



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



5 años

Investigando la comunicación

Abril
2017

5° ANIVERSARIO
CICOM
CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

Copyright: CICOM 2017
Universidad de Costa Rica
Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
San Pedro de Montes de Oca
cicom.eccc@ucr.ac.cr
(506) 2511-6414 / 2511-5712

Contenido

Presentación.....	V
Centro de Investigación en Comunicación	1
Programa: Comunicación Social en Costa Rica: retos y perspectivas	3
Cooperativas cafetaleras costarricenses: características de la comunicación con sus Asociados y Asociadas	4
Talleres de actualización metodológica	5
Mapeo de la industria de la comunicación en Costa Rica.....	6
Periodistas y salas de redacción en Costa Rica frente a los retos del Siglo XXI	7
Los campos de estudio de la comunicación organizacional y las relaciones públicas encuentros y desencuentros: Una revisión y análisis crítico de la literatura desde la academia anglófona y la academia latinoamericana.	8
Mujeres y Publicidad en la Costa Rica en los años sesenta.....	10
Ficción, no ficción y violencia en Centroamérica	12
Prensa centroamericana y Primera Guerra Mundial	13
Derechos comunicativos de la ciudadanía.	14
Historia de la comunicación social impresa 1930-1960	15
Programa: Comunicación, Tecnología y Sociedad	16
Libertad de expresión e Internet en Costa Rica.....	17
Sin miedo a mirarse en el Espejo	18
Más allá del libro Móvil : Aplicaciones de realidad aumentada y 3D para una investigación educación basada en problemas: de l caso de los boruca en Costa Rica.	19
Discursos publicitarios en Facebook y Twitter, usuarios y líderes de opinión	20
Actividad de investigación: Diseño de un Observatorio de la Comunicación. Antecedentes y líneas programáticas	21
Programa: Comunicación y otras áreas del conocimiento	22
Comunicación comunitaria para la prevención de dengue en La Roxana de Guápiles	23
Programas: Prácticas culturales de género y comunicación	24
Manifestaciones culturales afrodescendientes en la cotidianidad del pacífico norte costarricense.....	25
Discurso periodístico y estrategias narrativas en torno a la violencia contra las mujeres. Un uso comparativo.	26

Presentación

Con motivo del 5º Aniversario del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM), hemos recopilado una síntesis de cada uno de los proyectos que durante este año conmemorativo las investigadoras y los investigadores han trabajado.

A través de diversos programas de investigación, establecidos a partir del 2012, se han abordado una serie de temáticas que contemplan la comunicación desde diferentes dimensiones y contextos, considerando realidades de carácter nacional e internacional que inciden en el desarrollo de la sociedad.

Desde el CICOM, abrimos las puertas al saber y el conocimiento, agradeciendo la valiosa participación de cada una de las personas y entidades que día a día trabajan comprometidamente con esta instancia académica.

Dra. Patricia Vega Jiménez
Directora del CICOM

Abril - 2017

Centro de Investigación en Comunicación

El Centro de Investigación en Comunicación es la instancia académica de la Universidad de Costa Rica encargada de la investigación en el área de la comunicación, procurando que el conocimiento generado sea insumo para la docencia, la comunidad académica y la comunidad nacional.

Objetivos

- 1- Promover la investigación en el área de la comunicación en todas sus dimensiones, y contribuir a su desarrollo en el contexto de las Ciencias Sociales del país.
- 2- Fomentar la investigación interdisciplinaria y transdisciplinaria en el campo de la comunicación.
- 3- Vincular la investigación en comunicación con las necesidades de la sociedad costarricense en distintos ámbitos.
- 4- Integrar las actividades desarrolladas en el Centro al campo de la docencia y la acción social en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva y el Posgrado en Comunicación.
- 5- Fortalecer las habilidades de investigación de las personas vinculadas con la institución, como investigadores, asistentes y estudiantes de grado y posgrado.

Programa: Comunicación Social en Costa Rica: retos y perspectivas

Coordinadora: Dra. Patricia Vega Jiménez

El desarrollo de la comunicación social y de las tecnologías asociadas a ella han experimentado un auge acelerado, dando lugar al advenimiento de la llamada sociedad de la información.

En este sentido es importante hacer una cartografía de las tendencias, contexto y composición de la industria mediática nacional para determinar sus actores, su oferta y distribución. El estudio de cómo las audiencias consumen este panorama mediático es de fundamental importancia para determinar representaciones identitarias, imaginarios sociales, agendas de interés social, político, económico y cultural.

