



# Indice

Tesis de Comunicación Social





PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA MADRE Y MAES-  
TRA  
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
RECINTO SANTO TOMÁS DE AQUINO

**PROYECTO EDITORIAL**

**ÍNDICE DE TESIS DE COMUNICACIÓN SOCIAL PUCMM**

**COORDINADORA PROFESORA ELVIRA LORA**

**PROFESORA DE DISEÑO GRÁFICO ELIZABETH VELOZ**

**DIRECTOR DE REDACCIÓN FAUSTO DURÁN**

**EDITORA DE DISEÑO CAROLINA SILVESTRE**

**CONTENIDO MONIKA VALVERDE**

**EQUIPO DE DISEÑO MERITXELL LLUBERES  
ELAINE VELÁZQUEZ  
LUIS QUEZADA**

# TABLA DE CONTENIDO

RADIO .....	5
CINE .....	9
PLAN DE COMUNICACIÓN .....	15
CAMPAÑA EDUCATIVA .....	21
TELEVISIÓN .....	26
PERIODISMO .....	34
PLATAFORMA DIGITAL .....	45
COMUNICACIÓN Y GÉNERO .....	49
OTROS ESTUDIOS .....	52

**RADIO**

**“LA RADIO AFECTA A LA GENTE DE UNA  
FORMA MUY ÍNTIMA, DE TÚ A TÚ, Y  
OFRECE TODO UN MUNDO DE  
COMUNICACIÓN SILENCIOSA ENTRE EL  
ESCRITOR-LOCUTOR Y EL OYENTE”**

Marshall McLuhan,  
Filósofo, erudito y profesor canadiense.

7

Es el número de tesis que tratan el  
tema de Radio en la Pontificia  
Universidad Católica Madre y  
Maestra

**1.1. PERIODISMO CIUDADANO EN LA RADIOFUSIÓN DOMINICANA. ESTUDIO DE CASOS: “CDN CON LA COMUNIDAD”, “NURIA Y HUCHI EN CDN” Y “EL GOBIERNO DE LA TARDE”.**

**AUTORA:** ELIANNY ENCARNACIÓN DE LEÓN

Determina si se ejerce el periodismo ciudadano en la radio de la República Dominicana, mediante los programas “Huchi y Nuria en CDN”, “CDN con La Comunidad” y “El Gobierno de la Tarde”. Una vez analizados los tres programas, se determinó que existen indicios de periodismo ciudadano, pero de manera parcial, pues se ve distorsionado por prácticas políticas, ya que se observó la presencia de sobornos para hablar a favor de partidos políticos y figuras pertenecientes a estos.

**1.2. ANÁLISIS CRÍTICO DE LOS PROGRAMAS RADIALES JUVENILES. CASOS: LA HORA DE LAS 12, RITMO DE LA MAÑANA Y CAMBIO Y FUERA. PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE RADIO JUVENIL PARA EL AÑO 2011.**

**AUTORA:** BLANCA NATHALIE CABRAL TEJERA

Afirma las causas por las que se realizan programas radiales para jóvenes y analiza los formatos de programas radiales juveniles que predominan en Santo Domingo, en el espacio de frecuencia modulada. Determina además, los planteamientos teóricos críticos por los que se rigen los programas radiales: La hora de las 12, El Ritmo de la Mañana y Cambio y Fuera. Mediante un análisis empírico, el estudio demostró que muchos de los programas radiales juveniles del país no tienen la producción adecuada. De los programas planeados se evaluaron 45, comprobando que incumplen con las teorías y con la presentación de valores, porque sus productores ignoran los elementos necesarios para la buena realización.

**1.3. ESTUDIO DE CASO DE LOS PROGRAMAS DE RADIO CON TEMÁTICA INFANTIL DIFUNDIDOS EN SANTO DOMINGO, PROPUESTA RADIOFÓNICA, 2009.**

**AUTORA:** MARÍA ALEJANDRA GOICO LITHGOW

Elabora una propuesta radial para el público infantil que pueda satisfacer sus necesidades de aprendizaje y a la vez de entretenimiento a partir de un diagnóstico. El estudio concluye que existen tres emisoras en Santo Domingo en las que se transmiten programas infantiles, y a una sola hora del día, siendo insuficiente debido a la importancia de la educación en esta etapa. Partiendo del problema, se propuso el programa infantil “El Tren” bajo un horario flexible, en la tarde, y que cumpla las necesidades de aprendizaje de niños entre siete y diez años.

**1.4. ANÁLISIS DE LOS EFECTOS DEL COMUNICADO EMITIDO POR LA DIRECCIÓN GENERAL DE CORREOS Y TELECOMUNICACIONES PREVIO A LA HUELGA DE 1969 Y DEL DECRETO NO. 4601 DE JUNIO DE 1974 SOBRE EL CONGELAMIENTO DE NUEVAS FRECUENCIAS DE RADIO Y CANALES DE TELEVISIÓN, EN LAS ESTACIONES: RADIO MIL, RADIO COMERCIAL Y RADIO CRISTAL DE SANTO DOMINGO DURANTE LOS DOCE AÑOS DE BALAGUER.**

**AUTORA:** CLAUDIA PATRICIA JIMÉNEZ LARA

Describe el estado de situación política de la radio en los Doce Años de Balaguer y señala las acciones tomadas por las emisoras radiales ante el decreto emitido en Junio de 1974. El estudio concluyó que las emisoras analizadas jugaban un rol trascendental en cuanto a las denuncias sobre la realidad que se vivía en esa época. Se determinó que el comunicado emitido logró los efectos propuestos, debido a que los propietarios de los distintos medios emplearon medidas de restricción y descontinuaron las emisiones de sus noticias.

**1.6. ANÁLISIS CRÍTICO DEL USO DEL IDIOMA INGLÉS EN LAS EMISORAS DOMINICANAS. CASO: 100.1 FM Y LA ROCKA 91.7 FM. ABRIL-MAYO 2015.**

**AUTORA:** MELISSA DE LOS SANTOS

Conoce las características del público al que van dirigidas las programaciones musicales de las emisoras 100.1 y La Rocka 91.7 y define los criterios utilizados para la realización de sus programaciones musicales en inglés. El estudio arrojó que un 73% de los receptores de estos programas consideran correcto el uso del inglés de manera predominante, mientras que un 27% lo ve de manera incorrecta; lo que de continuar así, pudiera generar desconocimiento de la cultura dominicana en las generaciones futuras.

**1.7. ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA PROGRAMACIÓN TRANSMITIDA POR RADIO DISNEY, COMO ELEMENTO DE INFLUENCIA EN EL PROCESO DE TRANSCULTURACIÓN QUE EXPERIMENTA LA POBLACIÓN JOVEN DE SANTO DOMINGO, D.N., PERÍODO MAYO-JUNIO 2015.**

**AUTORA:** MÍA SÁNCHEZ

Conoce el proceso que sigue la producción para emitir la programación de Radio Disney Dominicana que se transmite en la 97.3 FM e identifica la percepción de la audiencia sobre los programas que transmite esta emisora. Se concluyó que el consumo de la música extranjera infunde valores de la cultura de la que proviene, lo que puede afectar a quienes tienen una base de identidad nacional débil, porque los hace adoptar la cultura foránea.



**CINE**

**“NIGÚN ARTE TRASPASA NUESTRA  
CONCIENCIA DE LA MISMA FORMA QUE  
LO HACE EL CINE, TOCANDO  
DIRECTAMENTE NUESTRAS EMOCIONES,  
PROFUNDIZANDO EN LOS OSCUROS  
HABITACULOS DE NUESTRA ALMA”**

Igmar Bergman,  
Director de cine.

20

Es el número de tesis que tratan el  
tema de Cine en la Pontificia  
Universidad Católica Madre y  
Maestra

### 2.1. ANÁLISIS DEL DISCURSO DE DENUNCIA SOCIAL EN LOS LARGOMETRAJES DE FICCIÓN DE LA REPÚBLICA DOMINICANA DESDE EL 1988 HASTA 2008.

**AUTORA:** DEYSI ELIZABETH CRUZ CID

Determina cuáles han sido las películas que contienen en su discurso el tema de denuncia social y categoriza cuáles temáticas del discurso de la denuncia social son más utilizadas en los largometrajes de ficción producidos en la República Dominicana. El análisis evidencia la manifestación de denuncia social, siendo la principal temática, la corrupción en entidades sociales.

### 2.2. TRATAMIENTO DEL PERSONAJE HOMOSEXUAL EN EL CINE DOMINICANO, AÑO 1988-2008.

**AUTORA:** AIMÉE V. ROSA ENCARNACIÓN

Analiza cómo es tratada la homosexualidad en la República Dominicana y delimita en cuáles películas del cine dominicano aparece el personaje homosexual. Luego de evaluar 20 productos audiovisuales dominicanos, se percibió un trato mínimo hacia el personaje homosexual, lo que arroja que la sociedad dominicana no toma en cuenta a los homosexuales, considerando que son personas que no merecen respeto.

### 2.3. PROPUESTA DE DOCUMENTAL SOBRE LA SEMIÓTICA DEL CINE DOMINICANO QUE NO HA TENIDO DISTRIBUCIÓN COMERCIAL.

**AUTORA:** MARÍA NATALIA DÍAZ

Realiza una propuesta de documental sobre las características de la semiótica en las películas "El caballero de la medianoche (2008)", "Escarcha en los ojos (2011)" y "El sótano (2010)" del cine dominicano que no ha tenido distribución comercial y de "Enigma (2008)" que muestre los resultados de investigación. Se concluyó que el cine dominicano que cuenta con distribución y apoyo comercial es visualmente diferente de aquel que no se presenta en las salas

de cine.

### 2.4. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS INFLUENCIAS DEL CINE FORÁNEO EN LOS FILMES DE ÁNGEL MUÑIZ. REPÚBLICA DOMINICANA, 2012.

**AUTOR:** JOSÉ MANUEL TAVERAS

Determina las tramas con las que guardan relación los filmes de Ángel Muñiz y señala la vinculación con el cine foráneo, al conocer el lenguaje narrativo y audiovisual que predomina. Luego de aplicar el análisis comparativo, se comprobó que las películas de este director muestran un mayor número de coincidencias con los títulos extranjeros y que, generalmente, al cine dominicano le falta novedad y originalidad para poder destacarse.

### 2.5. ANALIZAR LOS EFECTOS PERSUASIVOS DEL EMPLAZAMIENTO DE PRODUCTO O PRODUCT PLACEMENT EN LOS ESPECTADORES DE CINE CLASE MEDIA. CASO: LOTOMAN, 2011.

**AUTORA:** MARBELLA BERROA DE PEÑA

Determina cómo afectó el emplazamiento de producto sobre los espectadores de clase media de la película Lotoman en comparación con la película Nueva Yol (1995) y explica cómo lo recuerda el público. Este estudio contabilizó la presencia de publicidad en los filmes planteados, y determinó que en Lotoman, los protagonistas proyectaron un 48.5% del emplazamiento, mientras que en Nueva Yol, se expuso un 21.6%, demostrando que con el paso de los años, el product placement es más aplicado en el cine y que un 100% de la población percibe la publicidad expuesta.

### 2.6. INVENTARIO DEL ROL DE LA MUJER EN LA REALIZACIÓN DE CORTOMETRAJES EN SANTO DOMINGO, REPÚBLICA DOMINICANA, 2006-2012.

**AUTORA:** BRIANDA CARRERAS

Determina cuál es la cantidad de cortometrajes realizados por mujeres existentes en República

Dominicana durante el 2006-2012 y contabiliza el rol cinematográfico que predomina en la mujer en los cortometrajes exhibidos en los festivales seleccionados. El estudio arrojó que el género femenino está comenzando a avanzar, detectándose un incremento en su participación a través de los años, siendo incluida en la posibilidad de desempeñar cualquiera de los roles a ocupar dentro de la producción audiovisual.

**2.7. PROPUESTA PARA LA REALIZACIÓN DE UN CORTOMETRAJE DE ÉPOCA. CASO: LEYENDA DE LA CIUDAD COLONIAL EN 1823 (SIGLO XIX), AÑO 2013.**

**AUTORAS: JHANNA MARTE FERNÁNDEZ Y DAHIANA CASTRO PERDOMO**

Produce un cortometraje de época utilizando una leyenda del siglo XIX de la Ciudad Colonial e identifica cuáles leyendas pre-republicanas existen en la Antigua Ciudad de Santo Domingo. El estudio concluyó que es posible la realización de un cortometraje de época, siempre y cuando exista un marco histórico para que lo sustente. Se determinó que muchos cortometrajes de época realizados en el país, no utilizan sustentos históricos y por lo tanto no son bien valorados por los expertos del cine. No obstante, luego de aplicar las entrevistas y análisis necesarios, se obtuvo un acercamiento a los datos históricos del siglo XIX que permitieron la realización del audiovisual propuesto en el estudio.

**2.8. ANÁLISIS DE LA REPRESENTACIÓN DE PERSONAJES DOMINICANOS COMO MINORÍAS EN EL CINE ESTADOUNIDENSE. CASO: CAT CHASER (1989), RAISING VICTOR VARGAS, 2002 Y SUGAR ,2008.**

**AUTORA: ALINA FLORES**

Relaciona las problemáticas de la representación de minorías en el cine con el tratamiento de la cultura dominicana en las películas seleccionadas e identifica arquetipos utilizados en la construcción de los y las personajes dominica-

nos/as de cada trama. Se reflejó que las excepciones continúan siendo tendencia en el cine norteamericano, discriminando, rechazando y suscribiendo a los personajes dominicanos a la minoría de los papeles.

**2.9. PROPUESTA DE GUIÓN DE FICCIÓN SOBRE LA REVICTIMIZACIÓN HACIA MUJERES VIOLADAS SEXUALMENTE EN REPÚBLICA DOMINICANA, 2015.**

**AUTORA: VISMELIS LÓPEZ**

Elabora un guion de ficción en el que se evidencie la revictimización de las mujeres que tras sufrir violación sexual acceden al sistema de justicia e inician la ruta crítica; analizando factores comunicacionales, socioculturales y judiciales que intervienen en el proceso de revictimización en las mujeres abusadas sexualmente. Mediante la aplicación de los instrumentos pertinentes, se determinó que es factible realizar la propuesta de un guión que presente a la mujer revictimizada por abuso, presentándola como alguien que trabaja en cicatrizar el hecho y seguir adelante.

**2.11. ANÁLISIS CRÍTICO DEL GUIÓN CINEMATográfico DOMINICANO. CASO: "LA LUCHA DE ANA, JAQUE MATE, EL HOYO DEL DIABLO Y LOTOMAN 2.0."**

**AUTORA: INÉS DE LOS SANTOS**

Estudia el tema y conflicto de cada historia de las películas y examina la estructura narrativa que poseen sus guiones. Los análisis aplicados reflejaron las deficiencias que existen en la parte estructural y técnica, especialmente en aspectos de redacción y ortografía y en la metodología de orden de escenas.

