



ENTRELÍNEAS

Espacio de reflexión sobre la realidad comunicacional a cargo de docentes, investigadores, estudiantes y egresados vinculados a la Maestría en Comunicación Social de la UCV.

JOHANNA PÉREZ DAZA
JESÚS LOVERA TORRES
(COMPILADORES)

Tomo 2



Entrelíneas - Tomo 2: La Comunicación como Objeto de Investigación.

Universidad Central de Venezuela (UCV).

Facultad de Humanidades y Educación (FHE).

Comisión de Estudios de Postgrado.

Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO).

Depósito Legal (Digital): MI2018000363

Edición y Compilación: Johanna Pérez Daza y Jesús Lovera Torres.

Portada y Diagramación: Jesús Lovera Torres.

Las fotografías utilizadas en esta publicación son estrictamente para uso académico, pueden estar sujetas a Derechos de autor. **Fotos:** **1.-** Conexión Digital. Autor: Desconocido. **2.-** Pastor de Nubes de Jean Arp. Plaza cubierta de la Universidad Central de Venezuela (UCV), Autor: Desconocido. **3.-** Desafío Arte/Portafolio De Arte/Vidrio De Color, Autor: Piet Mondrian **4.-** Interior de la Nueva Biblioteca de Alejandría (Bibliotheca Alexandrina), Egipto. Autor: Desconocido.

Caracas, Venezuela. 2018. ©

Nota: La Maestría en Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (UCV) cuenta con un total de 75 trabajos de grado, que han sido desarrollados entre los años 2003-2017. No obstante, en la presente publicación se exhiben sólo 45 resúmenes de estas investigaciones, ya que son las que se encuentran disponibles en la Biblioteca Juan David García Bacca, ubicada en piso 2 del Centro Comercial Los Chaguaramos.

Entrelíneas - Tomo 2: La Comunicación como Objeto de Investigación.



Universidad Central de Venezuela

Rectora

Cecilia García-Arocha

Vicerrector Académico

Nicolás Bianco

Vicerrector Administrativo

Bernardo Méndez

Secretario

Amalio Belmonte Guzmán

Facultad de Humanidades y Educación

Decano

Vincenzo Piero Lo Monaco

Coordinador Académico

Vidal Sáez Sáez

Coordinador Administrativo

Eduardo Santoro

Coordinadora de Postgrado

María del Pilar Puig

Coordinadora de Extensión

Alexzhandra Franco

Instituto de Investigaciones de la Comunicación

Directora

Morella Alvarado Miquilena

Investigadores

Alexandra Ranzolin

Bernardino Herrera

Carlos Guzmán Cárdenas

Johanna Pérez Daza

Luisa Torrealba Mesa

María Fernanda Madriz

Morella Alvarado Miquilena

Maestría en Comunicación Social

Coordinación General

Johanna Pérez Daza

Comité Académico

Alejandro Terenzani

Alexandra Ranzolin

Edixela Burgos

Johanna Pérez Daza

Luisa Torrealba Mesa

Índice

	pp.
<i>Presentación</i>	7
Políticas públicas dirigidas al fomento del libro y la lectura en Venezuela (1999-2009).....	10
Guerra de información ¿el arma es el mensaje? opinión de estudiantes universitarios sobre el contexto informativo del referéndum consultivo realizado en Venezuela el 15 de febrero de 2009.....	11
Libertad de expresión y tv privada el derecho al ejercicio de la libertad de expresión en el caso de los canales RCTV y Globovisión 1998-2008.....	12
Comunicación para la ciencia y la tecnología diseñando interfaces.....	13
¿Noticia ciudadana? Reflexiones sobre los cambios paradigmáticos en el Periodismo de la Era Digital.....	14
La polarización de los periodistas venezolanos y la formación de identidades antagónicas... 35 años del ININCO: Su historia, vigencia y proyección -una perspectiva de la institución desde la óptica de sus directores-.....	15
16	16
Espacio público y comunicación: estudio sobre el consumo cultural en Venezuela.....	17
Prácticas mediáticas y desarrollo en Haití (2004-2010).....	18
Prevención del consumo de drogas: Estudio de políticas públicas de comunicación en el estado Nueva Esparta.....	19
Propaganda política en la campaña electoral legislativa de 2010. Análisis desde el enfoque Goebbeliano.....	20
Imaginario Turísticos: Estudio sobre percepciones y representaciones turísticas en la Isla de Margarita.....	21
Estereotipos de hombres homosexuales en el cine venezolano (1970-1999).....	22
Las comunicaciones integradas de Venevisión en la web.....	23
Derecho a la información y acceso al conocimiento en la red de bibliotecas de la FHE-UCV.	24
Estética digital y comunicación: Hacia una definición de ciberestética y su relación con la comunicación y la multimedia digital.....	25
Cabildeo político y medios impresos. Estudio de la participación de estudiantes universitarios en el Referéndum 2009.....	26
Adolescentes y pantallas: Usos de la tecnología desde la metáfora de nativos digitales.....	27
<i>Entrelíneas - Tomo 2: La Comunicación como Objeto de Investigación.</i>	

La Gestión del Conocimiento en el Instituto de Capacitación de la Contraloría General de la República.....	28
Desde mi corazón: Hugo Rafael Chávez Frías y la propaganda gubernamental en cuatro medios impresos (Campaña Presidencial - Venezuela 2013).....	29
Las comunicaciones integradas en la web de Televen.....	30
Actos de Habla: La dimensión violenta del discurso del presidente Chávez durante el año 2010.....	31
Venezuela y Colombia en la sociedad de la información. Balance y perspectivas del período (2000-2012).....	32
Fútbol venezolano e identidad cultural: El éxito comunicacional de la Vinotinto.....	33
Consumo cultural y comunicacional de grupos sociales juveniles universitarios en Caracas.	34
El concepto de industrias culturales. Análisis de su evolución: de la sociedad industrial a la sociedad del conocimiento.....	35
Venezuela: Una visión estratégica para el desarrollo del turismo cultural.....	36
Violencia mediática y simbólica en el contexto de la violencia contra la mujer: Análisis de la legislación venezolana.....	37
La Educomunicación en el Sistema de Orquestas y Coros Juveniles de Venezuela. Núcleo La Rinconada.....	38
Colectivos musicales: La producción cultural urbana desde la experiencia de la parroquia Caricua.....	39
Mediación familiar y uso de videojuegos en niños y niñas de cuarto grado de educación básica.....	40
Propuesta de un modelo teórico-metodológico de comunicación organizacional para empresas venezolanas. Caso Corporación SYBVEN.....	41
Estética del videoclip y narrativa del Cine Latinoamericano Contemporáneo.....	42
Imágenes de la mujer y visiones de mundo en la telenovela <i>Voltea pa' que te enamores</i>	43
El periódico digital en Venezuela: Análisis y perspectiva desde la teoría institucional.....	44
La agenda de los medios impresos en la campaña electoral de las Elecciones Parlamentarias en Venezuela de 2015.....	45
Redes sociales y activismo en derecho de los animales domésticos en Venezuela. Caso de estudio: Red de Apoyo Canino.....	46

Comunicación, consumo simbólico y competitividad de marcas. una mirada a la mente del consumidor.....	47
El rol de los medios de comunicación y el discurso en el genocidio en Ruanda entre 1990 y 1994.....	48
Propaganda política dirigida de VTV a TWITTER. Caso elecciones parlamentarias de 2015 en Venezuela.....	49
Influencia de la mediación familiar en el consumo de noticieros de televisión en los meses junio y julio de 2014.....	50
Gestión comunicacional del festival de teatro de Caracas. Período 2011-2015.....	51
Los Marcos de Representación Homosexual en la Cinematografía Venezolana 2000-2015: Un análisis desde la Teoría Framing.....	52
El pregón y el pregonero: La comunicación de la Corona Española durante el siglo xviii en la Capitanía General de Venezuela.....	53
Arquetipos y Telenovelas: Relación de arquetipos griegos y personajes femeninos representados en las telenovelas venezolanas.....	54
Datos estadísticos: Trabajos de grado (TG) de la Maestría en Comunicación Social – 2007/2017.....	55
Sobre la Maestría en Comunicación Social de la UCV.....	63

Presentación

LA COMUNICACIÓN COMO OBJETO DE INVESTIGACIÓN EN EL CONTEXTO VENEZOLANO (2007-2017)

La comunicología como campo multidisciplinario se inscribe en el complejo ámbito de las Ciencias Sociales teniendo como soporte líneas de investigación que dan cuenta de sus intereses y orientaciones. Su revisión permite conocer la ruta de la disciplina y el cruce teórico y metodológico entre esta y otros campos del saber, por lo que en este segundo número de *Entrelíneas* presentamos los Trabajos de Grado que se han desarrollado en la Maestría en Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela en el periodo 2007-2017 con la intención de conocer los aspectos medulares (intereses, problemas e interrogantes) de un campo que se vincula estrechamente con los procesos y transformaciones sociales vividos en Venezuela durante los últimos años.

La comunicación como hecho consustancial al ser humano no escapa a las dinámicas y tensiones sociales que atraviesa el país; en este sentido, la sistematización y organización de los Trabajo de Grado generados desde este programa de postgrado permiten un acercamiento a la realidad nacional a partir de la revisión de una década de producción intelectual que suma 73 textos académicos distribuidos en 7 líneas de investigaciones: Tecnologías de la Información y la Comunicación, Sociedad y Cultura; Historia de las Comunicaciones en Venezuela; Educación, Comunicación y Medios; Alternativas comunicacionales: Investigación y Praxis social; Sociedad de la información, Política y Economía de la cultura; Comunicación Política y Políticas de Comunicación; Comunicación, Género y Diversidad Sexual.

A partir de estas líneas de investigación y sus respectivos proyectos, la estructura curricular de nuestra maestría contempla el desarrollo de tres áreas distribuidas en asignaturas obligatorias, electivas y seminarios.

Área de Epistemología y Metodología:

- Asignatura obligatoria: Epistemología de la comunicación
- Asignatura obligatoria: Metodología de la investigación de la comunicación

Área de Teoría y Ética:

- Asignatura obligatoria: Teoría de la comunicación I
- Asignatura obligatoria: Teoría de la comunicación II
- Asignatura obligatoria: Ética de la comunicación

Área profesional (seminarios /electivas):

- Seminario obligatorio: líneas de investigación
- Seminarios/ electivas

Formación en investigación se articulan en los trabajos presentados los cuales durante una década han dado cuenta de las preocupaciones de nuestra comunidad académica por la dinámica nacional, contando para ello con la asesoría y acompañamiento de tutores internos y externos, permitiendo el trabajo conjunto entre docentes de otras facultades y universidades. Sin embargo, es oportuno destacar que la mayoría de las tutorías han sido coordinadas por profesores adscritos al Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO UCV), lo que demuestra el compromiso de sus investigadores con los estudios de cuarto nivel y la preparación de futuros investigadores, asumiendo los objetivos de esta maestría:

1. Formar investigadores y profesionales preparados teórica, metodológica y epistemológicamente para diseñar, coordinar y llevar a cabo proyectos de investigación en el complejo ámbito de las comunicaciones y de sus articulaciones con las esferas económica, tecnocientífica, política, jurídica, ideológica y sociocultural.

2. Formar personal calificado en materia de planificación, formulación, análisis y evaluación de diagnósticos (diagnosis) y políticas (prognosis) dirigidos al área económica, tecnocientífica, política, jurídica, sociocultural de la comunicación, la información y la gestión del conocimiento.

3. Formar investigadores y profesionales dotados de una sólida base ética que garantice un ejercicio profesional cónsono con las altas responsabilidades colectivas implicadas en el uso de la comunicación y las tecnologías de la información, visto el altísimo impacto que las mismas tienen en la formación de las bases deontológicas y teleológicas de las sociedades modernas.

4. Formar investigadores y profesionales capaces de generar nuevos conocimientos sobre la realidad venezolana, con miras a contribuir en la solución de los complejos problemas planteados actualmente en el país y que directa e indirectamente guardan relación con el ámbito de las comunicaciones en las esferas económica, tecnocientífica, política, jurídica, ideológica y sociocultural.

10 años, 75 Trabajos de Grado, 7 líneas de investigación son más que cifras o datos numéricos. Representan la sumatoria de esfuerzos de docentes y estudiantes interesados por la dinámica comunicacional y sus posibilidades de abordaje, afianzados en la calidad, los aportes teórico-metodológicos, el rigor y la pertinencia como pilares irrenunciables.



Johanna Pérez Daza
Coordinadora de la Maestría en Comunicación Social
Universidad Central de Venezuela
Instituto de Investigaciones de la Comunicación-ININCO

POLITICAS PÚBLICAS DIRIGIDAS AL FOMENTO DEL LIBRO Y LA LECTURA EN VENEZUELA (1999-2009)

Autora: Amayra Velón – 2010.

Tutor: Elsi Jiménez.

RESUMEN

La presente investigación analiza las políticas públicas dirigidas al libro y la lectura en Venezuela entre 1999 y 2009. En primera instancia, se asume el libro como un recurso útil para presentar y preservar expresiones artísticas, conocimientos, información e ideas, que reviste importancia simbólica, económica, social y política, en éste último caso, en tanto se consideran bienes públicos susceptibles de regulación, las cuales buscan fomentar su producción, mejorar su circulación y ejercer control sobre los posibles efectos de su contenido. Por su parte, la lectura es entendida como un derecho social y ciudadano, que debe ser garantizado a toda persona a favor de que pueda ejercer su dignidad y sus capacidades; es además una condición indispensable para acceder a medios escritos de cualquier índole. A través de una metodología de investigación documental, este trabajo examinó las políticas públicas del gobierno venezolano cuya intención ha sido fomentar el libro y la lectura durante diez años, con la finalidad de constituir un aporte en el estudio de la gestión gubernamental y al sector editorial desde la perspectiva gubernamental. Como conclusión, se logró identificar que el gobierno venezolano, en la última década, ha formulado las siguientes políticas: facilitar el acceso de la persona al libro, y viceversa, a través de las ferias; mejorar los tres sectores de la cadena de realización del libro (creación, impresión, comercialización y distribución), con énfasis en la masificación; generar contenidos editoriales con propósitos ideológicos específicos; incorporar el uso de las tecnologías en los productos editoriales finales (libros digitales o colgados en la red); promover la lectura y la escritura del venezolano y para el venezolano; formar el recurso humano vinculado a la elaboración de libros y revistas y profundizar el estudio de los problemas asociados al libro y la lectura.

