La inquietud por investigar este tema surgió porque la Cofradía en mención realiza todos los años una festividad en honor a su Santa Patrona, que se ha mantenido desde la época colonial. Además, porque es la única cofradía que existe en el país y que mantiene aspectos de sus primeras formas. También, es importante que porque el proceso de globalización elimina las fronteras y las culturas reciben continuamente flujos comunicacionales que podrían transformar lo local. En ese sentido, la práctica reiterativa de la festividad en honor a la Virgen de Guadalupe que realiza la Cofradía refuerza lo local.

La Cofradía se define como un frente cultural productor y reproductor de cultura, en donde los diversos grupos sociales convergen y comparten símbolos, signos, rituales dotados de sentido y crean sus propias significaciones. De ahí la importancia de las mediaciones en este proceso, pues por medio de la oralidad, la escritura y la electrónica se producen textos culturales que sirven para reconstruir la memoria y el olvido en este frente y para reforzar la herencia cultural.

## Caracterización de los procesos comunicacionales en dos congregaciones pentecostales de San José

**Autor:** Elizabeth Carrillo García

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 1998

**Ciclo de presentación:** II - 2004

**Sigla:** T013 EC

**Director de Tesis:** Mario Zeledón Cambroneró.

**Objetivo General:**

1. Caracterizar los discursos y lenguajes que se producen dentro de la dinámica comunicacional pentecostal, tomando como base las congregaciones seleccionadas.
2. Evaluar el modo en que los recién conversos que participan en las congregaciones seleccionadas se apropian de discursos y lenguajes en las nuevas interacciones sociales en las que participan.

**Resumen:**

El estudio se mueve entre dos ejes de análisis: la comunicación al interior de la congregación durante las actividades de culto y la comunicación entre los recién conversos. Interesa destacar las peculiaridades del discurso pentecostal y de toda su dinámica comunicacional. Constatamos como las prácticas celebrativas y emotivas de los pentecostales, especialmente su modo de adoración, son compartidas por diferentes grupos religiosos. Del mismo modo, la industria del entretenimiento y los medios masivos de comunicación marcan pauta en el estilo y los modos en que se transmiten los mensajes religiosos. Todo ello forma parte de un fenómeno global de masificación y homogenización de los productos culturales, del cual las expresiones religiosas no están exentas.

El enfoque teórico de los estudios culturales y la semiótica social nos permite trabajar al nivel del individuo y su entorno, pero especialmente, al nivel del lenguaje. El lenguaje es el medio y la vía para la generación de significados, por lo tanto es central para explorar como se produce simbólicamente el sentido. Este es precisamente el punto de encuentro entre las temáticas de religión y comunicación, ya que las prácticas religiosas, en tanto generadoras de respuestas -productoras de sentido por excelencia- son perfectamente abordables desde la comunicación social.

La estrategia de investigación se diseñó desde la metodología cualitativa lo que permitió cierta flexibilidad en el proceso de la investigación. Tanto las entrevistas como los informantes claves como las entrevistas cualitativas enfocadas con los jóvenes seleccionados y las historias de vida facilitaron la comprensión de este universo simbólico. Todos los textos analizados, predicaciones, canciones y coros, tienen en común el carácter oral y el contexto colectivo de su producción y consumo. Por eso, la observación participante resultó el medio idóneo para conocer las peculiaridades de una práctica discursiva que tiene como centro la palabra hablada pero que se complementa con numerosos aspectos no verbales, gestuales, de entonación, silencios y otros códigos de la interacción comunicativa.

Entre los aspectos de mayor significación que se desarrollan en este estudio se destacan: la tendencia generalizada al predominio de lo emocional sobre lo racional, de la oralidad sobre la lectoescritura y de la mercantilización de los bienes simbólicos. El carácter sensorial y corporal de la oralidad es una de las principales cualidades que se manifiestan en los cultos estudiados. La repetición, el estilo fragmentado del discurso y sus dispositivos de seducción forman parte del universo popular así como el suspense, el efectismo de la narración, y el estereotipo simbólico de los personajes bíblicos.

Las mismas oposiciones que son ejes temáticos de las predicaciones en los cultos los domingos, pasan a formar parte del universo simbólico y discursivo de los recién conversos. El esquema cristiano de interpretación del mundo se incorpora gradualmente y permea el lenguaje de forma tal que se vuelve un sello que los identifica y separa del resto de personas. De este modo, estas agrupaciones que estudiamos se constituyen en una nueva comunidad en sentido para los seres humanos comunes y corrientes.

## Comunicación y cambio tecnológico

**Autor:** Marcela Guzmán Ovares

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 1997

**Sigla:** T014 MG

**Director de Trabajo Final:** Freddy Abarca Rojas

**Objetivo General:** Determinar si el uso de nuevas tecnologías de comunicación e información provoca cambios en los procesos y condiciones de trabajo en dos organizaciones específicas y, en caso afirmativo, qué tipo de cambios se producen y sus efectos sobre la comunicación.

### **Resumen:**

El propósito de este estudio fue determinar si el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación provoca cambios en los procesos y condiciones de trabajo en dos organizaciones específicas y, en caso afirmativo, qué tipo de cambios se producen y sus efectos sobre la comunicación.

Se realizó un estudio de tipo cualitativo en dos organizaciones, una del sector privado y la otra del sector público, identificadas por su evidente desarrollo en el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación. En cada una de ellas se seleccionaron segmentos de la población para integrar grupos focales que pudieran verter criterios significativos en cuanto a las características y a la valoración de los procesos que se dieron relacionados con las tecnologías de información y comunicación y sus efectos sobre los diferentes subsistemas organizacionales. Previamente se realizaron entrevistas personales y se aplicó una encuesta.

Las hipótesis planteadas hacían presumir la existencia de relaciones de causa y efecto entre el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación y las transformaciones importantes y tangibles prácticamente en todos los aspectos de la vida de las organizaciones. En el ámbito estricto de investigación de estas dos organizaciones, los cambios han sido positivos para la mayoría de las personas que participaron en el estudio, especialmente por el hecho de que las nuevas tecnologías han facilitado el desarrollo y crecimiento de las personas, han mejorado el clima y la satisfacción laboral y el trabajo se vuelve más *amigable*, menos rutinario y agobiante y, por tanto, más satisfactorio. A esto se suma el hecho de que las organizaciones han logrado mayor productividad y calidad en las tareas que se realizan. A pesar de ello, han surgido nuevas fuentes de estrés, ligadas al mal funcionamiento eventual de los equipos de trabajo.

De la investigación también se concluye que el trabajo muscular está siendo desplazado por el trabajo mental, pues ahora se requieren trabajadores con habilidades y competencias psicológicas y humanas, muy diferentes a los trabajadores de la era industrial, y que las nuevas tecnologías de información y comunicación, cambian las acciones humanas en general, así como las formas de trabajo.

## El combo del ICE y La Nación: Análisis para un periodismo socialmente responsable.

**Autor:** Kattia Martín Cañas.

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 1997

**Ciclo de presentación:** I - 2004

**Sigla:** T015 KM

**Director de Trabajo Final:** Jorge Rovira.

**Objetivo General:** Diagnosticar y evaluar el desempeño del periódico La Nación como institución comprometida y respetuosa de principios elementales del periodismo ejercido responsablemente, tales como el equilibrio, la diversidad y la representación de opiniones disidentes, en el marco de los acontecimientos generados durante la huelga de marzo del 2000.

### **Resumen:**

El propósito de la presente investigación ha sido evaluar y diagnosticar el desempeño del periódico La Nación como institución comprometida y respetuosa de principios elementales del periodismo ejercido responsablemente, tales como el equilibrio, la diversidad y la representación de opiniones discrepantes de su propia ideología o puntos de vista. Bajo esa lógica, se establecerá la trascendencia y validez, en el debate contemporáneo, de una teoría normativa como la de la responsabilidad social. Para ese fin, se determinará cuál es la concepción del diario La Nación respecto al papel que teóricamente supone, debe ser desempeñado por los medios de comunicación en la sociedad. Asimismo, se valorarán los acontecimientos previos a la huelga contra el “combo del ICE”, tanto en políticas públicas como en acciones político-sociales y estudios de opinión pública, a fin de conocer la actitud de los costarricenses respecto a esa institución.

En lo que se respecta al método determinado para abordar la investigación, se hizo uso del análisis de contenido, para evidenciar a aquellos actores de la huelga contra el Combo, a los que el diario *La Nación* les dio voz y en la medida en que se las dio, para revelar la forma como el periódico *La Nación* propicia e impulsa el derecho a la información de sus lectores. El peligro de la estereotipificación social, la baja representación, y lo que Gebner llamó el “aniquilamiento simbólico” (a través de la sub-representación o la no-representación) de diferentes grupos y tipos de personas, puede paliarse cuando se identifica y se le confronta. La muestra de la investigación está integrada por aquellas publicaciones del periódico *La Nación* entre el 1 de marzo del 2000 – fecha en que inicia un proceso huelguístico en el país con las protestas de los paperos- y el 7 de abril del mismo año, cuando se decide la composición de la Comisión Mixta que analizaría la viabilidad o no del Combo. Las unidades de análisis son todas aquellas informaciones periodísticas, editoriales, columnas y artículos de opinión que se refieren, en la totalidad o en parte de su contenido, a la huelga o la transformación del ICE. La muestra total es de 138 unidades de análisis que se integraron en categorías para analizar a quiénes se dio la voz y a quiénes no, a quién o quienes se señalaron como beneficiarios o perjudicados con la huelga o el proyecto de ley conocido como Combo del ICE, los temas tratados y los temas ignorados, y cómo se calificó el comportamiento de los huelguistas en esa coyuntura.

En los resultados obtenidos destaca que el diario de marras, en la teoría, asume la importancia de la teoría de la responsabilidad social (si no a la letra, si en espíritu) reconociendo que la diversidad y la equidad en la noticia permiten fomentar el acceso a

información "exacta" para la construcción de opinión "bien informada", capaz de conocer su realidad, e incidir en ella. Sin embargo, los resultados están lejos de esa realidad y evidenciaron su incapacidad para "retratar o representar con justicia y equidad, a todas las partes involucradas en la coyuntura. Asimismo, ignoró de manera importante la actitud de los costarricenses hacia el ICE, institución a la que valoran por su aporte al desarrollo nacional, gracias al monopolio público, en porcentajes muy altos. Estos resultados legitiman la necesidad de un debate contemporáneo para referirse

## Aulas sin fronteras

**Autor:** Lissette Monge Ureña

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 1999

**Ciclo de presentación:** II - 2003

**Sigla:** T016 LM

**Director de Trabajo Final:** Gabrio Zapelli Cerri

**Objetivo General:** En el marco de la Política educativa vigente el Proyecto plantea la adopción de estrategias que permitan brindar una oferta educativa coherente con las demandas particulares de los estudiantes con sobre-edad en I y II ciclos de la Educación General Básica.

**Resumen:**

¿Qué es el proyecto?

El proyecto aula abierta es una experiencia de flexibilización del servicio educativo de I y II ciclos, destinada a la población adolescente en condición de sobre-edad, incorporada al sistema educativo o al margen de él y cuyo propósito es permitir que culmine su formación básica y esté en capacidad de continuar sus estudios, en cualquiera de las diversas ofertas del sistema educativo costarricense (colegio académico, Educación Abierta, CINDEA o el Programa Nuevas Oportunidades Educativas para Jóvenes).

El proyecto Aula Abierta se ejecuta con el aval del Consejo Superior de Educación según acuerdo N° 61-200 del 14 de diciembre del 2000, y para cuatrienio 2002-2006, según acuerdo N° 10-35-03 del 21 de Julio del 2003.

Algunas de las situaciones que se tomaron en consideración, como fundamentos para la creación del Proyecto Aula Abierta, son las siguientes:

Se presentan altas tasas de repitencia en I y II ciclos, especialmente en los primeros grados del I ciclo, lo cual genera extra-edad, fracaso y deserción escolar.

En los centros educativos de I y II ciclos existe una gran cantidad de población (edad superior a la esperada para el año que actualmente se cursa), que presenta características físicas, psicológicas e intelectuales diferentes a las del resto de compañeros, lo cual exige estrategias diferentes para su atención pedagógica.

Muchos estudiantes de I y II ciclos desertan de la escuela, por diversas razones, y actualmente no se encuentran incorporados a ningún servicio educativo.

La población migrante extranjera requiere incorporarse al sistema educativo para continuar con su proceso de desarrollo personal.

Existen condiciones psicosociales, que afectan el rendimiento de los estudiantes en el sistema educativo formal, entre ellas: el trabajo infantil y adolescente, la desintegración familiar, el embarazo en la adolescencia y otras, que requieren de un abordaje apropiado en la escuela.

La tasa de cobertura neta en educación primaria es inferior al 100% lo cual indica que existe un pequeño porcentaje de niños y jóvenes que han estado totalmente excluidos de los servicios educativos.

Las soluciones que se han brindado a la problemática del fracaso escolar en el sistema educativo costarricense se han mostrado ineficientes para fortalecer el proceso educativo de los jóvenes que viven esta condición.

Diversos instrumentos jurídicos nacionales e internacionales, entre ellos la Declaración Universal de Derechos Humanos, la constitución Política de la República, la Ley Fundamental de Educación y el Código de la Niñez y la Adolescencia, garantizan el derecho a la educación de todas las personas y comprometen a los organismos competentes, en este caso al Ministerio de Educación Pública, a diversificar sus ofertas y a ejecutar acciones a ejecutar acciones tendientes a la inclusión de aquellos sectores que han permanecido al margen de los beneficios de la educación.

## La máscara en cuatro historias

**Autor:** Teresita Chavarría Campos

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 1997

**Ciclo de presentación:** I - 2005

**Sigla:** T017 TCh

**Directora de Trabajo Final:** Mario Zeledón Cambronerero.

**Objetivo General:** El ensayo fotográfico "La máscara en cuatro historias" tiene como objetivo general resaltar este género como una herramienta importante de comunicación gráfica no verbal para desarrollar historias de vida u otros temas

**Resumen:** En el proyecto "La máscara en cuatro historias" se utiliza el género del Ensayo fotográfico, en el cual se desarrollan las siguientes situaciones: los encuentros con un travesti llamado Billos, un grupo de transformistas mientras se maquillaban para su presentación, bailarines de danza y actores de teatro maquillándose, una puesta en escena en el Teatro Nacional (una situación ficticia) y la celebración del Baile de los Congos, tradición panameña que se realiza cada Miércoles de Ceniza. Situaciones donde las "máscaras" ocultan aspectos de la propia persona o personalidad.

Este proyecto no tratará el tema de la máscara como objeto; sino que se referirá a una serie de imágenes que pueden ser un ejemplo de cómo el ser humano elabora máscaras para ocultar su verdadera identidad; en este sentido utilizó el término máscara para ocultar su verdadera identidad; en este sentido se utilizó el término máscara para referirse a la apariencia, a esa doble identidad, que se asume en diversas circunstancias. En este contexto la máscara adquiere distintas aplicaciones y significados; y es un aspecto que se ha incluido en la vida diaria. Las personas ocultan su forma de ser por motivos que van desde las relaciones con el poder hasta las neurosis socialmente condicionadas.

a idea de la máscara enfocada en el ocultamiento pretende mostrar cómo los individuos buscan elementos que los transforman en otros y deben presentarse ante los grupos sociales como distintos.

Además, el tema permite explorar diferentes conceptos relacionados con la temática del espejo, el maquillaje (como forma de representación del otro, y a la vez de transformación y la imagen del otro que proyectamos según las condiciones y circunstancias en las que estemos.

## Representaciones socio-políticas de jóvenes en la Aglomeración metropolitana. Hacia una comprensión del abstencionismo en Costa Rica, desde la semiótica cultural

**Autor:** Frank Privette del Busto

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 2002

**Ciclo de presentación:** I - 2005

**Sigla:** T020 FP

**Director de Tesis:** Mario Zeledón Cambroneró.

**Objetivo General:** Explorar cualitativamente las representaciones sociopolíticas de jóvenes abstencionistas para poder construir tipologías cualitativas que *expliquen comprensivamente* las categorías de jóvenes por su abstencionismo, tomando en cuenta, de un lado, su perfil socioeconómico (*entorno social y dentro de los modos de producción*), y por el otro, su participación electoral -que incluye una evaluación de lo externado explícita e implícitamente sobre política- (*signos y programación social construidos*)

### **Resumen:**

En el último lustro se ha discutido sobre el abstencionismo electoral, pero, a pesar del malestar de amplios sectores de la población con respecto a la política, existe poca investigación empírica -aún menos cualitativa- sobre el tema. Existe una tendencia a cuantificar y generalizar en exceso, olvidando que el malestar con la política podría estarse dando por falta de interés, por falta de conocimiento, por percepción de falta de tiempo, o por actitudes cínicas hacia la autoridad, o por los cuatro motivos en forma simultánea. No se ha profundizado en los motivos, en los pensamientos, en las representaciones, de quienes se abstienen de votar. Se justifica, entonces, una investigación cualitativa, a profundidad. Dado lo anterior, el objetivo general de la investigación es crear nuevo conocimiento, y de explorar las representaciones sociopolíticas de los jóvenes para construir tipologías cualitativas que expliquen comprensivamente las categorías de jóvenes que se abstienen de votar.

Se realizó una investigación cualitativa en julio del 2004, utilizando la técnica de investigación de *focus groups* (sesiones de grupo) con jóvenes de 20 a 29 años de edad, residentes en la Aglomeración Metropolitana de Costa Rica. En las sesiones de grupo se aplicaron técnicas proyectivas para complementar la discusión. Se realizaron en total seis sesiones de grupo: tres entre votantes en las últimas dos elecciones, tres entre no votantes. La metodología de análisis incluyó la descripción de los resultados; la presentación de la aplicación de las técnicas proyectivas; la realización de un macroanálisis semiótico; y la tipologización cualitativa.

Existe un conocimiento limitado sobre conceptos políticos que contribuyen a que los jóvenes no se sientan interpelados por la política. De la misma manera parece existir un divorcio entre la satisfacción personal y la satisfacción nacional, puesto que en todos los grupos se emite un alto grado de satisfacción con la vida personal pero después de tratar temas personales, se pregunta sobre la situación del país para escuchar respuestas muy negativas. No obstante, la insatisfacción social no parece erosionar el sentimiento de pertenencia nacional. Se les consulta el orgullo de ser tico y con muy pocas excepciones se reporta un alto orgullo. Existe un cinismo político considerable, que parece intensificarse conforme aumenta el nivel socioeconómico, así como la no participación en comicios. Juntado el cinismo con falta de conocimiento se está ante un reto para el sistema político nacional. La respuesta primaria del cínico es la falta de confianza, sea esta desconfianza merecida o no.

Existe, entonces, un desinterés notable por la política ya que no se habla con frecuencia sobre política, no se simpatiza con un partido, y se consideran que los políticos siempre proponen "más de lo mismo". Esto, asociado con la percepción compartida en todos los grupos de que no se tiene tiempo de nada, ayuda a comprender el malestar con la política. La política no es atractiva y los jóvenes se sienten que no vale la pena comprender algo que no es de su interés y que los políticos ni se interesan en ellos. Entre quienes si votan y entre los participantes de sesiones de menor nivel socioeconómico, existen valores positivos sobre lo que representa el sufragio. Se podría aventurar la hipótesis de que los aparatos ideológicos-cívicos del Estado parecen funcionar relativamente mejor en los niveles bajos que en los niveles altos en términos socioeconómicos para motivar el voto. Una de las principales conclusiones metodológicas de la investigación es que, teniendo en cuenta los insumos de la misma, se requiere realizar un estudio cuantitativo de gran escala para poder realizar segmentaciones entre jóvenes por nivel socioeconómico, estilo de vida, participación electoral, opiniones y actitudes.

## Quien te avisa no te engaña

**Autor:** Marcia Silva Pereira.

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 2000

**Ciclo de presentación:** I - 2005

**Sigla:** T021 MS

**Director de Trabajo Final:** Roberto Román Gonzáles.

**Objetivo General:**

El principal objetivo del documental es dar a conocer los alcances del *Programa Estado de la Nación* en su calidad de fuente de información para el desarrollo del país y su contribución en la formación de una ciudadanía más participativa.

**Resumen:**

Este documento es un complemento del proyecto final de graduación para aspirar al grado de magister en la Maestría Profesional en Comunicación Social de la Universidad de Costa Rica.

El proyecto consistió en la realización de un producto audiovisual, titulado *Quien te avisa no te engaña*, cuyo objetivo es dar a conocer el origen, los alcances y la importancia del Programa Estado de la Nación en el proceso de desarrollo de Costa Rica.

En 2004, el Programa Estado de la Nación cumplió 10 años de publicación educativa de su informe, que tiene como objetivo poner a la disposición del público general los principales indicadores económicos, políticos y sociales enmarcados en el concepto de "desarrollo humano sostenible (DHS).

El programa ha sido reconocido y premiado en dos ocasiones. Recibió el Premios Ancorra 2003 en la categoría de mejor ensayo. Más recientemente, en el año 2005 se le otorgó Aquileo Echeverría en la categoría "no ubicable" del Ministerio de "Cultura, juventud y deportes del Gobierno de Costa Rica.

El resultado final de la producción fue un documental de 19 minutos y 22 segundos de duración, por lo que el producto final es sucinto y transmite la esencia del Programa sin ser extenso, por lo cual cumple con la función de servir como material de apoyo para las presentaciones que el personal del Programa realiza a lo largo del país.

El contenido narrativo del documental se elaboró a partir de entrevistas y consultas a

profesionales de distintas áreas, quienes proporcionaron la información para mostrar con imágenes que es el Programa Estado de la Nación. Más que describir lo que era el Programa en cifras con una marcada visión institucional, se optó por hacer énfasis en transmitir la importancia del Programa en tanto herramienta de desarrollo específicamente desarrollada para estar al servicio de la sociedad costarricense.

La producción del documental fue realizada conjuntamente por el canal 15 de Televisión Universitaria de la Universidad de Costa Rica y la Fundación Centro de Alta Tecnología del Consejo Nacional de Rectores (CONARE) que aportaron respectivamente el equipo humano y técnico y los recursos económicos complementarios para los costos adicionales de producción y postproducción.

En este documento escrito se deja constancia de las razones por las que se realizó un audiovisual, así como de los objetivos del proyecto, el enfoque elegido y la necesidad de producir *Quien te avisa, no te engaña*.

Además hace un recuento de cómo se hizo el documental, desde la fase inicial de investigación hasta los últimos detalles de postproducción.

## **Propuesta de una estrategia de comunicación que apoye el establecimiento de un plan institucional de recuperación de papel en el sector administrativo de las unidades académicas de la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio de la Universidad de Costa Rica**

**Autor:** Adriana Montanaro Mena

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 2001

**Ciclo de presentación:** II - 2006

**Sigla:** T022 AM

**Director de Tesis:** Carlos Sandoval García.

**Objetivo General:**

Diseñar una estrategia de comunicación como apoyo al establecimiento de un plan institucional de recuperación de papel en el sector administrativo de las unidades académicas de la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, de la Universidad de Costa Rica.