**2.12. PROPUESTA PARA LA REALIZACIÓN DE UN CORTOMETRAJE DE ÉPOCA BASADO EN EL ROL DE LA MUJER EN LA INDEPENDENCIA DOMINICANA DE 1844, AÑO 2015.**

**AUTORAS: GABRIELLA PEÑA Y MARILÚ HERNÁNDEZ**

Identifica el rol de la mujer en la sociedad dominicana en la pre y post independencia (1844), para producir un cortometraje. Luego de aplicar encuestas a estudiantes de diferentes centros educativos, se determinó que existía falta de identificación acerca de quiénes fueron las mujeres y qué rol jugaron en la proclamación de la independencia dominicana, demostrando la ausencia de estudios por falta de los académicos y especialistas.

**2.13. PROPUESTA DE UN CORTOMETRAJE BASADO EN LOS POEMAS DE DENUNCIA SOCIAL DE MANUEL DEL CABRAL, CASO: COMPADRE MON , 1943.**

**AUTORAS:** MARÍA MUÑOZ SURO Y CATHERINE TAVÁREZ

Identifica los poemas de Manuel del Cabral que abordan temas de denuncia social, a fin de formular una propuesta de cortometraje basado en su contenido. Mediante el análisis a los poemas que contienen denuncias sociales, se elaboró la propuesta de un cortometraje llamado "Hambre de Aire" que expuso las desigualdades que se viven en una sociedad tercer mundista, como lo son la delincuencia y la corrupción.

## — Documentales —

**2.14. PROPUESTA DE UN DOCUMENTAL SOBRE EL DEMBOW Y SU INCIDENCIA EN LAS LETRAS EN LOS NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES DE 10 A 17 AÑOS EN LOS MINA, SANTO DOMINGO ESTE.**

**AUTORAS:** MERCEDES DEL VALLE Y MERY DE LA CRUZ

Analiza el estado del arte del dembow en República Dominicana, conociendo la percepción del contenido de los mensajes en los niños ante este género musical. El estudio demostró la viabilidad de un documental testimonial, siempre que se cuente con los elementos que sustenten el tema.

**2.15. PROPUESTA PARA LA REALIZACIÓN DE UN DOCUMENTAL DE TIPO TESTIMONIAL SOBRE EL EVENTO SOCIOCULTURAL:**

**LOS DOMINGOS DE SON EN LAS RUINAS DE SAN FRANCISCO, 2014.**

**AUTORAS:** ARLENE RODRÍGUEZ Y PALOMA MARTÍNEZ

Determina el estado del arte de "Los domingos de son en Las Ruinas de San Francisco", seleccionando y produciendo un documental testimonial basado en la temática planteada. Contando con los elementos, testimonios y recursos históricos y culturales necesarios, de realizó la propuesta del documental; con la finalidad de aportar a los audiovisuales dominicanos que abordan temas artísticos.

**2.16. PROPUESTA DE DOCUMENTAL ANTROPOLÓGICO SOBRE LA GASTRONOMÍA COCOLA DE SAN PEDRO DE MACORIS, AÑO 2014.**

**AUTORA:** ANA PAULA REYES

Produce un documental demostrativo sobre la gastronomía oriunda de San Pedro de Macorís, mostrando los responsables del consumo de la comida cocola y conociendo en detalle sus platos. La factibilidad del documental planteado se demostró analizando el aporte que representa dentro del contexto histórico de la gastronomía dominicana, a su vez apoyándose en la carencia de documentales alusivos a temas gastronómicos en el país.

**2.17. PROPUESTA DE DOCUMENTAL TESTIMONIAL SOBRE LAS MANIFESTACIONES MÚSICO-RELIGIOSAS DE MUNICIPIO DE SAN JUAN DE LA MAGUANA. AÑO 2015.**

**AUTORAS:** DELIA POLANCO Y PAOLA TAVÁREZ

Identifica las manifestaciones religiosas de San Juan de la Maguana, para proponer un documental testimonial que sea referente histórico. El estudio concluyó que la religión y la música es un símbolo de comunicación e identidad entre las personas de la cultura estudiada, haciendo factible la realización del documental que servirá como aporte a la historia, culturas y subculturas que hay en la

República Dominicana.

**2.18. DOCUMENTAL TESTIMONIAL SOBRE EL TRABAJO INFANTIL DE LAS ZONAS PESQUERAS DE SAN CRISTÓBAL, REPÚBLICA DOMINICANA, CASO: PLAYA NAJAYO Y PLAYA PALENQUE, AÑO 2015.**

**AUTORES: PAMELA SOTO Y ERWIN VILLANUEVA**

Mediante un documental, describe la realidad social en la que viven los niños, niñas y adolescentes que trabajan en las zonas pesqueras de la provincia de San Cristóbal. La factibilidad del documental propuesto quedó demostrada en base al instrumento social que este producto audiovisual representa, mediante el aporte a la concientización de la prohibición del trabajo infantil, exponiendo una realidad que le concierne a la sociedad dominicana.

**2.19. PROPUESTA DE REALIZACIÓN DOCUMENTAL EXPOSITIVO SOBRE EL EXILIO DE JUAN PABLO DUARTE EN LA SELVA AMAZÓNICA DE VENEZUELA.**

**AUTORA: XIOMARA ZELAYA**

Realiza un documental expositivo sobre el exilio de Juan Pablo Duarte en Venezuela, plas-

mando las razones del patriota para internarse en el país sudamericano por más de una década. Se materializó un documental que expuso una de las etapas desconocidas de la vida de Duarte; soporte histórico que aporta al entendimiento de su ideología.

**2.20. PROPUESTA DE PRODUCCIÓN DE DOCUMENTAL TESTIMONIAL SOBRE LA COMUNIDAD DOMINICANA RESIDENTE EN HAITÍ. CASOS: PUERTO PRÍNCIPE Y CABO HAITIANO.**

**AUTORA: JOHANNE DIMANCHE**

Describe la realidad socioeconómica y cultural de los dominicanos y dominicanas que residen en Haití, identificando las actividades a las que se dedican. Se realizó el documental "Recto verso" que demuestra una realidad un tanto desconocida, siendo esta la inmigración a Haití. Para este estudio se investigó que la población dominicana existente en Haití oscila entre 7 y 20 Mil habitantes.

# **PLAN DE COMUNICACIÓN**

**“TENEMOS UN PLAN ESTRATÉGICO.  
SE LLAMA HACER LAS COSAS BIEN”**

Herb Kelleher,  
Empresario y abogado.

**16**

Es el número de tesis que tratan el  
tema de Plan de Comunicación en la  
Pontificia Universidad Católica Madre y  
Maestra

---



### **3.1. PROPUESTA DE UN PROTOTIPO DE MANUAL DE DISEÑO EDITORIAL PARA ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL, 2010.**

**AUTORA:** CARMENCHI MARIE GÓMEZ PERALTA

Determina el nivel de conocimiento y preferencia acerca del diseño gráfico en los estudiantes de Comunicación Social y señala las principales características de los manuales de diseño editorial y sus usos a partir de los manuales en los periódicos Listín Diario, Hoy y El Caribe. La efectividad de la propuesta, se fundamentó en la necesidad por parte de los estudiantes, de tener una guía para elaborar productos editoriales tomando en cuenta los elementos básicos del diseño gráfico mediante una guía que puedan consultar siempre.

### **3.2. DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL RECINTO SANTO TOMÁS DE AQUINO DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA MADRE Y MAESTRA, AÑO 2010.**

**AUTORA:** ADA MARIELA REYES GERMÁN

Determina los medios internos de comunicación con los que actualmente cuenta el Recinto Santo Tomás de Aquino de la PUCMM; y a su vez se encarga de conocer su efectividad. Al aplicar la evaluación para el diagnóstico, los consultados manifestaron inconsistencia en sus respuestas al preguntarles acerca de la existencia de los medios internos de comunicación, arrojando como resultado que falta fluidez en la comunicación interna del Recinto y que su público interno es escaso.

### **3.3. DESCRIPCIÓN EVALUATIVA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN DEL (CEI-RD) DE 2009.**

**AUTORA:** MARIE PIER ACEVEDO ÁLVAREZ

Determina la efectividad del Plan Estratégico de Comunicación del Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD) para captar inversión extranjera directa.

El estudio concluye que el CEI-RD necesita construir una estrategia clara y precisa, explicando cómo lograrán los objetivos propuestos e involucrando a las gerencias de la institución; y elaborando un análisis FODA correctamente, conociendo el público meta y los competidores.

### **3.4. PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL TEATRO GULOYA DURANTE EL PERÍODO JUNIO 2011 A JUNIO 2012.**

**AUTORA:** VALERIE HERNÁNDEZ OLOFFSON

Elabora un plan de comunicación para el Teatro Guloya, conociendo las estrategias utilizadas en el pasado en materias de comunicación. A través de las encuestas aplicadas, se determinó que un 55.21% de la población acude a obras teatrales. Se evaluaron las debilidades y oportunidades del Teatro Guloya, concluyendo de esa forma, que había que aprovechar la oportunidad del aniversario del teatro para crear un plan de comunicación que ayude a impulsar su popularidad a nivel nacional.

### **3.5. PROPUESTA DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL PARA EL PÚBLICO EXTERNO DEL PARQUE ZOOLOGICO NACIONAL ARQUITECTO MANUEL VALVERDE PODESTÁ (ZOODOM) DEL DISTRITO NACIONAL, PARA EL PERÍODO 2012-2013.**

**AUTORA:** LAURA DINORAH PÉREZ ROJAS

Identifica la percepción del público externo del ZOODOM y diagnostica el estado de la comunicación externa del Parque Zoológico Nacional, para diseñar un plan de comunicación que mejore la percepción del ZOODOM. El estudio determinó la necesidad de implementar estrategias que motiven a que esta institución posea una mejor relación con su público y sus colaboradores.

### **3.6. AUDITORÍA DE COMUNICACIÓN A LA LIGA DOMINICANA DE BÉISBOL (LIDOM).**

**AUTOR: DANIEL RUFENACHT**

Categoriza los receptores de las informaciones de LIDOM y examina los medios de comunicación que podrían favorecer a sus estrategias de comunicación. El estudio arrojó que la Liga Dominicana de Béisbol no cuenta con las herramientas ni el personal necesario para realizar una labor comunicacional de manera efectiva. En la evaluación, también se determinó que el portal de esta institución funciona solamente en la temporada activa; y carece de injerencia en redes sociales, programas de televisión y radiales.

**3.7. ANÁLISIS COMPARATIVO DE COMUNICACIÓN ENFOCADO EN TEMAS DE MEDIOAMBIENTE, CASOS NESTLÉ DOMINICANA Y CENTRO CUESTA NACIONAL, Y PROPUESTA DE MANUAL PARA REALIZAR PLAN INTERNO AÑO 2012.**

**AUTORA: MICHELLE FRANCISCO QUEZADA**

Propone un manual a las empresas dominicanas para elaborar planes de comunicación interna enfocados en proteger y mejorar el medioambiente. El estudio arrojó que las ambas empresas entienden que es importante preservar el medioambiente, y que aunque internamente no participan en actividades que promuevan valores ecológicos; fuera de la empresa aportan al medioambiente tomando medidas ecológicas. El manual se propone que las empresas asuman responsabilidad medioambiental desde su comunicación interna, promoviendo valores y educando a los colaboradores internos acerca de la preservación del medioambiente.

**3.8. DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA EN EL CENTRO EDUCATIVO MADRE TERESA DE CALCUTA DEL DISTRITO ESCOLAR 15-03. PROPUESTA DE USOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA DIFUSIÓN E INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN ENTRE ALUMNOS Y DOCENTES. AÑO 2011-2012.**

**AUTORA: PAOLA MARÍA PANIAGUA TAVÁREZ**

Evalúa cuales medios de comunicación necesita el Centro Educativo Madre Teresa de Calcuta del Distrito Escolar 15-03 para intercambiar y difundir información entre alumnos y profesores. Se determinó que la educación que reciben los estudiantes en este centro no es interactiva; pues solamente un 30% de sus maestros se valen de elementos de videos y audio. Para una muestra de 78% de estudiantes que viven en ciberhogares, se demostró que el centro debe implementar mejores recursos y elementos que ayuden al aprendizaje del estudiante moderno.

**3.9. DIAGNÓSTICO DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE CRISIS DE LA BARRICK GOLD.**

**AUTORA: LAURA PATRICIA GÓMEZ CEBALLO**

Analiza las estrategias, acciones y reacciones de la Barrick Gold Dominicana antes, durante y después de la crisis generada tras el anuncio de sus operaciones en República Dominicana, observando las vertientes de sus decisiones y actuaciones a la luz de las distintas posturas teóricas sobre la comunicación de crisis. El estudio concluyó que la Barrick Gold no anticipó la crisis, y por ende no preparó plan de contingencia ni siguió un manual de comunicación de crisis; únicamente aplicándolo luego del problema y mejorando sus estrategias a modo de urgencia. No obstante, la Barrick Gold ha ido reivindicándose como institución.

**3.11.****AUTOR: JOSÉ HORACIO VICIOSO BÁEZ**

Evalúa el conocimiento que tienen los jóvenes de 18 a 25 años de PUCMM y UNIBE sobre las campañas; y delinea el mensaje clave que se seleccionó para elaborar las piezas de comunicación masiva. Se determinó que ambas campañas tuvieron un alto nivel de efectividad

acorde a los objetivos de la organización a las que respondían. No obstante, se pudieran mejorar las estrategias de transmisión del mensaje en base al público al que se dirigía.

### **3.12. DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL MINISTERIO DE CULTURA QUE PROMUEVA LA IDENTIDAD NACIONAL, AÑO 2014.**

**AUTORA:** ARISLEIDY CÁCERES

Analizar las estrategias y acciones existentes para diseñar un plan de comunicación que promueva la identidad nacional y describe cómo está incluida la identidad nacional en las políticas de comunicación del Ministerio de Cultura. Se indentificó que hay debilidad en cuanto a la eficacia de los mensajes que promuevan la identidad nacional, pues a pesar de que existe un portal digital destinado a este fin; se limita a publicar únicamente contenido institucional y no da cabida a los proyectos culturales que verdaderamente reflejan la identidad.

### **3.13. PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS PARA LA CASA ROSADA, ENERO-DICIEMBRE 2015.**

**AUTOR:** N/E

Conoce la situación comunicacional y la percepción que tienen los dominicanos y dominicanas del Distrito Nacional sobre La Casa Rosada, para a partir de esto elaborar un plan de relaciones públicas. El estudio arrojó que un 63% de los residentes del Distrito Nacional nunca se ha involucrado en actividades que apoyen estas instituciones, y un 65% dijo no haber escuchado anteriormente acerca de La Casa Rosada; razones que hicieron pertinente la realización de un plan de relaciones públicas que vele por el buen uso de las terminologías relacionadas y protección a los infantes a la hora de publicar informaciones en la prensa escrita y demás medios de comunicación.

### **3.14. PROPUESTA DE PLAN DE COMUNICACIÓN PARA RADIO EDUCATIVA DOMINICANA (RED) 95.3 FM Y 106.5 FM, PERÍODO ENERO-DICIEMBRE 2015.**

**AUTORA:** JUANDHY SANTOS

Describe la percepción que tiene el público interno y externo sobre RED FM y analiza su estado de comunicación, para finalmente elaborar un plan de comunicación. La investigación determinó que un 85% de los encuestados no conoce a Radio Educativa Dominicana. Además, se identificaron debilidades tanto a nivel interno como externo, con oportunidades de posicionarse positivamente con su público meta; por lo que se propuso un plan que potencialice a RED mejorando sus acciones e imagen corporativa.