Palabras Clave: política pública, política cultural, industria editorial, libro, lectura.

GUERRA DE INFORMACIÓN
¿EL ARMA ES EL MENSAJE?
OPINIÓN DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS SOBRE EL
CONTEXTO INFORMATIVO DEL REFERÉNDUM
CONSULTIVO REALIZADO EN VENEZUELA EL 15 DE
FEBRERO DE 2009.

Autor: Hebert Tovar – 2010.

Tutor: Gustavo Hernández

RESUMEN

Desde la década de los años 90 del siglo XX, se ha venido desarrollando un importante debate entre analistas del sector militar como Richard Szafranski, George Stein, Yu Lin Whitehead y Timothy Thomas, que consideran la viabilidad del uso de la información como arma para alcanzar objetivos políticos y militares en una confrontación por la obtención del poder ya sea de una nación sobre otra, o de un grupo político sobre otro. Tal consideración ha sido sistematizada bajo la forma de una doctrina militar no oficial que sus proponentes denominan: *Guerra de Información* (Information Warfare), la cual consiste, según la definición más extendida, en una forma de conflicto que ataca directamente los sistemas de información, como una manera de dañar el conocimiento y las creencias del adversario para afectar lo que reconoce como verdadero o real. De esta forma, el objetivo de la *Guerra de Información* es afectar la capacidad de los líderes adversarios y sus seguidores para tomar decisiones políticas eficaces y facilitar el sometimiento de su voluntad a los intereses propios. Este trabajo aborda el análisis de la manera como los planteamientos centrales de esta doctrina militar se relacionan con los principios del control reflejo, las operaciones de información, las operaciones de guerra psicológica y con los de la propaganda, en el marco general de las teorías sobre la comunicación persuasiva, centradas en la influencia de la comunicación sobre las actitudes y el comportamiento de las audiencias. A partir de tal reflexión teórica, se proponen algunas categorías formales de análisis y las mismas se someten a prueba empírica a través de la realización de un estudio exploratorio que emplea la metodología cualitativa de los Grupos Focales, para establecer si en el contexto de la convocatoria a referéndum para enmendar la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en febrero de 2009, se pueden identificar algunos elementos que evidencien la implementación de una estrategia de *Guerra de Información*. Los resultados arrojan el reporte por parte de los estudiantes consultados, de procesos cognitivos, emocionales y conductuales, descritos por la doctrina, como constitutivos de la implementación de una estrategia de *Guerra de Información*.

Palabras Clave: Referendum, Venezuela, Opinión, Estudiantes Universitarios.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y TV PRIVADA
EL DERECHO AL EJERCICIO DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN
EN EL CASO DE LOS CANALES RCTV Y GLOBOVISIÓN
1998-2008.

Autor: John Requena – 2010.

Tutor: Bernardino Herrera.

RESUMEN

La libertad de expresión y el derecho a la información son derechos humanos esenciales para la existencia de una sociedad democrática. Implica pluralismo, tolerancia, unos de los muy pocos recursos de que dispone la sociedad civil frente al abuso del poder. Las leyes fundamentales establecen que el Estado está obligado a protegerlos, fomentarlos y respetarlos. El servicio público de televisión actualmente se encuentra en manos del gobierno, cuya tendencia es a restringir toda información crítica de su gestión, el ejercicio de la libertad de expresión, en sus términos más esenciales ha quedado concentrado en los medios privados.

Palabras Clave: Libertad de Expresión, libertad de información, canales privados de televisión, periodismo crítico, Derechos Humanos y comunicación.

COMUNICACIÓN PARA LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA

DISEÑANDO INTERFACES

Autor: María Eugenia Esté – 2010.

Tutor: Bernardino Herrera.

RESUMEN

La comunicación pública de la ciencia y la tecnología (CPCT) comprende el conjunto de acciones y procesos que crean contenidos tecnocientíficos y los ponen en circulación, a disposición de diversas audiencias y el público en general, fuera de la esfera de la educación formal y la comunidad tecnocientífica, para procurar el mayor grado de interacción entre el conjunto de la sociedad. La CPCT tiene el reto de construir audiencias y procurar la apropiación social del conocimiento científico y tecnológico. Históricamente se han utilizado varios modelos para comunicar la ciencia y la tecnología al público. Nuevas aproximaciones estimulan la participación y el diálogo entre los ciudadanos y la tecnociencia, procurando un acompañamiento atento del público hacia la ciencia y la tecnología. El propósito de esta investigación se centra en la comprensión de una perspectiva estratégica que permita proponer mecanismos de articulación en el marco de un modelo de comunicación pública de la ciencia y la tecnología de participación y acompañamiento ciudadano. La aproximación estratégica implica la necesidad adecuar los medios con los fines atendiendo a un entorno de condiciones cambiantes. La referencia al concepto de interfaces subraya un modelo relacional y de diálogo constante. Porque una interfaz es la actividad de interacción entre dos o más substancias o procesos que por su conducto han entrado y están en contacto. Así se comportan las interfaces usuario-máquina, de donde se ha tomado el préstamo conceptual. Ellas ponen en relación un funcionamiento o un lenguaje de difícil acceso o comprensión para el usuario común, con un funcionamiento o lenguaje diverso que permite el desenvolvimiento relativamente satisfactorio de una operación. Colocamos como eje central del despliegue estratégico, la convicción y el ejercicio de esta sencilla regla: comunicar es actuar. La investigación es documental, teórica y explicativa. Se estudiarán y analizarán fuentes teóricas, estudios de percepción de la ciencia y la tecnología, y modelos que permitan perfilar los mecanismos que se desea proponer.

Palabras Clave: comunicación pública de la ciencia y la tecnología, interfaces, articulación ciencia/tecnología/medios/sociedad, diseño de la interacción, estrategia, diálogo y compromiso ciudadano.

**¿NOTICIA CIUDADANA?
REFLEXIONES SOBRE LOS CAMBIOS PARADIGMÁTICOS EN EL
PERIODISMO DE LA ERA DIGITAL**

Autor: Rosa Rappa – 2010.

Tutor: Bernardino Herrera.

RESUMEN

Se entiende por periodismo ciudadano la propuesta dirigida a democratizar los procesos comunicativos. Sin embargo se observan resistencias por parte de quienes piensan que el periodismo ciudadano representa una amenaza para el periodismo profesional. Esta investigación trata sobre este dilema. La investigación tiene por objeto comprender los cambios en el modo de entender la práctica periodística ante la transformación social generada por el uso de Internet y los nuevos medios que derivan de esta red. Se propone un análisis e interpretación de la relación histórica del periodismo como fenómeno social, y su relación con el ejercicio de la ciudadanía, y en consecuencia como parte sustancial de la democracia. Luego, se plantea la revisión de la capacidad formadora de ciudadanía que deriva del periodismo y, en contraposición, cuánto está aprendiendo el periodismo de las prácticas informativas del público en la sociedad de la información. Se procuró responder a la duda de si el periodismo ciudadano representa un peligro real al periodismo tradicional, así como dilucidar cuáles son los efectos y riesgos para la práctica periodística profesional en el marco del cambio de relaciones: la transmisión de “pocos a muchos” a de “muchos a muchos”. La investigación buscó responder si existen nuevos caminos para el periodismo, incluso para el ejercicio de la ciudadanía: ¿Es real el declive del modo tradicional de contar noticias o, simplemente, estamos frente a una oportunidad de crear una nueva narración del mundo?

Palabras Clave: periodismo, ciudadanía, periodismo ciudadano, noticia, Internet, nuevos medios, medios sociales, interactividad y participación.

LA POLARIZACIÓN DE LOS PERIODISTAS VENEZOLANOS Y LA FORMACIÓN DE IDENTIDADES ANTAGÓNICAS

Autor: Víctor Febres – 2010.

Tutor: Adriana Bolívar

RESUMEN

La asunción al poder por el presidente Hugo Chávez Frías vez en el año 1999 supuso la ruptura política con el anterior *establishment*, signado éste por el pacto de Punto Fijo, que estableció una democracia representativa y bipartidista desde el año 1958 en Venezuela. Esta ruptura ha implicado la configuración de una serie de dinámicas sociales, políticas y económicas de confrontación. Entre ellas destaca el permanente antagonismo que se constituyó entre el proyecto político que Chávez encarna y la estructura privada de medios de comunicación social. Por lo tanto, los periodistas no han podido escapar a la dinámica de la polarización sociopolítica. En dirección contraria a la convención clásica de su rol institucional, los periodistas públicos y privados se han consolidado como una “vanguardia” militante y política. Un episodio excepcional de esta confrontación lo constituyó la salida del aire del canal privado RCTV en mayo de 2007, coyuntura donde se enmarca la presente investigación. La polarización de los periodistas altera el sentido tradicional de la información, de los divulgadores públicos y sus vínculos con la sociedad. En este sentido, interesó investigar el peso específico de las prácticas discursivas y no discursivas, su dimensión cognoscitiva, actitudinal y sus contradicciones implícitas que conducen a la polarización y formación las identidades antagónicas. Cumplimos este propósito a partir de las referencias teóricas sobre la constitución imaginaria de la sociedad de Cornelius Castoriadis (1988); y establecimos articulaciones con los aportes de Johan Galtung (1996, 2002) del análisis de conflicto; las estrategias discursivas del discurso ideológicos por Teun Van Dijk (1996, 1999, 2003, 2003a); la retórica política en la constitución de identidades antagónicas de Ernesto Laclau (2004, 2005); y el análisis mediato del discurso de Ron Scollon (2001, 2003, 2004), principalmente. Con base en cláusulas, temas, remas, párrafos tópicos y nodos de sentido, se procesó el corpus de análisis, conformado por los discursos generados por los propios periodistas en las transmisiones informativas, el registro de observaciones participantes del investigador en el sitio y entrevistas a los reporteros. Mediante la conformación de párrafos tópicos se pudo observar las secuencias de las prácticas ejecutadas por los interlocutores, así como también se profundizó el análisis en momentos decisivos en la configuración del conflicto. Encontramos que el discurso periodístico se instrumentaliza para la configuración de identidades antagónicas, mediante prácticas discursivas polarizadas que suponen la articulación de sentidos distintos a los elementos discursivos convencionales del periodismo, para estructurar en su lugar el Nosotros y el Ellos. Esto coloca en evidencia distintas prácticas de apropiación simbólica de los propios y de los contrarios, para la instauración de las versiones más radicales del conflicto, en su dimensión cognitiva, expresiva y afectiva. En conclusión, se ha registrado una variación en los modos de producción y de uso de las noticias. De promover la información se ha pasado a promover la identificación. En este tránsito se ha revelado los mecanismos de dominación psíquica y simbólica que generan a su vez efectos de violencia directa, cultural y estructural.

Palabras Clave: Polarización, Periodistas venezolanos, Identidades Antagónicas.

35 AÑOS DEL ININCO: SU HISTORIA, VIGENCIA Y PROYECCIÓN
-UNA PERSPECTIVA DE LA INSTITUCIÓN DESDE LA ÓPTICA DE SUS DIRECTORES-

Autor: María Ossot – 2010.

Tutor: Gustavo Hernández

RESUMEN

Este trabajo de investigación pretende un acercamiento a la construcción de la historia del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela. Asimismo, mostrar de qué manera se define en su quehacer diario ante sus tres áreas de atención: investigación, docencia y extensión, así como en la organización de un tejido comunicacional y referencial que se nutre de las actividades de sus ocho líneas de investigación. El ININCO como investigador de las comunicaciones en Venezuela y en la Región, se proyecta como defensor de los derechos comunicacionales de la sociedad venezolana.

Palabras Clave: Investigación de la comunicación / ININCO/ derechos comunicacionales.

ESPACIO PÚBLICO Y COMUNICACIÓN: ESTUDIO SOBRE EL CONSUMO CULTURAL EN VENEZUELA

Autor: Juan Ernesto Velázquez – 2011.

Tutor: Gustavo Hernández

RESUMEN

Investigaciones han planteado cambios importantes en la dinámica de los espacios públicos para el consumo cultural. En dichos cambios la comunicación ha jugado un papel estelar en la conformación de referentes de consumo. A partir de este planteamiento se efectuó el siguiente trabajo, el cuál analizó el consumo cultural en los espacios públicos de Venezuela sobre la base de dos estudios realizados en 1997 y 2007. Este análisis se llevó a cabo desde la perspectiva teórica planteada por Pierre Bourdieu y García Canclini. El camino metodológico trazado para los objetivos de esta investigación fue inicialmente la revisión documental de estudios sobre el consumo cultural. Luego se realizó una exploración de datos cuantitativos y se diseñó un modelo de análisis, que permitiera entender los posibles cambios generados en la relación consumo cultural-espacio público y su impacto en el ámbito comunicacional.

Palabras Clave: consumo cultural, espacio público y privado, actividades culturales, campo cultural, habitus.

PRÁCTICAS MEDIÁTICAS Y DESARROLLO EN HAITÍ (2004-2010)

Autor: Dupenor Pierre Negaud – 2012.

Tutor: Mariela Torrealba.