**Resumen:**

Esta investigación inició proponiendo una estrategia de comunicación que respaldara un plan institucional de manejo de desechos sólidos ordinarios en la ciudad universitaria Rodrigo Facio de la Universidad de Costa Rica. Esto implicaba trabajar con papel, cartón, vidrio y plástico, y dirigirnos a los tres sectores universitarios: docente, estudiantil y administrativo. Una vez que nos adentramos en el proceso de recolección de datos, teniendo acceso a las experiencias del manejo de los desechos sólidos en la región de Waden Wuettenberg, al sur de Alemania y la oportunidad de conversar con los responsables de los desechos de cinco universidades de esa zona y especialistas en el tema en la ciudad de Stuttgart, propusimos un nuevo concepto para el plan hipotético hacia el cual giraría la etapa posterior de la investigación.

Puesto que no existe, visualizamos un plan de manejo de desechos sólidos que fuera desarrollado por etapas y estuviera dirigido a distintos grupos pertenecientes a los tres sectores mencionados. De manera que la Oficina ejecutora del plan -que hipotéticamente sería la que llamamos Oficina de Gestión Ambiental, adscrita a la Rectoría- fuera trabajando

por etapas y con grupos metas específicos. A partir de esa premisa, y considerando la presencia de numerosas iniciativas -fallidas o exitosas- de recuperación de papel, una etapa a desarrollar sería la de recuperación de papel, una etapa a desarrollar sería la de recuperación de papel en las oficinas administrativas de las unidades académicas, y la estrategia propuesta se dirige a los administrativos y conserjes.

A partir de estos aspectos, la tesis tiene como objetivo principal diseñar una estrategia de comunicación como apoyo al establecimiento de un plan institucional de recuperación de papel en el sector administrativo de las unidades académicas de la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, de la Universidad de Costa Rica. Para ello, mediante la realización de consulta bibliográfica, entrevistas, visita a otras universidades, un sondeo telefónico, y una serie de grupos focales con personal administrativo, realizamos un diagnóstico que nos permitió identificar las barreras que impiden o inhiben al personal administrativo de las unidades académicas manejar adecuadamente el papel de desecho.

Aquellas barreras susceptibles de ser modificadas mediante la comunicación interpersonal y las herramientas de las relaciones públicas, la publicidad, el mercadeo, la imagen corporativa – de la educación fueron consideradas en la estrategia.

## **Max Jiménez: Las claves de su plástica.**

**Autor:** Adriana Kohkemper Gutiérrez, Clara Vila Santo Domingo, Jessie Mory Villaseñor

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 2001

**Ciclo de presentación:** II - 2006

**Sigla:** T023 JM/CV/AK

**Director de Trabajo Final:** Gerardo Chavarría Vega

**Objetivo General:**

Realizar un documental audiovisual en formato MiniDV sobre la obra plástica de Max Jiménez, como piloto (programa demostrativo) para el desarrollo de una serie de documentales dedicados a la producción de figuras destacadas de la primera mitad del siglo XX: Teodorico Quirós, Fausto Pacheco, Francisco Amighetti, Manuel de la Cruz Gonzáles, Francisco Zúñiga y Margarita Bertheau, entre otros.

**Resumen:**

La historia de las artes plásticas en nuestro país se encuentra, en general, marcada por la falta de divulgación de sus obras y por el desconocimiento general de los costarricenses de su patrimonio artístico. Para desentrañar esta riqueza, podemos remontarnos a la primera mitad del siglo XX cuando una generación de artistas de vanguardia revolucionaron el arte nacional con sus propuestas y creaciones, sentando así las bases del arte moderno costarricense. Como un esfuerzo por rescatar el valor cultural de este grupo, conocido como Generación de los 30 o Generación Nacionalista, nació la idea de realizar un documental sobre la práctica de Max Jiménez, concebido como programa demostrativo para el desarrollo futuro de una serie dedicada a la producción plástica de figuras sobresalientes de ese periodo.

La elección de Max Jiménez para realizar el primer documental de la serie resultó ideal no solo desde el punto de vista del contenido de su obra, por tratarse de un personaje que de manera única trascendió el academicismo costarricense apoyándose en una forma contemporánea, libre y expresiva; sino porque, además, cultivó con éxito un amplio espectro de géneros y porque su obra ha sido poco conocida masivamente.

No obstante, existen algunos trabajos recientes dedicados a este artista que han servido como fuente de información para lograr un acercamiento actualizado a su vida y obra. Adicionalmente, se contó con la valiosa colaboración de cinco entrevistados que como expertos en el tema, y en algunos casos, como personas cercanas al personaje, contribuyeron con información de primera mano que no se encuentra disponible en otras fuentes.

Desde el punto de vista comunicacional, las obras de arte pueden ser consideradas documentos vivos que continúan enviando mensajes a través del tiempo y que por su carácter polisémico permiten multitud de lecturas. Debido a estas características, el análisis de obra plásticas presenta necesidades particulares a las cuales debe responderse con una metodología adecuada. Bajo este criterio se aplicó la propuesta del teórico estadounidense Thomas McEvilley *Trece maneras de ver un mirlo* (1992), que parte de trece maneras de aproximarse al contenido de obras artísticas. El resultado es un análisis integral que abre interrogantes y permite al perceptor construir sus propias interpretaciones del objeto de estudio. Así por ejemplo, los audiovisuales de la serie planteada podrían ser utilizados como material de apoyo para cursos de apreciación e historia del arte costarricense, expuestos en charlas para incentivar el conocimiento del arte nacional en instituciones educativas y culturales, o bien, transmitidos en canales de televisión nacionales para su divulgación masiva.

El producto audiovisual con que culmina este trabajo de graduación está construido por bloques temáticos basados en la metodología mencionada, cuya estructura se inicia con la presentación del artista y su ubicación en contexto, continúa luego con el análisis de los aspectos formales y de contenido de sus obras, y finaliza con un recuento de su legado plástico y cultural. A lo largo de 16 minutos, los entrevistados hilan el desarrollo del documental con sus puntos de vista y su conocimiento apoyados por fotografías de archivo, imágenes de las obras de Max Jiménez, animaciones bidimensionales y música.

El presente proyecto demuestra cómo el arte debe vincularse con la comunicación, y servirse de ésta para contribuir con el fortalecimiento y divulgación de los valores culturales de nuestro país, siendo el proyecto final un instrumento para comunicar temas relacionados con el arte y la cultura a través del lenguaje audiovisual.

## “Todos saben lo que es un libro”, o... ¿no?

**Autor:** Jacqueline Murillo Fernández

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 1999

**Ciclo de presentación:** I - 2006

**Sigla:** T024 JM

**Director de Tesis:** Jorge Chen Sham

### **Objetivo General:**

Identificar los diferentes objetos que emergen bajo el lexema *libro* en los informes finales de cinco encuestas sobre hábitos de lectura aplicados a adultos costarricenses, con el fin de determinar cuáles son las reglas de formación discursivas a partir de las cuales se configura el campo enunciativo formador de el *libro* como vórtice interdiscursivo y que constituyen elementos del archivo colectivo costarricense del periodo 1979-2004, desde la perspectiva de la arqueología de los discursos según la plantea Michel Foucault.

### **Resumen:**

Con base en cinco informes finales de encuestas sobre hábitos de encuestas sobre hábitos de lectura, esta investigación discurre a través de algunos de los principales discursos tejidos en torno a la noción de *libro*, bajo la hipótesis de la existencia de un conjunto de formaciones discursivas vigentes en el universo de las re-presentaciones independientes y distintas de las experiencias vitales del universo de las concretitudes a las que supuestamente corresponder.

Luego de hacer un recuento general de las principales investigaciones realizadas sobre el tema del libro, tanto en la tradición académica occidental como en Costa Rica, se hace una síntesis de los principales conceptos de la arqueología de los discursos según la plantea el filósofo francés Michel Foucault.

A partir de estas consideraciones teóricas, se analiza detalladamente -con base en un análisis léxico cuantitativo como punto de partida- cuáles son los principales *objetos-libro* que se construyen desde la práctica discursiva del campo enunciativo del libro y de la lectura en Costa Rica.

Como resultado, la investigación explora los problemas de diferentes formaciones discursivas del *libro* como a) sustancia concreta, b) portador de escritura, c) instrumento mediático de comunicación, d) construcción simbólica desde un esquema mágico religioso, e) instrumento del conocimiento y de la educación, f) unidad de un discurso moral y g) objeto de goce, de ocio y de entretenimiento.

Finalmente, se hace un balance general que analiza las reglas de interacción de los diferentes *objetos* en el campo de dispersión que constituye el vórtice interdiscursivo >libro< para los hablantes costarricenses del periodo 1979-2004.

El estudio de las encuestas se complementa con un intertexto paralelo constituido por fuentes primarias, tanto pertenecientes a la cultura material costarricense (monumentos, obra plástica y obra literaria), como provenientes de la experiencia vital cotidiana (entrevistas informales y anécdotas recopiladas vía oral).

## Elaboración de un portal electrónico para el Consejo de la Política Pública de la Persona Joven.

**Autor:** Betsy Murillo Pacheco

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 2003

**Ciclo de presentación:** II – 2006

**Sigla:** T025 BM

**Director de Trabajo Final:** Mario Zeledón Cambronero.

### **Objetivo General:**

Elaborar un portal en la red para el Consejo de la Política Pública de la persona Joven (CPJ) que potencie la participación de los jóvenes costarricenses de los 18 a los 24 años entre ellos mismos y con la entidad.

### **Resumen:**

Este documento comprende todo el proceso de desarrollo y construcción de la propuesta de portal para el Consejo de la Política Pública de Persona Joven, cuyo objetivo es que los jóvenes accedan a espacios de información y participación entre ellos mismos con la entidad. Esta propuesta de portal incluye toda la información acerca de la labor institucional en materia de participación, políticas públicas e investigación. Además, cuenta con opciones de entretenimiento e interacción para promover canales reales de participación juvenil en Internet. El proyecto constituye un aporte a una mayor proyección, promoción amplia y efectiva de la institución, posicionando el tema de juventud como uno de los más activos e importantes en la agenda nacional, al mismo tiempo que cumple con el mandato de la directriz gubernamental N° 040 MICIT de la Gaceta N° 121: todas las instituciones públicas deben tomar las medidas necesarias para tener presencia de la red. Esta propuesta se inició con la construcción de una base teórica, que incluye desde los usos más cotidianos que hacen los usuarios de la red y la consolidación de ésta como un nuevo espacio público, hasta las diferentes nociones de diseño para Internet. Posteriormente, se exploró el nuevo papel del comunicador en la red así como las características y distintas identificaciones a las que los jóvenes apelan. Se realizaron varias sesiones grupales con representantes del público meta, cuyos resultados se plasmaron en el diseño de la propuesta de portal institucional, la cual fue validada más adelante por los mismos jóvenes. Posteriormente se exploraron las expectativas de comunicación de funcionarios y miembros del CPJ para ser incluidas en la construcción de esa primera propuesta. La etapa final del proyecto se realizó mediante la validación del producto elaborado. En este proceso se recogieron todos los insumos posibles para la mejora y reconstrucción del mismo. Como resultado de la validación se reconstruyó la propuesta con todos los elementos presentes en la primera propuesta, pero con un diseño diferente, más acorde con los resultados obtenidos. Finalmente, las recomendaciones y conclusiones rescatan los elementos más importantes a tomar en cuenta en la elaboración de portales electrónicos en general, y específicamente para que la presente propuesta cumpla con los objetivos establecido.

## La historia aplicada en la comunicación a través de la prensa escrita (análisis de cinco secciones en nacion.com en el bienio 1999-2000)

**Autor:** Gustavo Naranjo Chacón

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 2003

**Ciclo de presentación:** I – 2006

**Sigla:** T026 GN

**Directora de Tesis:** Eyleen Alfaro Porras.

### **Objetivo General:**

Analizar el tratamiento de la información histórica en los procesos de producción periodísticas, para determinar sus fortalezas y debilidades, a fin de fundamentar teórico-metodológicamente al *periodismo histórico* como un periodo especializado, que incluye diversos géneros.

### **Resumen:**

El siguiente proyecto, titulado **La historiador aplicada en la comunicación a través de la prensa escrita (análisis de cinco secciones en nacion.com en el bienio 1999-2000)**, examina los diferentes usos periodísticos dados al contenido histórico en una muestra tomada del diario **La Nación** en el bienio 1999 – 2000, por medio del motor de búsqueda de su sitio electrónico **nación.com**.

En la primera parte de la investigación, el texto investiga los espacios comunes entre los orígenes disciplinares del periodismo y la histografía, para luego concentrarse en los inicios del periodismo histórico en la Costa Rica del siglo XIX y su posterior desarrollo en el siglo XX. Posteriormente se trabaja en la sustentación teórica y posterior construcción de una **metodología de búsqueda** estadística utilizando un motor de búsqueda de una base de datos electrónica. La muestra obtenida de esta población inicial es posteriormente analizada a la luz del **periodismo**, la **teoría de la Comunicación y la histografía**.

La investigación concluye brindando una interpretación multidisciplinar de la fenomenología de los usos históricos del periodismo (sociología, epistemología, etc.), para finalizar con una serie de recomendaciones tanto para distintos sectores de la academia, como para los profesionales en ejercicio.

Sobre este último punto se anexa un folleto denominado “**Noticias de Ayer**”, versión preliminar de un texto para la práctica del periodismo histórico en la prensa escrita.

## Narrativas e Imágenes de Inmigrantes Nicaragüenses sobre Algunos Lugares del Centro de la Ciudad de San José

**Autor:** Guillermo Acuña González

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 1996

**Ciclo de presentación:** II – 2006

**Sigla:** T027 GA

**Director de Tesis:** Carlos Sandoval García

### **Objetivo General:**

Analizar el proceso de inserción urbana de las personas migrantes nicaragüenses en ciertos lugares del centro y alrededores de la ciudad de San José.

Estudiar la forma en la que las personas migrantes nicaragüenses narran y visualizan su relación con algunos lugares del centro de la ciudad de San José.

**Resumen:**

La presente investigación tiene como propósito analizar el proceso de inserción urbana de las personas migrantes nicaragüenses en ciertos lugares del centro y alrededores de la ciudad de San José, así como profundizar en las formas mediante las cuales las personas migran narran y visualizan su relación de uso y producción de imaginarios con algunos lugares del centro de la ciudad.

El estudio no pretende obtener resultados de validez estadística, sino más bien afinar abordajes para analizar los elementos subjetivos que están tras la relación entre migración y espacio social. Se propone como intersección de tres dimensiones analíticas a saber; la ciudad, la migración y la comunicación. Para el abordaje, se utiliza un instrumental metodológico basado en la fotografía más la entrevista, producida y aplicada por cuatro personas migrantes nicaragüenses: Mario, Eddy, Rosa y Gioconda.

Los principales resultados indican que los espacios públicos presentes en el centro de la ciudad de San José son extremadamente importantes para la reproducción económica, social y cultural de buena parte de las personas migrantes nicaragüenses; se evidencia además que al fotografiar ciertos lugares, se activa en las personas migrantes un proceso de evocación y recuperación de ciertos aspectos relacionados con sus comunidades de origen. Se produce así un proceso comunicacional con el entorno urbano, que facilita la construcción de identidades como recurso mediante el cual se negocia la incorporación de las personas migrantes a la sociedad costarricense.

Al mismo tiempo, se reconocen las posibilidades sociocomunicativas del entorno josefino en una época signada por las transformaciones económicas y sociales, las cuales son aprovechadas de forma intensa por las poblaciones migrantes.

La investigación constata la importancia de herramientas de investigación no intrusiva en procesos metodológicos orientados a trabajar la dinámica subjetiva de grupos sociales y culturales de específicas características, como el caso de las personas migrantes.

## **Incidencia política como estrategia de comunicación social para institucionalizar la equidad de género**

**Autor:** Monserrat Blanco Lobo

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 1996

**Ciclo de presentación:** I – 2006

**Sigla:** T028 MB

**Directora de Tesis:** Ana Cecilia Escalante Herrera

**Objetivo General:**

Analizar las estrategias de incidencia política como procesos de comunicación social para institucionalizar la equidad de género en el sector gubernamental ambiental y agropecuario Centroamericano, implementadas por el PIP/UICN- Fundación Arias, y realizar recomendaciones que contribuyan a mejorar el impacto de estos procesos de institucionalización.

**Resumen:**

Aunque existe un consenso en torno a los principios de equidad entre mujeres y hombres, no hay acuerdo con relación a que transformar, dónde y cómo. En Centroamérica destacan dos

tendencias: las organizaciones de mujeres que trabajan con, por y para las mujeres (fortalecimiento de las mujeres) y las organizaciones de desarrollo tradicionales, al menos en principio de participación mixta que orientan sus actividades con, por y para todos (integración de las mujeres).

Ambas propuestas enfrentan dificultades para integrar con equidad a mujeres y hombres en los espacios de toma de decisiones, trascender transformaciones en el plano formal y llevarlas a la cotidianeidad, y, articular propuestas de desarrollo que atiendan las necesidades e intereses de ambos. En resumen, pese a sus propósitos, reproducen la fragmentación de la realidad y vida cotidiana, entre espacios público y privado, perpetuando las condiciones de exclusión del sistema patriarcal.

En este contexto se plantea como alternativa la formulación de políticas públicas que, a través de estrategias como la transversalidad, promueven la institucionalización de la equidad de género. Con este objetivo se implementa el proyecto “Procesos de incidencia política para promover la equidad de género en la gestión ambiental y agropecuaria en Centroamérica (2001-2003)”, ejecutado por la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN) y la Fundación Arias para la Paz y el Progreso Humano (PIP/UICN- Fundación Arias), que orienta sus acciones a los sectores gubernamentales ambiental y agropecuario.

Entendiendo la comunicación social como procesos de producción de sentido que producen y reproducen las relaciones de género inequitativas, y, en esta medida, una estrategia privilegiada para resignificar los contenidos simbólicos que fundamentan las prácticas, discursos y órdenes institucionales patriarcales, este proyecto de investigación se plantea la siguiente pregunta: **¿Cuáles estrategias de incidencia política, analizadas como procesos de comunicación social, empleó el PIP/UICN-Fundación Arias para institucionalizar la equidad de género, cómo las utilizó y cómo puede mejorarse el impacto en su experiencia?**

La investigación procura vincular los ejes de comunicación, género, política y vida cotidiana, considerando que en el país existen escasos estudios en materia de género y comunicación social, y los pocos que hay se concentran en los medios de comunicación colectiva y productos de comunicación, abordados desde la perspectiva de disciplinas como el periodismo, las relaciones públicas y la publicidad.

El análisis se fundamenta en cuatro **ejes de desarrollo teórico**: el carácter social de la construcción de la realidad, y las identidades y relaciones de género; la comunicación social como proceso de producción de sentido; la vida cotidiana como espacio privilegiado desde el cual intervenir en la definición de las construcciones de la realidad social, las identidades de género y los procesos de producción de sentido; y, la incidencia en las políticas públicas como estrategia para institucionalizar la equidad de género.

La propuesta de **abordaje metodológico y los procedimientos** se fundamentan en cinco principios metodológicos: la posibilidad de conocer y transformar la realidad social producto de la praxis humana; la posibilidad de relevar del análisis de la realidad social construcciones diferenciadas con base en el género (teoría de género); la comunicación social como proceso de producción de sentido que crea y recrea los contenidos de universos simbólicos que definen *qué es la realidad* en la sociedad patriarcal (sentido que se traduce en discursos, prácticas y órdenes institucionales, o dicho de otro modo qué se dice, qué se hace y cómo se organiza); el significado social de las acciones cotidianas; y la posibilidad de realizar un análisis cualitativo de los fenómenos sociales.

Estos principios fundamentan la selección y adaptación del **modelo de red para la institucionalización de la equidad de género** de Caren Levy, como herramienta para realizar el análisis de las estrategias de incidencia implementadas por el PIP /UICN-Fundación Arias,

considerando elementos para el estudio específico de procesos de comunicación social, es decir: considerando las estrategias como procesos de producción de sentido destinados a transformar los contenidos simbólicos que fundamentan las relaciones de género en las sociedades patriarcales, y que se traducen en discursos, prácticas y órdenes institucionales. El estudio de acciones desarrolladas por el PIP /UICN-FA, le permite entender que la incidencia política, como proceso de planificación colectiva de acciones para producir transformaciones en la toma de decisiones, es un proceso complejo, no lineal, que puede ser desarrollado en espacios gubernamentales y no gubernamentales, y en todos los niveles: desde el alto nivel político hasta el operativo técnico. Además, en el caso del proyecto bajo análisis, permitió la articulación de sector gubernamental y no gubernamental en la gestión de políticas públicas.

En relación con la pertinencia de la **comunicación social**, es posible afirmar que esta es una dimensión clave de procesos e intervenciones sociales, sin embargo, no se diseñan, implementan y evalúan las estrategias de desarrollo como procesos de comunicación social. Si se asume que los procesos de construcción; reproducción y transformación de las relaciones de género son esencialmente comunicación, solo en cuanto procesos de producción de sentido pueden ser efectivamente comprendidos y transformados. Esto requiere la integración de las teorías de la comunicación social con la teoría de género.

El análisis del proyecto desde la perspectiva de la comunicación, mostró un énfasis de las estrategias de incidencia del PIP /UICN-Fundación Arias en los órdenes institucionales, tanto en la intención del proyecto (estrategias ejecutadas) como en el impacto (estrategias impactadas y resultados). Al respecto es posible explorar, entre otras, tres hipótesis. La primera es que el acento en los órdenes institucionales es producto de una demanda del contexto porque es el ámbito que ofrece mayores posibilidades para transformar las relaciones de género. La segunda es que se confunde la institucionalización, como objetivo de la incidencia, con producir cambios en las estructuras institucionales. Finalmente, se sugiere que el papel de la cooperación internacional, en la definición de las iniciativas de desarrollo, podría estar determinando apostar por cambios en las estructuras institucionales de corto plazo, en detrimento de cambios culturales de largo plazo.

Cualquiera que sea la hipótesis que se explore es necesario considerar dos datos adicionales arrojados por esta investigación. El primero de ellos es que el análisis de las estrategias vinculadas, es decir, de aquellos que facilitaron o crearon condiciones para el impacto de las estrategias ejecutadas, muestra un balance en discursos, prácticas y órdenes institucionales. Esto podría sugerir la necesidad de intervenir en los tres ámbitos para obtener resultados exitosos y sostenibles. En segundo lugar, el examen de los desafíos muestra también el mismo énfasis en los órdenes de institucionales pero aumenta la relevancia de las intervenciones en las prácticas. Este resultado podría apuntar a la posibilidad de diseñar procesos de desarrollo con énfasis en ámbitos distintos de diferentes etapas.

Las conclusiones de la investigación plantean una brecha entre vida cotidiana y política, cuyo origen se encuentra en la fragmentación de la cotidianeidad de hombres y mujeres; público/privado; objetivo/subjetivo; técnico/social; etc. Se propone el desarrollo de estrategias de incidencia que permitan construir políticas públicas desde la experiencia cotidiana, es decir, desde lo subjetivo y privado como proceso integrado a cambios objetivos en el espacio público (político y técnico), para transformar esa misma cotidianeidad (calidad de vida). La vida cotidiana es considerada como un espacio privilegiado desde el cual intervenir en la definición de las construcciones de la realidad social, las identidades y relaciones de género, y los procesos de producción de sentido, que determinan esa misma cotidianeidad.