### **3.15. PROPUESTA DE PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS PARA MEJORAR LA NOTORIEDAD DE LA ASOCIACIÓN DOMINICANA DE REHABILITACIÓN (ADR), ENERO-DICIEMBRE 2016.**

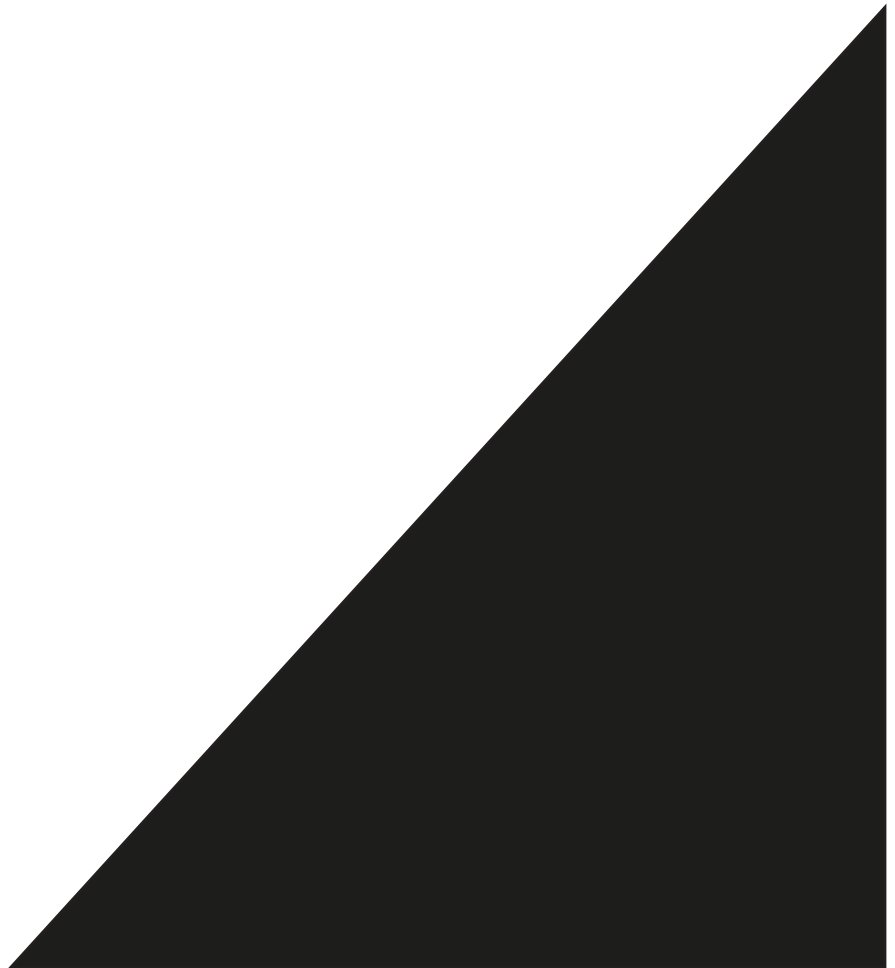
**AUTORA:** GABRIELA SÁNCHEZ

Elabora un plan de relaciones públicas para mejorar la notoriedad de la Asociación Dominicana de Rehabilitación, partiendo de la percepción que tiene la población sobre esta institución. Se determinó que a pesar de que la ADR está posicionada como pionera, le falta notoriedad, ya que un 91% de los encuestados no ha visitado las redes sociales y un 95% no conoce la página web. Tomando en cuenta los datos arrojados, se propuso un plan de relaciones públicas, que aprovechando la oportunidad que presenta el internet como vía de promoción, potencialice la comunicación externa.

### **3.16. PROPUESTA DE PLAN DE COMUNICACIÓN PARA UNA PYME DE COMIDA. CASO: MAKE SUSHI BY CRISTINO, AÑO 2015.**

**AUTORA:** ALEXANDRA GONZÁLEZ

Elabora un plan de comunicación determinando la percepción del público externo e interno sobre Make Sushi by Cristino e identificando su gestión de comunicación actual. El estudio comprobó el potencial de crecimiento de la pequeña empresa, sin embargo destacó la carencia de comunicación eficiente entre sus empleados, haciendo pertinente un plan de comunicación que brinde una visión estratégica para satisfacer y llegar al público.



**CAMPAÑA  
EDUCATIVA**

**“LA EDUCACIÓN ES EL ARMA MÁS  
PODEROSA QUE PUEDES USAR PARA  
CAMBIAR EL MUNDO”**

Nelson Mandela,  
Líder Surafricano.

**13**

Es el número de tesis que tratan el tema  
de Campaña Educativa en la Pontificia  
Universidad Católica Madre y Maestra

---

**4.1. DISEÑO DE CAMPAÑA EDUCATIVA EN FORMATO RADIAL PARA MOTIVAR LA TOMA DE CONCIENCIA DE PERSONAS ENTRE DIECIOCHO Y TREINTA Y CINCO AÑOS DE EDAD SOBRE LA INSERCIÓN SOCIAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL PERÍODO 2008-2009.**

**AUTORA:** JANY NATALI OVIEDO ESTRADA

Determina si la realización de una campaña radial puede mejorar la realidad social de personas con capacidad e identifica qué contenido se debe incluir en una campaña radial para la inserción de personas con discapacidades. Se presentó la alternativa de realizar un proyecto con herramientas de calidad para fortalecer, mediante una campaña educativa el perfil de las personas discapacitadas y que se integren a la sociedad de manera activa.

**4.2. PROPUESTA DE CAMPAÑA EDUCATIVA PARA ERRADICAR EL TRABAJO INFANTIL EN REPÚBLICA DOMINICANA.**

**AUTORA:** LEONELA MEDINA BÁEZ

Determina el sector social que conforma el público meta de la propuesta de campaña educativa y establece el enfoque central de la campaña. Debido a factores económicos, esta propuesta no se llevó a cabo, haciendo posible únicamente su materialización como estrategia, al diseñar la campaña que concientice sobre el trabajo infantil en la República Dominicana.

**4.3. PROPUESTA DE CAMPAÑA EDUCATIVA PARA DIFUNDIR INFORMACIÓN SOBRE LA ENFERMEDAD LUPUS A LA POBLACIÓN DOMINICANA, AÑO 2012.**

**AUTORA:** MASSIELLE ROSA AZCONA

Evalúa los recursos más adecuados para la realización de una campaña educativa para dar a conocer el lupus y determina el nivel de conocimiento que tiene la población general sobre esta enfermedad. La propuesta de esta campaña se realizó a partir de un desconocimiento

del 70% de la población dominicana sobre la enfermedad lupus, debido a que se mostraron interesados por conocer acerca de esta. Finalmente, se diseñaron materiales promocionales para venderse en las calles y de esa forma contribuir económicamente a las personas que padecen la enfermedad.

**4.4. PROPUESTA DE CAMPAÑA EDUCATIVA PARA ORIENTAR A LA POBLACIÓN RESIDENTE EN LAS PROVINCIAS CON MAYOR RIESGO SÍSMICO DEL PAÍS SOBRE LO QUE DEBE HACERSE EN CASO DE UN TERREMOTO. PERÍODO ENERO-JUNIO 2012.**

**AUTORA:** CARLA GAUTREUX GUZMÁN

Prepara una campaña educativa identificando el segmento de la población a la que se dirigirá, y selecciona los canales informativos por los que se difundirá el mensaje. Se elaboró una propuesta de campaña partiendo de que un 40.57% de la población dominicana reside en zonas cercanas a fallas geológicas, sumándole que superan el 50% de pobreza; por lo que es pertinente educar a los líderes de comunidades para que transmitan el mensaje a la población de estas zonas.

**4.6. PROPUESTA DE UNA CAMPAÑA EDUCATIVA PARA PROMOVER EL EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES EN LA PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER, AÑO 2013.**

**AUTORAS:** DARLIN INDIRA VILLAR SENA Y GINA TREJO SECIN

Produce una campaña educativa analizando los mensajes que han sido transmitidos a través de otras campañas de violencia contra la mujer y elabora los mensajes de empoderamiento que serán transmitidos para lograr la efectividad de la campaña. Luego de aplicar los instrumentos necesarios, se determinó que es necesaria la creación de la campaña propuesta, debido a que las que existen fallan en enviar mensajes que promuevan la igualdad de género, pues revictimizan a la mujer. La campaña que se propuso en

este estudio, lleva el nombre de "Yo valgo", con el objetivo de empoderar a la mujer dominicana.

**4.7. PROPUESTA DE CAMPAÑA EDUCATIVA PARA DIFUNDIR MENSAJES QUE SENSIBILICEN SOBRE RELACIONES Y TENSIONES ENTRE DOMINICANOS Y HAITIANOS A ESCOLARES DE 8 A 12 AÑOS DE LA ESCUELA AÍDA CARTAGENA PORTALATÍN EN EL BARRIO LA ZURZA, AÑO 2013.**

**AUTORA:** MERYBELL REYNOSO

Determina el estado de situación de los conflictos y tensiones entre habitantes dominicanos, haitianos y dominicanos de descendencia haitiana en La Zurza y en la Escuela Aída Cartagena Portalatín; con el propósito de crear una campaña educativa de sensibilización. A pesar de que esa institución trabaja el tema de los derechos humanos y los valores en sus aulas, en el estudio se demostró que existe la necesidad de realizar una campaña que eduque con mensajes de sensibilización, acerca de las relaciones domínico-haitianas. No obstante, los encuestados aseveraron que un 56% de estas relaciones transcurrían de manera normal en La Zurza.

**4.8. PROPUESTA DE UNA ESTRATEGIA DE ENTRETENIMIENTO EDUCATIVO PARA CREAR UN MEDIO DE EXPRESIÓN CULTURAL Y SOCIAL MEDIANTE EL HIP-HOP, LICEO TÉCNICO MANUEL A. TAVÁREZ JUSTO EN HARÁS NACIONALES, AÑO 2014.**

**AUTORA:** ALEJANDRA ALEMANY

Identifica de qué manera el hip-hop puede mejorar la calidad de vida de adolescentes y jóvenes, socializando entre los estudiantes del Liceo Técnico Manuel A. Tavárez Justo sobre la cultura de este género. El estudio demostró que el hip-hop ha servido como manera de expresión para los jóvenes de barrios marginados. Partiendo de la afirmación, mediante los instrumentos aplicados, de que los jóvenes aprenden mejor al exponer sus trabajos

de manera artística, se confirmó la necesidad de crear la estrategia propuesta que crearía un medio de expresión mediante el hip-hop que sirva como herramienta educativa.

**4.9. ANÁLISIS TEÓRICO DE LOS VALORES EN LA CAMPAÑA "¡BIEN POR TÍ!" REALIZADA POR EL DESPACHO DE LA PRIMERA DAMA, AÑO 2010.**

**AUTOR:** JOAN ORTÍZ

Mide el nivel de incidencia de la campaña ¡Bien Por Tí! en la audiencia meta, determinando el tratamiento audiovisual que se le otorga a los valores. El estudio concluyó, que el tratamiento de los valores de esta campaña no se debió limitar únicamente al recurso audiovisual, pues para que penetre en cada grupo de la sociedad, debe valerse de distintos recursos de apoyo; como charlas, talleres folletos y demás, de la mano de una fuerte estrategia que tenga un eje principal definido.

**4.10. DIAGNÓSTICO SOBRE EL NIVEL DE INFORMACIÓN SOBRE SEXUALIDAD, DERECHOS SEXUALES Y REPRODUCTIVOS. PROPUESTA DE CAMPAÑA DE EDUCACIÓN SEXUAL PARA ADOLESCENTES DE 13-18 AÑOS DEL LICEO ESCUELA SAN PABLO APÓSTOL, CRISTO REY, DISTRITO NACIONAL, 2014.**

**AUTORA:** JIMENA GARCÍA

Determina el nivel de información sobre educación sexual, derechos sexuales y reproductivos de los jóvenes de 13 a 18 años del Liceo San Pablo Apóstol e identifica los medios mediante los que se puede obtener este tipo de información. Se confirmó la falta pronunciada de educación sexual en el Liceo evaluado, ya que no poseen programa educativo o estrategia que enseñe o incentive a los estudiantes y las estudiantes a educarse con respecto al tema.



## 4.11. DISEÑO DE UNA CAMPAÑA EDUCATIVA PARA ORIENTAR A CONDUCTORES Y PASAJEROS SOBRE EL TRATO HACIA LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL, QUE TRANSITAN LAS CALLES DEL DISTRITO NACIONAL DE REPÚBLICA DOMINICANA. PERÍODO ENERO-JUNIO 2015.

**AUTORAS:** MARYELIN REYES Y ROSMERY NÚÑEZ

Diseña una campaña educativa conociendo la aplicación de las políticas públicas creadas en favor de las personas con discapacidad visual, y describe el trato de conductores y pasajeros a personas con discapacidad visual. Luego de observar los obstáculos que presenta la sociedad a las personas con discapacidad visual para integrarse y poder llevar una vida normal, se propuso una campaña educativa que concientizara a los conductores y pasajeros sobre cómo manejarse y contribuir a mejorar la condición de estas personas.

## 4.12. PROPUESTA DE CAMPAÑA EDUCATIVA EN CONTRA DEL RUIDO PARA EL DISTRITO NACIONAL.

**AUTOR:** BRIAN SANTANA

Produce una campaña educativa que sensibiliza a la sociedad con respecto a las consecuencias de la contaminación acústica, y crea estrategias de comunicación que permitan lograr su efectividad.

La causa principal que impulsó a la materialización de la campaña propuesta fue el desconocimiento de un 59% de la población acerca de lo que es la contaminación acústica; además de la observación de que la campaña realizada por el 911 no cumpliera sus objetivos, ya que le faltaban elementos que sensibilizara a la población.

## 4.13. PROPUESTA DE UNA CAMPAÑA EDUCATIVA PARA SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN DEL DISTRITO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DOMINICANA SOBRE EL GLAUCOMA. PERÍODO AGOSTO 2016-JULIO 2017.

**AUTORAS:** ANA FABELA Y NICOLE PÉREZ

Con el propósito de crear una campaña que sensibilice a la población sobre el glaucoma, identifica las políticas públicas creadas a su favor, diagnosticando el nivel de conocimiento que tienen los habitantes del Distrito Nacional acerca del tema. Se hizo factible crear una campaña que eduque a la población con respecto a la enfermedad, para contribuir a su prevención desde las fases iniciales.

# TELEVISIÓN

**“LA CIVILIZACIÓN DEMOCRÁTICA  
SE SALVARA ÚNICAMENTE SI HACE  
DEL LENGUAJE DE LA IMAGEN UNA  
PROVOCACIÓN A LA REFLEXIÓN CRÍTICA,  
Y NO UNA INVITACIÓN A LA HIPNOSIS”**

Umberto Eco,  
Escritor italiano.