Desde esa perspectiva, si bien interesa explicar el desarrollo y uso de los distintos medios de comunicación, ello tiene sentido en la medida en que éstos se estudian a partir del contexto social en que surgen y de las necesidades sociales a las que responden y no como medios aislados de la sociedad de la cual forman parte.

De esta manera, si la comunicación es fundamental en el proceso de construcción, producción, reproducción, transmisión y consumo de sentido y de significados sociales, resulta básico analizar su devenir histórico con el fin de comprender su papel en diferentes momentos del desarrollo de la humanidad y a la vez contribuir a explicar mejor sus tendencias recientes, así como su misión actual y futura, lo mismo que la de las y los profesionales en este campo.

Objetivos generales del programa:

- Estudiar el desarrollo histórico del proceso de la comunicación social.
- Analizar el papel social de la prensa y los medios audiovisuales en los distintos procesos y periodos de la historia de Costa Rica y la región centroamericana.
- Analizar las diversas tendencias y propuestas teóricas y metodológicas en torno a la comunicación.
- Analizar el impacto de la globalización/mundialización en los diversos procesos comunicativos.

Cooperativas cafetaleras costarricenses: características de la comunicación con sus Asociados y Asociadas

Programa: Comunicación Social en Costa Rica: retos y perspectivas

Investigadora: M.Sc. Lisbeth Araya Jiménez

Esta investigación 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.

Talleres de actualización metodológica

Programa: Comunicación Social en Costa Rica: Retos y Perspectivas

Investigadora: M.Sc. Lisbeth Araya Jiménez

Los denominados "Talleres de Actualización Metodológica" organizados por el CICOM, constituyen un espacio para la generación, la actualización y el intercambio de conocimientos en materia de investigación de la comunicación, así como la puesta de acuerdo en algunas premisas epistémicas, teóricas y especialmente metodológicas y técnicas que sustentan tanto las labores de investigación, como de docencia y acción social que se realizan en la ECCC. La "Actualización Metodológica" procura además seguir creando y fortaleciendo el sentido de comunidad académica en la ECCC, por la vía del encuentro dialógico, el intercambio respetuoso, el disenso, la crítica propositiva y la reflexión conjunta.

La actividad consiste en identificar las necesidades de actualización de las y los investigadores del CICOM y del personal de la ECCC en relación con los procesos, procedimientos, reflexiones y pasos involucrados en el ejercicio de investigar, así como aquellos ámbitos temáticos, epistémicos, metodológicos o técnicos en los que desean incursionar. Una vez identificados esos temas y/o contenidos en que las y los docentes de la ECCC requieren o desean actualización, se identifica entre las y los investigadores del CICOM aquellos que pueden compartir e intercambiar sobre dichos contenidos y se genera el encuentro entre investigadores, investigadoras y personal docente. Como parte de los esfuerzos de sistematización y divulgación cada "Actividad de actualización metodológica" se graba en vídeo y se sube a la web del CICOM, para que esté disponible; al tiempo que las presentaciones elaboradas por los y las colegas se comparten vía correo con todas y todos los asistentes; adicionalmente se tiene prevista la creación de un libro que convierte en artículos cada una de las ponencias y espacios de intercambio realizadas.

Mapeo de la industria de la comunicación en Costa Rica

Programa: Comunicación Social en Costa Rica: Retos y Perspectivas

Investigadora: M.Sc. Carolina Carazo Barrantes

Esta radiografía de las empresas de comunicación presenta un análisis general del quehacer comunicativo comercial en nuestro país y pretende ser una forma de acercarse a un mejor entendimiento del futuro de esta área y la profesión.

La investigación, que permitió construir una base de datos con 100 agencias de relaciones públicas, publicidad y digitales, logró una caracterización de la industria en términos de: evolución, tamaño de las empresas, origen de su capital, alcance geográfico de sus servicios, perfil profesional y cantidad de colaboradores y factores de importancia en reclutamiento de personal, entre otros.

El estudio también recopila datos sobre el aporte de la industria a la economía nacional: facturación, cantidad y sector al que pertenecen los clientes, trabajo pro-bono y encadenamientos son los temas de los principales hallazgos.

Adicionalmente, se presentan interesantes datos sobre el desarrollo de agencias y servicios en el área digital.

PARA DESTACAR:

- Más del 75% de las empresas nació a partir del año 2000.
- 25% de las empresas de comunicación facturaron más de un millón de dólares (US) en el año 2015.
- En el año 2015 atendieron, por lo menos, a 2350 clientes
- 70% de las empresas afirma que tiene como práctica realizar trabajo pro-bono. En el año 2015, atendieron a 70 clientes pro-bono y aportaron aproximadamente US\$2,250 millones.