RESUMEN

El desarrollo de Haití constituye una permanente preocupación tanto para las organizaciones nacionales de este país como para las internacionales. Son muchos los proyectos de desarrollo que han sido realizados durante las tres últimas décadas, particularmente durante el período comprendido entre 2004 y 2010. No obstante, Haití sigue siendo la nación más pobre de la región. Este trabajo tiene como principal objetivo diagnosticar los medios masivos de comunicación en Haití, en particular, los medios radiales, impresos y electrónicos, durante el periodo 2004-2010, para caracterizar sus aportes y definir cuál debería ser su papel en el proceso de cambio social y de desarrollo. Hace ya más de medio siglo que el desarrollo no se entiende sólo como un problema económico, sino fundamentalmente cultural, por lo que queremos conocer la capacidad de los medios de comunicación en Haití como disparadores del proceso de cambio social. Los supuestos teóricos de nuestro objeto de estudio se alimentan de los estudios y teorías del desarrollo y del papel de la comunicación para el cambio social, que cristaliza la línea de investigación Comunicación para el Desarrollo. En particular, y por las características de la nación caribeña, abordamos este estudio desde el paradigma de la modernización, partiendo del modelo difusionista. El diseño metodológico combina enfoques cuali-cuantitativos que incluyen la observación documental en línea y la entrevista; el cuestionario y algunas fichas de recuperación de información fueron especialmente diseñadas como instrumentos; recurrimos a estrategias de análisis que privilegian el de contenido. (243 palabras)

Palabras Clave: Medios de masas, Comunicación para el Desarrollo, Difusión de innovación y de conocimiento, Cambio social, Desarrollo, Haití.

**PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE DROGAS:
ESTUDIO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICACIÓN
EN EL ESTADO NUEVA ESPARTA**

Autor: Ana Arias – 2013.

Tutor: Joan Izaguirre

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo analizar las estrategias de comunicación e información de las políticas públicas para prevenir el consumo de drogas en el estado Nueva Esparta y apuntar desde la investigación realizada lineamientos efectivos que potencien el objetivo de las instituciones evaluadas. En el área general de la salud, lo referente a información, difusión y comunicación juega un papel preponderante, pues tratándose de un área eminentemente científica donde los adelantos y la investigación son generadores de calidad de vida, es fundamental que el conocimiento trascienda a todos los niveles de la sociedad. De allí que los gobiernos, a través de las instituciones rectoras de la salud han ido considerando dentro de sus políticas públicas, tácticas para la difusión y comunicación de su gestión. En Venezuela el Ministerio del Poder Popular para la Salud es el órgano rector del Sistema Público Nacional de Salud, correspondiéndole ejecutar políticas estratégicas para la promoción, prevención, vigilancia, control, regulación, rehabilitación y restitución efectiva y segura de la salud integral; sin embargo, entre sus programas no contempla uno dirigido a la droga, este fenómeno corresponde a otras instituciones dependientes o no de este. La drogadicción es un elemento de destrucción moral y social para el individuo, la familia y la sociedad, porque genera círculos viciosos, como deserción escolar, delincuencia juvenil y pobreza. De acuerdo a la Fundación Centro Insular de Prevención a las Adicciones (FUNDACIPA), en el estado Nueva Esparta el consumo de drogas se ha convertido en un factor de disociación escolar y un elemento clave para explicar la violencia intrafamiliar y el auge de la delincuencia en todas sus modalidades. De allí que este estudio ofrece un enfoque para las estrategias comunicacionales en políticas públicas para la prevención del consumo de drogas basado en el aprovechamiento apropiado de los medios de comunicación.

Palabras clave: políticas públicas, estrategia comunicacional, comunicación y salud, prevención, promoción de la salud, consumo de drogas.

PROPAGANDA POLÍTICA EN LA CAMPAÑA ELECTORAL LEGISLATIVA DE 2010. ANÁLISIS DESDE EL ENFOQUE GOEBBELIANO

Autor: Ana Karina Valverde - 2013

Tutor: Bernardino Herrera

RESUMEN

La política venezolana se rige bajo dos conceptos clave que indican cómo se manejan sus personalidades públicas. El primero de ellos, la campaña política, que consiste en un programa estratégico para lograr un objetivo electoral. El segundo concepto, la propaganda política, entendida como el acto de persuadir a favor de un proyecto político o ideológico. A partir de una primera observación, las campañas electorales en Venezuela se caracterizan por la abundancia de simbologías, colores, slogans y consignas, cuyo perfil coincide con el modelo de la propaganda propuesta por Joseph Goebbels durante la Alemania nazi. Partiendo de esta premisa, la autora se propone investigar la campaña legislativa del 2010 para la elección de diputados a la Asamblea Nacional, tomando como referencia a los partidos de oposición y partidos de oficialismo; analizada sobre estos conceptos (campaña electoral y propaganda política) desde el modelo goebbeliano. La investigación es una revisión documental de la prensa nacional (muestra de El Universal y Últimas Noticias) al que se le aplicará un primer análisis de contenido según el modelo propuesto por Teun Van Dijk en sus estudios acerca del discurso ideológico. La investigación busca demostrar si las estrategias discursivas utilizadas hoy en día en Venezuela mantiene relación comunicacional (vigencia y efectividad) con la aplicada en la Alemania Nazi.

Palabras Clave: Campaña Política, Propaganda Política, Análisis del Discurso, Joseph Goebbels.

IMAGINARIOS TURÍSTICOS
ESTUDIO SOBRE PERCEPCIONES Y REPRESENTACIONES TURÍSTICAS EN LA ISLA DE
MARGARITA

Autor: Gisela Bande Ramírez – 2013.

Tutor: Elsi Jiménez

RESUMEN

El turismo es un mecanismo de producción de identidades colectivas, y también, un instrumento de creación e indicación de imágenes sobre “el otro”. La construcción de la imagen de un destino turístico se hace por segmentación y cortes imaginarios de sus moradores y sus visitantes. Una especie de ciudad subjetiva conduce a un encuentro de especial afecto con el lugar: el destino vivido, interiorizado y proyectado por grupos sociales que lo habitan, lo conocen y que en sus relaciones de uso con la urbe no sólo lo recorren, sino lo interfieren, reconstruyéndolo como imagen urbana. Partiendo de la teoría de los imaginarios, esta investigación retoma, en primer lugar, sus diversas aportaciones. Enseguida, nos interrogamos sobre la relación entre imaginarios y turismo, descubriéndose su fuerte vinculación. Se agrega un arqueo de los diversos estudios existentes sobre imaginarios urbanos donde pueden percibirse tres líneas: una, dedicada a las prácticas; otra, centrada en las representaciones; y una tercera, que busca la articulación de las prácticas con la experiencia espacial y el espacio vivido. Todos estos temas pueden articularse con desarrollo de la actividad turística, y la interrelación social que la actividad implica. Este estudio se aplica a los imaginarios turísticos en las comunidades rurales, a evaluar las políticas gubernamentales hacia el sector, y al perfil cultural de los turistas. Todo en la isla de Margarita, cuyo turismo implica importante niveles de identidad local. Finalmente, se aspira proponer posibles políticas de comunicación con el propósito de consolidar la identidad turística en la Isla de Margarita.

Palabras clave: Imaginarios Turísticos, Percepciones Culturales, Representaciones Sociales, Identidad Turística, Isla de Margarita.

ESTEREOTIPOS DE HOMBRES HOMOSEXUALES EN EL CINE VENEZOLANO (1970-1999)

Autor: José Alirio Peña – 2013.

Tutor: Carlos Colina

RESUMEN

Conceptualizar la homosexualidad masculina implica una pluralidad de prácticas que no se restringe a lo sexual homogenital, no se descarta una pluralidad de posturas teóricas: la construcción discursiva, la performatividad, el esencialismo biologicista, el asimilacionismo, el diferencialismo, el homoerotismo, la epistemología del armario, la política anal... Este estudio se centró en el análisis de los estereotipos de hombres homosexuales en el cine venezolano del período 1970-1999, para ello se reformuló el concepto estereotipo a partir de la revisión de sus diferentes acepciones en las ciencias sociales, las ciencias del lenguaje y la teoría cinematográfica; delimitándose como una categoría integrada por: rasgos comunes, aspecto negativo, función positiva, peso narrativo y contexto. Se utilizó el análisis fílmico de cuatro niveles (identificación, escenas, dimensiones de los estereotipos, integración contextual) en una muestra de 22 películas, obteniéndose como resultados: a) la década del setenta muestra estereotipos de hombres homosexuales relacionados con el poder, la pobreza, la violencia, la prostitución o el ideal de un país inexistente: gay falofílico, chulo, marico de cárcel, locas, afeminado glamoroso paternal; b) la década del ochenta está plagada de estereotipos que convergen en torno a la delincuencia y violencia: gays normalizados o afeminados delincuentes, violador, marico de cárcel y gay edípico. No obstante, es la década donde el maduro intelectual y el joven libertino contiene un significativo peso narrativo como “nosotros”; c) la década del 90 presenta estereotipos muy divergentes unos de otros: gay culto enclosetado, macho coge maricos, osito colaborador, homoeróticos, héroe gay seropositivo.

Palabras claves: hombres homosexuales, cine venezolano, estereotipos.

LAS COMUNICACIONES INTEGRADAS DE VENEVISIÓN EN LA WEB

Autor: Karina Gómez – 2013.

Tutor: Carlos Colina

RESUMEN

El uso del Internet aumenta progresivamente, lo cual trae como consecuencia que medios de comunicación como radio, televisión y prensa publiquen sus contenidos en web, blogs, y redes sociales. ¿Por qué hay que optimizar las comunicaciones integradas de Venevisión mediante soportes tecnológicos? Y ¿qué papel cumplen éstos en las comunicaciones integradas de dicha empresa? Son las preguntas que se responderán con la investigación. Este trabajo tiene como principal objetivo analizar las comunicaciones integradas de Venevisión mediante tecnologías, ya que éste es un tema inédito en el cual dicho objeto de estudio no ha sido suficientemente estudiado. Con la finalidad de conocer el papel que éstas cumplen en esa empresa y establecer recomendaciones para optimizarlas. Para ello se tomarán en cuenta los siguientes conceptos: Comunicación Integrada, Comunicación Organizacional, Comunicación Institucional, Comunicación Mercadológica, Comunicación Interna y Comunicación Administrativa. El diseño metodológico es descriptivo y documental, en aras de conocer, específicamente, los mensajes publicados en la página web de Venevisión. Los instrumentos de recolección de datos serán la entrevista semiestructurada no estandarizada y se realizará un análisis de contenido cualitativo. Los resultados evidenciaron que existe un gran interés de dicha organización por transmitir la programación a la audiencia según sus objetivos empresariales, independientemente de las ventajas y desventajas presentes en www.venevision.net.

Palabras clave: Comunicación integrada, Internet, página web, televisión abierta, Venezuela.

DERECHO A LA INFORMACIÓN Y ACCESO AL CONOCIMIENTO EN LA RED DE BIBLIOTECAS DE LA FHE-UCV

Autor: María Andreina Castellano – 2013.

Tutor: Elsi Jiménez

RESUMEN

Se estudiará el derecho a la información y acceso al conocimiento en la red de Bibliotecas de la Facultad de Humanidades y Educación (FHE) de la Universidad Central de Venezuela (UCV). La importancia de la investigación viene dada por los ciudadanos, ellos tienen la potestad de recibir y acceder a la información, de ser informado y buscar libremente cualquier información que desee obtener. De igual forma, esta investigación contribuye a solicitar el mejoramiento de los servicios bibliotecarios que se ofrecen. La metodología utilizada es de campo, no experimental transversal, pues se desea conocer y medir los hábitos que tienen un conjunto de personas al utilizar un espacio público, como es la biblioteca. Se aplicaron instrumentos a los usuarios y directores, con preguntas de respuestas abiertas y cerradas, de selección simple, así como preguntas abiertas para información sociodemográfica. Esto arrojó que las Bibliotecas cumplen sus funciones, a pesar de las carencias que tienen, como la falta de material actualizado, de computadoras en buen estado, de personal calificado y falta de presupuesto, por resguardar los documentos que son de uso permanente por parte de las generaciones de profesores y estudiantes. Si estas deficiencias se logran superar, se podría dar un servicio óptimo al usuario, en un espacio físico acorde a sus necesidades, de esta manera, ofrecer al público el acceso a la información que merecen y que les corresponde por ley.

Palabras Clave: Derecho a la información, Acceso al conocimiento, Política pública de información, Ética, Red de Bibliotecas Facultad de Humanidades y Educación.

ESTÉTICA DIGITAL Y COMUNICACIÓN

HACIA UNA DEFINICIÓN DE CIBERESTÉTICA Y SU RELACIÓN CON LA COMUNICACIÓN Y LA MULTIMEDIA DIGITAL

Autor: Alejandro Terenzani – 2014.

Tutor: Moraima Guanipa

RESUMEN

En este trabajo está planteada la relevancia de la estética contemporánea digital aplicada en la comunicación y el proceso de su evolución en la sociedad como factor ineludible en la comprensión de los mensajes que hoy se crean y circulan. Asimismo se analiza lo que se definirá como “ciberestética”, que es un hecho cultural, filosófico y perceptivo que afecta el desarrollo histórico y teórico del proceso de comunicación colectiva en las distintas sociedades y las diversas manifestaciones culturales contemporáneas ligadas al ciberespacio. Para ello se estudia la comunicación multimedia en la actualidad, dentro del campo de la tecnología digital. Se entiende igualmente el uso de la herramienta tecnológica en función del proceso de diseño y composición de los distintos productos mediáticos. El manejo de la imagen en la actualidad y su influencia en la percepción y en el proceso de la visión contemporánea, así como la importancia del formato digital en el diseño del mensaje y su comunicación. Se busca comprender cómo la tecnología digital ha influido en la construcción del discurso visual-audiovisual, aplicando los fundamentos de la visión y los principios de la teoría de la percepción en la elaboración de los mensajes multi-sensoriales y su comunicación mediante nuevas tecnologías digitales. Para ello se abordan distintos conceptos y definiciones de estética, así como de comunicación. Para delimitar una estética digital se aplica una metodología de análisis que se fundamenta en las propuestas de autores como Etienne Souriau (1965) y Max Bense (1976). Finalmente una vez entendido el concepto de estética digital, se aplica a los elementos que constituyen la interfaz en comunicación multimedia para definir sus características y las condiciones que la hacen un fenómeno del mundo tecnológico que conforma un sistema cultural y social propio de este siglo.