27

Es el número de tesis que tratan el tema  
de Televisión en la Pontificia  
Universidad Católica Madre y Maestra

---

### 5.1. LA TELEVISIÓN DOMINICANA EN FUNCIÓN DE CONTENIDOS CULTURALES Y EDUCATIVOS.

**AUTORA:** ROSANDRY DE LEÓN MEDRANO

Determina si los canales 2, 5, 7 y 11 de la televisión dominicana incorporan en su programación elementos educativos y culturales, estudiando si las audiencias están interesadas en estos programas. Este estudio llega a la conclusión de que hay muy pocos programas educativos y culturales en la República Dominicana, puesto que para este tipo de programas, debido a su baja popularidad, es difícil encontrar avisos publicitarios que lo puedan sustentar.

### 5.3. LOS PRESENTADORES DE NOTICIEROS DE TELEVISIÓN DE LOS CANALES DE ALCANCE NACIONAL, SU FORMACIÓN ACADÉMICA Y EL VÍNCULO CON OTRAS DISCIPLINAS QUE REALIZAN “LAS CARAS DE LAS NOTICIAS”.

**AUTORA:** ANAEL MARIE LÓPEZ BELTRÉ

Determina los niveles de formación periodística de los presentadores de noticieros de televisión de los canales nacionales y su vínculo con la labor que desempeñan dentro o fuera de los medios de comunicación. Este estudio arrojó que el noticiero que cuenta con la mayor cantidad de presentadores es Noticias SIN, con un 23% en total, destacando que todo su personal es preparado en el área de periodismo. En segundo lugar está Mundo Visión y Noticias Telemicro con un 18% de presentadores, Noticentro con un 14% y CentroNoticias, Servicios Informativos Teletallas y Telenoticias con un 9% cada uno.

### 5.4. EL DOCUMENTAL INSTRUMENTO PEDAGÓGICO EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA CONCIENCIA CIUDADANA EN REPÚBLICA DOMINICANA.

**AUTORA:** ALEXANDRA SANTANA PADILLA

Proponer y promover el uso de los documentales, como una herramienta para educar y

concienciar sobre la historia y cultura de los pueblos, explicando la importancia de la proyección de documentales en la República Dominicana como herramienta pedagógica. El estudio demostró la importancia de la realización de documentales, como instrumento audiovisual que sirve para educar a una población informando sobre la temática que trate. Además, hace un llamado a las empresas e instituciones a apoyar la producción del género documental.

### 5.5. ANÁLISIS DE LA PRESENCIA DE ELEMENTOS RACISTAS EN LOS PROGRAMAS NOCHE DE LUZ Y CON JATNNA DURANTE EL MES DE JULIO DE 2007.

**AUTORA:** PAOLA ACOSTA ORTÍZ

Determina la posible existencia de racismo en dos programas locales, señalando factores comunes que lo evidencien. Luego de evaluar ambos programas en el período de un mes, se registró que en ninguno de los espacios televisivos hay personas de color laborando frente a cámaras, lo que demuestra que si existe racismo a pesar de que el color de piel de nuestro país es muy diverso.

### 5.6. HISTORIA, SITUACIÓN Y PERSPECTIVA DEL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN EN LA TELEVISIÓN DE LA REPÚBLICA DOMINICANA.

**AUTORA:** SARAH MALDONADO BONNELLY

Sistematiza la historia, situación y perspectiva del periodismo de investigación en la televisión de la República Dominicana, y enumera los casos más importantes denunciados en el año 2008 por los programas de periodismo de investigación. Este estudio concluye que durante muchos años el periodismo de investigación estaba reprimido, debido a la forma de gobierno de Joaquín Balaguer, y que además es una rama del periodismo que busca resolver y denunciar las problemáticas

sociales, lo que con el paso de los años ha sido un sustancioso aporte y sigue creciendo.

**5.7. COMPARACIÓN DE LA COBERTURA DE CASOS DE CORRUPCIÓN DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN DEL GÉNERO PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN 2008. CASOS NURIA EN EL 9 Y EL INFORME DE ALICIA ORTEGA.**

**AUTORA:** EVA LORA ECHAVARRÍA

Compara y describe los métodos que se utilizan en la producción de los programas de televisión del género periodismo de investigación Nuria en el 9 y El Informe de Alicia Ortega en el año 2008. Además, categoriza la presencia de casos de corrupción divulgados en ambos programas. La recolección de datos arrojó que ambos programas realizan una cobertura de calidad con respecto al tema, ya que incluyen lenguaje adecuado, tratamiento crítico y seguimiento a los casos. No obstante, emplean un uso escaso de las técnicas de periodismo de investigación.

**5.8. ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA PROGRAMACIÓN CLASIFICACIÓN A, DE LOS ESPACIOS DE VARIEDADES DE LOS CANALES VHF EN SANTO DOMINGO DESDE ENERO-MARZO 2010 SEGÚN LA LEY 1951 Y SU REGLAMENTO NO. 824 DEL 1791 DE ESPECTÁCULOS PÚBLICOS Y RADIOFONÍA, Y SUS MODIFICACIONES. CASOS: 9X9 ROBERTO, SÁBADO DE CORPORÁN, Y DIVERTIDO CON JOCHY.**

**AUTORA:** HILDA MARÍZ MARRERO FERNÁNDEZ

Determina la correspondencia entre los programas de variedades de clasificación A y lo requerido para que sean transmitidos bajo esta denominación, y demuestra cuáles artículos, según la Ley 1951 y su Reglamento No. 824 del 1971 de Espectáculos Públicos y Radiofonía, y sus modificaciones, cumplen estos programas. Concluye que ninguno de los programas estudiados cumple en un 100% lo que dicta la ley. Además, no cumplen con la

correspondencia necesaria para ser transmitidos bajo la clasificación A, debido al lenguaje ofensivo y mensajes de sexo que en ellos se incluye.

**5.9. ANÁLISIS DE LOS ESTEREOTIPOS EN LOS PROGRAMAS INFANTILES DE TELEVISIÓN. CASOS: EL CAMPAMENTO DE ROBERT LUIS Y EL PARQUE INTREPIDO CON ALAN BRITO, ENERO-MAYO 2010.**

**AUTOR A:** YASMIN JIMÉNEZ

Identifica los estereotipos presentados en los programas infantiles de Santo Domingo y reconoce las unidades básicas del lenguaje audiovisual utilizadas para presentar o resaltar los estereotipos. Luego de analizar ambos programas, se comprobó que existen estereotipos, destacándose los de género, geográficos raciales, vestuario, comportamiento y belleza. Dentro de los grupos focales realizados, el estudio determinó que estos programas disfrazan la realidad para poder venderla al público, lo que, según las psicólogas entrevistadas, puede dañar la mente de los infantes que sintonizan estos programas, dañando su proceso y capacidad de socialización.

**5.10. ANÁLISIS SOBRE EL PAPEL POLÍTICO DE LA TELEVISIÓN DOMINICANA DURANTE LOS DOCE AÑOS DE JOAQUÍN BALAGUER 1966-1978.**

**AUTORA:** SARAH MARÍA CARRASCO ABINADER

Estudia el nivel de proyección en los contenidos de las estaciones con la figura del presidente de entonces, el doctor Joaquín Balaguer, y señala los factores que impulsaron la apertura de las principales estaciones de televisión (Color Visión, Tele-Inde, Telesistema) durante el período de Los Doce Años (1966-1978). El estudio concluye que el presidente Joaquín Balaguer no utilizó este medio para difundir información, pero no obstante, manipuló y filtró el contenido que salía en la televisión. En la

televisión pasiva de aquel entonces, existían programas de opinión, sin embargo, estos permanecían o eran censurados dependiendo la trayectoria o popularidad del periodista.

**5.11. ANÁLISIS DEL PERIODISMO CULTURAL EN LA TELEVISIÓN DE LAS PROVINCIAS SANTO DOMINGO Y DISTRITO NACIONAL, ENERO-JUNIO 2011. CASOS: ATELIER DE ARTE, CANAL 13; DEL ARTE AL ARTISTA, CANAL 4; MI PUEBLO DENTRO, CANAL 15; PAÍS CULTURAL, CANAL 4; Y YOLA YELOU, CANAL 37.**

**AUTORA:** GLORIA RAMÍREZ BELLARD

Analiza el estado del periodismo cultural en los canales VHF y UHF de la televisión de las provincias Santo Domingo y Distrito Nacional. Evalúa el tipo de contenido y recursos técnicos usados por los programas de periodismo cultural. Para este estudio, se realizó una encuesta, en la que el 73% respondió que reconocían los programas por su contenido, demostrando que existen receptores ávidos de este tipo de programa. Todos demostraron cumplir con las técnicas periodísticas apropiadas dentro de la realización de su contenido. Sin embargo, demostraron tener deficiencias a la hora de aplicar las herramientas técnicas, lo que provoca que su popularidad descienda.

**5.13. PROPUESTA DE RE-DISEÑO DEL CONTENIDO EN LA PROGRAMACIÓN DE LA CORPORACIÓN ESTATAL DE RADIO Y TELEVISIÓN CERTV CANAL 4, ENERO-DICIEMBRE 2012.**

**AUTORA:** KARLA BÁEZ R.

Evalúa elementos que conforman la programación de esta televisora estatal e indaga sus criterios, estructurar una programación para la televisora estatal CERTV, canal 4, ajustada a las necesidades y preferencias de los consumidores. Al momento de aplicar encuestas, se obtuvo una muestra que comprobó que los televidentes tienen poca o nula inclinación hacia la programación de este canal. No obstante, el

estudio arrojó que no era pertinente cambiar bruscamente el contenido de programación, sino progresivamente, para que su público se vaya adaptando de manera positiva y más tarde influyendo en que se integre público nuevo.

**5.14. ANÁLISIS DEL ROL FEMENINO EN LA PUBLICIDAD DE HELADOS EN LA TELEVISIÓN. CASO: HELADOS MAGNUM, AÑO 2000-2010.**

**AUTORA:** MAYERLIN PAOLA MARTÍNEZ CASTILLO

Evalúa las técnicas publicitarias que utilizan las campañas de helados Magnum, y contesta los factores que determinan la condición de la mujer en sus publicidades. Luego de una observación a las campañas publicitarias de Helados Magnum, se concluyó que utilizan la imagen de la mujer como objeto de comercialización, explotando el género y sexualidad femenina para vender este producto alimenticio de consumo masivo.

**5.15. LOS NOTICIEROS ESTELARES DE TELEVISIÓN DOMINICANOS: SITUACIÓN, RETOS Y PERSPECTIVAS. CASO BANDA VHF. PERÍODO SEPTIEMBRE 2010- FEBRERO 2011.**

**AUTORA:** ARABELTH FÉLIZ

Sistematiza las informaciones disponibles sobre el origen y evolución de los telenoticiarios estelares dominicanos de la banda VHF, y evalúa el nivel de calidad de los telenoticiarios dominicanos tomando como referencia las fuentes consultadas, estructura, formación académica de sus talentos, contenidos y niveles de producción. Este estudio determinó que los las informaciones transmitidas en los noticiarios estelares dominicanos no cumplen con parte de los estándares que se establecen sobre recolección y redacción de noticias; a partir de un análisis que arrojó que las noticias están siendo utilizadas para promover al Estado, pues un 43.35% presentaban funcionarios

como fuente de información y un 28.22% trataba temas políticos y de instituciones gubernamentales.

**5.16. ANÁLISIS DE LOS MECANISMOS DE APLICACIÓN DE LA LEY DE LIBRE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA 200-04 EN LOS PROGRAMAS DE INVESTIGACIÓN EL INFORME CON ALICIA ORTEGA, NURIA INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA, LATITUD CERO Y ZONA 5. ENERO-ABRIL DE 2011.**

**AUTORA:** ELIZABETH PÉREZ PAREJA

Evalúa e Indaga en cuáles de los programas de investigación hacen un mayor uso de los mecanismos aplicables en la Ley para la remisión de la información, verificando además, la frecuencia con la que sus periodistas recurren al uso de esta ley. Este estudio concluye que de los cuatro programas analizados, solamente dos se han posicionado y destacado en los medios de comunicación del país. Se determinó que aún hay poco desarrollo a nivel institucional que abogue por que se acepten estas leyes de Libre Acceso a la Información Pública. En cuanto a los parámetros de conocimientos calificados sobre la investigación, solamente un 44% de los periodistas encuestados afirmaron tenerlo.

**5.17. ESTUDIO SOBRE LA PERCEPCIÓN DE LAS AUDIENCIAS DEL DISTRITO NACIONAL, SANTIAGO, SAN CRISTÓBAL Y LA ROMANA DE LOS PROGRAMAS DE INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA EN LA TELEVISIÓN NACIONAL DE ENERO-ABRIL DE 2012. CASOS: NURIA INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA, EL INFORME CON ALICIA ORTEGA Y ZONA 5.**

**AUTORA:** JULIA LETICIA MUÑOZ ALEGRE

Identifica las características sociodemográficas que poseen los telespectadores del Distrito Nacional, Santiago, San Cristóbal y La Romana de los programas de investigación periodística de la televisión nacional; evaluando la credibilidad alcanzada por Nuria Investigación Periodística, El Informe con Alicia Ortega y Zona 5. Esta investigación arrojó que la audiencia que sintoniza estos programas, consideran que presentan

contenido de importancia y credibilidad, y que la aceptación hacia las conductoras de estos programas influye, en su mayoría, en su condición profesional y estilo de conducción.

**5.18. EL USO DE LA PORNOMISERIA COMO FORMA DE AUTOPUBLICIDAD EN LOS NOTICIEROS DE TELEVISIÓN DE HORARIOS NOCTURNOS, DE BANDA VHF. CASOS TELENOTICIAS, EMISIÓN ESTELAR DE TELESISTEMA CANAL 11; NOTICIAS SIN, DE ANTENA LATINA CANAL 7, Y EL INFORMATIVO TELEANTILLAS DE TELEANTILLAS CANAL 2. OCTUBRE 2011-ABRIL 2012.**

**AUTORA:** NEIDA MERCEDES OVALLES CAMPUSANO

Analiza el manejo de los noticiarios de emisión nocturna frente a la pornomiseria en sus autopromociones y demuestra los casos su uso. Durante este estudio, se realizó una evaluación de cuatro meses a 127 programas, de los cuales 96 contenían casos de pornomiseria, siendo los más comunes los de pobreza extrema y maltratos abusos donde hay niños y mujeres. En cuanto al público de los programas analizados, un 81% se niega a pensar que es para el bien de los medios y que no respetan sus derechos a pesar de que son quienes solicitan ser escuchados.

**5.19 ANÁLISIS DE LA PERTINENCIA DEL SISTEMA DE REGULACIÓN DE LA TELEVISIÓN DOMINICANA A LA LUZ DEL ANTEPROYECTO DE LEY GENERAL DE AUDIOVISUALES Y DE ESPECTÁCULOS PÚBLICOS, CASO TELEMICRO CANAL 5, AÑO 2012.**

**AUTORA:** JISSETTE CAROLINA CARRASCO UREÑA

Describe las características de contenido que presentan los programas de producción nacional emitidos por Telemicro, canal 5 y compara los requisitos que formula el anteproyecto de Ley General Audiovisual y de Espectáculos Públicos y los contenidos audiovisuales de los programas emitidos por este canal. Luego de aplicar las entrevistas pertinentes, se determinó que ningún productor de este canal conoce el anteproyecto de la ley, y que el mayor porcentaje de publicidad lo tiene Primer Impacto y

las telenovelas que se transmiten en este canal. La violencia tiene una considerable presencia, encontrándose en el noticiario Centro de Noticias Telemicro, Sábado Extraordinario, De Extremo a Extremo y Boca de Piano es Un Show. Además de violencia gráfica, se percibió la incitación a la pornografía en estos programas.