Periodistas y salas de redacción en Costa Rica frente a los retos del Siglo XXI

Programa: Comunicación Social en Costa Rica: Retos y Perspectivas

Investigadora: M.Sc. Carolina Carazo Barrantes

La investigación retrata las salas de redacción de los principales medios costarricenses haciendo un análisis general del quehacer periodístico en Costa Rica al iniciar la segunda década del siglo XXI.

El estudio presenta datos sociodemográficos y políticos sobre quiénes son los periodistas que trabajan en medios de comunicación en el país y explora las condiciones laborales y las prácticas profesionales dominantes que caracterizan a las salas de redacción de los medios periodísticos más importantes.

Se trata de una detallada fotografía sobre el periodismo y la industria en una época de transición marcada por cambios en los lenguajes y las plataformas, el esquema publicitario, la configuración de las audiencias y el consumo de noticias.

PARA DESTACAR:

- El 75% del personal periodístico que trabaja en salas de redacción es menor de 40 años.
- En las salas de redacción hay más hombres (55%) que mujeres (45%).
- El gremio periodístico es más liberal y progresista que el costarricense promedio.

Los campos de estudio de la comunicación organizacional y las relaciones públicas encuentros y desencuentros: Una revisión y análisis crítico de la literatura desde la academia anglófona y la academia latinoamericana.

Programa: Comunicación Social en Costa Rica: Retos y Perspectivas

Investigadora: Dra. Lissette Maroquín Velásquez

En este proyecto se establecieron varias formas en las que los campos de la comunicación organizacional y las relaciones públicas se relacionan en academia latinoamericana a través de la revisión sistemática de más de 20 años de literatura científica. Además se identificaron las principales diferencias entre los campos en Latinoamérica y Angloamérica. La realización de este trabajo me ha permitido:

1. Establecer relaciones de colaboración académica con colegas de la región con quienes hemos emprendido la tarea de dar a conocer la perspectiva latinoamericana de la comunicación organizacional en el espacio académico Anglo americano a través de publicaciones y participación en congresos;
2. Incorporar estas perspectivas en la enseñanza de la comunicación organizacional en la Escuela de Ciencias de la Comunicación tanto en el grado como en el posgrado;
3. Involucrar a estudiantes asistentes del proyecto con la producción académica en este campoñ 4) a partir de los vacíos encontrados plantear otras avenidas de investigación que estoy explorando a partir de un nuevo proyecto en el CICOM

Las narrativas periodísticas en reportajes interpretativos sobre ciencia y tecnología en Costa Rica y su efecto en lectores

Programa: Comunicación Social en Costa Rica: Retos y Perspectivas

Investigadora: Mag. Margoth Mena Young

La investigación realizada buscó determinar las características y recursos narrativos de reportajes sobre ciencia y tecnología publicados en el periódico La Nación durante el I semestre del 2015, y conocer su efecto en la memoria en sus lectores en comparación con el consumo de textos tradicionales, con el fin de impulsar la narrativa periodística interpretativa en los procesos de comunicación de la ciencia.

Se trabajó con grandes reportajes sobre ciencia y tecnología de más de 1000 palabras del diario La Nación, publicados durante el I semestre del 2015 (34 textos). El estudio contempló el género periodístico, autores, tratamiento, composición, antecedentes, contexto, beneficios, riesgos, controversias, adjetivos, cooperación, inversión, necesidades, localización geográfica, fuentes, voceros/as y narrativas, entre varias más.

Para conocer el efecto de la lectura en la memoria, se desarrolló una prueba experimental de memoria con estudiantes y docentes universitarios. Se comprobó que el tiempo efectivamente contribuye a la pérdida de información, de mayor manera en la lectura informativa que en la interpretativa. Además, los grupos de lectura informativa tuvieron mayor recuperación de información inicial en la prueba inicial que la interpretativa, pero los lectores de esta última sufrieron menos decaimiento una semana después. El reconocimiento fue mayor al recuento y dentro de él, el proceso de seleccionar o identificar fue el más alto. El recuerdo libre, junto a las consultas de completar, fueron las más bajas puntuaciones.

Mujeres y Publicidad en la Costa Rica en los años sesenta

Programa: Comunicación Social en Costa Rica: Retos y Perspectivas

Investigadora: M.Sc. Virginia Mora Carvajal

OBJETIVO: En esta línea de investigación se estudia la publicidad impresa costarricense dirigida a mujeres en distintos periodos del siglo XX, con el propósito de establecer los principales tipos de productos ofrecidos a las mujeres, las visiones de mujer que en ellos se exponen y su relación con la situación general de la condición femenina, así como su vinculación con el contexto nacional e internacional del período.