Palabras clave: Estética, comunicación, interfaz, multimedia, digitalismo.

CABILDEO POLÍTICO Y MEDIOS IMPRESOS. ESTUDIO DE LA PARTICIPACIÓN DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN EL REFERÉNDUM 2009

Autor: Glenny Sangil – 2014.

Tutor: Andrés Cañizalez

RESUMEN

La presente investigación versa sobre los procesos de *cabildeo político externo*, realizada por los estudiantes universitarios en Venezuela durante el Referéndum 2009. En este sentido, resulta de interés analizar cómo se constituyó sociopolíticamente la *agenda setting* de tres diarios nacionales, durante este escenario político. Asimismo, se va a comparar los datos que arrojen cada medio e identificar que tipos de preceptos sociopolíticos se encuentran relacionados con un grupo social determinado al momento de construir la noticia. La investigación se enmarca dentro del área de la Comunicación Política. Los referentes conceptuales a utilizar en el presente estudio son la *Agenda Setting* y el *Cabildeo Político*, los cuales permitirán precisar aspectos relevantes para el análisis como lo son el contexto, el efecto y los elementos sociales e ideológicos que influyeron en la construcción de las noticias. El propósito de este estudio se concentra en presentar un análisis de contenido que permita destacar qué cosas se dicen sobre los procesos de cabildeo político de los estudiantes universitarios y cuáles son los temas que abarcan las agendas de los medios seleccionados. Esto permitirá conocer el comportamiento informativo de los medios. En términos metodológicos se propone una investigación de tipo documental y descriptiva, abordada bajo los enfoques cuantitativos y cualitativos. La muestra está constituida por las noticias de tres diarios de circulación nacional: *El Universal*, *Vea* y *Ultimas Noticias*. El período de estudio o recolección de los datos comprende desde el 1 de diciembre de 2008 hasta el 17 de febrero de 2009. Los resultados obtenidos dan fe de la existencia de una correspondencia directa y proporcional entre la política editorial del medio de comunicación y el tratamiento o construcción informativa, en el que se definen dos grupos sociales específicos como lo son: el oficialismo y la oposición. En este sentido, las informaciones periodísticas están orientadas a la construcción de temáticas específicas, que se fundamenta en la identificación de los actores y en la evaluación de sus acciones, propósitos, valores y propuestas con respecto a la de otros grupos. También, se evidenció una variación en los modos de construcción y uso de las noticias. De promover información se ha pasado a promover identificación. El discurso periodístico está instrumentalizado para la configuración de entidades antagónicas, mediante prácticas discursivas polarizadas que dan paso a la instauración del conflicto. Igualmente, se determinó que los actores o líderes estudiantiles buscan influir ampliamente en alguna tendencia política u opinión, a través del terreno de las ideas. Su participación política está determinada por un número de interés, objetivos y recursos que definen su rol político en la sociedad y en los medios de comunicación.

Palabras claves: Comunicación política, *agenda setting*, *cabildeo político externo*, enmienda constitucional, *framing*, movimiento estudiantil, referéndum

ADOLESCENTES Y PANTALLAS. USOS DE LA TECNOLOGÍA DESDE LA METÁFORA DE NATIVOS DIGITALES

Autor: Ibrahim Mena - 2014

Tutor: Morella Alvarado Miquilena

RESUMEN

Nos encontramos ante un fenómeno tecnológico sin precedentes. Los medios interactivos han aumentado su popularidad como nunca antes y han generado un cambio de vida en la sociedad. Marc Prensky (2001) sostiene que quienes han nacido y crecido bajo la influencia de éstos, piensan y actúan diferente. Procesan la información, leen e interactúan con otros de forma distinta. Por otro lado, estudios recientes demuestran que el empleo de herramientas tecnológicas a través del *Mobile Learning*, promueve el desarrollo de habilidades cognitivas. A partir de esto, la presente investigación, persigue analizar los usos que dan un grupo de jóvenes seleccionado a las diversas pantallas con las que interactúan. El trabajo se apoya en los postulados que construyen a la metáfora *Nativos e Inmigrantes Digitales* y las teorías constructivistas del aprendizaje. Se sustenta en un diseño metodológico cuali-cuantitativo que abarcó cuatro fases: 1) una revisión documental; 2) aplicación de un cuestionario online; 3) realización de entrevistas y 4) análisis de los resultados. Con esto, se estudian las competencias que han adquirido este grupo de jóvenes a consecuencia de los usos de las pantallas y se ahonda en lo que sucede con sus relaciones sociales. Los resultados de la investigación presentan preferencias por cuatro tipos de pantallas: Internet, televisor, celular y videojuegos y sirven para mostrar algunas de las expectativas que poseen en cuanto al uso de las TIC's en el aula. Finalmente como aporte, se presenta una propuesta para el aprovechamiento de las TIC's como recurso de aprendizaje.

Palabras clave: Aprendizaje significativo, Control parental, Mediación escolar, Nativos digitales, *Mobile Learning*, Pantallas.

LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN EL INSTITUTO DE CAPACITACIÓN DE LA CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA

Autor: Luimar Rodríguez – 2014.

Tutor: Elsi Jiménez

RESUMEN

Este trabajo analiza la gestión del conocimiento en los centros de investigación y desarrollo del Instituto de Altos Estudios de Control Fiscal y Auditoría de Estado Fundación “Gumersindo Torres” COFAE, adscrito a la Contraloría General de la República. Estudia cómo se realiza el aprendizaje organizacional de los centros de investigación y desarrollo, para conocer la estructura organizacional, la cultura, la comunicación y los sistemas de información, así como el desarrollo del capital humano para identificar las competencias, la motivación e incentivos, la creatividad y el liderazgo, y describir las actividades de gestión del conocimiento para aprender cómo se realiza la adquisición, selección, producción, asimilación y socialización del conocimiento, además de la generación de valor relacionada con la investigación, desarrollo e innovación, información de procesos y productos, transferencias de tecnología, gestión financiera, interacción con los participantes e indicadores de capital intelectual. En los centros de investigación y desarrollo que se estudiaron en esta investigación se generan los productos y/o servicios de índole educativa que permiten el desarrollo de competencias profesionales en control y auditoría de Estado de los funcionarios que integran el Sistema Nacional de Control Fiscal y otros entes del sector público y privado. Con la finalidad de desarrollar el tema se seleccionaron los aportes teóricos de Senge (1998), Davenport y Prusak (1998) y Nonaka y Takeushi (1995). Con este sustento teórico se presenta un modelo de gestión del conocimiento adaptado a los requerimientos específicos del Instituto de capacitación especializado en control fiscal y auditoría de Estado ubicado dentro de la gerencia pública venezolana.

Palabras clave: Gestión del Conocimiento, Conocimiento, Aprendizaje Organizacional, Capital Humano, Modelos de Gestión del conocimiento, Capital intelectual, Centros de Investigación y Desarrollo.

DESDE MI CORAZÓN:
**HUGO RAFAEL CHÁVEZ FRÍAS Y LA PROPAGANDA GUBERNAMENTAL EN CUATRO
MEDIOS IMPRESOS (CAMPAÑA PRESIDENCIAL - VENEZUELA 2013)**

Autor: Rebeca Briceño – 2014.

Tutor: Morella Alvarado Miquilena.

RESUMEN

Las elecciones presidenciales 2013 se posicionaron como una de las más importantes de la historia reciente del país. Las mismas marcaron una nueva etapa en la política venezolana, el llamado “chavismo sin Chávez”. Dichas elecciones poseen dos elementos diferenciadores a otras: se convocaron debido a la falta absoluta del presidente electo y fue la campaña electoral más corta de la historia reciente del país. El problema del que parte esta investigación es de tipo metodológico, pues hasta ahora no se han realizado estudios que analicen los tratamientos dados a la figura del fallecido presidente Hugo Chávez, en los medios impresos, a partir del análisis de la propaganda. En esta investigación se analizó tanto el uso de la imagen de Hugo Chávez, como las menciones textuales que hacen referencia a él, en antetítulos, títulos y subtítulos, en cuatro medios impresos de circulación nacional: *Correo del Orinoco*, *El Nacional*, *El Universal* y *Últimas Noticias* en la campaña electoral presidencial de Venezuela 2013. A partir de un diseño de tipo documental-explicativo y basado en los postulados y principales enfoques de la comunicación política, se identificaron tanto el modelo, como las técnicas de propaganda utilizadas por el oficialismo. Se utilizó un enfoque cuali-cuantitativo y como técnica se empleó el análisis de contenido. Se determinó que se impulsó la imagen del Presidente Chávez como un candidato, aunque ya había fallecido, más intensamente que en oportunidades anteriores. A ello se suma una mitificación de su persona a través del culto a la personalidad exacerbado, enfatizando la propaganda dirigida a las emociones. Ello a través del uso de estrategias enmarcados en el modelo de marketing político y con el uso de técnicas del modelo propagandístico totalitario; financiado por los recursos del Estado y lo cual impulsó la candidatura de Nicolás Maduro.

Palabras claves: Análisis de contenido, Comunicación Política, elecciones, Imagen, Medios Impresos, Propaganda.

LAS COMUNICACIONES INTEGRADAS EN LA WEB DE TELEVEN

Autor: Isana Pérez – 2014.

Tutor: Carlos Colina

RESUMEN

Las comunicaciones se han introducido en muchas de las formas de la actividad humana, debido a que la mutua dependencia de los individuos por estar informados, ha fomentado una intensa actividad comunicativa en la humanidad a través del tiempo. Con la presente investigación se quiere responder a las siguientes interrogantes: ¿cómo se manejan las comunicaciones integradas de marketing en la página web de Televen? Y ¿cómo se pueden optimizar las comunicaciones integradas de marketing de dicha empresa? Este estudio tiene como objetivo analizar las comunicaciones integradas de marketing en la web de Televen a través de la metodología cualitativa, descriptiva, analítica y documental con el uso de técnicas como la entrevista semi estructurada y el análisis de contenido cualitativo de www.televen.com. Las teorías que se utilizaron son: Comunicación Organizacional, Comunicación Institucional, Comunicaciones Integradas de Marketing, Marketing, Relaciones Públicas, Identidad e Imagen Corporativa. Se trata de determinar las debilidades y fortalezas de dicha televisora y aportar las soluciones necesarias para su óptimo funcionamiento, además de constituir un aporte académico en las universidades nacionales.

Palabras clave: Comunicaciones integradas de marketing, web, televisión de señal abierta, Publicidad.

ACTOS DE HABLA: LA DIMENSION VIOLENTA DEL DISCURSO DEL PRESIDENTE CHAVEZ DURANTE EL AÑO 2010

Autor: Azalea Liscano – 2015.

Tutor: Pável Sidorenko Baustista

RESUMEN

Cuando se utiliza el término *discurso*, este se aplica para calificar a una forma de utilización del lenguaje, al lenguaje oral, o a un discurso, propiamente dicho público, de una manera más general, pero así mismo se encuentra referido a un suceso de comunicación que incorpora aspectos funcionales expresivos de ideas y creencias, que en sí mismas son parte de procesos mucho más complejos, indicativos de un reflejo de situaciones sociales concretas, en las cuales las personas se ven reflejadas como ciudadanos. Son *actos de habla*. Es en este sentido que el presente estudio se plantea como propósito general, evaluar los *actos de habla* que inciten a la violencia en el discurso del Presidente Hugo Rafael Chávez Frías durante el año 2010. Asimismo, esta investigación se concibió bajo un enfoque *cualitativo* de tipo *descriptivo* y siguiendo una estrategia de desarrollo *documental*. La población de la investigación quedó conformada por catorce (14) emisiones del programa de televisión *Aló Presidente* correspondientes al año 2010. La muestra, constituida por cuatro (04) emisiones que representan el 30% de la población total, fue tomada mediante la técnica estadística del *muestreo no probabilístico* con sorteo al azar, resultando escogidas para su posterior análisis las emisiones N° 347, 353, 358 y 362. La técnica de recolección de datos empleada fue la revisión documental, instrumentada a través de matrices de análisis y de categorías. Finalmente se concluyó que efectivamente se encontraron elementos indicativos de violencia y agresión en diferentes *actos de habla* los cuales, en función de su valor *ilocutivo*, se presentan en diversidad de clasificación que demuestran un amplio uso de estos en el proceso discursivo del sujeto analizado. Así, Chávez utilizó sin discriminación de ocasión o temporalidad, *actos de habla* judicativos, actos ejercitativos, actos compromisarios, actos comportativos y actos expositivos.

Palabras clave: Actos de habla, comunicación, discurso, discurso político, violencia.