#### 5.20. PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN CON CONTENIDO TURÍSTICO PARA 2012.

**AUTORAS:** ARNANDY CRUZ LAPAIX E INDIRA SUERO ACOSTA

Presenta un espacio que responde a las necesidades informativas del público dominicano, cuyo contenido es el turismo. Luego de aplicar encuestas a 384 personas, se determinó la propuesta debe ser creativa y con contenido diverso para incentivar al televidente a sintonizar el programa, por lo que se presenta una propuesta de programa con una duración de 56 minutos que abarque los géneros del periodismo audiovisual.

#### 5.21. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN DEDICADO A DEBATIR PROYECTOS DE LEY QUE SON SOMETIDOS AL CONGRESO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DOMINICANA, AÑO 2012.

**AUTORA:** SOSSY MICHELLE VEGA PÉREZ

Identifica en qué medida la ciudadanía se siente representada por el Congreso Nacional en el proceso de evaluación de proyectos de leyes, conociendo el grado de participación que tendría la ciudadanía en un programa de televisión donde se discutan libremente los proyectos de leyes del Congreso. El estudio arrojó que al 86.5% de la población le resultaría interesante ver programas de debates por televisión sobre proyectos de ley que se discutan en el Congreso Nacional, lo que hace factible este programa propuesto.

#### 5.22. ANÁLISIS DEL ESTADO DE SITUACIÓN DE LA CORPO-

#### RACIÓN ESTATAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DOMINICANA CON MIRAS AL APAGÓN ANALÓGICO PARA 2015 BAJO EL DECRETO 407-10.

**AUTOR:** JOSÉ HUMBERTO GARCÍA DÍAZ

Describe la aplicación de la tecnología digital en el contenido de CERTV y determina los recursos económicos, técnicos y humanos necesarios para este cambio. Luego de aplicado este análisis, el estudio concluyó que CERTV canal 4, es el único en todo el país que cuenta con la capacidad para transmitir señal digital abierta, a pesar de su contenido análogo. No obstante, a pesar de contar con los recursos técnicos necesarios para la transmisión, este canal debía invertir en línea gráfica y escenografía para crear un contenido más atractivo.

#### 5.23. PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN ESPECIALIZADO PARA LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD AUDITIVA DE SANTO DOMINGO, AÑO 2013.

**AUTORA:** ELENA MIRIAN CABREJA DE LA CRUZ

Analiza las necesidades informativas de las personas con discapacidad auditiva de Santo Domingo a fin de formular una propuesta de un programa de televisión especializado. Este proyecto resultó ser factible, al aplicar encuestas y entrevistas, que arrojaron que un 90% de personas con discapacidad auditiva estaban interesadas en un programa que emplee lenguaje de señas, subtítulos y voz en off.

#### 5.24. ANÁLISIS DE VALORACIÓN DE LA TELEAUDIENCIA DEL DISTRITO NACIONAL DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN. CASOS: QUÉ VIVA EL MERENGUE (2007), CUESTIÓN DE PESO (2010) Y UN TIEMPO DESPUÉS (2011).

**AUTORA:** LISBETH ISABEL MONTÁS REYES

Conoce las características sociodemográficas del



telespectador de los programas de temporada de televisión dominicanos y descubre la valoración de la audiencia en los programas de temporada. Este estudio determinó que los programas de temporada son el presente y posiblemente el futuro de la televisión dominicana, y que demuestran un nivel de audiencia elevado, pues poseen un principio, nudo y final que provocan que el espectador lleve la historia completa

### **5.25. ANÁLISIS COMPARATIVO DEL PROGRAMA CIERRE DE EDICIÓN, CON ENRIQUE GRATAS Y LA EMISIÓN ESTELAR DE TELENOTICIAS, CON ROBERTO CAVADA. PERÍODO: ENERO A MARZO DE 2015.**

**AUTORA:** MARCELL SANTANA

Identifica los niveles de aceptación de las estrategias y actitudes comunicacionales de los programas Cierre de Edición, con Enrique Gratas y Emisión Estelar de Telenoticias, y determina si la estructura y contenido de ambos guarda relación con el periodismo de calidad. El estudio arrojó que ambos programas televisivos poseen altos ratings. Sin embargo, el contenido periodístico que utilizan es sensacionalista, lo que se percibe como denigrante por ser una falta de respeto hacia su público.

### **5.26. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA REVISTA TELEVISIVA DEPORTIVA CONDUCTA POR MUJERES EN EL DISTRITO NACIONAL, OCTUBRE - DICIEMBRE DE 2015.**

**AUTORA:** DÉBORAH GUERRERO

Determina la factibilidad de la creación de una telerevista deportiva conducida por mujeres, basándose en la preferencia de contenido del público interesado en este tipo de programas. La propuesta resultó ser factible, ya que partiendo de los datos obtenidos mediante la aplicación de entrevistas, encuestas y grupos focales. Un 95% de las encuestadas considera que hace falta una presencia femenina en el

periodismo deportivo, y un 86% de las personas encuestadas consumirían el programa que propone el estudio.

### **5.27. ESTRUCTURA DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN EDUCATIVO PARA EL CANAL CRISTIANO COMUNIÓN TV, DIRIGIDO A NIÑOS Y NIÑAS DE 6 A 10 AÑOS.**

**AUTORA:** TIZIANA RUPP

Descubre las necesidades de aprendizaje de niños y niñas entre 6 y 10 años y determina las actividades que facilitan la enseñanza y el entretenimiento durante esta etapa. El estudio determinó que los niños y niñas, cuando se encuentran en este rango de edad, necesitan una televisión de calidad que sea complemento de la formación que reciben en las escuelas. Un programa dirigido a este grupo infantil, debe ser creativo, divertido y educativo; pues su finalidad sería que los niños y niñas aprendan sin sentir que lo están haciendo. Se propuso el programa de nombre “Libremente”, con un horario matutino (9 de la mañana), ya que la investigación arrojó que a esa hora, los sábados, los infantes encienden la televisión de manera masiva.

**PERIODISMO**

**“NO HAY MEJOR MANERA DE MEDIR EL  
GRADO DE LIBERTAD DE UN PAÍS QUE  
CONSULTAR SU PRENSA”**

Mario Vargas Llosa,  
Escritor.

40

Es el número de tesis que tratan el  
tema de Periodismo en la Pontificia  
Universidad Católica Madre y Maestra

---

### 6.1 EL ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS PERIODISTAS SOBRE LA PRESENCIA DEL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN EN LOS MEDIOS IMPRESOS DOMINICANOS. ESTUDIO DE LOS CASOS DEL LISTÍN DIARIO, EL CARIBE, HOY Y LA REVISTA RUMBO DURANTE OCTUBRE DE 2003.

**AUTOR:** FRANKLIN AVILA RODRÍGUEZ

Determina la percepción de los periodistas sobre la presencia del periodismo de investigación en prensa escrita de la República Dominicana; así como también la cobertura dada al periodismo de investigación por los periódicos Listín Diario, El Caribe, Hoy y la revista Rumbo durante el mes de octubre de 2003. Para arrojar resultados, se encuestó a 36 periodistas de diferentes medios escritos dominicanos sobre el periodismo de investigación, y revisar las publicaciones de dichos medios durante el mes de octubre del año 2003.

Dentro de los resultados obtenidos, se comprobó que la percepción de los periodistas sobre la presencia del periodismo de investigación en los medios escritos dominicanos está restringida o limitada posiblemente por la censura y múltiples causas como la preferencia que dan los medios de comunicación a los temas del día a día, pues son trabajos menos costosos y conllevan menos tiempo.

### 6.2 INFLUENCIA DE LAS CARICATURAS POLÍTICAS EN LA OPINIÓN DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS ANÁLISIS DE CASO: DIÓGENES Y BOQUECHIVO DE HAROLD PRIEGO.

**AUTORA:** PERLA MASSIEL BISONÓ REYES

Analiza la influencia que tienen las caricaturas políticas en la opinión de los jóvenes universitarios dominicanos, tomando como referencia la caricatura de "Diógenes y Boquechivo" creada por Harold Priego. Específicamente se determinó por qué consultan los jóvenes universitarios las caricaturas, se definió qué importancia consideran los jóvenes, que tiene la

caricatura para la sociedad y qué tan de acuerdo están ellos en torno a los temas planteados en la caricatura Diógenes y Boquechivo. Se manifestó que ambas caricaturas ejercen interés en el pensar de los jóvenes universitarios influyendo en sus opiniones.

### 6.3 ANÁLISIS DE LA PRESENCIA DEL PERIODISMO LITERARIO EN LOS SUPLEMENTOS CULTURALES DE LOS PERIÓDICOS HOY, LISTÍN DIARIO Y EL CARIBE ENTRE EL 24 DE AGOSTO Y EL 14 DE SEPTIEMBRE DE 2003.

**AUTORA:** VIRGINIA ANTARES RODRÍGUEZ GRULLÓN

Define la presencia que ha tenido el periodismo literario en los suplementos culturales de los periódicos Hoy, El Caribe y Listín Diario. Establece además cuáles son los factores que dificultan el espacio para el periodismo literario en los medios impresos dominicanos y propone acciones para la integración del periodismo literario en los periódicos y revistas. La investigación culmina con los resultados de los análisis que exponen que nueve de los 54 textos escogidos pueden considerarse como periodismo literario por cumplir con al menos dos de los criterios establecidos.

### 6.4 LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA PUBLICIDAD Y EN LOS CONTENIDOS POLÍTICOS, ECONÓMICOS Y DE OPINIÓN EN LOS PERIÓDICOS LISTÍN DIARIO, DIARIO LIBRE, Y EL NACIONAL DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA PRODUCCIÓN Y EL PROTAGONISMO.

**AUTORA:** ELIANNY M. HEREDIA BAUTISTA

Analiza la diferenciación por género en la publicidad y en la producción y protagonismo de los contenidos políticos, económicos y de opinión en los periódicos Listín Diario, Diario Libre y El Nacional; describiendo la relación diferenciada entre mujeres y hombres profesionales de la comunicación en cuanto a la producción de los contenidos políticos, econó-

micos, educativos y de opinión. De igual forma, muestra la proyección distinta entre mujeres y hombres como protagonistas de los contenidos señalados anteriormente; y determina cómo se presentan a las mujeres y los hombres en la publicidad de los medios escogidos. Luego de estudiar 62 ejemplares de periódicos, se encontró que a pesar de que se perciben ciertos intentos de ofrecer un ambiente laboral igualitario y una proyección realista de mujeres y hombres, se observa una carencia de perspectiva de género.

### 6.5 TRATAMIENTO DE INFORMACIONES SOBRE TRABAJO INFANTIL POR LOS PERIÓDICOS DIARIO LIBRE Y LISTÍN DIARIO EN EL PERÍODO ENERO-JUNIO 2008.

**AUTORA:** SHERYLL REYES CORDERO

Demuestra la importancia de incluir en la agenda de los medios de comunicación dominicanos el tema del trabajo infantil, como una forma de educar a la población sobre su control y posterior erradicación. Específicamente determina con qué frecuencia se publicaron trabajos en los periódicos seleccionados sobre trabajo infantil en el período Enero-Junio 2008; investigar qué enfoque.

### 6.6 MANEJO DE LA INFORMACIÓN EN LOS PERIÓDICOS LISTÍN DIARIO Y DIARIO LIBRE DURANTE LA CAMPAÑA ELECTORAL 2008 DE LOS TRES PRINCIPALES CANDIDATOS A LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DOMINICANA.

**AUTORA:** OLGA TERESA TORRES PERERA

Identifica las diferencias que muestran los periódicos Listín Diario y Diario Libre en el tratamiento a las informaciones sobre las tres principales fuerzas políticas y sus candidatos; y a partir de ese tratamiento, establece la posible preferencia electoral de esos diarios. La investigación concluyó que las tendencias partidarias influyeron de forma determinante en las apuestas informativas y

editoriales del Listín Diario, haciendo notar una inclinación hacia el candidato opositor Miguel Vargas; mientras que el Diario Libre mostraba mayor inclinación por Leonel Fernández.

### 6.7 COMPARACIÓN DE LA COBERTURA DEL CASO BANINTER EN LOS PERIÓDICOS LISTÍN DIARIO Y CLAVE DIGITAL EN EL PERÍODO DE JUNIO A OCTUBRE DE 2007.

**AUTORA:** ROMINA A. DE LAS MERCEDEZ VÁSQUEZ SOTO

Determina las características de la cobertura del caso BANINTER en lo relativo a parcialidad, uso de fuentes informativas, declaraciones publicadas y diferenciación de cobertura de ambos medios. Luego de analizar ambos medios, el estudio arrojó que la cantidad de publicaciones sobre el caso fue abundante, con un total de 25 publicaciones en Clave Digital y 87 en el Listín Diario.

### 6.8 ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE EL ESPACIO PUBLICITARIO Y EL INFORMATIVO COMO HERRAMIENTA DE AUTO SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS PERIÓDICAS. CASOS DIARIO LIBRE Y LISTÍN DIARIO MAYO-JUNIO 2008.

**AUTORA:** MAIROLYS G. PEÑA SANTOS

Cuantifica el espacio que los periódicos Diario Libre y Listín Diario dedican al contenido informativo y a su vez mide el espacio que dedican ambos medios al contenido publicitario. La investigación concluye que los diarios gratuitos deben tener una proporción predeterminada de texto y publicidad.

### 6.9 COBERTURA DE NOTICIAS DE TEMAS HAITIANOS EN LOS PERIÓDICOS DIARIO LIBRE Y LISTÍN DIARIO DE NOVIEMBRE 2008 A ENERO 2009.

**AUTORA:** DASHKA BENNETT

Analiza la cobertura y el tratamiento que se brinda a los temas haitianos en los periódicos Diario Libre y Listín Diario entre noviembre 2008 y enero 2009, para determinar cuáles reglas y normas de cobertura usan los mencionados medios de comunicación escritos para la redacción de las noticias de temática haitiana. Luego de verificar los objetivos propuestos, se identificó que la prensa dominicana suele omitir reglas importantes para la elaboración de noticias, y de igual forma evidenció que los titulares de las noticias reflejan una imagen negativa de las temáticas tratadas.

#### **6.10 TENDENCIAS COMUNICACIONALES COMO INFLUENCIA DEL INFORME MCBRIDE EN LOS DIARIOS DOMINICANOS LISTÍN DIARIO Y EL CARIBE.**

**AUTORA:** TRIANNA AYBAR

Determina si las informaciones difundidas por el Listín Diario y El Caribe cuentan con un tratamiento equilibrado y analiza los criterios de cobertura de ambos diarios partiendo del Informe McBride. La investigación arrojó que existen ciertos factores tanto económicos como sociales que hace que se mantenga una dependencia de parte de esas empresas de comunicación masiva hacia ciertos poderes de la sociedad; y de igual forma, carecen de parámetros que homogenicen los elementos que son parte de las historias noticiosas.