PERÍODOS ESTUDIADOS: hasta el momento se ha estudiado esta publicidad en la primera mitad del siglo XX, la década de 1950 y está en proceso una investigación sobre la década de 1960.

PRINCIPALES RESULTADOS:

- Se determinan los principales productos dirigidos a las mujeres en los periodos estudiados y se establecen categorías para su análisis.
- Se especifican las principales marcas de productos dirigidos al público femenino publicitadas en Costa Rica.
- Se logran identificar campañas publicitarias similares a las desarrolladas internacionalmente.
- Se estudia el papel del ama de casa en la década de 1950 y la construcción publicitaria de ella a partir de los anuncios de electrodomésticos y productos de limpieza.
- Se establecen las características de la publicidad impresa del Día de la Madre entre 1932 y 1959.
- Se comienza a investigar la relación entre las concepciones de género imperantes durante la Guerra Fría y la publicidad impresa costarricense dirigida a las mujeres durante ese período.

Mujeres, belleza y publicidad en Costa Rica en la década de 1950

Programa: Comunicación Social en Costa Rica: Retos y Perspectivas

Investigadora: M.Sc. Virginia Mora Carvajal

OBJETIVO: En esta línea de investigación se estudia la publicidad impresa costarricense sobre productos de belleza femenina en distintas etapas del siglo XX, para establecer los principales productos ofrecidos y sus características generales, el uso de la imagen femenina en los anuncios publicitarios, la visión de belleza que ellos promueven y la contribución de la publicidad de este tipo de productos a la construcción de la feminidad en cada etapa estudiada, todo ello considerando el contexto nacional e internacional.

PERÍODOS ESTUDIADOS: hasta el momento se ha estudiado esta publicidad en la primera mitad del siglo XX y está en proceso una investigación sobre la década de 1950.

PRINCIPALES RESULTADOS:

- Se establecen los principales tipos de productos de belleza femenina publicitados y se construyen categorías para su análisis.
- Se determinan las partes del cuerpo de las mujeres que más se destacan como objeto de belleza.
- Se estudia el impacto de los ideales o modelos internacionales de belleza femenina en la publicidad costarricense de este tipo de productos.
- Se detecta la presencia de marcas internacionales de productos de belleza, con campañas similares a las utilizadas en otros contextos sociales.
- Se destaca la presencia de los cosméticos a partir de la década de 1940.
- Se resalta el papel de los salones de belleza, desde finales de la primera mitad del siglo XX.

Ficción, no ficción y violencia en Centroamérica

Programa: Comunicación Social en Costa Rica: Retos y Perspectivas

Investigador: Dr. Néfer Muñoz Solano

Centroamérica está lidiando en el siglo XXI con diferentes tipos de cicatrices sociales que se notan en la piel de su producción cultural. Una de estas cicatrices es la que dejó su violento pasado bélico, que todavía escuece y mortifica profundamente. Otra, no menos intensa pero sí más reciente, es la que están provocando los diferentes tipos de violencias urbanas.

El informe "Otras situaciones de violencia en el Triángulo Norte Centroamericano" explica cómo en el año 2012 en el mundo hubo un promedio de 6,2 homicidios por cada cien mil habitantes, mientras que en Guatemala esa cifra se elevó a los 39,9 homicidios y en El Salvador 41,2 homicidios por cada cien mil habitantes. La Organización Mundial de la Salud (OMS) considera que tasas iguales o superiores a 10 homicidios por cada cien mil habitantes corresponde a un nivel epidémico.

Este estudio investiga cómo la producción artística y comunicativa en Centroamérica está (re)tratando el fenómeno de las violencias urbanas. (Re)tratar es un proceso que incluye la reapropiación y construcción de significados. Esta investigación aspira a identificar y conocer algunas de las nuevas voces prominentes que son parte este proceso así como las características de su producción literaria y periodística.

Prensa centroamericana y Primera Guerra Mundial

Programa: Comunicación Social en Costa Rica: Retos y Perspectivas

Investigadora: Dra. Patricia Vega Jiménez

La Gran Guerra impactó todos los ámbitos de la vida de la mayoría de las naciones del mundo, y los periódicos no fueron la excepción. De hecho, es el primer acontecimiento mediático del siglo XX. En Centroamérica, como en la mayoría de los países del globo, los habitantes vivieron el conflicto a través de la prensa. Los principales diarios dedicaban una buena parte de sus páginas a reproducir los cables noticiosos procedentes de los países líderes de la contienda: Gran Bretaña, Francia y Estados Unidos. En cada uno se habían establecido rígidos controles sobre los despachos noticiosos que las agencias informativas acataron sin protestar. Los periódicos centroamericanos tampoco lo hicieron, se adaptaron y mostraron su absoluto apoyo a los aliados originando una opinión pública favorable a la causa.