VENEZUELA Y COLOMBIA EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. BALANCE Y PERSPECTIVAS DEL PERÍODO (2000-2012)

Autor: Daniel Córdova Zerpa - 2015

Tutor: Bernardino Herrera

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo principal comparar cómo ha sido la transición de Venezuela y Colombia hacia el paradigma de la Sociedad de la Información, durante el período 2000-2012, utilizando los parámetros fijados por la Organización de Naciones Unidas (ONU) y la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), a fin de ofrecer un balance de los logros, perspectivas y tareas pendientes en este ámbito, vital por los desafíos que plantea la revolución científico tecnológica de la era digital en la actualidad. Se pasa revista a las políticas públicas para facilitar la conectividad y el acceso a la Internet, así como a los avances alcanzados en materia de gobierno electrónico, comercio electrónico y educación digital. Este trabajo se ubica en la línea de investigación Tecnologías de la Información y Comunicación, Sociedad y Cultura. Como fundamento teórico adoptamos los lineamientos desarrollados por la UIT (2003-2005-2007) y la CEPAL (2003). Para la crítica al modelo nos apoyamos en los estudios del subdesarrollo de Córdova (1984). En cuanto al diseño metodológico, esta investigación es documental y de campo y se propone actualizar datos, sistematizar información y refutar teorías, desde una perspectiva crítico racional.

Palabras clave: Sociedad de la Información y el Conocimiento, TIC, políticas públicas, brecha digital.

FÚTBOL VENEZOLANO E IDENTIDAD CULTURAL EL ÉXITO COMUNICACIONAL DE LA VINOTINTO

Autor: Dayana Romero – 2015.

Tutor: Bernardino Herrera

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación es estudiar la experiencia comunicacional de la Selección de Fútbol de Venezuela, La Vinotinto, y su relación con la identidad cultural desde la perspectiva de su desempeño (exitoso o no exitoso). Asimismo, se estudiará la campaña comunicacional que ha rodeado a la selección en los últimos 14 años y se analizará el impacto que genera de acuerdo con testimonios de expertos y protagonistas vinculados a campañas comunicacionales e identidad cultural.

Palabras claves: Identidad cultural, consumo cultural, campaña comunicacional, campaña de medios, campaña publicitaria, audiencias.

CONSUMO CULTURAL Y COMUNICACIONAL DE GRUPOS SOCIALES JUVENILES UNIVERSITARIOS EN CARACAS

Autor: Germania Castro - 2015

Tutor: Bernardino Herrera

RESUMEN

En la presente investigación se analiza a través de encuestas y entrevistas No estructuradas, el acceso al consumo cultural y comunicacional de los grupos sociales juveniles universitarios en la ciudad de Caracas, específicamente a los estudiantes de las escuelas de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (UCV) y de la Universidad Bolivariana de Venezuela (UBV). Asimismo, se estudia a que tienen acceso estos jóvenes y si tienen algún tipo de obstáculo para acceder al consumo cultural y comunicacional. De igual forma, se conocerá las diversas actividades que realizan en el tiempo libre mientras cursan estudios universitarios. También se investigó si los jóvenes pertenecen a un grupo social, así como sus hábitos culturales. La participación de estos individuos cuenta con una parte importante de esta investigación, ya que es de interés conocer cuáles son las directrices y acciones de la juventud caraqueña.

Palabras Claves: movimientos, jóvenes, participación, cultura, sociedad, acceso, consumo, comunicación.

EL CONCEPTO DE INDUSTRIAS CULTURALES. ANÁLISIS DE SU EVOLUCIÓN: DE LA SOCIEDAD INDUSTRIAL A LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

Autor: Isabel Blanco - 2015

Tutor: Bernardino Herrera

RESUMEN

Desde que fuera acuñado por Teodoro Adorno y Max Horkheimer, en el ensayo *Dialéctica del Iluminismo* (1944), hasta las actuales teorías de la comunicación y las ciencias sociales, el concepto de industria cultural ha evolucionado hacia diferentes acepciones y aplicaciones. Este trabajo estudia esa evolución hasta analizar el estado actual de su uso, en tanto se trata de una categoría tomada en cuenta por las teorías de la comunicación conocidas. Este análisis se apoya en un modelo de tres líneas históricas desarrolladas en seis capítulos: Los dos primeros abordan la aparición en el período comprendido entre las dos guerras mundiales, a través del ejercicio teórico de la Escuela de Fráncfort; los capítulos III y IV analizan las diferentes aplicaciones que se esforzaron por constituir una perspectiva latinoamericana, entre los años 60 y 90 del siglo XX y los capítulos V y VI hacen un inventario de las diversas perspectivas contenidas en el enfoque de la sociedad del conocimiento, con énfasis en América Latina. Para llevar a cabo este trabajo, se procedió a una revisión hermenéutica exhaustiva y de carácter histórico, toda vez que la evolución de dicho concepto atraviesa diferentes coyunturas históricas que impactaron su significado.

Palabras Claves: Industria cultural, consumo cultural, sociedad de masas, sociedad del conocimiento.

VENEZUELA: UNA VISIÓN ESTRATÉGICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL

Autor: Jessybel Clemente Torres - 2015

Tutor: Carlos Guzmán

RESUMEN

Este trabajo de investigación tiene como propósito formular lineamientos estratégicos para la elaboración de políticas culturales para el fomento del Turismo Cultural en Venezuela, a partir del análisis de las políticas públicas formuladas por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo y el Ministerio del Poder Popular para la Cultura, durante el período 2005-2014. Se toma como punto de partida el año 2005, dada la creación del Ministerio de Turismo (MINTUR). Para ello, se revisarán perspectivas teóricas en el contexto iberoamericano y, específicamente el venezolano, basado en el enfoque sobre *el Turismo como Industria Cultural* de Lluís Bonet y la visión de *la Cultura como Recurso* de George Yúdice. La investigación será de tipo analítica con enfoque cualitativo, fundamentándose en el método hermenéutico que se basa en la comprensión de un acontecimiento u objeto, considerando a su vez, el arqueo biblio-hemerográfico, la técnica de la entrevista a profundidad, permitiendo obtener resultados de diferentes especialistas en el área y, a su vez, de fuentes primarias y secundarias especializadas para la aplicación de una matriz FODA a la cadena de valor del Turismo Cultural en Venezuela; obteniendo así, una mirada comprensiva del fenómeno a estudiar, debido a que en Venezuela existe aparentemente, dificultades para implementar y afianzarse en políticas culturales, donde es preciso ahondar qué es una política cultural para nuestro modelo de desarrollo, hacia a donde apuntan, qué lineamientos culturales se han aproximado al fomento de esta oferta turística y qué tan cerca o lejos estamos de hacerlo. Así mismo, analizar las potencialidades de la industria del Turismo Cultural a través de su cadena de valor, como una visión de desarrollo cultural y económico. Este trabajo de investigación, está directamente ligada a la maestría en Gestión y Políticas Culturales de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela y, se concentra en la línea de investigación de Políticas Culturales y de la Comunicación y Economía de la Cultura.

Palabras Claves: Turismo, Cultura, Política Cultural, gestión cultural, economía de la cultura, Política Pública, Turismo como industria cultural y Turismo Cultural en Venezuela.

VIOLENCIA MEDIÁTICA Y SIMBÓLICA EN EL CONTEXTO DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER: ANÁLISIS DE LA LEGISLACIÓN VENEZOLANA

Autor: Luisa Kislinger - 2015

Tutor: Morelba Jiménez

RESUMEN

La Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a Vivir una Vida Libre de Violencia fue aprobada en el año 2007 por la Asamblea Nacional de Venezuela. Se trató de la primera ley de segunda generación en materia de violencia contra la mujer aprobada en toda la región de América Latina y el Caribe. Fue, además, la primera en incluir las nociones de violencia mediática y violencia simbólica contra la mujer como modalidades de esta problemática. Se trata de un paso de gran importancia puesto que enmarca los esfuerzos dirigidos a modificar los contenidos discriminatorios de las mujeres en los medios de comunicación. En ese contexto, la presente investigación se propuso como objetivo general contribuir a los esfuerzos por difundir e implementar la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, particularmente en lo relativo a la violencia mediática y la violencia simbólica. Igualmente, se planteó ampliar la comprensión de éstos dos tipos de violencia en el contexto general de la violencia contra la mujer, y demostrar la importancia de su adopción. Este trabajo es de carácter documental, analítico-demostrativo, abarcando materiales bibliográficos y hemerográficos relacionados con la temática de violencia mediática y violencia simbólica, la libertad de expresión y el derecho a la no-discriminación, que luego fueron relacionados con el contexto general de la violencia contra la mujer. También fueron consultadas leyes y jurisprudencia local y extranjera relacionada con la materia. La violencia contra la mujer es una problemática social compleja en la que se conjugan diversos factores, incluyendo el entorno cultural liderado por los medios de comunicación. A través de sus distintos contenidos, los medios contribuyen a reforzar convenciones y normas sociales correspondientes al sistema patriarcal dominante sobre el cual se sustentan las relaciones desiguales de poder entre hombres y mujeres. Las mujeres suelen ser representadas de manera sesgada, a través de estereotipos que dan por natural su desempeño en ciertos roles sociales tales como ama de casa, cuidadora, compradora compulsiva, madre, entre otros.. Sin embargo, se requiere abogar y velar por la debida aplicación de los artículos sobre violencia mediática y violencia simbólica en favor de las mujeres, y no como herramientas de censura o de presión política. A pesar de haber transcurrido 7 años desde la aprobación de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, son pocas las acciones que se han emprendido para la aplicación de los artículos sobre violencia mediática y violencia simbólica. Más importante aún, no existen políticas públicas ni programas en esa esfera. Ha sido muy poco lo que se ha escrito y/o investigado sobre ambas modalidades de violencia, al tiempo que las universidades – públicas y privadas – no poseen la temática de mujer y comunicación como línea de investigación. El trabajo con todas/os los actores y entes involucrados en el quehacer comunicacional en relación con las representaciones de las mujeres sigue siendo una tarea pendiente.

Palabras Clave: Mujeres y comunicación, Violencia Mediática, Violencia Simbólica, Libertad de Expresión, Género, Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, Violencia contra la Mujer, Venezuela, Derecho a la No, Discriminación por Razones de Sexo.

LA EDUCOMUNICACIÓN EN EL SISTEMA DE ORQUESTAS Y COROS JUVENILES DE VENEZUELA. NÚCLEO LA RINCONADA

Autor: María Canelones - 2015

Tutor: Johanna Pérez Daza

RESUMEN

El presente estudio se encuentra enmarcado dentro de una investigación de enfoque cualitativo y diseño de campo de tipo documental cuyo objetivo general está orientado a elaborar un manual educacional para la formación en valores humanos y pedagogía musical a docentes del Sistema de Orquestas Venezolano, Núcleo La Rinconada, debido a que en ese contexto social se visualiza como problema que niños, niñas y adolescentes son vulnerables a situaciones desfavorables como drogadicción, delincuencia, embarazo a temprana edad por la carencia de orientación y ocupación adecuadas. Como muestra se seleccionan al azar simple cinco (5) docentes, cinco (5) representantes y 12 estudiantes entre niños, niñas y adolescentes quienes serán los informantes clave. Como técnica se emplea la observación directa y como instrumento tres (3) guías de entrevistas formales de cinco (5) preguntas cada una para ser utilizada con docentes, estudiantes y representantes. En este ámbito, se orienta la formación axiológica en el ser humano utilizando como medio fundamental la música y el descubrimiento del talento artístico en la población infanto juvenil para crear en ellos factores condicionantes hacia un futuro promisor, lejos de los problemas sociales comunes en las barriadas caraqueñas, por lo tanto, allí se les enseña, además de sentir la música, a comunicarse con otros de manera correcta, basándose en el respeto, la tolerancia, convivencia y trabajo en equipo como una visión alentadora para las generaciones de relevo que la patria requiere.

Palabras Clave: Educomunicación, Pedagogía Musical, Educación en Valores, Mediación y Comunicación.

**COLECTIVOS MUSICALES:
LA PRODUCCIÓN CULTURAL URBANA DESDE LA EXPERIENCIA DE LA PARROQUIA
CARICUAO**

Autor: Nelson Rojas - 2015

Tutor: Bernardino Herrera

RESUMEN

Esta Tesis de Maestría, está basada en una investigación de las agrupaciones y colectivos musicales de parroquia Caricuao, de la ciudad de Caracas, donde se muestra la riqueza en expresiones culturales y musical, la cual que denominamos *colectivos musicales urbanos*. En este documento de más de 250 páginas analizamos procesos y experiencias de estos movimientos musicales urbanos en Caricuao, las políticas culturales del Estado en el impulso, gestión y sostenimiento de *Los colectivos musicales urbanos*. Es una exploración de campo, que aplica la Investigación Acción Participante I.A.P., estudios etnográficos, bibliográficos y análisis de contenidos, con enfoques cualitativos e interpretativos. El eje central de esta investigación es la producción cultural, musical y creativa, parte del perfil cultural urbano, que analiza logros y dificultades de estos *colectivos*, sus historias y aportes a la dinámica de la gestión cultural parroquial y de la ciudad, sistematizadas en las experiencias de colectivos musicales urbanos de Caricuao, como propuestas de producción y gestión cultural. Esta investigación palpa de primera fila en los escenarios de la cultura de Caricuao, experiencias y aportes que valoran trayectorias, orígenes, formación, estructura organizativa y desarrollo, que servirán como herramienta, estratégica para la gestión de la cultura, vista desde los grupos y colectivos.

Palabras Clave: Colectivos musicales, Gestión y políticas culturales, Música urbana, Cosmogonía urbana, Diversidad cultural, Transdisciplinariedad, Deterritorialización.

MEDIACIÓN FAMILIAR Y USO DE VIDEOJUEGOS EN NIÑOS Y NIÑAS DE CUARTO GRADO DE EDUCACIÓN BÁSICA

Autor: Yasmilé Amarista – 2015.