#### **6.11 COBERTURA DEL TEMA PLAGIO EN LOS PERIÓDICOS HOY, DIARIO LIBRE Y LISTÍN DIARIO, ENERO 2009 A JUNIO 2009.**

**AUTORA:** JUGENNE RODRÍGUEZ BOURNIGAL

Identifica el tipo de cobertura que le brindan los medios de comunicación impresos seleccionados a la temática de plagio, y contabiliza la cantidad de publicaciones

sobre plagio que aparece. Luego de evaluar 462 periódicos, se encontraron 52 publicaciones sobre este tema, que representó el 11% de las muestras exploradas, por lo que la investigación concluyó que aunque existen excepciones, el manejo del tema plagio es superficial en los periódicos estudiados.

#### **6.12 ANÁLISIS DE LA COBERTURA Y SEGUIMIENTO DE LA GRIPE A (H1N1) EN LOS MEDIOS DE PRENSA ESCRITA DE LA REPÚBLICA DOMINICANA, HOY, LISTÍN DIARIO, EL CARIBE Y DIARIO LIBRE, DURANTE LOS MESES MARZO-DICIEMBRE DE 2009.**

**AUTORA:** MARÍA EUGENIA DEL POZO DIPRE

Fija cuántas y cuáles informaciones de la gripe fueron tomadas en cuenta como portada del medio y determinar el tratamiento dado, de igual manera que verifica la cantidad de "falsas alarmas" publicadas por estos medios y cuáles fueron aclaradas. Luego de analizadas las publicaciones emitidas en los periódicos estudiados, el tema se mantuvo durante todo el año, pero el espacio cedido a estas informaciones, que en su mayoría carecieron de tratamiento educativo o preventivo, se vio reducido para diciembre y junio.

#### **6.13. ESTUDIO COMPARATIVO DE LA RENTABILIDAD PUBLICITARIA EN LA PRENSA DIGITAL E IMPRESA. CASOS LISTÍN DIARIO Y DIARIO LIBRE, PERÍODO FEBRERO-ABRIL 2009.**

**AUTORA:** GABRIELLE ANAIS ALLIEN BENNETT

Compara la rentabilidad de la colocación de publicidad en los periódicos impresos y portales digitales del Listín Diario y Diario Libre durante el período Febrero-Abril de 2009 a partir de datos obtenidos de los respectivos medios y del grado de penetración de los anuncios publicitarios. Luego de analizar la información recopilada, se identificó que la prensa impresa es más rentable que la digital en materias de publicidad, ya que los anuncios que se publican en los medios impresos

tienen mayor efecto de penetración en la mente del consumidor.

**6.14. PRESENCIA DE LA VOZ OFICIAL EN LAS INFORMACIONES DE PORTADA DE LOS PERIÓDICOS DIARIO LIBRE Y LISTÍN DIARIO, DE NOVIEMBRE DE 2008 A MAYO DE 2009.**

**AUTOR:** LUIS JOSÉ LÓPEZ MENA

Evidencia la incidencia que tienen las informaciones oficiales y sus fuentes en la definición de las portadas de los diarios Listín Diario y Diario Libre durante el período de noviembre 2008 a mayo 2009. El estudio concluye que el oficialismo posee un gran poder sobre la prensa dominicana, incidiendo en sus líneas editoriales y que las noticias con fuentes oficiales tienen mayor prioridad en los medios locales analizados, con un total de 68% de presencia en sus portadas.

**6.15. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS GESTIONES DE RAFAEL GUILLERMO GUZMÁN ACOSTA (1969-1970 Y 1974-1975) Y RAFAEL GUILLERMO GUZMÁN FERMÍN (2007-2010) AL FRENTE DE LA POLICÍA NACIONAL A TRAVÉS DE LAS PUBLICACIONES EN LOS PERIÓDICOS EL CARIBE, LISTÍN DIARIO Y EL NACIONAL.**

**AUTORA:** LEIDY GONZÁLEZ

Inventario del espacio que se le otorgó a las noticias de la Policía Nacional durante la gestión policial de Rafael Guillermo Guzmán Acosta (1969-1970 y 1974-1975) y Rafael Guillermo Guzmán Fermín (2007-2010); por medio de la clasificación de fuentes y comparación del enfoque de las informaciones publicadas. El análisis a ambos medios arroja que estos dieron amplia cobertura a las noticias relacionadas a los dos dirigentes de la policía, no obstante a que en el gobierno de Joaquín Balaguer existía menos libertad de expresión que en el de Leonel Fernández.

**6.16. PRESENCIA DE TEMAS VIOLENTOS EN LAS PORTADAS DE LOS PERIÓDICOS DOMINICANOS. CASOS: EL CARIBE, EL NACIONAL, HOY Y LISTÍN DIARIO. (FEBRERO-JUNIO 2010).**

**AUTORA:** FRANCINA HERASME MARTÍNEZ

Determina la presencia de los temas de violencia en las portadas de los periódicos dominicanos: El Caribe, El Nacional, Hoy y Listín Diario, verificando el posible sensacionalismo de sus publicaciones sobre esta temática. El estudio revela que el tratamiento hacia los temas publicados por la prensa matutina con respecto a la violencia son muy mínimos comparados a los que se publicaron en la prensa vespertina.

**6.17. ANÁLISIS DE LAS PROPUESTAS DE LOS CANDIDATOS A DIPUTADOS ELECTOS POR LA CIRCUNSCRIPCIÓN NO.1 DEL DISTRITO NACIONAL, PUBLICADAS EN LA VERSIÓN IMPRESA Y DIGITAL DE LOS PERIÓDICOS DE CIRCULACIÓN NACIONAL EL CARIBE, LISTÍN DIARIO, HOY, DIARIO LIBRE, EL NACIONAL Y EL NUEVO DIARIO DE FEBRERO-MAYO 2010.**

**AUTOR:** RAÚL RAFUL

Determina el tipo de información que apareció en la prensa escrita de circulación nacional por parte de los candidatos a diputados ante la circunscripción #1 del Distrito Nacional. El estudio arrojó que estos medios fueron subutilizados, partiendo de la observación de que los contenidos son extensiones del modelo original y carecen de los recursos multimedia que deben estar presentes en los portales digitales de los medios.

**6.18 ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE PERIODISMO EDUCATIVO DE LAS SECCIONES LA VIDA-LISTÍN DIARIO, VIVIR-HOY Y ESTILO-EL CARIBE DESDE ENERO-JUNIO 2011.**

**AUTORA: PAMELA GUZMÁN RODRÍGUEZ**

Valora la presencia del contenido educativo en las secciones La Vida (Listín Diario), Vivir (Hoy) y Estilo (El Caribe); cuestionando a cuáles fuentes recurren los periodistas para redactar las publicaciones referentes a educación. Se analizaron 98 publicaciones, de las cuales 27 incluyeron noticias educativas, comprobando que no hay presencia de este tipo de informaciones de manera diaria.

**6.19 ANÁLISIS DE LAS INFORMACIONES DEL PERIÓDICO DIARIO LIBRE SOBRE LAS EMPRESAS RELACIONADAS AL GRUPO OMNIMEDIA, MARZO-MAYO 2011.****AUTORA: ALICIA DÁVALOS PERDOMO**

Compara el despliegue que da el periódico Diario Libre a una información cuando se trata de una empresa asociada al Grupo Omnimedia, y categoriza los factores que inciden en los periodistas al escribir una información sobre los propietarios y sus empresas de Omnimedia. El estudio arrojó que las informaciones publicadas en los medios analizados reúnen los criterios de noticiabilidad, y que las noticias son en un 71% nuevas, por lo que guían a la publicidad y a que se publiquen cosas nuevas para dar a conocer los productos y servicios de las empresas vinculadas a Grupo Omnimedia.

**6.20. ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE PROVOCAN LA DESAPARICIÓN DE LOS PERIÓDICOS PROVINCIALES IMPRESOS DE LA REGIÓN ESTE DE LA REPÚBLICA DOMINICANA, ENERO-JUNIO 2011.****AUTORA: ARISMALIA PÉREZ BAUTISTA**

Evalúa los criterios de mercado de los periódicos impresos existentes, documentando las etapas de evolución de los periódicos impresos de la región este. Luego de evaluar el caso, se

concluye que la falta de recursos económicos es la primera queja de los directores y propietarios de los medios y también el no contar con un presupuesto que permita un buen equipo periodístico ni estrategias de mercado que garanticen mayores ingresos.

**6.21. ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO DE LAS INFORMACIONES PUBLICADAS POR LA PRENSA MATUTINA DOMINICANA SOBRE LA EPIDEMIA DEL DENGUE, CASOS: PERIÓDICOS HOY, LISTÍN DIARIO Y EL CARIBE DURANTE LOS MESES ENERO-SEPTIEMBRE DE 2010.****AUTORA: MERCEDES PAOLA HERRERA MARTÍNEZ**

Analiza el tipo de cobertura dado a las informaciones publicadas por la prensa matutina sobre la epidemia del dengue, contrastando las fuentes que se utilizaron para la realización de las informaciones de estas noticias. Explora el conocimiento de los lectores sobre el cuidado y prevención de la epidemia al evaluar su percepción sobre el tratamiento dado a las informaciones sobre este tema. El estudio concluye que los tres medios analizados cumplieron con el rol de prevención de enfermedad establecido, en un 17%, encontrándose en el periódico Hoy: 85 informaciones con el tema de 273 publicadas; 53 de 273 en el Listín Diario; y 52 de 264 en El Caribe.

**6.22. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD Y PROPUESTA DE UN PERIÓDICO JUVENIL PARA LECTORES CON EDADES ENTRE 15 Y 24 AÑOS.****AUTORA: JENNIFFER PAMELA DISHMEY PÉREZ**

Identifica los factores que influyen en la lectoría de los periódicos jóvenes, describe el perfil del lector de un periódico juvenil e indica contenidos que le interesan a los jóvenes de 15 a 24 años en República Dominicana. Se encuestó una muestra de jóvenes, de los que un 80% dedica un máximo de 30 minutos a leer un periódico y al presentarles una propuesta juvenil, un total de 96.61% se mostró interesado; por lo que el estudio concluye



que los periódicos influyen de manera directa en sus lectores y sería factible el medio propuesto.

**6.24. ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LAS PUBLICACIONES SOBRE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER EN LA PRENSA MATUTINA DOMINICANA. CASO: LISTÍN DIARIO, EL CARIBE Y DIARIO LIBRE, JULIO-DICIEMBRE 2011.**

**AUTORA:** CAROLINA MARTÍNEZ ESTUA

Describe el tratamiento que se le otorgó a la temática en las publicaciones e identifica con qué frecuencia se publicaron las informaciones y el espacio que se les otorgó. Luego de encontrar un total de 314 noticias sobre la violencia contra la mujer, en un marco de tiempo de seis meses, el estudio determinó que un 37% de los casos publicados, tenían un enfoque sensacionalista, confundiendo el morbo con interés social. Ambos periódicos analizados presentan enfoques medianamente orientados a la educación y prevención de la violencia contra la mujer, con un 35% (Listín Diario) y un 50%.

**6.25. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS INFORMACIONES SOBRE LOS DENOMINADOS INTERCAMBIOS DE DISPAROS ENTRE LA POLICÍA NACIONAL Y CIVILES. PRENSA ESCRITA DE ALCANCE NACIONAL Y DE ALCANCE PROVINCIAL. CASO: LISTÍN DIARIO, DIARIO LIBRE, HOY, LA INFORMACIÓN (SANTIAGO), EL HAYA (SAN FRANCISCO DE MACORÍS) Y EL HIGUAMO (SAN PEDRO DE MACORÍS), DE JULIO A DICIEMBRE DE 2011.**

**AUTOR:** JUAN PABLO RAMÍREZ GAN

Examina en qué medida contextualizaron las noticias sobre los denominados intercambios de disparos entre la Policía Nacional y civiles; contabilizando a su vez, cuántas informaciones sobre los denominados intercambios de disparos mostraban imágenes de cadáveres. La investigación demostró que los medios de comunicación tanto de alcance nacional como de alcance provincial, ya no emplean el término "intercambio de disparos", así como también

se comprobó que la Policía Nacional y las entidades gubernamentales se antepusieron como fuentes periodísticas en al menos un 75% de las noticias.

**6.26. ANÁLISIS COMPARATIVO DE TRATAMIENTO CONFERIDO POR LA PRENSA ESCRITA A LAS CANDIDATURAS VICEPRESIDENCIALES GANADORAS DE MILAGROZ ORTÍZ BOSCH (PRD-2000) Y MARGARITA CEDEÑO (PLD-2012) CON RELACIÓN A SUS HEMÓLOGOS Y HEMÓLOGAS, CASOS: LISTÍN DIARIO, HOY Y EL CARIBE ABRIL-MAYO 2012.**

**AUTORA:** ROSSY URBÁEZ

Evalúa la importancia que se otorga a las noticias relacionadas con Milagros Ortiz Bosch y Margarita Cedeño de Fernández con relación a los demás candidatos y candidatas, y determinar si el tratamiento fue distinto gracias a su prominencia. El estudio concluyó que el caso de Milagros Ortiz Bosch, la cobertura se debió a su larga trayectoria en la política; mientras que en el caso de Margarita Cedeño, a pesar de tener poco tiempo incursionando en la política, su popularidad de debió a su presencia en la palestra pública.

**6.27. ANÁLISIS DEL GRADO DE PREDILECCIÓN DE LA PRENSA ESCRITA TRADICIONAL, PRENSA AUDIOVISUAL Y PRENSA DIGITAL, ENTRE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE 18 A 25 AÑOS EN EL DISTRITO NACIONAL; CASO: PUCMM, USCD Y UASD, AÑO 2013.**

**AUTORA:** NIDIA DENISSE DÍAZ FÉLIZ

Determina el grado de preferencia de los jóvenes universitarios hacia la prensa escrita tradicional, prensa audiovisual y prensa digital, y acorde a estas preferencias por medios de comunicación, categoriza el público estudiantil. El estudio demostró que la audiencia es la que decide lo que consume y por cuál medio lo hace.

**6.28. APLICACIÓN DEL CÓDIGO ÉTICO PERIODÍSTICO EN LA PLANTILLA DE REDACCIÓN DEL PERIÓDICO "EL CARIBE" (OCTUBRE 2012-MARZO 2013). CASOS; BARRICK GOLD, ODEBRECHT Y DEMANDA HIPÓLITO MEJÍA - EL CARIBE.**

**AUTORA:** LESLIE RAMÍREZ SOTO

Determina la medida en la que el periódico El Caribe aplica el código de ética periodístico en sus publicaciones, e identifica los mecanismos de supervisión existentes en dicho medio. Este estudio concluye que El Caribe ve los códigos éticos como simples referentes y por tanto le resta importancia a su conocimiento y aplicación, y en una encuesta realizada a periodistas, un 75% admiten conocer el código ético, más no aplicarlo.

**6.29. ROL DE LOS PERIÓDICOS DE CIRCULACIÓN NACIONAL FRENTE AL LIDERAZGO POLÍTICO DEL PERÍODO 1962-1963.**

**AUTORA:** YANELA ZAPATA

Evalúa el rol que desempeñaron los periódicos Listín Diario, La Información, La Nación y El Caribe frente a los líderes políticos Joaquín Balaguer, Viriato Fiallo, Juan Bosch y Manolo Tavárez en el período 1962-1963. El estudio concluye que la prensa escrita asumió un papel nuevo a partir de 1962, experimentando un despertar que la condujo a democratizarse. El análisis hemerocrítico refleja presencia de liderazgo político, ya que en 351 ejemplares, se encontraron 360 noticias acerca de los líderes de la política.