La Gran Guerra demostró, que la forma de hacer periodismo debía modificarse y los responsables de los periódicos lo hicieron: los titulares fueron luego más atractivos, la diagramación cambió dejando más espacio entre columnas, el encabezado se redactó en forma de pirámide invertida y las imágenes se convirtieron en un complemento del texto.

Derechos comunicativos de la ciudadanía.

Programa: Comunicación, Tecnología y Sociedad

Investigadora: Licda. Giselle Boza Solano

El proyecto desarrolló la búsqueda, recopilación, sistematización e interpretación de la jurisprudencia más relevante de la Sala Constitucional en materia de libertad de expresión y derecho a la información, así como la legislación vigente en Costa Rica en esta materia. El conocimiento generado se convirtió en un valioso insumo para la docencia y la investigación.

Al concluir, el proyecto publica 4 documentos digitales que resumen la información más relevante sobre legislación y jurisprudencia. Se trata de un libro digital con toda la legislación vigente en Costa Rica, así como algunos votos relevantes relacionada con ésta, titulado: Regulaciones a la comunicación en Costa Rica: normativa vigente con votos relevantes y 3 cuadernillos de jurisprudencia.

Historia de la comunicación social impresa 1930-1960

Programa: Comunicación Social en Costa Rica: Retos y Perspectivas

Investigadora: Dra. Patricia Vega Jiménez

A partir de 1930, mientras la tecnología lo permitía, la forma de hacer periodismo cambio. Hace su incursión el periodismo sensacionalista, apelando directamente a las sensaciones humanas. Ya se había desarrollado el periodismo de humor que asume el sarcasmo como práctica regular, en especial en la política. El periodismo cultural asume, después de 1940, un repunte que lo relaciona de manera directa con el desarrollo de las artes, de la literatura y de otras expresiones humanas. El periodismo clandestino tiene su principal asidero en las convulsas prácticas políticas y bélicas del final de 1940. Paralelamente, las empresas periodísticas se convierten en verdaderos emporios cuyo fin principal es la obtención de dividendos.

Algunos espacios por abordar en la investigación son:

- La vinculación entre los medios audiovisuales y la prensa impresa.
- La actividad interna de los periódicos.
- La vinculación del periodismo con la academia
- El desarrollo de las tecnologías y el avance del periodismo
- Las nuevas dimensiones de la comunicación y la prensa.

Programa: Comunicación, Tecnología y Sociedad

Coordinador: Dr. Ignacio Siles González

Este programa es un espacio de discusión, reflexión y análisis crítico para investigaciones en comunicación orientadas a comprender la relación entre comunicación, tecnología y sociedad.

El desarrollo y auge de diversas tecnologías de la comunicación han creado condiciones para la emergencia de nuevas formas de interacción social, participación política y expresión pública.

La ecología mediática contemporánea ha desdibujado el modelo clásico y lineal de los estudios en comunicación, en los cuales las dinámicas de producción eran analizadas por estudios de la política económica de la comunicación, mientras que procesos de consumo eran examinados por investigaciones de audiencias. Como advierte Couldry (2012), durante la última década, "los medios han llegado a ser vistos no como un circuito cerrado de producción-distribución-consumo, sino como un proceso más amplio de 'mediación' extendido en el espacio" (p. 13).

En este contexto, el programa tiene los siguientes objetivos específicos:

Examinar las transformaciones sociales, políticas, económicas y culturales ligadas al desarrollo y uso de diversas tecnologías de la comunicación en Costa Rica.

Desarrollar herramientas conceptuales, analíticas y metodológicas para estudiar y comprender el desarrollo contemporáneo e histórico de tecnologías de la comunicación.

Conocer las repercusiones en la práctica profesional de la comunicación que se producen por medio del cambio constante de las tecnologías.

Investigar los cambios y tendencias en los diferentes géneros y lenguajes interactivos para determinar sus condiciones de producción, distribución y consumo.

Libertad de expresión e Internet en Costa Rica.

Programa: Comunicación, Tecnología y Sociedad

Investigadora: Licda. Giselle Boza Solano

El proyecto -en vigencia- busca determinar el estado de la normativa, la política pública y la jurisprudencia costarricense para profundizar el ejercicio de la libertad de expresión a través de Internet con base en los principios de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión: acceso, pluralismo, no discriminación y privacidad. En ese sentido, la primera parte del proyecto se ha orientado a recopilar, sistematizar e interpretar la jurisprudencia administrativa, judicial y constitucional sobre libertad de expresión, derecho a la información e internet en el país.