Los resultados de este trabajo sugieren varias **líneas de investigación** para futuros esfuerzos, entre ellos: considerar los aportes teórico-metodológicos de la comunicación social y teoría de género para el análisis de relaciones de género y su transformación (diseño de estrategias); el análisis de estrategias de incidencia como procesos de producción de sentido en sí (elementos comunicativos); el desarrollo del modelo web; el análisis específico de esferas de intervención, puntos de entrada o estrategias ;el estudio de procesos de incidencia política en otros sectores; y el desarrollo de investigación en torno a las relaciones de género en contextos específicos, la identificación de los procesos de comunicación que las fundamentan y reproducen, y el diseño de estrategias de transformación.

Finalmente el trabajo realiza una serie de recomendaciones para dar seguimiento al PIP /UICN-Fundación Arias, u otras iniciativas similares.

## Evaluación de las campañas de información y comunicación de desastres en Nicaragua y dengue en Costa Rica durante los años 2001 y 2005

**Autor:** Giselle García Pereira

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 1996

**Ciclo de presentación:** II – 2006

**Sigla:** T029 GG

**Director de Tesis:** Mario Zeledón Cambronerero

### **Resumen:**

Este trabajo busca sistematizar los problemas más importantes en el diseño de campañas de información y comunicación; para ello se analizan las concepciones y metodologías aplicadas en las campañas de comunicación efectuadas en Nicaragua y Costa Rica durante los años 2001, 2002, 2003 y 2004.

La eficiencia de las campañas de información y comunicación es una de las interrogantes en el quehacer de los comunicadores. La realización requiere de presupuestos generalmente altos. En muchos casos, se realizan con recursos estatales y, siendo su impacto poco significativo, se convierten en un gasto más que en una inversión. Para confirmar esta afirmación es necesario mirar las estadísticas de afectación del dengue en Costa Rica y los destrozos por desastres en Nicaragua.

La escasa eficiencia de las campañas y la participación de la autora en las acciones comunicativas de este tipo han motivado la indagación de esta tesis, en donde se conjuga la observación participante, las entrevistas y el análisis de los discursos de las campañas. Existe, en este momento, un reconocimiento por parte de distintos autores del papel que juegan la comunicación pública, tornándose, en algunos casos, en un factor crítico en los procesos de prevención tanto en desastres como en salud. Gustavo Wilches-Chaux, especialista en desastres y autor del texto Vulnerabilidad Global (Wilches-Chaux: 1989), afirma que si la reacción de la comunidad fuese más activa, más constructiva, más de rebelión contra los que parece inevitable, las amenazas naturales no se convertirían irremediablemente en desastres.

Wilches-Chaux define como vulnerabilidad ideológica y cultural los problemas que competen a la comunicación y la organización social, y entre ellos, el papel de los medios masivos, cuyo tratamiento de los desastres y las epidemias contribuye más a consolidar la sensación de impotencia que a forjar una cultura de prevención (Wilches-Chaux: 1989, 89). Esta importancia de la comunicación no se ha visto reflejada en la labor por parte del sector

académico costarricense. La investigación es escasa o insuficiente, por esta razón, este trabajo explora dos campañas de información y propone una crítica que busca arrojar luz para la realización de acciones comunicativas más eficaces.

## **Diseño y formulación de una estrategia de comunicación y mercadeo: “Promoviendo el desarrollo local ecoturístico en la comunidad de Barra del Colorado, zona del Caribe, Costa Rica”**

**Autor:** Adriana Castro Valverde, Irena Barrantes Mora

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 2001

**Ciclo de presentación:** II – 2007

**Sigla:** T030 AC/IB

**Directora de Trabajo Final:** Ana Lucy Zamora Mungía

**Objetivo General:** Elaborar un diseño de comunicación y mercadeo social que permita promover y desarrollar de manera ambientalmente sostenible el distrito de Barra del Colorado, zona del Caribe, Costa Rica.

**Resumen:** La comunidad de Barra del Colorado, en la zona Norte del Caribe de Costa Rica, presenta una riqueza natural, sorprendente, la biodiversidad que disfrutaban sus habitantes, es tal vez sin saberlo, el mejor recurso existente en la región. Sin embargo, la pobreza y la falta de oportunidades, tanto a nivel social como económico de sus habitantes, repercuten en un mal uso de esos recursos.

Esta comunidad, por su ubicación geográfica, goza de los beneficios del Parque Nacional Tortuguero, sin embargo, por razones históricas y falta de educación ambiental, es poco el desarrollo sostenible que han logrado alcanzar.

Y es que si se analiza el momento en el que por decreto se establecen los Parques Nacionales, se podría asegurar que se genera un cambio radical en las diferentes comunidades del país; la falta de educación ambiental hace que sus habitantes sientan estas áreas protegidas como amenaza. Ya no pueden pescar, ni cazar, ni cortar árboles, lo que en un momento fue su actividad de subsistencia se convierte en hambre y pocas oportunidades para hacer negocio, para comercializar y para subsistir.

Es por ello que este proyecto propone un cambio de actitud en esta y otras comunidades con características similares, donde el principal objetivo es promover los proyectos productivos, que les permita a los pobladores, incrementar su nivel socio económico, desarrollando programas y proyectos ambientalmente sostenibles, con el fin de mejorar, no solo su calidad de vida, sino también, protegiendo su entorno natural.

## **Ecología y comunicación. Las tortugas marinas en la televisión nacional (estudio de casos)**

**Autor:** Rosa Zúñiga Quiroga

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 2004

**Ciclo de presentación:** II – 2007

**Sigla:** T031 RZ

**Director de Tesis:** Gabrio Zapelli Cerri

**Objetivo General:**

Analizar los contenidos de la narrativa argumental audiovisual sobre las tortugas marinas entre los años 1995 y 2005 realizados por los programas de televisión nacional "Espectro", "Siete Días", "Sin Fronteras" y "De paseo".

**Resumen:**

Las tortugas marinas en la televisión nacional. Estudio de los casos de los programas "Espectro", "7 Días", "De paseo" y "Sin Fronteras", donde se emitieron videos sobre estos quelonios, entre los años 1995 y 2005.

Se presentan característica, ciclo de vida, usos, estatus poblacional y situación actual de las tortugas marinas.

Se hace una descripción y diferencias entre un reportaje y un documental. Estos son los formatos en los que se presentan los programas de televisión. Luego, se describe lo que ocurre en Estados Unidos, Francia, Inglaterra, España, Argentina, Brasil, Chile, El Salvador, Guatemala y Costa Rica con la emisión de documentales y reportajes en la televisión nacional de esos países, con contenidos sobre naturaleza. Finalmente se explica sobre narración audiovisual, plano de la expresión de la estructura audiovisual (encuadres o planos, movimiento de la cámara, iluminación, personajes, narración-locución, vestuario, edición, música) y sobre el plano del contenido de la estructura audiovisual, para realizar el análisis de los programas y presentar las respectivas conclusiones.

## El paradigma tecnológico informacional y la biotecnología mediatizada. Tres casos en versiones electrónicas de medios impresos latinoamericanos

**Autor:** Luz Marina Lardone Curbelo

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 2004

**Ciclo de presentación:** II – 2008

**Sigla:** T032 LML

**Directora de Tesis:** Vanessa Fonseca González.

**Objetivo General:**

Investigar la producción periodística de recursos simbólicos tecno científicos con el fin de realizar inferencias y articulaciones sobre el entramado donde se inscriben, a partir de estudiar la biotecnología como caso paradigmático y signo ideológico de la Sociedad de la información bajo el paradigma tecnológico informacional en América Latina.

Estudiar la presencia de la biotecnología en la producción periodística informativa, entre febrero de 2001 y febrero de 2006, en las versiones electrónicas de los diarios La Nación de Argentina, La Nación de Costa Rica y O Globo de Brasil.

**Resumen:**

La capacidad de aislar, identificar y recombinar genes; la globalización de las economías y el comercio; el Proyecto Genoma Humano; una biología con el actual orden económico mundial... Los anteriores son solo unos pocos aspectos que llevan a pensar en pasaje hacia una innovadora etapa en la historia de la humanidad, donde la información es un denominador común, parte fundamental de las sociedades y, más que nunca, es poder. Un poder informacional donde la biotecnología mediatizada -como tecnociencia-, puede ser considerada como un caso paradigmático.

Los objetivos generales propuestos procuran investigar, articuladamente, la producción periodística de recursos simbólicos biotecnológicos entre febrero de 2001 y febrero de 2006,

en las versiones electrónicas de tres diarios representativos en América Latina – La Nación de la Argentina, La Nación de Costa Rica y O Globo de Brasil-, y los contextos sociopolíticos y económicos donde se inscriben. Simultáneamente, se realizan inferencias sobre la Sociedad de la Información bajo el paradigma tecnológico informacional.

Los objetivos específicos se centran en revisar, críticamente, algunos de los paradigmas dominantes en la producción de conocimiento científico durante el siglo XX, a fin de explicar el paradigma tecnológico informacional. También, en identificar, desde una perspectiva histórica, referentes teóricos de la Sociedad de la Información para determinar la vigencia o caducidad de algunos de sus postulados. Y, por último, proponer la biotecnología como signo ideológico y revolucionarla con la relevancia de la producción periodística informativa en las prácticas sociales.

La secuencia de exposición está organizada en ocho (8) capítulos. En el Capítulo I se exponen los intereses y lineamientos integrales que guiaron la investigación. En el Capítulo II se revisa la construcción del paradigma tecnológico informacional. En el Capítulo III se estudia la configuración del concepto Sociedad de la Información desde referencias temporales y espaciales específicas. En el Capítulo IV se explora el desarrollo y la inserción sociopolítica y económica de una de las ramas más avanzadas de la tecnociencia actual como lo es la biotecnología. En el Capítulo V se reconoce la importancia del lenguaje como práctica social, la palabra como signo y la constitución de discursos. En el Capítulo VI se realizan algunas observaciones teóricas referente al análisis de contenido como la herramienta metodológica y se exponen los resultados de la presencia cuantificada de la biotecnología en los medios y periodo seleccionado. En el Capítulo VII se infieren articulaciones entre la biotecnología como signo ideológico mediado simbólicamente. Por último, en el Capítulo VIII se exponen conclusiones sobre la biotecnología como un caso paradigmático, desde un doble proceso que reforzaría, por una parte, el paradigma tecnológico informacional, y por otra, podría dar cuenta de una nueva etapa de la Sociedad de la Información. Una etapa donde la información es el elemento común y en disputa.

## Estructura de diseño de producción para un programa de televisión dirigido a un público entre los 24 y 30 años

**Autor:** Laura Cristina Montero Corrales

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 2004

**Ciclo de presentación:** I – 2008

**Sigla:** T033 LCM

**Director de Trabajo Final:** Gabrio Zapelli Cerri

### **Objetivo General:**

Diseñar un programa televisivo de múltiple formato, tipo programas de entrevistas, telerrealidad y programa de entrevistas de franja nocturna, que sirva como espacio de encuentro cultural, expresión e interacción de los jóvenes entre 24 y 30 años residentes de San José, Costa Rica.

### **Resumen:**

La influencia social que la televisión goza en el mundo contemporáneo no ha tenido mucho reflejo en los espacios de interacción, socialización y expresión de los jóvenes. Aunque estos individuos consumen imágenes en forma masiva y aunque a veces encuentran en la televisión un sustituto económico para emplear el tiempo libre, se cree que los jóvenes costarricenses no se identifican a sí mismos con las imágenes estereotipadas que ofrecen de ellos los medios de comunicación social.

Pese a ese rechazo, casi la mitad de los contenidos informativos que reciben los jóvenes los obtienen a través de medios como la televisión, convirtiendo a los jóvenes en grandes consumidores de ciertos programas televisivos. Este hecho ha llevado a que los investigadores y teóricos de los medios de comunicación formulen una serie de planteamientos sobre la influencia de la televisión en ellos y las transformaciones que provoca en sus percepciones del mundo. En este caso, más allá de estudiar la influencia del medio, surge, por un lado, la preocupación de conocer por qué hay tan poca cantidad de espacios de entrevistas o informativos para jóvenes en los medios de comunicación y, por otro, la intención de crear un programa en el medio televisivo, a través de una propuesta integral y planificada, con el nombre de *Por la Pista*: un espacio televisivo de múltiple formato donde la participación y protagonismo del joven adulto se desarrolla en conjunto con la participación del público (por medio de Internet, envío de mensajes de texto y llamadas telefónicas). Para el diseño de *Por la pista* se utiliza el término Matriz de Juego que funciona como herramienta para diseñar un programa de televisión y:

*“[que] posibilita atender tanto las necesidad de reglamentación y semántica del juego con respecto a los actantes-sujetos de la narración, como la posibilidad de realizar selecciones de acuerdo con las reglas de juego para que haya oportunidades de movimiento de los actantes-sujetos de la comunicación”*

Esta Matriz de Juego utiliza la retroalimentación como base del proceso comunicativo, es decir el proceso de interacción entre jóvenes y el programa. Se utiliza la interactividad de equilibrio relativo entre emisor televisivo y audiencia, porque permite la interacción, es decir, transmisión circular de información entre emisor y receptor, siendo un proceso equitativo entre las opciones que tiene el televidente y las necesidades que éste plantea al emisor aunque ambas partes de necesitan, el televidente cuenta con una cierta libertad ya que hay

márgenes controlados por el emisor televisivo.

Esto daría pie a proponer un espacio en donde el contenido y la estructura del programa logren transmitir información de carácter social y personal, así como de índole artística, que constituyera una fuente de comunicación relevante para estos jóvenes y sirviera como punto de encuentro y apoyo.

Según, la profesora emérita de la Universidad de Costa Rica y consultora en el tema juventud de diversas agencias internacionales, Dina Krauskopf, en la categoría de jóvenes, los cambios sociales y culturales han producido enormes modificaciones sobre el ambiente en donde estos individuos se desarrollan, como la globalización, la modernización, los avances tecnológicos (por ejemplo la televisión juega un papel muy importante en estos individuos ya sea como recurso para informarse, para entretenerse o como medio de trabajo o instrumento académico), así como las nuevas formas de participación, comunicación e interacción entre las generaciones, hombres y mujeres e instituciones políticas y sociedad civil en la expresión de las políticas y la expresión de la ciudadanía. Esta aceleración del cambio ha sido absorbida por los miembros de la generación de final del siglo XX es decir por los jóvenes, según Krauskopf, pertenecientes a la “la edad difícil”, la juventud.

El joven, en Costa Rica, como actor social, cultural, político y económico, se define como la persona con edad comprendida entre los doce y treinta y cinco años, llámense adolescentes, jóvenes o adultos jóvenes. El público meta del programa *Por la Pista* abarca el rango de edad de jóvenes solteros entre los 24 y 30 años.

Este público meta es al que se quiere llegar como audiencia principal, porque a través de la investigación se ha encontrado que no existe un programa en vivo dirigido a ellos y aunque existen otros públicos secundarios que también pueden ver el programa no se incluyen en la propuesta. Asimismo, la audiencia meta del programa de televisión a desarrollar, utiliza la información televisiva como recurso para construir su cotidianeidad (entendido como lo que hacemos todos los días y que establece la base de lo cultural).

Para lograr un acercamiento al tipo de programa más afín para estos jóvenes, uno de los objetivos de la investigación, radica en clasificar los formatos televisivos costarricenses con mayor acogida por parte de los jóvenes entre los 24 y 30 años y definir a partir de ahí, el formato que más se asemeje al estilo de vida de estos jóvenes. Por ejemplo uno de los objetivos de este proyecto busca realizar una investigación cualitativa que señale los rasgos y características de la personalidad de la audiencia meta y la conceptualización del formato audiovisual con respecto a tres de sus vertientes: telerealidad, programa de entrevistas y programa de entrevistas franja nocturna.

Esto con el fin de plantear la matriz de *Por la Pista*, que se adecua a la necesidad que tienen estos jóvenes por disfrutar un programa de televisión en el momento que llegan a su casa después de estar todo el día en el trabajo o estudiando. Además se espera con este proyecto, fomentar el interés de los investigadores costarricenses sobre el tema de los programas de televisión en América Latina y aportar en relación a los procedimientos – metodología – de producción audiovisual para los canales o los productores televisivos.

## Framing del tratado de Libre Comercio (TLC) en la prensa escrita de opinión en Costa Rica durante el periodo de referendo

**Autor:** Joaquín Trigueros León

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 1998

**Ciclo de presentación:** I – 2008

**Sigla:** T034 JT

**Directora de Tesis:** Carolina Carazo Barrantes

### **Objetivo General:**

Estudio de los *frames* del “Sí” y del “No” presentes en los artículos de opinión de *La Nación* y el *Seminario Universidad* durante el periodo que comienza el día después del anuncio del referendo del TLC por parte del TSE, hasta el día de las votaciones (14 de abril al 8 de octubre de 2007)

**Resumen:** Durante los últimos 20 años las investigaciones sobre el *framing* en diversas partes del mundo se ha ido extendiendo a los estudios de los medios de comunicación. La globalización y las nuevas tecnologías han creado un nuevo contexto en el que los hechos transcurren a gran velocidad y se generan situaciones donde faltan puntos claros de referencia para entenderlas. El papel de los medios resulta decisivo en el intento de explicar los acontecimientos a las audiencias. Cuando los hacen, los medios están fijando los límites o el marco de discusión pública sobre dichos acontecimientos: esos límites o el marco de discusión son los *frames* (Sádaba y Rodríguez-Virgili, 2008).

Los *frames* ofrecen ángulos desde donde se interpretan los eventos, construyen contextos, y junto con los esquemas mentales de los públicos y los elementos culturales de un pueblo o de una nación, contribuyen a la “definición de una situación”. Juegan un papel importante en los modernos “conflictos de interpretación” que surgen ante realidades no conocidas, oscuras o por lo menos difíciles de comprobar.

En la presente tesis se planteó como objetivo general el estudio de los *frames* del “Sí” y del “No” presentes en los artículos de opinión de *La Nación* y el *Seminario Universidad* durante el periodo que transcurrió entre el anuncio del referendo del TLC hasta el día de las votaciones. Como uno de los objetivos específicos, se elaboró una puesta al día sobre el estado de la teoría sobre el *framing*, recurriendo a la bibliografía en castellano e inglés más actual que fue posible conseguir. Otro objetivo de la investigación se centró en la búsqueda de algunos de los *frames* generales presentes en el debate del TLC y en desarrollar una metodología empírica para identificar los *frames* específicos presentes en los artículos de opinión. La presente tesis incluye también un estudio cuantitativo y descriptivo de los artículos de opinión presentes en ambos medios de comunicación. Se escogió el análisis del TLC por la actualidad e importancia que tenía para Costa Rica en el momento en que se elaboró la investigación. Una vez obtenidos los *frames* específicos, se buscó interpretar el TLC a la luz de los hallazgos, tomando en cuenta las limitaciones del trabajo, pues no existen en Costa Rica otras tesis o investigaciones contra qué comparar. Se señaló claramente que no es la presente tesis un estudio de efectos. En la investigación fue posible comprar los *frames* específicos con algunos *frames* maestros y así entender mejor posibles influencias de *frames* que tienen mucha más amplitud y que trascienden el ámbito nacional. En el último capítulo de la tesis se incluyeron unas reflexiones, conclusiones y recomendaciones sobre el estudio de los *frames* aplicados al TLC, y la posible utilidad e importancia de esta herramienta en futuras investigaciones.

## Representaciones de género y su relación con las actitudes y prácticas sexuales de jóvenes con información calificada. Recomendaciones para la comunicación en campañas de prevención de VIH.

**Autor:** Andrea Vásquez Rodríguez

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 2006

**Ciclo de presentación:** I – 2008

**Sigla:** T036 AV

**Director de Tesis:** Mario Zeledón Cambroner

**Objetivo General:**

**Resumen:**

La presente investigación exploró las relaciones entre las representaciones de género de jóvenes colegiales, mayoritariamente entre los 12 y los 18 años de edad del cantón central de Alajuela, con sus prácticas y actitudes sexuales. Las y los jóvenes informantes tenían conocimientos básicos sobre el VIH y el SIDA. Lo que pretendió el estudio fue hallar en las representaciones de género un factor relevante para las campañas de comunicación en prevención del VIH y, en general un factor relevante para las campañas de comunicación en prevención del VIH y, en general, en las que promuevan salud sexual y reproductiva.

El estudio utilizó técnicas cualitativas y cuantitativas. Primero, se realizaron dos entrevistas grupales (una entre hombres y otra entre mujeres) para explorar qué tipos de representaciones primaban en ellas y ellos. En estas se evidenció que aún perduraban muchas de las representaciones de un sistema sexo/género que subyugan a la mujer.

Posteriormente, se realizó una encuesta a 298 jóvenes que permitiera establecer relaciones entre las representaciones de cada joven y sus prácticas y actitudes sexuales. Según el comportamiento de respuesta que mostraron las y los informantes en el instrumento, los resultados mostraron dos conglomerados el vertical y el horizontal.

Los verticales estuvieron más de acuerdo con los enunciados que mostraban roles tradicionales de género que sometían más a las mujeres. Esto coincidió con peores nociones y actitudes acerca del condón, un inicio sexual temprano y un mayor número de parejas sexuales en el último año. Este grupo tenía un ligero peso mayoritario de jóvenes varones entre los 12 y los 15 años de edad.

Al contrario, los horizontales rechazaron más y, de manera más contundente, aquellas expresiones que lesionaban la autonomía de la mujer y, en general, la equidad entre los sexos. Sus integrantes, además, tuvieron opiniones más positivas acerca del uso del condón, un inicio sexual más tardío (comparado con aquellos y aquellas que componían el grupo vertical) y un menor número de parejas en el último año. En el caso de este grupo horizontal se encontró que había un peso mayor de mujeres entre los 14 y 17 años de edad.

El estudio también concluyó que quienes mostraron representaciones de género que se alejaban de las nociones de equidad entre los sexos, también parecían tener más cantidad de elementos que podría exponerlos(as) al VIH. Las mujeres rechazaron más contundentemente aquellas expresiones tradicionales que promovían la supremacía masculina, sin embargo, en las prácticas y actitudes no parecieron ser efectivas en la sugerencia o el uso del condón.

No hubo hallazgos concluyentes sobre la frecuencia de uso del condón, ni sobre la relación entre la filiación religiosa y posibles representaciones más o menos tradicionales.

Con respecto al abordaje de la comunicación, en campañas de prevención de VIH, se recomendó crear productos que respondieran a las diferentes necesidades de las audiencias,

específicamente, mensajes diferenciados entre hombres y mujeres. La comunicación debe buscar vías distintas para que las mujeres y los varones puedan ser efectivos en prevenir la infección desde sus realidades y sus diferenciadas barreras culturales.

## Diagnóstico del estado situacional de la comunicación interna en el departamento de recursos humanos de Amanco Costa Rica

**Autor:** Paola Rojas Lobo

**Maestría:** Profesional en Mercadeo

**Año de Ingreso:** 2002

**Ciclo de presentación:** II – 2008

**Sigla:** T037 PR

**Directora de Trabajo Final:** Eyleen Alfaro Porras.

### **Objetivo General:**

Diagnosticar y formular recomendaciones sobre el estado situacional de los procesos de comunicación interna ejecutados por el departamento de Recursos Humanos de Amanco Costa Rica durante el segundo semestre del 2006 y primer semestre del 2007.