**6.30. ANÁLISIS DE INCIDENCIA DEL PROGRAMA RADIAL "EL GOBIERNO DE LA MAÑANA" DE LA EMISORA Z-101 COMO FUENTE DE INFORMACIÓN EN LOS DOMINICANOS RESIDENTES EN MANHATTAN, BRONX, QUEENS, NEW JERSEY Y BROOKLYN EN EL PERÍODO ABRIL-MAYO 2014.**

**AUTORA:** DELIA GALÁN

Identifica los contenidos ofertados por el programa a la audiencia extranjera y describe la interactividad entre la audiencia dominicana extranjera con la emisora. El estudio concluye que este programa tiene una incidencia considerable entre los dominicanos que residen en el extranjero porque tiene un alto nivel de credibilidad para esta audiencia. Un 47% de los encuestados para el estudio, dijo que al enterarse de alguna noticia, recurren a esta emisora para confirmar su veracidad.

**6.31. ANÁLISIS DE CONTENIDO AL TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DADO A LA RENUNCIA DEL PAPA BENEDICTO XVI Y LA ELECCIÓN DE SU SUCESOR FRANCISCO, POR LOS PERIÓDICOS DOMINICANOS EL CARIBE, HOY Y LISTÍN DIARIO EN EL PERÍODO FEBRE-MARZO-ABRIL DEL AÑO 2013.**

**AUTOR:** ABEL RAMÍREZ

Determina el tipo de seguimiento dado por la prensa dominicana a las informaciones sobre la renuncia del papa Benedicto XVI y la elección de su sucesor Francisco y compara el enfoque predominante en dichas informaciones. Luego de analizar cada uno de los tres medios, se determinó que cada uno usó un tratamiento informativo diferente, siendo el de Listín Diario más favorable a la Iglesia Católica; El Caribe, siendo el segundo más favorable, publicó más noticias de origen local y enfoque positivo. El periódico Hoy dio un tratamiento menos favorable, pues la mayoría de sus noticias carecían de un enfoque positivo.

**6.32. ANÁLISIS HEMEROGRÁFICO SOBRE LOS CRITERIOS DE NOTI-CIABILIDAD UTILIZADOS PARA LA SELECCIÓN Y COLOCACIÓN DE LAS FOTOGRAFÍAS DE PORTADA EN LAS NOTICIAS DE ACTIVIDADES SOCIALES. CASOS: LISTÍN DIARIO (SECCIÓN LAS SOCIALES) Y HOY (SECCIÓN ROSTROS). ENERO-MARZO 2015.**

**AUTORA:** KARLA COLLADO

Clasifica los criterios de noticiabilidad tomados en cuenta en la selección y colocación

de las fotografías de portada publicadas en las versiones impresas de las secciones "Las Sociales" y "Rostros", a su vez explicando los factores económicos y sociales que inciden en el proceso de selección de dichas fotografías. A partir de la evaluación realizada a 280 fotografías de sociales publicadas en ambos medios, y de igual manera entrevistar a los editores y periodistas de las secciones analizadas, se determinó que el criterio de noticiabilidad que se sigue a la hora de publicar las imágenes, depende de la jerarquía de las personas, importancia del evento e importancia de la empresa anfitriona.

### —Revista—

- 6.33. OBSERVATORIO DE MEDIOS DE LAS REVISTAS JUVENILES DOMINICANAS: ESTUDIO DE CASO DE LAS EDICIONES ENERO-JUNIO 2009 DE LAS REVISTAS "FLOW", "U" Y "VIDA UNIVERSITARIA".**

**AUTORA:** SARAH CECILIA RICART HOFFIZ

Señala las temáticas abordadas por las revistas juveniles "Flow", "U" y "Vida Universitaria"; e identifica los aspectos que predominan para seleccionar a los protagonistas. Se determinó que estas publicaciones no tienen un manejo enfocado de sus temáticas, debido a que solamente se basan en las tendencias del entretenimiento, dejando de lado los temas que reflejan la realidad del joven y el contenido de peso como: cultura, historia y educación sexual.

- 6.34. ANÁLISIS SEMIÓTICO COMPARATIVO DE LA PRESENCIA DE LOS ESTEREOTIPOS FEMENINOS EN LAS PORTADAS DE LAS REVISTAS FEMENINAS OH! MAGAZINE Y PANDORA, DICIEMBRE 2008-DICIEMBRE 2009.**

**AUTORA:** MARIELA SABINO

Muestra los grados en que las portadas de las

revistas femeninas Oh Magazine y Pandora distorsionan la imagen de la mujer dominicana por el uso de los estereotipos. El estudio determinó que las revistas analizadas se rigen por estereotipos negativos, reflejando solamente características de mujeres extranjeras, debido a las altas exigencias físicas que existen en cuanto a los estándares de las modelos de esta industria.

- 6.35. ESTUDIO DE LECTORÍA DE LAS REVISTAS DE MODAS: A LA MODA Y FACTORÍA EN SANTO DOMINGO, REPÚBLICA DOMINICANA. 2011.**

**AUTORA:** VANESSA FLORENTINO DE LA CRUZ

Evalúa el perfil de los lectores de las revistas de modas de la República Dominicana e identifica el nivel de conocimiento y utilidad que le otorgan los propietarios, editores y periodistas a los estudios de lectoría. Luego de analizar al público lector, se determinó que estos se encuentran en un rango de edad de 19 a 25 años, tratándose de una lectora universitaria, que recurre a estos medios para informarse de las tendencias y últimas informaciones en la industria de la moda.

- 6.36. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROPUESTA DE UNA REVISTA DE TEMÁTICA MEDIOAMBIENTAL EN EL DISTRITO NACIONAL, AÑO 2012.**

**AUTORA:** PAOLA GARRIDO

Determina la factibilidad de una revista con temática medioambiental, definiendo el perfil de los lectores interesados. Partiendo de los datos recolectados, se propuso la revista "Entorno", puesto que un 83% de los encuestados leen revistas y a pesar de que un 52% se mostró interesado en los temas de medioambiente; un 92% dijo sentirse más atraído hacia un medio que incluya otros temas. Además,

el contenido debe ser comunicado de manera clara e interesante.

**6.37. ANÁLISIS DE VIABILIDAD Y PROPUESTA DE UNA REVISTA DE TEMÁTICA ECONÓMICA DE CIRCULACIÓN EN EL DISTRITO NACIONAL, AÑO 2013.**

**AUTORA:** CRISTINA RODRÍGUEZ DE LA ROSA

Determina los factores que hacen viable la realización de una publicación de contenido económico y financiero destinada a la audiencia residente en el área del Distrito Nacional. Luego de analizar las teorías de comunicación, se determinó la factibilidad de la revista bajo el nombre de "Inversionista", partiendo además de que un 69% de la audiencia encuestada lee revistas y un 72% se interesa en la economía, ya que les ayuda a manejar sus recursos.

**6.38. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROPUESTA DE UNA REVISTA DE ARTES PLÁSTICAS QUE CIRCULE EN LA PRIMERA CIRCUNSCRIPCIÓN DEL DISTRITO NACIONAL, AÑO 2013.**

**AUTORA:** CLAUDIA MARIE MERETTE ÁLVAREZ

Define los elementos que se deben tomar en cuenta al realizar una propuesta de una revista de artes plásticas, y describe las preferencias y necesidades de información sobre las artes plásticas en la primera circunscripción del Distrito Nacional. Mediante los datos recolectados, se creó la revista "Lienzos", que apoya las artes plásticas y sirve de soporte para que los artistas jóvenes proyecten su talento.

**6.39. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROPUESTA DE UNA REVISTA GRATUITA SOBRE EDUCACIÓN SEXUAL PARA ADOLESCENTES DE**

**12 A 17 AÑOS DE LAS ESCUELAS PÚBLICAS DEL DISTRITO NACIONAL, AÑO 2015.**

**AUTORA:** HEIDY BERAS

Conoce el tipo de información sobre educación sexual que reciben los y las estudiantes de 12 a 17 años en las escuelas públicas del Distrito Nacional, y a través de cuáles plataformas tienen acceso a esa educación. La factibilidad de la revista se demostró mediante la necesidad de orientación sexual durante la adolescencia; pues una mayoría de los y las adolescentes encuestados, se encuentran activos sexualmente y un 79% de varones y un 61% de mujeres, dijo no haber recibido educación sexual.

**6.40. PROPUESTA DE UN PERIÓDICO DIGITAL DE TEMAS POLÍTICOS NACIONALES E INTERNACIONALES, DIRIGIDO A LECTORES CON EDADES ENTRE 20 Y 49 AÑOS EN EL DISTRITO NACIONAL, AÑO 2014.**

**AUTOR:** ORLANDO JORGE VILLEGAS

Determina la preferencia de los lectores sobre un periódico digital o uno tradicional y analiza el interés de los jóvenes acerca de los temas políticos. Luego de aplicar una encuesta a 384 jóvenes del Distrito Nacional, se determinó la factibilidad del periódico digital planteado dada el interés de los jóvenes por los temas políticos, y de igual forma su opinión sobre la falta de espacios que se dediquen al periodismo político.

# **PLATAFORMA DIGITAL**

**“LA INNOVACIÓN ES LO QUE DISTINGUE A  
UN LIDER DE LOS DEMÁS”**

Steve Jobs,  
Creador de Apple.

8

Es el número de tesis que tratan el tema  
de Plataforma Digital en la Pontificia  
Universidad Católica Madre y Maestra

---

### 7.1. ADECUACIÓN E INFLUENCIA DE LAS BITÁCORAS DE INTERNET QUE INCORPORAN ELEMENTOS DEL PERIODISMO CIUDADANO EN REPÚBLICA DOMINICANA.

**AUTORA:** LINDA CRISTEL VALDÉZ ZAMBRANO

Identifica el grado de presencia de elementos del periodismo ciudadano en las bitácoras de Internet de la República Dominicana y precisa los elementos que caracterizan a un blog de periodismo ciudadano. El estudio arrojó que no existen estudios científicos que estudien el tema de la blogósfera dominicana, y que la influencia de los blogs se puede medir de manera informal, ya que la mayoría no cuenta con contadores integrados, la cantidad de visitas y ubicaciones. Además, se determinó que el perfil del blogger dominicano es de un joven entre 20 y 30 años de edad que posee altos conocimientos de las nuevas tecnologías.

### 7.2. ESTUDIO DEL USO DE LOS GRUPOS DE FACEBOOK EN LA CAMPAÑA POLÍTICA PARA LAS ELECCIONES CONGRESIONALES Y MUNICIPALES DOMINICANAS DE 2010 DESDE EL 1ERO DE ABRIL HASTA EL 16 DE MAYO. CASO: CANDIDATOS A DIPUTADOS AL CONGRESO NACIONAL POR LA CIRCUNSCRIPCIÓN NO. 1 DEL DISTRITO NACIONAL.

**AUTOR:** WILLIAM ANDIEL GALVÁN ABREU

Examina el uso que los administradores de los grupos de Facebook le dieron a sus aplicaciones durante la campaña política para las elecciones congresionales y municipales de mayo 2010. El estudio concluye que hubo poca conciencia del potencial que tiene esta red social en una campaña política, haciendo notorio que en ningún portal existía una planificación de comunicación o tratamiento coherente de las informaciones que en ellos se publicaban.

### 7.3. TWITTER COMO CANAL DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN EN LAS EDICIONES IMPRESAS Y DIGITALES DE LOS PERIÓDICOS LISTÍN DIARIO, HOY, EL CARIBE Y DIARIO LIBRE. JUNIO- NOVIEMBRE DE 2009.

**AUTORA:** PAOLA SOTO HERRERA

Determina el nivel de conocimiento que tienen los directores de medios y periodistas sobre la red social Twitter e indaga cómo gestionan los periódicos esta plataforma. En una encuesta aplicada a los periodistas de estos medios, un 70.35% afirmó conocer esta red social, siendo valorada por un 74.47% como vía para obtener informaciones, descartando así la idea de que esta herramienta no sea utilizada por falta de credibilidad.

### 7.4. TWITTER COMO CANAL INFORMATIVO PARA MOVIMIENTOS JUVENILES. CASO: JOY JARTO, LA REVUELTA Y ACCIÓN JUVENIL. PERÍODO JULIO-DICIEMBRE 2010.

**AUTORA:** MARÍA GRACIA VALDÉZ HERRERA

Describe los resultados que han obtenido los movimientos juveniles al fomentar una comunicación directa con sus seguidores. El estudio determinó que twitter es la red social donde los movimientos tienen una mayor presencia e incidencia entre los jóvenes, ya que la mayoría revisan las cuentas planteadas al menos una vez al día, indicando que la aceptación de esta herramienta es elevada.

### 7.5 ANÁLISIS SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER EN PROGRAMAS DE RADIO. CASO: "EL MISMO GOLPE CON JOCHY", "12 Y 2" Y "EN JAQUE". JUNIO-OCTUBRE 2011.

**AUTORA:** LOURDES GABRIELA MIESES CABREJA

Distingue el uso que otorga la radio a las redes sociales Facebook y Twitter, examinando los motivos que tienen los productores de los programas de radio estudiados para utilizarlas. Se determinó que a pesar de la popularidad que están tomando las redes sociales; estas no aplazarían a la radio como medio de comunicación

tradicional, sino que le servirían de complemento para interactuar con sus oyentes.

**7.6. IMPACTO DE LOS VIDEOCLIPS DE DEMBOW EN EL COMPORTAMIENTOS DE JÓVENES ENTRE 14 Y 24 AÑOS DE EDAD, USUARIOS DE LA RED SOCIAL YOUTUBE QUE RESIDEN EN LOS SECTORES EL MANGUITO, NUESTRA SEÑORA DE LA PAZ Y BELLA VISTA, DISTRITO NACIONAL.**

**AUTOR: GUILLERMO VÁSQUEZ**

Muestra los diferentes factores y efectos que genera el contenido de los videoclips del dembow en el grupo focal de jóvenes con edades entre los 14 y 24 años para saber cómo impacta este fenómeno en la actitud y comportamiento del grupo meta objeto de estudio. El estudio concluyó que estos videos producen en los receptores, efectos que se codifican en función de relaciones sociales y culturales; y que existe una preferencia palpable hacia este tipo de videoclips que se suben en YouTube, coincidiendo los jóvenes que los consumen, en que la violencia de género solamente se presenta en un 9.7%.

**7.7. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN PORTAL QUE PROMUEVA EL PERIODISMO COLABORATIVO TIPO AGREGADO, AÑO 2015.**

**AUTOR: JORGE UCEDA**

Determina la factibilidad de los servicios online en el mercado dominicano que promueven el periodismo colaborativo como agregador y a su vez descubre cómo las TIC promueven el periodismo, evaluando los casos más destacados en los que esto ocurra. Mediante el estudio de factibilidad se demostró que entre los ciudadanos y ciudadanas existe interés por la creación de un portal que permita democratizar las informaciones que componen noticias diarias, pues un 90% de los usuarios encuestados, afirmaron leer noticias en la web y querer un

portal que les permita subir noticias que crean que deban recibir más atención.