Publicación del I Informe sobre el Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica. Se trata de una actividad de investigación CI-COM-PROLEDI para publicar el Informe a finales del 2017.

En colaboración con el Programa Sociedad de la Información y el Conocimiento (PROSIC) .

En el informe 2014 se elaboró la investigación y el capítulo correspondiente sobre la Política de Implementación de la Televisión Digital Terrestre en Costa Rica (TDT), un análisis de los principales instrumentos normativos y de política pública sobre la materia.

Sin miedo a mirarse en el Espejo

Programa: Comunicación, Tecnología y Sociedad

Investigadora: M.Sc. Lorna Chacón Martínez

Asistente: Juan José Muñoz Knudsen

El proyecto consistió en describir y sistematizar las características propias de un nuevo género documental, denominado Documental Folk, cuya temática aborda tradiciones y expresiones orales, las artes del espectáculo, los usos sociales, rituales y actos festivos, los conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo así como las técnicas ancestrales tradicionales dentro de la producción audiovisual costarricense, para destacar su papel en el rescate del patrimonio cultural inmaterial de Costa Rica.

Se trabajó con los documentales de un periodo de cinco años (2009-2013) que abordaran la temática del patrimonio cultural inmaterial en la red social Youtube (bajo ciertas palabras clave) y en las videotecas de las siguientes instituciones: Centro de Cine del Ministerio de Cultura y Juventud, Canal UCR, Canal 13 (SINART), Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica, Nueva Escuela de Cine y Televisión de la Universidad Veritas, Centro de Patrimonio del Ministerio de Cultura y Juventud y Universidad Estatal a Distancia (UNED).

Todos los documentales fueron sistematizados y divulgados mediante la creación de un sitio web www.documentalfolk.com el cual sirve como repositorio de estos materiales así como una vía para su divulgación entre los diversos públicos de este proyecto.

Como resultados concretos de la investigación, se redactó un artículo académico que se publicó en la Revista Herencia de la Universidad de Costa Rica el año 2016 y se produjo un documental audiovisual de 25 minutos de duración, denominado "Documental Folk" que puede ser accesado en youtube.com

Más allá del libro Móvil : Aplicaciones de realidad aumentada y 3D para una investigación educación basada en problemas: de l caso de los boruca en Costa Rica.

Programa: Comunicación, Tecnología y Sociedad

Investigadores: M.Sc. Vanessa Fonseca González y M.Sc. José Luis Arce Sanabria

Este proyecto desarrolla y divulga contenidos educativos sobre la cultura boruca que ofrecen una experiencia multimedia interactiva para aprender sobre la historia y la cultura de la she pueblo. Entre los materiales desarrollados se encuentran historias interactivas, que complementan un mundo virtual diseñado en Unity donde los usuarios aprenden mientras juegan y resuelven retos y aventuras. Las historias recogen narrativas sobre las habilidades de los borucas endiversos aspectos de su cultura desde su capacidad de navegación hasta su conocimiento sobre tejidos y teñidos de algodón. También describen sus tradiciones orales y su vida cotidiana. Las narrativas incluyen contenidos en realidad aumentada tales como vídeos , animaciones, imágenes 3D y se tiene planificado incorporar contenidos en realidad virtual para complementar la experiencia y ofrecer un proyecto transmedia novedoso que se puede utilizar en museos , escuelas o incluso como material de promoción turística

Discursos publicitarios en Facebook y Twitter, usuarios y líderes de opinión

Programa: Comunicación, Tecnología y Sociedad

Investigadora: M.Sc. Laura Montero Corrales

Desde el año 2015 formo parte del equipo de investigadores del CI-COM, específicamente en el programa de investigación: Comunicación, Tecnología y Sociedad. En el periodo 2015-2016 desarrollé la investigación Discursos publicitarios en Facebook y Twitter, usuarios y líderes de opinión, que tenía como objetivo brindar una explicación a los cambios de los discursos publicitarios a raíz del advenimiento de las redes sociales, específicamente en Facebook y Twitter, a través de un análisis desde la producción de los discursos de las marcas y la tecnología donde circulan, hasta el uso de la información por parte las audiencias digitales. Aunado a los resultados de la investigación se elaboraron dos artículos: ¿Cómo se redefine la publicidad en nuestros tiempos? Publicidad y nuevos medios: reconfiguración de la disciplina en los tiempos de la tecnología y Redes sociales: un recorrido por las principales líneas de investigación. Como producto de la discusión y análisis del concepto de líderes de opinión digital, decidí profundizar en este tema por medio de la investigación en curso: Los Líderes de Opinión Digitales para la red de estudiantes universitarios que tiene como objetivo principal lograr un acercamiento al perfil de los líderes de opinión digital para los jóvenes universitarios, a fin de analizar el papel de estos líderes en la producción y circulación de los discursos publicitarios y periodísticos de las marcas y las organizaciones y su influencia en esta audiencia digital.