Tutor: Katerina Barrios

RESUMEN

Los cambios que surgen a partir del desarrollo de las tecnologías, se determinan por sus usos y sus alcances, logrando así concebir un nuevo modelo de comunicación para los diversos sectores sociales. Dentro de sus usos, como fuentes de entretenimiento se han generado diversas posturas e interpretaciones, siendo éstas contradictorias, complejas y multivariadas. La familia, la escuela, la comunidad y los medios de comunicación, se consideran como medios que facilitan las mediaciones que configuran la interacción. En esta Investigación se realiza un análisis de la mediación del núcleo familiar y el uso de los videojuegos por parte de niños y niñas de cuarto grado de dos instituciones de educación básica ubicadas en la Parroquia Caricuao del Municipio Libertador del Distrito Capital de la República Bolivariana de Venezuela. Los hallazgos obtenidos giran en torno a los tipos de interacción familiar con el uso de videojuegos. Se utilizó el modelo metodológico cualitativo de tipo exploratorio; el nivel de la investigación es descriptivo. Como instrumento de recolección de información se utilizó el cuestionario mixto. Se considera básica la presencia y de los miembros del hogar y la comunicación cercana sobre el uso de videojuegos en niños y niñas, para de esta manera definir alcances positivos en el tipo de mediación ejercida con relación a esta actividad en el hogar.

Palabras Clave: mediación familiar, videojuegos electrónicos, interacción, cotidianidad.

PROPUESTA DE UN MODELO TEÓRICO-METODOLÓGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA EMPRESAS VENEZOLANAS. CASO CORPORACIÓN SYBVEN

Autor: María Eugenia Hernández - 2015

Tutor: Ivory Mogollón

RESUMEN

La comunicación organizacional se ha transformado con el transcurrir del tiempo. El desarrollo de las Tecnologías de Información y de la Comunicación-TIC, la globalización y el surgimiento de nuevos medios sociales, han impactado la forma cómo las empresas deben comunicarse hacia lo interno y externo, de acuerdo a las nuevas tendencias y demandas de un entorno cada vez más complejo, por tanto se hace necesaria una reflexión sobre los procesos involucrados en la comunicación organizacional, con la finalidad de definir estrategias que estén alineadas y contribuyan al logro de los objetivos estratégicos de la organización. El propósito del presente estudio fue proponer un modelo teórico-metodológico de comunicación organizacional para empresas venezolanas. Caso: Corporación Sybven, como alternativa que buscó explorar e identificar prácticas de comunicación, a partir de una situación real. Para lograrlo se realizó un diagnóstico que permitió analizar las prácticas comunicacionales en la corporación, posteriormente se contrastó con la teoría y las mejores prácticas comunicacionales, lo que permitió diseñar la propuesta de un modelo que provee un aporte para el mejoramiento y optimización de sus procesos de comunicación, desde el pensamiento sistémico, la estrategia y la gestión. Los supuestos teóricos que enmarcaron el presente estudio estuvieron conformados por investigaciones y modelos comunicacionales que sitúan a la empresa como un ente sistémico, dinámico y en constante interacción con su entorno. Se realizó una investigación de campo, diseño no experimental, con niveles exploratorio y descriptivo, se diseñaron como instrumentos para la recolección de datos dos entrevistas semi-estructuradas que se aplicaron a personas clave y expertos del área comunicacional para su correspondiente validación. Posteriormente se diseñó la propuesta.

Palabras Clave: Comunicación Organizacional, Comunicación interna, Comunicación externa, Pensamiento sistémico, Procesos de comunicación, Gestión estratégica, Desarrollo Organizacional.

ESTÉTICA DEL VIDEOCLIP Y NARRATIVA DEL CINE LATINOAMERICANO CONTEMPORÁNEO

Autor: Erick García - 2015

Tutor: Morella Alvarado

RESUMEN

El videoclip se ha transformado, desde la década de los 80, en uno de los formatos audiovisuales más atractivos de la industria cultural contemporánea, su originalidad narrativa lo ha convertido en un género digno de análisis. Diversos estudios han demostrado, no sólo la identidad propia y única que tiene el videoclip sino la capacidad que tiene de influir en otros formatos y/o géneros cinematográficos y audiovisuales en general. Desde esta perspectiva, la investigación aquí plasmada, tuvo como objetivo analizar la influencia de la estética del videoclip en la narrativa del cine latinoamericano contemporáneo. Esto, a través del análisis de tres películas: *Amores Perros* (2000), *Ciudad de Dios* (2002) y *Secuestro Express* (2005). Dicho estudio se concibió como una investigación documental, bajo la mirada metodológica de los enfoques cualitativos. Esto nos permitió, a partir del método hermenéutico, crear un modelo propio, el cual se presenta como un modelo para el análisis de contenido audiovisual de naturaleza cualitativa. Sin duda, la investigación aquí planteada es un significativo aporte para la línea de investigación que desarrolla el ININCO-UCV “*Estética de la Comunicación*”, puesto que el mismo permite despejar algunas dudas sobre los cambios estilísticos y narrativos presentes en el cine latinoamericano contemporáneo.

Palabras clave: Cine latinoamericano, estética, narrativa y videoclip.

IMÁGENES DE LA MUJER Y VISIONES DE MUNDO EN LA TELENVELA *VOLTEA PA´ QUE TE ENAMORES*

Autor: Verónica Fuenmayor - 2016

Tutor: Morella Alvarado

RESUMEN

Uno de los productos televisivos más estudiados es la telenovela, especialmente como género representativo de Latinoamérica, y uno de los tópicos abordados en esos estudios alude a cómo a través de sus contenidos se reproducen y promueven en las audiencias representaciones sociales en torno a la pareja, la familia y las relaciones de género, entre otras. En vista de ello, la presente investigación busca analizar las distintas concepciones de imagen de la mujer presentes en la telenovela “*Voltea pa´ que te enamores*”, transmitida en el año 2006 por el canal Venevisión, en el año 2011 por Venevisión Plus (ambos en el *prime time*) y nuevamente por el canal Venevisión en el año 2014 (en el horario vespertino). La investigación se abordó desde la metodología cualitativa. Se utilizaron diversas fuentes documentales y se crearon categorías de análisis propias para la realización del análisis de contenido de un grupo de capítulos seleccionados. Todo esto con la finalidad de conocer el tratamiento de dicho tema en una de las telenovelas con más *rating* en los últimos tiempos en Venezuela. El estudio concluyó que a pesar de que en la telenovela analizada se intentó mostrar imágenes de la mujer no hegemónicas, se mantienen en alto grado estereotipos conservadores. Por ello, consideramos recomendable seguir estudiando estas temáticas, especialmente si tomamos en cuenta el potencial que dicho género posee como estrategia de eduentretenimiento.

Palabras Clave: Análisis de contenido, eduentretenimiento, imagen de la mujer, representaciones sociales, telenovela.

EL PERIÓDICO DIGITAL EN VENEZUELA: ANÁLISIS Y PERSPECTIVA DESDE LA TEORÍA INSTITUCIONAL

Autor: Orlando Figuera - 2016

Tutor: Elsi Jiménez.

RESUMEN

El periódico a lo largo de su existencia ha sido objeto de diversos cambios producto de las circunstancias tanto económicas como tecnológicas en la que se ha visto envuelto. El cambio del periódico impreso hacia el periódico digital involucra aspectos de diversa índole. El nuestro contexto venezolano, el reto del periódico impreso y digital pasa por la subsistencia en el mercado ante la crisis económica actual, las presiones políticas, el empuje creciente de las tecnologías de información y comunicación, y el surgimiento de la emergente economía web. Estudiar el cambio histórico en los medios de comunicación resulta un proceso de investigación en el cual se conjugan los aspectos mencionados, es decir, resulta poco pertinente evaluarlo desde la incidencia de un factor ético. Los estudios mediológicos durante los últimos cuatro décadas del siglo pasado, se caracterizan por estar fuertemente influenciados por la sociología, provocando la ausencia de enfoques multidisciplinarios y el cortoplacismo de su análisis. La amplia superación de dichas limitaciones nos permite evaluar situaciones que no son exclusivas de los medios de comunicación impresos y digitales, sino que alcanza el amplio espectro de los medios de comunicación de masas y tienen que ver con aspectos de índole institucional, económicos, culturales, tecnológicos y políticos. Para llevar a cabo esta investigación, se tomaron los aspectos teóricos del Institucionalismo económico planteado principalmente en la obra de Douglas North, quien se ha dedicado intensamente al estudio del cambio histórico en la sociedad. El Institucionalismo plantea la comprensión de la sociedad a partir de un tejido Institucional (formal e informal) estudiando cómo estas instituciones interactúan con las formulas organizativas, y esta relación altera el contexto económico y social. También se señala que un adecuado marco institucional favorece el fundamento económico. De tal manera, con esta investigación se pretende generar una visión lo más cercana posible a lo que acontece actualmente con el periódico digital en Venezuela, partiendo del análisis estadístico de la presencia de los medios de comunicación social venezolanos en la web, el análisis de la opinión de expertos e informantes clave en la materia, y el análisis de la realidad venezolana aplicando las categorías teóricas utilizadas en el Institucionalismo para evaluar el cambio histórico. Se determinará qué ha llevado a quienes dirigen el rumbo de las empresas comunicacional impreso a cambiar cada vez con mayor fuerza el formato digital, y cuál podría ser el futuro del periódico digital en Venezuela.

Palabras Clave: Periódico digital, periodismo impreso, Venezuela, cambio institucional, teoría institucional.

LA AGENDA DE LOS MEDIOS IMPRESOS EN LA CAMPAÑA ELECTORAL DE LAS ELECCIONES PARLAMENTARIAS EN VENEZUELA DE 2015

Autor: Karelis González - 2016

Tutor: Carlos Guzmán.

RESUMEN

La presente investigación es de carácter analítico/descriptivo, consistió en el estudio de analizar la agenda pública implementada por los medio impresos periódicos “El Universal”, “El Nacional”, “El Diario 2001”, “Tal Cual”, “Últimas Noticias” y “Correo del Orinoco”, en la campaña electoral de las elecciones parlamentarias en Venezuela en 2015, las cuales, se convirtieron en el fiel de la balanza sobre el deseo que tenían los venezolanos de alcanzar la paz y la seguridad económica, donde los resultados que obtuvieron fueron la mesa de la unidad democrática 7.707.422 votos (56,2%), y el PSUV 5.599.025 (40,8%). Para analizar la vertiente del discurso de los medios, se utilizó la teoría de la “agenda-setting”, enunciada en 1972 por Mc Combs y Shaw, esta constituye un instrumento heurístico de indudable eficacia, toda la información entregada a los lectores se centró en la confianza del medio. Durante los 24 días que se revisaron los medios impresos, los periódicos publicaron un total de 255 piezas periodísticas, en las cuales se hacía alusión a las elecciones parlamentarias, de ellas el 55% (140) fueron de carácter noticioso, el 38% (98) fueron de opinión y el 7% (17) fueron editoriales. La investigación es de enfoque cualitativo con diseño de campo; la técnica utilizada es el análisis de contenido. Se enmarca en la línea de investigación “Comunicación Política y Política de la Comunicación” del ININCO-UCV de la Maestría en Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Asimismo, la investigación se desarrolló en cinco capítulos: Capítulo I: definición del problema de investigación, Capítulo II: se hizo referencia a la comunicación, Capítulo III: estudio de las Elecciones Parlamentarias en Venezuela 2015, Capítulo VI: análisis del contenido según los medios de comunicación seleccionados, y en el Capítulo V: Análisis de los resultados, conclusiones y recomendaciones.

Palabras Clave: Agenda pública, comunicación política, medios de comunicación impresos, campañas electorales, opinión pública, Venezuela, 2015.

REDES SOCIALES Y ACTIVISMO EN DERECHO DE LOS ANIMALES DOMÉSTICOS EN VENEZUELA. CASO DE ESTUDIO: RED DE APOYO CANINO

Autor: Mariant Lamedada - 2016

Tutor: Carlos Colina.

RESUMEN

En este proyecto de investigación se pretende el estudio del desarrollo de las redes sociales Facebook y Twitter, y su vinculación con el movimiento de activistas que abogan por el cumplimiento de los derechos de los animales y luchan por la abolición del especismo en Venezuela a través de la acción de una organización no gubernamental llamada Red de Apoyo Canino. Se estudiarán las potencialidades y limitaciones del uso de las redes sociales en los procesos de organización en cadena a favor del activismo animalista; se evaluará la efectividad y el alcance que han tenido en el uso de estas tecnologías. Para ello también se considerarán el uso de experiencias exitosas en varios países, que a través de la iniciativa popular se valieron de la aplicación de las plataformas comunicacionales en la web 2.0, para lograr significativos cambios políticos a favor del movimiento animalista. En este sentido se evaluarán aspectos tales como: resistencia cultural al cambio, aplicabilidad de las redes sociales en el activismo, potencialidades y limitaciones en el uso de las TICs en el activismo por los derechos de los animales, uso de la presión social a través de la opinión pública para generar cambios políticos, evaluación de cambios exitosos a través del uso de redes sociales.

Palabras Clave: Redes sociales, activismo, derechos, animales, cambio.

COMUNICACIÓN, CONSUMO SIMBÓLICO Y COMPETITIVIDAD DE MARCAS. UNA MIRADA A LA MENTE DEL CONSUMIDOR

Autor: Omar Olmos - 2016

Tutor: Juan Ernesto Velásquez

RESUMEN

Bajo la temática del mercadeo y la comunicación mercadológica, se indaga qué relación tiene la **comunicación mercadológica de las marcas** con su **dinámica de consumo simbólico** y la **competitividad de estas** en la Gran Caracas. Son objetivos del proyecto: establecer la relación que tiene la comunicación mercadológica de marcas con su dinámica de consumo simbólico y la competitividad de estas de consumidores de la Gran Caracas, así como: analizar las estrategias de comunicación mercadológica de las marcas del mercado (comunicación ATL Y BTL, trade marketing), identificar el repertorio de marcas relevantes para los consumidores, identificar los principales **drives, catalizadores**, o factores del consumo simbólico de las marcas. Determinar el modelo general del consumo simbólico de las marcas. Analizar la estructura demográfica del mercado actual y potencial de productos. Analizar la estructura socioeconómica del mercado actual y potencial de productos. En lo teórico, las aproximaciones a utilizar son las del interaccionismo simbólico y la sociología del conocimiento de Berguer y Luckman, así como elementos de la teoría del mercadeo, consumo cultural y del enfoque de las mediaciones. En lo metodológico es una investigación de campo no experimental, de tipo exploratorio-descriptivo, con uso de muestras probabilísticas y no probabilísticas, mediante el uso de cuestionarios, análisis univariado y multivariado de datos. Su aporte se centra en la ilustración del proceso de construcción de competitividad de marcas merced a la comunicación como proceso social.