**7.8. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA PLATAFORMA MEDIÁTICA DIRIGIDA AL ESTUDIANTADO DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LAS UNIVERSIDADES DEL DISTRITO NACIONAL.**

**AUTORA: LOREN MEDRANO**

Identifica las necesidades del estudiantado de Comunicación Social de las universidades del Distrito Nacional, conociendo sus intereses. De igual forma, explora la conformidad de los egresados y egresadas de esta carrera en referencia a su programa de estudios. Luego de realizar el estudio de los instrumentos, se determinó la factibilidad del estudio a través del 97% de los jóvenes encuestados, quienes aseguraron que de existir la plataforma planteada, la utilizarían de apoyo a lo largo de la carrera, y como egresados, para acudir al portal en busca de herramientas que sirvan de ayuda en el ámbito profesional.



# **COMUNICACIÓN Y GÉNERO**

**“EL LOGRO DE LA IGUALDAD DE  
GÉNERO REQUIERE LA PARTICIPACIÓN DE  
MUJERES Y HOMBRES, NIÑAS Y NIÑOS.  
ES RESPONSABILIDAD DE TODOS”**

Ban Ki-moon,  
Diplomático Surcoreano.

**18**

Es el número de tesis que tratan el  
tema de Comunicación y Género en la  
Pontificia Universidad Católica Madre y  
Maestra

---

**8.1. ANÁLISIS DE DISCURSO DE LA MÚSICA URBANA INTERPRETADA POR MUJERES DOMINICANAS, AÑO 2015. CASOS: LA MATERIALISTA, AMARA LA NEGRA, LA INSUPERABLE, MELYMEL, MILKA LA MÁS DURA Y ARIANA PUELLO.****AUTORA: CRISTABEL ACEVEDO**

Distingue las características socioculturales de las intérpretes de música urbana de la República Dominicana, examinando los mensajes sexistas y patriarcales en su discurso. Partiendo de la evaluación a las letras de las intérpretes planteadas, se concluyó que un 83% de ellas muestran características sexistas, resaltando la hegemonía masculina en un 58%, colocando a la mujer en desventaja social.

**8.4. PROPUESTA DE UNA CAMPAÑA PARA SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN ADULTA SOBRE LOS EMBARAZOS EN ADOLESCENTES EN REPÚBLICA DOMINICANA, AÑO 2016.****AUTORA: ANGIE KHOURY**

Identifica el mensaje de las campañas para la prevención del embarazo en adolescentes, describiendo el nivel de inclusión de los derechos sexuales y reproductivos. Este estudio evidenció la gravedad del caso de embarazos en la adolescencia que se vive en el país, demostrando además que no es un tema al que el estado le dé prioridad, por lo que se hace factible la realización de una campaña que eduque a las adolescentes acerca de sus derechos sexuales y la prevención de embarazos.

**8.5. ANÁLISIS DE LA POSTURA DE LA MUJER PERIODISTA FRENTE A SU ROL EN LA ESTRUCTURA JERÁRQUICA DE LA PRENSA DE CIRCULACIÓN NACIONAL DE REPÚBLICA DOMINICANA. CASOS: DIARIO LIBRE, LISTÍN DIARIO, HOY, EL DÍA, EL NACIONAL, EL CARIBE, AÑO 2016.****AUTORA: INGERNY POLANCO**

Examina los criterios utilizados para la estructuración jerárquica de los periódicos de circulación nacional, determinando las barreras exteriores que

tienen las periodistas para ascender a puestos directivos en los medios. Al aplicar encuestas, se determinó que un 50% de las reporteras de los medios planteados no consideran que exista discriminación hacia el género femenino, mientras que en el Diario Libre, un 50% mostró una respuesta afirmativa. Se demostró que lo principal a tomar en cuenta para los puestos directivos, hoy día, no es el género, sino más bien la capacidad profesional del periodista.

**8.6. ANÁLISIS DEL ROL FEMENINO EN LAS PELÍCULAS DEL DIRECTOR Y PRODUCTOR ALFONSO RODRÍGUEZ. CASOS: UN MACHO DE MUJER (2006), PIMP BULLIES (2011) Y FEO DE DÍA Y LINDO DE NOCHE (2012). SANTO DOMINGO, AÑO 2016.****AUTORA: DIANA CAROLINA LUGO**

Analiza el rol femenino en base a los estereotipos y arquetipos que se crean y se emiten a través de las películas del director y productor dominicano Alfonso Rodríguez. La investigación arrojó que si existe una cultura machista marcada dentro de las historias de este director, demostrando su falta de interés hacia lograr una igualdad social, solamente inclinándose a su ganancia económica.

**8.7. ANÁLISIS DEL ROL DE LAS MUJERES EN VIDEOS MUSICALES. CASO: VIDEOS NOMINADOS POR LA ASOCIACIÓN DE CRONISTAS DE ARTE (ACROARTE) PARA PREMIOS SOBERANO 2014 Y 2015.****AUTORA: PRISCILA BÁEZ MONSANTO**

Clasifica el rol de la mujer en los videoclips planteados, identificando la presencia del sexismo. Se concluyó que ACROARTE muestra una proyección artística errónea con respecto a los videos que evalúa y nombra a los premios, debido a que incentiva a la percepción de una figura femenina distorsionada y estereotipada, clasificándola como objeto sexual para disfrute del hombre, y por ende, minimizándola ante la sociedad.

### 9.1. INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD DE COMIDA RÁPIDA EN EL AUMENTO DE LA OBESIDAD EN EL PERÍODO 2006-2008.

**AUTORA:** HILDA LEONOR ARZENO CARRASCO

El estudio conoce de qué manera influye la publicidad de televisión, radio y prensa escrita, de comida rápida en el desarrollo o comportamiento alimentario de una muestra seleccionada de jóvenes de 12 a 22 años de edad. Se demostró que la imagen de la comida es lo que hace influyente la absorción de sus mensajes publicitarios, y que la televisión es el medio de comunicación que la difunde de manera masiva. Los jóvenes encuestados demostraron consumir de 1 a 3 servicios de comida rápida semanal.

### 9.2. INFLUENCIA QUE TIENEN LOS SÍMBOLOS PATRIOS DOMINICANOS USADOS EN LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE LA CERVEZA PRESIDENTE ENTRE LOS JÓVENES QUE OSCILAN ENTRE 18-25 AÑOS DE EDAD.

**AUTORA:** CLAUDIA ALEXANDRA PABLO A.

Conoce la percepción de los jóvenes universitarios sobre la utilización de los símbolos patrios en la publicidad de la cerveza presidente e indaga la razón por la cual las personas consumen este producto. Luego de aplicar una encuesta a 200 personas y entrevistar a al publicista de la marca analizada, se concluyó que estos anuncios incitan a un mayor consumo de cerveza y que no utilizan los símbolos patrios como tal, sino situaciones que reflejan la identidad dominicana para relacionar el producto con la nacionalidad y la autenticidad.

### 9.3. BENEFICIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC) PARA LA EMPRESA Y LA COMUNIDAD. CASO: GRUPO RAMOS Y SU PROGRAMA DE APOYO A LA FUNDACIÓN FE Y ALEGRÍA, PERÍODO 2006-2007.

**AUTORA:** GERLINDE ESTHER GONZÁLEZ ESPINAL

Determina el impacto de la RSC para la empresa y comunidad a partir del caso de Grupo Ramos con su programa de apoyo a la Fundación Fe y Alegría, estableciendo cómo ha contribuido a fortalecer el posicionamiento de la empresa. Evaluando las opiniones de los habitantes de Guachupita, como beneficio, se determinó que estos conocen la empresa Grupo Ramos junto con sus aportes, pues consideran que la institución trabaja de manera excelente en ayuda a los grupos más vulnerables.

### 9.4. EL REGGAETÓN. UNA EXPRESIÓN JUVENIL DE COMUNICACIÓN.

**AUTORA:** LAURA MARCELLE PERDOMO PUELLO

Analiza el ritmo, contenido y símbolos del reggaetón como expresión de comunicación emergente y estudia a los jóvenes que interpretan o escuchan este género musical. El estudio concluyó que los jóvenes con menos oportunidades son quienes aprovechan el reggaetón como método de expresión y vía al progreso, pues buscan reconocimiento por este medio. Los intérpretes componen sus letras, mayormente buscando transmitir mensajes a través de su música. No obstante, hay quienes lo utilizan para llamar la atención dentro de su círculo social, con mensajes negativos y la finalidad de ganar dinero.

### 9.5. EL RAP DOMINICANO COMO ESPACIO DE DENUNCIA SOCIAL.

**AUTORA:** SUSANA YVETTE AQUINO GAUTREAU

Identifica los problemas y necesidades que más se denuncian en el rap dominicano, a su vez conociendo la actitud que presentan los raperos y raperas ante estos hechos. Se determinó que el rap dominicano funciona como espacio de denuncia social debido a que se plantean los problemas de sus expo-

ntes y seguidores, enfocándose de manera principal en las deficiencias del gobierno y del Estado.

**9.6. ANÁLISIS DEL TEATRO COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN PARA DIFUNDIR UN DISCURSO DE DENUNCIA SOCIAL. CASO DE ESTUDIO: DRAMATURGÍAS DE LA TRILOGÍA SE BUSCA UN HOMBRE HONESTO, CAMPAÑA ELECTORAL, SE BUSCA UN HOMBRE DESHONESTO; DEL AUTOR FRANKLIN DOMÍNGUEZ; PARGO, CERO Y LA CABEZA DEL REY DEL AUTOR WADDYS JÁQUEZ.**

**AUTORA:** KATIUSCA V. LICAIRAC LIRIO

Analiza los tipos de denuncia social presentes en el discurso de las dramaturgías de Franklin Domínguez y Waddys Jáquez. Se demostró que en las obras analizadas tienen, mayoritariamente, las perspectivas de la clase baja mostrando las denuncias políticas desde ese ángulo social. En cuanto al discurso, se comprobó que los dramaturgos utilizan el sentir del pueblo dominicano para el discurso de sus obras, el cual transmiten a través de su voz.

**9.7. EXPECTATIVAS PROFESIONALES DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE SANTO DOMINGO, REPÚBLICA DOMINICANA.**

**AUTORA:** PAMELA TORIBIO TAVARES

Compara los motivos por los cuales los estudiantes de Comunicación Social eligen la carrera y contrasta los medios de comunicación que existen con la preferencia del estudiante. Se determinó que las personas que eligen la carrera, lo hacen porque les gusta. Sin embargo, los motivos por los que desean trabajar en los medios de comunicación varían, arrojando que un 54.12% busca expresar sus ideas en ellos, mientras que un 42.1% desea brindar un servicio a la sociedad.

**9.8. ANÁLISIS CRÍTICO SOBRE LOS ASPECTOS SEMIOLÓGICOS DE LA CAMPAÑA CÍVICO-CIUDADANA DEL 4% PARA LA EDUCACIÓN DOMINICANA. OCTUBRE 2010 - JUNIO 2012.**

**AUTOR:** MIGUEL JOSÉ TAVARES

Señala los elementos semióticos y significados de los signos y símbolos que se utilizan en la campaña cívico-ciudadana del 4%, evaluando su incidencia en el éxito obtenido. Se comprobó que los elementos semióticos si influyeron en el éxito de la campaña, puesto que con el color, tipografía y audiovisuales utilizados; se logró llamar la atención del pueblo dominicano, y que esta percepción prevalezca a través de los años, ya que la mayoría de los ciudadanos identifican el color amarillo con la campaña.

**9.9. ANÁLISIS DEL USO DE LA IDENTIDAD CULTURAL DOMINICANA EN CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS. CASO: "LO NUESTRO ES LO VERDADERO", DE LA CERVECERÍA NACIONAL DOMINICANA (2010) Y "CONTIGO EN TODO LO NUESTRO" (1991), DE BRUGAL Y COMPAÑÍA.**

**AUTORA:** PATRICIA CANDELARIO ALIX

Identifica cómo se manejó el uso de la identidad dominicana en las campañas planteadas y conoce lo que piensa la audiencia de su mensaje comunicacional. Dentro de los hallazgos, se afirma que ambas campañas utilizan la cultura dominicana como estrategia para que el público se identifique y sienta empatía hacia la marca, conllevando al consumo masivo de sus productos.

**9.10. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA CARRERA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA MADRE Y MAESTRA, CAMPUS SANTO TOMÁS DE AQUINO; AÑO 2013.**

**AUTORA:** LAURA DÍAZ

Identifica las preferencias audiovisuales de los

alumnos que componen el público objetivo de una posible carrera en Comunicación Audiovisual, conociendo las competencias y conocimientos requeridos por los futuros profesionales de esta carrera. Se evidenció la factibilidad de la carrera propuesta, en base a su existencia en muchas universidades latinoamericanas y al interés de más de un 60% de la población encuestada.

**9.11. ANÁLISIS COMPARATIVO SOBRE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN LOS CATÁLOGOS PUBLICITARIOS ELABORADOS PARA EL DÍA DE LAS MADRES Y EL DÍA DE LOS PADRES EN REPÚBLICA DOMINICANA. CASOS: LA SIRENA, JUMBO Y SEMA, AÑO 2013.**

**AUTORA:** ARLIN SANTOS

Describe los elementos que estereotipan en los catálogos de La Sirena, Jumbo y Sema para el Día de las Madres y el Día de los Padres, señalando los roles que se proyectan de hombres y mujeres. El estudio arrojó que un 93% de las mujeres y un 100% de los hombres encuestados consideran que si hay presencia de estereotipos en los catálogos analizados, ya que se proyectaba a la mujer con figura extremadamente femenina y como ama de casa, mientras que al hombre lo exponían como poderoso y figura patriarcal.

**9.13. ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA FERIA DE LA PAZ Y CONFRATERNIDAD DEL MUNDO LIBRE PRESENTADAS EN EL CARIBE Y LA NACIÓN (1955-1956).**

**AUTORA:** VILNYA PAYANO

Determina el tratamiento fotográfico dado por El Caribe y La Nación a los temas relacionados con la Feria de la Paz y Confraternidad del Mundo Libre, identificando los símbolos, signos y códigos proyectados en las imágenes que utilizan. Se determinó que el mensaje que transmiten las imágenes analizadas, está sujeto a interpretación según la perspectiva, ya

que tenía como finalidad proyectar diferentes ideas, siendo la esencial, el progreso de la época trujillista, basado en lo que el caudillo entendía.

**9.14. ANÁLISIS SEMIÓTICO COMPARATIVO DE LA PROPAGANDA PAGADA EN LA PRENSA PLANA DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE SALVADOR JORGE BLANCO (1982) E HIPÓLITO MEJÍA (2000) EN LOS PERIÓDICOS LISTÍN DIARIO Y EL CARIBE, ENERO-MAYO.**

**AUTOR:** CARLOS PÉREZ

Señala los principios de la semiología que se evidenciaron en las propagandas en la prensa de las campañas de Salvador Jorge Blanco e Hipólito Mejía, identificando cada elemento semiótico utilizado. Se determinó que ambas campañas tuvieron estrategias semióticas, elaboradas basándose en investigaciones acerca de lo que quería y necesitaba el pueblo, con la finalidad de proyectar a un candidato ideal, lo que llevaría a ambos líderes políticos al triunfo.





PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA MADRE Y MAESTRA  
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
RECINTO SANTO TOMÁS DE AQUINO