Actividad de investigación: Diseño de un Observatorio de la Comunicación. Antecedentes y líneas programáticas

Programa: Comunicación, Tecnología y Sociedad

Investigadora: Dra. Larissa Tristán Jiménez

La actividad de investigación tiene como objetivo diseñar un Observatorio de la Comunicación centrado en el estudio del sistema de medios nacional. Tras una primera etapa, dedicada a realizar un estado de la cuestión, fueron identificados 54 observatorios de la comunicación en América Latina. A pesar de su diversidad, comparten una serie de características: monitorear y revisar la oferta de los medios, elaborar informes analíticos, recoger las críticas y comentarios de las personas en tanto usuarios y usuarias de los medios y capacitar a los periodistas en la elaboración de información de calidad.

Un análisis más profundo permite concluir que: la mayoría de los productos de estos observatorios consisten en informes episódicos y coyunturales, en detrimento de informes longitudinales, prevalece el análisis de prensa dejando de lado otro tipo de formatos y plataformas (i.e. medios digitales) y si bien la mayoría de los observatorios regionales utilizan aplicaciones de la Web 2.0, no desarrollan estudios que analicen la comunicación digital.

Estos hallazgos plantean una interrogante fundamental: ¿cuáles son las tecnologías necesarias para alcanzar los objetivos del observatorio dentro del ecosistema mediático contemporáneo? Las etapas subsiguientes del proyecto serán dedicadas a solventar esta interrogante.

Programa: Comunicación y otras áreas del conocimiento

Coordinador: M.Sc. Aarón Mena Araya

La comunicación como esencia del ser social está presente en las diferentes áreas del conocimiento. En los distintos espacios en los que la humanidad ha tenido la necesidad de dividir el saber para poder acercarse científicamente a él, sistematizar los hallazgos y aprender, la comunicación ha estado, está y estará presente, sea en la relación interpersonal, grupal o masiva.

Este programa se propone abarcar, por una parte, el estudio de cómo los cambios tecnológicos, sociales y económicos tan rápidos que se viven, producen en el ser humano confusión en algunos casos, en otros, perplejidad y en muchos desorientación. ¿Cómo lograr mejorar la comunicación social personal, grupal o masiva en estos procesos? Lo anterior lleva implícito el trabajo inter y transdisciplinario en el que la comunicación juega un papel imprescindible. Es decir, se pretende investigar los procesos de comunicación humana, por ello asume la comunicación intrapersonal como el proceso del cual dependen los demás procesos de comunicación que las personas realizamos. Desde esta línea de investigación se estudia la comunicación intrapersonal, interpersonal y grupal, por ejemplo, desde los nuevos paradigmas, entre ellos el diálogo como espacio de encuentro y reflexión, en el que convergen los tres procesos mencionados.

Comunicación comunitaria para la prevención de dengue en La Roxana de Guápiles

Programa: Comunicación y otras áreas del conocimiento

Investigadora: Dra. Lissette Marroquín Velásquez

Este proyecto se desarrolló en forma conjunta con Kansas University y la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Costa Rica. Juntos trabajamos en la prevención del dengue en dos comunidades de La Roxana de Guápiles (Luis XV y El Humo) a partir de un proceso de investigación acción participativa y la comunicación comunitaria. Como principales logros del proyecto destaco que 1) elaboramos una metodología para la participación comunitaria en la prevención del dengue que se compartió con el Ministerio de Salud; 2) fortalecimos la capacidad organizativa de las mujeres y niños de estas comunidades en torno a las medidas de prevención del dengue a través de la capacitación en la gestión de residuos sólidos; 3) fomentamos la colaboración entre las dos comunidades que lograron establecer un sistema de recolección de residuos reciclables para ambas comunidades; 4) aumentamos el nivel de conocimiento de las y los habitantes de estas comunidades con respecto de la enfermedad y las medidas de prevención del dengue.

Testimonio de Marielos Benavides, agente comunitaria Luis XV

"Lo que yo he aprendido, se lo he ido pasando a muchas otras señoras que trabajan. Entonces yo sigo con mi idea ... de hacer un comité de señoras unidas para ver qué proyecto hacemos y yo digo que eso uno lo ha aprendido por el proyecto de la Universidad de ustedes que lo trajeron aquí". (Entrevista realizada el 8 de noviembre del 2014).