Palabras Clave: Mercadeo, publicidad, consumo cultural, gerencia de marcas, mediaciones, industria cultural, medios de marcas.

EL ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL DISCURSO EN EL GENOCIDIO EN RUANDA ENTRE 1990 Y 1994

Autor: Fabiana D'Alba - 2016

Tutor: Francisco Bolet Toro

RESUMEN

El genocidio de Ruanda de 1994 fue el resultado de una variedad de factores de diversa índole, entre los cuales el discurso ideológico tuvo un rol fundamental. Partimos de la consideración de que los medios de comunicación, como instituciones al servicio del poder político Hutu, tuvieron una amplia responsabilidad en la promoción de una ideología antagonista contra los Tutsi. Sobre esta hipótesis nos planteamos analizar el rol de los medios de comunicación y las características de su discurso ideológico en el contexto del genocidio. El corpus estuvo conformado por 12 artículos del periódico *Kangura*, el discurso "No se dejen invadir" de Léon Mugesera, y 10 transcripciones de emisiones de la Radio Televisión Libre de las Mil Colinas. El análisis se asentó en los fundamentos teórico-metodológicos del análisis del discurso (van Dijk, 2009, 1996; Thompson, 1992), la comunicación social (Thompson, 2002; Domenach, 1968) y las teorías explicativas del genocidio en Ruanda (Des Forges, 1999; Rusesabagina & Zoellner, 2006; Woolf & Hulsizer, 2005; Stanton, 2013). Se concluyó que los contenidos, estructuras y estrategias del discurso mediático se orientaban hacia la construcción de una ideología genocida: a) el periódico *Kangura* sentó las bases del genocidio al promover los fundamentos ideológicos de la supremacía Hutu; b) Mugesera incrementó la percepción amenazante de los Tutsi como enemigos y el temor a una vuelta de su dominio por vía de la invasión, en donde la defensa era el exterminio, y c) la inmediatez oral de la RTLM fungió como voz de orden, alentando la persecución en directo de Tutsis.

Palabras Clave: Comunicación Social, Análisis del Discurso, Medios de Comunicación, Discurso, Ideología, Genocidio, Ruanda.

**PROPAGANDA POLÍTICA DIRIGIDA DE VTV A TWITTER.
CASO ELECCIONES PARLAMENTARIAS DE 2015 EN VENEZUELA**

Autor: Raymond Nedeljkovic Febles - 2016

Tutor: Johanna Pérez Daza

RESUMEN

Bajo la hipótesis que señalaba a Venezolana de Televisión (VTV) como promotor de etiquetas propagandísticas destinadas a Twitter, se programó, del 30 de noviembre al 10 de diciembre de 2015, un monitoreo a la televisora estatal, en el contexto de las Elecciones Parlamentarias del 6 de diciembre de 2015 en Venezuela. Se adelantó una investigación de tipo exploratorio para determinar, a través de sendos instrumentos cuantitativos, la promoción de etiquetas o *hashtags* destinadas a la mencionada plataforma de *microblogging*, así como el impacto que estas produjeron. Posteriormente, se aplicó un instrumento cualitativo para medir las dimensiones propagandísticas de dichos mensajes. Para abordar estos hechos con propiedad argumentativa, se realizó un repaso histórico sobre los desencadenantes de la *hegemonía comunicacional* adelantada por el gobierno venezolano y del uso propagandístico que le ha dado a Twitter. Se concluyó que desde VTV, como expresa el título de esta investigación, se programó sistemáticamente la promoción de etiquetas de contenido propagandístico hacia Twitter, cuya finalidad contempló la repetición y la difusión por parte de usuarios en línea. En este sentido, se hallaron posibles violaciones al marco legal venezolano y flagrantes atropellos a los códigos de ética que rigen el periodismo. En consecuencia, la presente investigación señaló el camino: la necesidad de rescatar el proyecto de crear en Venezuela una televisora de servicio público.

Palabras Clave: Twitter, Venezolana de Televisión, propaganda, televisora de servicio público, televisión social, transmedia, elecciones, ética y comunicación.

INFLUENCIA DE LA MEDIACIÓN FAMILIAR EN EL CONSUMO DE NOTICIEROS DE TELEVISIÓN EN LOS MESES JUNIO Y JULIO DE 2014

Autor: Adriana Rojas - 2016

Tutor: Johanna Pérez Daza

RESUMEN

Esta investigación consistió en elaborar un análisis sobre la influencia de la mediación familiar en el consumo de noticieros de televisión, en los meses junio y julio de 2014, mediante el análisis de los principales enfoques teóricos sobre audiencia y noticieros televisivos. Este estudio se realizó mediante un enfoque cualitativo de tipo analítico, cuya técnica e instrumento se refirió a la elaboración de cartas por parte de informantes clave quienes relataron prácticas comunicativas en las epístolas escritas a manera de relato, allí describieron la noticia que más impactó, la que comunicaron a otros miembros del núcleo familiar y las respuestas, opiniones y criterios de los involucrados frente a alguna noticia determinada.

Palabras Clave: familia, mediación, televisión, noticieros, consumo, audiencias.

GESTIÓN COMUNICACIONAL DEL FESTIVAL DE TEATRO DE CARACAS. PERÍODO 2011-2015.

Autor: Jeycelith Jiménez - 2016

Tutor: Carlos Guzmán

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la gestión comunicacional del Festival de Teatro de Caracas en sus cuatro ediciones 2011-2015, confiriéndole un marco teórico con base al modelo de la Geometría de la Comunicación Empresarial de Ítalo Pizzolante y la Teoría de la Imagen de Justo Villafañe, de la misma manera para el desarrollo de la fase teórica se consideraron los postulados sobre la gerencia en comunicación de Agrivalca Canelón y las estructuras de festivalización que propone Lluís Bonet. La investigación se ubica en la línea de Gestión Comunicacional y Cultura de la Maestría de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. La estructura organizativa de la investigación se compone de cuatro (4) fases: en la primera se abordaron los antecedentes teóricos y se determinó el problema, los objetivos y la justificación de la investigación; la segunda fase responde al conjunto de conceptos, premisas y argumentos que respalda los objetivos con base a los postulados de los autores antes referidos; la tercera fase trata del marco metodológico, se señala que la investigación es de tipo exploratoria – descriptiva de nivel analítico y de perspectiva cualitativa, la técnica y protocolo instrumental para la recolección de datos fue la entrevista de tipo estructurada aplicada a ocho (8) expertos del quehacer teatral entre: dramaturgo, directores, productores, periodista y artistas y los resultados obtenidos se ubicaron en una matriz de posicionamiento comparativo Dofa que se presenta en la cuarta fase. Por último las conclusiones y recomendaciones.

Palabras Claves: Gestión Comunicacional, Políticas de Comunicación, Festivalización, Técnicas de Información y Comunicación, Cultura.

LOS MARCOS DE REPRESENTACIÓN HOMOSEXUAL EN LA CINEMATOGRAFÍA VENEZOLANA 2000-2015: UN ANÁLISIS DESDE LA TEORÍA FRAMING

Autor: Jesús Lovera Torres – 2017.

Tutor: Carlos Colina.

RESUMEN

A lo largo del tiempo se ha percibido que el cine nacional, en materia de asuntos homosexuales, ha tenido la costumbre de generar un sutil proceso de selección donde se resaltan ciertos aspectos de una temática en específico, presentando la misma como un asunto de suma importancia y enfatizando causas de ciertos aspectos. El cine venezolano, durante más de tres décadas, se ha caracterizado por promover el prejuicio de la figura homosexual. Sin embargo, se ha distinguido que durante los últimos tres lustros, esta figura ha ido cambiando de perspectiva. Por ello, esta investigación parte del discernimiento en analizar los diversos marcos que representan al homosexual en la cinematografía venezolana durante el periodo 2000/2015. Para fundamentar esta disertación se recurrió a las premisas teóricas de McPherson (2001), Ardila (2008) y Money (1988) con respecto al desarrollo de la homosexualidad. Seguidamente, se recurrió a las propuestas de Sádaba (2008), D'Adamo (2007) y Giménez y Berganza (2009) sobre la teoría framing. Se trata de una investigación de tipo analítica que se basa en una metodología fundamentada en el análisis filmico propuesta por Gómez Tarín y Marzal (2006). En esta investigación se estableció un modelo de análisis consistente en cuatro fases de estudio a saber; frase previa, frase descriptiva, fase descriptivo-interpretativa y fase interpretativa. Entre sus hallazgos se corroboró que el cine criollo ha abandonado, paulatinamente, el perfil remilgado y estereotipado con el que se personifica al homosexual, pues se vislumbra que esta filmografía está consagrando el derecho de igualdad y equidad sexual; promoviendo el respeto, la no discriminación e impulsando la tolerancia hacia esta comunidad. Los marcos de representación vislumbrados en el cine venezolano contemporáneo son patrones o modelos que se relacionan con la necesidad de encontrar esquemas para categorizar e interpretar la información recibida del entorno. En este sentido, ayudan a entender al ser humano en su conjunto y enriquecen a la sociedad con los aportes que brindan los diversos grupos humanos que comparten nuestro hábitat y nuestro momento histórico.

Palabras Clave: Homosexualidad, Cine, Marcos de Representación, Framing, Venezuela, Igualdad.

EL PREGÓN Y EL PREGONERO: LA COMUNICACIÓN DE LA CORONA ESPAÑOLA DURANTE EL SIGLO XVIII EN LA CAPITANÍA GENERAL DE VENEZUELA

Autor: Eduard Ávila - 2017

Tutor: Bernardino Herrera

RESUMEN

El periodismo en América tiene sus orígenes en la primera mitad del S. XVI, cuando se publicaron volantes o gacetillas que narraban noticias de los acontecimientos europeos. Dentro de este contexto, surge como necesidad el oficio del pregonero, sujeto comunicador de las noticias reales en la Capitanía General de Venezuela durante los siglos XV al XIX. El objetivo que se plantea en la presente investigación, es analizar la comunicación oficial de la Corona Española a través de la figura de los pregones en los espacios públicos de la Capitanía General de Venezuela, durante el S. XVIII. Para ello, se toman los aportes teóricos de la escuela de Palo Alto, o de la llamada “Comunicación Invisible”, corriente que asume la comunicación como un hecho social, entendido a través de la interacción que los seres vivos acoplan en sus respectivas conductas frente al entorno, a partir de la transmisión de códigos comunes. Para llevar a cabo esta investigación, se usaron las categorías de análisis propuestas por Erving Goffman. Asimismo, se empleó el método de investigación histórica analizando documentos del siglo XVIII. El pregón fue un mensaje oral, cantado en los espacios públicos, con el fin de informar y comunicar alguna orden o mandato por las autoridades reales en la Capitanía General de Venezuela.

Palabras Clave: Comunicación, España, siglo XVIII; Pregonerismo; Capitanía General, Venezuela.

**ARQUETIPOS Y TELENVELAS:
RELACIÓN DE ARQUETIPOS GRIEGOS Y PERSONAJES FEMENINOS REPRESENTADOS EN
LAS TELENVELAS VENEZOLANAS**

Autor: Inessa Acosta - 2017

Tutor: Johanna Pérez Daza

RESUMEN

Aunque desplazada actualmente por Brasil y Colombia, debido a una baja en elaboración e inversión, la telenovela nacional fue uno de los productos más exportados, proyectando a partir de ella una imagen colectiva de cómo es la sociedad y su comportamiento. Consciente o no, vista desde el arte la telenovela utiliza referentes arquetipales, por lo que este trabajo que se enfoca en el área comunicacional tiene como principal objetivo analizar cuáles son esos arquetipos que mayormente representan a la mujer venezolana en estos potenciales productos de edutretenimiento. Para ello fueron escogidas las producciones Juana la virgen (2002), Mi gorda bella (2002) y Voltea pa' que te enamores (2006), de un total de 134, transmitidas entre los años 2000 y 2015, las únicas de su década en tener un *remake*. El diseño metodológico es cualitativo y de tipo documental-analítico, siendo utilizadas diversas fuentes documentales y creadas categorías propias para el análisis de un grupo de capítulos seleccionados. El estudio concluyó que en la actualidad la telenovela presenta un tipo de mujer luchadora, incansable, profesional, que no sigue los parámetros impuestos por la sociedad. Por esta razón se recomienda seguir estudiando estas imágenes conforme a las adaptaciones que de las mismas se realizan y el momento histórico en las que se emiten, con el fin de continuar identificando la proyección de la imagen femenina más popular en este género televisado.

Palabras Clave: Telenovela, imagen colectiva, arte, referente arquetipal, representación de la mujer, edutretenimiento.



Universidad Central de Venezuela Maestría en Comunicación Social

Trabajos de Grado (TG) de la Maestría en Comunicación Social – 2007/2017

Año	Número de TG Aprobados
2007	2
2008	3
2009	7
2010	12
2011	5
2012	1
2013	11
2014	9
2015	13
2016	8
2017	4
Total	75 Egresados

Líneas de Investigación	
Tecnologías de la Información y la Comunicación, Sociedad y Cultura	Historia de las Comunicaciones en Venezuela
Educación, Comunicación y Medios	Alternativas comunicacionales: investigación y praxis social
Sociedad de la información, política y economía de la cultura	Comunicación Política y Políticas de Comunicación
Comunicación, Género y Diversidad Sexual	

Número de TG por cada Línea de Investigación

Líneas de Investigación			
Tecnologías de la Información y la Comunicación, Sociedad y Cultura	18	Historia de las Comunicaciones en Venezuela	14
Educación, Comunicación y Medios	7	Alternativas comunicacionales: investigación y praxis social	7
Sociedad de la información, política y economía de la cultura	15	Comunicación Política y Políticas de Comunicación	12
Comunicación, Género y Diversidad Sexual	2		

2007		
Titulo	Autor	Tutor
Semiosis e iconografía en el cartel de Santiago Pol	Humberto Valdivieso	Carlos Colina
Comunidades virtuales y construcción coherente identificaciones: Estudio de caso de video chat de cantv.net	Jeralí Giménez	Carlos Colina

2008		
Titulo	Autor	Tutor
Influencia del capital cultural mediático en las competencias comunicacionales de los bachilleres varguenses	Edixela Burgos	Carlos Colina
La comunicación en la teoría neoinstitucionalista	Soraya Ospino	Bernardino Herrera
Panorama radiofónico caraqueño: un análisis de la programación de las emisoras FM	Fidel Pérez	Bernardino Herrera

2009			
	Titulo	Autor	Tutor
	Fundamentación pedagógica en softwares educativos de la Fundación Bolivariana de Informática y Telemática	William Bracamonte	Gustavo Hernández
	La televisión y los niños: Investigación de campo sobre la percepción televisiva	María A. Méndez	Gustavo Hernández
	Construcción de los imaginarios del venezolano a partir de discursos publicitarios	Imariel Moreno	Bernardino Herrera
	Metáforas de la estrategia comunicacional oficial: ¿Comunicación de crisis o crisis de comunicación?	Juan C. Rosillo	Miguel Albuja
	Política de comunicación y acceso a la información noticiosa en Venezuela entre 1999 y 2004	Luisa Torrealba	Elizabeth Safar
	Joseph Goebbels y la propaganda política: un análisis del discurso iconográfico en Venezuela	Blasini Lielén	Carlos Kohn
	Estética y comunicación: Tim Burton y la reinención deviejos mundos	Yajaira Cafini	Morella Alvarado

2010		
Titulo	Autor	Tutor
Comunicación para la ciencia y la tecnología: diseñando interfaces	María E. Esté	Bernardino Herrera
La polarización de los periodistas venezolanos y la formación de identidades antagónicas	Víctor Hugo Febres Jaramillo	Adriana Bolívar
35 años del ININCO, su historia, vigencia y proyección :una perspectiva de la institución desde la óptica de sus directores	María E. Ossott	Gustavo Hernández
¿Noticia ciudadana? reflexiones sobre los cambios paradigmáticos en el periodismo de la era digital	Rosa M. Rappa	Bernardino Herrera
Televisión e infancia: última década de estudios sobre el rol de la televisión en la educación infantil en América Latina	Zahra Razzi	Bernardino Herrera
Libertad de expresión y TV privada: el derecho al ejercicio de la libertad de expresión en el caso de los canales RCTV y Globovisión 1998-2008	John Requena	Bernardino Herrera
Políticas públicas dirigidas al fomento del libro y la lectura en Venezuela (1999-2009)	Aymara Velón	Elsi Jiménez
La concepción de cultura de las organizaciones culturales del sector público estatal en Venezuela	Jennifer Zapata	Alejandro Oropeza
Noticias que se leen y se ven: cambios en el diseño y producción de contenidos periodísticos, caso: El Nacional	Orlando Luna	Gustavo Hernández
Hábitos de Consumo Televisivo, en Familias Caraqueñas, a partir de la investigación realizada por Leoncio Barrios en 1993	José G. Mota	Bernardino Herrera
Consumo cultural de la telefonía celular en Venezuela	María A. Romero	Bernardino Herrera
Guerra de información, ¿el arma es el mensaje?: opinión de estudiantes universitarios sobre el contexto informativo del referéndum consultivo realizado en Venezuela el 15 de febrero de 2009	Hebert Tovar	Gustavo Hernández

2011		
Titulo	Autor	Tutor
Espacio público y comunicación: estudio sobre el consumo cultural en Venezuela	Juan E. Velásquez	Gustavo Hernández
Uso de las radioemisoras comunitarias de Caracas. Casos: Radio Libre Negro Primero, Radio Arte y Radio Indio Chacao	José F. Benítez	Luisa Torrealba
Acceso a la información pública: los portales gubernamentales de Venezuela	Nina Fernández	Elsi Jiménez
Políticas de comunicación y promoción turística: un estudio de percepción en el estado Nueva Esparta	Joan Izaguirre	Luisa Torrealba
El reality show como género televisión: historia, análisis y perspectivas	Lenin Linares	Bernardino Herrera

2012		
Titulo	Autor	Tutor
Prácticas Mediáticas y Desarrollo en Haití (2004-2010)	Pierre Negaud Dupenor	Mariela Torrealba

2013		
Titulo	Autor	Tutor
Gestión Cultural y Comunicación: Evaluación del Proyecto de la Gerencia de Radio, Televisión y Multimedia del Vicerrectorado Académico de la UCV	Mariela Pacheco	Bernardino Herrera
Prevención del consumo de drogas: estudio de políticas públicas de comunicación en el estado Nueva Esparta	Ana C. Arias	Joan Izaguirre
Imaginario turístico. Estudio sobre percepciones y representaciones turísticas en la Isla de Margarita	Gisela Bande	Elsi Jiménez
Desempeño público y privado y propuestas para el desarrollo del Estado Nueva Esparta	Agustín Canonigo	Bernardino Herrera
Derecho a la información y acceso al conocimiento en la red de Bibliotecas de la FHyE - UCV	María A. Castellano	Elsi Jiménez
Análisis de la comunicación publicitaria dirigida a jóvenes en Venezuela	Devorah Corona	Bernardino Herrera
Las Comunicaciones Integradas de Venevisión en la Web	Karina Gómez	Carlos Colina
Estereotipos de Hombres Homosexuales en el Cine Venezolano (1970-1999)	José Alirio Peña	Carlos Colina
Propaganda Política en la Campaña Electoral Legislativa de 2010. Análisis desde el enfoque Goebbliano.	Ana Karina Valverde	Bernardino Herrera
Efecto de un programa de formación docente en herramientas web 2.0	Kalinina Fariñas	Omar Moncada

2014		
Titulo	Autor	Tutor
Divulgación científica –tecnológica en portales web oficiales e institucionales: un enfoque en la sociedad red	Mariana Montero	Johanna Pérez Daza
Estética Digital y Comunicación: Hacia una definición de ciberestética y su relación con la comunicación y la multimedia digital	Alejandro Terenzani	Moraima Guanipa
Ciudadanía, estado y tecnología en el desarrollo estratégico de una TV de Servicio Público en Venezuela	Werther Sandoval	Bernardino Herrera
Cabildeo político y medios impresos. Estudio de la participación de estudiantes universitarios en el referéndum del 2009	Glenny Sangil	Andrés Cañizalez
La Gestión del Conocimiento en el Instituto de Capacitación de la Contraloría General de la República	Liumar Rodríguez	Elsi Jiménez
Las comunicaciones integradas en la web de Televen	Isana Pérez Bellorín	Carlos Colina
Adolescentes y pantallas. Uso de la tecnología desde la metáfora de nativos digitales	Ibrahim Mena	Morella Alvarado
Propuesta de un modelo Teórico-Methodológico de comunicación organizacional para empresas venezolanas. Caso: Corporación Sybven	María Hernández	Ivory Mogollón
Desde mi corazón: Hugo Rafael Chávez Frías y la propaganda gubernamental en cuatro medios impresos (Campaña Presidencial Venezuela)	Rebeca Briceño	Morella Alvarado

	Titulo	Autor	Tutor
	Colectivos musicales. La producción cultural urbana desde la experiencia de la parroquia Caricuao	Nelson Rojas	Bernardino Herrera
	Mediación familiar y uso de video juegos en niños y niñas de cuarto grado de Educación Básica	Yasmile Amarista	Katerina Barrios
	Venezuela: una visión estratégica para el desarrollo del turismo cultural	Jessibel Clemente	Carlos Guzmán
	Venezuela y Colombia en la sociedad de la información. Balance y perspectivas	Daniel Córdova	Bernardino Herrera
	Violencia mediática y simbólica en el contexto de la violencia contra la mujer: análisis de la legislación venezolana	Luisa Kislinger	Morelba Giménez
	Fútbol venezolano e identidad cultural. El éxito comunicacional de La Vinotinto	Dayana Romero	Bernardino Herrera
	Temas ambientales en medios de comunicación. Un análisis de contenido y de opinión pública	Miriam Núñez	Bernardino Herrera
	Actos de habla: la dimensión violenta del discurso del presidente Chávez durante el año 2010	Azalea Lizcano	Pável Sidorenko
	Consumo cultural y comunicacional de grupos sociales juveniles universitarios en Caracas	Germania Castro	Bernardino Herrera
	La educomunicación en el sistema de orquestas y coros juveniles de Venezuela. Núcleo la Rinconada	María Canelones	Johanna Pérez Daza
	El concepto de industrias culturales. Análisis de su evolución: De la sociedad industrial a la sociedad del conocimiento	Isabel Blanco	Bernardino Herrera
	Propuesta de un modelo teórico-metodológico de comunicación organizacional para empresas venezolanas. Caso Corporación SYBVEN	María Eugenia Hernández	Ivory Mogollón
	Estética del video clip y narrativa del cine latinoamericano contemporáneo	Erick García	Morella Alvarado

2016		
Titulo	Autor	Tutor
Imágenes de la mujer y visiones del mundo en la telenovela <i>Voltea pa'que te enamores</i>	Verónica Fuenmayor	Morella Alvarado
Redes sociales y activismo en derecho de los animales domésticos en Venezuela	Mariant Lamedá Utrera	Carlos Colina
Comunicación, consumo simbólico y competitividad de marcas. Una mirada a la mente del consumidor	Omar Olmos	Juan Ernesto Velásquez
Influencia en la mediación familiar en el consumo de los noticieros de televisión en los meses junio y julio de 2014	Adriana Rojas	Johanna Pérez Daza
El periódico digital en Venezuela: análisis y perspectiva desde la teoría institucional	Orlando Figuera	Elsi Jiménez
Gestión comunicacional del festival de teatro de Caracas, periodo 2011-2015	Jeycelith Jiménez	Carlos Guzmán
El rol de los medios de comunicación y el discurso en el genocidio de Ruanda entre 1990 y 1994	Fabiana D'alba Caradonna	Francisco Bolet
Propaganda política dirigida de VTV a Twitter. Caso elecciones parlamentarias de 2015 en Venezuela	Raymond Nedeljkovic	Johanna Pérez Daza
La agenda de los medios impresos en la campaña electoral de las elecciones parlamentarias en Venezuela de 2015	Karelis González	Carlos Guzmán

2017		
Titulo	Autor	Tutor
Los Marcos de Representación Homosexual en la Cinematografía Venezolana 2000-2015: Un análisis desde la Teoría Framing	Jesús Lovera Torres	Carlos Colina
El Pregón y el Pregonero: La Comunicación de la Corona Española durante el siglo XVIII en la Capitanía General de Venezuela	Eduard Ávila	Bernardino Herrera
Arquetipos y Telenovelas: Relación de arquetipos griegos y personajes femeninos representados en las telenovelas venezolanas	Inessa Acosta	Johanna Pérez Daza



Universidad Central de Venezuela Maestría en Comunicación Social

Datos Generales:

Denominación del curso: Maestría en Comunicación Social.

Título que otorga: *Magíster Scientiarum* en Comunicación Social.

Unidad responsable: Instituto de Investigaciones de la Comunicación / Comisión de Estudios de Postgrado de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela.

Duración de los estudios: 4 períodos académicos no menores a 14 semanas, ni mayores a 16 semanas.

Número mínimo de créditos: 30 (treinta créditos)

Contactos:

Sede: Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), Centro Comercial Los Chaguaramos, Avenida Neverí, 3er piso, Caracas, Venezuela. Control de Estudios de Postgrado de la FHE, 5° piso y aulas del postgrado de la FHE, 3er piso.

Teléfono/ININCO: (+58-212) 605 04 41 605.04.49.

Correo electrónico: maestriacomunicacionsocialucv@gmail.com



Twitter @MCS_UCV

Facebook <https://www.facebook.com/MaestriaEnComunicacionSocial/>

Este Programa está autorizado por el CNU según Gaceta Oficial n° 37.744 del 01/08/2003.

Este Programa está acreditado por el CNU.

ENTRELÍNEAS

Tomo 2:

La Comunicación como objeto de investigación

Entrelíneas nace como un punto de confluencia entre las líneas de investigación de la Maestría en Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (UCV).

Nuestro acervo de trabajos de grado, proyectos de investigación, avances teórico-reflexivos, propuestas y disertaciones académicas, son expuestas a nuestros lectores a través de esta publicación; a fin de abrir nuevas rutas y transitar otros caminos. Lo que hará nuestro recorrido más amplio, exigente y diverso.

Líneas rectas y curvas que sugieren movimiento y dinamismo, elemento básico y expresión sencilla, inicio y llegada, metáforas que recogen la esencia de este espacio como una sucesión continua de puntos en la que cada trazo cuenta y cada perspectiva es respetada, pues de eso, precisamente, se trata la comunicación.

Esta publicación pretende establecer puentes comunicantes entre la academia y la sociedad, convencidos de que la comunicación se ejerce, asumiéndola no solo como deber y derecho, sino también como compromiso y vocación irrenunciable, pues así lo demandan el país y la democracia.



Depósito legal: MI2018000363