### **Resumen:**

Este proyecto de graduación consiste en realizar un diagnóstico del estado situacional de todos los procesos de comunicación efectuados por el Departamento de Recursos humanos de Amanco Costa Rica, pues nunca se había realizado una evaluación de este tema específico y, como Amanco está certificado por ISO 9001,18001 y 14001, es necesario identificar alternativas de mejora de todos los procesos para respetar los sistemas de gestión de calidad.

Por otra parte, es necesario conocer las implicaciones de la comunicación corporativa, sus delimitaciones y la importancia de una buena ejecución de la comunicación interna, que devine de la comunicación organizativa y de direcciones, según la clasificación hecha por Van Riel.

A través del documento, se demostrará como una buena práctica de la comunicación interna le permitirá a una organización generar un compromiso en los colaboradores con las labores de la empresa, ayuda a tomar decisiones congruentes, consolida las políticas y la identidad de la organización, integra al personal, delimita roles laborales, satisface las necesidades de los clientes internos y los motiva, mejora la calidad de vida de los colaboradores, genera una buena sinergia de trabajo, descentraliza funciones, maximiza el aprovechamiento de oportunidades, reduce los conflictos, mejora la comunicación entre departamentos, mejora las adaptaciones al cambio, genera un sentido de pertenencia y aumenta la productividad de los procesos y del recursos humano.

Para efectuar el diagnóstico, se elaboró una serie de variables las cuales fueron convalidadas a través de los mapeos y diagramas de los procesos comunicacionales de la empresa; además, se ejecutó un periodo de observación estructurada donde se recaudó la mayor cantidad de información por medio de la revisión de documentos, reuniones, entrevista, convivencia y el análisis de procesos y macroprocesos. Igualmente, se efectuó entrevistas a profundidad estructuradas a personas claves, quienes se designaron por mapeo, liderazgo y sus roles laborales; así como, una encuesta.

Unas de las recomendaciones más generales es la necesidad de crear un puesto de comunicador interno, quien se dedique a integrar todos los procesos comunicacionales (internos y externos) a través de una estrategia que sistematice todos los flujos y

contraflujos de información; así como, delimitar y caracterizar cuales son los públicos de interés con la finalidad de elaborar mensajes más eficaces, funcionales y asertivos.

Asimismo, se debe aceptar que la comunicación es un proceso multidireccional, pro-activo, donde la efectividad de éste radica en comprender que para descifrar un mensaje intervienen una serie de elementos subjetivos y externos; por lo tanto, es necesario abrir espacios de retroalimentación, escucha, supervisión, expresión y donde se le dé seguimiento a lo expuesto.

El trabajo se estructuró en 7 capítulos, donde el primero presenta la introducción, metodología y marco teórico; el segundo y el tercero exponen los mapeos y diagramas de comunicación; el cuarto informe de las entrevistas a profundidad; el quinto el informe de las encuestas; el sexto las recomendaciones y, por último, el séptimo los anexos.

## Modelos televisivos y su relación con los trastornos de la conducta alimentaria, en adolescentes de ambos sexos del área metropolitana de San José.

**Autor:** Zaida Salazar Mora

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 2003

**Ciclo de presentación:** I – 2008

**Sigla:** T038 ZS

**Director de tesis:** Rolando Pérez Sánchez

### **Objetivo General:**

Comprender el papel de los modelos televisivos en la conducta alimenticia de adolescentes hombres y mujeres, de los 13 a 19 años, que asisten a colegios públicos y privados, del Área Metropolitana de San José, en el año 2006.

**Resultados:** considerando la mayoría del grupo, los sujetos tienden a ser sanos. Sin embargo, se presentan porcentajes significativos donde se observan deficiencias: el 20% padece trastornos alimenticios (anorexia, bulimia), un 3% califica con un índice de masa corporal *delgado* y un 20% con *sobrepeso*, condiciones, entre otras, que predisponen a la anorexia y la bulimia. Dicha situación se reafirma al comprobar que el grupo con sobrepeso posee una imagen corporal más baja, mayor consumo de televisión y mayor identificación con el modelo televisivo. Asimismo, un 36% están insatisfechos con su físico, lo que se asocia a trastornos alimenticios. Están disconformes con su peso (47,5%) y les gustaría que fuera inferior (45%). El 30% está insatisfecho con su altura y el 45% desea ser más alto. El deporte en equipo, que protege de la anorexia y la bulimia, solo se practica en una tercera parte de los y las jóvenes que realizan ejercicio.

Los y las adolescentes en estudio disfrutaban del medio televisivo, mantienen un consumo promedio de 4 horas por día y la mayoría tiene acceso a la televisión por cable (68,7%). En la TV tienen personajes preferidos que aparecen en diversidad de géneros televisivos; estos son en su mayoría, mediáticos, jóvenes y con un físico delgado. Estos personajes los prefieren principalmente, por su manera de ser y el físico, no por su intelecto. La mayoría del grupo (76%) tiene una baja identificación con las características físicas del modelo televisivo, lo que supone el uso de sus capacidades de reflexión, crítica, autocontrol, escepticismo y su propio sistema de valores para hacerle frente al contenido mediático. El resto se apropia del modelo y responde a este de manera menos reflexiva, es decir, lo traen a su propia realidad para contribuir a la construcción de su identidad, por consiguiente, bajo ciertas condiciones,

podría decirse hipotéticamente que hay una mayor influencia del mass media.

En las comparaciones por sexo las mujeres poseen mayor tendencia a padecer enfermedades. Se diferencian significativamente de los hombres en que practican menos deporte y lo hacen por diversión, aspecto que implica menos horas semanales de dedicación. Se encuentran en mayor riesgo de padecer trastornos alimenticios. Poseen una imagen corporal más baja y están más disconformes con su físico, principalmente, con aquellas partes del cuerpo que implican la acumulación de tejido adiposo, por consiguiente, desean pesar menos. Tienden a disfrutar más de la televisión que los hombres. Poseen mayor identificación con el modelo televisivo que los varones y tienden a preferirlo por sus características físicas, por sus cuerpos delgados y flacos. Si bien los hombres tienen mejor imagen corporal que las mujeres, cuando se trata de la percepción que creen que tienen sus amigos(as) de ellos muestran una autoimagen, significativamente más baja. Asimismo, desean ser más altos. Se orientan más a identificarse con sus personajes televisivos por su manera de ser y su inteligencia y tienden a percibirlos con físicos que denotan un peso de regular a gordo. De acuerdo con las variables en estudio, se encuentra que la situación de la mujer adolescente tiende a ser de mayor riesgo que la del varón.

En la variable edad el grupo de investigación es bastante homogéneo, no se encontraron mayores diferencias en las características estudiadas.

Los y las jóvenes de menor ingreso se inclinan más a padecer enfermedades, practican más deporte y, con mayor frecuencia, lo hacen como entrenamiento para un equipo. También es el grupo que ve más horas de TV, tanto entre semana como los fines de semana. Las y los adolescentes de mayor ingreso tienen una mayor tendencia a padecer trastornos alimenticios, se orientan a poseer una autoimagen corporal más baja y tienden a estar más disconformes con su aspecto físico, asimismo, desarrollan una mayor identificación con la apariencia física del modelo televisivo.

Las variables que correlacionan con los desordenes de la conducta alimentaria demuestran que al aumentar este trastorno aumenta la identificación con el personaje televisivo (en general y en el físico) y la insatisfacción con la imagen corporal. Por el contrario, al aumentar el trastorno alimenticio es más baja la imagen corporal y la calificación del aspecto físico. También el trastorno alimenticio correlaciona con el grupo de mujeres y con la condición de *sobrepeso*.

## Amighetti, el legado artístico

**Autor:** Jorge Alberto Monge Ortiz, Ana Eugenia Valverde Cascante

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 2004

**Ciclo de presentación:** I – 2009

**Sigla:** T040 JAM

**Director de Trabajo Final:** Mario Zeledón Cambronero.

**Objetivo General:**

Realizar un proyecto gráfico y un CD interactivo a partir del estudio descriptivo sobre la historia de vida del artista costarricense Don Francisco Amighetti y la relación artística – cultural con los miembros de su familia (hijas y sobrinos) y otros investigadores, y como éstos lo perciben desde su propia perspectiva de cotidianidad.

**Resumen:**

La cultura como parte indispensable de una sociedad está construida a partir de pequeños o

grandes aportes tanto individuales como colectivos; de ahí el interés de la investigación del legado artístico de Amighetti a la sociedad costarricense.

El conocer a la persona que estaba detrás del artista, sus vivencias con familiares y amigos, el cómo a través de las experiencias vividas fue transformando la vida de aquellos con los que tuvo contacto ya fuera de forma positiva o no.

No se hace extraño que una familia ligada a intereses artísticos y culturales, cuente con miembros que han destacado en diversos campos relacionados con el arte, sin embargo no es sólo la convivencia ni la “herencia genética” la que desencadena una serie de resultados enfocados a la parte de expresión creativa.

Es por ello que el punto común de origen o ente generador de la propuesta de investigación y comunicación está basado en la vida y obra de Francisco Amighetti, visto desde la perspectiva de su familia y allegados; cuyos resultados surgen a partir de entrevistas a profundidad realizadas a los involucrados en su entorno de convivencia.

## **Análisis de los medios de comunicación de honduras como instituciones intermediarias, a partir de la correlación de agendas, de la influencia de los mass media y del acceso a los medios. Caso: El tratado de libre comercio de República Dominicana y Centroamérica con los Estados Unidos en el diario La Prensa de Honduras. Periodos de estudio: Junio-Julio 2004 y abril 2005**

**Autor:** Juan Pablo Carías Chaverri

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 2003

**Ciclo de presentación:** II – 200

**Sigla:** T041 JPC

**Director de Tesis:** Mario Zeledón Cambroneró.

### **Objetivo General:**

Analizar en qué medida el principal periódico de Honduras, La Prensa, como referente de los medios de comunicación de ese país, cumple con su papel de institución intermedia, tomando en consideración la correlación de la agenda de temas prioritarios del público con la agenda del diario, el nivel de influencia del medio y el nivel de acceso que los diversos públicos tienen al medio, en abril del 2005 y junio-julio del 2004, usando como estudio de caso el Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana y Centroamérica con los Estados Unidos.

### **Resumen:**

El objetivo de la presente investigación es analizar en qué medida el principal periódico de Honduras, La Prensa, como referente de los medios de comunicación de ese país, cumple con su papel de institución intermedia, tomando en consideración la correlación de la agenda de temas prioritarios del público con la agenda del diario, el nivel de influencia del medio y el nivel de acceso que los diversos públicos tienen al periódico, en abril del 2005 y Junio-Julio del 2004, usando como estudio de caso el Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana y Centroamérica con los Estados Unidos.

Los resultados indican que La Prensa cumple sólo parcialmente con su papel de Institución intermedia,

en ambos periodos de estudio, por un lado, debido a relativamente pequeños niveles de en la correlación de la agenda (sobre todo en 2005) y a una baja influencia medial. Sin embargo,

al mismo tiempo el estudio encontró evidencias que la tendencia de La Prensa a favor del tratado pudo influenciar en las tendencias del público que apoyó este acuerdo, lo que confirma el principio que las personas se dejan guiar por los medios en los temas en los que poseen poca información, a pesar que en un contexto más amplio se presente poca credibilidad hacia los diarios. En lo referente a acceso, es destacable la variedad de instituciones intermedias que participan en la temática TLC, aunque a la par existe una sistemática exclusión de las fuentes provenientes de la sociedad civil, con un predominio claro del gobierno y la empresa privada.

En definitiva, haciendo un balance, encontramos evidencias de la multifactorialidad en la construcción de la visión de mundo de los individuos, pero al mismo tiempo, evidencias de que los medios juegan un papel de relativa importancia, como un actor más en la semiosis social, mediado para este caso específico por un Índice de Intermediación Institucional Medial con referencia al TLC (donde 0 es nulo y 1 es perfecto), de 0,54 para Junio-Julio de 2004 y de 0,55 para abril de 2005, lo cual indica en ambos casos un nivel medio de intermediación institucional medial.

## Las comunidades de Software libre de Costa Rica

**Autor:** Sofía Margarita Flores Solórzano

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 2003

**Ciclo de presentación:** I – 2009

**Sigla:** T042 SF

**Director de Tesis:** Alfredo Villalobos Jiménez

**Objetivo General:**

Comprender el funcionamiento de las comunidades de FLOSS de Costa Rica, a fin de determinar su papel en el desarrollo y uso de la tecnología en el contexto de la sociedad de la información.

**Resumen:**

Este estudio aporta una visión actual de las comunidades de *software* libre y *open source* de Costa Rica en el marco de la construcción social de la tecnología. Durante más de dos años, de enero del 2006 a julio del 2008, hemos realizado una observación-participante de los entornos virtuales donde ocurre la comunicación entre los miembros de las distintas comunidades: sitios *web*, listas de correo e IRC *Internet relay Chat*. Efectuamos una encuesta electrónica a una muestra de 59 miembros y realizamos más de 30 entrevistas a profundidad. Después de revisar los conceptos de “comunidad” y “comunidad virtual”, entendemos la “comunidad virtual” como una metáfora de comunidad física. Asimismo, demostramos como las comunidades de *software* libre y código abierto son un grupo social relevante que mediante la producción y promoción del *software* libre y la distribución de la información han conseguido generar un modelo de uso social de la tecnología. En este modelo predominan el autoaprendizaje, el trabajo colectivo y la comunicación pluridireccional al servicio de una cultura de la información.

## Diseño y modelo de una oficina en línea para el Programa de Posgrado en Comunicación (PPC) de la Universidad de Costa Rica

**Autor:** Sonia Vargas Cordero

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 2002

**Ciclo de presentación:** II – 2010

**Sigla:** T044SV

**Director de Trabajo Final:** Alonso Castro Mattei

### **Objetivo General:**

Proponer un modelo de oficina en línea a la medida, para realizar trámites administrativos del Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidad de Costa Rica.

### **Resumen:**

Una oficina en línea es un desarrollo tecnológico que puede disponer de todos los recursos necesarios para realizar el trabajo desde cualquier lugar del mundo, y con la opción de atender a las personas a cualquier hora del día, con solo disponer de una conexión a Internet. Una oficina en línea no limita el contacto físico, pero tampoco se vuelve imprescindible. Esta investigación sobre una oficina en línea consistió en analizar las diferentes modalidades de aplicaciones informáticas que ofrece, para este sistema, el mercado de *software*. Con el objetivo de aplicar la teoría a la realidad, se propuso trabajar en el diseño y modelo de una oficina en línea para el Programa de Posgrado en Comunicación (PPC) de la Universidad de Costa Rica (UCR). Desde este punto de vista, se analizaron los procesos de comunicación desde la perspectiva de la administración del PPC. Producto de esta reflexión, surge el reto de contribuir a mejorar la imagen del PPC, a partir de una estrategia de comunicación que logre una mayor eficiencia en los trámites administrativos que realizan estudiantes y docentes. Con esta estrategia se pretende colaborar con la meta de la dirección de: “situar como referencia al PPC dentro y fuera del país, ampliando y concretando la relación con universidades, escuelas y posgrados a nivel interno y externo”

Se logró el objetivo de proponer un modelo de oficina en línea a la medida, para realizar los trámites administrativos que mayor demanda tiene el PPC. En esta coyuntura se identificaron y analizaron modelos de *software* que por sus características se pueden adaptar al PPC; su uso no es excluyente, se pueden combinar diferentes aplicaciones informáticas.

El proceso de automatización administrativa de una oficina en línea puede contribuir a sistematizar los trámites internos del PPC, aplicando la tecnología en forma holística, es decir, tomando en cuenta el entorno y las personas.

Este desarrollo informático que surge en la Universidad de Costa Rica, puede ser coordinado por el “Programa de Universidad Digit@l”, y se recomienda que los servicios de la oficina en línea del PPC, se enmarquen dentro de estas pautas, para que sea parte integral de los servicios de información de la UCR.

## El lenguaje visual y la producción documental

**Autor:** Giuseppe Cirotti

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 2002

**Ciclo de presentación:** II – 2010

**Sigla:** T045 GC

**Directora de Trabajo Final:** Giselle García Pereira

**Objetivo General:**

Identificar y proponer técnicas y formas estéticas del video como instrumento eficiente, atractivo y alcanzable para la comunicación científica.

**Resumen:**

Es tarea de los investigadores en comunicación social deshacerse de los estereotipos que existen en la mente de las personas en su diario vivir, en el campo de la comunicación hay quien se expresa a través de un lenguaje visual como marginal, instrumental, episódico, el lenguaje verbal. Ese es el caso del autor de este proyecto de graduación de la Maestría Profesional en Comunicación. Por esta razón, en las siguientes páginas, el lector o lectora encontrará una sistematización de los ángulos del trabajo profesional que ha realizado el autor desde 1977, cuando el autor inicia la labor en la comunicación visual en el colectivo de fotógrafos. Posteriormente, como profesor en Roma, Italia, experimenta con estudiantes el desarrollo del video como primer paso para el proceso de aprendizaje escolar. En 1986 inicia un trabajo en Costa Rica en producción audiovisual documental; en ese momento este medio era usado escasamente en el país. En los años recientes, como realizador audiovisual en la Universidad de Costa Rica, el autor produce más de 100 trabajos audiovisuales.

Este trabajo escrito busca discutir el conocimiento visual, la comunicación visual y el método adoptado para realizar productos audiovisuales o documentales, fruto de una actividad profesional de 30 años. El carácter del trabajo de comunicador visual realizado por el postulante ha desarrollado una metodología documental que busca incluir la visión y presencia de los distintos actores, los induzca a jugar el papel de enunciadores del proceso de comunicación, superando el de receptores pasivos de mensajes construidos por otros para ejercer un control o una denominación.

Este texto está dividido en tres partes: la primera contiene los conceptos que enmarcan el quehacer audiovisual, una segunda parte biográfica que sintetiza la labor profesional realizada y las reflexiones respectivas, una tercera parte con la propuesta de un método de abordar la producción documental, con una muestra de la aplicación del método, que incluye una propuesta de animación digital del modelo de la Basílica de La Virgen de Los Ángeles, obra arquitectónica declarada monumento nacional.

Esta última requirió, a lo largo del tiempo, la mudanza de un software privativo a otro de libre acceso y solo este argumento podría dar lugar a otra tesis.

## Capítulo piloto para una campaña de mercadeo social en forma de miniserie televisiva de dibujos animados dirigida a escolares para promover la tolerancia a las diferencias

**Autor:** Erick Garro Elizondo, Patricia Velásquez Guzmán

**Maestría:** Profesional en Comunicación y Profesional en Mercadeo.

**Año de Ingreso:** 2003

**Ciclo de presentación:** II – 2010

**Sigla:** T046 EG/PV

**Directora de Trabajo Final:** M.Sc. Ana Xochitl Alarcón Zamora

### **Objetivo General:**

Conceptualizar una campaña alternativa televisiva de Mercadeo Social dirigida a niños y niñas con edades entre los siete y los doce años, residentes en el GAM con NSE bajo-alto a medio-alto, que fomente la tolerancia a las diferencias impactando desde el entretenimiento.

### **Resumen:**

El presente proyecto propone la ejecución de una campaña de mercadeo social dirigida a escolares residentes en el territorio costarricense, con la finalidad de fomentar la tolerancia a las diferencias. Dicha campaña se materializa en una miniserie televisiva de dibujos animados con una duración de diez capítulos. Luego de una investigación cualitativa de tipo exploratorio se definieron los distintos elementos de forma y fondo de la miniserie, culminando en la producción del episodio piloto de la misma.

## Evaluación de los canales de comunicación que promovieron la gestión de cambio cultural de los funcionarios del Banco Nacional, por medio del plan estratégico denominado “Proyecto Cumbre 2006-2010”, durante el primer trimestre del año 2011.

**Autor:** Silvia Mora Mora

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 2005

**Ciclo de presentación:** I – 2011

**Sigla:** T047 SM

**Directora de Trabajo Final:** Beatriz Pérez Sánchez

### **Objetivo General:**

Evaluación de los canales de comunicación que promovieron la gestión de cambio cultural de los funcionarios del Banco Nacional por medio del plan estratégico denominado “Proyecto Cumbre 2006-2010” durante el primer trimestre del año 2011.

### **Resumen:**

Este proyecto final evalúa los canales de comunicación, como herramientas gestoras de cambio, dentro del Plan Estratégico del Banco Nacional, denominado “Proyecto Cumbre 2006-2010”. Demuestra como la comunicación corporativa es necesaria para construir la estructura de la empresa, pues por medio de ésta se conceptualiza tanto la cultura organizacional, como la identidad de sus funcionarios. Así se produce el reconocimiento y la interiorización de las metas y los objetivos de la empresa.

La investigación inicial, se realiza con el propósito de recolectar la mayor cantidad de datos para conocer las estrategias, tácticas, objetivos y canales del “Proyecto Cumbre 2006-

2010". Las fuentes de consulta se concentran principalmente en documentos institucionales generados para tal fin.

Las técnicas se aplican desde la perspectiva de la comunicación, para evaluar o medir el impacto de toda gestión interna de la empresa hacia sus empleados; tanto por medio de los canales de comunicación formal e informal. En este caso, se utilizan las relaciones públicas como el proceso para estructurar la estrategia de cambio cultural en el Banco Nacional.

La presente evaluación concluye así el ciclo de la estrategia de cambio. El proyecto de graduación, posee tanto la evaluación como el análisis final, el cual, retroalimentará la estrategia desarrollada por el Banco Nacional. Además, identifica los canales de comunicación interna que permitieron participar a los funcionarios del Banco Nacional, canales que ellos prefirieron utilizar para conocer el plan estratégico.

## **Tendencias en el consumo: Oportunidades para fomentar un estilo de vida saludable.**

**Autor:** Melissa Segura Bonilla

**Maestría:** Profesional en Mercadeo

**Año de Ingreso:** 2005

**Ciclo de presentación:** II – 2011

**Sigla:** T048 MS

**Director de Trabajo Final:** Mag. José Alberto Bogantes Camacho

### **Objetivo General:**

Explorar como algunas tendencias y patrones de consumo actuales de mujeres entre 18 y 30 años permiten perfilar estrategias comerciales y comunicacionales tendientes a fomentar estilos de vida saludables.

### **Resumen:**

La presente investigación aborda el tema de las tendencias actuales de consumo desde una perspectiva social y cómo la utilización de estrategias de comunicación dirigidas a la población femenina adulta-joven puede promover prácticas saludables que incidan positivamente en la calidad de vida de la sociedad en general.

Esto debido a la posición privilegiada de la que goza el público meta de esta exploración académica como influenciadoras y tomadoras de decisión en los procesos de consumo que se llevan a cabo individualmente y a lo interno de los núcleos familiares.

Asimismo, las actividades relacionadas con hábitos adecuados de alimentación y ejercicio físico específicamente que esta población presenta, tienen profundas implicaciones no solo en su salud personal, sino también en la de las personas que les rodean y que mantiene vínculos sociales, económicos o afectivos con ellas.

El tema de consumo se enfoca desde una perspectiva social y cultural, pues se considera que las decisiones relacionadas con este tema están mediadas por las condiciones establecidas en el entorno.

Las transformaciones de los conceptos de belleza y salud manifiestas implícitamente en la comunicación que acompañan las rutinas diarias, modifican la forma en la que la sociedad se percibe a sí misma y la estimación de importancia conferida a los valores relacionados con estos temas.

Finalmente, es necesario hacer hincapié en que cualquier aproximación a esta materia de estudio, debe contemplar el hecho que el fenómeno de la globalización propicia que las

prácticas culturales como el consumo y los valores relacionados con salud y belleza trasciendan las fronteras locales y se convierten en transnacionales, en un contexto en donde las nuevas tecnologías de información constituyen un puente y la forma de acceso para las generaciones modernas.

## **Propuesta para un plan de comunicación y podcast para fomentar estilos de vida saludables con personas sedentarias que trabajan en una institución pública.**

**Autor:** Georgina Lafuente García.

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 2004

**Ciclo de presentación:** II – 2011

**Sigla:** T049 GL

**Director de Trabajo Final:** Mag. José A. Bogantes Camacho

### **Objetivo General:**

Producir una serie de podcasts de corta duración para fomentar estilos de vida saludables por medio de consejos que promuevan la salud con mensajes de audio por Internet y destinado a las personas sedentarias que trabajan en una institución pública en Costa Rica

### **Resumen:**

Uno de los comunes denominadores entre los seres humanos es la comunicación. Surge desde antes de nacer y de esta forma se afianza que el comunicarse es un hecho más que meramente verbal y puede asumir muchas otras formas: corporal, icónico o visual, objetual, ceremonial, por el uso del espacio, de la ropa, etc. Para llevar a cabo los diferentes procesos de comunicación el ser humano se ha valido de medios naturales o creados, que a lo largo de la historia han ido tomando diversas formas. Hace parte de su vida los avances tecnológicos y así procura cumplir con su objetivo principal: la transmisión de mensajes que sean captados por un destino específico.

Es por lo anterior que el presente trabajo pretende estudiar y conocer el efecto que pudiera tener sobre la salud de las personas sedentarias y que trabajan en una institución pública, un plan de comunicación que será implementado en internet a través de mensajes en formato podcast cuyo objetivo principal es fomentar estilos de vida saludables a partir de consejos, definición de conceptos y la ruptura de mitos relacionados con la salud general e integral.

Dentro de la propuesta se busca estudiar elementos tales como estilo de vida, conocimiento de conceptos generales y necesidades básicas de la población en estudio en lo que se refiere a salud integral. Por medio del plan de comunicación se pretende hacer uso de los temas de mayor interés manifestados por la población en estudio en relación con la salud y así producir el material que será colocado en la red.

La metodología a utilizar consistirá en la aplicación de una encuesta para averiguar el conocimiento que se tiene con respecto al tema de salud integral, el uso del sitio web donde será colocado el material, los temas de interés y la anuencia ante la propuesta comunicacional por parte de la población en estudio.

## Propuesta de un sistema de comunicación gráfico para la lectura en el periódico Eco Católico

**Autor:** Fernando Ramírez Chacón

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 2004

**Ciclo de presentación:** I – 2012

**Sigla:** T050 FR

**Director de Trabajo Final:** Mag. José Alberto Bogantes Camacho

**Objetivo General:**

Proponer un Sistema de Comunicación Gráfico para mejorar la lectura en el periódico Eco Católico

**Resumen:**

Este proyecto de graduación pretende mostrar los problemas de comunicación que presenta el periódico Eco Católico en su diseño editorial, desde una perspectiva de la comunicación gráfica, en el uso de los elementos gráficos que utiliza como son: retícula, la tipografía, las imágenes y los espacios negativos.

Al diseñar este periódico, se van a utilizar textos, márgenes, fotografías, dibujos y otros elementos en su composición. Pero el mal uso de estos elementos se ven mostrados en la legibilidad y visibilidad que muestra este periódico en sus ediciones semanalmente.

Lo que se busca en esta investigación es mejorar el uso y manejo de estos elementos gráficos de una forma legible y visible en este medio de comunicación, para obtener un mejor producto por medio de este sistema de comunicación gráfico.

## Análisis del discurso institucional durante el proceso de apertura en telecomunicaciones, visibilizado en medios de comunicación (2009)

**Autor:** Ana Carolina Mora Rodríguez

**Maestría:** Académica en Comunicación con énfasis en Política

**Año de Ingreso:** 2008

**Ciclo de presentación:** I – 2012

**Sigla:** T051 MR

**Director de Tesis:** Jorge Cornick Montero

**Objetivo General:**

Analizar el discurso que evidencia las posiciones de las instituciones públicas costarricenses involucradas en el proceso de apertura de las telecomunicaciones, visibilizado en los medios de prensa escrita costarricense, entre enero y diciembre del 2009, para visualizar el conflicto y la construcción del mensaje por parte de los actores.

**Resumen:**

En esta tesis de investigación, para la Maestría en Comunicación de la Universidad de Costa Rica, se realizó un análisis del discurso emitido por instituciones públicas que participaron en el proceso de apertura de las telecomunicaciones, en el 2009.

El discurso emitido por la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL), y el Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) durante el primer año de apertura del sector fue recogido en los medios de comunicación, siendo el objetivo de estudio de esta tesis.

Esta investigación se abordó bajo tres esferas del conocimiento: comunicación, ciencias

políticas y economía. Comunicación aportó la teoría para el análisis del contexto y del texto (Teun van Dijk), donde se aplica la metodología para el análisis de un caso específico de comunicación institucional y comunicación política; además de la construcción del mensaje y comunicación institucional; Ciencias Políticas contribuyó con los conceptos de poder, conflicto, actores y política; y la Economía brindó el esquema para entender la regulación de los servicios públicos, monopolio, competencia y las distinciones entre apertura y privatización. Estas fuentes de conocimiento permiten visualizar los conflictos presentes en el discurso, dado que responden a posiciones ideológicas disímiles. El estudio se centra en las noticias publicadas en la prensa escrita durante enero y diciembre del 2009, y se realiza un análisis del discurso de las frases textuales emitidas por los representantes de las instituciones estudiadas. Bajo la propuesta teórica de Teun Van Dijk se identificaron actores, escenarios y lo que comunican en los medios de prensa escrita.

Entre los principales resultados que la investigación arrojó está la identificación del uso de los boletines de prensa como mecanismo de comunicación de las instituciones hacia fuera; los representantes de las instituciones dejan entrever aspectos de su personalidad en las declaraciones que brindan los medios; muchas de las posiciones antagónicas suscitadas en el proceso de apertura se originan en interpretaciones a la ley y sus reglamentos.

Esta investigación se presenta en dos apartados principales. En la primera parte se plantea el objeto de estudio, antecedentes, marco teórico y metodológico. En la segunda parte se hace el desarrollo investigativo de las publicaciones sobre los temas de: tarifas, cánones, competencia, frecuencias del espectro, servicios y otros, así como los principales resultados que se derivan de estas noticias.

Como resultado de esta investigación, se evidenció el conflicto entre el operador dominante (el ICE) y el regulador (SUTEL), pero también entre las instituciones reguladoras (ARESEP y SUTEL). Los conflictos se hicieron públicos, como estrategia para proyectar una imagen fuerte e impositiva ante la opinión pública. El ICE como operador dominante entró con mucho dominio frente al nuevo regulador y tomó acciones que más bien lo perjudicaron y ayudaron a validar a la recién creada SUTEL.

Por su parte SUTEL tuvo una sobreexposición en medios, dado que iniciaba labores y las pretensiones de ese primer año eran más altas de lo que se podía hacer y la inexperiencia en algunas decisiones le afectó negativamente su imagen. Se constató la influencia política de una diputada en la SUTEL, durante el primer año de apertura de las telecomunicaciones en Costa Rica.

## **Puntas, Tutú y Corna: un Documental sobre el Ballet Clásico en Costa Rica**

**Autor:** Adriana Olivares Guerrero

**Maestría:** Profesional en Comunicación

**Año de Ingreso:** 2006

**Ciclo de presentación:** I – 2012

**Sigla:** T052 OG

**Director de Trabajo Final:** Dr. Gabrio Zappelli Cerri

**Objetivo General:**

Producir un documental audiovisual sobre el ballet clásico costarricense

**Resumen:**

El presente Trabajo de Investigación Aplicada tiene como idea central la elaboración de un producto audiovisual, específicamente un Documental, en el que se expongan las principales

razones por las cuales en Costa Rica no se cuenta con una Compañía de Ballet Clásico Profesional con apoyo Gubernamental.

Para tales efectos se procedió a realizar una exhaustiva investigación sobre el audiovisual de ballet clásico tanto a nivel internacional como nacional; analizándolo y categorizándolo, para finalmente destacar la estructura y el proceso de elaboración del documento de ballet clásico.

## **Visión sistémico-compleja de la comunicación institucional de las universidades públicas de Costa Rica: Propuesta integrada de comunicación corporativa para el posicionamiento del sistema de educación superior universitaria estatal desde CONARE**

**Autor:** Beatriz Pérez Sánchez

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 1996

**Ciclo de presentación:** I - 2012

**Sigla:** T053 PS

**Directora de Tesis:** Máster Flora Salas Madriz

### **Objetivo General:**

Analizar el estado de desarrollo de las políticas de comunicación como área estratégica en la gestión integral de las universidades públicas como medio para mantener su rol estratégico y su misión.

Diseñar una estrategia de comunicación corporativa con visión sistémica del sistema universitario de Educación Superior Pública, que fortalezca su vínculo con la sociedad en el contexto actual.

### **Resumen:**

El propósito fundamental de la investigación es analizar el estado de desarrollo de las políticas de comunicación como área estratégica en la gestión integral de las universidades públicas como medio para mantener su rol estratégico y su misión.

La investigación aborda del análisis de la comunicación institucional de las cuatro universidades públicas y de CONARE, desde un enfoque sistémico y desde la visión de las organizaciones complejas. Se trata de analizar y contrastar las diversas percepciones y perspectivas, que tienen los funcionarios y autoridades sobre la comunicación interuniversitaria, ya que se parte de la premisa, de que, a pesar de construir jurídicamente un sistema, no se comportan como totalidad, sino que cada institución responde a un paradigma o modelo de comunicación institucional. Estos modelos corresponden a la tradición de la comunicación de cada una de ellas, anclada fuertemente en la historia, biografía y desarrollo institucional, y en la forma de interpretación de su autonomía, coyuntura fundacional, misión y visión.

Esta investigación es pionera, desde dos ópticas: primero porque aborda el tema de la comunicación institucional de las universidades públicas, no con el objetivo de verificar el funcionamiento de la relación Universidad/Sociedad, desde el pragmatismo funcionalista sino, con el propósito de comprender las dinámicas propias de cada institución y del Sistema Universitario Estatal. En segundo lugar, no es una radiografía de un momento o de una coyuntura de crisis, sino, que por el contrario, se trata de analizar en el tiempo y desde la visión de los sujetos, las concepciones, percepciones y dimensiones del fenómeno de la comunicación de la organización universitaria. Por eso, se elige el diseño cualitativo y el

enfoque interpretativo, heurístico; se trata de desplegar visiones y comprender y explicar los procesos y dinámicas institucionales. Además de la información oficial institucional, se recogen los fragmentos discursivos de los sujetos que participan en la definición de políticas, y quienes gestionan, diseñan y ejecutan los planes, programas y productos de la comunicación organizacional.

Para efectos de análisis y de la metodología, se determinaron las áreas y sujetos de estudio de la siguiente manera: 1. Nivel I, que corresponde a la acción de los entes rectores. Esta área o nivel es el más alto en la estructura orgánica y recae en la actuación de los Rectores (as) de las Universidades Públicas. En esta instancia se deciden las políticas, se legisla y se otorgan los recursos para el resto de las actividades y acciones. En el Nivel II, que corresponde a las Oficinas de comunicación, Prensa, Relaciones Públicas y Mercadeo, según sea el caso de la Universidad analizada, se determinan los aspectos logísticos y conceptuales. El peso de las acciones, planes y programas recae en esta instancia, que incluso participa de la conceptualización y ejecución de las políticas universitarias en el tema de la articulación con la Sociedad. En un tercer nivel, se ubican las instancias tácticas, que les corresponde, diseñar programas, productos y seleccionar insumos, medios para canalizar las estrategias y tácticas de la organización. Los niveles II y III, verifican los procesos y diseñan los productos para los públicos seleccionados, permitiendo la dinámica de intercambio de flujos informativos desde la institución hacia el entorno.

Por tratarse de un estudio de percepciones, interesa el despliegue multidimensional del fenómeno por eso se eligió el diseño cualitativo, pues era más importante para la investigación las diversas visiones de los sujetos actuantes, estudiados en el campo concreto, como parte de la cotidianidad de la acción comunicativa en las universidades.

## **La comunicación organizacional en la gestión ambiental de proyectos de desarrollo eléctrico: el caso del Centro de Gestión Ambiental (CGA) de la Unidad Estratégica de Negocios Proyectos Y Servicios Asociados (UEN PYSA) del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE)**

**Autor:** Adrian Zeledón Montero

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 2002

**Ciclo de presentación:** I – 2012

**Sigla:** T 054

**Director de Tesis:** Dr. Mario Zeledón Cambronero

**Objetivo General:**

Analizar los procesos de comunicación organizacional del CGA de la UEN PYSA en Relación con la gestión ambiental asociada al desarrollo de proyectos de desarrollo eléctrico.

**Resumen:**

El estudio desarrolla una serie de argumentos asociados a la relación entre la comunicación como profesión y los aportes que esta puede hacer a la gestión ambiental de proyectos de generación eléctrica, y la coteja con la concepción que se tiene del Área de Comunicación del Centro de Gestión Ambiental de la Unidad Estratégica de Negocios Proyectos y Servicios Asociados, del Instituto Costarricense de Electricidad en Costa Rica.

Se demuestra la relación inherente entre comunicación y gestión ambiental, de acuerdo con las tareas y las actividades que realizan las y los diferentes funcionarios destacados para

tales efectos por parte de la Jefatura. No obstante, el uso y la recurrencia que se hace del Área de Comunicación obedecen más a la producción de mensajes que a la generación de estrategias de comunicación basadas en la investigación previa de los públicos y grupos de interés.

El investigador se basa en conceptos de la teoría de la comunicación organizacional, así como de la teoría situacional de los públicos para desarrollar la investigación y el análisis.

Como principal conclusión, se plantea la necesidad de incorporar con mayor intensidad la metodología de trabajo propuesta por la comunicación organizacional, la cual es bien entendida y manejada por quien coordina el Área de Comunicación; sin embargo, está pendiente de lograra trascender la referencia conceptual que tienen las y los funcionarios dedicados a coordinar la gestión ambiental de proyectos de desarrollo eléctrico, a los cuales las y los profesionales en comunicación se dedican exclusivamente a elaborar productos comunicacionales. Por lo tanto, se recomienda un proceso de capacitación y formación del personal al respecto.

Asimismo, se recomienda analizar el fortalecimiento del cuadro profesional del Área de Comunicación, para que este pueda dar el soporte idóneo a la gestión ambiental de los proyectos. Esto debe entenderse como una sana inversión de la organización en aras de viabilizar por medio de procesos asertivos de comunicación con los distintos públicos y grupos de interés, la gestión ambiental y las fases posteriores de los proyectos.

## La estación verde, propuesta de un producto de mercado y su plan estratégico de mercadeo

**Autor:** Rossy Evelyn Solís Arce

**Maestría:** Profesional en Mercadeo

**Año de Ingreso:** 2003

**Ciclo de presentación:** I – 2012

**Sigla:** T 055

**Directora de Trabajo Final:** Máster Rita Solís Arce

**Objetivo General:**

Elaborar un plan estratégico de mercadeo para “**La Estación Verde**”, con el fin de introducirla al mercado costarricense y posicionarla como la opción número uno en comercialización de productos y servicios relacionados con plantas y jardinería y, además, como la única en el país con un concepto integrado que, a través de las plantas, busca el desarrollo de una relación armónica entre cuerpo – mente y espíritu.

**Resumen:**

En el presente trabajo se podrá encontrar un proyecto que busca reflejar el proceso completo por el cual es requerido transitar para la elaboración de un plan de mercadeo para un producto incipiente en un mercado.

El trabajo cubre un apartado de investigación de mercado, que indaga sobre las necesidades y requerimientos del mercado en materia de plantas y productos y servicios relacionados con este campo.

Desarrolla una descripción comparativa de las principales competencias en esta categoría. Da un repaso por las inversiones que la categoría de “Viveros” realiza en materia publicitaria en el mercado y medios locales.

El documento realiza el planteamiento del producto como tal, la forma en que se hace la propuesta de iconografía o de imagen para el mismo y cómo se llega a la recomendación

final.

Se establecen los lineamientos mercadológicos que lo caracterizarán. La misión, visión, posicionamiento, slogan y demás elementos base del mercadeo para el mismo.

Se justifica y establecen las estrategias para el desarrollo de las “4 P’s” del plan de mercadeo, a saber: estrategia de Plaza o Distribución, estrategia de Producto, estrategia de Precio y estrategia de Promoción.

Dentro del capítulo de promoción, se incluye además el detalle de la estrategia de exposición en medios de comunicación a utilizar, así como la inversión recomendada para la campaña, los niveles de ruido publicitario y la definición de los periodos de campaña: de lanzamiento, pos lanzamiento y mantenimiento.

Se incluye también un capítulo que desarrolla una propuesta de responsabilidad social, concebida dentro del marco que abarca el Mercadeo Social, necesario en toda empresa que desee un desarrollo acorde con los requerimientos comerciales, sociales y ambientales de la actualidad.

Aunado a lo anterior, se podrá encontrar un capítulo que fundamenta e hilo, en materia teórica de comunicación y mercadotecnia, la propuesta como un todo.

## **Diseño de un modelo conceptual para el análisis de la comunicación corporativa por medio de la aplicación de un diagnóstico. Hacia una relación congruente entre la imagen y la identidad de la Ciudad de los Niños.**

**Autor:** Adriana Asch Paniagua / Silvia Elena Murillo Herrera

**Maestría:** Profesional en Mercadeo

**Año de Ingreso:** 2005

**Ciclo de presentación:** I – 2011

**Sigla:** T 056

**Director de Trabajo Final:** Mag. José Bogantes Camacho

### **Objetivo General:**

Determinar la relación existente entre la identidad y la imagen corporativa de la Ciudad de los Niños, tomando en cuenta el contexto como agente externo y la comunicación como nexo entre ambas variables mediante la aplicación de un diagnóstico.

### **Resumen:**

El efectuar el presente trabajo, tuvo como objetivo principal determinar la relación existente entre la identidad y la imagen corporativa de la Ciudad de los niños, tomando en cuenta el contexto como agente externo y la comunicación como nexo entre ambas variables, mediante la aplicación de un diagnóstico en comunicación.

El proyecto contempló tres etapas fundamentales, acordes con los objetivos planteados. En primer lugar la construcción de un Modelo Conceptual para el análisis de la Comunicación Corporativa, lo cual implicó un estudio y ordenamiento teórico sobre conceptos fundamentales; tales como: comunicación, comunicación corporativa, identidad corporativa, imagen corporativa y contexto.

En segundo lugar y de acuerdo con el modelo conceptual, se diseñó una metodología de diagnóstico que permitiera el estudio de la comunicación corporativa y sus cuatro elementos. A partir de los resultados obtenidos, como tercera etapa se elaboró una guía de recomendaciones para gestionar la comunicación corporativa de la Ciudad de los Niños.

Para el desarrollo del diagnóstico se aplicaron las siguientes herramientas: revisión documental, entrevistas a profundidad, observación no participante y análisis cualitativo de

contenido gráfico, las cuales permitieron analizar los diferentes elementos del Modelo Conceptual de Comunicación Corporativa.

De acuerdo con el análisis de la información recabada, se concluye que entre los elementos del Modelo Conceptual de Comunicación Corporativa se genera una interrelación y cada uno es interdependiente de los otros. Así, la institución presenta inconsistencias y debilidades en el vínculo entre la identidad y la imagen, así como carencia de gestión de comunicación corporativa.

Por lo anterior, las recomendaciones se plantearon desde el abordaje de la comunicación, con el fin de brindar una guía de análisis estratégico que permita a la institución contar con un marco de referencia comunicacional para dirigir sus acciones de comunicación.

Finalmente con el objetivo de brindar un resumen de los hallazgos encontrados con el diagnóstico, se elaboró un FODA con las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas detectadas en la Ciudad de los Niños.

## **Comunicación para la recaudación de fondos, tres casos y un plan de comunicación institucional con repercusiones en la recaudación de fondos en el hospicio de huérfanos de San José (HHSJ) para el 2012**

**Autor:** Marco Antonio Guevara Villalobos / María Gabriela Marín Azofeifa

**Maestría:** Profesional en Mercadeo

**Año de Ingreso:** 2004

**Ciclo de presentación:** I – 2012

**Sigla:** T 057

**Director de Trabajo Final:** M.Sc. Gustavo Adolfo Araya Martínez

### **Objetivo General:**

Conocer los procesos de comunicación que realizan tres ONG para recaudar fondos (una de ellas el mismo HHSJ), de manera que permita elaborar una propuesta alternativa de comunicación para el Hospicio de Huérfanos de San José para el año 2012

### **Resumen:**

El presente trabajo de investigación aplicada plantea una aproximación al tema de la comunicación institucional con la intención de recaudar fondos en organizaciones no gubernamentales. Para este efecto, se realizó un estudio cualitativo en tres instituciones con el fin de obtener insumos sobre las prácticas realizadas para comunicarse con sus públicos donadores. En cada institución se realizó una entrevista a profundidad con un representante que proporcionó la información requerida.

Posteriormente, en base a los resultados de la investigación y los temas tratados en el marco teórico, se propone un proyecto de comunicación institucional para ser aplicado en el Hospicio de Huérfanos de San José. El proyecto se planteó con acciones que, fundamentándose en lo estudiado, se consideraron que podrían ayudar al Hospicio a mejorar su imagen institucional y los procesos de comunicación con sus públicos donantes de manera que obtenga un rédito al invertir en *comunicar la institución*.

Dentro de las principales conclusiones y recomendaciones se encuentra que, las instituciones estudiadas, aún no incluyen el área de la comunicación dentro de su organigrama, a pesar de aplicarla en distintos niveles de conocimiento y conciencia. De ahí se sugiere no solo una reestructuración de la forma en cómo están constituidas, sino también aplicarla en todas las áreas de la institución de manera que la impregne, en su totalidad, empezando por el involucramiento de sus directivos en los procesos comunicativos.

También se observó cómo entre más conocimientos en comunicación tenía alguno de sus miembros, mayor era la aplicación de ésta y mayores los beneficios obtenidos en la institución.

Entre los procesos de las organizaciones sin fines de lucro destacó la comunicación como herramienta que contribuye a visibilizar, obtener credibilidad y legitimar la labor social.

Ante la falta de información en el tema, se consideró necesario recomendar el fomento de investigación académica, de manera que permita crear tipologías de instituciones y sus modelos de comunicar. Al respecto éste trabajo se considera un estudio pionero y que amerita ahondar en la investigación de tesis futuras, que permitan ser utilizadas como marco teórico en otros proyectos y/o guía de comunicación en instituciones con necesidad de comunicar para recaudar fondos.

## **Estrategia de comunicación integrada de mercadeo para la cooperativa de ahorro y crédito de los empleados del Hospital Nacional de Niños – COOPEHOSPINI R.L.**

**Autor:** Luis Enrique Blanco Sanabria

**Maestría:** Profesional en Mercadeo

**Año de Ingreso:** 2005

**Ciclo de presentación:** I – 2012

**Sigla:** T 058

**Directora de Trabajo Final:** Máster Ana Lucía Hernández Mainieri

### **Objetivo General:**

Proponer las actividades y los vehículos de comunicación mercadotécnica que deben conformar el Plan de CIM de la Gerencia de Coopehospini para reducir la falta de interacción actual y renovar la promoción de sus actividades, productos y servicios dirigidos a los asociados y asociadas existentes y potenciales.

### **Resumen:**

Este trabajo muestra la investigación realizada en la Cooperativa de Ahorro y crédito de los Empleados del Hospital Nacional de Niños (Coopehospini R.L.), a partir de la visión actual de la Comunicación y del Mercadeo como ejes integrados e interactivos. El primer capítulo conforma la identificación de Coopehospini como la organización beneficiaria de este proyecto y los objetivos del mismo.

El segundo capítulo contiene los fundamentos teóricos de la Comunicación Integrada de Mercadeo (CIM) que modelan la perspectiva y la estructura mediante la cual se desarrolla este trabajo, y se presenta un repaso del entorno cooperativo costarricense en el cual se halla inmersos Coopehospini dentro del sector “ahorro y crédito” o de “servicios financieros”. El tercer capítulo describe la metodología utilizada durante la investigación, de carácter predominantemente cualitativa y apoyada en una revisión documental de los recursos interactivos de información y comunicación de otras cooperativas. El cuarto capítulo incluye el análisis de los resultados coincidentes y divergentes, así como sus posibles y eventuales implicaciones para Coopehospini.

En el quinto capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones por cada objetivo planteado, y en el sexto capítulo se incluye la propuesta de un “plan Estratégico de Comunicación Integrada de Mercadeo”; con el estimado de tiempo y recursos para su implementación en Coopehospini.

En la parte final de este trabajo se incluye la bibliografía y los anexos como respaldo de las

actividades realizadas y propuestas, con la intención de que sean una referencia útil para los lectores de este trabajo de investigación aplicada.

## Representaciones sociales de “lo polo” y “la polada” entre adultos jóvenes universitarios de la Universidad de Costa Rica.

**Autor:** Ana Carolina Jiménez Rodríguez

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 2004

**Ciclo de presentación:** II – 2012

**Sigla:** T 059

**Directora de Tesis:** Dra. Patricia Vega Jiménez

### **Objetivo General:**

Analizar las representaciones sociales que realiza el adulto joven universitario que asiste a la Universidad de Costa Rica acerca de lo “polo” y la “polada” para demostrar la importancia de la comunicación en los procesos de construcción y transmisión de simbolismos sociales que afectan las formas de interacción en la sociedad.

### **Resumen:**

El presente trabajo de investigación se sitúa dentro de los estudios culturales, específicamente, de la cultura popular urbana costarricense, desde el punto de vista de la comunicación y propone un estudio de las representaciones sociales acerca de “lo polo” y “la polada” que realizan los adultos jóvenes universitarios de la Universidad de Costa Rica.

El trabajo destaca la importancia de la comunicación en los procesos de construcción y transmisión de los símbolos sociales que afectan las formas de interacción en la sociedad, a través, primeramente, de la caracterización de las prácticas culturales del “polo” y la “pola” en el contexto social costarricense urbano para construir una propuesta conceptual.

Identifica, en segunda instancia, los mecanismos por medio de los cuales se legitima la condición de “polo” y caracteriza las circunstancias ideológicas, sociales, económicas, educativas y culturales relacionadas a dicha condición. Describe, asimismo, las implicaciones socioculturales que tiene para una persona ser “pola” o “hacer una polada”, destacando la afectación que tienen estas etiquetas sobre las relaciones sociales de los estudiantes universitarios de la Universidad de Costa Rica, y estudia las actitudes y conductas que adopta el adulto joven universitario con respecto a las personas que ellos mismos catalogan como “polas”.

## Los códigos que establecen el orden significativo de lo femenino y lo masculino en Caribe y “El solitario”

**Autor:** Almitra Desueza Delgado

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 2003

**Ciclo de presentación:** I – 2012

**Sigla:** T060

**Director de Tesis:** Dr. Gustavo Naranjo Chacón

### **Objetivo General:**

Interpretar los diferentes códigos que se encuentran en la narración cinematográfica de

Esteban Ramírez, *Caribe* y en la narración literaria de Carlos Salazar Herrera “El solitario” para establecer el orden significativo que determinan las relaciones estructurales de lo femenino y lo masculino en Costa Rica y compararlas en su relación temporal.

**Resumen:**

Este trabajo presenta un análisis semiótico de los ordenes significantes, o sea, los códigos que construyen la visión de mundo sobre lo masculino y lo femenino costarricense a partir de las obras ficcionales “El solitario” de Carlos Salazar Herrera y *Caribe*, dirigida por Estaba Ramírez. La primera pertenece al género cuento y la segunda al cine.

La argumentación teórica del trabajo tiene cuatro ejes fundamentales que corresponden a la semiótica, el género, el cuento y el cine; cada uno de estos elementos permite decodificar estas obras e hilvanarlas para construir el sentido social perteneciente a lo femenino y lo masculino en Costa Rica.

### **Análisis de los paisajes étnico, tecnológico, mediático e ideológico de la migración intrarregional de América Latina en internet.**

**Autor:** Luisa Eugenia Ochoa Chaves

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 2006

**Ciclo de presentación:** I – 2013

**Sigla:** T061

**Directora de Tesis:** Dra. Lidieth Garro Rojas.

**Objetivo General:**

Analizar los modos en que se articulan los paisajes étnico, tecnológico, mediático e ideológico en torno a la migración intrarregional de América Latina en Internet.

**Resumen:**

En la investigación se analizan los modos en que se articulan los paisajes étnico, tecnológico, mediático e ideológico en torno a la migración intrarregional de América Latina en Internet. Como resultado, se elaboran cuatro mapas en los que se indican los tipos de actores, usos y medios de comunicación y discursos en Internet sobre la migración.

### **Experiencias de teatro del oprimido costarricense: procesos de comunicación participativa y popular.**

**Autor:** Nayuribe Montero Jiménez

**Maestría:** Académica en Comunicación y Desarrollo

**Año de Ingreso:** 2010

**Ciclo de presentación:** I – 2013

**Sigla:** T062

**Director Tesis:** PhD. Leonardo Sebiani Serrano.

**Objetivo General:**

Analizar cómo se desarrolla la comunicación popular y participativa dentro de los procesos de TO que implementan Respiral y PCT-UNA, para visibilizarlos como experiencias comunicacionales y dialógicas.

**Resumen:**

El Teatro del Oprimido (TO) es una metodología teatral brasileña que promueve la reflexión-

activa del espectador, para que se libere de situaciones o relaciones que lo oprimen. En la presente investigación se analizarán dos experiencias que utilizarán el TO en nuestro país: El Colectivo Respiral y el Proyecto de Capacitación Teatral de la Universidad Nacional (PCT-UNA).

Se expondrá la metodología de cada experiencia, los elementos de comunicación popular y participativa que se presentan en su trabajo, y la percepción que tienen sus actores/participante sobre el espacio de diálogo que estos proyectos les proporcionan.

## Convergencia Retórica en el Documental Fotográfico y Sonoro para la Web.

**Autor:** Jorge Alberto Albán Dobles.

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 2003

**Ciclo de presentación:** II – 2013

**Sigla:** T063

**Director Tesis:** Dr. Gabrio Zapelli Cerri.

### **Objetivo General:**

Proponer un modelo de análisis de la convergencia retórica para el documental fotográfico y sonoro para la Web contemporáneo que ayude a comprender las transformaciones recientes de esta nueva forma.

**Resumen:** Este estudio explora el documental fotográfico y sonoro producido específicamente para la Web, una forma audiovisual que ha alcanzado gran popularidad con la expansión de los medios impresos a Internet durante la primera década del siglo XXI. Tras la revisión crítica del desarrollo histórico y retórica tanto el fotoensayo documental en prensa escrita desde 1920 hasta 1990 como el documental etnográfico tradicional hasta el contemporáneo entre los años 1930 y 2010, se propone un modelo de análisis de convergencia retórica capaz de determinar y comparar la presencia y evolución de los modos distribución restricción y significación. Este modelo se aplica a fragmentos representativos de tres documentales fotográficos y sonoros para la Web destacados producidos entre el 2017 y el 2012. Por último se sistematizan los resultados en tablas, determinan los principales hallazgos y valora la propuesta de modelo en cada uno de los tres modos.

## ¿Trabajar para vivir?, o , ¿vivir para trabajar?: Una exploración de los sentidos del trabajo en call-centers a través de los relatos de sus trabajadores.

**Versión Digital \*\***

**Autor:** Hernán González Acuña

**Maestría:** Académica en Comunicación y Desarrollo

**Año de Ingreso:** 2012

**Ciclo de presentación:** II – 2013

**Sigla:** T064

**Director Tesis:** Dr. Carlos Sandoval García.

### **Objetivo General:**

Identificar las representaciones sociales que sustentan el trabajo en *call-centers* como

práctica cotidiana y vínculo social y cultural, en el habla de algunos de sus trabajadores.

**Resumen:** Se exploran los sentidos que cobra el trabajo en *call-centers* a través de los relatos producidos en condiciones de entrevista por cinco mujeres y cuatro varones empleados en tales empresas, durante los años 2013 y 2014, en Costa Rica. El foco de interés se centra sobre la incidencia de estas nuevas identidades laborales sobre el vínculo instituido entre trabajo y ciudadanía, así como sus dimensiones culturales, sociales y subjetivas, amén de comunicativas. Por esta razón el trabajo es tratado como un proceso social simbólico que se constituye a través de actos cotidianos de comunicación y representación, susceptibles de ser percibidos en el habla de las personas. La indagación se guía por la siguiente interrogante: ¿Cuáles representaciones sociales en torno al trabajo en *call-centers* sustentan su reproducción cotidiana como práctica y vínculo social y cultural? Metodológicamente el análisis se orienta a la reconstrucción de aquellos núcleos de significación con un carácter generativo y organizador, poseedores de fuerza motivacional y responsables de una conciencia práctica en torno al trabajo. Desde esta perspectiva la novedad del trabajo en *call-centers* se articula con un sustrato de significados heredados, un bagaje de sentidos históricos, condensados en el mandato socialmente extendido de trabajar dirigido al individuo, quien no debe desligar sus ingresos de la actividad laboral en que se ocupa. Adicionalmente, factores tales como un sentido del desarraigo, un horizonte laboral de miras cortas, un sentido de la oportunidad y del aprovechamiento del cambio no previsto se conforman como una necesaria interface de la representación del trabajo con las situaciones de la vida ordinaria, en la que el trabajo se organiza bajo la modalidad del empleo –de carácter muy instrumental– y el acceso a protección, formación y distribución del ingreso que esto implica para los trabajadores. El empleo en *call-centers* ejemplifica también tensiones entre perspectivas que responden a lugares e intereses sociales diversos: de un parte, aquellos actores quienes ven en el trabajo un factor de producción sometido a compra y venta en el mercado; por otro lado, quienes no desligan el trabajo de la promesa de bienestar progresivo. El empleo en *call-centers*, si bien altamente instrumentalizado y débil en tanto fuente de identidades laborales sólidas y duraderas, no se desliga de la promesa histórica de un creciente bienestar para los trabajadores. Este rasgo señala los sentidos del empleo en *call-centers* como expresión de una pugna, de una lucha de clasificación por la visión legítima socialmente en torno al trabajo. Surge una paradoja: el carácter central del trabajo como medida de la riqueza, porción mayoritaria del tiempo socializado de los individuos y, en una palabra, relación social dominante, se enfrenta a las intenciones de encontrar espacios y actividades de mayor profundidad subjetiva y autonómica por parte de los individuos en sus vidas privadas, quienes frente a su realidad laboral cotidiana manifiestan la intención de hacerle al trabajo un espacio en sus vidas, en lugar de verse absorbidos por él.

## Lecturas de discursos religiosos y disidencia religiosa.

**Versión Digital \*\***

**Autor:** Jorge Alberto Rojas Rojas.

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 1996

**Ciclo de presentación:** I – 2015

**Sigla:** T065

**Director de Tesis:** Dr. Francisco Mena Oreamuno.

**Objetivos:**

1. Determinar los principales factores que influyen en que personas que aceptan el discurso pentecostal o neopentecostal luego lo rechacen y, consecuentemente, abandonen las prácticas simbólico-religiosas que ese discurso promueve.
2. Analizar el proceso mediante el cual las personas que realizan una lectura preferencial de los discursos pentecostal y neopentecostal pasan a una lectura negociada o de rechazo de estos.
3. Determinar la relación que existe entre la deserción de feligreses de iglesias pentecostales o neopentecostales con la respuesta religiosa de esas iglesias a las demandas y expectativas simbólicas de las personas exadeptas.

**Resumen:**

Este trabajo estudia y analiza las lecturas de rechazo de las personas disidentes de iglesias pentecostales y neo-pentecostales. En este sentido, en un primer momento, no estudia los discursos ni las prácticas de esas iglesias, sino más, bien las estructuras narrativas y discursivas por medio de las cuales, ex-adeptos y ex-adeptas dan sus razones para dejar un determinado grupo religioso. Se analizan las lecturas de rechazo de 13 personas y de dos grupos focales por medio de un análisis estructural de discurso. El análisis de los aportes de los grupos focales, ahonda en el sentido social que se va configurando en la reproducción de estas lecturas de rechazo. Es desde este tipo de lectura, personal y social, que existe un acercamiento analítico a los discursos y prácticas pentecostales y neo-pentecostales

La investigación concluye que aquellos discursos religiosos, pentecostales y neo-pentecostales, que poseen una estructura dogmática, encuentran un grado importante de resistencia en un sector de la población, porque utilizan fórmulas pre fijadas y obligatorias en contextos, caracterizados más bien, por la desinstitucionalización de la familia, la iglesia, el matrimonio y el mismo Estado. A esto se agrega el avance, lento pero concreto, de una nueva configuración de los géneros y una apertura cultural a las orientaciones sexuales diversas. De esa manera, en un momento histórico de descomposición institucional, las iglesias pentecostales y neo pentecostales, por medio de sus discursos y prácticas, quieren ser instituciones que regulan la vida privada y pública de las personas. Por el contrario, un grupo social importante de la población, rechazan las regulaciones que se expresan en los discursos religiosos y por tanto, las negocian o las rechazan, porque ya no responden a sus necesidades y demandas de sentido y más bien las contravienen. Finalmente, su respuesta es la lectura de rechazo y con ella, la desafiliación voluntaria de estas iglesias. Al hacerlo y socializarlo en sus grupos de referencia, van creando un sentido de rechazo a determinadas manifestaciones religiosas.

## **Radio Ixchel Estéreo (Guatemala), Radio Victoria (El Salvador) y Radio Stereo Vos (Nicaragua). Relación entre su proyecto político- comunicativo y su programación.**

**Versión Digital \*\***

**Autor:** Miguel Regueyra Edelman.

**Maestría:** Académica en Comunicación y Desarrollo

**Año de Ingreso:** 2009

**Ciclo de presentación:** I – 2015

**Sigla:** T066

**Director Tesis:** Dr. Carlos Sandoval García

**Objetivo General:**

Estudiar la concordancia entre el proyecto político comunicativo con la programación y la emisión de la Radio Ixchel Estéreo (Guatemala), Radio Victoria (El Salvador) y Radio Stereo Vos (Nicaragua).

**Resumen:**

Durante los procesos políticos militares que vivió Centroamérica en las décadas de los 70 y 80 del siglo XX, las fuerzas insurgentes crearon diversos mecanismos de prensa y con el entorno internacional. Tal vez, el principal recurso hayan sido los radios guerrilleros: Sandino en Nicaragua, Venceremos y Farabundo Martí en El Salvador y La Voz Popular en Guatemala. La existencia de estas radios mostró a los sectores de base que era posible hacer uso de los medios de comunicación. Así, en las posguerra surgieron una gran cantidad de esfuerzos radiofónicos que, haciendo uso de frecuencias asignadas legalmente o tomadas de hecho, pusieron en entredicho la hegemonía mediática de los sectores dominantes.

Este trabajo se ocupa de estudiar tres experiencias radiofónicas que ubicamos en la corriente que, siguiendo denominaciones previas, hemos nombrado radios populares, comunitarias y alternativas. Nos propusimos estudiar los proyectos político comunicativos de tres radios: Stereo Vos de Matagalpa, Nicaragua; Victoria de Cabañas, El Salvador e Ixchel Estéreo de Sumpango, Sacatepéquez, Guatemala. Específicamente nos planteamos comparar sus respectivos proyecto político comunicativos con los contenidos de sus transmisiones.

Tras el estudio, pudimos comprobar que las radios son proyectos de comunicación que trascienden lo radiofónico. Además, es importante destacar que se sustentan en procesos organizativos que permiten que amplios sectores de las poblaciones en donde realizan su labor sean parte de los procesos, no solo como oyentes sino que pueden participar de diversas fases del proceso comunicativo. Comprobamos también que los proyectos político comunicativos logran concretarse en la práctica de cada radio, pero también se muestra como la realidad, siempre cambiante, genera contenidos y procesos que no están contemplados en los proyectos político comunicativo.

## Proyecto Cinematográfico: La Boca del Monte

**Autor:** Gustavo Adolfo Fernández Quesada

**Maestría:** Profesional en Comunicación: Diseño de Lenguaje Audiovisual y Multimedia

**Año de Ingreso:** 2013

**Ciclo de presentación:** I – 2015

**Sigla:** T067

**Director de Trabajo Final:** Mag. Germán Vargas Cordero.

**Objetivo General:**

Divulgar los factores políticos, culturales y religiosos que posibilitaron la creación de la ciudad de San José en el siglo XVIII, mediante la producción de una ficción histórica, en formato de largometraje, orientada a educar y entretener al público costarricense e inducirlo a trazar un paralelismo del pasado con la realidad contemporánea de nuestra ciudad capital.

**Resumen:**

La Boca del Monte es un proyecto de largometraje para cine, que aspira a divulgar los factores políticos, culturales y religiosos que posibilitaron la creación de la ciudad de San José en el siglo XVII mediante la producción de una ficción histórica orientada a educar y

entretener al público costarricense e inducirlo a trazar un paralelismo del pasado con la realidad contemporánea de nuestra ciudad capital.

La película dibujará una línea muy provocativa a la luz de dos hechos que marcan el inicio y la actualidad capitalina. 1. La Boca del Monte era un lugar de paso y San José lo sigue siendo. Y 2. La resistencia de la población por vivir en el sitio está vigente hoy, como lo estuvo en sus inicios. Estas aseveraciones quedan latentes en el ensayo profesional, el cual fundamenta la importancia de un proyecto de tal dimensión, como recurso para apuntalar nuestra identidad y enriquecer la producción cinematográfica costarricense. Iniciativa declarada de Interés Cultural, mediante acuerdo Ejecutivo No.025-C, suscrito por el Presidente de la República y la Ministra de Cultura y Juventud el 09 de febrero de 2015

## La Información y consulta a la sociedad civil en la legitimación de políticas públicas: El caso de las negociaciones de Tratados de Libre Comercio de Costa Rica.

**Autor:** Esteban Álvarez

**Sigla:** T068

**Director de Proyecto:** Dr. Mario Zeledón Cambronero

**Objetivo General:**

Conocer el proceso de información y consulta a la sociedad civil y los instrumentos que se utilizan en Costa Rica, desarrollado por COMEX en las negociaciones comerciales, a fin de plantear recomendaciones a dicho proceso.

**Resumen:**

Según Lizano (1999): “La apertura de la economía y su inserción más profunda en los mercados internacionales se concibió como un proceso de cambio de la estructura de la producción nacional. No era posible abrir la economía y pretender, a la vez, seguir produciendo lo mismo. La apertura, por el contrario, traería aparejada, sin duda, la disminución (y en algunos casos la desaparición) de la producción de algunos bienes y servicios y, simultáneamente, el aumento de la producción de otros. Se trata, precisamente, de lograr una mayor división del trabajo y una mayor especialización ante la ampliación del mercado” (174-175).

Por consiguiente, las políticas productivas proteccionistas tuvieron que dar un giro y enfocarse en elevar, con mayor o menor impacto, la eficiencia y competitividad de las empresas, para que pudieran aprovechar las oportunidades de comercio e inversión que se generan en una economía cada vez más abierta e integrada a los mercados internacionales. Así, conforme la apertura e integración se profundizaron con los años, la producción nacional se vio inmersa en un proceso continuo de transformación que además fue muy acelerado.

Las décadas de 1990 y 2000 ven una crecida en la firma y ratificación de acuerdos por parte del gobierno de Costa Rica. Esto se refleja en la evolución del PIB por actividad económica, del monto y composición de las exportaciones e importaciones, y del peso relativo del comercio total dentro del PIB con respecto a inicios de los ochenta. También, el impacto fue significativo en cuanto al perfil de las empresas que logran competir, la cantidad y el tipo de empleo que se genera y por último, en la calidad de vida de las personas en general. Cabe destacar que uno de los objetivos de fortalecer la oferta exportable y el acceso a nuevos mercados, es también poder contar con mayor volumen de importaciones, que significan más y mejores fuentes de abastecimiento para las familias, tanto de bienes como servicios

(incluso los de reciente apertura como seguros y telefonía móvil).

De modo que en la negociación de cada TLC se conjugan los intereses de diversos actores de la sociedad, cuyas posiciones pueden converger hacia el interés común o ser contrapuestas y hasta inflexibles.

Por otra parte, dada la tradición costarricense de fortalecer y profundizar su sistema democrático, de respeto y protección a las libertades y derechos individuales; obliga a que ese proceso de apertura no deba ser implementado de espaldas a las estructuras sociales y económicas. Por el contrario, debe incorporar herramientas de información y consulta a los actores que afrontan los cambios en el entorno, teniendo presente que, desde su inicio, se planteó que tal modelo traería además de los beneficios esperados, algunos “perdedores”.

Por todo lo anterior, se plantea la necesidad de valorar la importancia y efectividad que tienen los instrumentos de información y consulta del Gobierno por medio de COMEX, para la sociedad en general.

La hipótesis que se planea es que una alta proporción de la sociedad civil desconoce los procesos de negociaciones comerciales que desarrolla la Administración Pública, por lo cual las herramientas empleadas no están siendo suficientes en informar y retroalimentar sobre la política comercial. Esa hipótesis se plantea como una propuesta provisional que deberá contrastarse mediante la metodología de encuesta a la población.

Queda pendiente para otros estudios si existe un interés verdadero de parte de la administración pública, de que haya una retroalimentación para la toma de decisiones en materia de negociaciones comerciales, en virtud de que éstas conllevan estrategias políticas.

## **Con las botas puestas por una vida sin violencia. Video educativo para la prevención y el abordaje de la violencia contra las mujeres bribris.**

**Autor:** Mónica Quirós Villalobos

**Sigla:** T069

**Directora de Proyecto:** M.Sc. Teresita Ramellini Centella

### **Objetivo General:**

Contribuir a la prevención y el abordaje de la violencia contra las mujeres indígenas bribris, mediante la producción conjunta de un video educativo y su guía de uso que aborde esta temática en el cantón de Talamanca, Limón.

### **Resumen:**

Este Trabajo Final de Investigación Aplicada se realiza en el marco del proyecto: “Redes locales para la gobernabilidad autónoma, la defensa de los derechos indígenas y la relación universidad – comunidad desde la perspectiva de la interculturalidad”, el cual fue parte del Programa de Regionalización interuniversitaria de CONARE.

La metodología utilizada parte de un enfoque cualitativo y tuvo un alcance exploratorio, ya que no se han constatado otras experiencias similares de producción de materiales educativos audiovisuales sobre la temática de violencia contra las mujeres indígenas bribris. Se abordaron estrategias metodológicas cualitativas de corte participativo que parten de la mediación pedagógica desde la educación popular y de la propuesta de interaprendizaje para la atención de la violencia intrafamiliar. Por otra parte, se retomaron algunas premisas del trabajo de campo de la antropología social.

Las técnicas de recolección de la información que se utilizaron fueron: la investigación documental de fuentes primarias y secundarias, la observación participante dentro de los espacios comunitarios, la entrevista y la escucha activa con mujeres indígenas y otras

personas de la comunidad, del grupo focal, talleres, el uso del diario del campo, entre otras. Es importante destacar algunas de las reflexiones más importantes de los aprendizajes de este trabajo:

- a) Partir del respeto a la cosmovisión indígena y la contextualización socio-cultural de cualquier abordaje académico y/o institucional es una máxima para no contribuir al irrespeto histórico a las comunidades indígenas por parte no solo de las academias, el Estado y/o las instituciones sino de las sociedades occidentales en general.
- b) El uso del audiovisual constituye una herramienta educativa que por su forma basada en la oralidad y en lo visual está más cercana a la realidad de los pueblos indígenas y en este caso particular de las mujeres
- c) La validación del video educativo y su guía permitió la identificación, contextualización y adecuada decodificación de los mensajes audiovisuales, gráficos y de contenido para la población meta del producto de este trabajo final de graduación.

## Modelos de comunicación audiovisual y multimedia para el aprendizaje creativo integral de dificultades emocionales y de conducta.

**Autor:** Karina Picado Vargas

**Maestría:** Profesional en Comunicación: Diseño de Lenguaje Audiovisual y Multimedia

**Año de Ingreso:** 2013

**Ciclo de presentación:** I– 2015

**Sigla:** T070

**Director de Trabajo Final:** Mag. Aarón Elí Mena Araya

**Objetivo General:**

Facilitar el aprendizaje de destrezas y estrategias de la inteligencia emocional de las personas, donde se generen interacciones cognitivas al interior y al exterior de las personas mediante la producción y difusión masiva de materiales didácticos, impresos, audiovisuales y multimedia, para la construcción de soluciones a las dificultades cotidianas de sus relaciones interpersonales, y así formar una base social más educada en relación al aprendizaje emocional y conductual a nivel integral: física, psicológica, espiritual y social.

**Resumen:**

Las dificultades emocionales y de conducta son los conflictos psicológicos de una persona que se manifiesta a nivel interno (cuerpo, mente y espíritu) y externo (relaciones afectivas, filiales, sociedad) y que afectan su rendimiento integral. Al respecto, cabe señalar que las emociones son la base del desarrollo social y de la personalidad, son la respuesta psicológica ante una situación. Se trata de que el sujeto cambie de un sentimiento subjetivo a uno intersubjetivo (intercambio de subjetividades con otros). Más de mil millones de personas sufren de depresión a nivel mundial, de ahí la idea de aprovechar el diseño de recursos de comunicación: audiovisual y multimedia basados en modelos, para el aprendizaje creativo integral de dificultades emocionales y de conducta, bajo la coyuntura que ofrece históricamente las nuevas tecnologías en materia de acceso a la difusión.

Así es como nace el proyecto RENOVA el cual se basa en la aplicación progresiva y sistemática de estrategias basadas en varias teorías comunicacionales (semiótica) y psicológicas como: el constructivismo social, la terapia cognitiva conductual y la terapia racional emotiva conductual y mayormente la Epistemología de Aprendizaje Creativo Integral (EACI). Su tutora ha trabajado durante más de quince años de investigaciones con sujetos

menores y mayores de edad, para dotar una base científico social a esta propuesta comunicacional para el aprendizaje emocional. De ahí y de la tarea de investigación dentro de la Maestría en Comunicación con énfasis en el Diseño de Lenguaje Audiovisual y Multimedia de la Universidad de Costa Rica, es que surge la propuesta de diseñar y validar esta articulada propuesta que contiene estrategias de varios tipos, organizadas como ejes transversales, con actividades de aprendizaje multimedia, terapéuticas, lúdicas, de estimulación audiovisual, entre otras. Pero el proyecto no sólo es una metodología innovadora, pretende proponer diversos modelos para el trabajo fisio-psico.sociológico, que abarcan desde el objetivo de la estimulación neuronal y psíquica hasta la generación de construcción de aprendizajes colectivos basados en la comunicación y recreación virtual.

Producto de este modelo se diseñaron y aplicaron varios constructos, entre ellos: en un “Modelo de Interacciones”, “Modelo de Formación de Aquetipos”, Modelos de Análisis para determinar las paletas de color en el Diseño de Arte de una película”, los “Modelos de Guión para el Diseño de Arte y de Sonido para fines psicológicos” y la sistematización de más de ciento noventa páginas del “Modelo de Fases de Comunicación, Psicología y Aprendizaje para la resolución creativa integral de las dificultades emocionales y de conducta” todos de Picado (2014), que se resumen en el siguiente ensayo y su formato en el apartado denominado como “Portafolio”

Pero lo más importante de RENOVA es su carácter social, sin fines de lucro y por el cual más decenas de personas han aceptado dinamizarlo, donando su tiempo, esfuerzo y creatividad por amor a su prójimo, sin esos rostros humanos y los que nos esperan para querer cambiar sus vidas es que han valido y valdrán cualquier esfuerzo. Es el son de vivir, es el son de creer, es el son de amar.

## Cooperativas cafetaleras costarricenses: Características de la comunicación con sus asociados y asociadas.

**Autor:** Lisbeth Araya Jiménez

**Maestría:** Académica en Comunicación y Desarrollo

**Año de Ingreso:** 2009

**Ciclo de presentación:** I – 2016

**Sigla:** T071

**Director de Tesis:** Dr. Carlos Sandoval García

### **Objetivo General:**

Analizar las características de la comunicación en las cooperativas cafetaleras costarricenses con sus asociados y asociadas en su dimensión participativa e identitaria.

### **Resumen:**

Esta investigación se caracteriza la comunicación en las cooperativas cafetaleras costarricenses desde el subcampo de la comunicación organizacional e incorporando elementos de la psicología social, con apoyo particular en las teorías interpretativas y críticas, poniendo énfasis en la participación y la identidad de las y los asociados con su cooperativa, del compromiso de esta con aquellos y de la identidad de la cooperativa respecto del modelo organizacional del que hace parte.

Metodológicamente la investigación tiene alcance descriptivo, diseño transversal y enfoque cuantitativo, se trabajó con una muestra estadísticamente representativa de 306 personas y se aplicó una encuesta mayoritariamente en campo y en menor medida por teléfono.

Los resultados evidencian que este es un momento crítico especialmente en términos de la

participación en las cooperativas cafeteras y muestran claves para la reflexión y la acción sobre temas medulares como la confianza, el involucramiento activo en la toma de decisiones, los intereses (manejos de poder) y la vigilancia del accionar organizacional, así como las divergencias entre filosofía y práctica. Los datos reflejan (en su magnitud) una mayor identidad del asociado con la cooperativa, que de esta con su base asociativa, en medio se ubican las puntuaciones que caracterizan la identidad de la cooperativa cafetera en relación con el modelo al que adscribe.

## Consecuencias sociales para las mujeres privadas de libertad del Centro Institucional El Buen Pastor tras el mensaje que emite la prensa escrita costarricense sobre sus casos judiciales.

**Autor:** Karol Ramírez Chinchilla

**Maestría:** Académica en Comunicación y Desarrollo

**Año de Ingreso:** 2011

**Ciclo de presentación:** II – 2016

**Sigla:** T072

**Director de Tesis:** Dr. José Francisco Herrera Vargas

### **Objetivo General:**

Conocer la forma en que las informaciones acerca del tema carcelario, publicadas por la prensa costarricense, intervienen en el entorno de las mujeres privadas de libertad del Centro Atención Institucional El Buen Pastor.

### **Resumen:**

Esta investigación se propone como objetivo principal conocer la forma en la que se ven afectadas las mujeres privadas de libertad del Centro de Atención Institucional El Buen Pastor, a raíz de las informaciones que publicó la prensa escrita costarricense sobre sus propios casos judiciales.

Para desarrollar este objetivo se empleará una metodología de enfoque cualitativo, de tipo exploratorio y descriptivo para privilegiar la recolección de información en aras de generar el intercambio de opiniones entre la población reclusa, a partir de las experiencias que ellas mismas tuvieron frente a los medios de comunicación escrita.

De esta forma fueron empleados procesos de trabajo focal y entrevistas personales a partir de la búsqueda de informaciones periodísticas de sucesos, específicamente, de mujeres privadas de libertad en su proceso de detención, enjuiciamiento y reclusión.

Las conclusiones apuntan a la necesidad de instaurar en el país la figura del Ombudsman del Lector, en aras de garantizar un periodismo social, que sea más humano y menos funcionalista a los intereses del mercado.

Destaca la necesidad de ejecutar además procesos de capacitación y sensibilización para el abordaje periodístico de los temas relacionados con las mujeres privadas de libertad con el fin de coadyuvar a una verdadera reinserción en la sociedad, evitando a su vez la creación de estereotipos, estigmas y etiquetas sociales que afecten su imagen y su desarrollo.

## La concesión de los muelles de Moín y Limón, un análisis del discurso del Periódico La Nación.

**Autor:** Flor María Artiaga Artiaga

**Maestría:** Académica en Comunicación y Desarrollo

**Año de Ingreso:** 2009

**Ciclo de presentación:** II – 2016

**Sigla:** T073

**Director de Tesis:** Dr. Carlos Sandoval García

### **Objetivo General:**

Caracterizar los discursos del periódico La Nación en torno al conflicto por la concesión de los muelles en Moín y Limón entre los años 2006 y 2015, desde una perspectiva diacrónica.

### **Resumen:**

La investigación tiene como objetivo estudiar los marcos que se construyen alrededor del conflicto por la concesión de los muelles de Moín y Limón, en las noticias del periódico La Nación, entre los años 2006 y 2015, incorporando la ideología como parte fundamental del análisis.

Se concluye que las noticias del periódico La Nación delimitan el conflicto a un enfrentamiento entre las cúpulas gubernamentales y SINTRAJAP, en la provincia de Limón e invisibilizan a sectores que se ven directamente afectados por la concesión, como lo son las personas de las comunidades y personas trabajadoras. El Conflicto se delimita no sólo en la incorporación o no de los actores, sino en lo geográfico, aislando el tema a la provincia de Limón.

Las acciones colectivas de protesta llevadas a cabo como parte del conflicto, fueron censuradas y estigmatizadas sin que se abrieran espacios de debate o análisis de las diferentes perspectivas en los textos estudiados. La postura de La Nación ante la iniciativa de concesión de los muelles, está orientada a generar una opinión favorable alrededor de esta.

Los resultados de este estudio, más que dar por concluido el análisis, abre las puertas para nuevas propuestas de investigación, pues quedan muchas interrogantes alrededor de los años que no se incorporan como parte de este estudio, la historia detrás de la producción de las noticias y sus periodistas, así como de la percepción de estos otros actores involucrados pero que quedaron excluidos en el marco de La Nación.

## “Alimentación... Del dicho al hecho... ¿Cuál es el Trecho?": Exploración de las prácticas alimentarias y los discursos relacionados con alimentación en funcionarios de la Municipalidad de Curridabat.

**Autor:** Kattia Solano Leandro

**Maestría:** Académica en Comunicación y Desarrollo

**Año de Ingreso:** 2008

**Ciclo de presentación:** II – 2015

**Sigla:** T074

**Directora de Tesis:** M.Sc. Yanet Martínez Toledo

### **Objetivo General:**

Describir las brechas entre las prácticas alimentarias concretas y los discursos relacionados con alimentación de funcionarios de la Municipalidad de Curridabat.

**Resumen:**

**Introducción:** La alimentación ha sido objeto de interés desde los más variados campos del conocimiento: salud, antropología, sociología y económica entre muchos otros. Sin embargo, en la mayoría de los casos este interés se ha traducido en la cuantificación y caracterización de consumo alimentario; dejando de lado los significados que las distintas formas de comer tiene para las personas y el papel activo que estas tienen en su construcción. **Objetivo:** Abordar la dimensión comunicativa y simbólica de la comida; explorando para ello los factores que pudieran influir en la distancia entre las prácticas alimentarias concretas frente a los discursos emitidos por las personas en torno a su alimentación. **Metodología:** Cualitativa con un marco de carácter emergente exploratorio. Se realizó con personal de la Municipalidad de Curridabat que utilizaba de forma regular y grupal el comedor institucional. **Resultados:** Se encontró en los discursos relacionados con alimentación de las personas una gran variedad de argumentos, siendo los dietéticos normativos y los relacionados con gustos y preferencias los más mencionados. Fue posible además, identificar algunas aparentes contradicciones al contraponer las prácticas concretas frente a los discursos, pues por ejemplo mientras las personas aludían de forma regular a la importancia de tener una alimentación saludable, esto no se reflejaba en sus prácticas, que se mostraban más bien poco variadas con un alto consumo de carbohidratos y azúcares; y un casi inexistente consumo de fibra. Se detectaron además argumentos en apariencia contradictorios entre los distintos discursos de las personas; siendo por ejemplo que, se distingue la comida tanto como un espacio privilegiado para el intercambio social, como de gran tensión y exposición, al punto que su disfrute total puede darse solo en la soledad. Dentro de las variables que intervienen en esta distancia están el contexto, la ocasión, la presión social y elementos identitarios. **Conclusiones:** Tanto las prácticas como el discurso de las personas participantes evidencian el diverso y complejo papel que la alimentación ocupa en la vida de las personas; pudiendo significar a la vez objeto de placer- deseo, medio para demostrar sentimientos, afectos o aversiones, como diferenciador en el sentido identitario. Por tanto, hablar de una distancia entre las prácticas y los discursos se vuelve en parte un absurdo ante tal entramado. Corresponde más bien el estudio de las construcciones de sentido generadas a partir de las dos dimensiones señaladas, y las interconexiones entre estas. Asumiendo el consumo alimentario como mediador de la sociabilidad, y en este tanto facilitador de los procesos identitarios al participar de la auto identificación frente a la otredad, posible solo en y por la participación en acciones de comunicación.

## Participación política de los jóvenes en la cotidianidad de aula en el Liceo de Alajuelita.

**Autor:** Katherine Hernández Murillo

**Maestría:** Académica en Comunicación y Desarrollo

**Año de Ingreso:** 2012

**Ciclo de presentación:** I – 2016

**Sigla:** T075

**Director de Tesis:** M.Sc. Gustavo Araya Martínez

**Objetivo General:**

Analizar la participación política en la cotidianidad de las y los jóvenes de doce a diecisiete años de edad, pertenecientes a todos los niveles en el Liceo de Alajuelita, durante el primer trimestre del año 2015.

**Resumen:**

El presente trabajo es un análisis exploratorio, cualitativo que busca conocer el imaginario en las y los jóvenes del Liceo de Alajuelita respecto de sus prácticas políticas. Utilizó como elemento fundamental el conocer las representaciones sociales presentes en las y los estudiantes participantes en grupos focales y entrevistas, a través de la verbalización, su discurso.

El eje de la investigación es el fenómeno comunicativo, perspectiva que permite el análisis de la política y ello en el contexto de la educación costarricense. A partir de estas tres áreas se busca conocerlas posturas esenciales, presentes en las representaciones sociales, que sustentan la forma de leer las características contextuales de los actores participantes.

Se determinó a partir de la postura de los jóvenes la concepción de la política, las formas de participación y los elementos influyentes en esa construcción. Al ser un ejercicio centrado en profundizar, en conocer, las bases de la dinámica conceptual presente en la mente de la población de estudio, a partir de la cual construyen su visión de la realidad, la información que se toma como válida es la construida por la voz estudiantil misma.

Los hallazgos permiten entender el papel que juega la familia, el sistema educativo, los medios de comunicación, lo religioso, el género y los pares en la elaboración de posturas y las prácticas políticas de los jóvenes participantes, según su propio testimonio.

## “Genero, Clase y Afectividad: Vínculos y Comunicación En Una Comunidad Trans”

**Autor:** Mar Fournier Pereira

**Maestría:** Académica

**Año de Ingreso:** 2013

**Ciclo de Presentación:** II-2017

**Sigla:** T076

**Director de Tesis:** Dr. Carlos Sandoval García

**Objetivo General:** Analiza las formas en que el género, la clase y la afectividad configuran la construcción de vínculos y los procesos comunicacionales de una comunidad de mujeres trans

**Resumen:** Esta propuesta surge en el marco de proceso amplio de Investigación Acción Participativa que desarrollo junto a una comunidad de mujeres trans desde mediados de 2014. Se trata de un acercamiento a la comunicación en el sentido vincular. A través de la escucha sostenida de las urgencias, necesidades, preguntas y prioridades de esta comunidad, surge esta propuesta en la que se analiza como el género, la clase y la efectividad atraviesan la construcción de vínculos y los procesos comunicaciones en las tres dimensiones psicosociales de una comunidad de mujeres trans.

Para explorar esta gran interrogante establezco un dialogo intenso con los feminismos (Hill Collins, 2000; Davis, 2005; Fraser, 2015; Sagot, 2013; Rubín, 1968), en especial con el concepto de interseccionalidad. Tomo como base el modelo que Magallón, Regueyra y Ruiz (1992) desarrollan alrededor de la teoría de los grupos de Ignacio Martín-Baró, en la que proponen que la comunicación es el eje que articula las dimensiones psicosociales de una organización; pero me acercare a la comunicación en este sentido mas relacional.

A partir de un enfoque etnográfico, me adscribo a la metáfora del involucramiento desarrollada por Martínez (2011) en lugar de la intervención, y a la ecología de saberes de Sousa (2009), que propone el intercambio y generación de conocimientos a partir del

diálogo interactivo entre el conocimiento científico y los saberes populares y sociales. Los resultados se agrupan en 6 grandes capítulos, que exploran la historia de una comunidad (capítulo 3); los procesos colectivos e individuales a través de los procesos colectivos e individuales a través de los cuales las participantes construyen su identidad como mujeres trans (capítulo 4); la forma en que el trabajo sexual configura su condición de clase, las opresiones que enfrentan y sus condiciones de posibilidad, así como los vínculos que se tejen entre ellas (capítulo 5); las diferentes manifestaciones de la violencia que sufren en la intersección entre género y clase (capítulo 6) y la forma en que, en este contexto, emerge una comunidad de mujeres trans (capítulo 7). Un capítulo final explora mis propias reflexiones como investigadorx, y el lugar que jugaron los afectos en esta investigación. Finalmente, el trabajo en sí mismo pretende ser una reflexión ética sobre la forma en que producimos y validamos conocimiento, la forma en que nos acercamos a las poblaciones desde la academia, y las maneras en que podríamos hacer que estos encuentros produzcan epistemologías más respetuosas, dialógicas, cercanas y menos violentas.

## Tendencias en la programación de la televisión: Costa Rica (1995-2014)

**Autor:** Federico Castro Mora

**Maestría:** Académica en Comunicación y Desarrollo

**Año de Ingreso:** 2013

**Ciclo de Presentación:** II-2018

**Sigla:** T077

**Director de Tesis:** Dr. Carlos Sandoval García

**Objetivo General:** Determinar continuidades y rupturas en la oferta televisiva de los canales de televisión costarricense *RepreTel canal 6* y *Teletica canal 7* entre 1995 y 2014

**Resumen:** La investigación estudió la oferta televisiva de Costa Rica entre los años 1995 y 2014. El estudio se centró en los dos canales de mayor rating del país, *RepreTel canal 6* y *Teletica canal 7*. En el periodo estudiado, Costa Rica experimentó una serie de cambios sociales, económicos, políticos y culturales. Sin embargo, la oferta de su principal medio, la televisión, parece no haber cambiado en la misma magnitud que su contexto.

La investigación cuestionó si han existido cambios en la programación televisiva y analizó las razones del por qué si o por qué no han existido dichos cambios. El marco teórico utilizado tuvo como base teorías de la economía política de la comunicación y la perspectiva de la industria cultural. El marco metodológico utilizado consistió en un análisis cuantitativo, un análisis cualitativo y un análisis crítico-reflexivo. La investigación utilizó datos recolectados del suplemento *La Teleguía* para la creación de una base de datos y un estudio estadístico. También utilizó entrevistas a profundidad en colaboradores de ambos canales y en expertos de la televisión. En el análisis final se recolectó la información cuantitativa y la información cualitativa y se desarrolló una serie de apartados de análisis que pretendieron exponer y explicar la situación de la oferta televisiva del país.

## REDAmiga: Aprendiendo con y del cáncer. Herramientas multimediales para el apoyo asertivo de personas cuidadoras informales de pacientes oncológicos

**Autor:** Rosa Chinchilla Marín

**Maestría:** Profesional en Comunicación: Diseño de Lenguaje Audiovisual y Multimedia

**Año de Ingreso:** 2016

**Ciclo de Presentación:** II-2018

**Sigla:** T078

**Profesor guía:** Mag. José Luis Arce Sanabria

**Resumen:** El trabajo propone el desarrollo de un portal web que responda a los requerimientos de información y comunicación de personas cuidadoras informales de pacientes con cáncer, una población históricamente invisibilizada y con pocos recursos de apoyo a disposición, a pesar de la relevancia y peso de su labor.

REDAmiga se propone como una herramienta multimedial para la construcción de comunidades virtuales, las cuales no dependen ya de la proximidad para poder brindar recursos educativos, de apoyo y acompañamiento a poblaciones como la de personas cuidadora. Este grupo en particular suele sufrir de aislamiento, grandes cargas de estrés, cansancio físico y emocional por la naturaleza de su trabajo, condiciones que van deteriorando su calidad de vida.

La posibilidad que ofrece este portal web para que personas con necesidades e inquietudes similares se comuniquen entre sí a pesar de la distancia; convierte a REDAmiga en una potencial herramienta para la creación de conocimiento que, a mediano y largo plazo, aporta elementos para el empoderamiento personal, social y político de los miembros de dicha comunidad, lo que repercute en la calidad del cuidado y en el bienestar tanto del paciente como de la persona cuidadora.

## La concentración en los medios de Comunicación de Costa Rica: El caso de la radio y la televisión abierta

**Autor:** Óscar Jiménez Alvarado

**Maestría:** Académica en Comunicación y Desarrollo

**Año de Ingreso:** 2011

**Ciclo de Presentación:** II-2017

**Sigla:** T079

**Director de tesis:** PhD. Koen Voorend

**Resumen:** Con el fin de fortalecer reformas de comunicación que abogan por el pluralismo es que se presenta esta investigación sobre la concentración en el sistema de medios de comunicación. Metodológicamente, esta tesis utiliza técnicas cuantitativas para estudiar la concentración en los medios de comunicación. Específicamente, se aplica el índice de Herfindahl-Hirschman (IHH), comúnmente utilizados para medir la concentración en diversos mercados. También se aplican diversas matrices de análisis para identificar prácticas de concentración vertical, horizontal y conglomeral de los diversos actores del escenario mediático costarricense. En todos los casos, se utiliza como unidad de análisis principal los expedientes de los concesionarios de licencias en radio y televisión abierta facilitados por la Superintendencia de Telecomunicaciones. A continuación se presenta la descripción del

contenido de la tesis por capítulo:

En el segundo capítulo se presenta la justificación detallada sobre la relevancia de este tema, el tercer capítulo pone en contexto la situación de los medios de comunicación en Costa Rica, el capítulo cuatro tiene una base fundamentalmente empírica, en el capítulo cinco se mide la concentración de la propiedad en los medios de comunicación radiofónicos y televisivos, en el capítulo seis se brinda un aporte sustancial al debate sobre concentración en medios de comunicación al estudiar la problemática en una perspectiva histórica y finalmente el capítulo siete se concentra en describir las prácticas de relacionamiento entre concesionarios y políticos de Costa Rica con el fin de evidenciar los nexos entre la clase político-partidaria y los empresarios mediáticos de este país.

## **Diseño de un documental interactivo con elementos de gamificación para fomentar el involucramiento en el envejecimiento saludable: Vivir es para toda la vida**

**Autor:** Mónica María Quesada Cordero

**Maestría:** Profesional en Comunicación: Diseño de Lenguaje Audiovisual y Multimedia

**Año de Ingreso:** 2016

**Ciclo de Presentación:** II-2018

**Sigla:** T080

**Profesor guía:** PhD. José Andrés Fonseca Hidalgo

**Resumen:** La reflexión aplica al diseño de “Vivir es para toda la vida”, un documental interactivo con elementos de gamificación que tiene como objetivo generar conciencia y promover e involucramiento de la población adulta joven hacia lograr un envejecimiento saludable o con calidad, es decir, tener una vida larga con un período de cadencia terminal corto.

El envejecimiento de la población es una realidad que preocupa a la sociedad costarricense y mundial a nivel económico y social. Por lo tanto, es imperante que los y las costarricenses cambien su percepción de la tercera edad de un impedimento a una oportunidad y dirijan sus esfuerzos en crear un ambiente que promueva el envejecimiento saludable y consecuentemente productivo el cual se puede lograr principalmente si se producen cambios cuando aún no se ha llegado a la tercera edad.

En “Vivir es para toda la vida” la persona usuaria tendrá la oportunidad de aprender sobre diferentes factores que se han estudiado y podrán explorar libremente todas las categorías presentadas.

## Diseño de videojuegos como herramientas de educación informal infantil: El caso de “Robotopia”

**Autor:** Carlos Alberto Díaz Elizondo

**Maestría:** Profesional en Comunicación: Diseño de Lenguaje Audiovisual y Multimedia

**Año de Ingreso:** 2016

**Ciclo de Presentación:** II-2018

**Sigla:** T081

**Profesor guía:** Mag. Víctor Gutiérrez Araya

**Resumen:** Representa un esfuerzo para abrir el camino a la introducción y aplicación de las nuevas tecnologías en la educación pública costarricense, específicamente a través del uso de videojuegos educativos. Robotopia pretende convertirse en un medio de educación informal de apoyo al sistema educativo formal, que permita a niños y niñas de cuarto a sexto grado de escuela primaria lograr un aprendizaje significativo a través de un acercamiento más atractivo, emocionante y lúdico; acercamiento que puede lograrse por medio de la experiencia inmersiva que ofrecen los videojuegos.

Para lograr este objetivo, se plantea tomar como base el contenido del programa de Estudios Sociales en la construcción del mundo y la narrativa del juego, y abordar temas de Ciencias y Matemáticas a través de la resolución de problemas prácticos y puzzles. El videojuego también busca ejercitar la comprensión lectora, pues para resolver los diferentes retos y lograr el avance en el juego, se debe poder abstraer la información y ponerla en práctica.

Como fin último, se pretende que este videojuego funja como referente para futuros desarrollos que aborden otros temas y enfoques, los cuales finalmente contribuyan a desarrollar las competencias que las nuevas generaciones requieren en un mundo cada vez más competitivo.

## Diseño de videojuegos como instrumentos de observación: Formación de estereotipos de género en niñas y niños

**Autor:** Diego Mora Espinoza

**Maestría:** Profesional en Comunicación: Diseño de Lenguaje Audiovisual y Multimedia

**Año de Ingreso:** 2016

**Ciclo de Presentación:** II-2018

**Sigla:** T082

**Profesor guía:** Mag. José Luis Arce Sanabria

**Resumen:** Este trabajo explora el potencial de un videojuego junto con tecnologías como los dispositivos móviles, para realizar una observación del comportamiento de niñas y niños frente a una serie de estereotipos de género que, aprovechando las capacidades de registro de datos de estos instrumentos, genere información que ayude a realizar un diagnóstico sobre el tema en esta población.

El documento se divide en dos partes, la primera es un ensayo profesional que trata brevemente los temas de estereotipos de género y juegos serios y, finalmente, se centra en explorar el arte del videojuego como lenguaje para comunicarse sobre esta materia con niñas y niños en edad preescolar. La segunda recopila en un portafolio todo el material que se generó para el diseño de una versión inicial del videojuego llamado: *El Libro Mágico de Aceituna y Olivo*, una propuesta para crear un prototipo completamente funcional que pueda probarse y validarse en grupos de enfoque con niñas y niños.

## LEITMOTIV. Objetos de aprendizaje multimedia dirigidos a estudiantes de diseño gráfico en la Universidad de Costa Rica para el 2019

**Autores:** Allan Fonseca Calvo y Andrés Cruz Siles

**Maestría:** Profesional en Comunicación: Diseño de Lenguaje Audiovisual y Multimedia

**Año de Ingreso:** 2016

**Ciclo de Presentación:** II-2018

**Sigla:** T083

**Profesor guía:** Mag. Víctor Gutiérrez Araya

**Resumen:** Al abordar las propuestas teóricas de tres campos: el diseño de experiencias de usuario, el aprendizaje significativo y los objetos de aprendizaje, aparecen paralelismos y consideraciones para diseñar recursos educativos multimedia.

La revisión teórica se lleva a la práctica con un caso específico en el cual se implementa el diseño de objetos de aprendizaje para estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad e Costa Rica. Concretamente, la etapa de preproducción de una página web que centra su atención en el estudiante (usuario), el contenido multimedia (audiovisual, infografía y textual) y su contexto digital.

Las cualidades hipertextuales, interactivas y multimedia de este recurso se plantean en cada una de las unidades comunicativas del contenido cuyas características de flexibilidad, reusabilidad y autocontención conceptual las hace óptimas para divulgar nuevo material de aprendizaje asociado a la estructura de conocimiento propio del estudiante.

## La miniserie web, un medio idóneo para fomentar el respeto por la diversidad sexual entre adolescentes de la GAM

**Autor:** Álvaro Enrique Guzmán Fernández

**Maestría:** Profesional en Comunicación: Diseño de Lenguaje Audiovisual y Multimedia

**Año de Ingreso:** 2016

**Ciclo de Presentación:** II-2018

**Sigla:** T084

**Profesor guía:** PhD. José Andrés Fonseca Hidalgo

**Resumen:** Comprende el proceso de diseño de la mini serie web Diver-sos, un drama acerca de la diversidad sexual, compuesto por seis capítulos de cinco minutos aproximadamente.

El producto ha sido pensado para colegiales adolescentes de la Gran Área Metropolitana de Costa Rica, ya que en esta población y este contexto se han detectado carencias en cuanto a información y respeto hacia la diversidad sexual, las cuales se manifiestan en habituales casos de acoso escolar homofóbico.

La primera parte del trabajo es un ensayo que expone el problema detectado y al público de interés dentro de su contexto social. Posteriormente, se describe el entorno mediático-tecnológico. También se examina el formato de la serie web en cuanto a su evolución, sus cualidades, potencial comunicativo y las experiencias en Costa Rica. Tras esto se presenta y fundamenta la propuesta personal con la que se espera incidir en la población meta y la problemática revelada. Se concluye esta sección con algunos puntos que fortalecerían a la serie web en el país.

La segunda parte del portafolio en el que se desglosan todos los aspectos contemplados propiamente en el proceso de diseño de Diver-sos. Se incluye la ficha técnica, sinopsis, carta de intención, escaleta, propuesta gráfica, cronograma y los planes de financiamiento,

distribución y mercadeo. El portafolio se culmina con una propuesta transmedia, que expone diferentes maneras que tendrá el usuario para ingresar al mundo de Diver-sos.

## **Estrategias de comunicación transmedia para la divulgación del patrimonio cultural alrededor del café en Costa Rica**

**Autora:** Paola Fallas Velásquez

**Maestría:** Profesional en Comunicación: Diseño de Lenguaje Audiovisual y Multimedia

**Año de Ingreso:** 2016

**Ciclo de Presentación:** II-2018

**Sigla:** T085

**Profesor guía:** PhD. José Andrés Fonseca Hidalgo

**Resumen:** Gracias a los avances acelerados en la tecnología, las personas profesionales de las áreas de comunicación, nos hemos visto obligadas a ampliar nuestras perspectivas para el uso de nuevas herramientas y métodos para la creación de mensajes en sus diferentes campos. Actualmente las estrategias de comunicación transmedia se han utilizado en diferentes países del mundo para la divulgación del patrimonio cultural, con resultados positivos, principalmente por la capacidad de crear experiencias integrales para personas usuarias más exigentes, más críticas y deseosas de crear y compartir contenidos.

El presente trabajo final de investigación aplicada quiere explorar y definir aquellos elementos que son fundamentales para abordar adecuadamente el diseño de estrategias de comunicación transmedia, con un enfoque en la divulgación de patrimonio cultural, en este caso, alrededor del café de Costa Rica, un tema que estuvo, está y probablemente estará dentro del imaginario social de cada persona que habita nuestro territorio, ya que abarca aspectos sociales, económicos, políticos, culturales e históricos.

Por medio del ensayo profesional se exploran las pautas que una estrategia de este tipo debería tomar en cuenta para la divulgación del patrimonio cultural, desde tres ejes, el diseño de experiencias, la creación de mundos narrativos y la participación. A partir de dicha reflexión se plantea la conceptualización de una estrategia transmedia alrededor del Festival Viva el Café, una actividad organizada por la Asociación de Cafés Finos de Costa Rica y el Instituto del Café de Costa Rica (ICAFE)

## **Diseño de producción de un documental interactivo para el rescate del patrimonio cultural (El Arte precolombino costarricense): PICTOGRAMA**

**Autora:** Vivian González Zúñiga

**Maestría:** Profesional en Comunicación: Diseño de Lenguaje Audiovisual y Multimedia

**Año de Ingreso:** 2016

**Ciclo de Presentación:** II-2018

**Sigla:** T086

**Profesora guía:** M.Sc. Ana María Núñez Cortés

**Resumen:** El trabajo aborda la problemática social costarricense, de la invisibilización de nuestros pueblos originarios y la amenaza que enfrentamos de olvidar nuestra herencia cultural.

El desconocimiento sobre nuestro pasado, producto de la poca información existente, así

como del difícil acceso a esta, provoca la pérdida de nuestra identidad histórica sin tan siquiera percatarnos. Esta situación es crítica y va en incremento. Si no procuramos mantenerla viva y apreciarla, probablemente llegue a desaparecer de nuestro entorno. Estas inquietudes son las que se abarcan en este TFIA, el cual está compuesto por dos partes. La primera es un ensayo sobre el documental interactivo y animado y las oportunidades que este ofrece para el rescate del patrimonio cultural. La segunda parte es un portafolio del diseño de producción del documental interactivo pictograma, el cual está orientado al rescate del patrimonio cultural, específicamente del arte precolombino costarricense.

## **Diseño de sitios web para la divulgación de la agroecología desde un enfoque participativo y centrado en el usuario: El caso de la feria agroecológica Mercadito Azul**

**Autora:** Laura Mora Rodríguez

**Maestría:** Profesional en Comunicación: Diseño de Lenguaje Audiovisual y Multimedia

**Año de Ingreso:** 2016

**Ciclo de Presentación:** II-2018

**Sigla:** T087

**Profesora guía:** M.Sc. Luisa Ochoa Chaves

**Resumen:** Este trabajo propone la conceptualización de un sitio Web como estrategia de comunicación que tiene la feria agroecológica Mercadito Azul, la cual alberga 35 empresas familiares y productoras independientes que emergen como alternativa laboral y de fomento al desarrollo local en la provincia de Cartago.

A través de medios digitales, este sitio Web ofrece información sobre la temática de la agroecología como modelo económico, social y cultural que busca expandirse y atraer un mayor público interesado en mejorar sus prácticas de consumo y alimentación.

La propuesta se desarrolla aplicando el método del Diseño Centrado en el usuario, cuyas fases de implementación se trabajaron de forma colectiva con las personas directamente involucradas en el Mercadito Azul. Lo cual potencializa la efectividad que este sitio web pueda tener, además de ser base de experiencia y conocimiento para más proyectos agroecológicos que se preocupen por darse a conocer desde la comunicación y expandir sus prácticas propositivas en los territorios y en la sociedad costarricense.

## **Gloria Y. Una comedia dramática serial costarricense**

**Autor:** Carlos Roberto Jaén Chacón

**Maestría:** Profesional en Comunicación: Diseño de Lenguaje Audiovisual y Multimedia

**Año de Ingreso:** 2016

**Ciclo de Presentación:** II-2018

**Sigla:** T088

**Profesora guía:** Dra. María Lourdes Cortés Pacheco

**Resumen:** *Gloria Y.* es un serial costarricense en 13 episodios que sigue la vida de Gloria Yglesias, una joven de 30 años que se encuentra en ese momento de tránsito hacia la adultez cuestionando sus decisiones y con una perspectiva de futuro a la que, según ella, le

falta lucidez.

A través de 13 episodios, la serie sigue el camino de Gloria en sus relaciones personales, familiares, y profesionales, y los conflictos que derivan de dichas relaciones pero además de una clase social, la clase media, y un contexto socio histórico particular, la Costa Rica contemporánea.

Gloria Y. se propone ir , además, un paso más allá y plantea personajes, situaciones y líneas narrativas que hablen abiertamente de una serie de temas que la sociedad costarricense discute poco o se niega a discutir e, incluso, el audiovisual en general, no sólo la televisión, ha sido tímido para abordar en Costa Rica.

La serie es una apuesta narrativa novedosa que nace de un estudio profundo y un enfoque consciente de cuáles son las ventajas que el formato serial brinda a los productos audiovisuales, y en particular cuáles son las ventajas que el formato serial brinda a los productos audiovisuales, y en particular cuáles son manera de narrar atractivas y novedosas partiendo de conceptos de serialidad como aquellos de las narrativas complejas. Esto es, una serie que bebe al mismo tiempo de una “era dorada” en la televisión mundial pero, además, se beneficia del momento de ebullición de la producción nacional donde como nunca antes el sector trabaja de manera prolífica pero, también, con una calidad técnica inédita en el país.

## La Teja, discursos y modos de recepción

**Autor:** Lorenzo Ramírez Cardoza

**Maestría:** Académica en Comunicación y Desarrollo.

**Año de Ingreso:** 2013

**Ciclo de Presentación:** I-2019

**Sigla:** T089

**Director de tesis:** Dr. Carlos Sandoval García

**Resumen:** La tesis explora las condiciones de producción, discursos y procesos de recepción en torno al periódico la Teja, el cual pertenece a Grupo Nación. Para analizar las condiciones de producción, se realizó un estudio preliminar de la industria de medios de comunicación impresos de Costa Rica, así como una exploración preliminar acerca de los estados financieros de Grupo Nación. Este análisis muestra que la audiencia de la industria de medios impresos y el ingreso que reciben por venta de espacio publicitario tienden a deteriorarse. Asimismo, los rendimientos financieros de Grupo Nación son negativos: reducción de ingresos, de utilidades netas, aumento de deudas, entre otros.

El análisis del discurso muestra que, en coyunturas políticas, La Teja tematiza muy poco la política. De manera fundamental, la política es una ausencia en sus discursos. También el análisis sugiere tres maneras en las cuales dicho medio produce la política como ausencia: evita clasificar la realidad como política, carece de relaciones entre pasado, presente y futuro, así como de relaciones entre diversos hechos, es decir, sus relatos carecen de historia; finalmente, mezcla temas políticos como banales, morbosos y de entretenimiento. Desde un punto de vista ideológico, se sugiere que el periódico La Teja es un ejemplo de cómo se produce una ideología de manera hegemónica sin nombrarse, siendo ausencia.

El estudio de recepción sugiere que las personas con experiencia de organización política y hábito de lectura de medios de comunicación colectiva tienen una posición crítica con respecto a las noticias proporcionadas por La Teja. En cambio, quienes carecen de esta experiencia y hábito suelen ser menos críticos con la lectura de noticias. Asimismo, el

análisis muestra que todos los participantes en la investigación, independientemente de su experiencia o hábito, tienen dificultades para detectar las tres formas de producir ausencias de la política producidas por La Teja; de las tres formas de ausencia, los participantes de los grupos focales solo detectaron una de ellas, la cual es la mezcla de política con entretenimiento, banalización y morbo. Así, la producción de ideología hegemónica a través de la ausencia opera, fundamentalmente, pero no de manera exclusiva, en quienes carecen de experiencia de organización política y hábito de lectura de medios.

## Lo religioso y lo profano en campañas electorales 1936 y 2014

**Autora:** Massiel Calderón Rojas

**Maestría:** Académica en Comunicación y Desarrollo.

**Año de Ingreso:** 2014

**Ciclo de Presentación:** I-2019

**Sigla:** T090

**Director de tesis:** M.Sc. Jorge Zeledón Pérez

**Resumen:** La tesis explora la construcción del discurso sociopolítico de las autoridades eclesásticas de la Iglesia Católica costarricense sobre la propuesta política de izquierda en las campañas electorales presidenciales de los años 1936 y 2014. El estudio, se hace a partir del registro generado por el periódico Eco Católico (semanario), ya que es el único medio de comunicación escrito en ambos períodos. Cabe destacar el papel de la Iglesia Católica en lo que a construcción de opinión pública se refiere, esto por cuanto su participación fue más significativa durante los períodos electorales escogidos.

A nivel teórico, el proyecto parte de los fundamentos de la Sociología de la Religión para comprender el proceso de construcción de un discurso religioso. Desde dicho paradigma, se estudió también la vinculación existente entre Comunicación e intervención de mundo, significado y legitimidad de los discursos católicos. Se utilizó metodología cualitativa, basada en el análisis sincrónico-diacrónico, el método histórico, el análisis crítico del discurso y “el modelo de las tres T” (tópicos, tensiones y tendencias).

La elaboración de la tesis permitió llegar a los siguientes resultados claves: existe un paralelismo entre los tópicos y tensiones de la campaña de 1936 y la del 2014, en donde prevalecen las semejanzas. Si bien es cierto, los núcleos temáticos: política, religión y familia estuvieron presentes en ambos períodos, el cambio radical fue su resignificación en 2014, bajo otros parámetros y en el contexto sociocultural de defensa de los derechos humanos y del cuestionamiento al modelo tradicional de Estado.

## De “mejorarse” a “dar a luz”: El discurso del movimiento costarricense por el parto humanizado o respetado

**Autora:** Laura Chinchilla Alvarado

**Maestría:** Académica en Comunicación y Desarrollo.

**Año de Ingreso:** 2016

**Ciclo de Presentación:** I-2019

**Sigla:** T091

**Directora de tesis:** Dra. Larissa Tristán Jiménez

**Resumen:** Esta investigación explora el discurso del movimiento social que promueve el parto humanizado o respetado en Costa Rica y las interacciones que este discurso establece con el discurso hegemónico del parto.

El análisis del discurso, desde una perspectiva crítica, feminista y foucaultiana, muestra que este movimiento sostiene su discurso tanto sobre la crítica al modelo hegemónico de parto medicalizado como sobre la propuesta de otro paradigma: el parto humanizado o respetado. Los resultados indican que esa propuesta se construye a través de una serie de estrategias discursivas que buscan *resemantizar* el parto, es decir, que plantean una manera, *otra*, de atenderlo y de entenderlo. Entre estas destaca la presencia de estrategias retóricas que *embellecen* el constructo discursivo parto y lo vinculan con elementos emocionales y espirituales, así como la presencia de “*contra-topoi*”, estrategias argumentativas empleadas para desplazar representaciones sociales sobre el parto, el sujeto mujer, el poder y saber obstétrico y el cuerpo, sustituyéndolas por otras.

Los hallazgos indican también que esas tensiones discursivas se materializan en las relaciones tirantes que se han establecido entre el movimiento y los actores sociales e institucionales vinculados con el sistema biomédico: personal de salud hospitalario, el Estado, el mercado y al prensa convencional.

## Diseño de una herramienta interactiva como extensión virtual para un espacio físico que aborda temas educativos de conservación ambiental: AKÁ

**Autor:** Roberto Feigenblatt Reyes

**Maestría:** Profesional en Diseño de Lenguaje Audiovisual y Multimedia

**Año de Ingreso:** 2016

**Ciclo de Presentación:** I-2019

**Sigla:** T092

**Director de TFIA:** Mag. José Luis Arce Sabria

**Resumen:** Este TFIA sustenta la etapa de desarrollo para el diseño de la experiencia de usuario de una aplicación interactiva que utiliza tecnologías móviles.

La identificación de una problemática de comunicación presente en los zoológicos se convierte en un agente de motivación para comprender cómo las personas que visitan estos espacios consumen contenidos informativos. La consideración de esta población como personas usuarias en el proceso de diseño, abre una posibilidad para explorar las características de la educación informal y así incorporar en su esquema una estrategia de gamificación bajo un discurso de educación ambiental.

El ensayo profesional de este proyecto conceptualiza por medio de una reflexión un producto multimedia interactivo denominado AKÁ, que ofrece a la persona usuaria una experiencia inmersiva por medio del recurso de realidad aumentada. Esta tecnología tiene la capacidad de combinar el mundo real con el virtual, en este caso, mientras se recorre un espacio físico destinado al manejo animal. De igual forma se ofrece a estas organizaciones una solución para modernizar la manera en que emiten los mensajes a sus visitantes, al diluir los contenidos educativos en medio de una experiencia lúdica.

El documento concluye con un portafolio que se conforma de varios documentos que incluyen recursos que complementan el desarrollo técnico y conceptual de AKÁ, además, se propone un plan de financiamiento para llevar a cabo el proyecto, una estrategia de mercadeo para difundir el producto y una propuesta transmedia para trasladar el producto interactivo a otras dimensiones.