"ahora estoy más interesada, más informada, he recibido mucho más información, he aprendido muchas cosas, he aprendido poco a poco pero he aprendido a cómo comunicarme y expresarme con más confianza y eso me ha ayudado para hablarle a la gente, que mucha gente ya está también colaborando entonces uno se siente satisfecho" (Entrevista realizada el 8 de noviembre del 2014).

Programas: Prácticas culturales de género y comunicación

Coordinadora: M.Sc. Luisa Ochoa

En este programa se integrarían aquellas investigaciones que permitan discutir las representaciones sociales de género y diversidad sexual en la Costa Rica actual. Se analizarán tanto representaciones mediáticas como las construcciones sociales de identidades y subjetividades y el papel de la comunicación en las construcciones de género. Así como prácticas culturales de recepción y consumo cultural; y del papel de la comunicación en la producción de sentido en la vida cotidiana.

- Se resalta el papel de los salones de belleza, desde finales de la primera mitad del siglo XX.
- Narrativas mediáticas y reproducción de género
- Espacio público y violencia simbólica con marca de género
- Discursos sociales, identidades y prácticas sociales
- Estrategias comunicativas de movimientos y organizaciones sociales Transversalidad de género en la comunicación como profesión y ciencia
- Infancia y uso y consumo de medios
- Lectura crítica de medios
- Entretenimiento y educación en medios de comunicación
- Consumos mediáticos y educación
- Nuevas tendencias en metodologías y tipos de estudios para la medición de audiencias
- Gestión de comunicación y públicos

Manifestaciones culturales afrodescendientes en la cotidianidad del pacífico norte costarricense.

Programa: Prácticas culturales, de género y comunicación

Investigadora: Licda. Isis Campos Zeledón

Como “ticas” y “ticos”, edificamos nuestra identidad nacional sobre varios pilares: nuestra paz, una historia que nos retrata como un pueblo sin discriminación (desde siempre igualíticos), y un pasado colonial sin la presencia de personas esclavizadas. Por eso, solemos identificarnos como “la suiza centroamericana”, una frase que resume lo anterior, pero también deja claro el otro fundamento del ser nacional: nuestra “blanquitud”.

La presente investigación profundiza anteriores proyectos relacionados, con el fin de ahondar cómo -a pesar del silencio que aún esconde la presencia de una tercera raíz en la conformación de la identidad nacional y la historia familiar costarricense- la herencia cultural africana emerge con fuerza en las palabras que dan nombre a los espacios y manifestaciones más cercanas y populares: desde las comidas hasta en el particular y característico léxico que conforma nuestro caudal de “costarriqueñismos”.

El objetivo es exponer cómo la historia nacional confirma la presencia de personas negras provenientes del continente africano desde inicios de la colonia; un caudal humano a quienes le debemos aportes culturales profundamente engarzados con la historia tanto colectiva como personal, pues aunque con una piel “blanqueada” por siglos de mezclas, la cotidianidad y el saber popular supo guardar la huella de quienes en su mayoría raptados para fines de esclavitud hacia tierras americanas, se constituyeron en nuestros tatarabuelos y tatarabuelas y de quienes heredamos formas de ver y nombrar el mundo que nos rodea.

Discurso periodístico y estrategias narrativas en torno a la violencia contra las mujeres. Un uso comparativo.

Programa: Prácticas Culturales, género y comunicación

Investigadora: M.Sc. Yanet Martínez Toledo

El análisis de la violencia contra las mujeres (VCM) en los medios de comunicación constituye un terreno de complejidades en sí mismo, porque los medios construyen un determinado discurso en el que las noticias violentan los derechos de las mujeres.

A partir del análisis de las noticias de los diarios La Prensa y La Prensa Libre, arribamos a conclusiones que trazan un mapa de la representación de la violencia contra las mujeres en la región con la intención de identificar puntos clave para posteriores estudios.

La VCM se ha visibilizado como problemática en los medios, desde una lógica de producción de las notas de sucesos y judiciales, siguiendo las pautas del género y no necesariamente en la dimensión política de la problemática.

Esto se evidencia cuando se utilizan descriptivos como "balacera" "acribillan", enfatizando en la noticiabilidad del suceso y no en la problemática social de género a que se refiere, visibilizando la violencia de forma acrítica.

La carencia de lenguaje especializado de género, se aprecia cuando hechos de violencia contra las mujeres se diluyen en otras problemáticas sociales; o sea, como violencia callejera o como consecuencia de acciones de redes de crimen organizado y no como problemas en sí mismos.

Se terminó de imprimir
en la Sección de Impresión del SIEDIN,
en abril de 2017.

Universidad de Costa Rica
Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, Costa Rica

CICOM 

CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN